



**Arenaplan**  
Consultoria Tecnológica e Financeira  
de Arenas Esportivas

# Relatório ARENAPLAN – 06/03/2013

## Pesquisa: Faturamento das Novas Arenas

Consultoria Financeira e Tecnológica de Arenas Esportivas

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

São Paulo-SP

Email: [contato@arenaplan.com.br](mailto:contato@arenaplan.com.br)

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

Facebook: <http://www.facebook.com/arena.plan>



**Márdel Cardoso**

Gerente Projetos

Especialista em Marketing Esportivo/Projetos de Arenas

Diretor da ArenaPlan Consultoria

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

Email: [mardel@arenaplan.com.br](mailto:mardel@arenaplan.com.br)

## Pesquisa: Faturamento das Novas Arenas

Arena Palestra será a campeã em receitas quando estiver pronta.  
Maracanã será o vice.

Ranking	Estádio	Camarotes	Total Receita Anual Mínima (1º ou 2º ano) (Em R\$ milhões)
1	Arena Palestra	153	109
2	Maracanã	110	92
3	Mineirão	98	70
4	Itaqueração	82	61,4
5	Arena Grêmio	120	60
6	Arena Fonte Nova	71	46
7	Arena Pernambuco	102	42,5
8	Arena Castelão	52	36,5
9	Arena Beira Rio	70	34,4
10	Arena da Baixada	76	31



Esta pesquisa utilizou informações disponíveis pela imprensa, dados divulgados pelas operadoras dos estádios pela imprensa, pelos sites ou lojas virtuais e dados já levantados por pesquisas anteriores. Ela foi baseada na quantidade de camarotes disponíveis nestes estádios, caso fossem todos comercializados, nos contratos de exclusividade já fechados com clubes em seus estados, com o potencial de shows e eventos regionais. Com isso chegamos ao total das receitas para o 1º e 2º ano de vida destes estádios. Não entramos nos cálculos as famosas áreas Vips ou Sky boxes, presentes no estádio do Grêmio, Internacional, Palmeiras entre outros.

A estrutura dos camarotes de um estádio moderno de futebol, nos dias de hoje podem definir a diferença entre lucro e prejuízo neste ramo de negócios. E com uma gestão profissional, os camarotes podem representar até R\$52 milhões anuais.

### **Nova Arena do Grêmio**

A nova arena Grêmio conta com 120 camarotes com capacidade de 16 a 40 lugares ao custo médio de R\$134 mil a R\$373 mil anuais por unidade. O custo por pessoa no camarote do grêmio gira em torno R\$8.375,00 a R\$9.325,00 por ano, sendo o valor médio mais baixo que levantamos até agora. Isso inclui, além do conforto, a possibilidade de uso de vagas reservadas. O estádio pode faturar, no mínimo, R\$ 24 milhões por ano somente com camarotes. O estádio conta também com outras áreas privilegiadas, mas elas não entram em nossos cálculos. Estimamos um mínimo de R\$20 milhões anuais com a realização shows e eventos, se o clube fizer uma boa gestão nesta área. O clube diz ter recebido propostas de *Naming Rights*. Em uma análise pessimista, estimamos que o clube gaúcho poderá comercializar este patrocínio, no mínimo, de R\$16 milhões por ano. Com tudo isso, estimamos uma receita mínima de R\$60 milhões de faturamento anual nos dois primeiros anos após sua construção.

### **Minas Arena**

O Mineirão possui 98 camarotes distribuídos entre 18 a 64 lugares cada. O custo por pessoa, a preços "promocionais" tem seu valor estipulado entre R\$14.850,00 e R\$15.475,00 por ano. O custo do camarote é 75% mais caro que a arena do Grêmio. Isso significa que a Minas Arena pode faturar, somente com camarotes, quase R\$30 milhões anuais por clube grande que fechar contrato. Em uma visão pessimista, com eventos e shows, a gestora poderá arrecadar pelo menos R\$30 milhões por ano sem depender de contratos com clubes. Como o Cruzeiro já fechou contrato de exclusividade com a empresa para mandar todos seus jogos por lá, ela pode projetar um faturamento anual de R\$60 milhões por ano. É importante salientar que esta operadora não divide sua receita com camarotes. Esse foi o motivo que levou o Atlético-MG a não fechar contrato com a operadora ainda. O Atlético levou parte dos seus jogos para o estádio Independência. Na melhor das hipóteses, segundo o próprio clube, ele vai faturar R\$10 milhões por ano com este serviço. Ou seja, mesmo usando um estádio que oferece mais benefícios para o clube, ele vai faturar apenas 1/5 do valor que o Palmeiras obterá com este serviço em seu novo estádio. Já o valor em *Naming Rights*, em uma hipótese pessimista, a empresa poderá



## Arenaplan

Consultoria Tecnológica e Financeira  
de Arenas Esportivas

vender este patrocínio ao custo mínimo de R\$10 milhões por ano (segundo dados da BDO/CRS), chegando a um faturamento de R\$70 milhões anuais, sem contrato de exclusividade com Atlético-MG.

