

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
FACULDADE DE ECONOMIA, CIÊNCIAS CONTÁBEIS E
ADMINISTRAÇÃO
GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

PEDRO FELIPE SOARES DE LIMA

INFLUÊNCIA FINANCEIRA DOS TORCEDORES NA RECEITA
DOS CLUBES PAULISTAS DE FUTEBOL MASCULINO PROFISSIONAL

MACEIÓ-AL

2024

PEDRO FELIPE SOARES DE LIMA

**INFLUÊNCIA FINANCEIRA DOS TORCEDORES NA RECEITA
DOS CLUBES PAULISTAS DE FUTEBOL MASCULINO
PROFISSIONAL**

Trabalho de conclusão de curso
apresentado ao curso de
Administração da Universidade Federal
de Alagoas, como requisito à obtenção
do grau de Bacharel

Orientador (a): Prof. Dr. Carlos André
Silva Carneiro

MACEIÓ-AL

2024

Catálogo na Fonte
Universidade Federal de Alagoas
Biblioteca Central
Divisão de Tratamento Técnico

Bibliotecário: Marcelino de Carvalho Freitas Neto – CRB-4 – 1767

- L732i Lima, Pedro Felipe Soares de.
Influência financeira dos torcedores na receita dos clubes paulistas de futebol masculino profissional / Pedro Felipe Soares de Lima. – 2024.
49 f. : il.
- Orientador: Carlos André Silva Carneiro.
Monografia (Trabalho de Conclusão Curso em Administração) – Universidade Federal de Alagoas. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. Maceió, 2024.
- Bibliografia: f. 45-49.
1. Times de futebol - São Paulo (Estado). 2. Futebol - Torcedores - Sócios. 3. Bilheterias. 4. Sociedades brasileiras. I. Título.

CDU: 658:796.332(815.6)

Folha de Aprovação

PEDRO FELIPE SOARES DE LIMA

**INFLUÊNCIA FINANCEIRA DOS TORCEDORES NA RECEITA
DOS CLUBES PAULISTAS DE FUTEBOL MASCULINO
PROFISSIONAL**

Trabalho apresentado ao corpo docente da Universidade Federal de Alagoas, como requisito à obtenção do grau de Bacharel em Administração apresentado em 30/09/2024

Banca Examinadora:

Documento assinado digitalmente
 **CARLOS ANDRE SILVA CARNEIRO**
Data: 09/10/2024 15:01:29-0300
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Orientador(a): Prof. Dr. Carlos André Silva Carneiro

Documento assinado digitalmente
 **CARLOS EVERALDO SILVA DA COSTA**
Data: 09/10/2024 15:42:49-0300
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Examinador: Prof. Dr. Carlos Everaldo Silva da Costa

Documento assinado digitalmente
 **NILSON CIBERIO DE ARAUJO LEAO**
Data: 10/10/2024 13:43:15-0300
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Examinador: Prof. Dr. Nilson Cibério de Araújo Leão

Resumo

Este trabalho buscou analisar como se dá a influência financeira dos torcedores na receita dos clubes paulistas de futebol masculino profissional, atentando para os clubes: Palmeiras, Corinthians, São Paulo e Santos. Nele procurou-se apreender como se dá a influência financeira do torcedor no clube e como isso impacta em suas receitas, dando ênfase às receitas provindas das bilheterias e pela adesão ao programa Sócio-Torcedor. Nesse sentido foi utilizada, quantitativamente, a técnica de análise dos dados secundários, que permite compreender quanto ao impacto que os torcedores brasileiros têm em seus times do coração. Para a obtenção dos dados foi feita uma análise dos dados financeiros por meio dos balanços auditados dos clubes paulistas da Série A do Campeonato Brasileiro de Futebol Masculino, encontrados em seus respectivos sites de transparência levando em consideração dois anos, 2019 e 2022. Após feita a análise dos dados referentes às receitas de bilheterias dos clubes, as receitas dos programas sócio torcedor e da influência dessa renda provinda dos adeptos no financeiro dos clubes torna-se evidente que a receita bruta dos clubes com maiores torcidas recebe um maior incentivo financeiro de seus torcedores com a venda de ingressos e com o Sócio Torcedor, porém, o fator decisivo é a fase em que o clube se encontra nas competições, quanto melhor a fase mais adeptos vão aos estádios e aderem ao programa. Em última análise, compreender a impactos financeiros dos torcedores nos clubes de futebol brasileiros é fundamental para a sustentabilidade e sucesso contínuo dessas instituições. O futebol não é apenas um esporte, mas também um fenômeno cultural e econômico intrinsecamente ligado à sociedade brasileira.

Palavras-Chaves: Influência Financeira; Clubes; Futebol; Sócio Torcedor, Bilheterias, Sociedade Brasileira.

Abstract

This study aimed to analyze the financial influence of fans on the revenue of professional men's football clubs in São Paulo, focusing on the clubs: Palmeiras, Corinthians, São Paulo, and Santos. It sought to understand how the financial influence of fans affects the clubs and how this impacts their revenues, emphasizing ticket sales and participation in the Fan Membership program. In this sense, a quantitative analysis of secondary data was utilized, which allows for understanding the impact that Brazilian fans have on their beloved teams. To obtain the data, an analysis of the financial data was conducted through the audited financial statements of the São Paulo clubs in the Serie A of the Brazilian Men's Football Championship, found on their respective transparency websites, considering two years: 2019 and 2022. After analyzing the data regarding the clubs' ticket revenues, the revenues from the Fan Membership programs, and the influence of this income from supporters on the clubs' finances, it becomes evident that the gross revenue of clubs with larger fan bases receives greater financial support from their fans through ticket sales and the Fan Membership program. However, the decisive factor is the stage in which the club finds itself in competitions; the better the phase, the more supporters attend the stadiums and join the program. Ultimately, understanding the financial impacts of fans on Brazilian football clubs is essential for the sustainability and ongoing success of these institutions. Football is not just a sport, but also a cultural and economic phenomenon intrinsically linked to Brazilian society.

Keywords: Financial Influence; Football; Clubs; Supporter Programs, Ticket Sales, Brazilian Society.

Lista de Figuras

Figura 1 - Club

Estrategies.....	
.	18

Lista de Tabelas

Tabela 1 - Valores de Bilheteria Sport Clube Corinthians Paulista 2019 e 2022.....	
30Tabela 2 - Valores de Bilheteria Sociedade Esportiva Palmeiras 2019 e 2022.....	
31Tabela 3 - Valores de Bilheteria São Paulo Futebol Clube 2019 e 2022.....	
32Tabela 4 - Valores de Bilheteria Santos Futebol Clube 2019 e 2022.....	
33Tabela 5 - Valores do Programa Fiel Torcedor 2019 e 2022.....	
34Tabela 6 - Valores do Programa Sócio Torcedor Avanti 2019 e 2022.....	
35Tabela 7 - Valores do Programa Sócio Torcedor 2019 e 2022.....	
36Tabela 8 - Valores do Programa Sócio-Rei 2019 e 2022.....	
37Tabela 9 – Influência dos Torcedores na Receita dos Clubes entre 2019 e 2022.....	

30

Sumário

1 - Introdução	8
2 - Revisão Literária	14
2.1 - O Futebol e a torcida.....	14
2.2 - Os diferentes tipos de torcedores	16
2.3 - A importância financeira da lealdade dos torcedores.....	18
2.4 - A importância do sócio torcedor	22
2.5 - A mídia, o futebol e o torcedor	23
2.6 - A importância comunitária dos clubes.....	24
3 - Metodologia	28
3.1 - Tipo de pesquisa.....	28
3.2 - População e amostra	28
3.3 - Coleta de dados	28
3.4 - Critérios e instrumentos de medida.....	29
3.5 - Análise dos dados	29
4 - Resultados e Discussões	30
4.1 - Análise das Receitas da Bilheteria.....	30
4.2 - Influência do programa Sócio-Torcedor	34
4.3 - Influência da torcida na receita	38
4.4 - Análise Final.....	39
5 - Considerações Finais	42
6 - Referência Bibliográfica	45

1 - Introdução

O futebol é um dos esportes mais populares do mundo, com uma longa história que remonta a muitos séculos atrás. Segundo os autores Xiaoxue, Yanfen e Xuezhi (2019), há cerca de 3500 anos na China existia um jogo chamado “cuju” considerado o futebol antigo chinês, um conjunto de danças temáticas do período Shang.

No entanto, o futebol moderno como o conhecemos hoje foi desenvolvido na Inglaterra, no século XIX. Segundo Cox (2000), a partida entre Barnes e Richmond foi disputada no campo de Mortlake, em Londres, e teve como objetivo testar as regras recentemente estabelecidas pela recém-formada Football Association (FA). A relação entre os clubes de futebol e seus torcedores também mudou ao longo dos anos. Bairner (1984) traz uma reflexão sobre o papel do futebol na sociedade, analisando como esse esporte se relaciona com questões como identidade nacional, gênero, classe social e políticas públicas.

O autor argumenta que o futebol pode ser visto como um espelho da sociedade em que está inserido, refletindo suas tensões e contradições. Como afirma Bairner (1984), o futebol é um fenômeno social complexo e multifacetado, que tem sido utilizado para expressar e reforçar uma ampla variedade de valores sociais". Segundo dados da Federação Internacional de Futebol (2013) em 2013 era contabilizado um número de 265 milhões de jogadores e jogadoras além dos 5 milhões de árbitros e funcionários, um total de cerca de 270 milhões de pessoas que participam ativamente do futebol em escala mundial.

Segundo Arantes (2006), o futebol é mais do que um simples esporte, mas sim um fenômeno social, cultural e político que reflete as dinâmicas e as tensões presentes nas sociedades em que é praticado. Como afirma Arantes (2006), "o futebol é um fenômeno universal que transcende as fronteiras geográficas, culturais e

políticas, sendo um espelho das tensões e das contradições das sociedades em que é praticado".

