

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

KAIUÃ DUBYNA COSTA

ANÁLISE DAS RECEITAS DE TELEVISÃO E SUA CORRELAÇÃO COM O  
DESEMPENHO ESPORTIVO NO CAMPEONATO BRASILEIRO DE FUTEBOL

CURITIBA

2019

KAIUÃ DUBYNA COSTA

ANÁLISE DAS RECEITAS DE TELEVISÃO E SUA CORRELAÇÃO COM O  
DESEMPENHO ESPORTIVO NO CAMPEONATO BRASILEIRO DE FUTEBOL

Monografia apresentada como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas, Curso de Graduação em Ciências Econômicas, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Dr. Adalto Acir Althaus Junior

CURITIBA

2019

## TERMO DE APROVAÇÃO

KAIUÃ DUBYNA COSTA

### ANÁLISE DAS RECEITAS DE TELEVISÃO E SUA CORRELAÇÃO COM O DESEMPENHO ESPORTIVO NO CAMPEONATO BRASILEIRO DE FUTEBOL

Monografia apresentada como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas, Curso de Graduação em Ciências Econômicas, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná, pela seguinte banca examinadora:

---

Prof. Dr. Adalto Acir Althaus Junior  
Setor de Ciências Sociais Aplicadas  
Universidade Federal do Paraná

---

Prof. Fabiano Abranches Silva Dalto  
Setor de Ciências Sociais Aplicadas  
Universidade Federal do Paraná

---

Prof. José Felipe Araujo de Almeida  
Setor de Ciências Sociais Aplicadas  
Universidade Federal do Paraná

Curitiba, 04 de dezembro de 2019

Ao meu irmãozinho e pais

## AGRADECIMENTOS

Muito obrigado ao meu pai, Gilson, e minha mãe, Lia, que desde 1995 fizeram vários esforços e sacrifícios para chegarmos neste dia. Vocês são incríveis, como pais e como amigos, e eu devo tudo a vocês.

Obrigado ao meu irmão Cauê, por todo o amor e carinho mesmo nos dias que mal conseguíamos nos ver. Ser teu irmão é uma alegria que não consigo descrever.

Obrigado Leo, Michele, Victor, David e todos os demais amigos com quem compartilhei cafés, conversas, trabalhos e planos para dominar o mundo em todos esses anos de UFPR.

Ao Doug, Júlio, Fernando, Tairone, Maiko, André, Estêvão e Hermano, e respectivas esposas/namoradas que foram minha válvula de escape com as noites de jogatinas, os churrascos e os trocadilhos infames que mantiveram a sanidade e a energia para voltar para mais um dia.

Obrigado vô Bohdan e vô Orlando, que já não estão presentes há algum tempo, mas que sempre estiveram e estarão ao meu lado.

Ao professor Adalto, que comprou a ideia maluca de falar sobre futebol em uma monografia de Ciências Econômicas e ajudou em todas as etapas deste trabalho, com cada conversa e mensagem deste último ano.

Por fim, obrigado à minha namorada, Ana, que mais me aturou nesse tempo todo e sempre esteve ao meu lado, sempre com um sorriso e muito carinho.

*“il calcio è la cosa più importante delle cose non importanti”*  
“O futebol é a coisa mais importante dentre as coisas menos importantes”

Arrigo Sacchi

## RESUMO

O presente trabalho analisa a participação das receitas com direitos de transmissão de TV nas receitas operacionais dos clubes e a possível relação entre a composição das receitas e sua performance no Campeonato Brasileiro de Futebol do ano seguinte. Seu objetivo é entender como estes valores podem influenciar o desempenho de uma equipe. De início é apresentada uma perspectiva histórica do futebol no Brasil e do início das transmissões das partidas, demonstrando a relação existente entre as duas atividades. Na sequência são apresentados os aspectos legislativos das transmissões esportivas e fontes alternativas de receitas comumente utilizados pelas equipes. Os dados financeiros foram coletados através das demonstrações de resultado do exercício das próprias equipes, através de seus sites ou das federações às quais são filiadas, e foram analisadas as cinco principais contas declaradas pelos times: direitos de transmissão, transferências de atletas, patrocínios, programa de sócio torcedor e bilheteria. Por fim, foi realizada a análise da evolução dos valores destas contas ao longo do período de 2013 a 2017 comparados com os resultados do Brasileirão de 2014 a 2018. Como resultado, não foi verificada uma relação direta das receitas de televisão com a performance das equipes, porém foi notada a ocorrência esporádica da queda de aproveitamento de um time em consequência da negociação de atletas, gerando aumento na receita de venda de direitos econômicos, e levam à uma melhor compreensão da composição das receitas dos clubes da Série A.

Palavras-chave: Cotas de Televisão. Futebol. Brasileirão. Receitas Alternativas. Direitos de transmissão.

## ABSTRACT

The present work analyzes the share of TV broadcast revenues in the clubs' operating revenues and the possible relationship between revenues' composition and performance in the Brazilian Football Championship of the following year. The goal is to understand how these values can influence the performance of a team. At first, a historical perspective of football in Brazil and the beginning of the match broadcasting is presented, demonstrating the relationship between the two activities. Following are presented the legislative aspects of sports broadcasting and alternative sources of revenue commonly used by teams. Financial data were collected through the teams' own income statements, through their websites or the federations to which they are affiliated, and the top five accounts declared by the teams were analyzed: TV broadcast rights, athlete transfers, sponsorships, official membership and tickets selling. Finally, an analysis was made of the evolution of the values of these accounts over the period 2013-2017 compared with the results of the Brasileirão 2014-2020. As a result, there was no direct relationship between television revenues and team performance, but there was a sporadic decline in team performance as a result of the negotiation of athletes, leading to increased revenue from selling economic rights, and lead to a better understanding of the composition of Serie A club revenues.

Key-words: TV Broadcast Shares. Soccer. Brasileirão. Alternative Sources of Revenue. TV Broadcast Rights.



## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - POSIÇÕES DOS TIMES AO FIM DE CADA CAMPEONATO.....	33
FIGURA 2 - MODALIDADES DE ASSOCIAÇÃO "SÓCIO FURACÃO" DO ATHLETICO PARANAENSE.....	53
FIGURA 3 - MODALIDADES DE ASSOCIAÇÃO "AVANTI" DO PALMEIRAS.	53
FIGURA 4 - PATROCÍNIOS EM UNIFORMES DE CORINTHIANS E SANTOS .....	55
FIGURA 5 - PLACAS DE PUBLICIDADE AO REDOR DO CAMPO .....	56
FIGURA 6 - ALLIANZ PARQUE, ESTÁDIO DO PALMEIRAS.....	56
FIGURA 7 - GRÁFICOS DAS RELAÇÕES ENTRE TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS E PERFORMANCE .....	82

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - MÉDIA DE PÚBLICO DO BRASILEIRÃO .....	21
TABELA 2 - MÉDIA DE PÚBLICO DO BRASILEIRÃO 2018 .....	22
TABELA 3 - RESULTADOS CAMPEONATO BRASILEIRO DE 2014 A 2018 .	32
TABELA 4 - APROVEITAMENTO CAMPEONATO BRASILEIRO DE 2014 A 2018 .....	32
TABELA 5 - RECEITA TOTAL DOS CLUBES ENTRE 2013 E 2017 .....	35
TABELA 6 – CORRELAÇÃO ENTRE EVOLUÇÃO DE RECEITAS TOTAIS E DE APROVEITAMENTO .....	37
TABELA 7 - COMPOSIÇÃO DAS RECEITAS DOS CLUBES NA TEMPORADA 2013 .....	39
TABELA 8 - COMPOSIÇÃO DAS RECEITAS DOS CLUBES NA TEMPORADA 2014 .....	39
TABELA 9 - COMPOSIÇÃO DAS RECEITAS DOS CLUBES NA TEMPORADA 2015 .....	40
TABELA 10 - COMPOSIÇÃO DAS RECEITAS DOS CLUBES NA TEMPORADA 2016 .....	40
TABELA 11 - COMPOSIÇÃO DAS RECEITAS DOS CLUBES NA TEMPORADA 2017 .....	41
TABELA 12 - MÉDIAS DE COMPOSIÇÃO DAS RECEITAS ENTRE 2013 E 2017 .....	41
TABELA 13 - DIREITOS DE TRANSMISSÃO DOS CLUBES DE 2013 A 2017 .....	43
TABELA 14 - CORRELAÇÃO ENTRE EVOLUÇÃO DE RECEITAS DE TRANSMISSÃO E DE APROVEITAMENTO .....	44
TABELA 15 - DISTRIBUIÇÃO DAS RECEITAS DE TRANSMISSÃO DE TELEVISÃO ENTRE 2013 E 2015 .....	45
TABELA 16 - DISTRIBUIÇÃO DAS RECEITAS DE TRANSMISSÃO DE TELEVISÃO ENTRE 2016 E 2017 .....	45
TABELA 17 - TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS DE 2013 A 2017 .....	49
TABELA 18 - CORRELAÇÃO ENTRE EVOLUÇÃO DE RECEITAS DE TRANSFERÊNCIAS E DE APROVEITAMENTO .....	50
TABELA 19 - RECEITAS COM SÓCIO TORCEDOR, DE 2013 A 2017 .....	52

TABELA 20 - CORRELAÇÃO ENTRE EVOLUÇÃO DE RECEITAS DE SÓCIOS E DE APROVEITAMENTO.....	54
TABELA 21 - RECEITAS COM PATROCÍNIOS, DE 2013 A 2017 .....	57
TABELA 22 - CORRELAÇÃO ENTRE EVOLUÇÃO DE RECEITAS DE PATROCÍNIO E APROVEITAMENTO .....	58
TABELA 23 - RECEITAS DE BILHETERIA ENTRE 2013 E 2017 .....	60
TABELA 24 - CORRELAÇÃO ENTRE EVOLUÇÃO DE RECEITAS DE BILHETERIA E APROVEITAMENTO.....	61

## LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 - MÉDIA DE PÚBLICO NOS ESTÁDIOS .....	21
GRÁFICO 2 - VARIAÇÃO DAS MÉDIAS DE DIREITOS DE TV E TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS.....	42
GRÁFICO 3 - EVOLUÇÃO DE RECEITAS DE PATROCÍNIO ENTRE CORINTHIANS, FLAMENGO E PALMEIRAS.....	57
GRÁFICO 4 - RECEITAS DE SÓCIO TORCEDOR X BILHETERIAS .....	59

## LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - PARTICIPAÇÕES NO CAMPEONATO BRASILEIRO ENTRE 2014 E 2018.....	31
QUADRO 2 – 10 MAIORES TRANSFERÊNCIAS DO FUTEBOL BRASILEIRO ATÉ 2019 (EM MILHÕES).....	48
QUADRO 3 - CORRELAÇÃO GERAL ENTRE RECEITAS E APROVEITAMENTO.....	61
QUADRO 4 - TESTE DE HIPÓTESES DAS CORRELAÇÕES.....	62
QUADRO 5 - DADOS EM PAINEL PARA CORRELAÇÃO GERAL.....	84

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>15</b>
1.1	OBJETO	16
1.2	BREVE CONTEXTO HISTÓRICO	17
1.3	FORMAS ALTERNATIVAS DE RECEITA	20
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL ANALÍTICO</b>	<b>25</b>
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA</b>	<b>30</b>
<b>4</b>	<b>ANÁLISE E DISCUSSÃO</b>	<b>34</b>
4.1	RECEITA TOTAL	34
4.2	DIREITOS DE TRANSMISSÃO DE TELEVISÃO	42
4.3	TRANSFERÊNCIA DE ATLETAS	47
4.4	PROGRAMA DE SÓCIO TORCEDOR	51
4.5	PATROCÍNIOS	54
4.6	BILHETERIA	59
4.7	CORRELAÇÃO GERAL	61
<b>5</b>	<b>CONCLUSÃO</b>	<b>63</b>
	REFERÊNCIAS	66
	APÊNDICE 1 – DETALHAMENTO DOS VALORES ANALISADOS	74
	APÊNDICE 2 – REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DA COMPARAÇÃO ENTRE TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS E DESEMPENHO	82
	APÊNDICE 3 – DADOS EM PAINEL PARA CORRELAÇÃO GERAL ENTRE RECEITAS E DESEMPENHO	84

## 1 INTRODUÇÃO

O trabalho a seguir tem como objetivo entender a representatividade das receitas com direitos de transmissão nas receitas operacionais dos clubes da Série A do Campeonato Brasileiro de Futebol (também conhecido como “Brasileirão”) e uma possível relação entre a composição das receitas com o desempenho no torneio nos últimos cinco anos (2014 – 2018).

Sendo o futebol o esporte mais atrativo e conhecido do país, que atrai milhares de pessoas semanalmente aos estádios e influencia o cotidiano do brasileiro, é natural que a televisão tenha um papel fundamental na interação entre torcedor e clube. As transmissões esportivas funcionam como um “escape” para vários cenários que afastariam o público dos estádios, como distância (seja pela popularidade do time, como Flamengo e Corinthians que possuem torcedores em todo o país, ou em casos de times que jogam em outras regiões, de difícil acesso de seus torcedores – como times do Rio Grande do Sul jogando no Nordeste, por exemplo), valores de ingressos, lotação do estádio ou data e horário da partida.

Além disso, a extinção do “passe” alterou a forma pela qual os clubes tinham arrecadações, sendo necessário procurar receitas alternativas para a manutenção de sua saúde financeira. A negociação dos direitos de transmissão, tópico de muita controvérsia ao longo das últimas décadas, desponta como uma das principais arrecadações dos times na temporada, e tende a ser mais lucrativa a cada novo acordo costurado com as emissoras de televisão.

No entanto, não se sabe definir qual a representatividade destes valores para a equipe no âmbito esportivo, tendo ou não relação com a melhora ou queda na performance no campeonato nacional. Este trabalho terá como questionamento principal esta análise, baseada em relatórios financeiros disponibilizados pelos clubes e outras empresas que avaliam o esporte, informações das últimas edições do Brasileirão e outros trabalhos já realizados no âmbito acadêmico que tenham similaridade com o tema.

O primeiro capítulo trará uma rápida explicação do funcionamento do campeonato, seguido de breve resumo da transformação do “futebol-esporte” em “futebol-mercadoria” e acompanhada de algumas informações da legislação corrente sobre o assunto. O segundo parágrafo mostra nosso referencial teórico, com várias abordagens sobre o tema analisado, enquanto o terceiro capítulo falará sobre a metodologia do trabalho, indicando as fontes de dados e os cálculos a serem realizados. Na quarta parte deste trabalho faremos a análise de algumas das principais fontes alternativas de receita dos clubes e a discussão dos

resultados obtidos, enquanto o último capítulo contém nossas conclusões sobre a relevância dos direitos de transmissão perante outras receitas no desempenho das equipes.

## 1.1 OBJETO

Organizado pela Confederação Brasileira de Futebol, é a principal competição do esporte no país. É composto atualmente por 128 times divididos em divisões – 20 nas três primeiras, as séries A, B e C, e 68 equipes na D<sup>1</sup> –, nas quais as quatro primeiras equipes de cada divisão ascendem para a divisão imediatamente superior (na ordem, D-C-B-A) enquanto as quatro últimas são relegadas para a divisão imediatamente inferior (na ordem, A-B-C-D)<sup>2</sup>.

A Série A do Brasileirão é o principal torneio de todo o campeonato, com a maior visibilidade e as melhores premiações. Começando em maio, após os campeonatos estaduais, e com final em dezembro, as 20 equipes se enfrentam em duas oportunidades, uma vez a cada turno (cada time joga uma partida em casa). Os seis primeiros colocados garantem vaga na Copa Libertadores, competição de maior expressão no continente, enquanto os classificados entre sétimo e décimo segundo lugares ganham o direito de disputar a Copa Sul-Americana.<sup>3</sup>

Criado em 1959 como a Taça Brasil, o torneio passou por diversas reformulações de formato e foi renomeado várias vezes até que, em 2003, passou a funcionar no sistema de pontos corridos – como é atualmente –, e viu o surgimento de grandes nomes do futebol como Pelé, Garrincha, Ronaldo, Zico, Sócrates, Jairzinho, Romário, Falcão, Gérson e Ronaldinho Gaúcho (segundo Atkins (2013), considerados os 10 melhores jogadores brasileiros de todos os tempos), além da consolidação dos times mais tradicionais do país.

O Palmeiras é o maior campeão da história do campeonato, tendo conquistado 10 títulos desde o surgimento da Taça Brasil. O Santos de Pelé, Pepe e Coutinho é o time com mais títulos seguidos, sendo pentacampeão entre 1961 e 1965.

---

<sup>1</sup> Na Série C as equipes são divididas em dois grupos de 10 times que se enfrentam em jogos de ida e volta. Os quatro primeiros colocados de cada grupo participam das quartas de final, semifinal e final. Já na Série D, as equipes se dividem em 17 grupos de 4 participantes, onde os melhores de cada um e os 15 melhores segundos colocados passam para a segunda fase, disputada em formato “mata-mata” até a final.

<sup>2</sup> A classificação das equipes para a disputa da Série D ocorre através dos campeonatos e torneios estaduais, realizados pelas respectivas federações, além dos quatro times rebaixados da Série C do ano anterior.

<sup>3</sup> O número de classificados pode aumentar para 9 se o campeão da Copa do Brasil, torneio mata-mata disputado durante o ano com equipes de todas as divisões, da Libertadores e da Sul-Americana estiverem entre os 6 primeiros da tabela do Brasileirão.



## 1.2 BREVE CONTEXTO HISTÓRICO

Segundo Caldas (1994), o contato do Brasil com o *football* ocorreu em 1894, através de Charles W. Miller. Até meados da década de 1910, então, passou a ocorrer uma “consolidação” do esporte, com o surgimento de times, seguida de uma crescente busca de novos adeptos.

Com as primeiras equipes, surgiu também o primeiro órgão para liderar a prática do futebol no país. Criada em 1916, a Confederação Brasileira de Desportos – CBD – era “uma entidade compromissada com o desenvolvimento desportivo”<sup>4</sup>, e foi filiada à *Fédération Internationale de Football Association*, a FIFA, pouco depois, em 1923.

Em paralelo com a expansão do futebol, o período dos anos 1920 e 1930 marcam também o surgimento e desenvolvimento radiofônico no país. Os caminhos do futebol e do rádio finalmente se encontram no início dos anos 1930. Com o equipamento sendo de mais fácil acesso, não tardou para que as emissoras percebessem como poderiam atrair mais audiência ao fazer pequenos boletins informativos sobre os eventos esportivos. Junto das transmissões radiofônicas das partidas de futebol, surgiram também as primeiras discussões sobre o impacto do meio de comunicação nas receitas dos clubes.

Com a expansão e popularização do rádio em São Paulo, também atribuídas às narrações de Tuma, diversos torcedores mudaram seus hábitos: ao invés de se deslocarem ao local dos jogos de futebol, passaram a acompanhar os eventos esportivos do conforto de suas casas, o que gerou a insatisfação de clubes paulistas que já sentiam uma diminuição na renda de bilheterias. (GASPARINO, 2013, p. 18).

Apesar de presente no Brasil desde 1950, foi no final dos anos 1970 e início dos anos 80 que a televisão passou a valorizar mais o futebol em sua programação. Apesar do rádio ainda ter muita relevância nas partidas, as emissoras passaram a notar o quão rentável era a audiência nos dias de jogo, e as diversas companhias que trabalhavam no cenário televisivo buscaram aumentar sua presença nos estádios – que trazia suas próprias dificuldades.

E o “modus operandi” era tão resumido quanto complicado. A emissora de televisão queria mostrar uma partida? Que negociasse com os dois clubes envolvidos nela, mais a federação. A emissora não tinha como pagar o que os clubes e a federação pediam? Não havia conversa: a televisão não mostraria aquela partida. Talvez, não tivesse nem direito de filmagens rápidas para exibição em telejornais. (SOUZA, 2019).

---

<sup>4</sup> Segundo a Confederação Brasileira de Futebol, CBF. Informações divulgadas no website da confederação.

As emissoras disputavam entre si os horários e partidas que seriam apresentadas, cada uma com sua peculiaridade. Em determinadas partidas, mais importantes e que atrairiam maior público, as emissoras praticavam o que é conhecido como “pool”, ou seja, dividiam custos na compra dos direitos de transmissão e exibiam simultaneamente os jogos.

Tal prática existiu até meados da década de 1980, quando a TV Manchete resolveu fazer uma proposta maior que todas as outras emissoras para transmitir, com exclusividade, a decisão do Brasileirão de 1986. A atitude da emissora marcou a história do futebol brasileiro, e as mudanças realizadas no ano seguinte – com a tentativa de realizar a Copa União e a criação da União dos Grandes Clubes do Futebol Brasileiro, o “Clube dos 13” – consolidaram a posição da Rede Globo em investir US\$ 3,4 milhões por um contrato de exclusividade com duração de 5 anos para a exibição do torneio. Surgiu, a partir deste ponto, o conceito de “direitos de transmissão”, que futuramente seriam tão importantes para os clubes.

Com o advento da Lei Pelé nos anos 1990, os clubes precisaram buscar outras formas de arrecadação que não o “passe”, um valor cobrado de qualquer equipe que buscasse a contratação de um jogador vinculado à outra. Surgem então as preocupações com produtos licenciados, venda de espaços publicitários, contratos de patrocínio com empresas e os programas de sócio torcedor, que também serão assunto para os próximos tópicos.

A base jurídica dos esportes brasileiros surgiu quando o Decreto-Lei nº 3.199, de 14 de abril de 1941, criou o Conselho Nacional de Desportos, CND, para organizar suas regras de funcionamento.

Foi somente em 1973, já com o rádio sendo um influente veículo para a transmissão dos jogos, que o âmbito jurídico passou a regular a modalidade. Segundo o art. 4º da Lei nº 5.988, de 14 de dezembro de 1973, “considera-se transmissão ou emissão - a difusão, por meio de ondas radioelétricas, de sons, ou de sons e imagens” (BRASIL, 1973). Este entendimento, com o advento da televisão e demais tecnologias relacionadas, foi revogado pelo art. 5º da Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, onde “considera-se transmissão ou emissão – a difusão de sons ou de sons e imagens, por meio de ondas radioelétricas; sinais de satélite; fio, cabo ou outro condutor; meios óticos ou qualquer outro processo eletromagnético” (BRASIL, 1998).

O assunto ficou mais direcionado aos jogos de futebol no início da década de 90, quando a Lei 8.672, de 6 de julho de 1993 – popularmente conhecida como Lei Zico, uma vez que foi elaborada a pedido do ex-jogador (quando Secretário de Esportes entre 1990 e

1991) – determinou, no art. 24, que “às entidades de prática desportiva pertence o direito de autorizar a fixação, transmissão ou retransmissão de imagem de espetáculo desportivo de que participem” (BRASIL, 1993), deixando explícito no §2º que “o disposto neste artigo não se aplica a flagrantes do espetáculo desportivo para fins exclusivamente jornalísticos ou educativos, cuja duração, no conjunto, não exceda de três minutos” (BRASIL, 1993).

A grande mudança aconteceu com o então presidente Fernando Henrique Cardoso sancionando a Lei nº 9.615, de 24 de março de 1998 – a “Lei Pelé”, nomeada pelo então Ministro do Esporte. O texto traz dois tópicos muito importantes para a análise que virá a seguir:

1. O art. 42 declara que é das equipes o direito de “negociar, autorizar ou proibir a captação, a fixação, a emissão, a transmissão, a retransmissão ou a reprodução de imagens, por qualquer meio ou processo” (BRASIL, 1998), estratificando um pouco mais o que era descrito pelo art. 24 da Lei Zico;
2. Promove a extinção da Lei 6.354, de 2 de setembro de 1976 – conhecida como “Lei do Passe”<sup>5</sup> –, através dos incisos do §5º do art. 28 da Lei Pelé<sup>6</sup>.

Este artigo, ao extinguir o vínculo de um atleta com seu clube mesmo após o vencimento do seu contrato, causou revolta entre as equipes profissionais de futebol, que tratavam o passe como sua principal fonte de renda. Sua motivação deu-se com o caso Bosman, ocorrido em 1995, quando o jogador belga Jean-Marc Bosman venceu uma disputa jurídica com seu clube, *Royal Club Liégeois SA*, e conquistou o direito de se transferir para outra equipe sem a compensação prevista inicialmente em contrato.

Segundo Carlezzo (2001), o *Liégeois* havia oferecido uma renovação contratual para Bosman com redução salarial, refutada pelo jogador, que por sua vez buscou contato com outros times para efetuar uma transferência. O Dunquerque, da França, concordou com a contratação, porém sem efetuar o pagamento compensatório para o time belga. A disputa, resolvida no Tribunal de 1ª Instância de Liège, deu ganho de causa para Bosman, e abriu um enorme precedente na comunidade europeia para a extinção do passe.

---

<sup>5</sup> A Lei do Passe definia, no art. 11, que o passe do jogador é “a importância devida por um empregador a outro, pela cessão do atleta durante a vigência do contrato ou depois de seu término” (BRASIL, 1976). Este artigo garantia aos times o direito de receber um valor específico para a negociação do jogador, independentemente de a vigência do contrato do atleta ter vencido ou não. Desta forma, se uma equipe tivesse interesse em contratar um atleta, era obrigada a pagar o valor estipulado pelo time com o qual este tinha vínculo anteriormente, estando com seu contrato vigente ou não.

<sup>6</sup> Os incisos do §5º do art. 28 da Lei 9.615/93, determinam o que constitui o vínculo empregatício do atleta com a entidade de prática desportiva, e estipulam que este será dissolvido: com o término da vigência do contrato ou seu distrato, com o pagamento da cláusula indenizatória (rescisão), pelo inadimplemento salarial, com rescisão indireta ou por dispensa imotivada do atleta.

Toda a decisão foi tomada no entorno do Tratado de Roma, de março de 1957, que determinava o direito à livre circulação de trabalhadores pela Europa. A decisão do tribunal belga, conforme Kampff (2019), também permitiu que jogadores nascidos em países da União Europeia pudessem dispor dos mesmos direitos, e causou uma grande mudança na forma como ocorriam as relações trabalhistas esportivas no continente, uma vez que, terminado seu contrato, um jogador estaria livre para atuar por qualquer outro clube.

O impasse jurídico teve início em 1990 e foi finalizado apenas nos últimos dias de 1995, gerando efeitos imediatos no continente europeu. Tal decisão seria refletida no Brasil pouco mais de dois anos depois, nas definições trazidas pela “Lei Pelé”.

### 1.3 FORMAS ALTERNATIVAS DE RECEITA

Conforme apontam Silva e Filho (2006), a nova legislação levou os clubes de futebol a procurarem novas fontes de renda para preencher a lacuna deixada pelo passe. Os times europeus, que passaram pelo mesmo processo, já haviam iniciado a profissionalização da gestão visando aumentar suas receitas, buscando na arrecadação com bilheteria, marketing e nos direitos de transmissão outras maneiras de sustentar sua parte financeira. No Brasil, entretanto, a preocupação com a parte administrativa do clube veio de forma tardia, e a negociação de jogadores – mesmo após a extinção do passe – ainda era primordial para fechar a temporada com números melhores em termos de resultado financeiro.

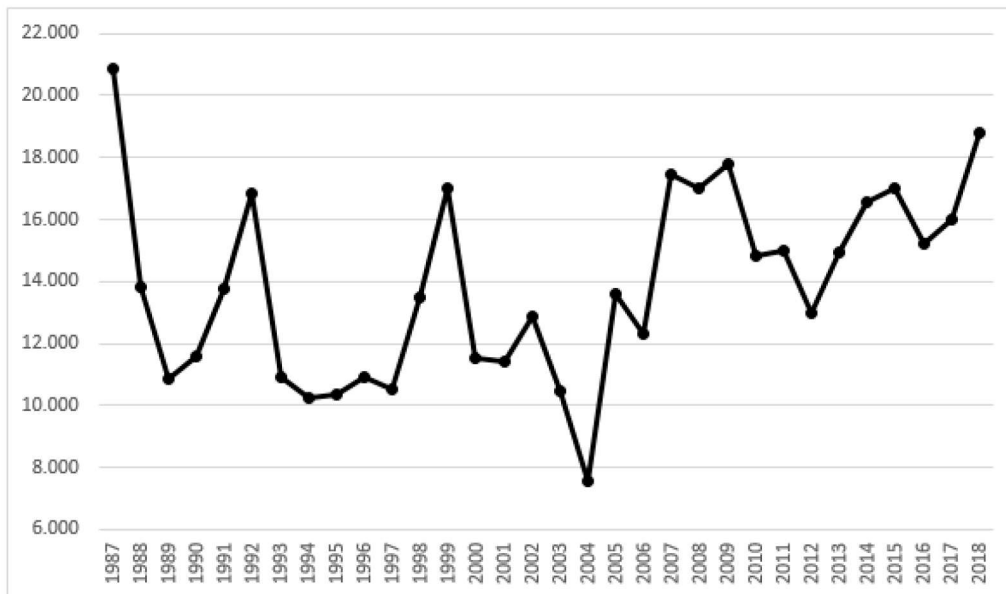
O início das transmissões televisionadas gerou mudanças que foram refletidas nas receitas dos clubes. Aguiar e Prochnik (2010) indicam que, de 1987 a 2010, o valor pago pelas emissoras de TV para transmissão do Campeonato Brasileiro aumentou de US\$ 3,4 milhões a US\$ 269 milhões e, no mesmo período, a média de público nos estádios mesmo período seguiu um caminho inverso, reduzindo de 20.877 para 14.839 pessoas por jogo (RSSF 2013), conforme o Gráfico 1. No entanto, os dados mais atuais, exibidos na Tabela 1, indicam um expressivo aumento nos valores repassados pela Rede Globo de Televisão para os 20 clubes da Série A, ultrapassando os R\$ 1,3 bilhão em 2018, enquanto a média de público nos estádios também cresceu no período mais recente após 2012, atingindo 18.834 (conforme Tabela 2).

