

Relatório ARENAPLAN – 25/04/2013

Os novos estádios do Brasil após a copa

Consultoria Tecnológica e Financeira de Arenas Esportivas

<http://www.arenaplan.com.br>

São Paulo-SP

Email: contato@arenaplan.com.br

Twitter: [@arenaplan](https://twitter.com/arenaplan)

Facebook: <http://www.facebook.com/arenaplanconsultoria>



Márdel Cardoso

Diretor da ArenaPlan Consultoria

Especialista em Marketing Esportivo/Viabilidade Econômica de Arenas/Gestão de Projetos de Tecnologia/Gerente de Projetos

Twitter: [@mardelcardoso](https://twitter.com/mardelcardoso)

Email: mardel@arenaplan.com.br

Pesquisa Sobre os Novos Estádios do Brasil Após a Copa

Clube	Capacidade Sugerida (Assentos)
 Flamengo	50 mil
 Atlético-MG	45 mil
 Sport-PE	35 mil
 Fluminense	30 mil
 Ceará	25 mil
 Santos	25 mil
 Goiás	25 mil
 Figueirense	25 mil
Reformar ou Construir ?	
 Vasco	30 mil

Este relatório tenta mostrar ao mercado uma visão do que poderá acontecer a curto, médio e longo prazo no Brasil. Nós tentamos criar um cenário positivo para alguns **clubes de futebol profissional que ainda não fecharam contratos de exclusividade com as novas e modernas arenas esportivas e suas operadoras**. O objetivo aqui foi mensurar qual o tamanho de estádio ideal para cada um destes clubes, caso eles optem por construir suas próprias arenas. Neste caso tentamos mensurar o número de assentos, o número de camarotes ideal e o seu retorno financeiro, a estimativa possível de faturamento com eventos e um cenário possível para venda de *Naming Rights* apoiando-se nos números que temos hoje.

Este relatório tenta analisar de forma fria algumas oportunidades no mercado para os clubes de futebol profissional, investidores e construtoras sob a premissa de que pode ser interessante para o clube possuir sua arena esportiva própria. Um estádio próprio pode, dependendo do contrato com os parceiros, trazer um retorno financeiro

mais vantajoso, se este contrato oferecer uma comissão sobre os camarotes, eventos ou *Naming Rights*.

Um estádio próprio pode ajudar a criar um ambiente positivo e profissional no clube e mobilizar toda mídia a seu favor, criando uma visão profissional de futuro, o que acabará atraindo grandes operadoras, parceiros e até mesmo colocar o clube em um novo patamar no cenário esportivo atual. Claro que tudo isso deveria ser feito com um projeto sólido a nível de custo benefício e com um estudo de viabilidade (plano de negócios) prévio de preferência com estudo de 12 a 20 anos de fluxo de caixa.

Não procuramos os clubes que foram citados aqui. Estudamos sua média de público atual e histórica, nos últimos 20 a 40 anos, com dados do campeonato brasileiro da Série A, B e até Copa do Brasil cruzando informações com a renda de sua torcida de forma a buscar alternativas que sejam viáveis para que o clube passe a obter, a médio prazo, um alto volume de receitas. Este estudo não dispensa um estudo de viabilidade, obrigatório para qualquer projeto deste nível.

Nosso relatório vai sugerir 3 critérios de receitas:

1) **Quantidade de assentos:** Baseando-se em técnicas e estratégias de construção com o melhor custo benefício aplicada no mercado e sob a premissa que não adianta ter um estádio grande e caro com um alto índice de espaços vazios. Se a cidade já possui uma arena de maior porte na cidade, o clube pode utilizá-la se precisar fazer um jogo com grande volume de público. A possibilidade de receber um público enorme para uma final de campeonato não compensa o investimento em um estádio gigantesco, devido aos custos de operação. Se há uma demanda e aumento na média de público é bom possuir uma pequena capacidade de expansão. Um estádio tem que ser visualizado com prazo de usabilidade de 30 anos. Acima disso é melhor reavaliar o projeto e, se for o caso, construir uma nova arena com as devidas expansões ou novas dimensões. Este tipo de ação é comum nos EUA, e será comum no Brasil no futuro, quando aprendermos a valorizar mais o índice de receitas do que tamanho de estádio.

2) **Camarotes:** Baseando-se no perfil de renda da sua torcida, valor de camarotes cobrados na região e no país e, também no tamanho do estádio vamos tentar sugerir a quantidade ideal e custo por pessoa. Um dos pilares de faturamento de uma arena multiuso moderna é a quantidade de camarotes. É importante explorar ao máximo este tipo de receita, desde que parte da torcida e empresas da região sejam capazes de pagá-los.

3) **Naming Rights** : Baseando-se no perfil da torcida, valor da marca do clube, visibilidade atual na região ou país, estimativas de sucesso no futuro vamos sugerir um valor inicial para início de negociação com possíveis patrocinadores.

4) **Custo da Construção:** Nosso modelo de construção ideal será baseado em alguns estádios europeus e brasileiros que hoje tem objetivo sucesso em matéria de custo benefício. Baseando-se em estudos já conhecidos podemos dizer que os custos dos estádios aumentam de forma exponencial com a quantidade de assentos. Seguindo critérios arquitetônicos e de construção civil Podemos dizer que um estádio de 40 mil lugares não custa duas vezes um

estádio de 20 mil lugares. Em geral o aumento de custo é exponencial. Por isso é preciso ter muito cuidado ao pensar em estádios grandes. É muito mais econômico trabalhar com números menores, se a média de público histórica tem sido baixa. O assento da última fila de um estádio de 80 mil lugares chega a custar muitas vezes mais que um assento da primeira fila em um estádio de 20 mil lugares.

Observações Importantes

Receitas

Este relatório sugere apenas receitas com camarotes, *Naming Rights* e eventos. **NÃO ENTRAM NESTES CÁLCULOS** receitas de jogos de futebol (Game Day), aluguel de lojas, restaurantes, estacionamento, cadeiras vip ou Sky boxes ou setores especiais além patrocínios em setores especiais entre outras formas de receitas, como museu do clube, alimentos e bebidas e etc.

História do Clube

É importante salientar aqui que de forma alguma estamos desmerecendo a história do clube, o tamanho de sua torcida, títulos obtidos ou valor de sua marca. Nosso objetivo aqui é projetar um caminho alternativo para o clube tentar obter, com o menor prazo possível o maior faturamento seguindo o modelo moderno e atual de arenas esportivas.

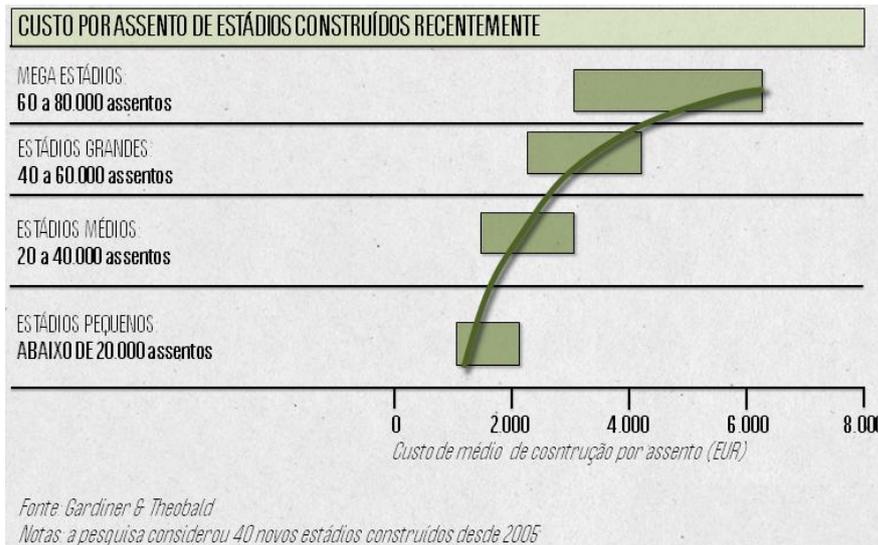
Arquitetura

Conversamos com o arquiteto *Daniel Hopf Fernandes*, da Fernandes Associados, autor de projetos do Maracanã e Arena Pernambuco, sobre a capacidade de construir projetos expansíveis. Pode-se preparar um estádio para receber uma pequena expansão no futuro de 5 mil lugares. Isso não representaria muita diferença nos custos. Basta acrescentar 5 degraus de arquibancada extras no perímetro do estádio, na média para alcançar este valor.