O artigo também destaca a importância do futebol como manifestação cultural e como forma de expressão identitária para os povos que o praticam. Como aponta Arantes (2006), "o futebol é uma forma de expressão cultural e identitária para os povos que o praticam, refletindo suas histórias, seus valores e suas aspirações".

No entanto, o autor também alerta para os desafios e as contradições presentes no mundo do futebol, especialmente em relação à comercialização e à mercantilização do esporte. Como destaca Arantes (2006), "a comercialização do futebol tem levado à mercantilização do esporte, transformando-o em um produto de consumo e afetando sua autonomia e sua integridade como manifestação cultural e social". Segundo dados da revista Sports Value (2018) em 2018 eram registrados cerca de 4 bilhões de pessoas ditas fãs de futebol pelo mundo.

Diante disso, é possível afirmar que o futebol é um fenômeno complexo e multifacetado, que reflete as dinâmicas e as tensões presentes nas sociedades em que é praticado. Apesar dos desafios e das contradições, o futebol continua a ser uma forma importante de expressão cultural e identitária para os povos que o praticam, e uma fonte de alegria, paixão e entretenimento para milhões de pessoas em todo o mundo.

A história do futebol toma diversas vertentes e ganha diversos países, contudo o mais significativo dos países que o futebol tocou foi o Brasil, considerado o país do futebol, não só pelas conquistas (único país com 5 títulos mundiais) mas também por ser um grande "celeiro" de novos talentos para o futebol mundial. Araripe Júnior (2018) destaca que o futebol foi trazido ao Brasil por marinheiros ingleses que

desembarcaram no Porto de Santos em 1894, e que o esporte foi rapidamente adotado pela elite brasileira como uma forma de imitar os costumes europeus.

Como afirma Araripe Júnior (2018), "o futebol foi introduzido no Brasil como um elemento civilizador, capaz de modernizar a sociedade brasileira e de aproximá-la dos valores europeus". O artigo também destaca que, ao longo do século XX, o futebol se popularizou no Brasil, tornando-se uma paixão nacional e uma forma de expressão cultural e social. Como ressalta Araripe Júnior (2018), "o futebol tornou-se parte da cultura brasileira, sendo capaz de unir pessoas de diferentes classes sociais e regiões do país em torno de um mesmo objetivo".

Fontes (2014) argumenta que o futebol no Brasil não foi apenas uma importação estrangeira, mas também se desenvolveu de maneira própria, influenciado pelas características socioculturais do país. Ele afirma que "o futebol no Brasil não foi uma cópia do modelo inglês, mas a reelaboração criativa desse modelo pelos brasileiros" (Fontes, 2014, p. 16).

Além disso, o autor discute como o futebol se tornou um elemento importante da cultura brasileira e como a sua popularidade afetou a sociedade em diferentes níveis. Ele afirma que o futebol no Brasil tem "uma dimensão social e cultural que extrapola os limites do campo de jogo" (Fontes, 2014, p. 21).

Como forma de entretenimento, esse esporte cativa cada vez mais pessoas que se tornam apaixonadas. Segundo dados do relatório da empresa Pluri Consultoria (2023), no primeiro trimestre de 2023 o futebol brasileiro teve uma arrecadação nas bilheterias dos estádios de R\$238,1 milhões. E com dados retirados do relatório da revista Sports Value (2019) foram gastos uma média de 1,1 bilhão de reais com entretenimento relacionado a futebol pela população brasileira em 2018.

Contudo, ainda é notória a realidade de que é um desafio para os clubes brasileiros adquirirem ainda mais sócios a seus programas de fidelidade, planejamentos de marketing, problemas para que sejam vendidos ainda mais produtos do clube. Por esta razão, este trabalho visa abordar sobre como o apoio das torcidas, por meio de bilheterias, programas como sócio torcedor e consumos de marca do clube, podem auxiliar no financeiro dos clubes.

Segundo Flecha e Pontello (2015, p.76) o marketing passa pela compreensão e identificação profunda de quem é a pessoa que fará uso dos produtos, de quem irão adquirir, como irão adquirir e para que irão adquirir. Partindo da hipótese que, atualmente, os clubes brasileiros possuem estratégias parecidas a fim de obter melhores resultados, é possível dizer que exista um investimento considerável no marketing para que os torcedores possam se identificar com o time e assim comprarem produtos, realizar adesão de programas como o sócio torcedor e comprem ingressos para que possam ver seu clube do coração de perto.

Contudo, alguns clubes brasileiros acabam por ter muitas dificuldades em fazer com que mais pessoas possam se identificar tanto com o clube que possam “gastar” com o mesmo e, conseqüentemente, fazem com que os clubes muitas vezes fiquem com as receitas prejudicadas. Segundo Dantas, Machado e Macedo (2015, p.128) os autores acreditam que o maior problema de um clube de futebol, em especial os brasileiros, seja a enorme dependência de um resultado esportivo positivo para que se tenha um retorno financeiro esperado.

Para que essa hipótese possa ser verificada, será realizado uma pesquisa quantitativa de caráter exploratório e descritivo utilizando-se de dados secundários a partir do balanço financeiro auditado da Série A do futebol brasileiro, focado nos clubes paulistas, para que se possa visualizar a disposição dos torcedores em realizar compras de produtos dos clubes, filiações do programa de fidelidade (Sócio Torcedor) e como a situação do time pode influenciar nas decisões dos torcedores.

O principal objetivo é evidenciar a importância e influência financeira que os torcedores têm para com seus clubes do coração. Tendo como primeira ideia analisar as receitas de bilheteria dos clubes para verificar seu impacto no financeiro geral, após isso examinar a influência dos valores dos adeptos ao programa sócio torcedor dos clubes e, por fim, evidenciar como as receitas de bilheteria e sócio torcedor, somadas, influenciam na receita geral do clube.

Este trabalho está organizado em 5 capítulos, que se dividem da seguinte forma: No primeiro capítulo, aborda de forma breve como o futebol surgiu e suas origens e da possível ligação do futebol com um jogo antigo da cultura chinesa e como ele se atualizou para o que é hoje além de explicar como o futebol chegou e se popularizou no Brasil. É abordado também o tema de estudo, em como o impacto dos torcedores se dá no futebol, como funciona a força dos mesmos e como eles podem influenciar no financeiro dos clubes.

No segundo capítulo, será feita uma revisão bibliográfica sobre a gestão esportiva, o marketing esportivo e as finanças corporativas, visando contextualizar a pesquisa, mostrando, a partir da literatura, as questões de como a torcida influencia não só de forma social em um clube de futebol, mas também da forma financeira demonstrando força e grande participação ativa nos times e evidenciando como programas de fidelidade, como o sócio torcedor, impactam no financeiro.

No terceiro capítulo, serão apresentados a metodologia da pesquisa, com ênfase nos impactos financeiros dos torcedores nos clubes de futebol. Será feita uma pesquisa com dados fornecidos por balanços financeiros auditados de receita divulgadas pelos próprios clubes (Transparência), com o objetivo de ser exploratória e descritiva de análise de dados secundários, será de caráter quantitativo, que busca analisar dados numéricos sobre o tema em questão e verificar de que forma existe a influência financeira dos torcedores no financeiro de 4 clubes paulistas (Palmeiras,

Corinthians, São Paulo e Santos) que disputaram a 1ª divisão do Campeonato Brasileiro de Futebol Masculino, no período dos anos de 2019 e 2022.

No quarto capítulo, teremos os resultados e discussões da coleta de dados que foi realizada e discutindo acerca de determinados pontos como: análise das receitas de bilheteria, a influência do programa Sócio-Torcedor no financeiro dos clubes e a influência da torcida na receita. E por fim, no quinto capítulo será feita a conclusão abrangendo todo o conteúdo apresentado e dando uma posição final sobre o tema abordado.

2 - Revisão Literária

2.1 - O Futebol e a torcida

O futebol é um esporte que exerce grande fascínio em todo o mundo, e no Brasil não é diferente. O torcedor é uma peça fundamental na construção da história dos clubes, pois é ele quem move as arquibancadas, cria cânticos e tradições, e faz o clube ter uma identidade própria. “Futebol no Brasil transcende os limites do esporte e se revela como prática cultural e cultura é construção histórico-social, feita pelo povo.” (Flecha, A.C.; Pontello, M. L., 2015, p. 84)

A relação entre o futebol brasileiro e o torcedor nem sempre foi tranquila, principalmente no que diz respeito à segurança nos estádios. Segundo Flecha e Pontello (2015, p.84) o torcedor prefere muito mais o conforto e a segurança dentro e fora dos estádios. Por esta razão, nos últimos anos, os clubes têm buscado uma maior aproximação com seus torcedores.

Essa aproximação é importante não apenas para o fortalecimento financeiro dos clubes, mas também para a criação de uma identidade coletiva, que faz com que o torcedor se sinta parte de algo maior do que ele mesmo. O futebol é um esporte que emociona, e é essa emoção que faz com que os torcedores sejam tão apaixonados e fiéis aos seus clubes. Segundo Borsatti e Baccarani (2019) mostram que o envolvimento dos torcedores é um fator crítico para o sucesso financeiro dos clubes de futebol profissional. Os clubes que têm uma base de torcedores engajados tendem a ter um desempenho financeiro melhor do que os clubes que não investem em ações de engajamento dos torcedores. Além disso, as mídias sociais são um canal importante para o envolvimento dos torcedores e podem contribuir para o aumento da fidelidade dos torcedores e para o valor da marca do clube.

Segundo os autores, "Os resultados mostram que os clubes que possuem uma base de torcedores engajados apresentam maior receita de bilheteria, venda de produtos licenciados e patrocínios" (Borsatti & Bacarani, 2019, p. 196).

A relação entre o futebol e o torcedor é de extrema importância para o fortalecimento dos clubes e para a construção de uma identidade coletiva. É preciso valorizar e respeitar a torcida, não apenas como uma fonte de receita, mas também como parte fundamental da história e da cultura do futebol.

