

# 1º RELATÓRIO



---

**O PROTAGONISMO ECONÔMICO DO ESPORTE COMO FORÇA MOTRIZ DO BRASIL.**

---

**BASEADO NO PRIMEIRO ESTUDO DO PIB DO ESPORTE DO PAÍS**

# IMPACTO ECONÔMICO DO ESPORTE NO BRASIL - PIB DO ESPORTE BRASILEIRO ANÁLISES & OPORTUNIDADES

Realização:



Parceiro Estratégico:



Parceiros Institucionais / BOARD:



CDMB



COMITÊ BRASILEIRO  
DE CLUBES



## O AMANHÃ PARA O ESPORTE É AGORA.



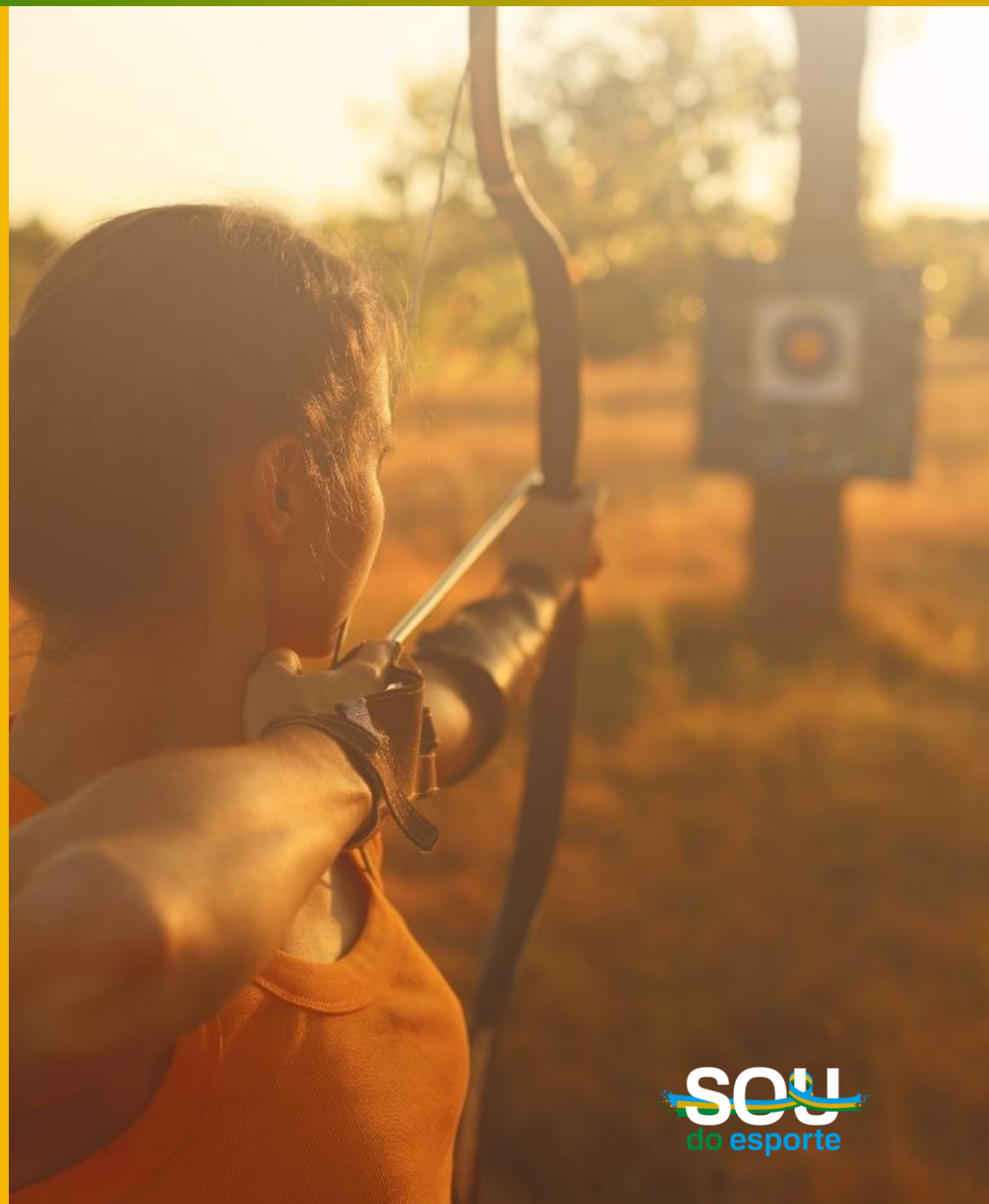
## O PROJETO

CONGRESSO & RELATÓRIO SOBRE O IMPACTO ECONÔMICO DOS ESPORTES NO BRASIL



# OBJETIVO DO PROJETO

Analisar, pela primeira vez no Brasil, o impacto econômico do ecossistema de esportes no país, a fim de servir como base para o desenvolvimento de estratégias comerciais para investimento das empresas voltadas ao setor esportivo e para potencializar políticas públicas.