TABELA 1 - MÉDIA HISTÓRICA DE PÚBLICO DO BRASILEIRÃO

Ano	Média	Varição	Ano	Média	Varição
1987	20.877	0	2003	10.468	-18,6%
1988	13.811	-33,8%	2004	7.556	-27,8%
1989	10.857	-21,4%	2005	13.600	80,0%
1990	11.600	6,8%	2006	12.300	-9,6%
1991	13.760	18,6%	2007	17.471	42,0%
1992	16.814	22,2%	2008	16.992	-2,7%
1993	10.914	-35,1%	2009	17.807	4,8%
1994	10.222	-6,3%	2010	14.839	-16,7%
1995	10.332	1,1%	2011	14.976	0,9%
1996	10.913	5,6%	2012	12.983	-13,3%
1997	10.497	-3,8%	2013	14.951	15,2%
1998	13.487	28,5%	2014	16.556	10,7%
1999	17.018	26,2%	2015	17.002	2,7%
2000	11.546	-32,2%	2016	15.200	-10,6%
2001	11.401	-1,3%	2017	15.975	5,1%
2002	12.866	12,8%	2018	18.821	17,9%

FONTE: ADAPTADO DE MANIAUDET E SILVA (2018)

GRÁFICO 1 - MÉDIA DE PÚBLICO NOS ESTÁDIOS



FONTE: AUTOR (2019)

TABELA 2 - MÉDIA DE PÚBLICO DO BRASILEIRÃO 2018

Times	Estádio	Capacidade	Média de Público	% Ocupação
América Mineiro	Independência	23.018	4.897	21,27%
Atlético Mineiro	Independência	23.018	17.177	74,62%
Atlético Paranaense	Arena da Baixada	42.370	10.570	24,95%
Bahia	Arena Fonte Nova	50.025	19.315	38,61%
Botafogo	Nilton Santos	44.661	11.569	25,90%
Ceará	Arena Castelão	63.903	28.078	43,94%
Chapecoense	Arena Condá	20.089	9.391	46,75%
Corinthians	Arena Corinthians	47.605	31.367	65,89%
Cruzeiro	Mineirão	61.846	13.534	21,88%
Flamengo	Maracanã	78.838	47.139	59,79%
Fluminense	Maracanã	78.838	14.458	18,34%
Grêmio	Arena do Grêmio	55.662	22.264	40,00%
Internacional	Beira-Rio	50.128	27.701	55,26%
Palmeiras	Allianz Parque	43.713	32.356	74,02%
Paraná	Vila Capanema	20.083	6.222	30,98%
Santos	Vila Belmiro	16.068	10.575	65,81%
São Paulo	Morumbi	72.039	34.320	47,64%
Sport	Ilha do Retiro	32.983	11.428	34,65%
Vasco da Gama	São Januário	21.680	14.880	68,63%
Vitória	Barradão	30.618	9.181	29,99%
<b>Médias</b>		<b>43.859</b>	<b>18.821</b>	<b>42,91%</b>

FONTE: AUTOR (2019)

Neste cenário, mesmo com as baixas médias de público verificadas em alguns casos podemos verificar que, mesmo com outras opções para acompanhar as partidas, ainda existe uma quantia de torcedores que mantém o costume de ir ao estádio. Silva e Filho (2006) constatam uma peculiaridade do fã de futebol, que mantém um duradouro e fidelizado relacionamento com seu clube independentemente dos resultados e conquistas (ou falta delas). Para Szymansky e Kuypers (1999 citado por Silva e Filho, 2006), a relação entre torcedor e clube sugere uma possível inelasticidade da demanda em relação ao preço, uma vez que parte da torcida não deixará de ir ao estádio mesmo com a alta dos ingressos.

Buscando aumentar suas médias de público – ou a arrecadação com elas –, muitos clubes apostam atualmente no modelo do programa de “sócio torcedor”, onde o indivíduo paga uma mensalidade que dá direito a descontos nos ingressos (ou, em alguns casos, o acesso irrestrito aos jogos) e uma série de vantagens nas lojas oficiais, onde pode desfrutar de produtos licenciados da equipe. A estratégia permite que a administração trabalhe com um valor considerado como garantido ao longo do mês, independente do comparecimento da torcida nos jogos, facilitando assim o planejamento financeiro do time.

Como dito anteriormente, é possível verificar que alguns times tiveram baixas médias de ocupação de seus estádios no Brasileirão 2018. Uma das causas de tal evasão, além de questões de conforto e segurança que afastam famílias dos jogos presenciais (Silva e Filho, 2006), é a prática da venda do mando de campo, onde a equipe “dona da casa” transfere a localidade da partida para outro estádio mediante compensação financeira. Tal ação é comum entre times de menor expressão no cenário nacional quando

enfrentando gigantes do campeonato (como fez o CSA em 2019, por exemplo, na partida contra o Flamengo, realizando a partida em Brasília ao invés de Alagoas) ou por clubes em dificuldades financeiras (como fez o Botafogo, em partida contra o Palmeiras em 2019, que deixou de jogar no Rio de Janeiro para também atuar em Brasília).

Outra fonte de receita importante para os clubes é o fornecimento de material esportivo, com produtos licenciados que carregam as cores e escudo do time. As lojas oficiais em estádios e shopping centers exibem camisas, flâmulas, bandeiras, copos, capas de celular, toucas, chaveiros e demais produtos que sirvam ao propósito do torcedor de demonstrar seu amor ao clube, e as vendas de tais itens tem impacto direto nos resultados contabilizados pela administração. Um exemplo é o relacionamento da fornecedora de materiais esportivos alemã Adidas com o São Paulo Futebol Clube, que de acordo com reportagem da ESPN Brasil (2018) é válido até 2024 com arrecadação anual de R\$ 15 milhões fixos e participação de 26% nos produtos vendidos.

Não se pode ignorar o fato que boa parte das receitas dos clubes brasileiros ainda é dependente da venda dos direitos federativos<sup>7</sup> dos atletas. A questão da falta de planejamento de longo prazo na gestão das equipes, como dissemos antes, é uma das grandes causadoras desse êxodo de jogadores para, principalmente, o continente europeu. O baixo poderio financeiro – se comparado com os dos times do Velho Continente – não nos permitem uma disputa salarial com os times estrangeiros, que veem em nosso campeonato um mercado barato e promissor (Silva e Filho, 2006). Desta forma, não é incomum vermos jovens de 17 a 20 anos sendo negociados por alguns poucos milhões de reais para times de menor expressão na Europa, para em pouco tempo ganharem destaque internacional e renderem dezenas de milhões de euros às equipes.

Conforme Brunoro (2005 citado por Silva e Filho, 2006), a “exportação” de atletas, apesar de gerar receitas valiosas e necessárias aos clubes brasileiros, acaba por minar qualquer possibilidade de planejamento de longo prazo, o que atrapalha o desenvolvimento dos times. A falta de tempo para organizar uma estrutura propícia acaba levando à busca do sucesso imediato, com a revelação de atletas das categorias de base – que novamente serão vendidos de forma precoce ao futebol do exterior, como visto recentemente nos casos dos atletas Vinícius Júnior e Rodrygo, “crias” das categorias de base de Flamengo e Santos

---

<sup>7</sup> Direito federativo do atleta é aquele detido por um clube e que permite o jogador atuar pela equipe. Este é de caráter único, e tem validade enquanto existir o contrato com o time. É um instrumento jurídico que surgiu como alternativa ao passe para demonstrar o vínculo entre atleta e agremiação. Além dele existe o direito econômico, que pode ser compreendido como uma parcela do valor de mercado do jogador ao qual uma entidade esportiva tem direito. Este pode ser divisível entre equipes, e geralmente é utilizado como opção de negociação para diminuir o preço de transferência entre clubes.

respectivamente, e negociados com menos de 18 anos para o Real Madrid<sup>8</sup> (em 2017 e 2018, respectivamente) – ou a conquista de títulos de expressão nacional ou continental, que são transformados em “vitrine” para os atletas de maior destaque nas competições.

Estas condições favorecem a manutenção de um “ciclo financeiro” para as equipes, que raramente buscam outras maneiras de se destacar no cenário nacional (e continental). Um dos casos recentes de maior sucesso é o da parceria entre o Palmeiras e a empresa de crédito pessoal Crefisa, iniciada em 2015, cujos aportes financeiros e participação na cúpula administrativa do time paulista permitiram um período de considerável destaque e domínio nacional, com um amplo número de contratações de jogadores e a conquista de uma Copa do Brasil (2015) e dois Campeonatos Brasileiro (2016 e 2018).

Outra opção – já difundida na Europa – que poderia ser considerada para o futuro financeiro dos clubes envolve sua transformação em Sociedades Anônimas Desportivas (Silva e Filho, 2006). Desta forma, os times de futebol poderiam vender seus percentuais para investidores, ter atuação na bolsa de valores e, assim, ter maiores aportes de dinheiro. Equipes europeias como o Bayern de Munique e Borussia Dortmund (Alemanha), Manchester United e Arsenal (Inglaterra) e Juventus e AS Roma (Itália) são alguns exemplos deste modelo, e não coincidentemente aparecem na lista das 20 maiores receitas do mundo feita pela empresa Deloitte (2019). Apesar disso, a hipótese (que, na teoria, já é permitida pela Lei Pelé) ainda enfrenta resistência no cenário brasileiro, que mantém a ideia de “patrocinador *master*” como máximo de atuação que uma empresa pode ter sobre um clube de futebol – casos como o da empresa de produtos alimentícios Parmalat e o Palmeiras (1992), a operadora de planos de saúde Unimed e o Fluminense (1999) ou o fundo de investimentos MSI e o Corinthians (2004). Vale ressaltar, entretanto, que as próprias condições socioeconômicas das duas regiões (Brasil e Europa) podem explicar esta diferença de pensamento, além do fato de serem campeonatos com poucas semelhanças (nos quesitos financeiros).

---

<sup>8</sup> O Real Madrid acertou com o Flamengo a obrigação de transferência de Vinícius Júnior em maio de 2017, quando o atleta tinha apenas 16 anos. Como a FIFA determina a idade mínima de 18 anos para transferências internacionais, o acordo seria efetivado apenas em julho de 2018, quando o jogador atingisse a maioridade. A negociação com o Santos por Rodrygo aconteceu no mesmo formato, em junho de 2018, quando o atacante tinha 17 anos. A transferência seria concretizada somente em junho de 2019.



## 2 REFERENCIAL ANALÍTICO

A teoria microeconômica traz conceitos que podem ser aplicados na análise das receitas das equipes. A elasticidade, ou seja, a sensibilidade de uma variável perante a alteração de outra, poderia ser utilizada para entender qual é a reação da torcida (que é tratada como um público extremamente fiel, uma vez que é incomum ao torcedor "trocar" de time) ao aumento ou redução do valor dos ingressos (ou planos de sócio torcedor); a preferência do consumidor (dada pela comparação entre duas cestas de bens  $(x_1, x_2)$  e  $(y_1, y_2)$  e o desejo do mesmo através do seu comportamento), se considerarmos a gama de produtos relacionados ao time (o torcedor prefere assistir aos jogos de casa ou do estádio?); e a escolha (combinação do conjunto orçamentário do consumidor com suas preferências) que o torcedor faz para acompanhar seu time, gerando algum tipo de resultado financeiro para a equipe.

Já pela ótica da contabilidade "a receita compreende, além das entradas provenientes das vendas de mercadorias e prestação de serviços, também os ganhos decorrentes de aumentos nos ativos ou redução nos passivos, que resultam em aumento no patrimônio líquido" (Costa, 2018). Esta categoria, entretanto, é subdividida entre receita operacional - que compreende as vendas de produtos e serviços sem impostos incidentes sobre as compras - e receita financeira - que se configuram como créditos de longo prazo. O Portal Tributário (2019) complementa este último conceito considerando, para fins tributários, variações monetárias que são recebidas ou descontadas através de juros, descontos, rendimentos nominais ou atualizações fixadas em índices. Aplicando estas definições no mercado esportivo, também é possível perceber que as arrecadações com bilheteria, direitos de transmissão, marketing e transferências de jogadores são passíveis de entendimento como "receita operacional", enquanto as receitas financeiras ficam reservadas a aplicações e futuras correções monetárias notadas em transações de crédito futuro. Esta concepção é reforçada através da análise de Athletico Paranaense (2019), que estratifica o valor operacional através das contas de "televisionamento", "transferências de direitos federativos", "premiações", "programa sócio torcedor", "arena (eventos, loja, publicidade e outros)", "patrocínios", "bilheteria e camarotes em jogos" e "outras receitas", enquanto a parte financeira fica restrita aos itens "atualização monetária", "variação cambial", "rendimento de aplicações" e "descontos obtidos".

A importância dos direitos de transmissão em receitas de entidades esportivas não é um assunto inédito. Sendo uma das principais entradas de dinheiro que ocorrem no esporte, temos alguns trabalhos que buscam analisar o tópico de forma mais aprofundada.

Segundo o Itaú BBA (2019), que faz uma análise detalhada dos balanços e demonstrativos divulgados anualmente pelos clubes, os direitos de TV compõem a maior parte das receitas totais dos clubes (quase 41% em 2017, e uma média de 40% ao longo dos últimos 8 anos). Seu relatório também indica que as maiores variações percebidas no decorrer do tempo têm relação direta com as renegociações dos acordos com as emissoras, mas que a nova regra de distribuição das receitas de TV aberta, vigente a partir de 2019, afetará tanto o desequilíbrio gerado pelos pagamentos desproporcionais aos clubes da Série A quanto o próprio fluxo de caixa das equipes. Se até 2018 as emissoras negociavam valores individualmente com cada participante da Série A e faziam os pagamentos ao longo do ano, em 2019 o valor fechado será distribuído de acordo com três critérios ponderados (40% serão divididos de forma igualitária entre os 20 times, 30% será referente ao desempenho no campeonato e outros 30% das presenças ao vivo na TV aberta, onde os times com mais torcida – e, conseqüentemente, mais audiência – receberão porções maiores), com o terço referente a performance no campeonato sendo paga somente em dezembro. Outros dois aspectos importantes do relatório são a relação feita entre as 5 maiores receitas de cada temporada, desde 2010, com os times que conquistaram o Brasileirão – de acordo com o Itaú BBA, o vencedor do campeonato figurava como um dos que mais tiveram receita no ano em 5 das 8 oportunidades, sendo que outros dois títulos (do Fluminense, em 2010 e 2012) poderiam figurar nesta lista<sup>9</sup> – e a comparação das receitas de clubes brasileiros e europeus – mostrando que as 20 maiores equipes do Velho Continente mostram maior preocupação com seus recebimentos de TV e das áreas comerciais (podendo desconsiderar as vendas de jogadores de suas receitas operacionais) enquanto que, no Brasil, os times ainda sentem a importância das negociações de direitos federativos dos jogadores.

O aspecto da venda individual e coletiva dos direitos de transmissão (conforme citamos anteriormente) também é passível de questionamentos. Falconieri, Palomino e Sákovics (2002) avaliam as diferenças e buscam responder qual das opções oferece melhores retornos aos times, através de um modelo que avalia equipes com poder de barganha heterogêneo, dado que decidem o quanto irão investir em seu elenco e comissão técnica. Os autores consideram os times como agentes maximizadores de lucros, com o prêmio em dinheiro referente a sua performance no campeonato e as vendas dos direitos de transmissão. A conclusão dos autores é que, teoricamente, a negociação individual traz

---

<sup>9</sup> O relatório indica que o Fluminense, em 2010 e 2012 tinha os salários de seus atletas em parte subsidiados por uma patrocinadora, valores não indicados nos demonstrativos. Tais montantes, não mencionados no documento do Itaú BBA, poderiam colocar a equipe carioca na lista dos 5 times com maiores receitas do futebol se tratado como receitas de patrocínio.

maiores retornos de “bem-estar” às equipes, considerando três efeitos importantes: poder de barganha (que pode reduzir ou aumentar se os direitos forem vendidos coletivamente, porém, depende da heterogeneidade de poderes entre as equipes), premiação (prêmios menores podem levar a liga a incentivar os times a decidir por uma divisão relativa a performance no campeonato) e a quantidade de agentes (ligas maiores reduzem o incentivo de seus times a investir se os direitos de imagem forem vendidos de forma coletiva).

Outra discussão sobre a importância dos direitos de transmissão é a possível influência que a televisão causa nas receitas de bilheteria. Allan e Roy (2008) estudaram o caso do Campeonato Escocês na temporada 2002/03<sup>10</sup>, considerando três tipos distintos de torcedores: *ticket holders*, aqueles que compram acesso irrestrito a todos os jogos do time no estádio (similar ao sócio torcedor brasileiro); torcedores que compram ingressos para os jogos em casa e torcedores que compram ingressos para os jogos fora de casa. Os autores enfatizam que, no caso escocês, uma potencial queda nas receitas de bilheteria seria significativa para os times, uma vez que se trata de uma liga considerada pequena no cenário europeu, com baixos valores de direitos de transmissão sendo negociados. Os autores concluem que torcedores *ticket holders* mantêm como comportamento padrão sua presença constante no estádio, independente de adversário ou transmissão de TV. Os torcedores que compram ingressos, no entanto, são mais influenciáveis – principalmente pelo quesito adversário (jogos com maior probabilidade de derrota afastam o torcedor que compra ingressos do estádio). Nesse aspecto, foi reconhecido que as transmissões de TV aberta reduzem em até 30% o público que acompanha o jogo *in loco*, com os autores afirmando que tal conclusão deveria servir como base para futuras negociações de vendas de direitos de transmissão.

Barajas, Fernández-Jardón e Crolley (2005) focaram seus estudos em uma possível influência de bons desempenhos nos resultados econômicos no futebol espanhol, buscando estabelecer alguma relação entre estes dois indicadores. Os autores descobriram uma alta correlação entre “receitas esportivas” (no qual estão incluídas as vendas dos direitos de transmissão, sendo responsáveis por 46,7% do valor) e desempenho nos times espanhóis, porém a hipótese de que, mesmo quando os clubes atingem bons resultados esportivos seus resultados econômicos não afetados, significativamente foi aceita. Os autores ainda concluem que devem existir outras causas não consideradas no modelo (resultados econômicos são uma função da performance esportiva) que tenham maior poder de explicação para tal cenário no futebol espanhol.

---

<sup>10</sup> O calendário europeu inicia em setembro e termina em maio do ano seguinte.

Pawlowski, Breuer e Hovemann (2010) analisaram como o aumento nos pagamentos para os clubes europeus em um determinado campeonato continental (a Liga dos Campeões da Europa) impactou a performance destes em suas ligas nacionais. Seus estudos concluíram que mudanças realizadas nas últimas décadas no formato da competição afetaram negativamente o equilíbrio competitivo da disputa, com distribuição de receitas (direitos de transmissão inclusos) menos igualitárias e mais concentradas – mesmo em caso de clubes que não tenham uma performance de destaque na temporada –, que influi diretamente nos campeonatos nacionais (times recebem mais dinheiro em competição continental e revertem este montante em investimentos para a temporada seguinte, afetando também as ligas nacionais).

Falando sobre um aspecto mais geral das entradas de dinheiro, Estender (2013), em uma análise mais específica e limitada ao Corinthians, entendeu que o marketing é uma ferramenta extremamente importante para a diversificação e ampliação das fontes de receita do clube. A adoção de técnicas para planejamento estratégico baseado no conhecimento do potencial econômico da equipe levou a direção do time a expandir sua área de atuação no que se relaciona com a “marca” Corinthians, o que permitiu ao mesmo tempo uma ampliação de sua gama de produtos que se convertem em renda, seja na venda bruta de produtos licenciados ou pela ação indireta da marca que induz o torcedor a aumentar seu consumo para com a equipe.

Para Gasparetto (2013) é importante levar em consideração que, assim como qualquer outra organização, os clubes de futebol também devem buscar o lucro em suas atividades financeiras, e, portanto, os desempenhos financeiros e esportivos devem caminhar paralelamente. Sendo assim, não é surpresa que diversas empresas voltem suas atenções para o esporte e passem a atuar neste mercado, seja pela forma de patrocínios e fornecimento de materiais esportivos até as aquisições dos *naming rights* (concessão de direitos de nome, onde a empresa decide a nomenclatura) dos estádios e arenas. O autor ainda indica uma possibilidade de aumento das receitas dos times através do aumento do poder aquisitivo de seus torcedores, que podem ser entendidos como consumidores extremamente fiéis, e afirma que, pelas características muito específicas do mercado esportivo, a representação financeira dos clubes é bem menor do que se acredita normalmente se comparada com grandes companhias industriais e comerciais.

Por fim, vemos que os direitos de transmissão também são tópicos de discussão em outros esportes. Tainsky (2010) buscou estimar a demanda por jogos da *National Football League* – a NFL, liga de futebol americano dos Estados Unidos – através da audiência. Seus dados indicam que a NFL tem uma dependência enorme dos direitos de transmissão,

sendo responsáveis por mais de 50% de suas receitas anuais, provindos de diversos acordos com vários canais que transmitem o campeonato em quase sua totalidade, com os jogos de domingo (*Sunday Night Football*) e segunda (*Monday Night Football*) tendo a maior relevância para o campeonato no aspecto comercial (considerados como *primetime*, os jogos de horário nobre das emissoras americanas). A pesquisa concluiu que a demanda pelos jogos é altamente influenciada pelo domínio em um mercado<sup>11</sup> e qualidade do time que está em campo, porém enfatizam que as características específicas do campeonato podem não trazer os mesmos resultados para outros esportes e ligas.

---

<sup>11</sup> A NFL conta apenas com 32 times em seu campeonato, sem rebaixamentos ou outras divisões de acesso. A maioria destas equipes é de presença estadual (ou seja, o único time do esporte no estado), o que permite concentrar muito mais o número de torcedores. Existem casos onde duas equipes estão baseadas no mesmo estado – ou, em alguns casos, até na mesma cidade –, porém em uma frequência muito menor do que ocorre no futebol. A cidade de Londres, por exemplo, tem mais de 30 times espalhados pelas várias divisões do futebol nacional inglês.

### 3 METODOLOGIA

O objetivo do presente texto é analisar os efeitos dos direitos de transmissão nas receitas operacionais de um clube e uma possível relação destas receitas com o desempenho no Brasileirão, entre 2014 e 2018.

Utilizando como fonte os sites dos clubes e das federações (órgãos que coordenam o futebol no estado), este estudo assume um caráter exploratório, definido pela busca de informações através de observação bibliográfica para atingir o objetivo definido anteriormente.

Os montantes de cada receita foram obtidos através das demonstrações dos resultados dos exercícios (DREs) do período de 2013 a 2017 divulgados por cada equipe<sup>12</sup>, e foram comparadas com o desempenho das equipes no Brasileirão na temporada seguinte (por exemplo, dados da DRE de 2017 com a pontuação da equipe no Campeonato Brasileiro de 2018). O Quadro 1 indica todos os clubes que tiveram participação em, pelo menos, uma das edições do Brasileirão de 2014 a 2018.

Dentre as categorias apresentadas pelos times em suas demonstrações de resultado, este estudo buscou comparar aquelas com maior frequência de utilização, cuidando com estratificações que pudessem causar desvios de valores para contas erradas. Sendo assim, direcionamos nossa análise para as seguintes informações contábeis dos clubes:

- Direitos de Transmissão
- Transferências de Atletas
- Programa de Sócios
- Patrocínios
- Bilheterias

Ainda foi computada a categoria “Outras Receitas”, que serve como um somatório de todos os valores não consideradas nas outras condições. No apêndice 1 deste trabalho encontra-se a explicação detalhada de como foram considerados os valores apresentados nos relatórios financeiros nas categorizações definidas aqui.

---

<sup>12</sup> As entidades de prática desportiva são obrigadas a “elaborar e publicar, até o último dia do mês de abril, suas demonstrações financeiras”, conforme Art. 46-A de BRASIL (2003).

QUADRO 1 - PARTICIPAÇÕES NO CAMPEONATO BRASILEIRO ENTRE 2014 E 2018

Times	2018	2017	2016	2015	2014
América Mineiro	X		X		
Atlético Goianiense		X			
Atlético Mineiro	X	X	X	X	X
Atlético Paranaense	X	X	X	X	X
Avai		X		X	
Bahia	X	X			X
Botafogo	X	X	X		X
Ceará	X				
Chapecoense	X	X	X	X	X
Corinthians	X	X	X	X	X
Coritiba		X	X	X	X
Criciúma					X
Cruzeiro	X	X	X	X	X
Figueirense			X	X	X
Flamengo	X	X	X	X	X
Fluminense	X	X	X	X	X
Goiás				X	X
Grêmio	X	X	X	X	X
Internacional	X		X	X	X
Joinville				X	
Palmeiras	X	X	X	X	X
Paraná	X				
Ponte Preta		X	X	X	
Santa Cruz			X		
Santos	X	X	X	X	X
São Paulo	X	X	X	X	X
Sport	X	X	X	X	X
Vasco da Gama	X	X		X	
Vitória	X	X	X		X

FONTE: AUTOR (2019)

De todas as equipes analisadas, apenas o Atlético Clube Goianiense e o Santa Cruz Futebol Clube não tiveram seus resultados analisados por não terem as informações disponíveis nos veículos oficiais que foram pesquisados (os dois clubes apresentam o resultado apenas como “Receitas Operacionais” e “Receitas de Atividades Desportivas”, respectivamente, sem qualquer tipo de explicação). O Sport Club do Recife, apesar de divulgar seus balanços regularmente, utiliza um critério diferente das demais equipes na categorização de seus gastos e, portanto, também não teve seus valores considerados neste trabalho. Já a Associação Chapecoense de Futebol não teve seus valores do ano de 2013 localizados e, portanto, não são considerados em nossas planilhas.

Com base nestes dados, será realizada uma análise da composição das receitas de cada uma das equipes, visando uma maior compreensão sobre como os clubes têm financiado suas temporadas no Brasileirão. Além disso, faremos 3 cálculos de correlação entre aproveitamento no campeonato e receitas, buscando uma resposta para o objetivo principal deste trabalho:

- Correlação “individual” entre aproveitamento de uma equipe nas 5 temporadas analisadas e cada uma de suas receitas (exemplo: relação dos 5 índices de aproveitamento do Santos – entre 2014 e 2018 – e as receitas acumuladas de transferência de jogadores nas 5 temporadas analisadas – entre 2013 e 2017);
- Correlação entre a evolução das receitas e a evolução do aproveitamento nos cinco anos.

- Correlação “geral”, entre toda uma categoria de receitas e todos os dados de aproveitamento da equipe (exemplo: todos os valores de receitas de direitos de transmissão e todos os valores de aproveitamento).

A tabela 3 traz os resultados das edições de 2014 a 2018 do Campeonato Brasileiro, enquanto a tabela 4 exibe o mesmo período, porém em porcentagem de aproveitamento<sup>13</sup>. A Figura 1 demonstra as posições finais das equipes ao longo do período.