Os torcedores são fundamentais para a geração de receita dos clubes, já que são eles que compram ingressos para os jogos, adquirem produtos oficiais do clube, como camisas e souvenirs, e podem se associar aos programas de sócio torcedor. A presença de torcedores em eventos esportivos é considerada fundamental para o sucesso financeiro dos clubes de futebol. No entanto, poucos estudos examinaram o impacto da presença de torcedores na performance financeira de clubes de futebol nos Estados Unidos. Para preencher essa lacuna, Jozsa Jr. e Rinaldi (2019) analisaram o impacto da presença de torcedores na performance financeira dos clubes da Major League Soccer (MLS).

Os autores constataram que a presença de torcedores tem um impacto positivo e significativo na receita dos clubes da MLS. Eles encontraram evidências de que a presença de torcedores aumenta a receita de bilheteria, a receita de patrocínio e a receita de merchandising. Além disso, eles descobriram que a presença de torcedores tem um efeito positivo na performance esportiva do clube, o que, por sua vez, pode aumentar a receita dos clubes. "A presença de torcedores tem um impacto positivo e significativo na receita dos clubes da MLS. Eles encontraram evidências de que a presença de torcedores aumenta a receita de bilheteria, a receita de patrocínio e a receita de merchandising" (Jozsa Jr. e Rinaldi, 2019, p. 224).

Além disso, os torcedores também têm um papel crucial na imagem e na reputação dos clubes. Eles são responsáveis por divulgar o clube e criar uma identificação com a marca, o que pode influenciar diretamente no desempenho financeiro e esportivo da equipe. Segundo estudos desenvolvidos por Durt (2018) clubes que participam de competições continentais como a UEFA Champions League acabam por ter um impacto significativo no desempenho financeiro pois a visibilidade e o sentimento dos torcedores que lotam estádios e, com isso, gerar receitas significativas para os times participantes.

No entanto, é importante ressaltar que a relação entre torcedores e clubes nem sempre é harmoniosa e pode haver conflitos e desentendimentos, como em casos de violência em estádios ou insatisfação com a gestão do clube. Por isso, é necessário que os clubes adotem estratégias para fomentar a relação com seus torcedores, como programas de fidelidade, promoções especiais para os sócios torcedores, investimentos em tecnologia para facilitar a comunicação e a interação com a torcida, e ações sociais para envolver os torcedores com a comunidade local.

2.2 - Os diferentes tipos de torcedores

O futebol é um dos esportes mais populares no mundo, movimentando bilhões de torcedores em todos os continentes. No Brasil, a paixão pelo futebol é ainda mais intensa, fazendo parte da cultura e da identidade nacional. No entanto, os torcedores não são todos iguais, e suas identidades podem ser classificadas em diferentes categorias. Neste sentido, este trabalho apresentará a importância do torcedor dentro do âmbito financeiro dos clubes, utilizando como uma de suas bases o artigo "Fanáticos, seguidores, fãs e flâneurs: uma taxonomia de identidades do torcedor no futebol" de Silva e Almeida (2016).

Silva e Almeida (2016) apresentam uma taxonomia de identidades de torcedores, que classifica os torcedores em quatro categorias: fanáticos, seguidores,

fãs e flâneurs. Os fanáticos são aqueles que têm uma relação mais emocional com o time, se identificam completamente com o clube e muitas vezes colocam sua vida pessoal em segundo plano para acompanhar o time. Os seguidores, por sua vez, são torcedores que acompanham o time de forma mais distante, sem o mesmo grau de paixão e envolvimento emocional que os fanáticos. Já os fãs são aqueles que gostam do futebol em geral e acompanham o esporte como espectadores, sem uma identificação tão forte com um clube específico. Por fim, os flâneurs são torcedores que frequentam o estádio como um espaço de sociabilidade e lazer, sem necessariamente ter um interesse tão grande pelo jogo em si.

A classificação proposta por Silva e Almeida (2016) é relevante por mostrar que a relação dos torcedores com o futebol pode ser diferenciada, e que cada tipo de identidade se relaciona de forma distinta com o clube e com o esporte em geral. Além disso, a classificação também tem implicações para a indústria do futebol, pois os diferentes tipos de torcedores têm diferentes comportamentos de consumo e de engajamento com o clube.

Outros estudos também abordam as identidades dos torcedores no futebol. Por exemplo, De Groot e van Reijen (2019) realizaram uma pesquisa com torcedores holandeses e identificaram três tipos de identidades: identidade local, identidade de clube e identidade nacional. Já Bloomfield e Brown (2016) estudaram as identidades dos torcedores de rugby e identificaram quatro tipos: tradicionalistas, modernistas, populares e cosmopolitas.

As identidades dos torcedores no futebol são múltiplas e variadas, e podem ser classificadas em diferentes categorias, como proposto por Silva e Almeida (2016). Cada tipo de identidade se relaciona de forma distinta com o clube e com o esporte em geral, e tem implicações para a indústria do futebol. Compreender essas diferentes identidades é importante para a gestão dos clubes, tanto em termos de engajamento dos torcedores quanto em termos de estratégias de marketing e de negócios.

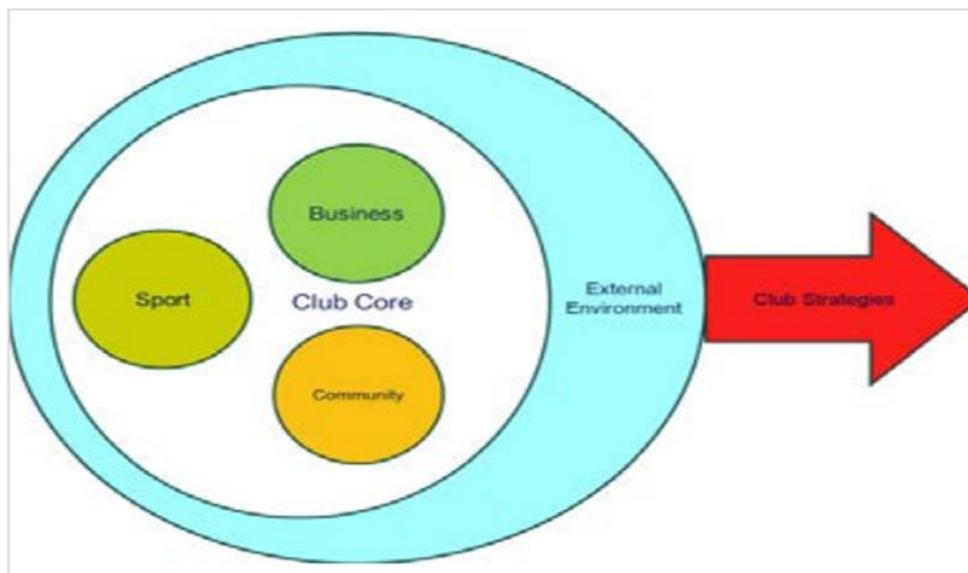
Além disso, a pesquisa sobre as identidades dos torcedores também tem implicações para a sociologia do esporte, pois mostra como o futebol pode ser um espaço de construção de identidades coletivas e individuais. Os diferentes tipos de torcedores têm diferentes formas de se relacionar com o clube e com a comunidade de torcedores, e isso pode influenciar suas identidades e suas relações sociais mais amplas.

2.3 - A importância financeira da lealdade dos torcedores

A compreensão do impacto financeiro dos torcedores nos clubes de futebol é fundamental para a gestão estratégica dos times. É preciso entender o comportamento da torcida, suas preferências e necessidades, para criar ações e projetos que atendam suas demandas e, conseqüentemente, gerem mais receita e fortaleçam a relação com a marca.

Segundo Andreoli e outros (2012), o marketing esportivo é fundamental para os clubes de futebol, uma vez que o torcedor é o principal ativo dessas organizações e a relação entre clube e torcedor deve ser fortalecida para que o futebol continue a ser um negócio rentável. Como afirma Andreoli e outros (2012, p. 87), "a torcida é a maior fonte de renda dos clubes". Sem torcedores, não há futebol. E sem futebol, não há negócio." A figura 1 é uma demonstração prática de como os clubes europeus assumiram sua forma de gestão.

Figura 1 - Club Strategies



Fonte: ECA, 2015, p. 4.

Segundo Aidar e Silva (2019), os clubes europeus dividem seu núcleo central (club core) de atividades em três grandes grupos: Esporte (Sport), Negócios (Business) e Comunidade (Community). As estratégias de atuação das agremiações europeias (club strategies) devem combinar ações voltadas para o êxito no campo esportivo, com a conquista de boas performances nas competições que disputam; a obtenção de resultados econômicos e financeiros, com excelente posicionamento de mercado e valorização de suas marcas; e, finalmente, a construção de um relacionamento sólido com a comunidade e/ou com os diversos agentes com os quais as organizações se relacionam.

A comunicação assume, assim, importante papel na construção dessas pontes de relacionamento com a comunidade e a sociedade como um todo. Segundo os autores, é interessante observar que, ao lado das vitórias e da lucratividade de seus negócios, as agremiações esportivas da Europa reconhecem e valorizam a importância do relacionamento com a comunidade como um dos três principais vetores estratégicos de suas atividades.

Cresce, nesse cenário, a importância da comunicação com a comunidade no desenvolvimento de uma identidade institucional e na consolidação de uma marca forte, firmemente alicerçada em valores e princípios próprios da organização.

Uma das estratégias de marketing utilizadas pelos clubes de futebol é a criação de programas de sócio-torcedor, que oferecem benefícios exclusivos para aqueles que se associam, como descontos em ingressos, produtos licenciados e participação em sorteios. Segundo o estudo de Andreoli e outros (2012), essa estratégia é bastante eficaz, pois além de gerar receitas para os clubes, aumenta a fidelização do torcedor.

Além disso, os clubes de futebol também investem em ações de marketing para aumentar a exposição da marca e atrair novos torcedores. Segundo Andreoli e outros (2012), a criação de campanhas publicitárias e o patrocínio de eventos esportivos são exemplos de ações de marketing que têm sido adotadas pelos clubes brasileiros.

No entanto, o autor ressalta que muitos clubes ainda não exploram todo o potencial do marketing esportivo, especialmente no que diz respeito ao uso das mídias digitais e das redes sociais. Como afirmam Parente e outros (2011, p. 104), "os clubes precisam acompanhar as tendências do mercado e explorar as oportunidades oferecidas pelas mídias digitais, a fim de alcançar novos públicos e fidelizar seus torcedores".