Construção Civil

O custo do estádio foi estimado em custo por assentos. Estipulamos um valor intermediário de R\$6.500,00 a R\$8.200,00 reais por assento. É perfeitamente possível diminuir este custo. O Juventus de Turim construiu um estádio de 41 mil lugares com um shopping lateral de 60 lojas por R\$350 milhões de reais (cerca de E\$105 milhões) ou seja, em torno de R\$8300,00 por assento.

Claro que para estimar um custo de construção civil com exatidão seria preciso considerar a metragem em m², custo da cobertura, fundações, terraplanagem, valor do lote e equipamentos entre outros quesitos. Mas vamos nos basear aqui em uma amostragem mais simples para facilitar para que todos compreendam.



Segundo o *Gardiner & Theobald* percebemos que o custo de construção de uma arena não aumenta proporcionalmente com o tamanho do estádio. Por isso estádios grandes são caros demais, e claro, o retorno financeiro não compensa o investimento executado, a não ser que o estádio tivesse 100% de ocupação, o que ainda não acontece no Brasil. Por isso nosso estudo será feito por média de público e por crescimento da renda per capita. Com relação ao custo de construção **vamos considerar os custos de construção de forma econômica**, seguindo a tabela abaixo:

Estádio	Custo por Assento
25 a 30 mil lugares	R\$6.500,00
35 mil lugares	R\$7.000,00
45 mil lugares	R\$7.200,00
50 mil lugares	R\$8.200,00

É importante que o projeto contenha uma quantidade de lojas em um shopping comercial ao lado da arena, uma quantidade de camarotes de alto nível, cobertura em todos os assentos, segurança, conforto e claro, que seja multiuso, capaz de realizar grandes eventos entre outros itens.

Índice Aplicado em relação à Média de Público (Média de Público X 2) [e expansão 5 mil]

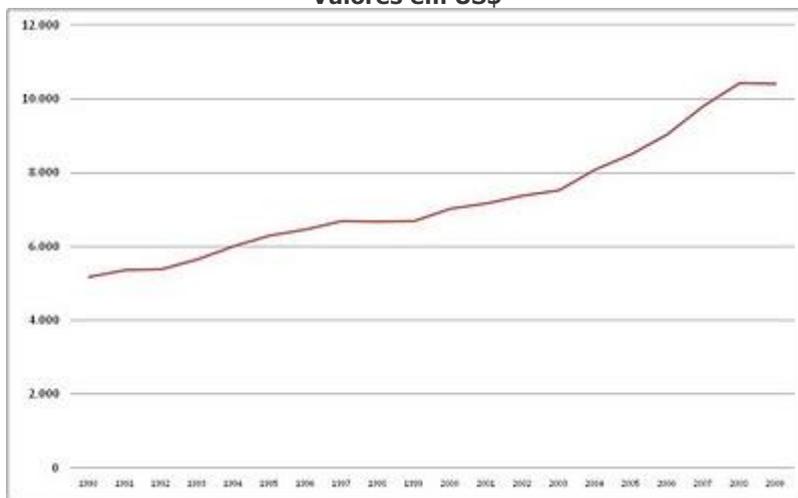
Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) e a Pesquisa Mensal de Emprego (PME) até outubro deste de 2011 a média do crescimento da renda per capita brasileira ficou em 40,69% de 2003 a 2011.

Se desconsiderássemos os extremos, fazendo os cálculos pela mediana, que podem alterar o resultado, o crescimento foi maior até maior, de 65,88%. Ou seja, existe uma tendência de crescimento contínuo de renda da população daqui para frente, o que favorece o investimento em entretenimento, no caso o futebol. Já o PIB per capita aumentou 27,70% no período. O crescimento da renda alcançou média de 6,8%. A chance de ascender socialmente e ganhar mais que a mediana é 30,11%.

A renda per capita dos brasileiros deve continuar crescendo nos próximos anos, de acordo com o secretário executivo do Ministério da Fazenda, Nelson Barbosa que informou que a

manutenção do crescimento da economia brasileira entre 4% e 5% ao ano permitirá ao país dobrar a renda per capita da população em 20 anos. O que os dados mostram é que a renda das pessoas está crescendo a 4,6% em 12 meses, ou seja, três vezes mais do que o PIB, aponta. “As próprias avaliações do mercado indicam a manutenção do ritmo de expansão do PIB em uma faixa entre 4% e 5%”, disse o secretário.

Evolução do PIB Per Capita no Conceito de Paridade do Poder de Compra. Brasil, 1990-2009.
Valores em US\$



Fonte: Banco Mundial, World Development Indicators

Por isso, a Arenaplan vai considerar uma visão pessimista. Que a classe média vai dobrar sua renda per capita em 30 anos, e não em 20 como disse a matéria. Isso poderia supor que teremos o dobro da demanda por jogos de futebol nos próximos 20 a 30 anos, se fizermos um bom trabalho e melhorarmos o conforto e segurança nos estádios. Por isso vamos considerar e recomendar um estádio com o dobro da capacidade da média de público atual do clube.

Mantendo uma visão pessimista, e que os estádios tem tempo de vida de 30 anos em média, e considerando que, logo de início, com a melhora da qualidade e segurança dos estádios teremos um aumento da média de público de 10 a 20%, vamos estabelecer e recomendar que o estádio tenha a possibilidade de ampliação em torno de 10% de sua capacidade. Em um estádio de 50 mil pessoas, por exemplo, a ampliação de 5 mil lugares representaria acrescentar apenas cinco degraus extras de arquibancadas por todo o perímetro do estádio, se ele for previamente preparado para esta expansão.

Fonte dos Dados das Médias de Público

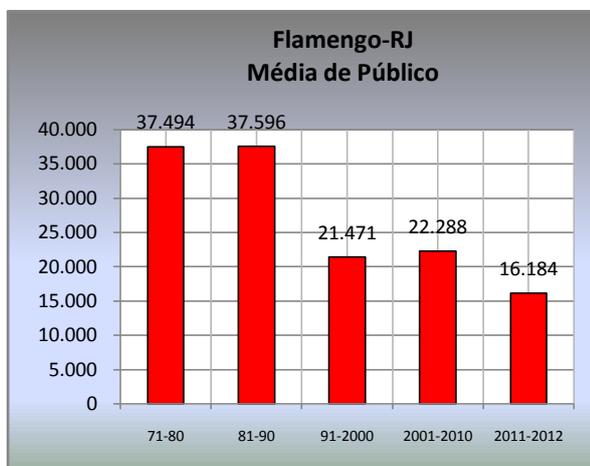
Revista Placar, Sites dos clubes, Wikipédia, IG, sites de estatísticas dos clubes e de futebol.