### **Arena Castelão**

A Arena Castelão Operadora de Estádio está oferecendo 52 camarotes (1.232 lugares) aos seus clientes. Eles estão divididos entre 16 a 32 lugares. Fazendo uma projeção, usando a tabela de preços dos camarotes do Mineirão, podemos dizer a operadora poderá faturar pouco acima de R\$18 milhões anuais com este serviço, com cada clube que fechar contrato de exclusividade. Pelo que levantamos isso ainda não aconteceu. Nossa projeção será feita como se houvesse ao menos um contrato exclusivo fechado. Com eventos e shows o estádio poderia estimar uma receita mínima de R\$15 a R\$20 milhões por ano. Um estudo feito pela agência BDO/CRS mostra que o estádio pode faturar mais R\$3,5 milhões anuais com Naming Rights. Supondo que o estádio consiga pelo menos um contrato anual com um clube grande de Fortaleza, chegamos a um total mínimo de receitas de R\$36,5 milhões anuais.

### **Arena Pernambuco**

A Arena Pernambuco em Recife terá 102 camarotes (1.530 lugares) variando de 8 a 18 pessoas. Segundo nosso estudo, mantendo um valor de preços semelhante ao cobrado pelo Mineirão como referência, para cada clube que a arena conseguir fechar exclusividade, ela poderá faturar, pelo menos, R\$23 milhões com cada clube que fechar contrato de exclusividade. Podemos projetar um faturamento semelhante à arena Castelão com shows e eventos. Estimamos assim um potencial mínimo de R\$15 a R\$20 milhões por ano com shows e eventos anualmente nos dois primeiros anos. Posteriormente, este valor será bem maior. Na modalidade *Naming Rights*, segundo o "Jornal do Comercio", a operadora está negociando o patrocínio por R\$4,5 milhões anuais, em um período de 20 anos no mínimo. Com estas informações concluímos um total de receitas de R\$42,5 milhões anuais.

### **Arena Fonte Nova**

A arena Fonte Nova contará com 71 camarotes (1.000 assentos), média de 14 assentos por camarote. Usando a mesma projeção de valor proposto pela Minas Arena, chegamos ao máximo de R\$15 milhões de faturamento anual por clube que fechar contrato de exclusividade com a operadora do estádio. Podemos estimar de R\$25 a R\$30 milhões por ano com a realização de shows e eventos. Segundo a empresa BDO/CRS/CRS o patrocínio *Naming Rights* chega a R\$6 milhões por ano. O faturamento total anual mínimo estimado fica em torno de R\$46 milhões de reais.

### **Novo Maracanã**

O novo maracanã terá 110 camarotes para 22 pessoas em média, indicando uma receita de R\$37 milhões por clube que fechar contrato de exclusividade. O potencial de faturamento com shows e eventos pode chegar, no mínimo, a uma receita de R\$40 a R\$45



## Arenaplan

Consultoria Tecnológica e Financeira  
de Arenas Esportivas

milhões por ano. Soma-se a isso o grande valor em *Naming Rights* chegando a R\$15 milhões por ano, segundo uma pesquisa da agência BDO/CRS. Com isso podemos dizer, que se o Novo Maracanã fechar pelo menos um contrato de exclusividade com algum grande clube da cidade, a operadora que administrar o estádio faturará no mínimo R\$92 milhões anuais, o que representa o segundo maior estádio em volume de receitas anuais no Brasil.