Portanto, é fundamental que os clubes de futebol brasileiros invistam em estratégias de marketing esportivo para aumentar as receitas e fortalecer a relação com os torcedores, explorando todas as possibilidades oferecidas pelo mercado e pelas mídias digitais. Como afirma Andreoli e outros (2012, p. 93), "a gestão de marketing dos clubes de futebol deve ser profissionalizada e orientada para resultados, com o objetivo de maximizar as receitas e fortalecer a relação com os torcedores".

Além disso, como afirmam Gord e Downward (2019) a lealdade dos torcedores é um fator importante para a performance financeira dos clubes de futebol, mas a relação entre a lealdade dos torcedores e o desempenho financeiro dos clubes ainda não é bem compreendida. "Os torcedores leais estão mais propensos a comprar ingressos, produtos licenciados e serviços de streaming de jogos, o que aumenta a receita dos clubes" (Gong e Downward, 2019, p. 7).

Segundo Fernandes et al. (2016, p. 40) "a capacidade dos clubes em gerar receitas é um fator fundamental para a sua eficiência". Nesse sentido, a gestão financeira e a capacidade de explorar o potencial de mercado são aspectos críticos para o sucesso dos clubes de futebol. Segundo Silva e Mello (2021), os clubes recebem elevados recursos, movimentando elevadas quantias no mercado financeiro, sendo verdadeiros protagonistas nessa cadeia produtiva. Contudo, não costumam dar a importância para a sustentabilidade financeira do clube.

Outro fator determinante para a eficiência dos clubes é a qualidade da gestão esportiva. Segundo os autores, "a qualidade da gestão esportiva está relacionada com a capacidade dos clubes em gerar resultados esportivos positivos" (Fernandes et al., 2016, p. 40). Isso implica em ter uma equipe técnica competente e bem estruturada, além de um planejamento estratégico bem definido para a temporada.

Além disso, o estudo destaca a importância da infraestrutura dos clubes, como estádios e centros de treinamento, para a eficiência deles. Os autores afirmam que "clubes que possuem infraestrutura de qualidade tendem a obter melhores resultados esportivos e financeiros" (Fernandes et al., 2016, p. 41).

2.4 - A importância do sócio torcedor

Cardoso (2014) destaca que as adesões de torcedores a programas de incentivo ao torcedor podem proporcionar benefícios financeiros e não financeiros para os clubes, além de aproximar o torcedor do clube e aumentar o engajamento com a equipe.

Uma das citações relevantes do artigo é de Almeida e Silva (2015), que afirma que "o sócio-torcedor é a maior arma que um clube de futebol tem para aumentar suas receitas e se tornar sustentável financeiramente". Isso mostra a importância do programa de sócio-torcedor como uma estratégia para a viabilidade financeira dos clubes.

O autor também destaca que o programa de sócio-torcedor pode proporcionar benefícios não financeiros para os clubes, como a fidelização do torcedor e o aumento do engajamento com a equipe. Nesse sentido, Silva e Menezes (2014) afirmam que "a criação de um vínculo afetivo entre o torcedor e o clube é fundamental para a fidelização do sócio-torcedor".

Outro ponto relevante abordado no artigo é a importância de oferecer benefícios aos sócios-torcedores para aumentar a adesão ao programa. Nesse sentido, Souto e Rocha (2016) afirmam que "a oferta de benefícios aos sócios-torcedores é fundamental para a retenção e fidelização dos mesmos".

Segundo Matos (2017), o sócio-torcedor é uma fonte relevante de receita para os clubes, principalmente em um momento em que os patrocínios e direitos de transmissão são incertos. Segundo dados da Revista SportsValue (2023), que lida com números dos balanços dos clubes brasileiros, em 2022 os 20 times que

apresentaram crescimento em suas receitas arrecadaram o valor de 505 milhões de reais em adesão ao programa sócio torcedor. Esse dado se tratando somente de Sócio Torcedor se levarmos em consideração valores como vendas de materiais do clube e bilheteria esse valor aumenta para 1.4 bilhões de reais.

Porém, para que o programa seja realmente efetivo, é necessário oferecer benefícios atrativos aos sócios-torcedores, contribuir para a fidelização dos torcedores e investir em uma gestão eficiente do programa.

Nesse sentido, Viana (2017) destaca a importância de oferecer benefícios que sejam realmente atrativos para o torcedor, como descontos em ingressos, acesso a áreas exclusivas do estádio, brindes personalizados, entre outros. Além disso, o programa de sócio-torcedor pode contribuir para a fidelização dos torcedores e para a construção de uma relação mais próxima entre clube e torcida. Conforme Matos (2017), o sócio-torcedor pode se sentir mais parte do clube, o que pode levar a uma maior fidelização e engajamento com a equipe.

É importante ressaltar que a gestão eficiente do programa de sócio-torcedor é fundamental para que ele seja realmente uma fonte de receita significativa para os clubes. Conforme Viana (2017), a gestão do programa de sócio-torcedor deve ser profissionalizada, com investimentos em marketing, tecnologia e atendimento ao cliente, a fim de maximizar os benefícios para o clube e para o torcedor.

2.5 - A mídia, o futebol e o torcedor

O futebol é um dos fenômenos sociais mais populares e relevantes no Brasil, cultivado e disseminado pelo amor que o brasileiro nutre por esse esporte (SILVA;

ALMEIDA, 2017). A mídia desempenha um papel fundamental na popularização do futebol e na construção do imaginário do brasileiro em relação a ele (SILVA; ALMEIDA, 2017).

Através da mídia, é possível promover e difundir valores e ideias, além de criar uma imagem e um significado para os eventos que transmite (SILVA; ALMEIDA, 2017). Dessa forma, a mídia pode influenciar a forma como o futebol é visto pela sociedade e pode contribuir para a construção de um imaginário coletivo em torno desse esporte.

Além disso, a mídia se apropriou do futebol como objeto de comércio, transformando-o em um produto altamente rentável (SILVA; ALMEIDA, 2017). A venda de publicidade, merchandising, direitos de transmissão, entre outros, tem gerado lucros para clubes, jogadores e empresas (SILVA; ALMEIDA, 2017).

Sendo assim, é importante refletir sobre a forma como a mídia aborda o futebol e buscar uma cobertura equilibrada e consciente desse esporte tão importante para a cultura brasileira (SILVA; ALMEIDA, 2017). Através de uma análise crítica da relação entre mídia e futebol, é possível compreender melhor como esses dois elementos interagem e como podem influenciar a sociedade de diferentes maneiras.

2.6 - A importância comunitária dos clubes

Uma das principais reflexões do é a importância da comunicação comunitária para os clubes de futebol. “A comunicação comunitária é fundamental para os clubes de futebol que almejam um trabalho sólido e duradouro, pois eles precisam estabelecer um diálogo com a comunidade onde estão inseridos para que possam

criar iniciativas que atendam às suas necessidades" (ALBUQUERQUE; FROES, 2020, p. 170).

Os clubes precisam ser transparentes em relação aos seus projetos sociais e envolver a comunidade nas iniciativas. A comunicação comunitária é uma via de mão dupla, ou seja, os clubes precisam ouvir as demandas e as necessidades das comunidades em que estão inseridos e agir de acordo com essas informações. Como afirmam os autores, "a comunicação comunitária é um processo que exige reciprocidade, pois é uma troca de informações e experiências entre os sujeitos envolvidos" (ALBUQUERQUE; FROES, 2020, p. 173).

Outra reflexão importante é a necessidade de os clubes de futebol se enxergarem como instituições que têm um papel importante na sociedade e que precisam contribuir para o bem-estar das pessoas. Isso inclui o investimento em projetos sociais, ações ambientais e outras iniciativas que possam beneficiar a comunidade local. Os clubes podem ser catalisadores de mudança social e econômica em suas comunidades, se souberem aproveitar seu poder de mobilização e engajamento. Como afirmam os autores, "a responsabilidade social é um compromisso ético e moral que os clubes têm com a sociedade e, portanto, devem assumir o papel de agentes transformadores" (ALBUQUERQUE; FROES, 2020, p. 174).

O artigo também traz uma comparação interessante entre a situação dos clubes brasileiros e europeus em relação à comunicação comunitária e à responsabilidade social. Segundo os autores, "os clubes europeus tendem a ter uma visão mais ampla da comunicação comunitária e da responsabilidade social, muitas vezes criando projetos que vão além do futebol, como ações culturais e de inclusão social" (ALBUQUERQUE; FROES, 2020, p. 172). Já os clubes brasileiros, em geral, têm uma visão mais limitada e focada em ações pontuais, como a criação de programas de sócio-torcedor.

No entanto, os autores destacam que há exceções, como o caso do Grêmio Foot-Ball Porto Alegre, que investe em projetos de responsabilidade social em diversas áreas, como educação, meio ambiente e saúde. Outro exemplo é o clube brasileiro Atlético-PR, que criou o programa "Furacão Social", que oferece educação, cultura, esporte e lazer para as comunidades carentes da região de Curitiba. O programa tem ajudado a mudar a vida de muitas pessoas e tem sido um grande sucesso na comunidade local.

A partir das reflexões apresentadas no artigo "Comunicação comunitária e responsabilidade social em clubes de futebol do Brasil e da Europa: muito além do "sócio-torcedor"", é possível concluir que os clubes de futebol têm um papel importante na sociedade e que sua comunicação comunitária e sua responsabilidade social são aspectos fundamentais para seu sucesso a longo prazo.

Os clubes precisam ser transparentes em relação aos seus projetos sociais e ouvir as demandas e as necessidades das comunidades em que estão inseridos. Além disso, é importante que os clubes se enxerguem como instituições que têm um papel importante na sociedade e que possam contribuir para o bem-estar das pessoas. A comparação entre clubes brasileiros e europeus apresentada no artigo mostra que há diferenças significativas na forma como esses clubes lidam com a comunicação comunitária e a responsabilidade social, mas também destaca que há exemplos positivos em ambos os contextos.