Possíveis Novos Estádios



Clube 1) Flamengo-RJ

De todos os clubes pesquisados o Flamengo é o que possui o maior poder de trazer receitas, a maior visibilidade entre os clubes analisados, o maior volume de títulos tornando o clube o mais interessante para os investidores. Nas décadas de 70 e 80 o clube obteve uma incrível média de 37 pagantes por jogo. Em 80 o clube chegou a ter média de 66 mil por partida. Porém nas décadas de 90 e 2000 a média caiu para 21 a 22 mil pessoas por jogo chegando a 16 mil a partir de 2011. Acreditamos que o clube volte a recuperar sua média de público das décadas de 90 a 2001-2010. Mas com a concorrência atual das TVs a cabo e outras opções de público é arriscado prever que o clube consiga ampliar esta média de público para mais de 40 mil de forma constante por anos e por jogo em curto espaço de tempo.



Média de Público – Série A

71-80	81-90	91-2000	2001-2010	2011-2012	Geral
37.494	37.596	21.471	22.288	16.184	27.006

O Flamengo é o time que mais obteve recordes de média de público do Brasil. Tem a maior torcida do país e tem uma incrível e apaixonada torcida. Porém a realidade das décadas de 70 e 80 mudaram. É mais prudente buscar um estádio com 80 a 90% de média de ocupação se o clube trabalhar bem. E o clube tem que pensar nos custos. Quanto menor o estádio mais barato sai o custo por cadeira. Se desprezássemos a média de público da década de 70, a média cairia para abaixo de 25 mil pessoas.

Estádio Recomendado:

Assentos: 50 mil lugares. Se possível com possibilidade de expansão de 5 mil lugares. Este tipo é fácil de fazer e tem custo baixo. Representaria 5 degraus de arquibancada extras em todo o anel do estádio, mantendo a circulação de público atual.

Custo da Construção: Modelo Econômico R\$8,2 mil por assento. Total: R\$410 milhões.

Quantidade de Camarotes: 150. Custo Ideal Máximo/Ano Por Pessoa: R\$8.500,00. Média de 20 lugares cada. Total: 3000 assentos. Total Máximo: R\$25,5 milhões por ano.

Naming Rights : Anual Sugerido: R\$25 milhões/ano ou R\$500 milhões em 20 anos.

Faturamento com Eventos: R\$20 milhões/ano. O clube terá que realizar 4 eventos de grande



Arenaplan Consultoria

Consultoria Tecnológica e Financeira de Arenas Esportivas

porte por ano e dezenas de eventos de médio porte. Isso não será fácil com a concorrência com o Maracanã. Mas será perfeitamente possível.

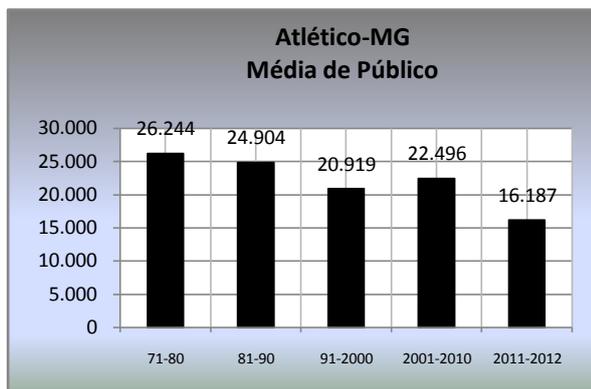
Faturamento Anual Total Esperado (Camarotes+Naming Rights +Eventos): R\$70,5 milhões/ano.

Situação Atual: Candidatos na última eleição chegaram a mostrar projetos de arenas caso vencessem a eleição. O atual presidente parece que vai fechar contrato com o Maracanã. Temos fontes que mostram que o Flamengo será o primeiro a fechar contrato.



Clube 2) Atlético-MG

O Atlético-MG tem um altíssimo poder de buscar receitas com uma nova arena. A paixão e a fidelidade de sua torcida fica evidenciada nas médias de público. O clube chega muito perto dos números do Flamengo, sendo a segunda melhor do país nesta pesquisa. Possui atualmente uma enorme visibilidade e com grandes possibilidades de sucesso no futuro sendo o clube que poderá oferecer ao patrocinador o maior resultado em receitas com menor investimento. Mas também possui um risco alto de perder o que alcançou devido a más gestões que teve no passado. O mandato do atual presidente termina no final de 2014. Gestão considerada excelente e que recolocou o clube nos eixos financeiramente e em campo. O clube tem mostrado um poder incrível de manter sua média de público do passado. Houve como os outros uma queda na média de público em 2011-2012, devido a ida obrigatória para o interior pela falta de estádio. O clube chegou a ter a incrível media de 55 mil por partida em 1977. Isso demonstra seu enorme poder de crescimento no futuro. Acreditamos que o clube volte a recuperar sua média de público das décadas de 70 e 80, pois elas tem se mostrado constantes. Mas com a concorrência atual das TVs a cabo e outras opções de público é arriscado prever que o clube consiga ampliar esta média de público para mais de 40 mil por jogo de forma constante. Como existe o Mineirão não há necessidade de investir em um estádio acima de 45 mil lugares.



Média de Público – Série A e B

71-80	81-90	91-2000	2001-2010	2011-2012	Geral
26.244	24.904	20.919	22.496	16.187	22.150

O clube teve uma queda de público em 2011 e 2012. Desconsideramos este problema, pois o clube teve que jogar longe de capital. Sem estes dois últimos a média seria de 23.641 no geral.

Estádio Recomendado:

Assentos: 45 mil lugares. Se possível com possibilidade de expansão de 5 mil lugares. Este tipo é fácil de fazer e tem custo baixo. Representaria 5 andares extras em todo o anel do estádio, mantendo a circulação de público atual. Embora o Atlético-MG já tenha obtido muitos públicos acima de 100 mil torcedores estes jogos são raros. Estádio bom é estádio lotado sempre com competição pelos ingressos e sem cambistas ou filas.

Quantidade de Camarotes: 150. Hoje o clube conta no estádio Independência com 18 camarotes de 18,25 e 35 lugares cada. Os maiores custam R\$400 a R\$600 mil reais/ano, ou cerca de R\$15 mil reais por pessoa/ano. Porém se o clube comercializasse todos os camarotes não completaria R\$10 milhões/ano de faturamento. É importante popularizar estes setores também, não apenas para empresas. Isso significa ter centenas de unidade com custos. Custo



Arenaplan Consultoria

Consultoria Tecnológica e Financeira de Arenas Esportivas

Ideal Máximo Por Pessoa: R\$7.500,00. Média de 20 lugares cada. Total de assentos: 3.000.
Total Máximo: R\$22,5 milhões por ano.

Naming Rights : Anual Sugerido: R\$20 milhões/ano ou R\$400 milhões em 20 anos. Se considerarmos o valor de marca segundo pesquisas de 2012, seria em torno de R\$15 milhões/ano. Porém houve do meio do ano passado (2012) para cá um enorme crescimento da marca e valorização do plantel e visibilidade, além da grande média de público. Com isso o clube pode negociar este valor acima de R\$20 milhões/ano.

Custo da Construção: Modelo Econômico R\$7,2 mil por assento. Total: R\$324 milhões.

Faturamento com Eventos: R\$20 milhões/ano. O clube terá que realizar pelo menos 4 grandes eventos por ano, o que não será fácil concorrendo com o Mineirão. Além de precisar realizar dezenas de eventos de médio porte.