# PROPOSTA DE VALOR

Proporcionar uma análise profunda de dados e informações sobre o impacto econômico do esporte no Brasil que dê suporte na tomada de decisão dos investimentos das empresas e tornar-se, assim, mais claro o retorno que tal investimento representa, bem como promover estratégias mais eficientes de investimento no esporte pelo poder público.



**PROJETO  
VIABILIZADO  
POR  
EMENDA  
PARLAMENTAR**

MINISTÉRIO DA  
**CIÊNCIA, TECNOLOGIA  
E INOVAÇÃO**





**DEPUTADO  
PAULO  
GANIME**

**SOU**  
do esporte

# O PROJETO



CONGRESSO E RELATÓRIO SOBRE O IMPACTO ECONÔMICO DOS ESPORTES NO BRASIL



# CENÁRIO **MUNDIAL**

**\$ 28.9bi**

foi o valor previsto de **investimento de patrocínios esportivo mundial em 2020**

O valor arrecadado com **patrocínios nacionais** para **Tóquio 2020** foi de

**\$ 3.1bi**

(62 empresas japonesas)

**3x mais do que qualquer outra edição dos jogos olímpicos**

Em 2018, o mercado esportivo norte-americano movimentou cerca de

**US\$ 71bi**

Em 2018, a indústria de Hollywood gerou um faturamento recorde de **US\$ 42B.**

Só a de e-games, indústria bem mais recente, no mesmo período, foi de **US\$130B.**

# CENÁRIO **BRASIL**

**R\$ 52.9bi**

foi o valor total movimentado apenas pelo futebol em 2018

Participação dos esportes no **PIB brasileiro** em 2011 foi de

**R\$ 67bi**

equivalente a **1,6%** do PIB total

De 2007 a 2011 o PIB Brasil cresceu

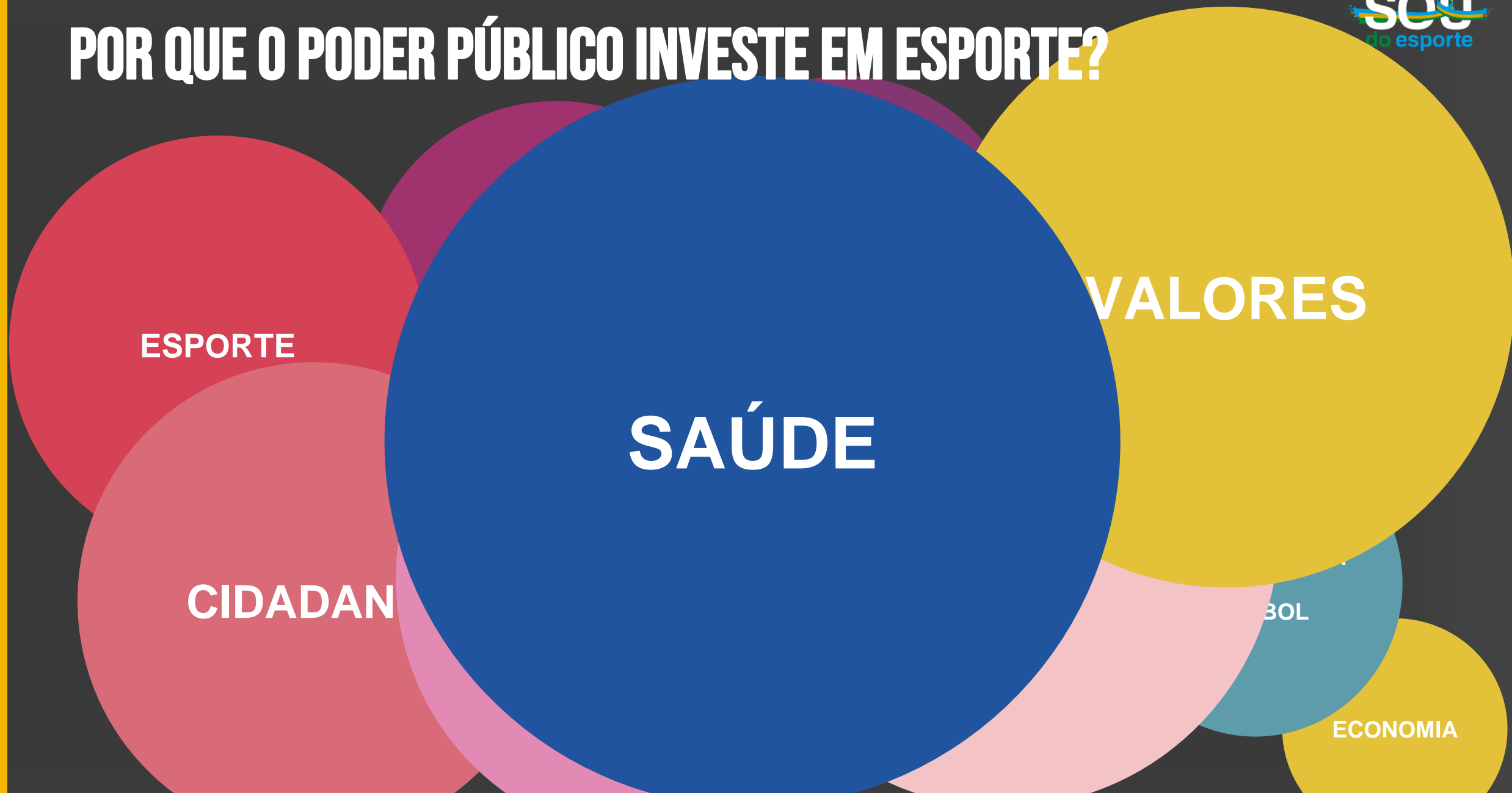
**4,2%** a.a.