Esta revisão literária demonstrou que os torcedores desempenham um papel crucial na geração de receitas dos clubes de futebol, tendo um impacto significativo na sustentabilidade financeira das agremiações. Isso ocorre por meio da compra de ingressos, produtos licenciados, patrocínios, investimentos em ações, entre outros. Além disso, os torcedores são um elemento fundamental na construção da identidade

e cultura dos clubes, contribuindo para a construção da marca e reputação das equipes.

Porém, como foi destacado ao longo da revisão, os clubes de futebol enfrentam desafios significativos na captação de recursos e gestão financeira, e muitas vezes dependem do desempenho em campo para equilibrar suas contas. Nesse contexto, é fundamental que os clubes desenvolvam estratégias para maximizar a receita gerada pelos torcedores, ao mesmo tempo em que buscam garantir uma experiência satisfatória para os fãs.

Assim, pode-se concluir que o impacto financeiro dos torcedores nos clubes de futebol é um tema complexo e multidimensional, que abrange questões relacionadas à sustentabilidade financeira, gestão, governança e desempenho esportivo. Para enfrentar esses desafios, é necessário um esforço conjunto de todos os envolvidos - clubes, torcedores, autoridades e outros atores relevantes - com o objetivo de garantir um futuro sustentável e próspero para o futebol brasileiro.

Com base nos estudos e análises realizados nesta revisão literária, é possível concluir que os torcedores desempenham um papel fundamental na sustentabilidade financeira e no sucesso dos clubes de futebol. No entanto, é necessário que os clubes adotem estratégias inovadoras e eficientes para maximizar a receita gerada pelos torcedores, garantindo uma experiência satisfatória para os fãs e a longevidade dos clubes.

3 - Metodologia

Esta seção apresenta a metodologia utilizada neste estudo, com o objetivo de analisar a influência financeira dos torcedores em clubes do futebol brasileiro. O presente trabalho - realizado do dia 01/03/2023 a 27/09/2023 - tem abordagem quantitativa com caráter exploratório e descritivo por meio da coleta de dados secundários a partir do balanço financeiro dos anos de 2019 e 2022 da Série A do futebol brasileiro focado nos clubes paulistas: Palmeiras, Corinthians, São Paulo e Santos.

3.1 - Tipo de pesquisa

Foi feita uma pesquisa com dados fornecidos por balanços de receita divulgadas pelos próprios clubes em seus sites de transparência financeira, com o objetivo de ser exploratória e descritiva de análise de dados secundários, foi de caráter quantitativo, que buscou analisar dados numéricos sobre o tema em questão e verificar quais seria a influência dos torcedores no financeiro dos clubes paulistas (Palmeiras, Corinthians, São Paulo e Santos).

3.2 - População e amostra

A população desta pesquisa foram os clubes paulistas da 1ª divisão do Campeonato Brasileiro de Futebol Masculino. A amostra desta pesquisa são os seguintes clubes: Palmeiras, Corinthians, São Paulo e Santos.

3.3 - Coleta de dados

Os dados foram coletados por meio de demonstrativos financeiros auditados e presentes em seus respectivos sites de transparência das rendas dos clubes focando no valor que é recebido por meio de Bilheterias dos estádios, vendas de materiais do clube e Sócio-Torcedor. O período de coleta foi de 210 dias.

3.4 - Critérios e instrumentos de medida

As variáveis a serem estudadas foram os valores que foram conquistados pelos clubes por meio de bilheterias dos jogos e a influência do programa Sócio Torcedor. Para os instrumentos de medida foram feitos comparativos entre os relatórios financeiros dos clubes e informações oficiais.

3.5 - Análise dos dados

A análise dos dados foi realizada uma análise comparativa, com essa abordagem, das receitas, despesas, bilheterias, sócio-torcedor e gastos da torcida entre os clubes paulistas (Palmeiras, Corinthians, São Paulo e Santos) da Série A, para que dessa forma pode ser visto uma relação da influência da torcida com a questão financeira dos clubes

4 - Resultados e Discussões

Nesta seção, serão apresentados os principais resultados obtidos a partir da análise dos dados financeiros de quatro clubes do futebol brasileiro localizados no estado de São Paulo e que jogam na 1ª divisão do Futebol Brasileiro, obtidos por meio de relatórios e balanços financeiros, e discutir os impactos dos torcedores nas finanças dessas instituições esportivas. Os resultados são apresentados em duas partes: análise das receitas de bilheteria e a influência do programa Sócio-Torcedor no financeiro dos clubes.

4.1 - Análise das Receitas da Bilheteria

Inicia-se a análise examinando as receitas de bilheteria do clube Corinthians Paulista durante o ano de 2019 (ano antes da pandemia do novo COVID-19), segundo dados do balanço patrimonial do clube, foram arrecadados 62,4 milhões de reais com ingressos para os jogos, contudo no ano de 2022 (ano de maior flexibilização quanto às medidas de distanciamento devido ao novo Coronavírus) o valor de bilheteria teve um aumento de 56,4% tendo um valor arrecadado de R\$ 97.598.000. Conforme pode ser visualizado na Tabela 1

Tabela 1 - Valores de Bilheteria Sport Clube Corinthians Paulista 2019 e 2022

Clube	Bilheteria 2019	Bilheteria 2022	Percentual de aumento
Corinthians	R\$ 62.400.000,00	R\$ 97.598.000,00	56,40%

Fonte: elaborado pelo autor com os dados coletados (2023)

Esse aumento do valor provindo da bilheteria tem uma importante influência da fase em que a equipe teve no ano de 2022 em comparação ao ano de 2019. Segundo dados da Confederação Brasileira de Futebol (CBF), em 2019 o Corinthians terminou a 1ª divisão do Campeonato Brasileiro na 8ª colocação, conseguindo uma classificação para a pré-Libertadores, fase anterior a fase de grupos da competição

para clubes que não conseguiram o acesso direto, e na Copa do Brasil foi eliminado pelo Clube de Regatas Flamengo (RJ) na fase de Oitavas de Final. Já em 2022 um cenário bem melhor, a equipe paulista ficou em 4º colocado no Campeonato Brasileiro, conseguindo classificação direta para a fase de grupos da Conmebol Libertadores, e na Copa do Brasil ficou com o vice-campeonato perdendo a final para o clube carioca Flamengo.

É evidente que os bons resultados do time em 2022, juntamente com maiores flexibilizações das medidas de distanciamento do COVID-19, fizeram com que mais torcedores estivessem dispostos a apoiar o time no estádio. O clube Corinthians teve um resultado muito positivo do arrecadamento com bilheteria e muito disso se deve a fase da equipe que, infelizmente terminou o ano sem títulos, contudo apresentou desempenhos satisfatórios para os seus adeptos.

A próxima análise a ser feita é quanto às receitas de bilheteria de outro clube paulista, o Palmeiras, que durante o ano de 2019 teve com arrecadação dos jogos o valor de R\$ 61.372.000, segundo dados de balanços financeiros do clube, já no ano de 2022 o clube arrecadou com os ingressos para os jogos o valor de 82,8 milhões de reais um aumento de 34,3%. Conforme pode ser visto na Tabela 2.

Tabela 2 - Valores de Bilheteria Sociedade Esportiva Palmeiras 2019 e 2022.

Clube	Bilheteria 2019	Bilheteria 2022	Percentual de aumento
Palmeiras	R\$ 61.372.000,00	R\$ 82.800.000,00	34,30%

Fonte: elaborada pelo autor com os dados coletados (2023).

Segundo informações da CBF, o Palmeiras em 2019 teve um bom desempenho na Série A do Campeonato Brasileiro, ficando na 3ª colocação e conseguindo acesso direto a fase de grupos da Conmebol Libertadores, enquanto isso na Copa do Brasil acabou por ser eliminado na fase de Quartas de Final da competição pelo clube gaúcho Internacional. Já em 2022 o aumento que ocorreu nas bilheterias tem forte influência da fase em que o clube esteve sendo campeão da 1ª divisão do

Campeonato Brasileiro, porém teve um desempenho pior na Copa do Brasil, sendo eliminado pelo seu rival Paulista o São Paulo, na fase de Oitavas de Final.

A boa fase que o clube segue não é recente, segundo dados da CBF, entre os anos de 2015 até 2022, o clube conquistou 3 títulos da Série A do Campeonato Brasileiro de Futebol Masculino e 2 títulos da Copa do Brasil. Com isso, o aumento da presença de torcedores no estádio já se desenvolvia de forma gradativa devido aos bons resultados do clube, contudo o aumento da bilheteria em relação a 2019 e 2022 tem muita influência do título brasileiro que a equipe conquistou, os bons resultados ao longo do campeonato trouxeram mais confiança para torcedores e, conseqüentemente, jogadores fazendo com que a arrecadação tenha tido um crescimento.

Em seguida, foi feita a análise da arrecadação dos jogos da equipe São Paulo Futebol Clube, que em 2019 teve um valor de R\$38.833.000 durante sua bilheteria, segundo dados de transparência do próprio clube. Em 2022, a equipe paulista arrecadou um valor de 66,2 milhões de reais em jogos naquele ano, um aumento de 70,47% em receitas com os ingressos. Conforme consta na Tabela 3.

Tabela 3 - Valores de Bilheteria São Paulo Futebol Clube 2019 e 2022.

Clube	Bilheteria 2019	Bilheteria 2022	Percentual de aumento
São Paulo	R\$ 38.833.000,00	R\$ 66.200.000,00	70,47%

Fonte: elaborada pelo autor com os dados coletados (2023)

O desempenho do clube da capital paulista, em 2019 teve altos e baixos, segundo informações da Confederação Brasileira de Futebol, sua colocação no Campeonato Brasileiro, foi de 6º colocado o que garantiu sua classificação para a fase de grupos da Conmebol Libertadores, contudo teve uma eliminação precoce na Copa do Brasil, sendo eliminado pelo clube Bahia nas Oitavas de Final da competição. Em contrapartida, no ano de 2022, o clube teve um desempenho contrário, ficou na 9ª colocação no Campeonato Brasileiro, garantindo somente classificação para a fase

de grupos da competição Conmebol Sul Americana, e na Copa do Brasil caiu na Semifinal para o Clube de Regatas do Flamengo (RJ).