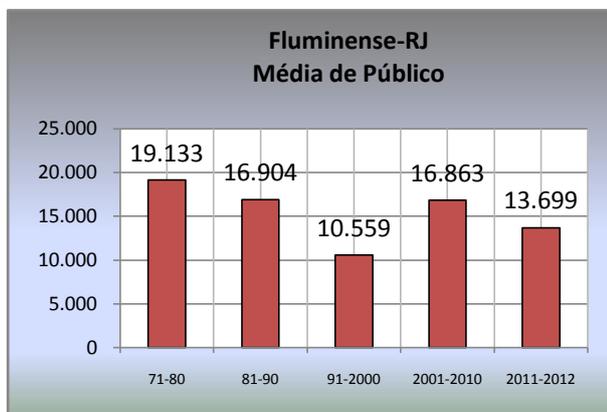
Faturamento Anual Total Esperado (Camarotes+Naming Rights +Eventos): R\$62,5 milhões/ano.

Situação Atual: Gestões anteriores apresentaram um projeto de arena até 2007. A própria torcida apresentou um outro projeto. Estes projetos são antigos e precisariam ser reestudados pois o mercado mudou completamente. Porém o atual presidente parece estar firme na idéia de ampliar o independência em vez de construir sua arena ou simplesmente deixar esta decisão para o próximo presidente. Mandato do atual termina no final de 2014.



Clube 3) Fluminense-RJ

O Fluminense tem feito um ótimo trabalho de gestão nos últimos anos. Este trabalho trouxe ótimos resultados como títulos brasileiros e uma final de libertadores. Possui atualmente boa visibilidade e com seus parceiros atuais tem boas possibilidades de sucesso no futuro. O clube tem problema em manter sua média de público acima de 15 mil pessoas por jogo. Houve como os outros clubes uma queda na média de público em 2011 e 2012, porém existe possibilidade de melhorar esta média de públicos se jogasse em seu próprio estádio. Acreditamos que o clube volte a recuperar sua média de público das décadas de 70 e 80. Mas com a concorrência atual das TVs a cabo e outras opções de público é arriscado prever que o clube consiga ampliar esta média de público para mais de 25 mil por jogo. Como existe o Maracanã não há necessidade de investir em um estádio acima de 30 mil lugares.



Média de Público – Série A, B e C

71-80	81-90	91-2000	2001-2010	2011-2012	Geral
19.133	16.904	10.559	16.863	13.699	15.432

A média dos dois últimos anos foi baixa apesar do título brasileiro. Isso é preocupante. É mais prudente ter um estádio moderno e o mais cheio possível. Com boa gestão, conforto e segurança é possível atingir a média da década de 70, embora seja difícil.

Estádio Recomendado:

Assentos: 30 mil lugares. Se possível com possibilidade de expansão de 5 mil lugares. Este tipo é fácil de fazer e tem custo baixo. Representaria 5 andares extras em todo o anel do estádio, mantendo a circulação de público atual.

Quantidade de Camarotes: 120. Custo Ideal Máximo Por Pessoa: R\$8.500,00. Média de 20 lugares cada. Cerca de 2.400 lugares. Total Possível se todos fossem comercializados: R\$20,4 milhões/ano.

Naming Rights : Anual Sugerido: R\$15 milhões/ano ou R\$300 milhões em 20 anos.

Custo da Construção: Modelo Econômico R\$8 mil por assento. Total: R\$240 milhões.

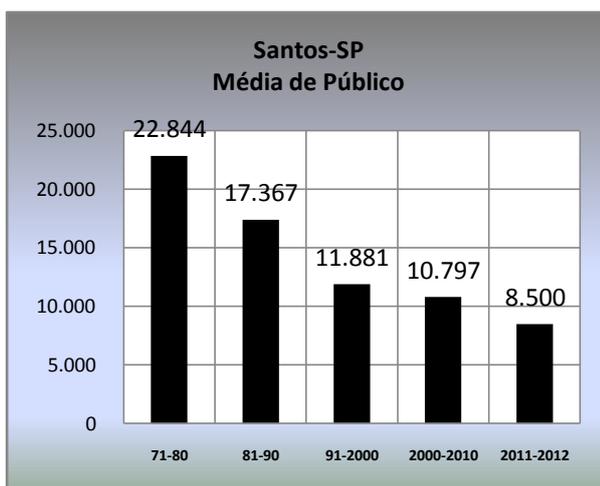
Faturamento com Eventos: R\$15 milhões/ano. O clube precisaria realizar pelo menos 3 eventos de grande porte ano e vários de médio porte. Com vários estádios na cidade a concorrência será grande. Não será fácil concorrer com o Maracanã e o Flamengo, mas é possível.

Faturamento Anual Total Esperado (Camarotes+Naming Rights +Eventos): R\$47,4 milhões/ano.



Clube 4) Santos

O Santos tem mostrado seu desejo em ter uma nova arena. Sua arena atual prejudica projetos de maior porte. Não é possível ter um shopping Center no local, vagas de estacionamento ou um número de camarotes de alta qualidade que propicie ao clube obter um índice maior de faturamento do seu atual estádio. Por isso já apareceram alguns projetos. Existe uma decisão vital a se tomar. O clube deve ter seu estádio na capital paulista ou em Santos. Segundo o que analisamos é mais seguro optar por construir seu estádio onde a torcida é mais fiel. Em São Paulo, aparentemente poderiam haver mais torcedores interessados. Mas o que realmente importa é a fidelidade do torcedor, capaz de contratar um serviço de camarotes por exemplo, mesmo o clube não estando numa fase tão boa. Por isso vamos fazer uma estimativa como se o estádio fosse em Santos ou em sua periferia, como alguns projetos sugeriram. Analisando sobre este prisma temos um problema de média de público. Se fizer um bom trabalho de marketing, oferecer mais conforto e segurança aos seus torcedores talvez o clube volte a ter a média de público da década de 90 em um novo estádio. Aliás a tentativa de modernizar a Vila e trazer mais receita para o clube levou a diretoria a construir vários camarotes. E isso diminuiu drasticamente a capacidade do estádio. Mas foi uma estratégia correta. Mas isso ainda é insuficiente para trazer um volume de recursos mínimos condizente com o nível da equipe do Santos. Hoje temos a concorrência atual das TVs a cabo e outras opções de entretenimento, e por isso é arriscado prever que o clube consiga ampliar esta média de público para mais de 20 mil por jogo. Como existem vários estádios disponíveis em São Paulo não há necessidade de investir em um estádio acima de 25 mil lugares.



Média de Público – Série A

72-80	81-90	91-2000	2001-2010	2011-2012	Geral
22.844(*)	17.367	11.881	10.797	8.500	14.278

(*) Estas médias foram calculadas sobre os valores levantados. Não foi possível levantar dados de 71,79. A equipe de Santos obteve, como muitos grandes clubes, uma média de público alto na década de 70 quando o estádio também tinha maior capacidade. Porém houve uma queda a partir da década de 80, chegando à mais baixa média em 2011-2012, com o estádio reformado, com menor capacidade, mas com camarotes mais modernos, contando com Neymar em campo. Por isso é mais prudente ter um estádio moderno, que traga receitas, mas com o menor índice de espaços vagos, como nos outros clubes.

Estádio Recomendado:



Assentos: 25 mil lugares. Se possível com possibilidade de expansão de 5 mil lugares. Este tipo é fácil de fazer e tem custo baixo. Representaria 5 andares extras em todo o anel do estádio, mantendo a circulação de público atual.