TABELA 3 - RESULTADOS CAMPEONATO BRASILEIRO DE 2014 A 2018

Pos.	2014		2015		2016		2017		2018	
	Time	Pontos	Time	Pontos	Time	Pontos	Time	Pontos	Time	Pontos
1	Cruzeiro	80	Corinthians	81	Palmeiras	80	Corinthians	72	Palmeiras	80
2	São Paulo	70	Atlético Mineiro	69	Santos	71	Palmeiras	63	Flamengo	72
3	Internacional	69	Grêmio	68	Flamengo	71	Santos	63	Internacional	69
4	Corinthians	69	São Paulo	62	Atlético Mineiro	62	Grêmio	62	Grêmio	66
5	Atlético Mineiro	62	Internacional	60	Botafogo	59	Cruzeiro	57	São Paulo	63
6	Fluminense	61	Sport	59	Atlético Paranaense	57	Flamengo	56	Atlético Mineiro	59
7	Grêmio	61	Santos	58	Corinthians	55	Vasco da Gama	56	Atlético Paranaense	57
8	Atlético Paranaense	54	Cruzeiro	55	Ponte Preta	53	Chapecoense	54	Cruzeiro	53
9	Santos	53	Palmeiras	53	Grêmio	53	Atlético Mineiro	54	Botafogo	51
10	Flamengo	52	Atlético Paranaense	51	São Paulo	52	Botafogo	53	Santos	50
11	Sport	52	Ponte Preta	51	Chapecoense	52	Atlético Paranaense	51	Bahia	48
12	Goiás	47	Flamengo	49	Cruzeiro	51	Bahia	50	Fluminense	45
13	Figueirense	47	Fluminense	47	Fluminense	50	São Paulo	50	Corinthians	44
14	Coritiba	47	Chapecoense	47	Sport	47	Fluminense	47	Chapecoense	44
15	Chapecoense	43	Coritiba	44	Coritiba	46	Sport	45	Ceará	44
16	Palmeiras	40	Figueirense	43	Vitória	45	Vitória	43	Vasco da Gama	43
17	Vitória	38	Avai	42	Internacional	43	Coritiba	43	Sport	42
18	Bahia	37	Vasco da Gama	41	Figueirense	37	Avai	43	América Mineiro	40
19	Botafogo	34	Goiás	38	Santa Cruz	31	Ponte Preta	39	Vitória	37
20	Criciúma	32	Joinville	31	América Mineiro	28	Atlético Goianiense	36	Paraná	23

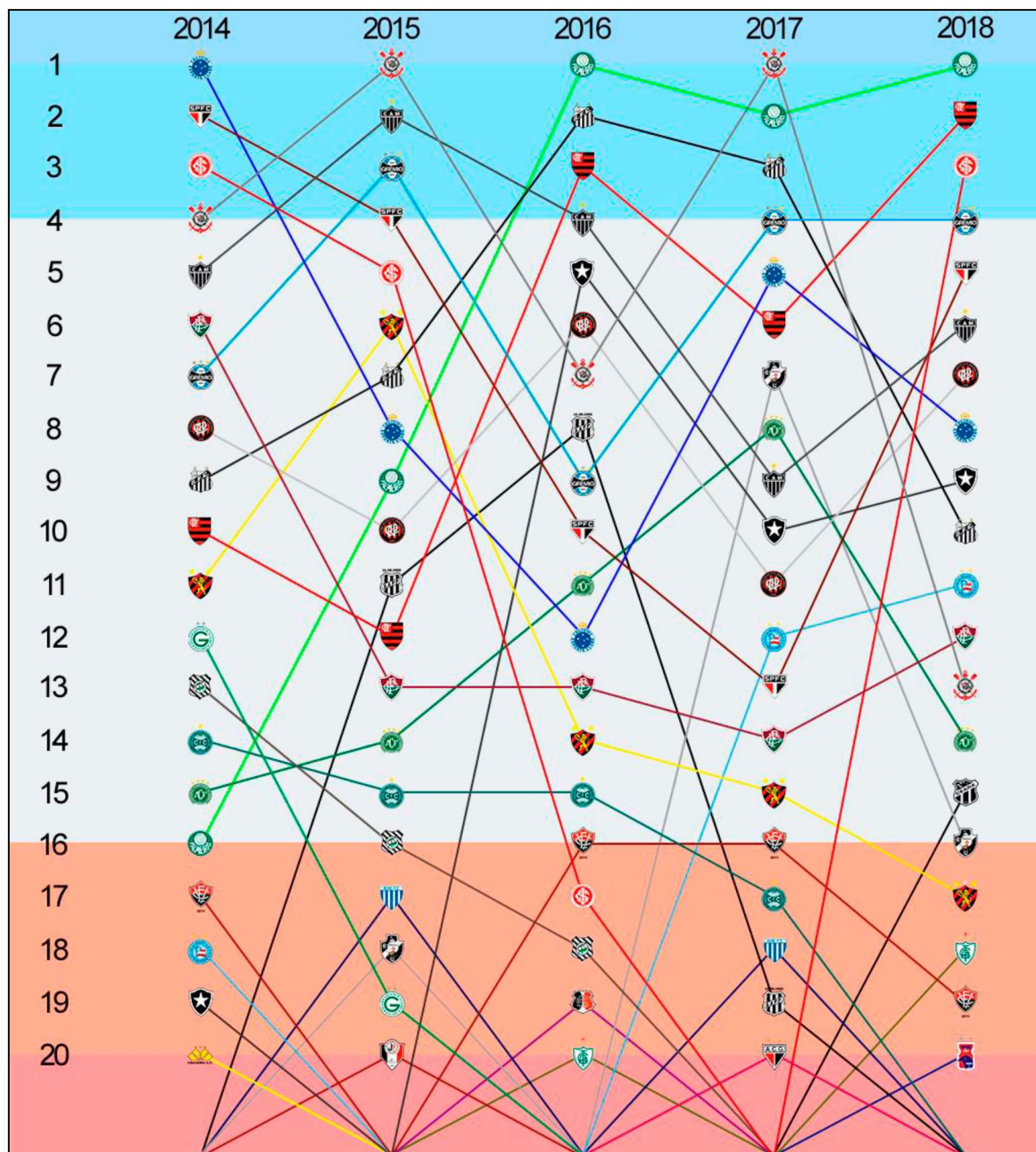
TABELA 4 - APROVEITAMENTO CAMPEONATO BRASILEIRO DE 2014 A 2018

Pos.	2014		2015		2016		2017		2018	
	Time	Aprov.	Time	Aprov.	Time	Aprov.	Time	Aprov.	Time	Aprov.
1	Cruzeiro	70,18%	Corinthians	71,05%	Palmeiras	70,18%	Corinthians	63,16%	Palmeiras	70,18%
2	São Paulo	61,40%	Atlético Mineiro	60,53%	Santos	62,28%	Palmeiras	55,26%	Flamengo	63,16%
3	Internacional	60,53%	Grêmio	59,65%	Flamengo	62,28%	Santos	55,26%	Internacional	60,53%
4	Corinthians	60,53%	São Paulo	54,39%	Atlético Mineiro	54,39%	Grêmio	54,39%	Grêmio	57,89%
5	Atlético Mineiro	54,39%	Internacional	52,63%	Botafogo	51,75%	Cruzeiro	50,00%	São Paulo	55,26%
6	Fluminense	53,51%	Sport	51,75%	Atlético Paranaense	50,00%	Flamengo	49,12%	Atlético Mineiro	51,75%
7	Grêmio	53,51%	Santos	50,88%	Corinthians	48,25%	Vasco da Gama	49,12%	Atlético Paranaense	50,00%
8	Atlético Paranaense	47,37%	Cruzeiro	48,25%	Ponte Preta	46,49%	Chapecoense	47,37%	Cruzeiro	46,49%
9	Santos	46,49%	Palmeiras	46,49%	Grêmio	46,49%	Atlético Mineiro	47,37%	Botafogo	44,74%
10	Flamengo	45,61%	Atlético Paranaense	44,74%	São Paulo	45,61%	Botafogo	46,49%	Santos	43,86%
11	Sport	45,61%	Ponte Preta	44,74%	Chapecoense	45,61%	Atlético Paranaense	44,74%	Bahia	42,11%
12	Goiás	41,23%	Flamengo	42,98%	Cruzeiro	44,74%	Bahia	43,86%	Fluminense	39,47%
13	Figueirense	41,23%	Fluminense	41,23%	Fluminense	43,86%	São Paulo	43,86%	Corinthians	38,60%
14	Coritiba	41,23%	Chapecoense	41,23%	Sport	41,23%	Fluminense	41,23%	Chapecoense	38,60%
15	Chapecoense	37,72%	Coritiba	38,60%	Coritiba	40,35%	Sport	39,47%	Ceará	38,60%
16	Palmeiras	35,09%	Figueirense	37,72%	Vitória	39,47%	Vitória	37,72%	Vasco da Gama	37,72%
17	Vitória	33,33%	Avai	36,84%	Internacional	37,72%	Coritiba	37,72%	Sport	36,84%
18	Bahia	32,46%	Vasco da Gama	35,96%	Figueirense	32,46%	Avai	37,72%	América Mineiro	35,09%
19	Botafogo	29,82%	Goiás	33,33%	Santa Cruz	27,19%	Ponte Preta	34,21%	Vitória	32,46%
20	Criciúma	28,07%	Joinville	27,19%	América Mineiro	24,56%	Atlético Goianiense	31,58%	Paraná	20,18%

<sup>13</sup> O aproveitamento é calculado dividindo a pontuação da equipe por 114, que é o total de pontos que um time pode conquistar no campeonato (3 pontos por vitória, sendo 38 jogos na temporada).



FIGURA 1 - POSIÇÕES DOS TIMES AO FIM DE CADA CAMPEONATO



## 4 ANÁLISE E DISCUSSÃO

O primeiro ponto a ser discutido neste trabalho de aquisição de dados financeiros é a falta de padronização que os resultados são divulgados. Muitos clubes alteram contas exibidas na Demonstração de Resultados do Exercício de um período para outro, disponibilizando poucas (ou até mesmo nenhuma) explicações sobre quais valores estão sendo comparados na análise horizontal. Outro detalhe a ser apontado é uma recorrente falta de “transparência” por parte dos clubes, quando diversos valores não são discriminados e postos sobre contas com nomes genéricos. A situação é ainda mais grave quando tentamos comparar dois ou mais documentos de times diferentes, com padrões diferentes de descrição nos demonstrativos.

Um dos casos de falta de transparência financeira no mundo do futebol foi a transferência do jogador Neymar Jr. do Santos Futebol Clube para o FC Barcelona (ESP), em 2013: após muitas tratativas, a diretoria catalã anunciou a contratação da maior promessa do futebol brasileiro pelo valor de € 57 milhões (R\$ 159 milhões à época), com 55% deste valor sendo repassados ao clube brasileiro, conforme visto em IG (2013). Houve muita discussão sobre os valores revelados à época, e o desenrolar de uma investigação resultou na renúncia do presidente do clube espanhol, Sandro Rosell. Anos depois, mesmo após a conclusão da investigação na Europa, novas informações continuaram surgindo e indicavam que a transferência poderia ter o valor total de € 200 milhões, bem acima do exposto inicialmente, segundo Globoesporte (2018).

### 4.1 RECEITA TOTAL

A primeira análise realizada envolve o total das receitas obtidas pelos clubes em cada uma das temporadas. Esta é a única análise na qual podemos considerar os valores de receita do Atlético Goianiense, Santa Cruz e Sport Recife, uma vez que o valor total é disponibilizado em seus demonstrativos de resultado (porém, como mencionado anteriormente, sem qualquer detalhamento ou descrição da composição das receitas).

A Tabela 5 traz, além dos dados financeiros, o cálculo da média de receitas de cada time, de cada temporada, a “evolução da média” de receitas de

cada temporada (quanto a média das receitas mudou de um ano para outro), a evolução acumulada da média das receitas (a alteração entre a temporada analisada e a primeira contabilizada, 2013) e a correlação entre os valores de receitas e o aproveitamento da equipe no ano posterior.

TABELA 5 - RECEITA TOTAL DOS CLUBES ENTRE 2013 E 2017

Times	2013	2014	2015	2016	2017	Média Time	Correlação
América Mineiro			29.351.198		38.902.356	34.126.777	1,00
Atlético Goianiense				20.242.145		20.242.145	
Atlético Mineiro	227.863.037	178.942.529	244.620.703	316.312.227	311.365.026	255.820.704	-0,94
Atlético Paranaense	84.933.805	138.642.667	158.008.614	164.075.331	161.285.013	141.389.086	0,13
Avaí		21.355.374		20.356.598		20.855.986	-1,00
Bahia	64.497.000			120.708.000	104.898.000	96.701.000	0,99
Botafogo	154.363.000		102.842.000	146.204.000	212.612.000	154.005.250	-0,30
Ceará					31.901.433	31.901.433	
Chapecoense		34.573.625	47.044.676	67.194.813	99.801.713	62.153.707	-0,39
Corinthians	279.138.000	229.697.000	269.619.000	458.295.000	358.105.000	318.970.800	-0,18
Coritiba	96.697.886	87.285.774	85.651.103	109.528.592		94.790.839	-0,45
Criciúma	44.999.887					44.999.887	
Cruzeiro	183.749.883	216.871.172	356.010.833	233.266.397	294.442.876	256.868.232	-0,72
Figueirense	23.402.617	41.881.916	47.565.566			37.616.700	-0,92
Flamengo	253.732.941	309.871.983	320.070.000	465.931.000	612.625.000	392.446.185	0,57
Fluminense	124.762.000	122.270.000	180.320.000	286.984.000	223.797.000	187.626.600	-0,55
Goiás	55.472.185	66.718.717				61.095.451	-1,00
Grêmio	167.359.000	191.181.000	222.583.000	263.852.000	388.731.000	246.741.200	0,26
Internacional	259.580.851	205.086.005	297.110.555		245.915.175	251.923.147	-0,54
Joinville		28.673.586				28.673.586	
Palmeiras	136.790.000	202.644.000	295.539.000	419.486.000	448.783.000	300.648.400	0,77
Paraná					21.840.000	21.840.000	
Ponte Preta		18.790.224	47.889.146	58.139.403		41.606.258	-0,60
Santa Cruz			15.110.062			15.110.062	
Santos	138.876.000	147.346.000	156.876.000	285.480.000	296.863.000	205.088.200	-0,24
São Paulo	305.763.000	195.590.000	275.306.000	337.213.000	423.716.000	307.517.600	0,02
Sport	51.428.087	60.797.294	87.649.465	129.596.885	105.471.747	86.988.696	-0,78
Vasco da Gama		121.569.086		204.573.000	189.188.000	171.776.695	0,73
Vitória	65.101.000		52.281.300	111.976.211	88.071.106	79.357.404	-0,12
<b>Média Temporada</b>	<b>143.079.483</b>	<b>130.989.398</b>	<b>164.572.411</b>	<b>210.970.730</b>	<b>232.915.722</b>	<b>136.858.001</b>	
<b>Evolução da Média</b>		<b>-8,45%</b>	<b>25,64%</b>	<b>28,19%</b>	<b>10,40%</b>		
<b>Evolução Acumulada da Média</b>		<b>-8,45%</b>	<b>15,02%</b>	<b>47,45%</b>	<b>62,79%</b>		

\* As informações financeiras de 2013 da Chapecoense não estão disponíveis

FONTE: AUTOR (2019)

Pode-se perceber que, do período analisado, apenas em 2014 houve uma redução da média das receitas na temporada (causada pelo rebaixamento de clubes com valores expressivos de receita, como o Botafogo, enquanto os times que ascenderam da Série B possuem recebimentos bem menores, como o Avaí, Joinville e Ponte Preta), sendo que os demais anos apresentam crescimentos consideráveis nos recebimentos dos clubes.

Times que participaram de apenas uma temporada dentre as 5 analisadas (Atlético Goianiense, Ceará, Criciúma, Joinville e Santa Cruz) não apresentam resultados de correlação entre suas receitas e o aproveitamento no

campeonato, enquanto América Mineiro, Avaí e Goiás – cada um com 2 participações – resultam em correlação 1 devido as propriedades do cálculo<sup>14</sup>.

Atlético Mineiro e Figueirense apresentam fortes correlações negativas entre os valores de receita e de aproveitamento ao longo do período (-0,94 e -0,92, respectivamente), demonstrando como o aumento das arrecadações ao longo dos 5 anos (3, no caso do Figueirense) foram acompanhadas de forma inversa ao desempenho no campeonato. Cruzeiro, Palmeiras e Sport apresentam uma correlação mais moderada entre os valores analisados (-0,72, 0,77 e 0,78), sendo válido destacar os números do clube paulista: um aumento considerável nas arrecadações (sendo um dos 5 com maior receita entre 2014 e 2017) acompanhou os títulos do Brasileirão de 2016 e 2018, além do vice-campeonato de 2017.

No cenário total é perceptível um crescimento de quase 63% na média do faturamento das equipes da Série A do Brasileirão, e a Tabela 6 demonstra a evolução das receitas e do aproveitamento no campeonato ao longo das 5 temporadas, além do cálculo de correlação entre estes dois indicadores.

---

<sup>14</sup> O cálculo da correlação determina a associação de duas ou mais variáveis, não sendo possível calcular correlação de uma variável com ela mesma. Se consideramos apenas duas temporadas (duas variáveis), a correlação sempre será 1 ou -1.

TABELA 6 – CORRELAÇÃO ENTRE EVOLUÇÃO DE RECEITAS TOTAIS E DE APROVEITAMENTO

Times	Evolução Receitas				Evolução Aproveitamento				Correlação
	2013/2014	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2017/2018	
América Mineiro									
Atlético Goianiense									
Atlético Mineiro	-21%	37%	29%	-2%	11%	-10%	-13%	9%	-0,95
Atlético Paranaense	63%	14%	4%	-2%	-6%	12%	-11%	12%	-0,38
Avai									
Bahia				-13%				-4%	
Botafogo			42%	45%			-10%	-4%	1,00
Ceará									
Chapecoense		36%	43%	49%	9%	11%	4%	-19%	-0,94
Corinthians	-18%	17%	70%	-22%	17%	-32%	31%	-39%	0,54
Coritiba	-10%	-2%	28%		-6%	5%	-7%		-0,33
Criciúma									
Cruzeiro	18%	64%	-34%	26%	-31%	-7%	12%	-7%	-0,46
Figueirense	79%	14%			-9%	-14%			1,00
Flamengo	22%	3%	46%	31%	-6%	45%	-21%	29%	-0,76
Fluminense	-2%	47%	59%	-22%	-23%	6%	-6%	-4%	0,45
Goiás	20%				-19%				
Grêmio	14%	16%	19%	47%	11%	-22%	17%	6%	0,14
Internacional	-21%	45%			-13%	-28%			-1,00
Joinville									
Palmeiras	48%	46%	42%	7%	33%	51%	-21%	27%	0,01
Paraná									
Ponte Preta		155%	21%			4%	-26%		1,00
Santa Cruz									
Santos	6%	6%	82%	4%	9%	22%	-11%	-21%	-0,36
São Paulo	-36%	41%	22%	26%	-11%	-16%	-4%	26%	0,21
Sport	18%	44%	48%	-19%	13%	-20%	-4%	-7%	-0,25
Vasco da Gama				-8%				-23%	
Vitória			114%	-21%			-4%	-14%	1,00

\* As informações financeiras de 2013 da Chapecoense não estão disponíveis

FONTE: AUTOR (2019)

Como o cálculo de evolução considera o valor da temporada imediatamente anterior e o da temporada “atual”, o clube que não esteve na Série A em qualquer um destes anos não apresenta nenhum retorno, não tendo nenhum resultado de correlação também. Botafogo, Figueirense, Internacional e Vitória tiveram uma sequência de três anos no Brasileirão, e, portanto, seu cálculo de correlação resulta em 1.

Atlético Mineiro e Chapecoense apresentam forte correlação negativa (-0,95 e -0,94, respectivamente), demonstrando como o crescimento apresentado ao longo dos 5 anos teve comportamento inverso aos seus aproveitamentos na Série A. O Flamengo apresenta um valor uma correlação de intensidade um pouco menor (-0,76), explicada pelo crescimento contínuo e cada vez maior de suas receitas, enquanto seu desempenho no campeonato foi irregular (oscilando entre 2ª colocado em 2018 e 10º em 2015). Para as demais equipes, não é observada nenhuma correlação significativa entre a evolução de suas receitas e

seu aproveitamento no campeonato – ou seja, não podemos concluir que a evolução da arrecadação total tem efeito direto na evolução do aproveitamento ao longo das 5 temporadas.

Faremos também a análise da composição das arrecadações dos clubes, de acordo com os valores divulgados em seus resultados financeiros, para entendermos melhor a participação de cada fonte de renda. Os valores de cada temporada (entre 2013 e 2017) estão dispostos nas tabelas 7, 8, 9, 10 e 11.

TABELA 7 - COMPOSIÇÃO DAS RECEITAS DOS CLUBES NA TEMPORADA 2013

Time	RECEITAS						Total	COMPOSIÇÃO					
	Direitos TV	Transferências	Sócios	Patrocínios	Bilheterias	Outras		Direitos TV	Transferências	Sócios	Patrocínios	Bilheterias	Outras
Cruzeiro	60.076.327	24.634.073	8.968.053	22.577.928	63.709.953	3.783.549	183.749.883	32,69%	13,41%	4,88%	12,29%	34,67%	2,06%
São Paulo	72.285.000	147.952.000	7.107.000	33.013.000	25.418.000	19.988.000	305.763.000	23,64%	48,39%	2,32%	10,80%	8,31%	6,54%
Internacional	54.189.552	123.749.653	39.271.401	31.183.101	4.822.732	6.364.412	259.580.851	20,88%	47,67%	15,13%	12,01%	1,86%	2,45%
Corinthians	102.524.000	69.113.000	15.311.000	60.114.000	32.076.000	-	279.138.000	36,73%	24,76%	5,49%	21,54%	11,49%	0,00%
Atlético Mineiro	71.274.756	66.053.246	18.727.616	25.397.553	20.115.837	26.294.029	227.863.037	31,28%	28,99%	8,22%	11,15%	8,83%	11,54%
Fluminense	57.469.000	14.357.000	13.134.000	20.860.000	8.071.000	10.871.000	124.762.000	46,06%	11,51%	10,53%	16,72%	6,47%	8,71%
Grêmio	55.446.000	20.730.000	-	24.183.000	9.049.000	57.951.000	167.359.000	33,13%	12,39%	0,00%	14,45%	5,41%	34,63%
Atlético Paranaense	31.161.316	5.263.185	10.372.661	7.431.063	4.197.575	26.508.005	84.933.805	36,69%	6,20%	12,21%	8,75%	4,94%	31,21%
Santos	43.522.000	62.443.000	4.693.000	17.783.000	10.228.000	207.000	138.876.000	31,34%	44,96%	3,38%	12,80%	7,36%	0,15%
Flamengo	110.919.144	-	30.447.334	53.320.289	48.298.369	10.747.805	253.732.941	43,71%	0,00%	12,00%	21,01%	19,04%	4,24%
Sport	-	-	-	-	-	-	51.428.087	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Goiás	30.648.015	253.333	3.535.146	1.839.777	8.417.190	10.778.724	55.472.185	55,25%	0,48%	6,37%	3,32%	15,17%	19,43%
Figueirense	3.818.945	4.468.919	6.289.435	6.148.054	1.310.682	1.366.582	23.402.617	16,32%	19,10%	26,87%	26,27%	5,60%	5,84%
Coritiba	32.231.746	18.003.783	25.987.185	10.017.819	5.495.740	4.961.613	96.697.886	33,33%	18,62%	26,87%	10,36%	5,68%	5,13%
Chapecoense	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Palmeiras	76.297.000	6.048.000	-	24.456.000	26.366.000	3.623.000	136.790.000	55,78%	4,42%	0,00%	17,88%	19,27%	2,65%
Vitória	34.968.000	3.452.000	2.889.000	8.004.000	7.500.000	2.288.000	65.101.000	53,71%	14,52%	4,44%	12,29%	11,52%	3,51%
Bahia	40.650.000	6.519.000	1.896.000	6.902.000	5.761.000	2.769.000	64.497.000	63,03%	10,11%	2,94%	10,70%	8,93%	4,29%
Botafogo	46.164.000	51.298.000	5.246.000	17.637.000	13.671.000	20.347.000	154.363.000	29,91%	33,23%	3,40%	11,43%	8,86%	13,18%
Criciúma	31.284.433	1.422.656	10.343.313	1.088.080	-	861.405	44.999.887	69,52%	3,16%	22,99%	2,42%	0,00%	1,91%
							<b>Média</b>	<b>37,53%</b>	<b>17,99%</b>	<b>8,84%</b>	<b>12,43%</b>	<b>9,65%</b>	<b>8,29%</b>

FONTE: AUTOR (2019)

TABELA 8 - COMPOSIÇÃO DAS RECEITAS DOS CLUBES NA TEMPORADA 2014

Time	RECEITAS						Total	COMPOSIÇÃO					
	Direitos TV	Transferências	Sócios	Patrocínios	Bilheterias	Outras		Direitos TV	Transferências	Sócios	Patrocínios	Bilheterias	Outras
Corinthians	108.717.000	41.061.000	9.339.000	63.669.000	6.911.000	-	229.697.000	47,33%	17,88%	4,07%	27,72%	3,01%	0,00%
Atlético Mineiro	80.419.848	1.649.485	18.979.041	22.800.063	29.567.460	25.526.632	178.942.529	44,94%	0,92%	10,61%	12,74%	16,52%	14,27%
Grêmio	59.725.000	38.287.000	-	41.541.000	939.000	50.689.000	191.181.000	31,24%	20,03%	0,00%	21,73%	0,49%	26,51%
São Paulo	77.900.000	40.941.000	7.431.000	22.548.000	20.749.000	26.021.000	195.590.000	39,83%	20,93%	3,80%	11,53%	10,61%	13,30%
Internacional	58.281.614	30.347.474	58.984.171	33.950.239	12.150.622	11.371.885	205.086.005	28,42%	14,80%	28,76%	16,55%	5,92%	5,54%
Sport	-	-	-	-	-	-	60.797.294	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Santos	61.659.000	45.770.000	11.938.000	16.206.000	10.938.000	835.000	147.346.000	41,85%	31,06%	8,10%	11,00%	7,42%	0,57%
Cruzeiro	66.341.321	25.569.665	10.410.566	21.756.938	85.791.080	7.001.601	216.871.172	30,59%	11,79%	4,80%	10,03%	39,56%	3,23%
Palmeiras	80.640.000	61.320.000	11.935.000	16.958.000	23.168.000	8.623.000	202.644.000	39,79%	30,26%	5,89%	8,37%	11,43%	4,26%
Atlético Paranaense	36.872.584	33.931.788	24.969.487	13.493.377	3.674.254	25.701.177	138.642.667	26,60%	24,47%	18,01%	9,73%	2,65%	18,54%
Ponte Preta	3.940.000	8.117.793	-	2.851.898	1.300.700	2.579.833	18.790.224	20,97%	43,20%	0,00%	15,18%	6,32%	13,73%
Flamengo	115.077.000	19.736.480	39.882.263	79.946.240	40.786.000	14.444.000	309.871.983	37,14%	6,37%	12,87%	25,80%	13,16%	4,66%
Fluminense	61.342.000	5.652.000	17.892.000	14.167.000	6.852.000	16.365.000	122.270.000	50,17%	4,62%	14,63%	11,59%	5,60%	13,38%
Chapecoense	16.622.691	525.000	6.633.090	5.272.200	3.607.681	1.912.963	34.573.625	48,08%	1,52%	19,19%	15,25%	10,43%	5,53%
Coritiba	34.726.858	7.620.117	21.210.605	13.319.502	6.067.719	4.340.973	87.285.774	39,79%	8,73%	24,30%	15,26%	6,95%	4,97%
Figueirense	18.519.992	4.810.670	6.164.089	7.801.637	3.095.492	1.490.036	41.881.916	44,22%	11,49%	14,72%	18,63%	7,39%	3,56%
Avai	7.461.402	1.155.837	4.421.131	4.767.865	916.224	2.632.916	21.955.374	34,94%	5,41%	20,70%	22,33%	4,29%	12,33%
Vasco da Gama	72.863.752	4.465.150	4.221.348	22.090.149	10.657.924	7.270.763	121.569.086	59,94%	3,67%	3,47%	18,17%	8,77%	5,98%
Goiás	33.158.015	6.701.974	3.492.262	2.902.819	6.160.725	14.302.922	66.718.717	49,70%	10,05%	5,23%	4,35%	9,23%	21,44%
Joinville	6.112.598	10.000	7.905.796	5.798.139	2.297.202	6.549.851	28.673.586	21,32%	0,03%	27,57%	20,22%	8,01%	22,84%
							<b>Média</b>	<b>36,84%</b>	<b>13,36%</b>	<b>11,34%</b>	<b>14,61%</b>	<b>8,92%</b>	<b>9,73%</b>

FONTE: AUTOR (2019)

TABELA 9 - COMPOSIÇÃO DAS RECEITAS DOS CLUBES NA TEMPORADA 2015

Time	RECEITAS						Total	COMPOSIÇÃO					
	Direitos TV	Transferências	Sócios	Patrocínios	Bilheterias	Outras		Direitos TV	Transferências	Sócios	Patrocínios	Bilheterias	Outras
Palmeiras	88.425.000	12.519.000	32.441.000	69.798.000	87.210.000	5.146.000	295.539.000	29,92%	4,24%	10,98%	23,62%	29,51%	1,74%
Santos	86.082.000	10.833.000	23.245.000	13.518.000	17.618.000	5.580.000	156.876.000	54,87%	6,91%	14,82%	8,62%	11,23%	3,56%
Flamengo	127.888.000	11.634.000	40.956.000	85.487.000	43.676.000	10.423.000	320.070.000	39,96%	3,63%	12,80%	26,71%	13,65%	3,26%
Atlético Mineiro	113.721.233	35.656.518	22.975.882	16.325.564	24.848.504	31.093.002	244.620.703	46,49%	14,58%	9,33%	6,67%	10,16%	12,71%
Botafogo	53.516.000	10.813.000	7.998.000	10.096.000	12.576.000	7.843.000	102.842.000	52,04%	10,51%	7,78%	9,82%	12,23%	7,63%
Atlético Paranaense	30.789.037	59.810.519	25.009.914	6.983.829	5.788.671	29.626.644	158.008.614	19,49%	37,85%	15,83%	4,42%	3,66%	18,75%
Corinthians	122.235.000	51.932.000	28.881.000	66.571.000	-	-	269.619.000	45,34%	19,26%	10,71%	24,69%	0,00%	0,00%
Ponte Preta	22.900.000	11.657.784	-	4.313.492	-	9.017.870	47.889.146	47,82%	24,34%	0,00%	9,01%	0,00%	18,83%
Grêmio	79.866.000	15.804.000	45.500.000	35.353.000	529.000	45.531.000	222.583.000	35,88%	7,10%	20,44%	15,88%	0,24%	20,46%
São Paulo	84.135.000	108.836.000	11.683.000	19.901.000	29.486.000	21.265.000	275.306.000	30,56%	39,53%	4,24%	7,23%	10,71%	7,72%
Chapecoense	25.102.053	3.579.593	7.192.066	6.996.796	3.545.389	628.779	47.044.676	53,36%	7,61%	15,29%	14,87%	7,54%	1,34%
Cruzeiro	133.407.703	142.141.027	10.971.678	10.971.678	43.331.363	4.895.703	356.010.833	37,47%	39,93%	3,08%	5,97%	12,17%	1,38%
Fluminense	67.329.000	36.511.000	20.921.000	27.517.000	15.765.000	12.277.000	180.320.000	37,34%	20,25%	11,60%	15,26%	8,74%	6,81%
Sport	-	-	-	-	-	-	87.649.465	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Coritiba	37.984.793	5.114.480	21.799.109	7.873.417	7.792.044	5.087.260	85.651.103	44,35%	5,97%	25,45%	9,19%	9,10%	5,94%
Vitória	34.559.564	3.633.324	2.665.275	7.112.845	3.193.505	1.116.787	52.281.300	66,10%	6,95%	5,10%	13,60%	6,11%	2,14%
Internacional	73.195.735	94.083.544	66.439.359	35.195.294	16.078.563	12.118.060	297.110.555	24,64%	31,67%	22,36%	11,85%	5,41%	4,08%
Figueirense	24.079.011	4.689.759	6.736.376	7.159.996	3.122.920	1.777.504	47.565.566	50,62%	9,86%	14,16%	15,05%	6,57%	3,74%
Santa Cruz	-	-	-	-	-	-	15.110.062	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
América Mineiro	9.105.377	12.772.351	313.921	2.412.113	190.800	4.556.636	29.351.198	31,02%	43,52%	1,07%	8,22%	0,65%	15,52%
							<b>Média</b>	<b>37,36%</b>	<b>16,63%</b>	<b>10,25%</b>	<b>11,53%</b>	<b>7,38%</b>	<b>7,14%</b>

FONTE: AUTOR (2019)