enquanto o PIB do setor de esportes cresceu no mesmo período

**7,1%** a.a.

Das **42% das empresas brasileiras** que apostam em patrocínios o **esporte é o que mais atrai para ativações**

# POR QUE O PODER PÚBLICO INVESTE EM ESPORTE?



# COMO SÃO DESTINADAS AS VERBAS NO PND?

**PLANO NACIONAL DO DESPORTO**

Outubro  
**6**  
às 9h30m | Plenário 4

Municípios  
Estados  
Governo Federal  
?

Comissão do Esporte CÂMARA DOS DEPUTADOS

# POR QUE A INICIATIVA PRIVADA INVESTE EM ESPORTES?

## Customer experience

O esporte auxilia na construção da conexão emocional com os seus clientes, além de proporcionar momentos memoráveis e facilitar a fidelização de um público leal e apaixonado.

## Networking

A indústria esportiva pode proporcionar uma rede contatos importante que auxiliará estratégia da marca e proporcionar parcerias e oportunidades

## Comunicação

O esporte é um canal que se comunica com diversos espectadores e potenciais consumidores, dos quais as marcas podem usufruir para criar uma conexão direta e gerar conteúdo de forte engajamento

## Branding

Expor a marca junto do uniforme do atleta ou em locais estratégicos como em arenas esportivas, eventos geram maior visibilidade, percepção e conhecimento das marcas

## Reputação

A percepção da marca pode ser melhor percebida quando atrelada a um projeto de Responsabilidade social/ ambiental ou a um determinado esporte, proporcionando um diferencial de imagem

## Inovação

A indústria esportiva pode proporcionar as marcas um ambiente importante de teste de novos produtos e tecnologias



# COMO AS EMPRESAS NO BRASIL DECIDEM EM QUAL ESPORTE INVESTIR?

**62%**

Através de reuniões internas e planejamento

**56%**

A partir de propostas recebidas do proponente

**50%**

Por escolha pessoal de executivos

**32%**

De acordo com o planejamento da agencia de comunicação

**31%**

Através de pesquisas de mercado

**18%**

Através de pesquisas internas ou indicações

# REFLEXÕES QUE O PIB SE PROPÕE A AUXILIAR

- Por que investir ou aumentar os investimentos no esporte?
- Qual o nível de retorno dos esportes ao mercado e as marcas patrocinadoras?
- Como os patrocínios podem estar alinhados aos valores das marcas e de seus consumidores?
- Qual o nível de conhecimento proporcionado pelo setor ou modalidades esportivas?
- Quais regiões e/ou esportes que são mais alinhadas as estratégias da minha marca?
- Quais impactos sociais como vagas de empregos, impostos gerados que o setor gera?

# OPORTUNIDADES

## NO MERCADO BRASILEIRO

### 1. Panorama do Mercado

O consumo impulsionado pelo esporte brasileiro movimentava bilhões de reais na economia do país, mas não há um estudo que possa medir esses números de forma mais aprofundada e constante que garanta a tomada de decisão qualificada das empresas no investimento esportivo;





# OPORTUNIDADES

## NO MERCADO BRASILEIRO

### 2. Responsabilidade Social

A prática de esportes é aspecto essencial na estrutura econômica e social da vida dos brasileiros, estando presente em todas as fases da vida dos indivíduos, mas o investimento é tímido e geralmente associado apenas às leis de incentivo ao esporte, sem entendimento como ferramenta de marketing, estratégia comercial ou como ferramenta profunda de **desenvolvimento social** e econômico do país com foco em políticas públicas;