### Itaquerão

O Itaquerão não vai surpreender tanto em matéria de faturamento. Segundo os dados que conseguimos levantar, usando dados publicados pela imprensa e divulgados pelos seus dirigentes, os preços dos camarotes deste estádio está acima do custo que a Arena do Grêmio pratica, porém eles são similares às arenas operadas pelos parceiros em outros estados. São 82 camarotes com capacidade para 12 pessoas em média. A expectativa divulgada pela imprensa é que o custo deles gire em torno de R\$15 mil reais anuais por pessoa. Isso significa um faturamento máximo de R\$14,7 milhões anuais somente com camarotes. Um faturamento até modesto pelo tamanho do estádio, porém em *Naming Rights* o Corinthians vai superar a maioria dos estádios. A Odebrech fechou um pré-contrato ao valor de R\$335 milhões por um prazo de 20 anos. Isso significa um valor de R\$16,7 milhões ao ano para o clube. O clube quer que isso alcance cerca de R\$400 milhões, o que está dentro do que o mercado está cobrando para contratos deste porte. Estimamos um potencial em *Naming Rights* podendo chegar a quase R\$30 milhões anuais. Se o clube atingir este patamar não será uma surpresa. Com a ótima gestão do seu departamento de marketing estimamos um potencial muito bom com eventos chegando ao mínimo de R\$30 milhões anuais nos primeiros dois anos de vida. Com isso chegamos a um total mínimo de receitas estimado em torno de R\$61,4 milhões.

### Arena Palestra

O novo estádio do Palmeiras vai surpreender muita gente logo que ficar pronta. Isso porque todo o estádio foi concebido para trazer o máximo de receitas com o menor custo possível. A arena possui o melhor modelo de negócios do setor e é o estádio que lidera nosso ranking de futuros líderes em receitas. Acessamos diretamente o site da arena para levantar o volume de camarotes. Com 153 camarotes (2768 lugares) variando de 12 a 39 lugares, girando em torno de R\$15 mil a R\$24,7 mil por pessoa o estádio explora o alto poder aquisitivo da população de São Paulo. O custo médio por pessoa está em torno de R\$19.235,00, o mais alto entre os analisados. Com isso, o estádio é o que apresenta maior potencial de arrecadação com camarotes, R\$53 milhões por ano. Visitando o site de vendas dos camarotes da arena nota-se que a grande maioria já está reservada, provando seu imenso potencial. A própria AEG, gestora do estádio planeja iniciar com um volume de dezenas de shows e eventos. É possível dizer que seguindo nossos padrões, a arena vai igualar o potencial do Maracanã em arrecadação com eventos, cerca de R\$40 a 45 milhões por ano, nos dois primeiros anos de vida do projeto. Nossa estimativa é que o *Naming Rights* da arena alcancem um valor mínimo de R\$16 milhões anuais, em uma análise pessimista. Com isso, o novo estádio do Palmeiras vai líder o ranking em faturamento dos



estádios do Brasil. Nossa estimativa inicial é que eles faturem pelo menos R\$109 milhões anuais.

### **Arena da Baixada**

Tivemos dificuldade em fazer uma estimativa precisa por falta de informações sobre o valor dos camarotes e do novo projeto. Nossos cálculos incluíram a quantidade de camarotes que conseguimos levantar que são 76 camarotes de 9 a 16 pessoas, ao custo médio de R\$10.800,00 por pessoa. Isso indica uma possibilidade de receita anual de R\$11,5 milhões de reais. Prevemos um potencial mínimo de R\$15 milhões anuais com eventos e shows. Segundo a agência BDO/CRS o potencial com patrocínio *Naming Rights* está em torno de R\$4,5 milhões anuais. Com isso chegamos a uma receita anual mínima estimada em R\$31 milhões de reais.

### **Arena Beira Rio**

Também tivemos muita dificuldade em encontrar dados precisos do número de camarotes. Até no site do clube existe um erro ao informar 121 camarotes. Segundo levantamos o correto parece ser 70 camarotes. Como não conseguimos levantar a capacidade de cada unidade estimamos uma média de 16 pessoas em cada. Utilizando o preço médio por pessoa cobrado no estádio do Grêmio calculamos um custo médio por pessoa de R\$8.850,00. Os Sky boxes não entram no cálculo por serem outra modalidade. Assim concluímos um faturamento anual de R\$9,9 milhões com camarotes. Prevendo o mesmo potencial com shows e eventos do estádio do Grêmio estimamos em R\$20 milhões anuais nos dois primeiros anos. A agência BDO/CRS estimou em R\$4,5 milhões anuais com *Naming Rights*. Usando estas informações estimamos uma receita anual de R\$34,4 milhões. Entramos em contato com a empresa responsável pelo projeto de arquitetura do estádio para levantar a capacidade real de cada camarote. Quando recebermos a informação correta atualizaremos este relatório.

### **Conclusão**

As novas arenas precisam apenas de um contrato de exclusividade com um clube grande em seu estado para obterem um alto volume de receitas. Aos clubes parceiros resta apenas faturar com a venda de ingressos e, em alguns casos, com parte da receita obtida com estacionamento. A tabela a seguir não inclui receita com locação de lojas, restaurantes, estacionamento, ingressos de jogos, lugares vip ou planos sócio-torcedor.