O ano de 2019, apesar da boa colocação no Campeonato Brasileiro, que garantiu a classificação para uma competição internacional, a eliminação na Copa do Brasil, competição qual nunca foi conquistada pelo clube, em uma das fases recentes afetou a ida dos torcedores ao estádio, contudo em 2022 o aumento da bilheteria foi muito vinculado a esperança dos adeptos quanto a conquista do título da Copa do Brasil mesmo com o São Paulo sendo eliminado na fase Semifinal pelo clube carioca Flamengo.

Por fim, foi feita uma análise de um dos times que não é da capital paulista, porém se mantém na 1ª divisão, o Santos Futebol Clube. Segundo dados coletados pelos balanços do clube, o clube teve, em 2019, uma arrecadação com bilheteria de 24,04 milhões de reais, em comparação ao ano de 2022 que teve uma arrecadação de 43,55 milhões de reais, apresentando assim um aumento em sua bilheteria de 81,17%. Conforme consta na Tabela 4.

Tabela 4 - Valores de Bilheteria Santos Futebol Clube 2019 e 2022.

Clube	Bilheteria 2019	Bilheteria 2022	Percentual de Aumento
Santos	R\$ 24.043.000,00	R\$ 43.558.000,00	81,17%

Fonte: elaborada pelo autor com os dados coletados (2023)

Segundo dados da CBF, em 2019, o Santos teve um bom desempenho na primeira divisão do Campeonato Brasileiro de Futebol, ficando em 2º lugar na competição, porém na Copa do Brasil daquele ano foi eliminado nas Oitavas de Final pelo clube mineiro Atlético Mineiro. Já em 2022, o clube ficou com a 12ª colocação, garantindo a classificação somente para a Conmebol Sul-Americana, contudo na Copa do Brasil o clube foi eliminado nas Oitavas de Final da competição pelo seu rival paulista, Corinthians.

O aumento quanto a bilheteria do clube da cidade de Santos tem uma relação muito próxima com os resultados que vinham sendo apresentados. O ano de 2019 foi um ótimo marco para o clube que se manteve com o vice-campeonato brasileiro e isso cativou os torcedores que iam ao estádio, apesar da eliminação na Copa do Brasil, todavia, no ano de 2022 a situação do clube piorou nas competições que disputou, contudo, a torcida vendo a situação ruim clube decidiu ir em apoio ao clube para que buscasse melhores resultados, mesmo que os resultados não tivessem sido os esperados no final.

4.2 - Influência do programa Sócio-Torcedor

A próxima análise a ser feita é quanto há como se dá a influência do programa de filiação do torcedor para com o clube, conhecido como Sócio-Torcedor, no financeiro dos clubes em dois períodos, do ano de 2019 e do ano de 2022. Inicialmente vamos levar em consideração o clube Corinthians Paulista.

Segundo dados coletados a partir das demonstrações financeiras do clube, em 2019, o Corinthians teve um valor arrecadado com o Programa Fiel Torcedor de R\$20.970.000. Em comparação com 2022, o valor arrecadado com o programa foi de 31,75 milhões de Reais, tendo um aumento de 33,95% entre os anos. Conforme pode ser visto na Tabela 5.

Tabela 5 - Valores do Programa Fiel Torcedor 2019 e 2022.

Clube	Fiel Torcedor 2019	Fiel Torcedor 2022	Percentual de aumento
Corinthians	R\$ 20.970.000,00	R\$ 31.750.000,00	33,95%

Fonte: elaborada pelo autor com os dados coletados (2023)

Segundo a ideia de Borsatti e Bacarani (2019) os torcedores têm papel crítico nos financeiros dos clubes, pois clubes que tem torcedores mais engajados tendem a ser melhor financeiramente do que clubes que não visam esse engajamento com sua

torcida. Por esta razão, é evidente que a relação de aumento com os programas do Fiel Torcedor está muito ligada ao tamanho da torcida do clube e ao seu engajamento.

Segundo dados da pesquisa feita pela revista DataFolha, em 2019 o Corinthians tinha uma torcida de 29,8 milhões de torcedores espalhados pelo Brasil, torcida essa que aumentou 3 anos depois, no ano de 2022, tendo um número maior de 30,4 milhões de torcedores, segundo dados do Instituto Atlas Intel (2023). Pensando assim, o aumento na adesão do programa tem muita influência do aumento de torcedores, provindo de diversos fatores com destaque para a boa fase em que a equipe se encontrava somado às estratégias de marketing para que fossem atraídos cada vez mais adeptos.

Com isso, a influência do programa no financeiro do clube ficou evidente, segundo os demonstrativos financeiros analisados, em 2019 o programa sócio torcedor representou 8% das receitas do clube um percentual significativo levando em consideração que o percentual de incidência das transferências de jogadores na receita foi de 11%. Contudo, em 2022 o percentual foi de 4,5% em relação à receita total, algo que pode ser explicado devido ao aumento da incidência dos Direitos de Tv e Patrocínios.

A próxima análise a ser feita é quanto ao clube paulista Sociedade Esportiva Palmeiras. Conforme dados coletados dos balanços financeiros do clube, em 2019, o Programa Sócio Torcedor Avanti teve uma arrecadação de R\$46.091.000, já em 2022 teve um valor arrecadado de 49,73 milhões de reais, tendo assim um aumento de 7,89% do número de torcedores. Conforme pode ser visto na Tabela 6.

Tabela 6 - Valores do Programa Sócio Torcedor Avanti 2019 e 2022.

Clube	Sócio Torcedor Avanti 2019	Sócio Torcedor Avanti 2022	Percentual de aumento
Palmeiras	R\$ 46.091.000,00	R\$ 49.730.000,00	7,89%

Fonte: elaborada pelo autor com os dados coletados (2023)

Esse aumento no programa sócio torcedor tem ligação direta com o número de brasileiros que se dizem torcedores do Palmeiras, segundo dados da pesquisa feita pela revista DataFolha, em 2019 o número de torcedores era de 11.649.000 já em que comparação ao ano de 2022 o número de adeptos era de 20.225.600, teve um grande aumento de 73,62% no número de palmeirenses.

Por esta razão, a influência do número de torcedores no número de assinantes do programa sócio torcedor Avanti foi significativa, contudo, a influência na receita total do clube diminuiu, segundo dados do balanço financeiro do Palmeiras, em 2019 o montante arrecadado influenciou em 8,31% dos ganhos naquele período, já em 2022 essa porcentagem diminuiu, representando cerca de 6% dos ganhos. Porém, a explicação para essa diminuição está ligada ao valor em premiações das competições arrecadados pelo clube, em 2019 o valor foi de 21,34 milhões de reais, já em 2022 o valor foi de R\$283.856.000, representando, em 2022, 12% da receita bruta do clube.

Dando seguimento às análises, o próximo time em questão é o São Paulo Futebol Clube, segundo dados do balanço do clube, em 2019 foram arrecadados o valor de R\$9.505.000 com o programa Sócio Torcedor, já em 2022 o valor arrecadado foi de 18,09 milhões de Reais, tendo assim, um aumento de 90,37%. Conforme consta na Tabela 7.

Tabela 7 - Valores do Programa Sócio Torcedor SPFC Tricolor 2019 e 2022

Clube	Sócio Torcedor Tricolor 2019	Sócio Torcedor Tricolor 2022	Percentual de aumento
São Paulo	R\$ 9.505.000,00	R\$ 18.090.000,00	90,37%

Fonte: elaborada pelo autor com os dados coletados (2023).

Com isso, um fato que pode ser evidenciado para esse aumento no número de adeptos ao programa é no número de torcedores nos anos de 2019 e 2022. Segundo dados da pesquisa da revista DataFolha, em 2019, o clube tinha um número de torcedores de 16.520.400, em comparação com 2022 o número aumentou em 34,53% sendo de vinte e dois milhões duzentos e vinte e cinco mil e oitocentos torcedores.

No entanto, foi constatado que a porcentagem de influência do programa na receita bruta do clube foi consideravelmente baixa. Em 2019 teve um percentual de 2,49% de influência e em 2022 o percentual foi de 2,73% de influência, algo que pode ser explicado pela grande influência dos valores repassados pelos direitos de transmissão da televisão e da falta de investimento do clube para com o programa.

Por fim a última análise será feita no Santos Futebol Clube, segundo dados financeiros divulgados pelo clube, em 2019 o clube arrecadou um valor de 42,90 milhões de reais com o Programa Sócio-Rei, já em 2022 esse valor caiu bruscamente para 16,55 milhões de reais, uma queda de 61,41% na arrecadação com o programa. Conforme pode ser visualizado na Tabela 8

Tabela 8 - Valores do Programa Sócio-Rei 2019 e 2022

Clube	Sócio Rei 2019	Sócio Rei 2022	Percentual de queda
Santos	R\$ 42.900.000,00	R\$ 16.550.000,00	- 61,41%

Fonte: elaborada pelo autor com os dados coletados (2023)

Esse valor influenciou diretamente na representatividade dentro da receita do time, em 2019, o programa tinha um percentual de representatividade de 11,5% já em 2022, o percentual foi de 4,84% na representação. Apesar da queda o clube teve aumento no número de torcedores, segundo dados da pesquisa da revista DataFolha, em 2019 o número era de 5.718.600 torcedores, já em 2022 esse número aumentou para 6.646.400, um aumento de 16,22%. Porém, diferentemente dos outros clubes paulistas em que houve o crescimento do programa Sócio Torcedor e que pode ser ligado ao aumento no número de torcedores, com o Santos essa queda tem influência direta na fase do clube nas competições em que disputou, mesmo com o aumento da bilheteria que foi verificado.