Quantidade de Camarotes: 120. Hoje a Vila tem 28 camarotes. São 16 camarotes de 8 lugares, os chamados “laterais”. Variando de R\$40 a R\$140 mil reais por cada 2 anos, variando de R\$2.500 a R\$8.750 por pessoa/ano. Além de outros 12 camarotes de 10, 14 e 24 lugares, variando de R\$40 a R\$140 mil reais, ou seja, o custo varia de R\$3.360,00 a R\$4 mil reais por pessoa/ano. Em uma nova arena recomendamos o custo Ideal Máximo Por Pessoa: R\$8.500,00. Média de 20 lugares cada. Ou seja, seriam 2400 assentos. Total Possível se todos fossem comercializados: R\$20,4 milhões/ano.

Naming Rights : Anual Sugerido: R\$15 milhões/ano ou R\$300 milhões em 20 anos.

Custo da Construção: Modelo Econômico R\$6,5 mil por assento. Total: R\$162 milhões.

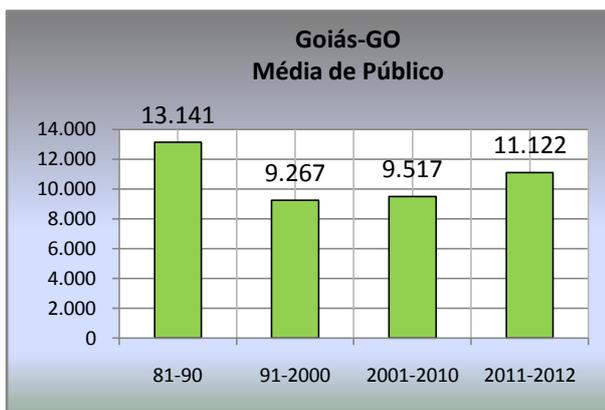
Faturamento com Eventos: R\$15 milhões/ano. O clube precisaria realizar pelo menos 3 eventos de grande porte ano e vários de médio porte. Com vários estádios na cidade de São Paulo a concorrência será grande, mas é possível.

Faturamento Anual Total Esperado (Camarotes+Naming Rights +Eventos): R\$50,4 milhões/ano.



Clube 5) Goiás

O Goiás tem mostrado também seu desejo em ter uma nova arena. O Serra Dourada infelizmente não fez parte da copa do mundo e não será modernizado. É urgente a construção de um estádio para que o clube consiga ampliar seu faturamento e manter sua competitividade no cenário nacional. O clube poderia construir um shopping Center no local, oferecer vagas de estacionamento e camarotes de alto nível para seus torcedores de forma a propiciar ao clube um índice maior de faturamento. Por isso já levantamos que o clube tem um projeto de uma nova arena. Não sabemos até onde o clube já foi com este projeto. Mas aqui temos um problema de baixa média de público. Se fizerem um bom trabalho de marketing, oferecer mais conforto e segurança aos seus torcedores talvez o clube volte a ter a média de público da década de 80. Porém é arriscado pensar nisso. Com a concorrência atual das TVs a cabo e outras opções de entretenimento é arriscado prever que o clube consiga ampliar esta média de público para mais de 15 mil por jogo. Como existe o Serra Dourada não há necessidade de investir em um estádio acima de 25 mil lugares.



Média de Público – Série A,B

83-90	91-2000	2001-2010	2011-2012	Geral
13.141(*)	9.267(*)	9.517(*)	11.122	10.762

(*) Estas médias foram calculadas sobre os valores levantados. Não foi possível levantar dados de 84,85,94,99,2000,2001. As médias consideram dados da série A e B. O clube tem dificuldade em ter médias de público superiores a 11 mil torcedores. Embora o clube tenha uma grande torcida na capital goiana seria recomendado ter um estádio com capacidade máxima para 20 mil lugares. Porém a oportunidade de realização de shows e eventos pode trazer um bom faturamento para o clube. Neste caso aumentaremos a capacidade sugerida para 25 mil lugares.

Estádio Recomendado:

Assentos: 25 mil lugares. Pelos números o ideal seria uma arena para 20 mil lugares. Porém a cidade tem uma população grande. Neste caso vamos recomendar uma arena de 25 mil lugares. Se possível com possibilidade de expansão de 5 mil lugares. Este tipo é fácil de fazer e tem custo baixo. Representaria 5 andares extras em todo o anel do estádio, mantendo a circulação de público atual.

Quantidade de Camarotes: 120. Embora o foco de venda sejam as empresas é importante popularizar os camarotes. Uma boa estratégia de entrada é oferecê-los com desconto no lançamento. Custo Ideal Máximo Por Pessoa: R\$5.500,00. Média de 20 lugares cada. 2.400 assentos. Total Possível se todos fossem comercializados: R\$13,2 milhões/ano.

Naming Rights : Anual Sugerido: R\$6 milhões/ano ou R\$120 milhões em 20 anos.



Arenaplan Consultoria

Consultoria Tecnológica e Financeira de Arenas Esportivas

Custo da Construção: Modelo Econômico R\$6,5 mil por assento. Total: R\$162 milhões.

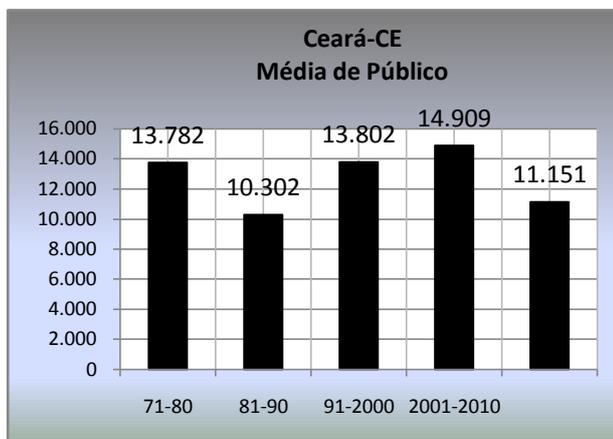
Faturamento com Eventos: R\$15 milhões/ano. O clube precisaria realizar pelo menos 3 eventos de grande porte ano e vários de médio porte.

Faturamento Anual Total Esperado (Camarotes+Naming Rights +Eventos): R\$34,2 milhões/ano.



Clube 6) Ceará

O Ceará tem obtido nos últimos anos uma boa ótima média de público e a cada ano se fortalece como um grande clube no cenário nacional. Está lhe faltando um título de expressão nacional para aumentar mais sua média de público. Possui atualmente boa visibilidade em sua região e tem boas possibilidades de sucesso no futuro. O clube tem problema em manter sua média de público acima de 13 mil pessoas por jogo. Houve como os outros clubes uma queda na média de público em 2011 e 2012, porém existe possibilidade de melhorar esta média de públicos se jogasse em seu próprio estádio. Acreditamos que o clube volte a recuperar sua média de público das décadas de 70 e 80. Mas com a concorrência atual das TVs a cabo e outras opções de público é arriscado prever que o clube consiga ampliar esta média de público para mais de 15 mil por jogo. Como existe o Castelão não há necessidade de investir em um estádio acima de 25 mil lugares.



Média de Público – Série A,B

71-80	81-90	91-2000	2001-2010	2011-2012	Geral
13.782(*)	10.302(*)	13.802(*)	14.909	11.151	12.789

(*) Estas médias foram calculadas sobre os valores levantados. Não foi possível levantar dados de 71,73,88,89,92,95 e 96.

A média de público do Ceará na Série A e B tem sido boa desde a década de 70. Mostrando que o clube tem um potencial para bom crescimento nos próximos anos. É interessante imaginar que o clube possa atingir médias acima de 20 mil lugares no futuro com um estádio de boa qualidade e ganhar renda com eventos e *Naming Rights*.

