



## Na indústria do esporte, torcedor deve ser tratado como cliente

As atuais mudanças na Lei Pelé (9.615/98) aprovadas em Brasília podem ser consideradas uma vitória do mercado do futebol, já que os clubes poderão modificar a relação com seus atletas de 14 a 16 anos. As entidades receberão um valor que assegura compensação financeira pela formação dos atletas oriundos das categorias de base, bem como o direito de assinar o primeiro contrato profissional com seus jogadores aos 16 anos.

A Lei Pelé, aprovada há 12 anos, definiu as bases para a gestão dos clubes e federações no esporte profissional brasileiro, especialmente dos clubes de futebol. Somente em 2003, com o Estatuto do Torcedor (10.671/03) e a Lei de Moralização do Futebol (10.672/03), o País definitivamente aprovou uma regulamentação corporativa para este mercado. Melhorias como a adequação do torcedor ao Código de Defesa do Consumidor e a regulação na gestão dos clubes trazida pela Lei de Moralização foram importantes para a evolução da gestão das entidades.

Com a recente aprovação do direito ao clube formador, uma evolução da Lei Pelé, percebe-se que é possível aprimorar a legislação que diretamente interfere na gestão dos clubes brasileiros. Temos muitas falhas na execução do Estatuto do Torcedor e também na Lei que regulamenta a administração das entidades, bem como na questão da publicação de balanços auditados, como determina o artigo 46-A da Lei 10.672/03. Infelizmente, muitos clubes profissionais das mais variadas modalidades não publicam seus balanços, estando em desacordo com a legislação vigente e seus dirigentes passíveis de punição.

O mercado esportivo brasileiro deve aprimorar sua legislação e especialmente a aplicação do que dizem as Leis, a fim de gerar valor para a *Indústria Esporte*, com o torcedor sendo tratado verdadeiramente como cliente. Uma garantia de transparência e credibilidade perante o mercado, o que resultará no fortalecimento do esporte como produto de marketing.

O futebol nacional foi extremamente beneficiado pela regulação do mercado, que inclui ainda a manutenção da fórmula de disputa do Campeonato Brasileiro e respeito ao regulamento da competição. Isto pode ser verificado pelas receitas geradas entre 2003 e 2008 pelos clubes de futebol do Brasil. A Crowe Horwath RCS publicou em 2009 uma análise inédita sobre as receitas geradas pelo mercado brasileiro de clubes de futebol, que passou de R\$ 805 milhões em 2003 para R\$ 1,7 bilhão em 2009 – evolução de 115%.



As principais receitas dos clubes brasileiros evoluíram muito nos últimos seis anos e os recursos gerados com clube social, patrocínio/publicidade e bilheteria cresceram em importância. Em 2003, essas três fontes de receitas geraram R\$ 214 milhões para os clubes brasileiros, valor que representava 27% do total gerado pelo mercado. Em 2008, as três fontes foram responsáveis por R\$ 630 milhões em recursos, saltando para 36% do total. As receitas com direitos de TV e transferências de atletas permanecem como as mais importantes e também cresceram, mas abaixo das outras três fontes. Os recursos com maior potencial de crescimento são os que se converterão em exploração de estádios, como bilheteria, outros serviços nos jogos e atividades em dias que não há partidas e marketing — que, além de patrocínio e publicidade, englobam licenciamento da marca e uma infinidade de ações mercadológicas por meio de parceiros ou diretamente com o torcedor.

Pelos altos valores movimentados pelo futebol no Brasil e pelo potencial de crescimento com a Copa de 2014, é essencial que outros assuntos sejam incluídos na Lei Pelé. O mais importante de todos é a regulação doméstica e internacional para a atividade de agente/procurador de jogadores de futebol profissional. Segundo dados da CBF, entre 1994 e 2009 foram transferidos para o Exterior 11.336 jogadores — 59% deste total só entre 2003 e 2009.

Outros temas importantes são as melhorias no Estatuto do Torcedor e a crescente visão profissional dos clubes, cada vez mais conscientes de que a prosperidade do negócio deve caminhar na mesma proporção da qualidade dos serviços para o torcedor, especialmente nos estádios. A Copa de 2014 trará um componente adicional para a legislação do Brasil, tanto pela regulamentação própria exigida pela FIFA, como por mudanças que o mercado pode ganhar.

O futebol brasileiro poderá evoluir muito na gestão de seus clubes nos próximos anos, o que demandará uma maior regulação de temas estratégicos para o mercado e um crescimento mais equilibrado das finanças dos clubes brasileiros. A Copa de 2014 pode trazer um legado legislativo para esse necessário crescimento sustentado.

**Date Created**

10/03/2010