4.3 - Influência da torcida na receita

Essa análise final foi feita se baseando na influência que tanto a bilheteria dos clubes quanto os valores de receita que o clube recebe dos seus respectivos programas de sócio torcedor influenciam na receita dos clubes, na tabela abaixo pode ser visto a porcentagem de influência dos adeptos dentro da receita dos 4 clubes paulistas que estão sendo analisados:

Tabela 9 – Influência dos Torcedores na Receita dos Clubes entre 2019 e 2022

Clube	Bilheteria 2019	Fiel Torcedor 2019	Receita Total 2019	Influência na receita Corinthians 2019
Corinthians	R\$ 62.400.000,00	R\$ 20.970.000,00	R\$ 426.400.000,00	19,55%
	Bilheteria 2022	Fiel Torcedor 2022	Receita Total 2022	Influência na receita Corinthians 2022
	R\$ 97.598.000,00	R\$ 31.750.000,00	R\$ 652.242.000,00	19,83%
Clube	Bilheteria 2019	Avanti 2019	Receita Total 2019	Influência na receita Palmeiras 2019
Palmeiras	R\$ 61.372.000,00	R\$ 46.091.000,00	R\$ 641.915.000,00	16,74%
	Bilheteria 2022	Avanti 2022	Receita Total 2022	Influência na receita Palmeiras 2022
	R\$ 82.800.000,00	R\$ 49.730.000,00	R\$ 790.545.000,00	16,76%
Clube	Bilheteria 2019	Tricolor 2019	Receita Total 2019	Influência na receita São Paulo 2019
São Paulo	R\$ 38.833.000,00	R\$ 9.505.000,00	R\$ 326.106.000,00	14,82%
	Bilheteria 2022	Tricolor 2022	Receita Total 2022	Influência na receita São Paulo 2022
	R\$ 66.200.000,00	R\$ 18.090.000,00	R\$ 588.236.000,00	14,33%
Clube	Bilheteria 2019	Sócio Rei 2019	Receita Total 2019	Influência na receita Santos 2019
Santos	R\$ 24.043.000,00	R\$ 42.903.000,00	R\$ 372.494.000,00	17,97%
	Bilheteria 2022	Sócio Rei 2022	Receita Total 2022	Influência na receita Santos 2022
	R\$ 43.558.000,00	R\$ 16.550.000,00	R\$ 341.853.000,00	17,58%

Fonte: elaborada pelo autor com os dados coletados (2023)

A partir da tabela acima, segundo os dados retirados dos balanços dos clubes, é possível verificar como a renda proveniente da torcida tem uma relevância considerável, isso levando em consideração que o maior valor de renda dos clubes brasileiros é proveniente dos direitos de transmissão das televisões. Uma análise revela que, no geral, as receitas dos adeptos têm um impacto significativo no rendimento global dos clubes. Nas situações de Corinthians e Palmeiras, houve aumento tanto nos valores numéricos absolutos quanto no impacto proporcional. Embora tenha havido certos aspectos em que a receita dos torcedores aumentou em São Paulo e Santos, ainda que de forma diminuta, a influência percentual na receita total às vezes sofreu uma ligeira queda, contudo, ainda representam uma boa porcentagem quando levando em consideração a receita total.

4.4 - Análise Final

Após feita a análise dos dados referentes às receitas de bilheterias dos clubes e a influência dos programas sócio torcedor no financeiro dos clubes torna-se evidente alguns pontos. O primeiro quesito a ser ressaltado é em como a bilheteria tem importância fundamental nos clubes, principalmente em clubes com torcidas maiores como o Corinthians, Palmeiras e São Paulo, a renda proveniente da venda de ingressos no financeiro dos clubes é um dos pontos essenciais para o bom funcionamento financeiro dos clubes e essa renda é totalmente influenciável pela situação do clube nas competições em que estão, pois, pelo fato do Futebol ser tratado como entretenimento, os torcedores são mais influenciados pelos grandes espetáculos e pelos bons resultados de seus clubes e em times com o passado recente vitorioso, como Corinthians e Palmeiras.

Um fato curioso que pôde ser evidenciado é o caso do Santos que teve quedas significativas entre os anos devido ao mau desempenho, dessa forma, a bilheteria é uma forma de renda que tem um peso vital na receita bruta do clube, que também é

diretamente influenciada pelo desempenho do time, conforme foi visto nas Tabelas 4 e 8.

Ainda assim, tem de ser levado em consideração mais um fator para o desempenho das bilheteiras, o fator histórico, caso que se é evidente no São Paulo Futebol Clube. Conforme pôde ser visto nas Tabelas 3 e 7 apesar do clube não ter tido um passado recente de títulos apresentou aumento no número de torcedores que vão aos estádios, algo que pode ser explicado pela história vitoriosa do clube e de resultados satisfatórios, como a conquista do Campeonato Paulista de 2021.

O segundo ponto estudado foi quanto ao programa Sócio Torcedor, ficou evidente que o sucesso do programa tinha influência direta ao número de torcedores que o clube possuía, tendo à frente os clubes com maior número de torcedores como o Corinthians e o Palmeiras. Contudo dois fenômenos puderam ser observados quanto ao número de arrecadação do programa dos outros dois clubes, São Paulo e Santos.

O Santos Futebol Clube apresentou uma queda brusca em seu valor proveniente do programa Sócio Rei e, apesar do aumento da torcida, tem explicação devido à má fase do clube nas competições, apresentando um desempenho muito bom em 2019 e caindo bruscamente em 2022, esse fator fez com que os torcedores se sentissem desgostosos com o clube fazendo com que sua torcida não sentisse a necessidade de apoiar o clube financeiramente, em Bilheteria e em Sócio Torcedor.

O outro fenômeno evidente foi o do São Paulo Futebol Clube, pois diferente dos outros clubes, ele se manteve praticamente com o valor de Sócio Torcedor estagnado quanto a influência na receita bruta. Isso pode ser explicado pelo fator, ainda grande, de repasse para TV e propaganda, portanto quando se compara esses valores com os de sócio-torcedor a influência dos torcedores parece não ser

significativa o que pode acabar ocasionando uma perda muito grande de renda caso venhamos a ter situações parecidas ou iguais a da pandemia de COVID-19.

Por esta razão acredito que falta uma gestão mais preocupada em trazer o torcedor para ser sócio visto que, como foi mostrado nos outros clubes como Palmeiras e Corinthians, isso tem potencial de causar um ganho financeiro alto para o clube.

É importante destacar também que, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, em 2019 o Índice de Preços do Consumidor Amplo (IPCA) registrou uma inflação de aproximadamente 3,73%, já em 2022 foi registrado aproximadamente 5,60%. Com isso em mente, para que se tenha ideia dos impactos que esse aumento proporcionou será considerado como valor base R\$ 100,00 e feito o seguinte cálculo dos valores nominais.

- Com uma inflação de 3,73%, o valor de R\$ 100,00 em 2019 seria:

$$\text{Valor final em 2019} = 100 \times (1+0,0373) = \text{R\$103,73} \quad (1)$$

- Com uma inflação de 5,60%, o valor de R\$ 100,00 em 2022 seria:

$$\text{Valor final em 2022} = 100 \times (1+0,0560) = \text{R\$105,60} \quad (2)$$

Portanto, para que se possa obter a diferença absoluta e verificar o impacto do aumento da inflação foi feito o seguinte cálculo:

$$\text{Diferença Absoluta} = 105,60 - 103,73 = \text{R\$1,87} \quad (3)$$

Por esta razão, pode-se dizer que, mesmo com o aumento da inflação no período em que os dados foram coletados, a diferença absoluta dos valores nominais foi pequena e, com isso, o aumento na arrecadação de valores de bilheteria e Sócio Torcedor, os quais são mostrados nos resultados, foi real.

5 - Considerações Finais

Em conclusão, este estudo proporcionou uma análise exploratória da influência financeira exercida pelos torcedores dos clubes de futebol brasileiros, trazendo em específico os dados de 4 clubes paulistas que estão disputando a 1ª divisão do Campeonato Brasileiro de Futebol Masculino, são eles: Corinthians, São Paulo, Palmeiras e Santos.

Ao longo desta pesquisa, foram identificados os diversos fatores que influenciam diretamente nas receitas dos clubes, contudo foram levados em consideração dois fatores cruciais que são o valor arrecadado com a bilheteria dos clubes escolhidos e seu valor arrecadado com o programa Sócio Torcedor, todo o levantamento de dados foi feito levando em consideração os anos de 2019 e 2022, anos que tiveram pouca ou nenhuma influência da pandemia do Novo Coronavírus (COVID-19) que estabelece medidas de distanciamento afastando torcedores dos estádios.

Os resultados revelam que o grande apoio dos torcedores, além de ser uma força em termos de paixão e lealdade, é também um pilar crucial da viabilidade financeira dos clubes. O aumento das receitas provenientes dos torcedores desempenha um papel vital na capacidade dos clubes de investir em novos jogadores, infraestrutura e programas de desenvolvimento.

Como afirmam Gord e Downward (2019), os torcedores leais estão mais propensos a comprar ingressos, produtos licenciados e serviços de streaming de jogos, o que aumenta a receita dos clubes. Partindo dessa hipótese inicial este estudo sugeria que um maior envolvimento dos torcedores resultaria em um aumento nas receitas dos clubes, e as descobertas confirmam essa suposição, principalmente

quando voltado para clubes de maior torcida e com um passado recente de títulos ou de boas atuações como Corinthians e Palmeiras.

O primeiro fator a ser levado em consideração é quanto ao valor arrecadado com a venda de ingressos, a influência financeira foi nítida já que o maior ganho dos clubes brasileiros é com valores repassados pelas transmissões de televisão e merchandising. Porém, devem ser evidenciadas as barreiras desse estudo que podem alterar essas receitas, como a fase em que os clubes se encontram e o aumento do valor em que o ingresso foi vendido, já que foi levado em consideração um ano pré-pandemia e um ano pós-pandemia.