TABELA 10 - COMPOSIÇÃO DAS RECEITAS DOS CLUBES NA TEMPORADA 2016

Time	RECEITAS						Total	COMPOSIÇÃO					
	Direitos TV	Transferências	Sócios	Patrocínios	Bilheterias	Outras		Direitos TV	Transferências	Sócios	Patrocínios	Bilheterias	Outras
Corinthians	230.206.000	144.439.000	12.148.000	71.502.000	-	-	458.295.000	50,23%	31,52%	2,65%	15,60%	0,00%	0,00%
Palmeiras	128.265.000	51.302.000	43.439.000	90.683.000	69.296.000	36.501.000	419.486.000	30,58%	12,23%	10,36%	21,62%	16,52%	8,70%
Santos	149.258.000	72.823.000	30.495.000	14.466.000	15.476.000	2.962.000	285.480.000	52,28%	25,51%	10,68%	5,07%	5,42%	1,04%
Grêmio	106.184.000	17.902.000	51.190.000	35.531.000	21.000	53.024.000	263.852.000	40,24%	6,78%	19,40%	13,47%	0,01%	20,10%
Cruzeiro	130.900.402	28.465.518	10.862.172	26.792.412	31.383.060	4.862.832	233.266.397	56,12%	12,20%	4,66%	11,49%	13,45%	2,08%
Flamengo	297.196.000	11.995.000	38.872.000	66.336.000	39.337.000	12.195.000	465.931.000	63,79%	2,57%	8,34%	14,24%	8,44%	2,62%
Vasco da Gama	165.245.000	1.759.000	5.595.000	13.632.000	5.241.000	13.101.000	204.573.000	80,78%	0,86%	2,73%	6,66%	2,56%	6,40%
Chapecoense	30.590.115	5.587.733	6.580.712	7.009.372	2.613.362	14.813.519	67.194.813	45,52%	8,32%	9,79%	10,43%	3,89%	22,05%
Atlético Mineiro	128.998.629	78.556.940	28.475.929	31.631.622	28.502.374	20.146.733	316.312.227	40,78%	24,84%	9,00%	10,00%	9,01%	6,37%
Botafogo	100.747.000	9.743.000	6.123.000	9.379.000	8.359.000	11.853.000	146.204.000	68,91%	6,66%	4,19%	6,42%	5,72%	8,11%
Atlético Paranaense	55.308.429	32.902.893	24.681.661	8.916.598	7.931.008	34.334.742	164.075.331	33,71%	20,05%	15,04%	5,43%	4,83%	20,93%
Bahia	90.816.000	3.323.000	5.618.000	8.967.000	9.803.000	2.181.000	120.708.000	75,24%	2,75%	4,65%	7,43%	8,12%	1,81%
São Paulo	128.032.000	111.165.000	13.671.000	35.297.000	32.962.000	16.086.000	337.213.000	37,97%	32,97%	4,05%	10,47%	3,77%	4,77%
Fluminense	177.344.000	52.438.000	22.968.000	15.687.000	11.362.000	7.185.000	286.984.000	61,80%	18,27%	8,00%	5,47%	3,96%	2,50%
Sport	-	-	-	-	-	-	129.596.885	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Vitória	50.276.209	2.292.902	4.251.170	8.826.000	2.408.178	43.921.752	111.976.211	44,90%	2,05%	3,80%	7,88%	2,15%	39,22%
Coritiba	57.220.567	8.526.506	18.036.579	9.371.972	10.966.502	5.406.466	109.528.592	52,24%	7,78%	16,47%	8,56%	10,01%	4,94%
Avai	8.038.887	2.080.760	3.993.269	2.898.586	1.190.017	2.155.080	20.356.598	39,49%	10,22%	19,62%	14,24%	5,85%	10,59%
Ponte Preta	35.000.000	5.941.356	-	5.972.657	-	-	58.139.403	60,20%	10,22%	0,00%	10,27%	0,00%	19,31%
Atlético Goianiense	-	-	-	-	-	-	20.242.145	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
							<b>Média</b>	<b>46,74%</b>	<b>11,79%</b>	<b>7,67%</b>	<b>9,24%</b>	<b>5,49%</b>	<b>9,08%</b>

FONTE: AUTOR (2019)



TABELA 11 - COMPOSIÇÃO DAS RECEITAS DOS CLUBES NA TEMPORADA 2017

Time	RECEITAS						Total	COMPOSIÇÃO					
	Direitos TV	Transferências	Sócios	Patrocínios	Bilheterias	Outras		Direitos TV	Transferências	Sócios	Patrocínios	Bilheterias	Outras
Palmeiras	137.307.000	36.065.000	47.014.000	130.327.000	74.047.000	24.023.000	448.783.000	30,60%	8,04%	10,48%	29,04%	16,50%	5,35%
Flamengo	199.078.000	183.069.000	55.926.000	90.448.000	62.276.000	21.828.000	612.625.000	32,50%	29,88%	9,13%	14,76%	10,17%	3,56%
Internacional	107.839.235	25.877.833	55.782.613	34.686.323	12.450.740	9.278.431	245.915.175	43,85%	10,52%	22,68%	14,10%	5,06%	3,77%
Grêmio	126.297.000	76.796.000	66.150.000	52.667.000	476.000	66.345.000	388.731.000	32,49%	19,76%	17,02%	13,55%	0,12%	17,07%
São Paulo	125.282.000	188.664.000	10.718.000	56.629.000	26.961.000	15.462.000	423.716.000	29,57%	44,53%	2,53%	13,36%	6,36%	3,65%
Atlético Mineiro	171.711.830	43.282.433	26.491.459	34.744.832	16.886.019	18.248.453	311.365.026	55,15%	13,90%	8,51%	11,16%	5,42%	5,86%
Atlético Paranaense	56.018.844	23.716.118	26.022.343	10.047.495	10.654.359	28.825.854	161.265.013	34,73%	18,42%	16,13%	6,23%	6,61%	17,87%
Cruzeiro	177.104.584	35.134.232	33.428.937	26.370.649	16.476.951	5.927.522	294.442.876	60,15%	11,93%	11,35%	8,96%	5,60%	2,01%
Botafogo	127.015.000	7.044.000	12.088.000	18.843.000	21.349.000	26.273.000	212.612.000	59,74%	3,31%	5,69%	8,86%	10,04%	12,36%
Santos	108.761.000	78.632.000	38.093.000	23.342.000	25.774.000	22.261.000	296.863.000	36,64%	26,49%	12,83%	7,86%	8,68%	7,50%
Bahia	63.632.000	2.382.000	6.525.000	12.909.000	15.801.000	3.649.000	104.898.000	60,66%	2,27%	6,22%	12,31%	15,06%	3,48%
Fluminense	106.582.000	42.817.000	22.464.000	15.167.000	15.493.000	21.274.000	223.797.000	47,62%	19,13%	10,04%	6,78%	6,92%	9,51%
Corinthians	146.633.000	97.831.000	35.266.000	78.375.000	-	-	358.105.000	40,95%	27,32%	9,85%	21,89%	0,00%	0,00%
Chapecoense	37.859.111	11.298.182	13.868.568	9.239.816	4.120.692	23.415.344	99.801.713	37,93%	11,32%	13,90%	9,26%	4,13%	23,46%
Ceará	7.341.336	-	2.017.143	4.441.150	8.099.987	10.001.817	31.901.433	23,01%	0,00%	6,32%	13,92%	25,39%	31,35%
Vasco da Gama	96.633.000	56.953.000	5.571.000	18.647.000	4.088.000	7.296.000	189.188.000	51,08%	30,10%	2,94%	9,86%	2,16%	3,86%
Sport	-	-	-	-	-	-	105.471.747	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
América Mineiro	9.301.920	10.943.522	1.014.800	7.347.805	641.678	9.652.631	38.902.356	23,91%	28,13%	2,61%	18,89%	1,65%	24,81%
Vitória	50.678.045	17.981.627	4.685.489	5.689.619	4.270.159	4.766.167	88.071.106	57,54%	20,42%	5,32%	6,46%	4,85%	5,41%
Paraná	7.830.000	1.313.000	2.930.000	663.000	7.013.000	2.091.000	21.840.000	35,85%	6,01%	13,42%	3,04%	32,11%	9,57%
							<b>Média</b>	<b>39,70%</b>	<b>16,57%</b>	<b>9,35%</b>	<b>11,51%</b>	<b>8,34%</b>	<b>9,52%</b>

FONTE: AUTOR (2019)

TABELA 12 - MÉDIAS DE COMPOSIÇÃO DAS RECEITAS ENTRE 2013 E 2017

Ano	Direitos TV	Transferências	Sócios	Patrocínios	Bilheterias	Outras
2013	37,53%	17,99%	8,84%	12,43%	9,65%	8,29%
2014	36,84%	13,36%	11,34%	14,81%	8,92%	9,73%
2015	37,36%	16,69%	10,25%	11,53%	7,38%	7,14%
2016	46,74%	11,79%	7,67%	9,24%	5,49%	9,08%
2017	39,70%	16,57%	9,35%	11,51%	8,34%	9,52%
<b>Média</b>	<b>39,63%</b>	<b>15,28%</b>	<b>9,49%</b>	<b>11,90%</b>	<b>7,96%</b>	<b>8,75%</b>

FONTE: AUTOR (2019)

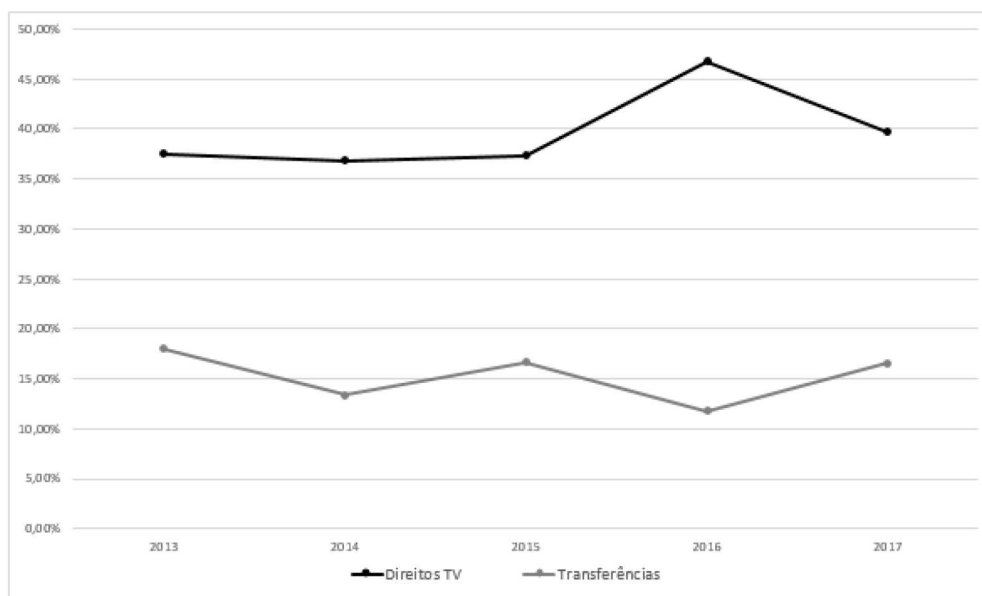
## 4.2 DIREITOS DE TRANSMISSÃO DE TELEVISÃO

Percebe-se que as receitas de direitos de televisão representam uma média de 39,63% das receitas operacionais (conforme visto na Tabela 12), o que reforça a suposição de se tratar da mais importante fonte de renda das equipes. Deve-se considerar que os times firmam contratos com a(s) emissora(s) de televisão em triênios, o que pode caracterizar um compromisso de longo prazo em seu balanço – uma renda garantida que, teoricamente, permite o planejamento das próximas temporadas.

A Tabela 13 mostra o crescimento da média de receitas dos direitos de transmissão no período, com redução apenas em 2017 – parcialmente explicada pela diferença na arrecadação entre os times que ascenderam da Série B e os que foram rebaixados, porém também causada pela queda na renda de alguns times (como Bahia, Corinthians, Flamengo, Santos e Vasco). É possível notar, entretanto, como o faturamento com os acordos de televisão tornou-se cada vez mais elevado com o passar dos anos: houve um crescimento de quase 117% entre 2016 e 2013, recuando para os 95% em 2017.

É notável também a tendência de crescimento da participação dos valores de TV nos orçamentos dos clubes ao longo dos cinco anos analisados (conforme Tabela 12): a média de 37,5% nas receitas de 2013 atingiu 46,7% em 2016, para então recuar ao patamar de 39,7% em 2017 – essas variações são causadas, majoritariamente, pelos picos gerados nos valores de transferências de atletas (como pode ser visto no Gráfico 2).

GRÁFICO 2 - VARIAÇÃO DAS MÉDIAS DE DIREITOS DE TV E TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS



FONTE: AUTOR (2019)

TABELA 13 - DIREITOS DE TRANSMISSÃO DOS CLUBES DE 2013 A 2017

Times	2013	2014	2015	2016	2017	Média	Correlação
América Mineiro			9.105.377		9.301.920	9.203.649	1,00
Atlético Goianiense				*			
Atlético Mineiro	71.274.756	80.419.848	113.721.233	128.998.629	171.711.830	113.225.259	-0,60
Atlético Paranaense	31.161.316	36.872.584	30.789.037	55.308.429	56.018.844	42.030.042	-0,11
Avaí		7.461.402		8.038.887		7.750.144	1,00
Bahia	40.650.000			90.816.000	63.632.000	65.032.667	0,91
Botafogo	46.164.000		53.516.000	100.747.000	127.015.000	81.860.500	0,34
Ceará					7.341.336	7.341.336	
Chapecoense	*	16.622.691	25.102.053	30.590.115	37.859.111	22.034.794	0,41
Corinthians	102.524.000	108.717.000	122.235.000	230.206.000	146.633.000	142.063.000	0,01
Coritiba	32.231.746	34.726.858	37.984.793	57.220.567		40.540.991	-0,75
Criciúma	31.284.433					31.284.433	
Cruzeiro	60.076.327	66.341.321	133.407.703	130.900.402	177.104.584	113.566.068	-0,64
Figueirense	3.818.945	18.519.992	24.079.011			15.472.649	-0,93
Flamengo	110.919.144	115.077.000	127.888.000	297.196.000	199.078.000	170.031.629	0,13
Fluminense	57.469.000	61.342.000	67.329.000	177.344.000	106.582.000	94.013.200	-0,48
Goiás	30.648.015	33.158.015				31.903.015	-1,00
Grêmio	55.446.000	59.725.000	79.866.000	106.184.000	126.297.000	85.503.600	0,13
Internacional	54.189.552	58.281.614	73.195.735		107.839.235	73.376.534	0,16
Joinville		6.112.598				6.112.598	
Palmeiras	76.297.000	80.640.000	88.425.000	128.265.000	137.307.000	102.186.800	0,59
Paraná					7.830.000	7.830.000	
Ponte Preta		3.940.000	22.900.000	35.000.000		20.613.333	-0,71
Santa Cruz			*				
Santos	43.522.000	61.659.000	86.082.000	149.258.000	108.761.000	89.856.400	0,24
São Paulo	72.285.000	77.900.000	84.135.000	128.032.000	125.282.000	97.526.800	-0,45
Sport	*	*	*	*	*		
Vasco da Gama		72.863.752		165.245.000	96.633.000	111.580.584	0,99
Vitória	34.968.000		34.559.564	50.276.209	50.678.045	42.620.455	-0,25
<b>Média</b>	47.746.462	50.019.034	60.716.025	103.481.312	93.145.245	62.483.095	
<b>Evolução da Média</b>		4,76%	21,39%	70,43%	-9,99%		
<b>Evolução Acumulada da Média</b>		4,76%	27,16%	116,73%	95,08%		

\* Os valores não foram informados pelo clube

FONTE: AUTOR (2019)

Também é possível analisar as correlações entre as receitas e o aproveitamento na temporada na Tabela 13. Enquanto América Mineiro, Avaí e Goiás têm resultado 1 pelo fato de terem participado de apenas 2 das 5 temporadas analisadas, Bahia, Figueirense e Vasco demonstram fortes correlações (0,91, -0,93 e 0,99) entre a parte financeira e o desempenho no campeonato – considerando que o resultado é influenciado pelo fato das 3 equipes terem participado da Série A em 3 dos 5 anos da análise. Das equipes que disputaram as 5 temporadas do Brasileirão, não foi verificada nenhuma correlação expressiva entre a arrecadação de direitos de televisão e o aproveitamento no campeonato.

Se analisarmos a evolução das receitas e do aproveitamento ao longo do período, conforme Tabela 14, é possível identificar um caso específico de correlação negativa forte: o Palmeiras, com -0,91 – explicado pela queda de desempenho no campeonato de 2015 para 2016 (-21%), porém com expressivo aumento (45%) na arrecadação com as transmissões.

TABELA 14 - CORRELAÇÃO ENTRE EVOLUÇÃO DE RECEITAS DE TRANSMISSÃO E DE APROVEITAMENTO

Times	Evolução Receitas				Evolução Aproveitamento				Correlação
	2013/2014	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2017/2018	
América Mineiro									
Atlético Goianiense									
Atlético Mineiro	13%	41%	13%	33%	11%	-10%	-13%	9%	-0,15
Atlético Paranaense	18%	-16%	80%	1%	-6%	12%	-11%	12%	-0,87
Avai									
Bahia				-30%				-4%	
Botafogo			88%	26%			-10%	-4%	-1,00
Ceará									
Chapecoense	*	51%	22%	24%	9%	11%	4%	-19%	0,64
Corinthians	6%	12%	88%	-36%	17%	-32%	31%	-39%	0,78
Coritiba	8%	9%	51%		-6%	5%	-7%		-0,48
Criciúma									
Cruzeiro	10%	101%	-2%	35%	-31%	-7%	12%	-7%	-0,04
Figueirense	385%	30%			-9%	-14%			1,00
Flamengo	4%	11%	132%	-33%	-6%	45%	-21%	29%	-0,70
Fluminense	7%	10%	163%	-40%	-23%	6%	-6%	-4%	0,01
Goiás	8%				-19%				
Grêmio	8%	34%	33%	19%	11%	-22%	17%	6%	-0,42
Internacional	8%	26%			-13%	-28%			-1,00
Joinville									
Palmeiras	6%	10%	45%	7%	33%	51%	-21%	27%	-0,91
Paraná									
Ponte Preta		481%	53%			4%	-26%		1,00
Santa Cruz									
Santos	42%	40%	73%	-27%	9%	22%	-11%	-21%	0,41
São Paulo	8%	8%	52%	-2%	-11%	-16%	-4%	26%	-0,28
Sport					13%	-20%	-4%	-7%	
Vasco da Gama				-42%				-23%	
Vitória			45%	1%			-4%	-14%	1,00

\* As informações financeiras de 2013 da Chapecoense não estão disponíveis

FONTE: AUTOR (2019)

Reconhecidamente donas das maiores torcidas do país, conforme apurado em Globoesporte (2019), Flamengo e Corinthians são os principais clientes das redes de televisão: os cariocas foram os que mais arrecadaram com o veículo de comunicação, com média de R\$ 170 milhões no período analisado, enquanto a equipe paulista registrou R\$ 142 milhões. Cruzeiro, Atlético Mineiro, Vasco e Palmeiras completam o *top 6* de recebimentos, sendo os únicos com média acima dos seis dígitos.

TABELA 15 - DISTRIBUIÇÃO DAS RECEITAS DE TRANSMISSÃO DE TELEVISÃO ENTRE 2013 E 2015

2013			2014			2015		
Times	Receita	Participação	Times	Receita	Participação	Times	Receita	Participação
Flamengo	110.919.144	11,62%	Flamengo	115.077.000	11,50%	Cruzeiro	133.407.703	10,99%
Corinthians	102.524.000	10,74%	Corinthians	108.717.000	10,87%	Flamengo	127.888.000	10,53%
Palmeiras	76.297.000	7,99%	Palmeiras	80.640.000	8,06%	Corinthians	122.235.000	10,07%
São Paulo	72.285.000	7,57%	Atlético Mineiro	80.419.848	8,04%	Atlético Mineiro	113.721.233	9,37%
Atlético Mineiro	71.274.756	7,46%	São Paulo	77.900.000	7,79%	Palmeiras	88.425.000	7,28%
Cruzeiro	60.076.327	6,29%	Vasco da Gama	72.863.752	7,28%	Santos	86.082.000	7,09%
Fluminense	57.469.000	6,02%	Cruzeiro	66.341.321	6,63%	São Paulo	84.135.000	6,93%
Grêmio	55.446.000	5,81%	Santos	61.659.000	6,16%	Grêmio	79.866.000	6,58%
Internacional	54.189.552	5,67%	Fluminense	61.342.000	6,13%	Internacional	73.195.735	6,03%
Botafogo	46.164.000	4,83%	Grêmio	59.725.000	5,97%	Fluminense	67.329.000	5,54%
Santos	43.522.000	4,56%	Internacional	58.281.614	5,83%	Botafogo	53.516.000	4,41%
Bahia	40.650.000	4,26%	Atlético Paranaense	36.872.584	3,69%	Coritiba	37.984.793	3,13%
Vitória	34.968.000	3,66%	Coritiba	34.726.858	3,47%	Vitória	34.559.564	2,85%
Coritiba	32.231.746	3,38%	Goiás	33.158.015	3,31%	Atlético Paranaense	30.789.037	2,54%
Criciúma	31.284.433	3,28%	Figueirense	18.519.992	1,85%	Chapecoense	25.102.053	2,07%
Atlético Paranaense	31.161.316	3,26%	Chapecoense	16.622.691	1,66%	Figueirense	24.079.011	1,98%
Goiás	30.648.015	3,21%	Avai	7.461.402	0,75%	Ponte Preta	22.900.000	1,89%
Figueirense	3.818.945	0,40%	Joinville	6.112.598	0,61%	América Mineiro	9.105.377	0,75%
Sport	-	-	Ponte Preta	3.940.000	0,39%	Sport	-	-
Chapecoense	-	-	Sport	-	-	Santa Cruz	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>954.929.234</b>	<b>100%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>1.000.380.675</b>	<b>100%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>1.214.320.506</b>	<b>100%</b>

FONTE: AUTOR (2019)

TABELA 16 - DISTRIBUIÇÃO DAS RECEITAS DE TRANSMISSÃO DE TELEVISÃO ENTRE 2016 E 2017

2016			2017		
Times	Receita	Participação	Times	Receita	Participação
Flamengo	297.196.000	14,36%	Flamengo	199.078.000	10,69%
Corinthians	230.206.000	11,12%	Cruzeiro	177.104.584	9,51%
Fluminense	177.344.000	8,57%	Atlético Mineiro	171.711.830	9,22%
Vasco da Gama	165.245.000	7,98%	Corinthians	146.633.000	7,87%
Santos	149.258.000	7,21%	Palmeiras	137.307.000	7,37%
Cruzeiro	130.900.402	6,32%	Botafogo	127.015.000	6,82%
Atlético Mineiro	128.998.629	6,23%	Grêmio	126.297.000	6,78%
Palmeiras	128.265.000	6,20%	São Paulo	125.282.000	6,73%
São Paulo	128.032.000	6,19%	Santos	108.761.000	5,84%
Grêmio	106.184.000	5,13%	Internacional	107.839.235	5,79%
Botafogo	100.747.000	4,87%	Fluminense	106.582.000	5,72%
Bahia	90.816.000	4,39%	Vasco da Gama	96.633.000	5,19%
Coritiba	57.220.567	2,76%	Bahia	63.632.000	3,42%
Atlético Paranaense	55.308.429	2,67%	Atlético Paranaense	56.018.844	3,01%
Vitória	50.276.209	2,43%	Vitória	50.678.045	2,72%
Ponte Preta	35.000.000	1,69%	Chapecoense	37.859.111	2,03%
Chapecoense	30.590.115	1,48%	América Mineiro	9.301.920	0,50%
Avai	8.038.887	0,39%	Paraná	7.830.000	0,42%
Sport	-	-	Ceará	7.341.336	0,39%
Atlético Goianiense	-	-	Sport	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>2.069.626.238</b>	<b>100%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>1.862.904.906</b>	<b>100%</b>

FONTE: AUTOR (2019)

A questão da disparidade entre as receitas de direitos de transmissão é significativa nessa análise. Como exibido na Tabela 16, o Flamengo arrecadou mais de 10% do total da temporada de 2017, enquanto América Mineiro, Paraná e Ceará não atingiram 1% do montante. Além do já citado clube carioca, Cruzeiro, Atlético Mineiro, Corinthians, Palmeiras e Botafogo concentraram 50% da receita televisiva da temporada, enquanto as outras 14 equipes dividiram a outra metade do faturamento - sendo que as 6 equipes que menos receberam em 2017 mal ultrapassam os 9% do total. A maior disparidade analisada nos 5 períodos é referente à 2016, quando o próprio Flamengo ficou com pouco mais de 14,3% das receitas de televisão, valor pouco inferior (90,8%) do total acumulado por Avai, Chapecoense, Ponte Preta, Vitória, Atlético Paranaense, Coritiba e Bahia no mesmo ano.

Em busca da diminuição da diferença vista anteriormente, os clubes acertaram um novo acordo de distribuição das cotas de televisão pela Rede Globo de Comunicação, atual detentora com exclusividade dos direitos de televisionamento na “rede aberta” – em um claro exemplo de monopólio<sup>15</sup>. A partir da atual edição do Campeonato Brasileiro o modelo seguirá três alíquotas:

- 1) 40% do valor total será dividido de forma igual para todos os clubes que disputam a Série A;
- 2) 30% será distribuído conforme o número de partidas transmitidas pela emissora;
- 3) 30% servirá como premiação pela posição no campeonato, válidos apenas do 1º ao 16º colocado (os 4 times rebaixados não receberão esta parte).

Além deste novo critério de repartição dos valores, uma outra mudança terá grande influência no planejamento das equipes que forem rebaixadas para a Série B: a partir de 2020, os times que não conseguiram a permanência na Série A não poderão manter os contratos vigentes na temporada anterior, sendo necessário optar pela cota fixa e igualitária existente na segunda divisão ou receber o valor variável dos serviços de *pay-per-view*.

De acordo com Valério (2018), o valor total a ser dividido é próximo de R\$ 600 milhões, e com as porcentagens definidas anteriormente será possível perceber quedas expressivas nos recebimentos de algumas equipes, que antes do acordo recebiam múltiplas vezes mais do que outras.

Um exemplo de como esta nova regra de distribuição pode ter maior utilidade para as equipes de menor expressão: o Ceará, time que menos arrecadou com os direitos de televisão em 2017 (R\$ 7.341.336), apenas com os 40% divididos de forma igual entre os 20 clubes da Série A, teria um aumento de 63% na sua renda de transmissão (R\$ 12.000.000). As equipes que têm maiores recebimentos poderiam ter suas finanças comprometidas com essa nova divisão das cotas de televisão aberta, porém a negociação individual que a Globo faz com as equipes ainda permite a disparidade entre os recebimentos.

Vale citar, no entanto, que esta diferença nas receitas também é passível de justificativa: os clubes com maiores receitas também são aqueles com maiores torcidas (Globoesporte, 2019), e que por consequência podem gerar maior audiência em seus jogos (voltando ao exemplo da Tabela 16, a torcida do Flamengo é bastante presente em todo o

---

<sup>15</sup> Monopólio é uma estrutura de mercado na qual o comprador tem amplo controle no mercado em que atua, podendo ser o principal demandante de um bem. Desta forma, seu poder de mercado é extremamente alto, podendo influenciar nos preços praticados. Neste exemplo, a Rede Globo de Televisão não é a única a transmitir os jogos do Brasileirão, uma vez que existem outras emissoras por assinatura (a chamada “tv fechada”) que também adquiriram os direitos de alguns clubes. No entanto, é a Globo a principal demandante da exibição destes jogos, tendo poder suficiente para definir valores e regras de distribuição neste mercado.

território nacional, enquanto as torcidas de Ceará, Paraná e América Mineiro são mais “regionais”, concentradas na cidade da equipe). Desta forma, o ticket médio – ou seja, o valor arrecadado proporcionalmente ao número de torcedores da equipe – tende a não mostra a mesma disparidade absoluta.

Segundo Capelo (2018), um estudo realizado pelo Ibope demonstrou que, considerando a população acima de 16 anos que demonstra interesse em futebol, 23% se declara torcedor do Flamengo, enquanto apenas 1% escolheu o Atlético Paranaense em sua votação. Analisando por este aspecto, os 10% do total arrecadados com receitas de televisão pelo rubro-negro carioca não são – proporcionalmente – maiores que os 3,01% recebidos pelo rubro-negro paranaense em 2017, uma vez que este último possui uma torcida consideravelmente menor.

#### 4.3 TRANSFERÊNCIA DE ATLETAS

As transferências de direitos econômicos dos atletas são outra fonte expressiva de renda por parte dos clubes. Diferentemente das demais receitas, no entanto, não existe nenhuma garantia para o clube de qual será o valor acumulado, uma vez que depende de fatores exógenos ao planejamento da equipe (rendimento de atletas, negociação com terceiros e até mesmo taxa de câmbio em caso de transações internacionais). No período analisado, conforme visto na Tabela 12, as negociações realizadas entre os clubes foram responsáveis pela média de 15,28% das receitas obtidas, atrás apenas dos já citados contratos de televisão.

Diferentemente dos valores nos acordos com as emissoras, um aumento nos montantes recebidos com as transferências de atletas não significa, necessariamente, um aumento na quantidade de jogadores negociados – aliás, não raramente a venda dos direitos de um único atleta trazem dezenas de milhões para os cofres do clube, enquanto outras equipes podem não atingir o volume de R\$ 1 milhão em transferências. O Quadro 2 mostra as 10 transferências mais caras do futebol brasileiro até 2019, considerando valores em milhões de euros e reais.

Os clubes brasileiros, porém, dificilmente ficam com o valor integral da transferência do atleta, dado que boa parte dos nossos jogadores têm seus direitos econômicos divididos entre o time proprietário dos seus direitos federativos e outros times, grupos de empresários e, em alguns casos, o próprio atleta – conforme visto em Rizzo (2017). Além disso, as transações geralmente são feitas com diversos pagamentos a prazo, de forma que os clubes recebem pequenas parcelas do valor da venda ao longo de diversos períodos.

QUADRO 2 – 10 MAIORES TRANSFERÊNCIAS DO FUTEBOL BRASILEIRO ATÉ 2019 (EM MILHÕES)

Ano	Jogador	Valor (€)	Valor (R\$)*	Time Origem	Time Destino
2013	Neymar Júnior	88,4	250,1	Santos	Barcelona (ESP)
2017	Vinícius Júnior	45	164	Flamengo	Real Madrid (ESP)
2018	Rodrygo	45	193	Santos	Real Madrid (ESP)
2012	Lucas Moura	43	108,3	São Paulo	Paris Saint Germain (FRA)
2018	Lucas Paquetá	35	150	Flamengo	AC Milan (ITA)
2016	Gabriel Jesus	32,7	121,1	Palmeiras	Manchester City (ING)
2012	Oscar	32	79	Internacional	Chelsea (ING)
1997	Denilson	31,5	34,7	São Paulo	Real Bétis (ESP)
2018	Arthur	30	120	Grêmio	Barcelona (ESP)
2016	Gabriel Barbosa	25	91	Santos	Internazionale (ITA)

\* Conversão direta com valores da época

FONTE: AUTOR (2019)

Outra forma de recebimento de receitas de transferências de jogadores é o chamado “Mecanismo de Solidariedade”, estipulado pela FIFA. De acordo com essa regra da organização máxima do futebol mundial, os clubes formadores<sup>16</sup> recebem um percentual de 5% do valor das negociações futuras deste jogador. Esta receita, vale citar, é totalmente independente da performance do clube formador, uma vez que é obtida através da negociação de terceiros, porém pode gerar grandes fortunas nos cofres das entidades esportivas. Conforme Philip (2019), a transferência de Neymar Jr. do Barcelona (ESP) para o Paris Saint Germain (FRA), em, 2017, gerou aproximadamente R\$ 33 milhões para o Santos, time responsável por todo o desenvolvimento do jogador.