Estádio Recomendado:

Assentos: 25 mil lugares. Se possível com possibilidade de expansão de 5 mil lugares. Este tipo é fácil de fazer e tem custo baixo. Representaria 5 andares extras em todo o anel do estádio, mantendo a circulação de público atual.

Quantidade de Camarotes: 120. A renda média do torcedor é 52% menor que renda média do torcedor do Figueirense, segundo pesquisa da Pluri Consultoria (Renda Mensal Média dos Torcedores). Embora o foco de venda sejam as empresas é importante popularizar os camarotes. Uma boa estratégia de entrada é oferecê-los com desconto no lançamento. Por isso vamos recomendar o custo do camarote pouco acima da Arena Pernambuco. Custo Ideal Máximo Por Pessoa: R\$5.000,00. Média de 20 lugares cada. Total de Assentos: 2.400. Total possível se todos fossem comercializados: R\$12 milhões/ano.

Naming Rights : Anual Sugerido: R\$6 milhões/ano ou R\$180 milhões em 20 anos.



Arenaplan Consultoria

Consultoria Tecnológica e Financeira de Arenas Esportivas

Custo da Construção: Modelo Econômico R\$6,5 mil por assento. Total: R\$162 milhões.

Faturamento com Eventos: R\$15 milhões/ano. O clube precisaria realizar pelo menos 4 eventos de grande porte ano e vários de médio porte. Com vários estádios na cidade a concorrência será grande. Não será fácil concorrer com o Castelão, mas é perfeitamente possível.

Faturamento Anual Total Esperado (Camarotes+Naming Rights +Eventos): R\$33 milhões/ano.

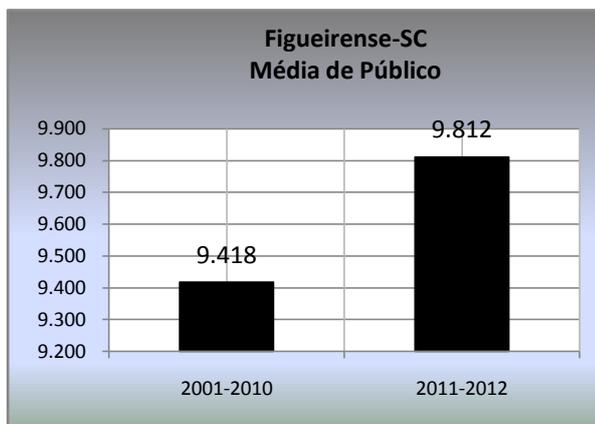


Clube 7) Figueirense-SC

O Figueirense é um clube que tem alternado entre a série A e B. O clube tem se fortalecido como um grande clube no cenário nacional. Está lhe faltando um título de expressão nacional. Possui atualmente boa visibilidade em sua região e tem boas possibilidades de sucesso no futuro. Porém o clube precisa obter novas fontes de renda para investir em equipes mais fortes. O clube tem problema em manter sua média de público acima de 10 mil pessoas por jogo. Existe a possibilidade de melhorar um pouco média de público se jogasse em um estádio de melhor qualidade, com segurança e conforto. Mas com a concorrência atual das TVs a cabo e outras opções de público é arriscado prever que o clube consiga ampliar muito esta média de público para mais de 15 mil por jogo. Como não há outro estádio melhor na cidade, investir em um estádio para 25 mil lugares ajudará o clube a faturar principalmente com eventos de grande porte.

Média de Público – Série A,B

2001-2010	2011-2012	Geral
9.418(*)	9.812(*)	9.615



(*) Os dados totais foram calculados com as médias levantadas. Não foi possível levantar a média de público do ano de 2000. A baixa média de público poderia levar o clube a pensar em um estádio de 20 mil lugares apenas. Utilizamos somente dados a partir da década de 2000-2010. A média de público considera dados da série A e B. E esta média fica abaixo de 10 mil torcedores por jogo. Porém com alto poder aquisitivo da população de Florianópolis, um público em grande quantidade viria também em grandes eventos que serão realizados em um estádio moderno.

Estádio Recomendado:

Assentos: 25 mil lugares. Atualmente seria o suficiente para o clube com jogos e eventos. Neste caso vamos recomendar uma arena de 25 mil lugares. Se possível com possibilidade de expansão de 5 mil lugares principalmente para a realização de eventos. Este tipo é fácil de fazer e tem custo baixo. Representaria 5 andares extras em todo o anel do estádio, mantendo a circulação de público atual.

Quantidade de Camarotes: 120. Embora o foco de venda sejam as empresas é importante popularizar os camarotes. Uma boa estratégia de entrada é oferecê-los com desconto no lançamento. Custo Ideal Máximo Por Pessoa: R\$9.500,00. O mais alto valor é recomendado por ter a 2ª maior renda mensal por torcedor do país, segundo pesquisa da Pluri Consultoria (Renda Mensal Média dos Torcedores). O clube pode explorar mais este quesito. Média de 20 lugares cada. 2.400 vagas. Total possível se todos fossem comercializados: R\$22,8 milhões/ano.

Naming Rights : Anual Sugerido: R\$5 milhões/ano ou R\$80 milhões em 20 anos.



Arenaplan Consultoria

Consultoria Tecnológica e Financeira de Arenas Esportivas

Custo da Construção: Modelo Econômico R\$6,5 mil por assento. Total: R\$162 milhões.

Faturamento com Eventos: R\$25 milhões/ano. O clube precisaria realizar pelo menos 5 eventos de grande porte ano e vários de médio porte. Uma boa vantagem é não possuir concorrentes. Este será um dos pontos fortes de renda.

Faturamento Anual Total Esperado (Camarotes+Naming Rights +Eventos): R\$52,8 milhões/ano.



Clube 8) Sport-PE

O Sport tem obtido nos últimos anos uma excelente média de público e a cada ano se fortalece como grande clube no cenário nacional. Mais títulos de expressão nacional aumentariam ainda mais sua média de público. Possui atualmente ótima visibilidade em sua região e tem boas possibilidades de sucesso no futuro. O clube teve problema em manter a média de público no passado acima de 13 mil pessoas por jogo. Mas houve um grande crescimento na década de 200-2010 chegando a quase 20 mil de média de público na década de 2000-2010, o que é excelente. Houve como os outros clubes uma queda na média de público em 2011 e 2012, porém existe possibilidade de melhorar esta média de públicos se jogasse em um estádio maior. O clube já tem 120 camarotes. Acreditamos que o clube possa aumentar ainda mais sua média de público com um estádio melhor. E sua diretoria já percebeu isso. E já tem um projeto de arena pronto. Mas com a concorrência atual das TVs a cabo e outras opções de público é arriscado prever que o clube consiga ampliar esta média de público para mais de 25 mil por jogo. Como existe a Arena Pernambuco não há necessidade de um estádio maior que 35 mil lugares.



Média de Público – Série A,B

81-90	91-2000	2001-2010	2011-2012	Geral
14.910(*)	12.443(*)	19.382(*)	17.592	17.743

(*) Os dados totais foram calculados com as médias levantadas. Não conseguimos médias de 1990 e 2000. 2001 a 2005. Isso torna a média um pouco acima da esperada. O Sport pode ter tido uma média inferior pois em vários destes anos estava na Série B e com campanhas instáveis.

É importante salientar que os dados são mais precisos a partir da década de 90. Percebe-se uma evolução para a década de 2001-2010. Considerando o crescimento de sua torcida e os dados da série B completamos o quadro acima com a média crescendo para 17.743. Podemos considerar que o clube poderá ampliar ainda mais sua média com um estádio com conforto e segurança. A perspectiva é chegar a mais de 25 mil de média de público já nos próximos anos.