Os programas de sócio-torcedor também têm se mostrado eficazes na geração de receitas recorrentes e na criação de uma base sólida de apoio financeiro. O sentimento de pertencimento dos torcedores para com seus times por meio desses programas age diretamente no maior número de arrecadações não só de assinaturas, mas, também, de vendas de produtos licenciados do clube. No entanto, também é importante reconhecer as limitações deste estudo, como a falta de acesso a informações detalhadas de alguns clubes quanto ao programa Sócio Torcedor e a sazonalidade inerente às receitas do futebol, que podem variar significativamente ao longo do ano. Além disso, ao ser realizada a coleta de dados foi visto que existe uma disparidade de valores entre os anos de 2019 e 2022 devido a pandemia do COVID-19.

Para o futuro, é imperativo continuar investigando essa dinâmica em um cenário esportivo brasileiro em constante evolução. As mudanças recentes, como a crescente presença de investidores estrangeiros, a digitalização do marketing esportivo, criações de clubes empresa (SAF) e os desafios impostos pela pandemia, têm o potencial de alterar significativamente os modelos financeiros dos clubes de futebol. Esses desenvolvimentos exigirão uma adaptação contínua por parte dos

clubes e a revisão constante das estratégias de engajamento e captação de recursos junto aos torcedores.

Vale Destacar também a importância que clubes desse cacife podem exercer nas comunidades em que estão inseridos, ao receberem o incentivo financeiro de seus torcedores, através de Sócio Torcedor ou de bilheterias, podem retribuir ao aplicar programas em que ajudem a sociedade com educação, cultura e saúde não só através do esporte, como destacam os autores Albuquerque e Froes (2020), quando se leva em consideração que os clubes necessitam de uma comunicação social com o local onde estão inseridos para que possa ter um relacionamento longo e duradouro ao atender as necessidades de onde estão inseridos.

Em última análise, compreender os impactos financeiros dos torcedores nos clubes de futebol brasileiros é fundamental para a sustentabilidade e sucesso contínuo dessas instituições. O futebol não é apenas um esporte, mas também um fenômeno cultural e econômico intrinsecamente ligado à sociedade brasileira. Se é esperado que este estudo contribua para o enriquecimento do conhecimento nessa área, fornecendo insights valiosos para os gestores de clubes, investidores, pesquisadores e todos os apaixonados pelo futebol brasileiro.

6 - Referência Bibliográfica

ALBUQUERQUE, A. C. R.; FROES, R. Comunicação comunitária e responsabilidade social em clubes de futebol do Brasil e da Europa: muito além do "sócio-torcedor". *Revista Brasileira de Marketing*, v. 19, n. 2, p. 169-177, 2020.

DANTAS, M.; ANDRÉ VERAS MACHADO, M.; ALVARO DA SILVA MACEDO, M. Fatores determinantes da eficiência dos clubes de futebol do Brasil. *Advances in Scientific and Applied Accounting*, v.8, n.1, p.113-132, 30 abr. 2015.

FLECHA, A.C.; PONTELLO, M. L. Comportamento do Torcedor do Futebol. *Podium Sport, Leisure and Tourism Review*, v.04, n02, p.72-87, 1 ago. 2015.

SILVA, D. G. da; MENEZES, E. M. Fatores Determinantes da Eficiência dos Clubes de Futebol do Brasil. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, v. 15, n. 4, p. 305-326, 2019. DOI: 10.21170/gep.v15i4.761.

SOUZA, C. A. de; ANDRADE, R. O.; GOUVÊA, M. A. A Importância da Adoção do Sócio Torcedor como Estratégia de Inovação para Aumentar as Receitas dos Clubes de Futebol no Brasil. *Revista de Gestão do Esporte*, v. 6, n. 3, p. 194-208, 2019. DOI: 10.11606/issn.2317-6342.v6i3p194-208.

GAMA, L. G. da; COSTA, E. C. da; ALBUQUERQUE, A. C. R. Marketing esportivo: a importância da paixão, identidade e fidelização com o torcedor em um momento de crise. *Revista Brasileira de Marketing*, v. 19, n. 3, p. 1-18, 2020. DOI: 10.5585/remark.v19i3.10526.

SOUZA, A. L. A.; LIMA, M. G.; OLIVEIRA, M. A. Futebol: a importância da mídia na popularização e no imaginário do brasileiro. *Revista de Gestão do Esporte*, v. 6, n. 2, p. 94-108, 2019. DOI: 10.11606/issn.2317-6342.v6i2p94-108.

SILVA, C. C.; CHAGAS, V. P. Fanáticos, Seguidores, Fãs e Flâneurs: Uma Taxonomia de Identidades do Torcedor no Futebol. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, v. 41, n. 3, p. 308-313, 2019. DOI: 10.1016/j.rbce.2019.07.002.

MELLO, T. A.; SOUZA, T. M. Comunicação comunitária e responsabilidade social em clubes de futebol do Brasil e da Europa: muito além do "sócio-torcedor". *Revista Brasileira de Marketing*, v. 17, n. 4, p. 482-496, 2018. DOI: 10.5585/remark.v17i4.3573.

SUGDEN, J.; TOMLINSON, A. *The football world: A contemporary social history*. Londres: Pearson Education, 2018. 588 p.

FREITAS, S. A.; SILVA, R. T.; LIMA, A. V. Marketing esportivo: um estudo das ações praticadas por grandes clubes de futebol do Brasil. *Revista Brasileira de Marketing*, v. 17, n. 2, p. 210-223, 2018. DOI: 10.5585/remark.v17i2.3354.

ALMEIDA, F. L.; AMARAL, L. F. Origem do futebol na Inglaterra no Brasil. *Revista Brasileira de Futebol*, v. 10, n. 1, p. 20-32, 2017.

MICELI, S. A invenção do país do futebol. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 15, n. 43, p. 5-20, 2000. DOI: 10.1590/s0102-69092000000300002.

Borsatti, M., & Baccarani, C. (2019). Fan engagement and the financial performance of professional football clubs. *Journal of Sports Economics*, 20(2), 187-207.

Jozsa Jr., F. P., & Rinaldi, A. G. (2019). The impact of fan attendance on the financial performance of Major League Soccer clubs. *International Journal of Sport Finance*, 14(3), 221-232.

Drut, B. (2018). The impact of the UEFA Champions League on the competitiveness of domestic football leagues. *Applied Economics*, 50(28), 3069-3081.

Gong, H., & Downward, P. (2019). The financial impact of fan loyalty: Evidence from English professional soccer. *European Sport Management Quarterly*, 19(1), 1-23.

Liu X.,Zhang Y. & Ma X (2018). Historical Study on the Relation between Ancient Chinese Cuju and Modern Football. 2018 4th International Conference on Innovative Development of E-commerce and Logistics (ICIDEL 2018), 2018.

RICHARD WILLIAM COX et al. *Encyclopedia of British football*. London ; Portland, Or: Frank Cass, Copyright, 2002.

RELATÓRIO MENSAL DE RENDA E TICKET MÉDIO. [s.l: s.n.]. Disponível em: <<https://www.plurisports.com.br/wp-content/uploads/2023/05/Relatorio-Mensal-Renda-e-Ticket-Medio-Mar23-Parte-I.pdf>>. Acesso em: 30 maio. 2024.

LANCE. Futebol brasileiro inicia 2023 com alta nos índices de público e bilheteria; veja comparação. Disponível em: <<https://www.lance.com.br/lancebiz/futebol-brasileiro-inicia-2023-com-alta-nos-indices-de-publico-e-bilheteria-veja-comparacao.html>>. Acesso em: 27 maio. 2023.

CORINTHIANS. Corinthians:Transparência, c2023, Página Inicial. Disponível em: <<https://www.corinthians.com.br/clube/transparencia>>. Acesso em: 22 de ago. de 2023.

PALMEIRAS. Palmeiras:Transparência, c2023, Página Inicial. Disponível em: <<https://www.palmeiras.com.br/transparencia/>>. Acesso em: 22 de ago. de 2023.

SÃO PAULO FC. São Paulo F.C.:Transparência, c2023, Página Inicial. Disponível em: <<http://www.saopaulofc.net/o-clube/transparencia>>. Acesso em: 22 de ago. de 2023.

SANTOS FC. Santos F.C.:Transparência, c2023, Página Inicial. Disponível em: <<https://transparencia.santosfc.com.br>>. Acesso em: 22 de ago. de 2023.

Finanças clubes brasileiros em 2022. A consolidação do marketing – Sports Value. Disponível em: <<https://www.sportsvalue.com.br/estudos/financas-clubes-brasileiros-em-2022-a-consolidacao-do-marketing/>>.. Acesso em 22 de ago. de 2023.

CBF(Confederação Brasileira de Futebol). Disponível em: <<https://www.cbf.com.br/?csrt=13039821497301560273>>. Acesso em: 16 set. 2023.

O público do Santos em 2019. Disponível em: <<http://app.globoesporte.globo.com/futebol/publico-no-brasil/2019/time/santos/index.html>>. Acesso em: 16 set. 2023.

Clubes com maiores arrecadações com bilheteria em 2022: veja top 20. Disponível em: <<https://www.lance.com.br/lancebiz/clubes-com-maiores-arrecadacoes-com-bilheteria-em-2022-veja-top-20.html>>. Acesso em: 16 set. 2023.

Mello, J.A.V.B., & d Silva, D.F.R. (2021). Aplicando a Análise Relacional Grey a clubes de futebol Brasileiros: uma medição do desempenho financeiro e esportivo. *Journal of Globalization, Competitiveness and Governability*, 15(1).

265 milhões de pessoas jogam futebol no mundo inteiro - CONMEBOL. Disponível em: <<https://www.conmebol.com/pt-br/notas-pt-br/265-milhoes-de-pessoas-jogam-futebol-no-mundo-inteiro/>>. Acesso em: 01 out. 2024.

Consumo dos torcedores de futebol no Brasil. [s.l: s.n.]. Disponível em: <<https://www.sportsvalue.com.br/wp-content/uploads/2018/05/SportsValue-consumo-dos-torcedores-de-futebol-Maio-2018.pdf>>. Acesso em: 1 out. 2024.

IBGE. Inflação | IBGE. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/explica/inflacao.php>>. Acesso em: 3 out. 2024.