A Tabela 17 mostra as receitas de transferências de atletas no período analisado, além do cálculo das médias de cada time, de cada ano e a correlação entre os valores arrecadados e o desempenho no campeonato. Pode-se notar a acentuada queda nas receitas de 2014 (dado o grande volume de negociações de alto valor concretizados em 2013), porém existe uma tendência de alta na média ao longo do período. Vale ressaltar a alta média de receitas de transferência do São Paulo, único time a ultrapassar os R\$ 100 milhões.

No tocante à correlação – além das já citadas considerações com América Mineiro, Avaí e Goiás – tem certo destaque somente os resultados de Atlético Mineiro (-0,87), Bahia (-0,94), Botafogo (-0,93), Ponte Preta (0,86) e Vitória (-0,88).

<sup>16</sup> Segundo Souza (2015), a FIFA define como “clube formador” aquele pelo qual o atleta atuou durante seu desenvolvimento, entre os 14 e 19 anos, solicitando alguns requisitos como: fornecimento de condições educacionais para o atleta, participação em campeonatos oficiais, corpo técnico especializado e estrutura adequada para a formação de atletas (alojamentos e instalações esportivas).



TABELA 17 - TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS DE 2013 A 2017

Times	2013	2014	2015	2016	2017	Média	Correlação
América Mineiro			12.772.351		10.943.522	11.857.937	-1,00
Atlético Goianiense				-			
Atlético Mineiro	66.053.246	1.649.485	35.656.518	78.556.940	43.282.433	45.039.724	-0,87
Atlético Paranaense	5.263.185	33.931.788	59.810.519	32.902.893	29.716.118	32.324.901	0,29
Avaí		1.155.837		2.080.760		1.618.299	1,00
Bahia	6.519.000			3.323.000	2.382.000	4.074.667	-0,94
Botafogo	51.298.000		10.813.000	9.743.000	7.044.000	19.724.500	-0,93
Ceará					-		
Chapecoense	-	525.000	3.579.593	5.587.733	11.298.182	4.198.102	0,02
Corinthians	69.113.000	41.061.000	51.932.000	144.439.000	97.831.000	80.875.200	-0,13
Coritiba	18.003.783	7.620.117	5.114.480	8.526.506		9.816.222	0,53
Criciúma	1.422.656					1.422.656	
Cruzeiro	24.634.073	25.569.665	142.141.027	28.465.518	35.134.232	51.188.903	-0,43
Figueirense	4.468.919	4.810.670	4.689.759			4.656.449	-0,54
Flamengo	-	19.736.480	11.634.000	11.995.000	183.069.000	45.286.896	0,62
Fluminense	14.357.000	5.652.000	36.511.000	52.438.000	42.817.000	30.355.000	-0,46
Goiás	253.333	6.701.974				3.477.654	-1,00
Grêmio	20.730.000	38.287.000	15.804.000	17.902.000	76.796.000	33.903.800	0,63
Internacional	123.749.653	30.347.474	94.083.544		25.877.833	68.514.626	-0,18
Joinville		10.000				10.000	
Palmeiras	6.048.000	61.320.000	12.519.000	51.302.000	36.065.000	33.450.800	0,02
Paraná					1.313.000	1.313.000	
Ponte Preta		8.117.793	11.657.784	5.941.356		8.572.311	0,86
Santa Cruz			-				
Santos	62.443.000	45.770.000	10.833.000	72.823.000	78.632.000	54.100.200	-0,78
São Paulo	147.952.000	40.941.000	108.836.000	111.165.000	188.664.000	119.511.600	0,28
Sport	-	-	-	-	-		
Vasco da Gama		4.465.150		1.759.000	56.953.000	21.059.050	-0,43
Vitória	9.452.000		3.633.324	2.292.902	17.981.627	8.339.963	-0,88
<b>Média</b>	<b>31.588.042</b>	<b>18.883.622</b>	<b>31.601.045</b>	<b>32.062.180</b>	<b>47.289.997</b>	<b>27.787.698</b>	
<b>Evolução da Média</b>		<b>-40,22%</b>	<b>67,35%</b>	<b>1,46%</b>	<b>47,49%</b>		
<b>Evolução Acumulada da Média</b>		<b>-40,22%</b>	<b>0,04%</b>	<b>1,50%</b>	<b>49,71%</b>		

FONTE: AUTOR (2019)

Na análise da evolução das receitas e dos aproveitamentos, da Tabela 18, os resultados de correlação apresentam comportamento similar ao que foi visto anteriormente. Nenhuma equipe se destaca na associação, sendo o Fluminense com maior correlação encontrada (0,79).

Apesar das características quantitativas dos valores de transferência de direitos econômicos, é importante compreender o aspecto negativo da abordagem qualitativa da negociação de um atleta: quanto maior o valor desembolsado para a negociação de um jogador, teoricamente mais habilidoso (ou de maior qualidade técnica) este é. Desta forma, sua saída do time acarreta em um decréscimo técnico na equipe como um todo, o que pode afetar negativamente a performance do time.

TABELA 18 - CORRELAÇÃO ENTRE EVOLUÇÃO DE RECEITAS DE TRANSFERÊNCIAS E DE APROVEITAMENTO

Times	Evolução Receitas				Evolução Aproveitamento				Correlação
	2013/2014	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2017/2018	
América Mineiro									
Atlético Goianiense									
Atlético Mineiro	-98%	2062%	120%	-45%	11%	-10%	-13%	9%	-0,58
Atlético Paranaense	545%	76%	-45%	-10%	-6%	12%	-11%	12%	-0,30
Avai									
Bahia				-28%				-4%	
Botafogo			-10%	-28%			-10%	-4%	-1,00
Ceará									
Chapecoense		582%	56%	102%	9%	11%	4%	-19%	0,62
Corinthians	-41%	26%	178%	-32%	17%	-32%	31%	-39%	0,56
Coritiba	-58%	-33%	67%		-6%	5%	-7%		-0,34
Criciúma									
Cruzeiro	4%	456%	-80%	23%	-31%	-7%	12%	-7%	-0,09
Figueirense	8%	-3%			-9%	-14%			1,00
Flamengo		-41%	3%	1426%	-6%	45%	-21%	29%	0,25
Fluminense	-61%	546%	44%	-18%	-23%	6%	-6%	-4%	0,79
Goiás	2546%				-19%				
Grêmio	85%	-59%	13%	329%	11%	-22%	17%	6%	0,39
Internacional	-75%	210%			-13%	-28%			-1,00
Joinville									
Palmeiras	914%	-80%	310%	-30%	33%	51%	-21%	27%	-0,16
Paraná									
Ponte Preta		44%	-49%			4%	-26%		1,00
Santa Cruz									
Santos	-27%	-76%	572%	8%	9%	22%	-11%	-21%	-0,48
São Paulo	-72%	166%	2%	70%	-11%	-16%	-4%	26%	0,03
Sport					13%	-20%	-4%	-7%	
Vasco da Gama				3138%				-23%	
Vitória			-37%	684%			-4%	-14%	-1,00

\* As informações financeiras de 2013 da Chapecoense não estão disponíveis

FONTE: AUTOR (2019)

Um bom exemplo para esta hipótese é o caso do Atlético Mineiro. A equipe arrecadou mais de R\$ 66 milhões em 2013 com transferências, terminando a temporada 2014 na quinta colocação do campeonato. Neste mesmo ano, teve uma renda de apenas R\$ 1 milhão com a negociação dos jogadores, e viu seu desempenho apresentar uma considerável melhora no ano seguinte: 2ª colocação no Brasileirão, atrás apenas do Corinthians. As receitas com negociações de direitos federativos aumentaram em 2015 e 2016, enquanto o aproveitamento nas seguintes reduziu. Por fim, a queda nas receitas de transferências em 2017 viu uma melhora no desempenho da equipe na temporada seguinte.

O apêndice 2 traz a representação gráfica das comparações entre valores de transferências e o aproveitamento das equipes.

Os casos de Cruzeiro e Santos são válidos de análise devido suas particularidades: o clube mineiro fora bicampeão consecutivo do Campeonato Brasileiro em 2013 e 2014, realizando boas contratações no ano do primeiro título e mantendo a estrutura da equipe para o ano seguinte. A conquista, porém, serviu de vitrine para alguns dos jogadores de

mais destaque do elenco: Éverton Ribeiro, Ricardo Goulart e Lucas Silva, que foram vendidos ao futebol árabe, chinês e espanhol (respectivamente) no começo de 2015. Apesar da grande receita adquirida com as negociações, o clube não recuperou o mesmo desempenho e, mesmo com melhora no aproveitamento, passou longe do título da liga nacional<sup>17</sup>.

Por sua vez, o Santos demonstra através de suas receitas com transferências de atletas o motivo de ser reconhecido como um grande revelador de talentos. O clube constantemente negocia, no mercado nacional e internacional, jogadores revelados na sua base ou adquiridos em boas oportunidades que, posteriormente, acabam se tornando grandes destaques em suas equipes. Nota para a campanha de 2016, quando o clube ficou com o vice-campeonato do Brasileirão, perdendo apenas para um Palmeiras fortemente financiado pela patrocinadora Crefisa, com expressivos investimentos em contratações em 2015 e 2016.

Outro detalhe importante ao se considerar o impacto que as negociações de jogadores têm no desempenho de uma equipe são os empréstimos: a cessão de um atleta para outra agremiação sem a obrigatoriedade da compensação financeira para tal. Novamente pode-se citar a questão do “decrécimo técnico” com a saída de um jogador e, desta vez, sem a contrapartida financeira. Deve-se considerar, no entanto, que boa parte dos atletas emprestados não estão sendo aproveitados na equipe atual, e, portanto, não causam impacto imediato no time. Além disso, o time que recebe o atleta passa a arcar com parte ou a totalidade dos salários deste jogador, o que desonera a folha salarial da equipe que o liberou – considerando então que a redução dos custos operacionais desta entidade pode servir como benefício financeiro.

#### 4.4 PROGRAMA DE SÓCIO TORCEDOR

A arrecadação com os programas de sócio torcedor representou, na média, pouco menos de 10% do total das equipes – conforme Tabela 12. No entanto, como é demonstrado na Tabela 19, a média da arrecadação demonstra crescimentos expressivos ao longo do período (com exceção do ano 2016, que teve uma considerável queda de 12,97% no total faturado), sendo que o crescimento de 2013 a 2017 é de mais de 128%.

Estes valores podem significar uma preferência, por parte do torcedor, pelas comodidades e benefícios oferecidos pelos clubes de futebol em seus programas.

---

<sup>17</sup> Vale citar, porém, que apesar dos fracos desempenhos no Brasileirão, o Cruzeiro conquistou o bicampeonato da Copa do Brasil nos anos de 2017 e 2018.

Enquanto algumas equipes como o Athletico Paranaense permitem que seus associados tenham acesso irrestrito aos jogos mediante o pagamento da mensalidade, com local garantido, descontos na compra de produtos e participação nas eleições do clube (conforme Figura 1), os planos de associação de outras equipes – como o Avanti, do Palmeiras – têm categorias que oferecem maior facilidade na aquisição dos ingressos até acesso garantido nas partidas da equipe, dependendo do valor pago mensalmente pelo torcedor (conforme Figura 2).

TABELA 19 - RECEITAS COM SÓCIO TORCEDOR, DE 2013 A 2017

Times	2013	2014	2015	2016	2017	Média	Correlação
América Mineiro			313.921		1.014.800	664.361	1,00
Atlético Goianiense				-			
Atlético Mineiro	18.727.616	18.979.041	22.975.882	28.475.929	26.491.459	23.129.985	-0,86
Atlético Paranaense	10.372.661	24.969.487	25.009.914	24.681.661	26.022.343	22.211.213	0,05
Avai		4.421.131		3.993.269		4.207.200	-1,00
Bahia	1.896.000			5.618.000	6.525.000	4.679.667	0,95
Botafogo	5.246.000		7.998.000	6.123.000	12.088.000	7.863.750	0,43
Ceará					2.017.143	2.017.143	
Chapecoense	-	6.633.090	7.192.066	6.580.712	13.868.568	6.854.887	0,06
Corinthians	15.311.000	9.339.000	28.881.000	12.148.000	35.266.000	20.189.000	-0,99
Coritiba	25.987.185	21.210.605	21.799.109	18.036.579		21.758.370	0,92
Criciúma	10.343.313					10.343.313	
Cruzeiro	8.968.053	10.410.566	10.971.678	10.862.172	33.428.937	14.928.281	-0,36
Figueirense	6.289.435	6.164.089	6.736.376			6.396.633	-0,81
Flamengo	30.447.334	39.882.263	40.956.000	38.872.000	55.926.000	41.216.719	0,71
Fluminense	13.134.000	17.892.000	20.921.000	22.968.000	22.464.000	19.475.800	-0,87
Goiás	3.535.146	3.492.262				3.513.704	1,00
Grêmio	-	-	45.500.000	51.190.000	66.150.000	32.568.000	-0,20
Internacional	39.271.401	58.984.171	66.439.359		55.782.613	55.119.386	-0,78
Joinville		7.905.796				7.905.796	
Palmeiras	-	11.935.000	32.441.000	43.439.000	47.014.000	26.965.800	0,85
Paraná					2.930.000	2.930.000	
Ponte Preta		-	-	-			
Santa Cruz							
Santos	4.693.000	11.938.000	23.245.000	30.495.000	38.093.000	21.692.800	0,04
São Paulo	7.107.000	7.431.000	11.683.000	13.671.000	10.718.000	10.122.000	-0,87
Sport	-	-	-	-	-		
Vasco da Gama		4.221.348		5.595.000	5.571.000	5.129.116	0,61
Vitória	2.889.000		2.665.275	4.251.170	4.685.489	3.622.734	-0,40
<b>Média</b>	10.210.907	13.290.442	18.786.429	16.350.025	23.302.818	15.020.226	
<b>Evolução da Média</b>		30,16%	41,35%	-12,97%	42,52%		
<b>Evolução Acumulada da Média</b>		30,16%	83,98%	60,12%	128,21%		

FONTE: AUTOR (2019)

FIGURA 2 - MODALIDADES DE ASSOCIAÇÃO "SÓCIO FURACÃO" DO ATHLETICO PARANAENSE

NOVO PLANO <b>SÓCIO FURACÃO</b>	Sector tradicional do nosso estádio	Sector Premium
ESGOTADO!	MENORES E IDOSOS <b>R\$ 75 Mensal</b>	MENORES E IDOSOS <b>R\$ 175 Mensal</b>
ADULTOS <b>R\$ 90 Mensal</b>	ADULTOS <b>R\$ 150 Mensal</b>	ADULTOS <b>R\$ 350 Mensal</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Sem custo adicional de ingresso nos jogos oficiais;</li> <li>✓ Direito à voto nas eleições do Clube;</li> <li>✓ Clube de Vantagens;</li> <li>✓ Descontos na Loja Oficial e no Furacão Tour;</li> <li>✓ Participação em ações exclusivas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cadeira com nome e garantida para todos os jogos oficiais;</li> <li>✓ Sem custo adicional de ingresso nos jogos oficiais;</li> <li>✓ Direito à voto nas eleições do Clube;</li> <li>✓ Clube de Vantagens;</li> <li>✓ Descontos na Loja Oficial e no Furacão Tour;</li> <li>✓ Participação em ações exclusivas</li> </ul> <p><small>Brasílio Itiberê Superior, Brasílio Itiberê Inferior, Getúlio Vargas Inferior, Buenos Aires Inferior e Coronel Duicídio Inferior</small></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cadeira com nome e garantida para todos os jogos oficiais;</li> <li>✓ Sem custo adicional de ingresso nos jogos oficiais;</li> <li>✓ Direito à voto nas eleições do Clube;</li> <li>✓ Clube de Vantagens;</li> <li>✓ Descontos na Loja Oficial e no Furacão Tour;</li> <li>✓ Lounge ambientado;</li> <li>✓ Participação em ações exclusivas;</li> <li>✓ Acesso exclusivo</li> </ul> <p><small>Piso 2 do Sector Brasílio Itiberê, com acesso exclusivo</small></p>

FONTE: ATHLETICO PARANAENSE (2019)

FIGURA 3 - MODALIDADES DE ASSOCIAÇÃO "AVANTI" DO PALMEIRAS

PLANOS	DIAMANTE	PLATINA	OURO	PRATA SUPERIOR	PRATA	BRONZE	VERDE **
<b>Valores</b>	<b>R\$ 779,99</b>	<b>R\$ 259,99</b>	<b>R\$ 144,99</b>	<b>R\$ 77,99</b>	<b>R\$ 41,99</b>	<b>R\$ 17,99</b>	<b>R\$ 9,99</b>
Central Oeste	100%	50%	25%	0%	0%	0%	0%
Central Leste	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Gol Sul	100%	100%	75%	50%	50%	0%	0%
Gol Norte	100%	100%	100%	50%	50%	0%	0%
Superior	100%	100%	75%*	75%	50%	20%	0%

\* 100% de desconto na superior norte, oferta promocional válida para o ano de 2019.  
 \*\* O plano Avanti Verde não está disponível no Estado de São Paulo.

FONTE: PALMEIRAS (2019)

Alguns resultados da relação entre as receitas anuais e o aproveitamento no campeonato (Tabela 19) são interessantes para a análise: além das fortes correlações apresentadas por Corinthians (-0,99) e Coritiba (0,92), Atlético Mineiro (-0,86), Figueirense (-0,81), Fluminense (-0,87), Palmeiras (0,85) e São Paulo (-0,87) também apresentam resultados expressivos. Estes também aparecem – exceto para palmeiras e Fluminense – se consideramos a evolução das receitas e do desempenho ao longo do período, conforme demonstrado na Tabela 20.

No entanto, apesar de uma maior frequência de fortes correlações nas receitas dos programas de sócio torcedor, duas considerações podem ser importantes na interpretação dos resultados: nem todas as equipes divulgaram, no período estudado, seus valores arrecadados com os planos em questão – seja pela não existência destes ou pelo não

detalhamento no resultado financeiro – e, como pode ser visto no Apêndice 1, alguns times consideram como “associados” também aqueles que frequentam seus clubes sociais (aqueles que oferecem atividades esportivas, recreativas e culturais). Tais considerações podem influenciar os valores divulgados e, por consequência, as correlações encontradas.

TABELA 20 - CORRELAÇÃO ENTRE EVOLUÇÃO DE RECEITAS DE SÓCIOS E DE APROVEITAMENTO

Times	Evolução Receitas				Evolução Aproveitamento				Correlação
	2013/2014	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2017/2018	
América Mineiro									
Atlético Goianiense									
Atlético Mineiro	1%	21%	24%	-7%	11%	-10%	-13%	9%	-0,96
Atlético Paranaense	141%	0%	-1%	5%	-6%	12%	-11%	12%	-0,40
Avai									
Bahia				16%				-4%	
Botafogo			-23%	97%			-10%	-4%	1,00
Ceará									
Chapecoense		8%	-9%	111%	9%	11%	4%	-19%	-0,94
Corinthians	-39%	209%	-58%	190%	17%	-32%	31%	-39%	-0,99
Coritiba	-18%	3%	-17%		-6%	5%	-7%		1,00
Criciúma									
Cruzeiro	16%	5%	-1%	208%	-31%	-7%	12%	-7%	-0,02
Figueirense	-2%	9%			-9%	-14%			-1,00
Flamengo	31%	3%	-5%	44%	-6%	45%	-21%	29%	0,22
Fluminense	36%	17%	10%	-2%	-23%	6%	-6%	-4%	-0,62
Goiás	-1%				-19%				
Grêmio			13%	29%	11%	-22%	17%	6%	-1,00
Internacional	50%	13%			-13%	-28%			1,00
Joinville									
Palmeiras		172%	34%	8%	33%	51%	-21%	27%	0,65
Paraná									
Ponte Preta						4%	-26%		
Santa Cruz									
Santos	154%	95%	31%	25%	9%	22%	-11%	-21%	0,76
São Paulo	5%	57%	17%	-22%	-11%	-16%	-4%	26%	-0,82
Sport					13%	-20%	-4%	-7%	
Vasco da Gama				0%				-23%	
Vitória			60%	10%			-4%	-14%	1,00

FONTE: AUTOR (2019)

#### 4.5 PATROCÍNIOS

Dado sua grande representatividade no cotidiano e alta visibilidade por boa parte da população, os patrocínios são outra fonte de renda dos clubes de futebol, atingindo em nossa análise uma média de 11,90% de participação nas receitas, conforme Tabela 12. Tal qual para as emissoras de televisão, que exibem diversos anúncios publicitários durante a transmissão de um jogo, os times aproveitam sua exposição na mídia para arrecadar com a divulgação das empresas que os patrocinam de diversas formas.

A opção mais simples é a exposição dos patrocinadores no uniforme. Empresas pagam altos valores para terem sua marca exibida nas camisas (e, eventualmente, em outras partes) e lutam pelo espaço na parte frontal - os ditos patrocinadores “*master*”, que

são os de maior divulgação quando relacionados com o time. Para manter a arrecadação, no entanto, os clubes acabam por expor outras empresas em demais partes da camisa: mangas, ombros, na parte de baixo e costas – acima ou abaixo do número -, o que acaba “poluindo” a estética da vestimenta, como pode ser visto na Figura 4. O Corinthians é um dos clubes brasileiros com mais patrocinadores em sua camisa, enquanto que o Santos, em algumas partidas, utilizou um uniforme limpo, quase sem marcas visíveis (apesar de, em certos jogos, exibir algumas empresas em seu conjunto).

Outra forma de exibir seus patrocinadores é através das já tradicionais placas publicitárias que contornam o gramado, tornando-as visíveis durante as transmissões. Além de servirem como limitadores da área do campo (determinando áreas de atuação de fotógrafos, jornalistas, gandulas ou os espaços de aquecimento dos atletas), tais placas ficam em evidência durante a maior parte da transmissão, principalmente em lances próximos aos limites do gramado ou às traves, conforme exibido na Figura 5.

FIGURA 4 - PATROCÍNIOS EM UNIFORMES DE CORINTHIANS E SANTOS



FONTE: ADAPTADO DE GLOBOESPORTE (2019) E CARRANZA (2019)

Uma alternativa que ganha espaço e é cada vez mais buscada pelos times são os “naming rights” ou “direitos de nome”, quando uma empresa adquire o direito de nomear um evento ou estrutura por um determinado período – como acontece com o próprio Campeonato Brasileiro, que desde julho de 2018 é nomeado Brasileirão Assaí, conforme a rede de atacado. Apesar de ser uma prática comum fora do país<sup>18</sup>, apenas em 2005 um estádio brasileiro teve seus *naming rights* negociados: o Atlético Paranaense fechou um acordo de 3 anos e R\$ 5 milhões com a empresa japonesa Kyocera, batizando seu estádio (Arena da Baixada) como Kyocera Arena. O assunto voltou à tona no país somente em 2013, quando a construtora do novo estádio do Palmeiras, WTorre, fechou um acordo de

<sup>18</sup> A grande maioria dos estádios da NFL e da NBA, por exemplo, levam nomes de empresas, conforme visto em ESPN (2019) e Long (2016).

R\$ 300 milhões e 20 anos com a seguradora Allianz, nomeando a nova edificação como “Allianz Parque”, conforme visto na Figura 6.

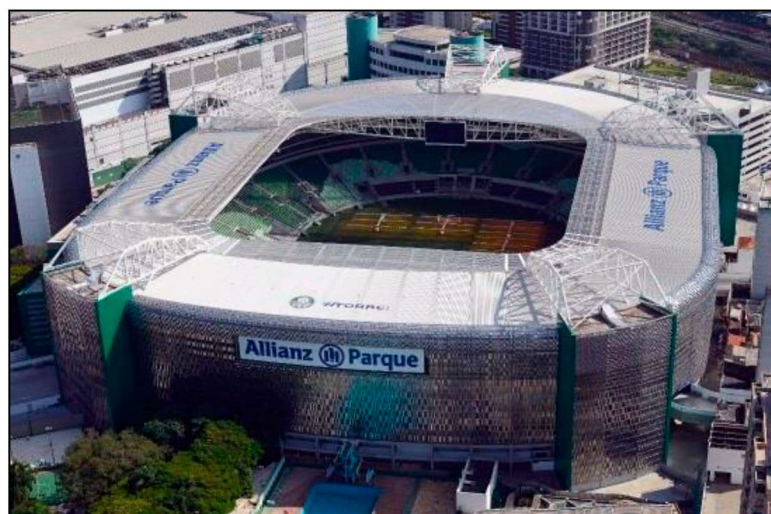
FIGURA 5 - PLACAS DE PUBLICIDADE AO REDOR DO CAMPO



FONTE: COLUNA DO FLA (2019)

A Tabela 21 traz os valores arrecadados pelos clubes, com patrocínios, entre 2013 e 2017. Percebe-se que existe um crescimento contínuo da média destes valores, porém sem mudanças muito significativas: a diferença no período foi de pouco menos de 70%, diferente dos casos de direitos de transmissão e programas de sócio torcedor. Destaque para as receitas de Corinthians e Flamengo, que mantiveram rendas altas com patrocínios ao longo do período, enquanto o Palmeiras ultrapassou a média de R\$ 20 milhões entre 2013 e 2014 para atingir os R\$ 130 milhões em 2017 – conforme Gráfico 3.

FIGURA 6 - ALLIANZ PARQUE, ESTÁDIO DO PALMEIRAS



FONTE: MÁQUINA DO ESPORTE (2019)



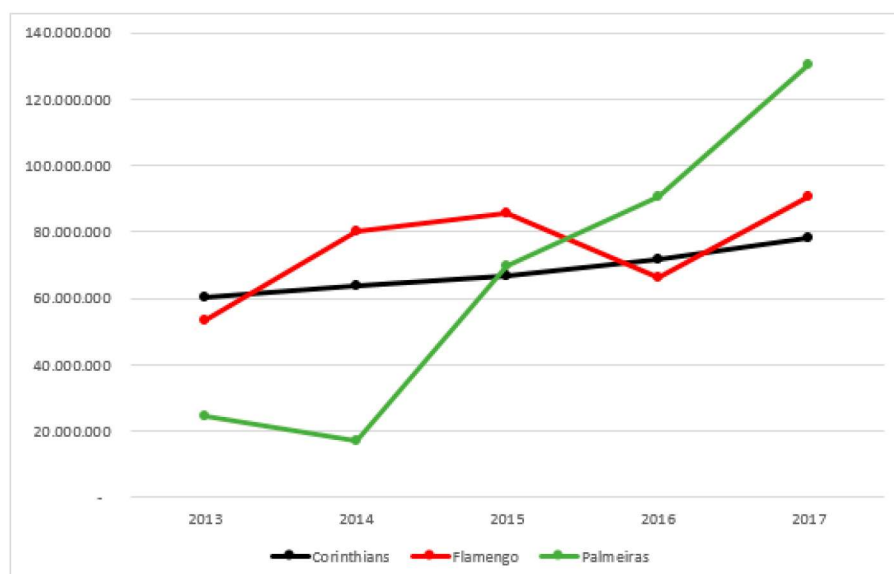
TABELA 21 - RECEITAS COM PATROCÍNIOS, DE 2013 A 2017

Times	2013	2014	2015	2016	2017	Média	Correlação
América Mineiro			2.412.113		7.347.805	4.879.959	1,00
Atlético Goianiense				-			
Atlético Mineiro	25.397.553	22.800.063	16.325.564	31.631.622	34.744.832	26.179.927	-0,59
Atlético Paranaense	7.431.063	13.493.377	6.983.829	8.916.598	10.047.495	9.374.472	-0,52
Avaí		4.767.865		2.898.586		3.833.225	-1,00
Bahia	6.902.000			8.967.000	12.909.000	9.592.667	0,66
Botafogo	17.637.000		10.096.000	9.379.000	18.843.000	13.988.750	-0,64
Ceará					4.441.150	4.441.150	
Chapecoense	-	5.272.200	6.996.796	7.009.372	9.239.816	5.703.637	0,41
Corinthians	60.114.000	63.669.000	66.571.000	71.502.000	78.375.000	68.046.200	-0,67
Coritiba	10.017.819	13.319.502	7.873.417	9.371.972		10.145.678	-0,33
Criciúma	1.088.080					1.088.080	
Cruzeiro	22.577.928	21.756.938	21.263.358	26.792.412	26.370.649	23.752.257	-0,15
Figueirense	6.148.054	7.801.637	7.159.996			7.036.562	-0,51
Flamengo	53.320.289	79.946.240	85.487.000	66.336.000	90.448.000	75.107.506	0,69
Fluminense	20.860.000	14.167.000	27.517.000	15.687.000	15.167.000	18.679.600	0,45
Goiás	1.839.777	2.902.819				2.371.298	-1,00
Grêmio	24.183.000	41.541.000	35.353.000	35.531.000	52.667.000	37.855.000	0,49
Internacional	31.183.101	33.950.239	35.195.294		34.686.323	33.753.739	-0,60
Joinville		5.798.139				5.798.139	
Palmeiras	24.456.000	16.958.000	69.798.000	90.683.000	130.327.000	66.444.400	0,79
Paraná					663.000	663.000	
Ponte Preta		2.851.898	4.313.492	5.972.657		4.379.349	-0,81
Santa Cruz			-				
Santos	17.783.000	16.206.000	13.518.000	14.466.000	23.342.000	17.063.000	-0,87
São Paulo	33.013.000	22.548.000	19.901.000	35.297.000	56.629.000	33.477.600	0,28
Sport	-	-	-	-	-		
Vasco da Gama		22.090.149		13.632.000	18.647.000	18.123.050	-0,96
Vitória	8.004.000		7.112.845	8.826.000	5.689.619	7.408.116	0,43
<b>Média</b>	<b>18.597.783</b>	<b>20.592.003</b>	<b>22.193.885</b>	<b>23.144.961</b>	<b>31.529.234</b>	<b>19.584.091</b>	
<b>Evolução da Média</b>		<b>10,72%</b>	<b>7,78%</b>	<b>4,29%</b>	<b>36,23%</b>		
<b>Evolução Acumulada da Média</b>		<b>10,72%</b>	<b>19,34%</b>	<b>24,45%</b>	<b>69,53%</b>		

FONTE: AUTOR (2019)

A correlação das receitas anuais com o aproveitamento, no entanto, não traz resultados significativos, sendo apenas o valor obtido pelo Santos (-0,87) que melhor indique uma possível relação entre os índices. Outros valores, como de América (1), Avaí (-1), Goiás (-1) e Vasco (-0,96), são influenciados pelo número de variáveis disponíveis.