Fica evidenciado que em uma arena moderna, com um clube com grande volume de torcedores, ela vai faturar mais se tiver uma boa quantidade de camarotes à disposição do público. A Arena Palestra como citamos, foi projetada para trazer grande volume de receitas visando justamente o que tem trazido mais faturamento para os clubes europeus: os eventos. Pela sua excelente localização, acesso fácil ao metrô o estádio foi planejado para explorar ao máximo este tipo de negócio. Com isso estamos supondo que o Palmeiras vai trazer muitos shows, tirando inclusive alguns eventos do estádio do São Paulo ou Corinthians. Este volume de receitas é apenas uma prévia inicial. A estimativa é que o



faturamento com eventos cresce absurdamente ao longo dos anos, com a profissionalização do setor.

Ranking	Estádio	Operadora	Camarotes	Receita Anual Estimada c/camarotes por clube (Em R\$ milhões)	Receita Anual c/ Naming Rights (Em R\$ milhões)	Receita C/Eventos (1º ano) * (Em R\$ milhões)	Receita Anual Mínima Total (1º ano) (Em R\$ milhões)
1	Arena Palestra	AEG	153	53	16	40	109
2	Maracanã	A definir	110	37	15	40	92
3	Mineirão	Minas Arena	98	30	10	30	70
4	Itaqueração	-	82	14,7	16,7	30	61,4
5	Arena Grêmio	Arena Porto-Alegrense	120	24	16	20	60
6	Arena Fonte Nova	Fonte Nova Negócios e Participações	71	15	6	25	46
7	Arena Pernambuco	-	102	23	4,5	15	42,5
8	Castelão	Arena Castelão	52	18	3,5	15	36,5
9	Arena Beira Rio	Andrade Gutierrez	70	9,9	4,5	20	34,4
10	Arena da Baixada	AEG	76	11,5	4,5	15	31

Os clubes que hoje tem ou estão construindo suas arenas próprias podem, dependendo do projeto, do local e do tamanho da torcida, aumentar no mínimo entre R\$50 a R\$109 milhões seu faturamento anual neste ramo de negócios. O São Paulo já fatura hoje R\$60 milhões anuais com o Morumbi anualmente, mas provavelmente perderá alguns eventos para o estádio do Palmeiras ou Corinthians que hoje tem acesso mais fácil ao metrô.

Na Europa, os camarotes são apenas um dos ingredientes desta receita de sucesso. Como comprovada através da matéria da Revista Exame, Os estádios europeus com maior receita (Out/2012), os vinte estádios europeus que mais faturam, os jogos de futebol, representam apenas 25% da receita operacional dos estádios. Na Europa o Real Madrid já fatura mais de R\$1,1 bilhão com seu estádio, segundo dados da UEFA. Isso significa que estes estádios da Europa estão faturamento quatro vezes mais com shows e eventos do que em jogos de futebol. E isso provavelmente vai se repetir aqui no Brasil. Por isso nossas estimativas foram feitas apenas para os dois primeiros anos de vida. A receita de sucesso tem que estar aliada, além da gestão de um clube com grande torcida, ao patrocínio



## Arenaplan

Consultoria Tecnológica e Financeira  
de Arenas Esportivas

*Naming Rights*, à tecnologias de fidelização de público e a uma gestão profissional de eventos para que a fórmula funcione perfeitamente.

Isso mostra que se outro grande clube quiser fazer parte do seleto grupo de gigantes do futebol em faturamento neste segmento de estádios, como Palmeiras, Grêmio, Corinthians e Internacional, por exemplo, estes deverão construir suas próprias arenas. É o caso do Flamengo, Fluminense, Atlético-MG, Bahia, Vitória e Sport de Recife, que possuem, segundo nossas estimativas, grande potencial para construção de arenas próprias. Caso contrário, ou terão que dividir suas receitas com as operadoras das arenas atuais, ou terão que buscar outras fontes de rendas para igualar os líderes apresentados aqui. Segundo esta o que levantamos, Cruzeiro e Náutico já fecharam seus contratos de exclusividade com os operadores em seus estados, por isso não os incluímos nesta lista.

A **Arenaplan Consultoria** é uma empresa de consultoria financeira e tecnológica 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:

- 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.

Este relatório foi elaborado pela **Arenaplan Consultoria** e é apenas uma projeção baseadas 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.