Estádio Recomendado:

Assentos: 35 mil lugares. Se possível com possibilidade de expansão de 5 mil lugares. Este tipo é fácil de fazer e tem custo baixo. Representaria 5 andares extras em todo o anel do estádio, mantendo a circulação de público atual. Apesar de ser a mesma capacidade do estádio atual ele seria um estádio moderno. É importante que a média seja acima de 80% de ocupação ou 28 mil de média por partida, o que ultrapassaria a média do Flamengo, a maior torcida do país. Por isso é preciso ter pés no chão para não investir mais do que o clube precisa.



Quantidade de Camarotes: 250. A sugestão é ampliar o volume de camarotes da Ilha do Retiro que hoje são 150. Hoje são 150 camarotes com capacidade de 10 lugares cada um ao custo médio de R\$25.000,00 cada, ou R\$2.500,00 cada por pessoa. Porém todos já foram vendidos e o clube não tem mais a propriedade sobre eles. Agora no novo estádio o clube terá que ter novos camarotes para faturar sobre eles mantendo os 150 camarotes com 10 lugares. E estes camarotes terão melhor qualidade e custarão mais caro. Por isso o caso do Sport é mais complexo. Serão precisos 3.500 assentos nos camarotes. Será preciso trabalhar estes camarotes a preços mais populares. Custo Ideal Máximo Por Pessoa: R\$6.500,00 (semelhante ao custo médio da Arena Pernambuco). Segundo pesquisa da Pluri Consultoria (Renda Mensal Média dos Torcedores) a torcida do Sport tem renda mensal média cerca de 57% apenas da torcida do Figueirense. Média de 20 lugares cada. Total possível se todos fossem comercializados: R\$13 milhões/ano, retirando-se os 150 que deverão já existir. Ou seja, o clube terá que manter os camarotes para os antigos sócios, sem poder arrecadar com eles. Existe uma possibilidade renegociação. Porém somente o clube poderia dizer se isso seria possível. Melhor contar com apenas 100 camarotes com receita certa.

Naming Rights : Anual Sugerido: R\$6 milhões/ano ou R\$120 milhões em 20 anos.

Custo da Construção: Modelo Econômico R\$8 mil por assento. Devido aos 250 camarotes o custo da construção pode ficar maior. Vamos estabelecer neste caso o custo de R\$7.500,00 por assento. Total: R\$262,5 milhões.

Faturamento com Eventos: R\$15 milhões/ano. O clube precisaria realizar pelo menos 3 eventos de grande porte ano e vários de médio porte. Com vários estádios na cidade a concorrência será grande. A concorrência será grande com a nova Arena Pernambuco que terá saído na frente em organização de eventos, mas é perfeitamente possível.

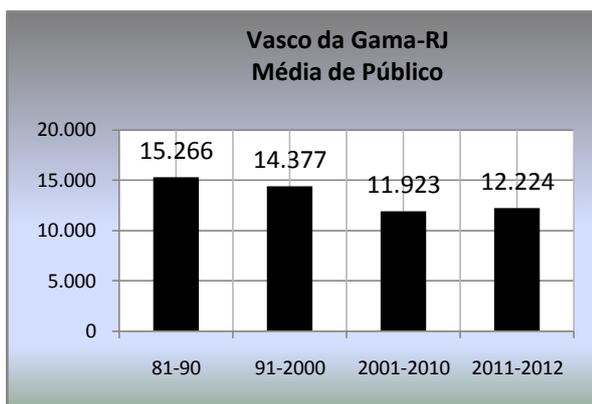
Faturamento Anual Total Esperado (Camarotes+Naming Rights +Eventos): R\$43 milhões/ano.

Reformas Completas ou Novo Estádio?



Clube 9) Vasco-RJ

O Vasco tem uma história que dispensa apresentações. Mas é importante para o clube pensar em trazer novos e grandes volumes de receitas. A maior dúvida que o Vasco poderia ter seria construir um novo estádio ou reformar o atual? O atual estádio recebeu várias melhorias, porém elas não estão no nível dos estádios atuais. Sem falar do problema da segurança. O clube precisa pensar em várias comodidades que poderiam tornar seu estádio um estádio mais moderno. O ideal seria construir um estádio todo novo, em outro local na cidade ou reformar tudo, como está sendo feito no Palestra Itália. Porém existe uma enorme dificuldade financeira para o clube. O clube precisaria buscar um parceiro para construir ou reformar. Se a decisão fosse reformar o estádio, deveriam ser incluídos uma cobertura, criação de mais centenas de camarotes e pelo menos um grande volume de vagas estacionamento dentro do local. Pelo que percebemos é difícil definir isso sem um estudo de viabilidade completo. A área do estádio atual poderia caber perfeitamente um estádio moderno para 25 mil lugares com um prédio de estacionamentos ao lado. Com o estádio Engenhão e o Maracanã disponíveis não há necessidade de investir em um estádio maior que 25 mil lugares. Os números das médias de público podem ter sido prejudicados pela falta de conforto e segurança. Vejam abaixo a tabela.



Média de Público – Série A,B

81-90	91-2000	2001-2010	2011-2012	Geral
15.266(*)	14.377	11.923	12.224	13.448

(*) Os dados totais foram calculados com as médias levantadas. Não conseguimos médias de 81-85. A média da série A da década de 70 provavelmente foi maior. Porém percebe-se um decréscimo nas médias a partir da década de 80. Ela tem se mantido constante entre 12 a 15 mil de média de público. Mas hoje, com a concorrência com outros meios de entretenimento, não é fácil voltar a ter estas médias. O melhor seria igualar a média da década de 80 e aos poucos ir ampliando com conforto e segurança. Considerando os dados da série B completamos o quadro acima temos uma média crescendo para 13.448. Podemos considerar que o clube poderá ampliar ainda mais sua média com um estádio com conforto e segurança e alcançar médias acima de 20 mil pessoas.

Estádio Recomendado:

Assentos: 30 mil lugares. Se possível com possibilidade de expansão de 5 mil lugares. Este tipo é fácil de fazer e tem custo baixo. Representaria 5 andares extras em todo o anel do estádio, mantendo a circulação de público atual. Apesar de ser a mesma capacidade do estádio atual ele seria um estádio moderno.



Quantidade de Camarotes: 120. Atualmente o clube tem apenas 34 camarotes disponíveis com 12 lugares cada ao custo médio de R\$60 mil reais/ano ou R\$5.833,00 por pessoa/ano. Porém ainda são lugares menos confortáveis comparados aos estádios modernos multiuso. Uma sugestão de baixo custo seria avançar os camarotes sob as arquibancadas para ampliá-los por todo o anel, diminuindo a capacidade atual do estádio, mas dando uma visão boa aos proprietários, pois a média de público não tem sido alta. Veja na tabela abaixo. Outra idéia interessante poderia ser construir uma nova área de arquibancadas somente com camarotes atrás do Gol com áreas Vips. O problema é que a visão seria prejudicada e a área não tão valorizada. Por isso pode ser interessante levar para lá as arquibancadas, perdidas com a ampliação dos camarotes. Agora em um estádio reformado e moderno estes camarotes terão melhor qualidade e custariam mais caro. Custo Ideal Máximo Por Pessoa: R\$7.500,00. Média de 20 lugares cada. Total de vagas: 2.400 assentos. Poderia criar espaços de 12, 24 e 36 lugares em média. Mas seria interessante ter pelo menos 120 deles disponíveis. Ou seja, faltam 96 para serem construídos. Total possível se todos fossem comercializados: R\$18 milhões/ano.

Naming Rights : Anual Sugerido: R\$20 milhões/ano ou R\$400 milhões em 20 anos.