GRÁFICO 3 - EVOLUÇÃO DE RECEITAS DE PATROCÍNIO ENTRE CORINTHIANS, FLAMENGO E PALMEIRAS



FONTE: AUTOR (2019)

A análise da evolução das receitas com a evolução do aproveitamento também não retorna valores significativos de correlação. Novamente, assim como na discussão anterior, o Santos é a equipe que mostra maior relação entre os dados analisados (-0,87), como visto na Tabela 22.

TABELA 22 - CORRELAÇÃO ENTRE EVOLUÇÃO DE RECEITAS DE PATROCÍNIO E APROVEITAMENTO

Times	Evolução Receitas				Evolução Aproveitamento				Correlação
	2017/2016	2016/2015	2015/2014	2014/2013	2018/2017	2017/2016	2016/2015	2015/2014	
América Mineiro									
Atlético Goianiense									
Atlético Mineiro	0,10	0,94	-0,28	-0,10	0,09	-0,13	-0,10	0,11	-0,44
Atlético Paranaense	0,13	0,28	-0,48	0,82	0,12	-0,11	0,12	-0,06	-0,70
Avaí									
Bahia	0,44				-0,04				
Botafogo	1,01	-0,07			-0,04	-0,10			1,00
Ceará									
Chapecoense	0,32	0,00	0,33		-0,19	0,04	0,11	0,09	-0,27
Corinthians	0,10	0,07	0,05	0,06	-0,39	0,31	-0,32	0,17	-0,14
Coritiba		0,19	-0,41	0,33		-0,07	0,05	-0,06	-0,98
Criciúma									
Cruzeiro	-0,02	0,26	-0,02	-0,04	-0,07	0,12	-0,07	-0,31	0,80
Figueirense			-0,08	0,27			-0,14	-0,09	1,00
Flamengo	0,36	-0,22	0,07	0,50	0,29	-0,21	0,45	-0,06	0,24
Fluminense	-0,03	-0,43	0,94	-0,32	-0,04	-0,06	0,06	-0,23	0,75
Goiás				0,58				-0,19	
Grêmio	0,48	0,01	-0,15	0,72	0,06	0,17	-0,22	0,11	0,54
Internacional			0,04	0,09			-0,28	-0,13	1,00
Joinville									
Palmeiras	0,44	0,30	3,12	-0,31	0,27	-0,21	0,51	0,33	0,54
Paraná									
Ponte Preta		0,38	0,51			-0,26	0,04		1,00
Santa Cruz									
Santos	0,61	0,07	-0,17	-0,09	-0,21	-0,11	0,22	0,09	-0,87
São Paulo	0,60	0,77	-0,12	-0,32	0,26	-0,04	-0,16	-0,11	0,64
Sport					-0,07	-0,04	-0,20	0,13	
Vasco da Gama	0,37				-0,23				
Vitória	-0,36	0,24			-0,14	-0,04			1,00

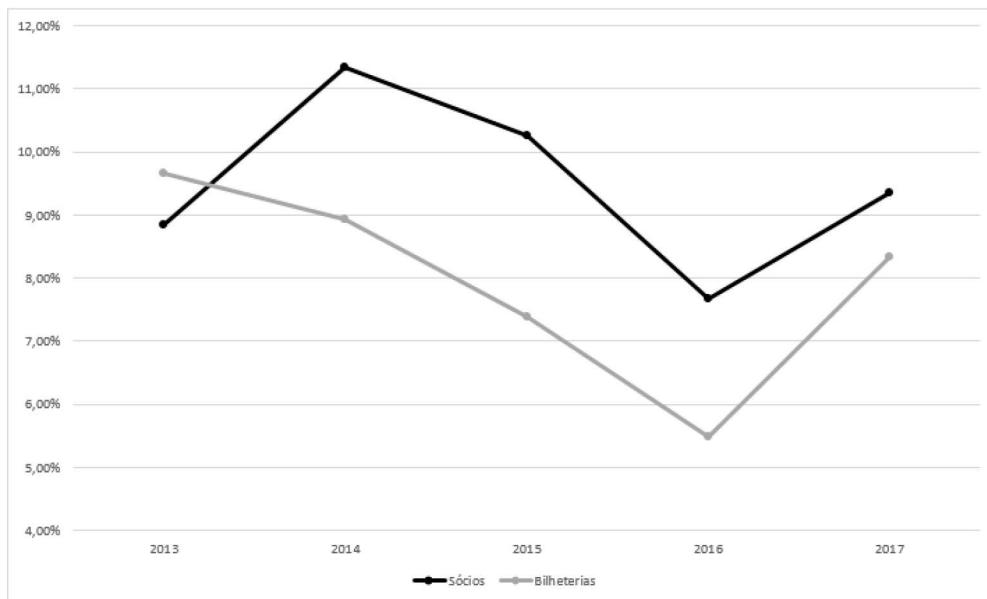
FONTE: AUTOR (2019)

Os valores de patrocínio, no entanto, parecem muito mais relacionados com a visibilidade e renome do time do que com a performance nos campeonatos. Obviamente um bom desempenho na liga ou nas copas permite que o time negocie valores maiores com um número maior de patrocinadores, porém não é nenhum absurdo imaginar que os maiores times recebam mais que as equipes “regionais”, mesmo com um desempenho similar ou pior. Um exemplo: em 2018 o Atlético Paranaense ficou na 7ª posição do campeonato tendo arrecadado pouco mais de R\$ 10 milhões em patrocínios no ano anterior, enquanto o Corinthians, que terminou o campeonato em 13º, chegou aos R\$ 78 milhões provindos de patrocinadores em 2017 (ano em que foi campeão brasileiro).

## 4.6 BILHETERIA

A arrecadação com bilheteria tem a menor média (7,96%) entre as 5 analisadas neste trabalho, conforme visto na Tabela 12. Uma das hipóteses para tal representatividade nas receitas dos clubes é o maior destaque do faturamento com programas de sócios, que desde 2014 são superiores às bilheterias – conforme Gráfico 4.

GRÁFICO 4 - RECEITAS DE SÓCIO TORCEDOR X BILHETERIAS



FONTE: AUTOR (2019)

A Tabela 23 traz as receitas de bilheteria dos 5 anos de análise para cada equipe. Percebe-se que a média destes recebimentos mantém uma certa estabilidade ao longo do período, tendo um crescimento acumulado de praticamente 11% entre 2013 e 2017.

Este comportamento, entretanto, não indica que tais receitas não sejam significantes para as equipes: a média de arrecadação do Palmeiras é de R\$ 56 milhões, atingindo R\$ 74 milhões em 2017. Cruzeiro e Flamengo também possuem médias expressivas de faturamento com ingressos (R\$ 48 milhões e R\$ 46 milhões, respectivamente), sendo o time mineiro o que declarou o maior valor entre todos os períodos: R\$ 85 milhões em 2014, superior à renda total de diversas equipes.

Assim como nas demais receitas, o cálculo de correlação não indica valores significativos entre o faturamento anual e o aproveitamento no campeonato: destaque para o Palmeiras, com correlação de 0,91, sendo a única equipe com resultado considerável para a análise. As considerações são as mesmas quando tratamos da evolução entre receitas e aproveitamento, conforme Tabela 24: nenhuma equipe traz relação forte entre

os índices, salvo por Botafogo, Figueirense, Internacional e Vitória – que possuem somente duas variáveis sendo analisadas.

TABELA 23 - RECEITAS DE BILHETERIA ENTRE 2013 E 2017

Times	2013	2014	2015	2016	2017	Média	Correlação
América Mineiro			190.800		641.678	416.239	1,00
Atlético Goianiense				-			
Atlético Mineiro	20.115.837	29.567.460	24.848.504	28.502.374	16.886.019	23.984.039	0,20
Atlético Paranaense	4.197.575	3.674.254	5.788.671	7.931.008	10.654.359	6.449.173	0,42
Avaí		916.224		1.190.017		1.053.121	1,00
Bahia	5.761.000			9.803.000	15.801.000	10.455.000	0,71
Botafogo	13.671.000		12.576.000	8.359.000	21.349.000	13.988.750	-0,10
Ceará					8.099.987		
Chapecoense	-	3.607.681	3.545.389	2.613.362	4.120.692	2.777.425	0,31
Corinthians	32.076.000	6.911.000	-	-	-	7.797.400	0,33
Coritiba	5.495.740	6.067.719	7.792.044	10.966.502		7.580.501	-0,68
Criciúma	-						
Cruzeiro	63.709.953	85.791.080	43.331.363	31.383.060	16.476.951	48.138.481	0,34
Figueirense	1.310.682	3.095.492	3.122.920			2.509.698	-0,81
Flamengo	48.298.369	40.786.000	43.676.000	39.337.000	62.276.000	46.874.674	0,59
Fluminense	8.071.000	6.852.000	15.765.000	11.362.000	15.493.000	11.508.600	-0,41
Goiás	8.417.190	6.160.725				7.288.957	1,00
Grêmio	9.049.000	939.000	529.000	21.000	476.000	2.202.800	-0,07
Internacional	4.822.732	12.150.622	16.078.563		12.450.740	11.375.664	-0,74
Joinville		2.297.202				2.297.202	
Palmeiras	26.366.000	23.168.000	87.210.000	69.296.000	74.047.000	56.017.400	0,91
Paraná					7.013.000	7.013.000	
Ponte Preta		1.300.700	-	-		433.567	
Santa Cruz			-				
Santos	10.228.000	10.938.000	17.618.000	15.476.000	25.774.000	16.006.800	-0,15
São Paulo	25.418.000	20.749.000	29.486.000	32.962.000	26.961.000	27.115.200	-0,71
Sport	-	-	-	-	-		
Vasco da Gama		10.657.924		5.241.000	4.088.000	6.662.308	-0,46
Vitória	7.500.000		3.193.505	2.408.178	4.270.159	4.342.961	-0,68
<b>Média</b>	<b>14.725.404</b>	<b>13.781.504</b>	<b>15.737.588</b>	<b>13.842.575</b>	<b>16.343.929</b>	<b>13.295.558</b>	
<b>Evolução da Média</b>		<b>-6,41%</b>	<b>14,19%</b>	<b>-12,04%</b>	<b>18,07%</b>		
<b>Evolução Acumulada da Média</b>		<b>-6,41%</b>	<b>6,87%</b>	<b>-6,00%</b>	<b>10,99%</b>		

FONTE: AUTOR (2019)

Válido citar o caso do Corinthians: conforme Oliveira (2017), a equipe construiu um novo estádio para sediar partidas da Copa do Mundo de 2014 – a Arena Corinthians –, deixando desde então de atuar no Pacaembu (estádio municipal de propriedade da Prefeitura de São Paulo, utilizado diversas vezes pelos times da cidade). A mudança, entretanto, acarretou em “perda” das receitas de bilheteria da equipe, uma vez que os valores são utilizados integralmente para custear a manutenção da Arena e quitação do financiamento feito com o BNDES para a construção da edificação.

Sendo assim, o Corinthians deixou de declarar em seus balanços os valores arrecadados com a venda de ingressos para suas partidas, causando distorção na análise destes. Tal comportamento também reflete o que foi dito no início desta discussão: falta transparência na divulgação dos resultados financeiros das equipes, o que pode mascarar o desempenho ao longo do período.

TABELA 24 - CORRELAÇÃO ENTRE EVOLUÇÃO DE RECEITAS DE BILHETERIA E APROVEITAMENTO

Times	Evolução Receitas				Evolução Aproveitamento				Correlação
	2017/2016	2016/2015	2015/2014	2014/2013	2018/2017	2017/2016	2016/2015	2015/2014	
América Mineiro									
Atlético Goianiense									
Atlético Mineiro	-0,41	0,15	-0,16	0,47	0,09	-0,13	-0,10	0,11	0,09
Atlético Paranaense	0,34	0,37	0,58	-0,12	0,12	-0,11	0,12	-0,06	0,53
Avaí									
Bahia	0,61				-0,04				
Botafogo	1,55	-0,34			-0,04	-0,10			1,00
Ceará									
Chapecoense	0,58	-0,26	-0,02		-0,19	0,04	0,11	0,09	-0,87
Corinthians				-0,78	-0,39	0,31	-0,32	0,17	
Coritiba		0,41	0,28	0,10		-0,07	0,05	-0,06	0,10
Criciúma									
Cruzeiro	-0,47	-0,28	-0,49	0,35	-0,07	0,12	-0,07	-0,31	-0,71
Figueirense			0,01	1,36			-0,14	-0,09	1,00
Flamengo	0,58	-0,10	0,07	-0,16	0,29	-0,21	0,45	-0,06	0,59
Fluminense	0,36	-0,28	1,30	-0,15	-0,04	-0,06	0,06	-0,23	0,77
Goiás				-0,27				-0,19	
Grêmio	21,67	-0,96	-0,44	-0,90	0,06	0,17	-0,22	0,11	0,10
Internacional			0,32	1,52			-0,28	-0,13	1,00
Joinville									
Palmeiras	0,07	-0,21	2,76	-0,12	0,27	-0,21	0,51	0,33	0,66
Paraná									
Ponte Preta						-0,26	0,04		
Santa Cruz									
Santos	0,67	-0,12	0,61	0,07	-0,21	-0,11	0,22	0,09	0,09
São Paulo	-0,18	0,12	0,42	-0,18	0,26	-0,04	-0,16	-0,11	-0,59
Sport					-0,07	-0,04	-0,20	0,13	
Vasco da Gama	-0,22				-0,23				
Vitória	0,77	-0,25			-0,14	-0,04			-1,00

FONTE: AUTOR (2019)

#### 4.7 CORRELAÇÃO GERAL

Para considerarmos a existência de uma correlação entre as receitas e o aproveitamento das equipes, faremos o cálculo considerando todos os valores de arrecadação e desempenho disponíveis ao longo dos 5 anos de análise, em formato de painel, conforme apêndice 3. Feitos os cálculos de correlação, também testaremos a hipótese de que esta é significativamente diferente de 0.

Este método será utilizado para confirmar as informações obtidas de forma individual para cada time, com o cálculo de correlação entre as informações de receita de cada temporada e os desempenhos do mesmo período e com a análise da correlação entre a evolução das receitas ao longo do tempo e a performance das equipes nas temporadas seguintes. O quadro 3 traz os valores de correlação geral obtidos entre cada uma das receitas e o desempenho.

QUADRO 3 - CORRELAÇÃO GERAL ENTRE RECEITAS E APROVEITAMENTO

RECEITAS						
Direitos TV	Transferências	Sócios	Patrocínios	Bilheterias	Outras	Totais
0,4712	0,3681	0,4341	0,5983	0,4971	0,3367	0,6089

FONTE: AUTOR (2019)

Os resultados obtidos reforçam a hipótese de que não existe correlação forte entre a renda das equipes ao longo do tempo e seu desempenho no Campeonato Brasileiro, situação já verificada nas diversas análises individuais realizadas neste trabalho. O quadro 4 traz os resultados dos testes de hipótese de cada um dos valores obtidos no quadro 2.

QUADRO 4 - TESTE DE HIPÓTESES DAS CORRELAÇÕES

Direitos TV			Transferências			Sócios		
Teste-t: duas amostras presumindo variâncias equivalentes			Teste-t: duas amostras presumindo variâncias equivalentes			Teste-t: duas amostras presumindo variâncias equivalentes		
	Direitos TV	Aproveitamento		Transferências	Aproveitamento		Sócios	Aproveitamento
Média	77197408,26	0,456754386	Média	35872197,07	0,456754386	Média	1905958,34	0,456754386
Variância	2,96634E+15	0,011124254	Variância	1,78583E+15	0,011124254	Variância	2,6707E+14	0,011124254
Observações	92	100	Observações	90	100	Observações	86	100
Variância agrupada	1,42072E+15		Variância agrupada	8,4542E+14		Variância agrupada	1,23375E+14	
Hipótese da diferença de média	0		Hipótese da diferença de média	0		Hipótese da diferença de média	0	
gl	190		gl	188		gl	184	
Stat t	14,17723122		Stat t	8,491142839		Stat t	11,66569593	
P(T<=t) uni-caudal	6,74199E-32		P(T<=t) uni-caudal	3,04655E-15		P(T<=t) uni-caudal	3,38011E-24	
t crítico uni-caudal	1,652912949		t crítico uni-caudal	1,652999113		t crítico uni-caudal	1,653177088	
P(T<=t) bi-caudal	1,3484E-31		P(T<=t) bi-caudal	6,09311E-15		P(T<=t) bi-caudal	6,76023E-24	
t crítico bi-caudal	1,972528182		t crítico bi-caudal	1,972662692		t crítico bi-caudal	1,972940542	
Patrocínios			Bilheterias			Totais		
Teste-t: duas amostras presumindo variâncias equivalentes			Teste-t: duas amostras presumindo variâncias equivalentes			Teste-t: duas amostras presumindo variâncias equivalentes		
	Patrocínios	Aproveitamento		Bilheterias	Aproveitamento		Totais	Aproveitamento
Média	25229971,11	0,456754386	Média	17309534,95	0,456754386	Média	185186736	0,456754386
Variância	6,28977E+14	0,011124254	Variância	3,78755E+14	0,011124254	Variância	1,55485E+16	0,011124254
Observações	92	100	Observações	86	100	Observações	92	100
Variância agrupada	3,01247E+14		Variância agrupada	1,74968E+14		Variância agrupada	7,44693E+15	
Hipótese da diferença de média	0		Hipótese da diferença de média	0		Hipótese da diferença de média	0	
gl	190		gl	184		gl	190	
Stat t	10,06233445		Stat t	8,89812618		Stat t	14,85472344	
P(T<=t) uni-caudal	1,15477E-19		P(T<=t) uni-caudal	2,65431E-16		P(T<=t) uni-caudal	6,22867E-34	
t crítico uni-caudal	1,652912949		t crítico uni-caudal	1,653177088		t crítico uni-caudal	1,652912949	
P(T<=t) bi-caudal	2,30955E-19		P(T<=t) bi-caudal	5,30862E-16		P(T<=t) bi-caudal	1,24573E-33	
t crítico bi-caudal	1,972528182		t crítico bi-caudal	1,972940542		t crítico bi-caudal	1,972528182	

FONTE: AUTOR (2019)

Considerando uma significância de 0,05 e as hipóteses  $H_0 = 0$  e  $H_1 \neq 0$ , é possível verificar que rejeitamos  $H_0$  nos 6 cenários analisados. Desta forma, podemos considerar que a correlação é significativamente diferente de 0, reforçando nossa discussão até o momento.

Embora significativamente diferente de zero, o significado econômico das correlações entre os diferentes tipos de receitas dos clubes e seu desempenho no ano seguinte pode ser considerado pequeno, uma vez que os valores de correlação raramente superam 0,5. Ou seja, embora exista algum nível de correlação, seu poder de explicação pode ser considerado baixo.

Este achado sugere que outras variáveis podem melhor explicar o desempenho das equipes, como gestão, habilidade dos jogadores e treinadores, motivação e espírito de união da equipe, entre outros. É necessário aprofundar os estudos para averiguar mais detalhadamente esses e outros pontos.

## 5 CONCLUSÃO

A análise deste trabalho se propôs a buscar um melhor entendimento sobre como os recebimentos por parte dos times pode ser relacionada sua performance na temporada seguinte, focando principalmente em como os contratos com as emissoras de televisão e suas quotas assimétricas podem influenciar o rumo do Brasileirão.

No que se refere ao recebimento total das equipes, é possível perceber que as receitas seguem, no geral, uma tendência de crescimento nos últimos 5 anos. A análise das médias anuais sofre considerável interferência de eventuais rebaixamentos dos times mais tradicionais - e, conseqüentemente, com maiores receitas -, uma vez que as equipes que conseguem ascensão da Série B não possuem valores tão consideráveis de receitas. Os casos de correlações fortes entre resultados financeiros e esportivos, no entanto, podem ser considerados como casos "de exceção", uma vez que apenas 2 entre as 29 equipes analisadas tiveram tal resultado.

Os direitos de transmissão, apesar de representarem uma significativa parte das receitas dos clubes (uma média de quase 40%), também não permite considerar uma correlação entre o aspecto financeiro e o desempenho em campo. Os clubes, no geral, tiveram um aumento nas suas arrecadações com os acordos de televisão, porém a disparidade entre os recebimentos ficou ainda mais considerável. O novo acordo para distribuição das cotas de televisão, vigente a partir de 2019, aparenta até o momento ser mais favorável às equipes com menores receitas, porém a questão do número de jogos transmitidos pode ser o responsável pela manutenção da disparidade entre os recebimentos dos clubes da Série A.

A estrutura do mercado das cotas de televisão tem grande influência nesta análise. O monopólio gerado pela única emissora de sinal aberto que negocia com as equipes acaba concentrando o poder de negociação, direcionando valores e critérios de distribuição conforme seus interesses – embora tal situação não signifique que estes sejam injustos ou incorretos. Conforme visto aqui, os times com maiores torcidas – e que, por conseqüência, trazem as maiores audiências para o canal de televisão – receberam as maiores parcelas dos direitos de transmissão (o que, por alguns autores, é uma situação de desigualdade), porém a relação entre número de torcedores e reais de receita com as cotas de televisão pode não significar, necessariamente, que tal divisão seja “injusta”.

Além disso, as novas regras para distribuição dos valores de acordos de televisionamento entraram em vigor neste ano, e seus possíveis impactos nos times e na competitividade do campeonato serão perceptíveis em um futuro próximo. Sendo assim,

recomendam-se outros estudos que possam considerar esta nova divisão das cotas de televisão, uma vez que o presente trabalho indicou que as novas cotas podem ser mais favoráveis as equipes de menor expressão e, conseqüentemente, menor receita total.

Outro ponto a ser considerado neste aspecto é o grande impacto financeiro ocorrido em casos de rebaixamento para a Segunda Divisão, onde os clubes que não garantiram a manutenção na Série A não participam da partilha de 30% das receitas de TV e são obrigados a escolher entre o modelo de cotas fixas ou os valores variáveis do *pay-per-view* – bem menores que os valores recebidos na Primeira Divisão. Esta mudança pode significar uma maior preocupação com o planejamento de curto e médio prazo, em que as equipes terão um novo motivo para evitar o rebaixamento.

No entanto, esta discussão indicou uma maior recorrência do declínio técnico – e, conseqüentemente, de performance – de uma equipe com base no aumento de suas receitas de transferências de direitos econômicos, sugerindo que a negociação de jogadores considerados “diferenciados” é mais prejudicial aos times do que a disparidade nos valores acordados para a transmissão de suas partidas frente outros adversários. As relações entre as várias receitas e o desempenho das equipes no campeonato resultaram em casos esporádicos de correlações significativas, não indicando nenhum padrão ou comportamento contínuo que pudesse justificar uma melhora ou piora do desempenho da equipe.

Outro importante quesito a ser analisado com este trabalho é o aumento da representatividade das receitas dos programas de sócio torcedor com o passar dos anos. Apesar de ainda não se tratar da fonte de renda mais relevante entre os clubes, esta tendência pode, futuramente, trazer impactos principalmente nas arrecadações com vendas de ingressos avulsos (bilheteria).

Como dito anteriormente, a falta de padronização e cuidado por parte das equipes na divulgação de seus resultados financeiros atrapalha uma análise mais cuidadosa e detalhada de suas receitas. É de suma importância que tal situação seja revista e mais difundida na grande mídia, de forma a atrair a atenção dos torcedores e aumentar o esclarecimento sobre como o dinheiro arrecadado pelos clubes é utilizado, aumentando a transparência com o campeonato, a confederação, os outros times e seus próprios adeptos.

Sugere-se também que sejam realizados estudos ampliando a base de dados, de forma a possibilitar o uso de ferramental econométrico para definir estatisticamente a representatividade de tais receitas no desempenho das equipes, além de considerações mais enfáticas nos demais campeonatos e torneios que são disputados ao longo do ano.



Por fim, acredita-se que o trabalho teve relevância na compreensão de como a disparidade nas arrecadações das equipes pode influenciar na diferença de performance e resultados no campeonato, porém ainda considerando como o futebol é um esporte de aspectos qualitativos que são fundamentais para a decisão de resultados, e não uma ciência exata que pode ser prevista, calculada e premeditada.

## REFERÊNCIAS

- AGUIAR, L. A. de., PROCHNIK, L. Quanto vale uma partida de futebol? A relação entre televisão e futebol no cenário midiático contemporâneo. **Logos** **33**, v. 17, n. 2, p. 51-64, jul./dez. 2010.
- ALLAN, G., ROY, G. Does television crowd out spectators? New evidence from the scottish premier league. **Journal of Sports Economics**, v. 9, n. 6, p. 592-605, dez. 2008.
- AMÉRICA MINEIRO. **Balanços e Pareceres**. Disponível em <[https://americamineiro.com.br/club/pages/transparency/balance\\_sheets\\_and\\_opinions/](https://americamineiro.com.br/club/pages/transparency/balance_sheets_and_opinions/)>. Acesso em: 25 set. 2019.
- ATKINS, C. Pele and the 20 greatest brazilian footballers of all time. **Bleacher Report**. 15 jan. 2013. Disponível em: <<https://bleacherreport.com/articles/1485218-pele-and-the-20-greatest-brazilian-footballers-of-all-time>>. Acesso em: 11 nov. 2019
- ATHLETICO PARANAENSE. **Balanços do Clube**. Disponível em: <<https://athletico.com.br/gestao/#grupo5>>. Acesso em 25 set. 2019.
- ATHLETICO PARANAENSE. **Relatório Financeiro 2018**. Curitiba: CAP, 2019. Disponível em: <<https://static.athletico.com.br/wp-content/uploads/2017/12/12105645/RelatorioAnual2018.pdf>>. Acesso em: 04 set. 2019.
- ATLÉTICO GOIANIENSE. **Transparência**. Disponível em: <<http://www.atleticogoianiense.com.br/transparencia>>. Acesso em: 25 set. 2019
- ATLÉTICO MINEIRO. **Demonstrações Contábeis dos Exercícios Findos em 31 de dezembro de 2013 e de 2012**. Belo Horizonte: CAM, 2014. Disponível em: <[http://fmf.esumula.com.br/Arquivos/Demonstrativo/DEMONSTRATIVO\\_CONTABIL\\_18.pdf](http://fmf.esumula.com.br/Arquivos/Demonstrativo/DEMONSTRATIVO_CONTABIL_18.pdf)>. Acesso em 26 set. 2019
- ATLÉTICO MINEIRO. **Demonstrações Contábeis dos Exercícios Findos em 31 de dezembro de 2015 e de 2014**. Belo Horizonte: CAM, 2016. Disponível em: <[http://fmf.esumula.com.br/Arquivos/Demonstrativo/DEMONSTRATIVO\\_CONTABIL\\_28.pdf](http://fmf.esumula.com.br/Arquivos/Demonstrativo/DEMONSTRATIVO_CONTABIL_28.pdf)>. Acesso em 26 set. 2019
- ATLÉTICO MINEIRO. **Demonstrações Contábeis dos Exercícios Findos em 31 de dezembro de 2017 e de 2016**. Belo Horizonte: CAM, 2018. Disponível em: <[http://jornal.iof.mg.gov.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/199182/caderno2\\_2018-04-13%204.pdf?sequence=1](http://jornal.iof.mg.gov.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/199182/caderno2_2018-04-13%204.pdf?sequence=1)>. Acesso em 26 set. 2019
- AVAÍ. **Balanco Patrimonial**. Disponível em: <<http://www.avai.com.br/novo/patrimonio/balanco-patrimonial/>>. Acesso em: 28 set. 2019
- BAHIA. **Transparência**. Disponível em: <<https://www.esporteclubebahia.com.br/o-clube/transparencia/>>. Acesso em: 27 set. 2019
- BOTAFOGO. **Portal da Transparência**. Disponível em: <<http://www.botafogo.com.br/transparencia/balanco.php>>. Acesso em 26 set. 2019

BARAJAS, A., FERNÁNDEZ-JARDÓN, C., CROLLEY, L. **Does Sports Performance Influence Revenues and Economic Results in Spanish Football?** 15 mai. 2005

BRASIL. Lei nº 6.354, de 02 de setembro de 1976. Dispõe Sobre as Relações de Trabalho do Atleta Profissional de Futebol e dá Outras Providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/L6354.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L6354.htm)>. Acesso em: 28 mai. 2019.

BRASIL. Lei nº 8.672, de 06 de julho de 1993. Institui Normas Gerais Sobre Desportos e dá Outras Providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8672.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8672.htm)>. Acesso em: 28 mai. 2019.

BRASIL, Lei nº 9.615, de 24 de março de 1998. Institui Normas Gerais Sobre Desporto e dá Outras Providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9615consol.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9615consol.htm)>. Acesso em: 28 mai. 2019.

BRASIL, Lei nº 10.672, de 15 de maio de 2003. Altera Dispositivos da Lei nº 9.615, de 24 de março de 1998, e dá Outras Providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2003/L10.672.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/L10.672.htm)>. Acesso em: 15 set. 2019.

CALDAS, W. Aspectos sociopolíticos do futebol brasileiro. **Revista USP**, n. 22, p. 40-49, 30 ago. 1994.

CAPELO, R. **Torcedores ou Simpatizantes**: uma nova pesquisa detalha a composição das torcidas. Disponível em: <<https://epoca.globo.com/esporte/epoca-esporte-clubes/noticia/2018/05/torcedores-ou-simpatizantes-uma-nova-pesquisa-detalha-composicao-das-torcidas.html>>. Acesso em: 12 dez. 2019.

CARRANZA, M. **Santos x Fluminense**: confira prognósticos para o duelo desta quinta, na Vila Belmiro. 01 mai. 2019. Disponível em: <<https://www.ganhador.com/2019/santos-x-fluminense-confira-prognosticos-para-o-duelo-desta-quinta-na-vila-belmiro/>>. Acesso em: 01 nov. 2019.

CARLEZZO, E. **Lei Pelé, caso Bosman e o Mercosul**. Âmbito Jurídico, Rio Grande, I, n. 2, ago. 2001. Disponível em: <[http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n\\_link=revista%20artigos\\_leitura&artigo\\_id=5475](http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista%20artigos_leitura&artigo_id=5475)>. Acesso em: 28 mai. 2019.

CEARÁ. **Conselho Deliberativo aprova prestação de contas de 2017**. Disponível em: <<http://cearasc.com/noticia/conselho-deliberativo-prestacao-de-contas-2017>>. Acesso em 26 set. 2019

CHAPECOENSE. **Balanco Patrimonial**. Chapecó: ACF, 2015. Disponível em: <<https://fcf.com.br/wp-content/uploads/2015/04/10-ASS-CHAPECOENSE.pdf>>. Acesso em 26 set 2019.

CHAPECOENSE. **Demonstrações Financeiras em 31 de dezembro de 2015 e de 2014 e Relatório dos Auditores Independentes**. Chapecó: ACF, 2016. Disponível em: <<https://fcf.com.br/wp-content/uploads/2016/04/04-BALANCO-CHAPECOENSE-2015.pdf>>. Acesso em 26 set 2019.

CHAPECOENSE. **Demonstrações Financeiras em 31 de dezembro de 2016 e de 2015 e Relatório dos Auditores Independentes**. Chapecó: ACF, 2017. Disponível em: <<https://fcf.com.br//wp-content/uploads/2017/04/Balanco-Ass-Chap-2016-publicado-em-28-04-2017.pdf>>. Acesso em 26 set 2019.

CHAPECOENSE. **Demonstrações Financeiras em 31 de dezembro de 2017 e de 2016 e Relatório dos Auditores Independentes**. Chapecó: ACF, 2018. Disponível em: <<https://chapecoense.com/downloads/DFS2017Chapecoense.pdf>>. Acesso em 26 set 2019.

COLUNA DO FLA. **Contratações do Flamengo em 2019 são Responsáveis por Mais de 60% dos Gols da Equipe na Temporada**. 15 jul. 2019. Disponível em: <<https://colunadofla.com/2019/07/contratacoes-do-flamengo-em-2019-sao-responsaveis-por-mais-de-60-dos-gols-da-equipe-na-temporada/>>. Acesso em: 01 nov. 2019.

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL (CBF). **Sobre a CBF**. Disponível em: <<https://www.cbf.com.br/a-cbf/institucional/index/a-cbf>>. Acesso em: 24 mai. 2019.

CORINTHIANS. **Transparência**. Disponível em: <<https://www.corinthians.com.br/clube/transparencia>>. Acesso em: 27 set. 2019.

CORITIBA. **Balanco Patrimonial**. Curitiba: CFC, 2014. Disponível em: <[https://portal.coritiba.com.br/Content/Arquivos/pdfs/balanco\\_2013.pdf](https://portal.coritiba.com.br/Content/Arquivos/pdfs/balanco_2013.pdf)>. Acesso em: 26 set. 2019.

CORITIBA. **Balanco Patrimonial**. Curitiba: CFC, 2016. Disponível em: <[https://portal.coritiba.com.br/Content/Arquivos/pdfs/balanco\\_2015.pdf](https://portal.coritiba.com.br/Content/Arquivos/pdfs/balanco_2015.pdf)>. Acesso em: 26 set. 2019.

CORITIBA. **Balanco Patrimonial**. Curitiba: CFC, 2017. Disponível em: <[https://portal.coritiba.com.br/Content/Arquivos/pdfs/balanco\\_2016.pdf](https://portal.coritiba.com.br/Content/Arquivos/pdfs/balanco_2016.pdf)>. Acesso em: 26 set. 2019.

COSTA, L. de. A. **Introdução à Contabilidade. Material Didático FGV Direito**. Rio de Janeiro, jan./2018. Disponível em: <[https://diretorio.fgv.br/sites/diretorio.fgv.br/files/u1882/introducao\\_a\\_contabilidade\\_2018\\_1\\_ok.pdf](https://diretorio.fgv.br/sites/diretorio.fgv.br/files/u1882/introducao_a_contabilidade_2018_1_ok.pdf)>. Acesso em: 04 set. 2019.

CRICIÚMA. **Demonstrações Financeiras do Exercício Findo em 31 de dezembro de 2013 e o Relatório dos Auditores Independentes**. Joinville: CEC, 2014. Disponível em: <<https://fcf.com.br//wp-content/uploads/2014/01/BALANCO-CRICIUMA-EC-2013.pdf>>. Acesso em: 29 set. 2019.

CRUZEIRO. **Balanco Patrimonial**. Disponível em: <<https://www.cruzeiro.com.br/pagina/show/43>>. Acesso em: 26 set. 2019.

DELOITTE. **Football Money League 2019**. Manchester, UK, jan. 2019. Disponível em: <<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/br/Documents/consumer-business/Deloitte%20Football%20Money%20League%202019.pdf>>. Acesso em: 02 jun. 2019

ESPN. **Sports Business** – Stadium naming rights. Disponível em: <<http://www.espn.com/sportsbusiness/s/stadiumnames.html>>. Acesso em 25 out. 2019.

ESTENDER, A. C. A Importância da Administração Profissional Para os Clubes de Futebol. *Revista Administração em Diálogo*, vol. 15, n. 3, p.18-32, set./dez. 2013. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=534654453003>>. Acesso em: 16. ago. 2019.

FALCONIERI, S., PALOMINO, F., SÁKOVICS, J. **Collective vs. Individual Sale of TV Rights in League Sports**. Tilburg, HOL.

FIGUEIRENSE. **Balanco Patrimonial** – Exercícios Findos em 31 de dezembro de 2013 e 2012. Florianópolis: FFC, 2014. Disponível em: <<https://fcf.com.br//wp-content/uploads/2014/01/BALANCO-FIGUEIRENSE-2013.pdf>>. Acesso em: 29 set. 2019.

FIGUEIRENSE. **Balanco Patrimonial** – Exercícios Findos em 31 de dezembro de 2014 e 2013. Florianópolis: FFC, 2015. Disponível em: <<https://fcf.com.br//wp-content/uploads/2015/04/03-balanco-figueirense-2014.pdf>>. Acesso em: 29 set. 2019.

FIGUEIRENSE. **Balanco Patrimonial** – Exercícios Findos em 31 de dezembro de 2015 e 2014. Florianópolis: FFC, 2016. Disponível em: <<https://fcf.com.br//wp-content/uploads/2016/04/02-BALANCO-FIGUEIRENSE-2015.pdf>>. Acesso em: 29 set. 2019.

FLAMENGO. **Demonstrações Financeiras**. Disponível em: <<https://www.flamengo.com.br/transparencia/demonstracoes-financeiras>>. Acesso em: 25 set. 2019.

FLUMINENSE. **Finanças**. Disponível em: <<https://www.fluminense.com.br/financas>>. Acesso em: 25 set. 2019.

GASPARINO, H. **Estudo da Transmissão Esportiva na Televisão Brasileira**. 75 f. Trabalho de Graduação (Bacharelado em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo) – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2013.

GASPARETTO, T. M. Relação entre custo operacional e desempenho esportivo: análise do campeonato brasileiro de futebol. *Revista Brasileira de Futebol*, vol. 5, n. 2, p. 28-40, jul./ dez. 2012. Disponível em: <<https://www2.dti.ufv.br/seer/rbf/index.php/RBFutebol/article/view/106/102>>. Acesso em: 01 set. 2019

GASPARETTO, T. M. Relationship between wages and sports performance. *The Empirical Economics Letters*, vol. 11, n. 5, p. 943-949, set. 2012. Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/272160764\\_Relationship\\_between\\_Wages\\_and\\_Sports\\_Performance](https://www.researchgate.net/publication/272160764_Relationship_between_Wages_and_Sports_Performance)>. Acesso em: 04 set 2019.

GASPARETTO, T. M. O futebol como negócio: uma comparação financeira com outros segmentos. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, vol. 35, n. 4, p. 825-845, out./dez. 2013. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbce/v35n4/03.pdf>>. Acesso em: 04 jul. 2019.

GAZETA DO POVO. **Blog do Brasileirão**. Cota da Globo revela abismo financeiro no Brasileirão. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/vozes/blog-do-brasileirao/brasileirao-2018-cota-de-tv-globo/>>. Acesso em: 30 mai. 2019.

GLOBOESPORTE. **Jornal: ida de Neymar para o Barcelona superou 200 milhões de euros**. Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/futebol/futebol-internacional/noticia/jornal-ida-de-neymar-para-o-barcelona-superou-200-milhoes-de-euros.ghtml>>. Acesso em: 20 out. 2019.

GLOBOESPORTE. **Maiores torcidas do Brasil**: veja evolução de pesquisas de 1993 a 2019. Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/futebol/noticia/maiores-torcidas-do-brasil-veja-evolucao-de-pesquisas-de-1993-a-2019.ghtml>>. Acesso em: 20 out. 2019.

GLOBOESPORTE. **Com chances no fim, Corinthians e Santos empatam sem gols em Itaquera**. Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/sp/futebol/brasileirao-serie-a/jogo/26-10-2019/corinthians-santos.ghtml>>. Acesso em: 01 nov. 2019

GOIÁS. **Demonstrações Contábeis**. Goiás: GEC, 2014. Disponível em: <[https://www.goiasec.com.br/wp-content/uploads/2019/02/2072\\_04300821367736.pdf](https://www.goiasec.com.br/wp-content/uploads/2019/02/2072_04300821367736.pdf)>. Acesso em: 29 set. 2019.

GOIÁS. **Demonstrações Contábeis**. Goiás: GEC, 2015. Disponível em: <<http://www.fgf.esp.br/media/downloads/166450.pdf>>. Acesso em: 29 set. 2019.

GRÊMIO. **Portal de Governança**. Disponível em: <<https://gremio.net/governanca/>>. Acesso em: 25 set. 2019.

IG. **Transferência de Neymar para Barça é a oitava mais cara da história; veja lista**. Disponível em: <<https://esporte.ig.com.br/futebol/2013-06-03/transferencia-de-neymar-para-barca-e-a-oitava-mais-cara-da-historia-veja-lista.html>>. Acesso em: 10 out. 2019.

INTERNACIONAL. **Informativos Financeiros**. Disponível em: <<http://transparencia.internacional.com.br/category/2>>. Acesso em: 25 set. 2019

ITAÚ BBA. **Análise Econômico-Financeira dos Clubes de Futebol Brasileiros | 2018**. Disponível em: <[https://www.itaubba.com.br/\\_arquivosstaticos/itaubba/Analise\\_Clubes\\_Brasileiros\\_Futebol\\_Itau\\_BBA.pdf](https://www.itaubba.com.br/_arquivosstaticos/itaubba/Analise_Clubes_Brasileiros_Futebol_Itau_BBA.pdf)>. Acesso em: 04 jun. 2019.

JOINVILLE. **Balanco Patrimonial Levantado em 31 de dezembro de 2014 e 2013**. Joinville: JEC, 2015. Disponível em: <<https://fcf.com.br/wp-content/uploads/2015/04/04-Balanco-JEC-2014.pdf>>. Acesso em: 29 set. 2019.

JOTA. **Direitos de Transmissão de Eventos Esportivos**. Disponível em: <<https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/direitos-de-transmissao-de-eventos-esportivos-22042017/>>. Acesso em: 28 mai. 2019.

KAMPFF, A. **Caso Bosman Mudou Relação de Jogadores no Mundo Todo**. Lei em Campo. Disponível em: <<https://leiemcampo.com.br/caso-bosman-mudou-relacao-de-jogadores-no-mundo-todo/>>. Acesso em: 12 dez. 2019.

LANCE. **Veja a 'Classificação' do Brasileirão-2018 por Média de Público Pagante**. Disponível em: <<https://www.lance.com.br/brasileirao/veja-classificacao-2018-por-media-publico-pagante.html>>. Acesso em: 03 jun. 2019.

LONG, M. Names and numbers: your handy NFL stadium naming rights guide. **SportsPro**. Disponível em: <[http://www.sportspromedia.com/analysis/your\\_handy\\_nfl\\_naming\\_rights\\_guide](http://www.sportspromedia.com/analysis/your_handy_nfl_naming_rights_guide)>. Acesso em: 25 out. 2019.

MANIAUDET, G., SILVA, L. **Brasileirão 2018 tem Maior Média de Público Desde 87**. Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/numerologos/noticia/brasileirao-2018-tem-maior-media-de-publico-desde-87-veja-rankings-dos-clubes-das-series-a-b-e-c.ghtml>>. Acesso em: 03 jun. 2019.

MÁQUINA DO ESPORTE. **WTorre Troca Comando do Allianz Parque Após Cinco Anos**. 02 out. 2019. Disponível em: <[https://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/wtorre-troca-comando-do-allianz-parque-apos-cinco-anos\\_38353.html](https://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/wtorre-troca-comando-do-allianz-parque-apos-cinco-anos_38353.html)>. Acesso em: 01 nov. 2019

NEGREIROS, P. J. L. de. C. **A Nação Entra em Campo: Futebol nos Anos 30 e 40**. 346 f. Tese (Doutorado em História) – Pontifícia Universidade Católica, São Paulo, 1998.

OLIVEIRA, C. **Como a Falta de Dinheiro Ajudou o Corinthians**. 16 nov. 2017, EXAME. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/como-a-falta-de-dinheiro-ajudou-o-corinthians/>>. Acesso em: 16 nov. 2019.

PALMEIRAS. **Balanco e Balancetes do Palmeiras – 2013**. Disponível em: <<http://www.palmeiras.com.br/clubes/balanco/2013>>. Acesso em: 24 set. 2019.

PALMEIRAS. **Balanco e Balancetes do Palmeiras – 2014**. Disponível em: <<http://www.palmeiras.com.br/clubes/balanco/2014>>. Acesso em: 24 set. 2019.

PALMEIRAS. **Balanco e Balancetes do Palmeiras – 2015**. Disponível em: <<http://www.palmeiras.com.br/clubes/balanco/2015>>. Acesso em: 24 set. 2019.

PALMEIRAS. **Balanco e Balancetes do Palmeiras – 2016**. Disponível em: <<http://www.palmeiras.com.br/clubes/balanco/2016>>. Acesso em: 24 set. 2019.

PALMEIRAS. **Balanco e Balancetes do Palmeiras – 2017**. Disponível em: <<http://www.palmeiras.com.br/clubes/balanco/2017>>. Acesso em: 24 set. 2019.

PARANÁ CLUBE. **Demonstrações Financeiras do Exercício Findo em 31 de dezembro de 2017**. Disponível em: <[https://www.paranaclube.com.br/sites/default/files/balanco\\_2017.pdf](https://www.paranaclube.com.br/sites/default/files/balanco_2017.pdf)>. Acesso em: 28 set. 2019.

PAWLOWSKI, T., BREUER, C., HOVEMANN, A. Top clubs' performance and the competitive situation in european domestic football competitions. **Journal of Sports Economics**, v. 11, n. 2, p.186-202, mai. 2010.

PHILIP, M. Como funciona o Mecanismo de Solidariedade da Fifa? Veja exemplos. **Torcedores.com**, 20 abr. 2019. Disponível em: <<https://www.torcedores.com/noticias/2019/05/mecanismo-de-solidariedade-da-fifa/>>. Acesso em: 23 out. 2019.

PONTE PRETA. **Demonstrações Financeiras**. Campinas: AAPP, 2015. Disponível em: <<http://2016.futebolpaulista.com.br/balanco/2014/3344A.pdf>>. Acesso em: 30 set. 2019.

PONTE PRETA. **Demonstrações Financeiras**. Campinas: AAPP, 2016. Disponível em: <<http://2016.futebolpaulista.com.br/balanco/2015/3344A.pdf>>. Acesso em: 30 set. 2019.

PONTE PRETA. **Demonstrações Financeiras**. Campinas: AAPP, 2017. Disponível em: <<http://2016.futebolpaulista.com.br/balanco/2016/3344A.pdf>>. Acesso em: 30 set. 2019.

PORTAL TRIBUTÁRIO. **Conceito tributário de receitas financeiras**. Disponível em: <<http://www.portaltributario.com.br/artigos/conceito-tributario-receitas-financeiras.htm>>. Acesso em: 04 set. 2019.

RIZZO, M. Não adiantou mudar a regra: jogadores continuam 'fatiados' pelos clubes. **UOL Esporte**, 05 mai. 2017. Disponível em: <[https://marcelrizzo.blogosfera.uol.com.br/uol\\_amp/2017/05/05/nao-adiantou-mudar-a-regra-jogadores-continuam-fatiados-pelos-clubes/](https://marcelrizzo.blogosfera.uol.com.br/uol_amp/2017/05/05/nao-adiantou-mudar-a-regra-jogadores-continuam-fatiados-pelos-clubes/)>. Acesso em: 23 out. 2019

SANTA CRUZ. **Demonstrações Financeiras**. Disponível em: <<https://fpf-pe.com.br/assets/uploads/146197249267.pdf?v=157016515766>>. Acesso em: 30 set. 2019.

SANTOS. **Balancos Patrimoniais**. Disponível em: <<https://www.santosfc.com.br/en/balancos-patrimoniais/>>. Acesso em: 24 set. 2019.

SÃO PAULO. **Transparência**. Disponível em: <<http://www.saopaulofc.net/o-clube/transparencia>>. Acesso em: 24 set. 2019.

SILVA, C. V. Di G. F.; FILHO, L. A. N. C. Gestão de clubes de futebol brasileiros: fontes alternativas de receita. **Revista Eletrônica Sistemas & Gestão**, Rio de Janeiro, v. 1, n.3, p 195-209, set./dez. 2006.

SOUZA, G. L. P. de. **Entenda o Mecanismo de Solidariedade por Formação de Atleta**. 25 set. 2015. Disponível em: <<https://universidadedofutebol.com.br/entenda-o-mecanismo-de-solidariedade-por-formacao-de-atleta/>>. Acesso em: 15 nov. 2019.

SPORT. **Demonstrações Contábeis**. Recife: SCR, 2015. Disponível em: <<https://fpf-pe.com.br/assets/uploads/143043261635.pdf?v=156990616970>>. Acesso em: 28 set. 2019.

SPORT. **Demonstrações Contábeis**. Recife: SCR, 2016. Disponível em: <<https://fpf-pe.com.br/assets/uploads/146197314129.pdf?v=1569906169100>>. Acesso em: 28 set. 2019.

SPORT. **Demonstrações Contábeis**. Recife: SCR, 2017. Disponível em: <<https://fpf-pe.com.br/assets/uploads/149392279722.pdf?v=156990616917>>. Acesso em: 28 set. 2019.

SPORT. **Demonstrações Contábeis**. Recife: SCR, 2018. Disponível em: <<https://fpf-pe.com.br/assets/uploads/152539793139.pdf?v=156990611237>>. Acesso em: 28 set. 2019.



TAINSKY, S. Television broadcast demand for National Football League contests. **Journal of Sports Economics**, v.11, n. 6, p.629-640, set. 10.

THE REC.SPORT.SOCCER STATISTICS FOUNDATION (RSSSF). **Médias de público em campeonatos nacionais**. Disponível em: <

<http://www.rsssfbrasil.com/miscellaneous/pubcampnac.htm>>. Acesso em: 01 jun. 2019.

TRIVELA. Disponível em: <<https://trivela.com.br/historia-do-brasileirao-na-tv-i-interrompendo-silvio-santos-em-1976/>>. Acesso em: 27 mai. 2019.

TRIVELA. Disponível em: <<https://trivela.com.br/copa-na-televisao-brasileira-1970/>>. Acesso em: 27 mai. 2019.

TRIVELA. Disponível em: <<https://trivela.com.br/historia-do-brasileirao-na-tv-iii-em-1987-a-copa-uniao-faz-a-forca-da-globo-e-sbt-reage/>>. Acesso em: 28 mai. 2019.

TRIVELA. Disponível em: <<https://trivela.com.br/historia-do-brasileirao-na-tv-v-o-reinado-da-globo-e-as-brigas-para-mante-lo/>>. Acesso em: 28 mai. 2019.

VALENTE, R. Prazo, valores, condições: veja detalhes do contrato entre São Paulo e Adidas. **ESPN Brasil**, 26 mar. 2018. Disponível em: <

[https://www.espn.com.br/futebol/artigo/\\_/id/4052216/prazo-valores-condicoes-veja-detalhes-do-contrato-entre-sao-paulo-e-adidas](https://www.espn.com.br/futebol/artigo/_/id/4052216/prazo-valores-condicoes-veja-detalhes-do-contrato-entre-sao-paulo-e-adidas)>. Acesso em: 30 mai. 2019.

VALÉRIO, M. Cotas da Globo em 2019 no futebol indicam menor desigualdade entre clubes; veja cifras. **Gazeta do Povo**, 20 dez. 2018. Disponível em:

<<https://www.gazetadopovo.com.br/esportes/cotas-da-globo-em-2019-no-futebol-indicam-menor-desigualdade-entre-clubes-veja-cifras-cyqei5ik71jsd6noq3yzbmrrny/>>. Acesso em: 27 out. 2019.

VASCO DA GAMA. **Balanco**. Disponível em:

<<https://www.vasco.com.br/site/link/balanco/2>>. Acesso em: 25 set. 2019.

VAZ FILHO, P. S. **A História do Rádio Brasileiro na Perspectiva dos Jornais e Revistas do Século XX**. 173 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Setor de Comunicação, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2009.

VITÓRIA. **Demonstrações Financeiras**. Disponível em:

<<http://www.ecvitoria.com.br/demonstracoes-financeiras/>>. Acesso em: 28 set. 2019.

WITTER, J. S. Futebol – Um fenômeno universal do século **XX**. **Revista USP**, n. 58, p. 161-168, 30 ago. 2003.

## APÊNDICE 1 – DETALHAMENTO DOS VALORES ANALISADOS

Uma vez que os clubes não seguem uma padronização na divulgação de suas demonstrações de resultado do exercício (DRE), fez-se necessário neste trabalho regularizar os valores expostos nos documentos para uma maior exatidão na análise dos períodos.

Para tal, verificamos quais categorias poderiam ser unificadas baseado nas próprias exhibições dos demais clubes - como, por exemplo, publicidade e marketing. Estas duas contas, em diversas DRE's, são consideradas como um único valor, enquanto outras equipes discriminam os valores separadamente.

<b>AMÉRICA MG (2017)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Receitas de transmissão e de imagem
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Receitas com transferência de atletas
PROGRAMA DE SÓCIOS	Receitas com atividades sociais da entidade
PATROCÍNIOS	Receitas de patrocínios, publicidade, luva e marketing
BILHETERIAS	Receitas de bilheteria
OUTRAS RECEITAS	Outras receitas
<b>AMÉRICA MG (2015)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Transmissão Campeonato Mineiro + Transmissão Campeonato Brasileiro
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Intercâmbios de Atletas (exterior) + Empréstimos de Atletas + Venda de Direitos Econômicos
PROGRAMA DE SÓCIOS	Programa Sócio Torcedor
PATROCÍNIOS	Patrocínios
BILHETERIAS	Arrecadação de Jogos
OUTRAS RECEITAS	Cessão de Estádio Independência + Boulevard Shopping + Outras (excluídas as receitas financeiras)
<b>ATLÉTICO MG (2017 a 2014)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Receitas de transmissão e imagem
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Receitas com transferências de atletas
PROGRAMA DE SÓCIOS	Receitas com Galo na Veia + Receitas com atividades sociais
PATROCÍNIOS	Receitas com patrocínios/marketing
BILHETERIAS	Receitas de bilheteria
OUTRAS RECEITAS	Outras rec. ativ. esportivas + receitas patrimoniais
<b>ATLÉTICO MG (2013)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Transmissões esportivas
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Transações com atletas
PROGRAMA DE SÓCIOS	Projeto Galo na Veia + Receitas com atividades sociais
PATROCÍNIOS	Receitas com patrocínios
BILHETERIAS	Rendas de competições
OUTRAS RECEITAS	Outras rec. ativ. esportivas + receitas patrimoniais

<b>ATLÉTICO PR (2017 e 2016)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Esportivas/Televisonamento
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Receitas com Transferências de Atletas
PROGRAMA DE SÓCIOS	De Associados
PATROCÍNIOS	De Promoções e Publicidade + Patrocínios e Concessão de uso Logomarca
BILHETERIAS	Esportivas/Bilheteria
OUTRAS RECEITAS	Esportivas/Premiações + Outras Receitas + Doações, Subvenções e Convênios + Receitas Estádio + Receitas Administrativas da Arena + Receitas Centro de Treinamento e Formação + Escola de Futebol + Receita com Venda de Bens Patrimoniais + Receitas Judiciais + Receita Operações Comerciais
<b>ATLÉTICO PR (2015 e 2014)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Esportivas/Televisonamento
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Receitas com Transferências de Atletas
PROGRAMA DE SÓCIOS	De Associados
PATROCÍNIOS	De Promoções e Publicidade + Patrocínios e Concessão de uso Logomarca
BILHETERIAS	Esportivas/Bilheteria
OUTRAS RECEITAS	Esportivas/Premiações + Outras Receitas + Doações, Subvenções e Convênios + Receitas Estádio + Receitas Administrativas da Arena + Receitas Centro de Treinamento e Formação + Escola de Futebol + Receita com Venda de Bens Patrimoniais + Receitas Judiciais + Receita Reversão de Provisões
<b>ATLÉTICO PR (2013)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Esportivas/Televisonamento
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Receitas com Transferências de Atletas
PROGRAMA DE SÓCIOS	De Associados
PATROCÍNIOS	De Promoções e Publicidade + Patrocínios e Concessão de uso Logomarca
BILHETERIAS	Esportivas/Bilheteria
OUTRAS RECEITAS	Esportivas/Premiações + Outras Receitas + Doações, Subvenções e Convênios + Receitas Estádio + Receitas Administrativas da Arena + Receitas Centro de Treinamento e Formação + Receitas Judiciais
<b>AVAÍ (2016 e 2014)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Transmissão Jogos Campeonato Catarinense + TV Campeonato Brasileiro
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Negociação de Atletas Profissionais + Empréstimos de Jogadores
PROGRAMA DE SÓCIOS	Mensalidades dos Sócios
PATROCÍNIOS	Patrocínio + Publicidade + Uso da Marca + Venda de Material Esportivo
BILHETERIAS	Bilheteria com Jogos
OUTRAS RECEITAS	Arrendamentos e Locações + Repasses da Loteria Timemania + Doações + CBF Copa Brasil + Diversas

<b>BAHIA (2017 e 2016)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Receita de transmissão de imagem e luvas
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Receitas com negociação de direitos contratuais
PROGRAMA DE SÓCIOS	Sócios patrimonial e contribuinte
PATROCÍNIOS	Receita de patrocínio, publicidade e marketing
BILHETERIAS	Receitas de acesso garantido, bilheteria e premiações
OUTRAS RECEITAS	Loterias + Outras
<b>BAHIA (2014 e 2013)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Receita de televisionamento
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Negociação de atletas
PROGRAMA DE SÓCIOS	TOB / Sócio patrimonial
PATROCÍNIOS	Patrocínio de Uniformes
BILHETERIAS	Receita de jogos de futebol
OUTRAS RECEITAS	Loterias + Outras
<b>BOTAFOGO (2016 e 2015)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Direitos de Transmissão
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Repasse de Direitos Federativos
PROGRAMA DE SÓCIOS	Programa de Sócio Torcedor + Receitas Patrimoniais/Sociais (Clube Social)
PATROCÍNIOS	Patrocínio e Publicidade/Marketing
BILHETERIAS	Bilheteria
OUTRAS RECEITAS	Premiações + Cotas de Participação + TIMEMANIA, Loteca, Lotogol + Escola de Futebol e Franquias + Demais Receitas
<b>BOTAFOGO (2013)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Transmissão Televisivas
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Cessão de Direitos Federativos e Econômicos
PROGRAMA DE SÓCIOS	Projeto Sócio Torcedor + Associados
PATROCÍNIOS	Publicidade e patrocínios
BILHETERIAS	Bilheteria
OUTRAS RECEITAS	Premiações + Aluguéis e licenciamentos + Timemania + Escolas de Esportes + Outras Receitas
<b>CEARÁ (2017)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Cota TV Campeonato Cearense + Cota TV CBF Campeonato Série B + Cota TV Copa do Brasil + Cota TV Copa do Nordeste
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	-----
PROGRAMA DE SÓCIOS	Receita de Sócio Torcedor
PATROCÍNIOS	Receita de Material Esportivo + Patrocínio +
BILHETERIAS	Arrecadação em Jogos Campeonato Cearense + Arrecadação em Jogos Copa Fares Lopes + Arrecadação em Jogos Primeira Liga + Arrecadação em Jogos Série B
OUTRAS RECEITAS	Companhia Energética do Ceará Convênio + Outras Receitas + Receita Aluguel da Quadra Escolhinha + Receita de Doação + Receita de Eventos + Receita de Aluguéis + Receitas de Mensalidades Escolhinha + Receitas de Royalties + Timemania + Premiação e Loterias + Direito de uso Arena + Luvas Contrato Série A

<b>CHAPECOENSE (2017 e 2016)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Receita de Transmissão
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Receita de Negociação de Atletas
PROGRAMA DE SÓCIOS	Programa Sócio Torcedor
PATROCÍNIOS	Patrocínio
BILHETERIAS	Bilheteria
OUTRAS RECEITAS	Timemania + Royalties/Direito de Uso de Marca + Receitas Diversas + Doações/PAF + Receitas Federações
<b>CHAPECOENSE (2015 e 2014)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Receita de Transmissão
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Receita de Negociação de Atletas
PROGRAMA DE SÓCIOS	Programa Sócio Torcedor
PATROCÍNIOS	Patrocínio
BILHETERIAS	Bilheteria
OUTRAS RECEITAS	Timemania + Premiações + Direito de Uso de Marca + Receitas Diversas
<b>CORINTHIANS (2017 e 2016)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Direitos de transmissão de TV
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Receitas com repasses de direitos federativos
PROGRAMA DE SÓCIOS	Premiações, fiel torcedor e loterias e outras
PATROCÍNIOS	Patrocínios e publicidades
BILHETERIAS	-----
OUTRAS RECEITAS	-----
<b>CORITIBA (2016 a 2013)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Direitos de transmissão de TV
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Transações de Atletas
PROGRAMA DE SÓCIOS	Mensalidades de associados
PATROCÍNIOS	Patrocínios/subvenções
BILHETERIAS	Competições/bilheteria
OUTRAS RECEITAS	Receitas patrimoniais + Outras receitas
<b>CRICIÚMA (2013)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Futebol
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	MESP: Projeto Formação Atletas
PROGRAMA DE SÓCIOS	Sócios
PATROCÍNIOS	Venda de mercadorias
BILHETERIAS	-----
OUTRAS RECEITAS	Extraordinárias + Royalties + Outras receitas
<b>CRUZEIRO (2017 a 2013)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Publicidades e Transmissões TV
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Direitos Econômicos/Cessão Temporária
PROGRAMA DE SÓCIOS	Programa Sócio Torcedor + Associados / Escolinhas (Social)
PATROCÍNIOS	Patrocínios / Royalties
BILHETERIAS	Bilheterias / Premiação
OUTRAS RECEITAS	Outras Receitas