Custo da Reforma: Uma reforma completa não sairia menos que R\$200 milhões de reais. Só a cobertura completa do estádio teria o custo mínimo de R\$30 a R\$40 milhões de reais. Sem falar que necessitaria criar um prédio para vagas de estacionamentos. Este é um dos grandes problemas atuais além da segurança. A falta de um shopping Center adjacente também criaria dificuldades para criar um ambiente bom de faturamento. Como informamos é necessário um estudo de viabilidade financeira. O ideal mesmo seria construir outro estádio. Neste caso um estádio de 30 mil lugares com Modelo Econômico de construção de R\$7 mil por assento custaria cerca de R\$210 milhões.

Faturamento com Eventos: R\$15 milhões/ano. O clube precisaria realizar pelo menos 3 eventos de grande porte ano e vários de médio porte. Com vários estádios na cidade a concorrência será grande. A concorrência será grande com a nova Arena Pernambuco que terá saído na frente em organização de eventos, mas é perfeitamente possível.

Faturamento Anual Total Esperado (Camarotes+Naming Rights +Eventos): R\$53 milhões/ano.

Considerações Finais

Considerando todas as informações analisadas e comparando-as com todos os clubes elas foram expostas na tabela abaixo:

Clube	Capacidade Sugerida (Assentos)	Qtde Camarotes Sugerida	Total Vagas Camarotes	Custo do Camarote P/Pessoa (R\$)	Faturam. Anual Camarotes (R\$)	Naming Rights Anual Inicial Sugerido (R\$)	Faturamento com Eventos Possível (R\$)	Custo da Construção ou Reforma (R\$)	Preço por Assento (R\$)	Faturamento Total /Ano (Camarotes + Eventos + Naming Rights) (R\$)
Flamengo	50 mil	150	3.000	8,5 mil	25,5 M	25 M	20 M	410 M	8,2mil	70,5 M
Atlético-MG	45 mil	150	3.000	7,5 mil	22,5 M	20 M	20 M	324 M	7,2mil	62,5 M
Sport-PE	35 mil	250	3.500	6,5 mil	13 M	6 M	15 M	262 M	7,5mil	34 M
Fluminense	30 mil	120	2.400	8,5 mil	20,4 M	15 M	15 M	195 M	6,5mil	50,4 M
Ceará	25 mil	120	2.400	5,0 mil	12 M	6 M	15 M	162 M	6,5mil	33 M
Santos	25 mil	120	2.400	8,5 mil	20,4 M	15 M	15 M	162 M	6,5mil	50,4 M
Goiás	25 mil	120	2.400	5,5 mil	13,2 M	6 M	15 M	162 M	6,5mil	34,2 M
Figueirense	25 mil	120	2.400	9,5 mil	22,8 M	5 M	25 M	162 M	6,5mil	52,8 M
Reformar ou Construir ?										
Vasco	30 mil	120	2.400	7,5 mil	18M	20M	15 M	195-200M	6,5mil	53 M



50 Mil Assentos



Flamengo-RJ (R\$70,5 Milhões/ano)



45 Mil Assentos



Atlético-MG (R\$62,5 Milhões/ano)



35 Mil Assentos



Sport-PE (R\$32 Milhões/ano)



30 Mil Assentos



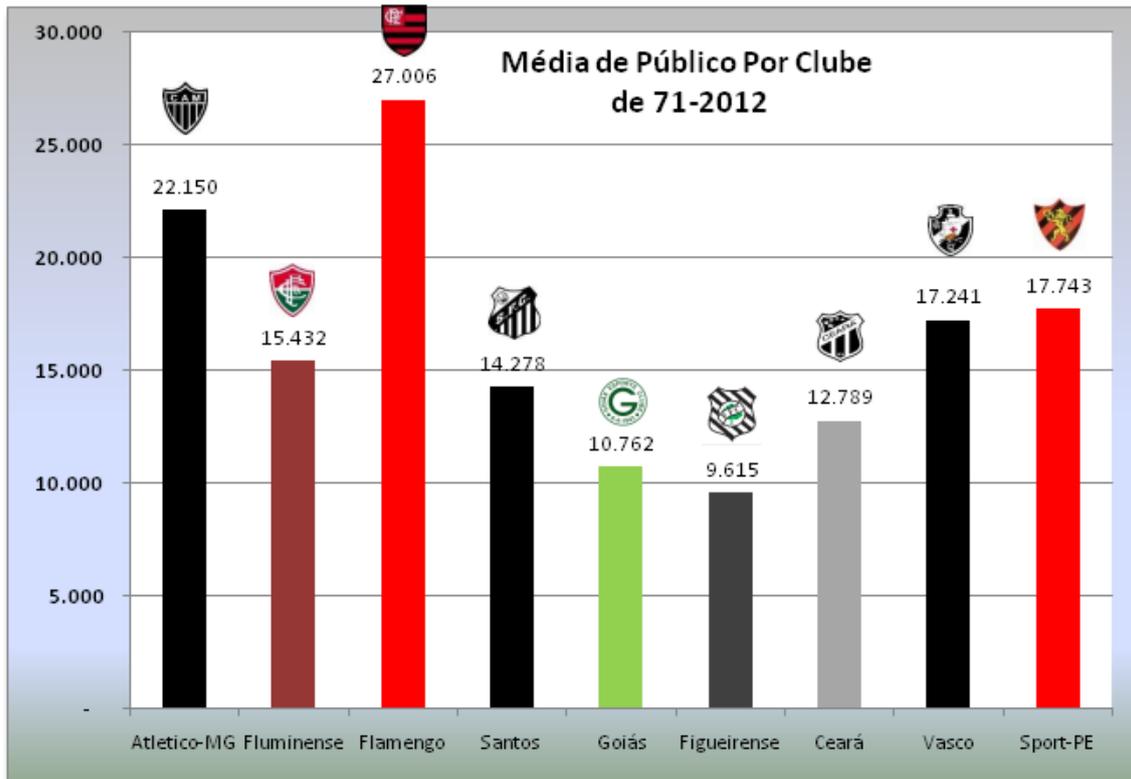
Vasco-RJ (R\$53 Milhões/ano)

Fluminense-RJ (R\$50,4 Milhões/ano)



25 Mil Assentos

Ceará-CE (R\$31,8 Milhões/ano), Santos-SP (R\$50,4 Milhões/ano), Goiás-GO (R\$34,2 Milhões/ano) e Figueirense-SC (R\$52,8 Milhões/ano)



A **Arenaplan Consultoria** é uma empresa de consultoria tecnológica e financeira de arenas esportivas criada em 2013 com a finalidade de orientar e prestar consultoria para os clubes esportivos nacionais e internacionais a iniciarem seus projetos de construção ou modernização de arenas pelo planejamento financeiro e tecnológico. Acreditamos que o projeto arquitetônico e de engenharia devem ser a consequência deste estudo. Entre nossos serviços incluímos:

- Estudo de Viabilidade/Planos de Negócios
- Palestras sobre o Mercado de Estádios
- Protótipos de Arenas em 3D
- Projeto de infraestrutura de hardware e software de arenas esportivas
- Projeto e desenvolvimento de sistemas de relacionamento com torcedor com sistemas de Cashless, CRM e Cartões RFID.

Este relatório foi elaborado pela **Arenaplan Consultoria** e é apenas uma projeção baseada em estudos e estimativas. Os valores podem ser acima ou abaixo do que foi exposto aqui. A **Arenaplan** não se responsabiliza por prejuízos ou perdas diretas ou indiretas originadas do uso destas informações mencionadas neste relatório.