<b>FIGUEIRENSE (2015 a 2013)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Transmissões Esportivas
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Transações de Atletas
PROGRAMA DE SÓCIOS	Associados
PATROCÍNIOS	Promoções e publicidades
BILHETERIAS	Competições esportivas
OUTRAS RECEITAS	Outras receitas
<b>FLAMENGO (2017 e 2016)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Direitos de transmissão
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Receita com venda de direitos sobre atletas profissionais
PROGRAMA DE SÓCIOS	Programa sócio torcedor + Quadro Social (Social)
PATROCÍNIOS	Patrocínio
BILHETERIAS	Bilheteria
OUTRAS RECEITAS	Premiações + Timemania + Outras
<b>FLAMENGO (2015 e 2014)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Direitos de transmissão
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Repasse de direitos federativos
PROGRAMA DE SÓCIOS	Programa sócio torcedor + Quadro Social (Social)
PATROCÍNIOS	Patrocínio
BILHETERIAS	Bilheteria
OUTRAS RECEITAS	Premiações + Timemania + Incentivos fiscais + Receitas diversas
<b>FLAMENGO (2013)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Direitos de transmissão
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Repasse de direitos federativos
PROGRAMA DE SÓCIOS	Programa sócio torcedor + Quadro Social (Social)
PATROCÍNIOS	Patrocínio
BILHETERIAS	Bilheteria
OUTRAS RECEITAS	Prêmios + Timemania, Loteca, Lotogol + Receitas diversas
<b>FLUMINENSE (2017 e 2016)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Direitos de transmissão
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Receita com venda de direitos sobre atletas profissionais
PROGRAMA DE SÓCIOS	Programa sócio torcedor + Quadro Social (Social)
PATROCÍNIOS	Patrocínio
BILHETERIAS	Bilheteria
OUTRAS RECEITAS	Premiações + Timemania + Outras
<b>FLUMINENSE (2015 a 2013)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Direito de Transmissões Televisivas
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Repasse de Direitos Federativos
PROGRAMA DE SÓCIOS	Programa Sócio Futebol + Receitas com Associados
PATROCÍNIOS	Publicidade e Patrocínio
BILHETERIAS	Bilheteria
OUTRAS RECEITAS	Licenciamentos e Franquias + Premiações e loterias + receitas com esportes amadores + receitas com alugueis + outras receitas

<b>GOIÁS (2014 a 2013)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Direitos de Transmissão de TV
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Transação de atletas
PROGRAMA DE SÓCIOS	Mensalidades
PATROCÍNIOS	Patrocínio/publicidade/propaganda
BILHETERIAS	Bilheterias
OUTRAS RECEITAS	Premiação/participações + jogos lotéricos + receitas patrimoniais + outras receitas
<b>GRÊMIO (2017 a 2013)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Receita de transmissão
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Venda / Empréstimos atletas
PROGRAMA DE SÓCIOS	-----
PATROCÍNIOS	Publicitárias
BILHETERIAS	Receitas de jogos de futebol
OUTRAS RECEITAS	-----
<b>INTERNACIONAL (2017)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Cotas de TV
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Negociações de Atletas
PROGRAMA DE SÓCIOS	Sociais
PATROCÍNIOS	Patrocínios + Publicidade
BILHETERIAS	Arrecadação jogos
OUTRAS RECEITAS	Estacionamento + Locações + Promoções/Eventos + Loteria Esportiva + Indenizações + Ensino/Educação
<b>INTERNACIONAL (2015 e 2014)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Cotas de Televisionamento
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Negociações de Atletas
PROGRAMA DE SÓCIOS	Sociais
PATROCÍNIOS	Patrocínios + Publicidade
BILHETERIAS	Arrecadação de Jogos
OUTRAS RECEITAS	Licença da Marca + Diversas
<b>INTERNACIONAL (2013)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Cotas de TV
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Negociações de Atletas
PROGRAMA DE SÓCIOS	Sociais
PATROCÍNIOS	Patrocínios + Publicidade
BILHETERIAS	Arrecadação jogos
OUTRAS RECEITAS	Locações + Licença de logomarca + loteria esportiva + diversas
<b>JOINVILLE (2014)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Direitos de Transmissão TV
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Venda de Atletas + Empréstimo de Atletas
PROGRAMA DE SÓCIOS	Mensalidades Sócios
PATROCÍNIOS	Publicidade e Patrocínio
BILHETERIAS	Arrecadação de Jogos
OUTRAS RECEITAS	Doações + Venda de Produtos + Demais Receitas

<b>PALMEIRAS (2017 a 2013)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Direitos de Transmissão de TV
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Negociação de Atletas
PROGRAMA DE SÓCIOS	Programa sócio torcedor Avanti
PATROCÍNIOS	Publicidade e Patrocínio
BILHETERIAS	Arrecadação de Jogos
OUTRAS RECEITAS	Timemania e outros + premiações + rendas diversas
<b>PARANÁ (2017)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Cota TV Transmissões
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Venda de Direitos Econômicos + Empréstimos de Atletas
PROGRAMA DE SÓCIOS	Sócio Torcedor
PATROCÍNIOS	Patrocínio e Publicidade
BILHETERIAS	Receitas no Estádio
OUTRAS RECEITAS	Lojas + Timemania + Contribuição Solidária + Cadeiras e Camarotes
<b>PONTE PRETA (2016 e 2015)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Quotas Globo Camp. Brasileiro + Luvas TV Interativa + Luvas Globo
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Venda Atletas + Empréstimo Atletas
PROGRAMA DE SÓCIOS	-----
PATROCÍNIOS	Publicidade/Propaganda
BILHETERIAS	-----
OUTRAS RECEITAS	Premiação Campeonato Brasileiro + Quotas FPF + Premiação Campeonato Paulista + Quotas Copa do Brasil CBF + Quotas Sulamericana + Outras Receitas
<b>PONTE PRETA (2014)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Quota Clube dos 13/FBA/CBF
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Venda Atletas + Empréstimo Atletas
PROGRAMA DE SÓCIOS	-----
PATROCÍNIOS	Publicidade/Patrocínio
BILHETERIAS	Receita Líquida de Jogos
OUTRAS RECEITAS	Quotas FPF/Prêmios FPF + Demais Receitas
<b>SANTOS (2017 a 2013)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Transmissões televisivas
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Direitos Federativos
PROGRAMA DE SÓCIOS	-----
PATROCÍNIOS	Publicidade
BILHETERIAS	Bilheterias e cotas de participação
OUTRAS RECEITAS	Manutenção e Frequência + Aluguéis + Timemania + Voluntariado + Diversas



<b>SÃO PAULO (2017 a 2013)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Direitos de transmissão de TV
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Negociação de atestados liberatórios de atletas
PROGRAMA DE SÓCIOS	Projeto sócio torcedor
PATROCÍNIOS	Publicidade e patrocínio
BILHETERIAS	Arrecadação de jogos
OUTRAS RECEITAS	Premiações em campeonatos + licenciamento da marca + outras receitas
<b>VASCO DA GAMA (2017 e 2016)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Direito de Transmissão de TV
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Repasse de Direitos Federativos + Mecanismo da Solidariedade
PROGRAMA DE SÓCIOS	Quadro Social
PATROCÍNIOS	Marketing
BILHETERIAS	Bilheteria
OUTRAS RECEITAS	Receitas diversas + receitas com campeonatos
<b>VASCO DA GAMA (2014)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Direito de Transmissão de TV
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Repasse de Direitos Federativos + Receita c/ Empréstimo de Atletas
PROGRAMA DE SÓCIOS	Quadro Social
PATROCÍNIOS	Marketing
BILHETERIAS	Bilheteria
OUTRAS RECEITAS	Receitas diversas
<b>VITÓRIA (2017)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Direito de imagem de arena
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Transações com atletas
PROGRAMA DE SÓCIOS	Sou Mais Vitória
PATROCÍNIOS	Patrocínios
BILHETERIAS	Jogos/bilheteria
OUTRAS RECEITAS	Patrimoniais + Premiações + Diversas
<b>VITÓRIA (2016 e 2015)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Direito de Arena e Imagem Rede Globo
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Transações com Atletas
PROGRAMA DE SÓCIOS	Sócio Torcedor
PATROCÍNIOS	Patrocínios
BILHETERIAS	Receitas de Jogos
OUTRAS RECEITAS	Luvas Contratuais + Premiações + Outras
<b>VITÓRIA (2013)</b>	
DIREITOS DE TRANSMISSÃO	Direito de transmissão de TV
TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS	Negociação atestados liberatórios de atletas
PROGRAMA DE SÓCIOS	Projeto Sou Mais Vitória
PATROCÍNIOS	Patrocínios
BILHETERIAS	Arrecadação de jogos
OUTRAS RECEITAS	Outras receitas

## APÊNDICE 2 – REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DA COMPARAÇÃO ENTRE TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS E DESEMPENHO

Para um melhor entendimento da relação entre a renda com negociação de direitos federativos e a performance, elaboramos uma série de gráficos que exemplificam o comportamento das duas variáveis ao longo do período visando estudar uma possível correlação.

Dos 29 times que participam da análise, não foram feitos os gráficos de 7: Atlético Goianiense, Ceará, Criciúma, Joinville, Paraná, Santa Cruz, que participaram de apenas uma temporada entre as 5 consideradas, e Sport, que não teve seus valores computados.

FIGURA 7 - GRÁFICOS DAS RELAÇÕES ENTRE TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS E PERFORMANCE

(continua)

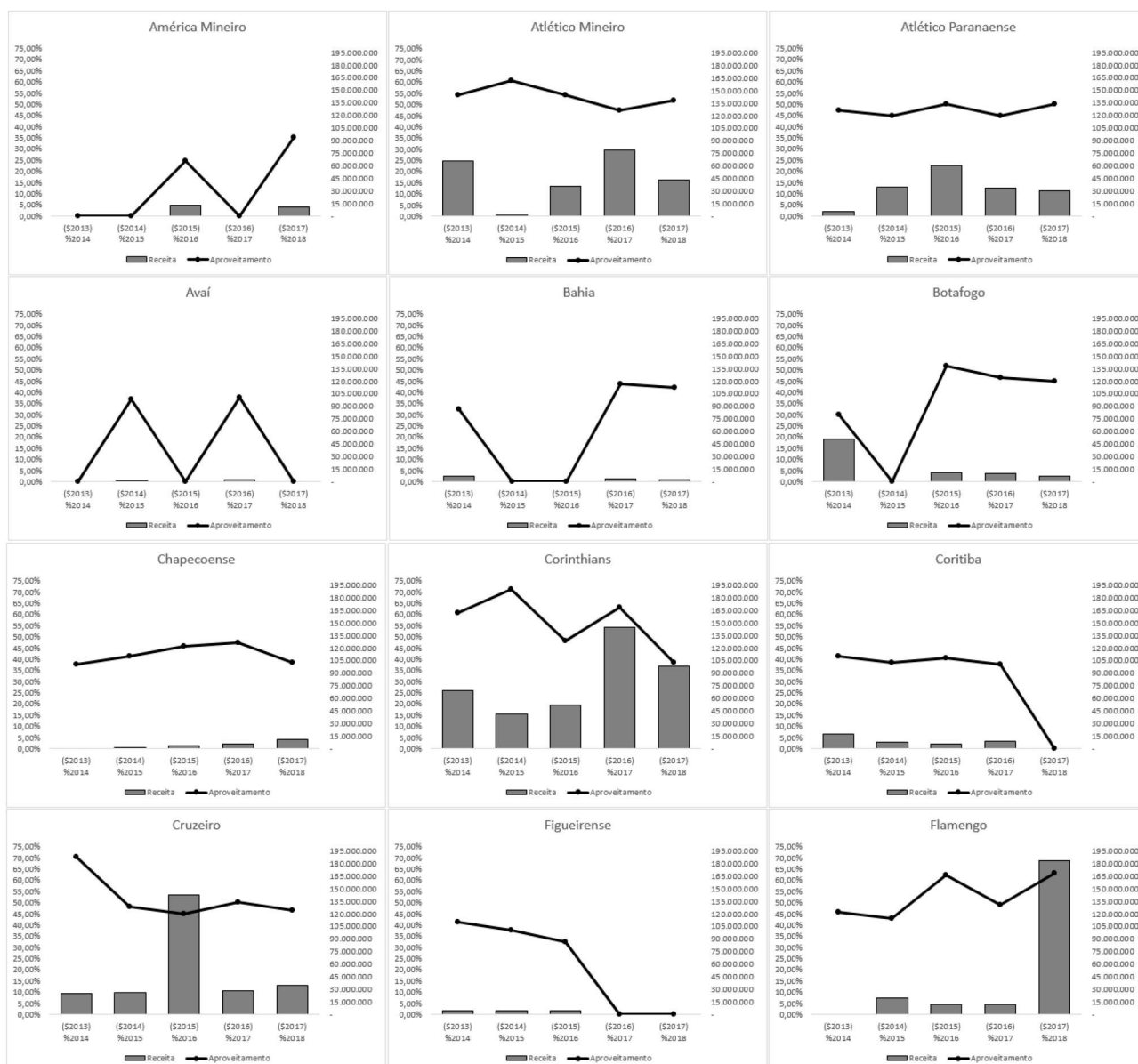
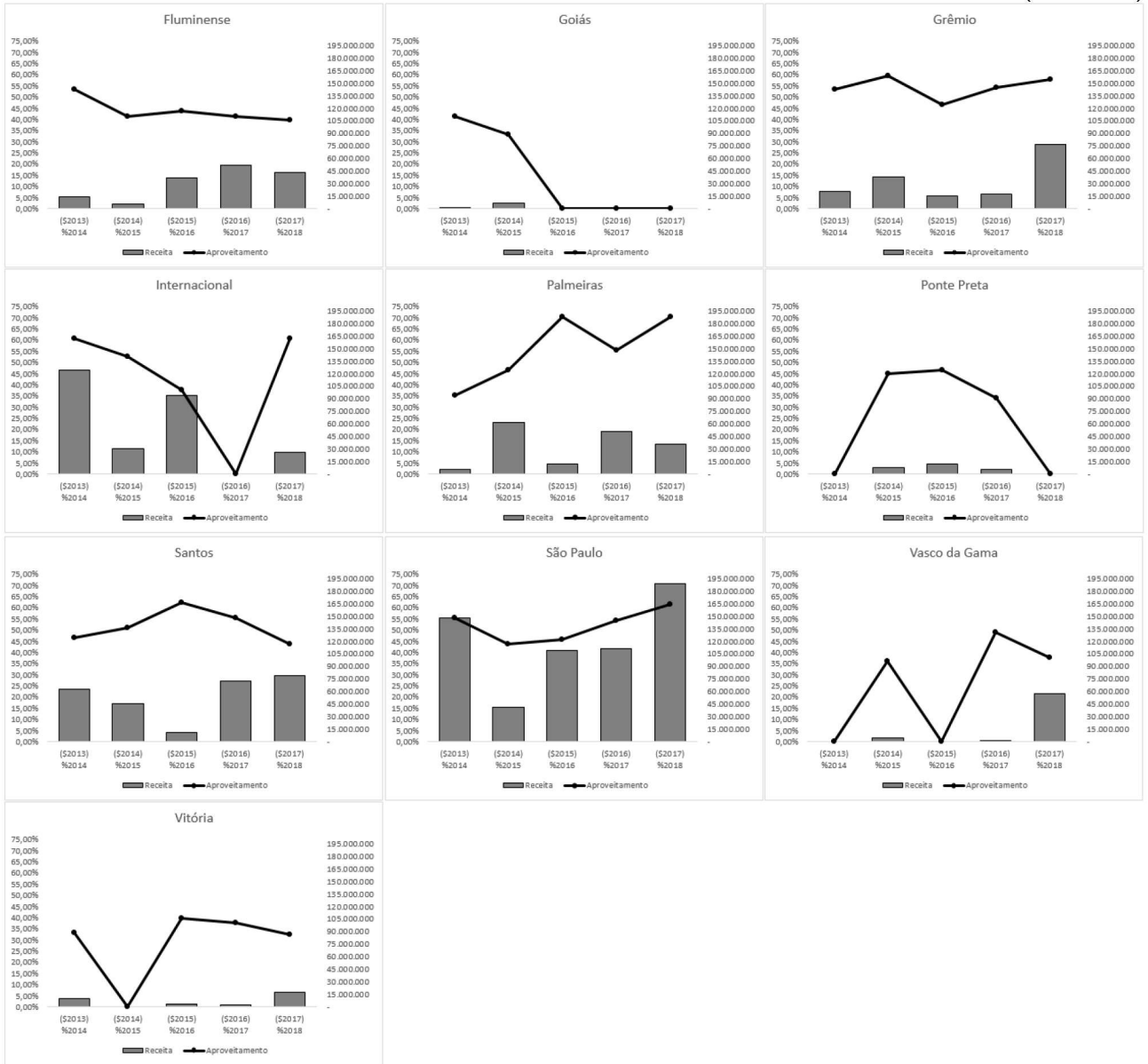


FIGURA 7 - GRÁFICOS DAS RELAÇÕES ENTRE TRANSFERÊNCIAS DE ATLETAS E PERFORMANCE (conclusão)



## APÊNDICE 3 – DADOS EM PAINEL PARA CORRELAÇÃO GERAL ENTRE RECEITAS E DESEMPENHO

### QUADRO 5 - DADOS EM PAINEL PARA CORRELAÇÃO GERAL

(continua)

Time	Ano	RECEITAS							Aproveitamento
		Direitos TV	Transferências	Sócios	Patrocínios	Bilheterias	Outras	Totais	
América Mineiro	2015	9.105.377	12.772.351	313.921	2.412.113	190.800	4.556.636	29.351.198	35,09%
América Mineiro	2017	9.301.920	10.943.522	1.014.800	7.347.805	641.678	9.652.631	38.902.356	24,56%
Atlético Goianiense	2016								31,58%
Atlético Mineiro	2013	71.274.756	66.053.246	18.727.616	25.397.553	20.115.837	26.294.029	227.863.037	54,39%
Atlético Mineiro	2014	80.419.848	1.649.485	18.979.041	22.800.063	29.567.460	25.526.632	178.942.529	60,53%
Atlético Mineiro	2015	113.721.233	35.656.518	22.975.882	16.325.564	24.848.504	31.093.002	244.620.703	54,39%
Atlético Mineiro	2016	128.998.629	78.556.940	28.475.929	31.631.622	28.502.374	20.146.733	316.312.227	47,37%
Atlético Mineiro	2017	171.711.830	43.282.433	26.491.459	34.744.832	16.886.019	18.248.453	311.365.026	51,75%
Atlético Paranaense	2013	31.161.316	5.263.185	10.372.661	7.431.063	4.197.575	26.508.005	84.933.805	47,37%
Atlético Paranaense	2014	36.872.584	33.931.788	24.969.487	13.493.377	3.674.254	25.701.177	138.642.667	44,74%
Atlético Paranaense	2015	30.789.037	59.810.519	25.009.914	6.983.829	5.788.671	29.626.644	158.008.614	50,00%
Atlético Paranaense	2016	55.308.429	32.902.893	24.681.661	8.916.598	7.931.008	34.334.742	164.075.331	44,74%
Atlético Paranaense	2017	56.018.844	29.716.118	26.022.343	10.047.495	10.654.359	28.825.854	161.285.013	50,00%
Avai	2014	7.461.402	1.155.837	4.421.131	4.767.865	916.224	2.632.916	21.355.374	36,84%
Avai	2016	8.038.887	2.080.760	3.993.269	2.898.586	1.190.017	2.155.080	20.356.598	37,72%
Bahia	2013	40.650.000	6.519.000	1.896.000	6.902.000	5.761.000	2.769.000	64.497.000	32,46%
Bahia	2016	90.816.000	3.323.000	5.618.000	8.967.000	9.803.000	2.181.000	120.708.000	43,86%
Bahia	2017	63.632.000	2.382.000	6.525.000	12.909.000	15.801.000	3.649.000	104.898.000	42,11%
Botafogo	2013	46.164.000	51.298.000	5.246.000	17.637.000	13.671.000	20.347.000	154.363.000	29,82%
Botafogo	2015	53.516.000	10.813.000	7.998.000	10.096.000	12.576.000	7.843.000	102.842.000	51,75%
Botafogo	2016	100.747.000	9.743.000	6.123.000	9.379.000	8.359.000	11.853.000	146.204.000	46,49%
Botafogo	2017	127.015.000	7.044.000	12.088.000	18.843.000	21.349.000	26.273.000	212.612.000	44,74%
Ceará	2017	7.341.336		2.017.143	4.441.150	8.099.987	10.001.817	31.901.433	38,60%
Chapecoense	2013								37,72%
Chapecoense	2014	16.622.691	525.000	6.633.090	5.272.200	3.607.681	1.912.963	34.573.625	41,23%
Chapecoense	2015	25.102.053	3.579.593	7.192.066	6.996.796	3.545.389	628.779	47.044.676	45,61%
Chapecoense	2016	30.590.115	5.587.733	6.580.712	7.009.372	2.613.362	14.813.519	67.194.813	47,37%
Chapecoense	2017	37.859.111	11.298.182	13.868.568	9.239.816	4.120.692	23.415.344	99.801.713	38,60%
Corinthians	2013	102.524.000	69.113.000	15.311.000	60.114.000	32.076.000		279.138.000	60,53%
Corinthians	2014	108.717.000	41.061.000	9.339.000	63.669.000	6.911.000		229.697.000	71,05%
Corinthians	2015	122.235.000	51.932.000	28.881.000	66.571.000			269.619.000	48,25%
Corinthians	2016	230.206.000	144.439.000	12.148.000	71.502.000			458.295.000	63,16%
Corinthians	2017	146.633.000	97.831.000	35.266.000	78.375.000			358.105.000	38,60%
Coritiba	2013	32.231.746	18.003.783	25.987.185	10.017.819	5.495.740	4.961.613	96.697.886	41,23%
Coritiba	2014	34.726.858	7.620.117	21.210.605	13.319.502	6.067.719	4.340.973	87.285.774	38,60%
Coritiba	2015	37.984.793	5.114.480	21.799.109	7.873.417	7.792.044	5.087.260	85.651.103	40,35%
Coritiba	2016	57.220.567	8.526.506	18.036.579	9.371.972	10.966.502	5.406.466	109.528.592	37,72%
Criciúma	2013	31.284.433	1.422.656	10.343.313	1.088.080		861.405	44.999.887	28,07%
Cruzeiro	2013	60.076.327	24.634.073	8.968.053	22.577.926	63.709.953	3.783.549	183.749.883	70,18%
Cruzeiro	2014	66.341.321	25.569.665	10.410.566	21.756.938	85.791.080	7.001.601	216.871.172	48,25%
Cruzeiro	2015	133.407.703	142.141.027	10.971.678	21.263.358	43.331.363	4.895.703	356.010.833	44,74%
Cruzeiro	2016	130.900.402	28.465.518	10.862.172	26.792.412	31.383.060	4.862.832	233.266.397	50,00%
Cruzeiro	2017	177.104.584	35.134.232	33.428.937	26.370.649	16.476.951	5.927.522	294.442.876	46,49%
Figueirense	2013	3.818.945	4.468.919	6.289.435	6.148.054	1.310.682	1.366.582	23.402.617	41,23%
Figueirense	2014	18.519.992	4.810.670	6.164.089	7.801.637	3.095.492	1.490.036	41.881.916	37,72%
Figueirense	2015	24.079.011	4.689.759	6.736.376	7.159.996	3.122.920	1.777.504	47.565.566	32,46%
Flamengo	2013	110.919.144		30.447.334	53.320.289	48.298.369	10.747.805	253.732.941	45,61%
Flamengo	2014	115.077.000	19.736.480	39.882.263	79.946.240	40.786.000	14.444.000	309.871.983	42,98%
Flamengo	2015	127.888.000	11.634.000	40.956.000	85.487.000	43.678.000	10.429.000	320.070.000	62,28%
Flamengo	2016	297.196.000	11.995.000	38.872.000	66.336.000	39.337.000	12.195.000	465.931.000	49,12%
Flamengo	2017	199.078.000	183.069.000	55.926.000	90.448.000	62.276.000	21.828.000	612.625.000	63,16%
Fluminense	2013	57.469.000	14.357.000	13.134.000	20.860.000	8.071.000	10.871.000	124.762.000	53,51%
Fluminense	2014	61.342.000	5.652.000	17.892.000	14.167.000	6.852.000	16.365.000	122.270.000	41,23%
Fluminense	2015	67.329.000	36.511.000	20.921.000	27.517.000	15.765.000	12.277.000	180.320.000	43,86%
Fluminense	2016	177.344.000	52.438.000	22.968.000	15.687.000	11.362.000	7.185.000	286.984.000	41,23%
Fluminense	2017	106.582.000	42.817.000	22.464.000	15.167.000	15.493.000	21.274.000	223.797.000	39,47%
Goiás	2013	30.648.015	253.333	3.535.146	1.839.777	8.417.190	10.778.724	55.472.185	41,23%
Goiás	2014	33.158.015	6.701.974	3.492.262	2.902.819	6.160.725	14.302.922	66.718.717	33,33%
Grêmio	2013	55.446.000	20.730.000		24.183.000	9.049.000		167.359.000	53,51%
Grêmio	2014	59.725.000	38.287.000		41.541.000	939.000		191.181.000	59,65%
Grêmio	2015	79.866.000	15.804.000	45.500.000	35.353.000	529.000	45.531.000	222.583.000	46,49%
Grêmio	2016	106.184.000	17.902.000	51.190.000	35.531.000	21.000	53.024.000	263.852.000	54,39%
Grêmio	2017	126.297.000	76.796.000	66.150.000	52.667.000	476.000	66.345.000	388.731.000	57,89%
Internacional	2013	54.189.552	123.749.653	39.271.401	31.183.101	4.822.732	6.364.412	259.580.851	60,53%
Internacional	2014	58.281.614	30.347.474	58.984.171	33.950.239	12.150.622	11.371.885	205.086.005	52,63%
Internacional	2015	73.195.735	94.083.544	66.439.359	35.195.294	16.078.563	12.118.060	297.110.555	37,72%
Internacional	2017	107.839.235	25.877.833	55.782.613	34.686.323	12.450.740	9.278.431	245.915.175	60,53%
Joinville	2014	6.112.598	10.000	7.905.796	5.798.139	2.297.202	6.549.851	28.673.586	27,19%

## QUADRO 5 - DADOS EM PAINEL PARA CORRELAÇÃO GERAL

(conclusão)

Time	Ano	RECEITAS						Aproveitamento	
		Direitos TV	Transferências	Sócios	Patrocínios	Bilheterias	Outras		Totais
Palmeiras	2013	76.297.000	6.048.000		24.456.000	26.366.000	3.623.000	136.790.000	35,09%
Palmeiras	2014	80.640.000	61.320.000	11.935.000	16.958.000	23.168.000	8.623.000	202.644.000	46,49%
Palmeiras	2015	88.425.000	12.519.000	32.441.000	69.798.000	87.210.000	5.146.000	295.539.000	70,18%
Palmeiras	2016	128.265.000	51.302.000	43.439.000	90.683.000	69.296.000	36.501.000	419.486.000	55,26%
Palmeiras	2017	137.307.000	36.065.000	47.014.000	130.327.000	74.047.000	24.023.000	448.783.000	70,18%
Paraná	2017	7.830.000	1.313.000	2.930.000	663.000	7.013.000	2.091.000	21.840.000	20,18%
Ponte Preta	2014	3.940.000	8.117.793		2.851.898	1.300.700	2.579.833	18.790.224	44,74%
Ponte Preta	2015	22.900.000	11.657.784		4.313.492		9.017.870	47.889.146	46,49%
Ponte Preta	2016	35.000.000	5.941.356		5.972.657		11.225.390	58.139.403	34,21%
Santa Cruz	2015								27,19%
Santos	2013	43.522.000	62.443.000	4.693.000	17.783.000	10.228.000	207.000	138.876.000	46,49%
Santos	2014	61.659.000	45.770.000	11.938.000	16.206.000	10.938.000	835.000	147.346.000	50,88%
Santos	2015	86.082.000	10.833.000	23.245.000	13.518.000	17.618.000	5.580.000	156.876.000	62,28%
Santos	2016	149.258.000	72.823.000	30.495.000	14.466.000	15.476.000	2.962.000	285.480.000	55,26%
Santos	2017	108.761.000	78.632.000	38.093.000	23.342.000	25.774.000	22.261.000	296.863.000	43,86%
São Paulo	2013	72.285.000	147.952.000	7.107.000	33.013.000	25.418.000	19.988.000	305.763.000	61,40%
São Paulo	2014	77.900.000	40.941.000	7.431.000	22.548.000	20.749.000	26.021.000	195.590.000	54,39%
São Paulo	2015	84.135.000	108.836.000	11.683.000	19.901.000	29.486.000	21.265.000	275.306.000	45,61%
São Paulo	2016	128.032.000	111.165.000	13.671.000	35.297.000	32.962.000	16.086.000	337.213.000	43,86%
São Paulo	2017	125.282.000	188.664.000	10.718.000	56.629.000	26.961.000	15.462.000	423.716.000	55,26%
Sport	2013								45,61%
Sport	2014								51,75%
Sport	2015								41,23%
Sport	2016								39,47%
Sport	2017								36,84%
Vasco da Gama	2014	72.863.752	4.465.150	4.221.348	22.090.149	10.657.924	7.270.763	121.569.086	35,96%
Vasco da Gama	2016	165.245.000	1.759.000	5.595.000	13.632.000	5.241.000	13.101.000	204.573.000	49,12%
Vasco da Gama	2017	96.633.000	56.953.000	5.571.000	18.647.000	4.088.000	7.296.000	189.188.000	37,72%
Vitória	2013	34.968.000	9.452.000	2.889.000	8.004.000	7.500.000	2.288.000	65.101.000	33,33%
Vitória	2015	34.559.564	3.633.324	2.665.275	7.112.845	3.193.505	1.116.787	52.281.300	39,47%
Vitória	2016	50.276.209	2.292.902	4.251.170	8.826.000	2.408.178	43.921.752	111.976.211	37,72%
Vitória	2017	50.678.045	17.981.627	4.685.489	5.689.619	4.270.159	4.766.167	88.071.106	32,46%