# OPORTUNIDADES

## NO MERCADO BRASILEIRO

### 3. Novos consumidores

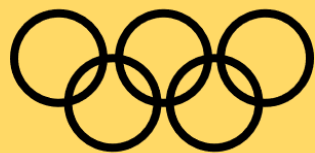
Vários atores compõem esta cadeia, tais como consumidores, redes transmissoras e sua audiência, praticantes (amadores e de alto rendimento), dirigentes (de clubes, federações etc.), patrocinadores, empresários e mídia em geral, além do poder público. ao entender a magnitude da cadeia de produção do esporte a percepção de novos consumidores é ampliada e o público alvo da empresa multiplicado.



# ABRANGÊNCIA DO RELATÓRIO

O projeto será realizado a partir da análise dos seguimentos de maior representatividade econômica para o país, que serão apresentados no primeiro relatório do projeto.

**Esportes  
Olímpicos &  
Paralímpicos\***



**eSports**



**Esportes não  
Olímpicos\***



**Desporto  
Militar**



**SOU**  
do esporte



# ABRANGÊNCIA DO RELATÓRIO

Mapear os atores e suas interações é de fundamental importância para elaboração das análises quantitativas e qualitativas abordadas, pois irá direcionar as informações necessárias para elaboração do estudo



COM O MAPEAMENTO DAS INTERAÇÕES É POSSÍVEL IDENTIFICAR AS INTERFACES ECONÔMICAS, ESPORTIVAS E SOCIAIS ENTRE OS PRINCIPAIS ATORES



# ABRANGÊNCIA DO RELATÓRIO

Será analisado o “primeiro nível” dos principais atores da cadeia produtiva de cada esporte e o impacto ESG gerado

ATORES	ESCOPO
Atletas Profissionais	<ul style="list-style-type: none"> <li>Atletas filiados às entidades regulamentadoras do esporte em que atua</li> </ul>
Competições Profissionais	<ul style="list-style-type: none"> <li>Competições organizadas pela(s) principal(is) entidade(s) regulamentadora(s) do esporte em questão ou competições de grande relevância nacional, prevalecendo a premissa de relevância econômica</li> </ul>
Fornecedores Diretos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fornecedores, de qualquer setor (exceção material esportivo), que tenham relação direta (primeiro nível) com os esportes</li> </ul>
Logística	<ul style="list-style-type: none"> <li>Números e custos com passagens, transporte aéreo e terrestre, movimentação de equipamentos relacionados aos esportes</li> </ul>
Hotelaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>Quantidade de quartos reservados e custos com diárias</li> </ul>
Alimentos e Bebida	<ul style="list-style-type: none"> <li>Quiosques e "concessões" (ambulantes/caixas/quiosques por espectador) no local de competição, consumo médio por pessoas</li> </ul>
Patrocinadores	<ul style="list-style-type: none"> <li>Patrocinadores com relacionamento direto com os esportes</li> </ul>
Grupo de Mídia	<ul style="list-style-type: none"> <li>Grupos de mídia com relação direta com a produção/transmissão do evento relacionado aos esportes</li> </ul>
Arenas Esportivas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Arenas e centros de excelência que ocorram os treinamentos e competições dos esportes</li> </ul>
Materiais Esportivos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fornecimentos dos materiais esportivos com relação direta com o esportes</li> </ul>
Consumidores	<ul style="list-style-type: none"> <li>Espectadores e/ou praticantes das modalidades esportivas abrangidas no estudo</li> </ul>



**GOVERNO  
FEDERAL  
ESTADUAIS E  
MUNICIPAIS**

**COB  
CPB**

**CONFEDERAÇÕES  
E FEDERAÇÕES  
OLÍMPICAS E  
PARALÍMPICAS**

**CBC  
CBCP  
CLUBES  
OLÍMPICOS E  
PARALÍMPICOS**

**CBDU  
E  
CBDE**

**DESPORTO  
MILITAR**

**LIGAS  
NBB  
LFB  
LFUTSAL**

**EMPRESAS DE  
APOSTAS**

**EMPRESAS DE  
MATERIAL E  
EQUIPAMENTOS  
ESPORTIVOS**

**E-SPORTS**

**EVENTOS  
ESPORTIVOS**

**ARENAS E  
INSTALAÇÕES  
ESPORTIVAS**

“

**O PIB DO ESPORTE SERÁ UM MARCO NO BRASIL NAS ESTRATÉGIAS DE INVESTIMENTO NO ESPORTE E IRÁ POTENCIALIZAR O RETORNO COMERCIAL E REPUTACIONAL DAS EMPRESAS, BEM COMO FORTALECER AS POLÍTICAS PÚBLICAS EM PROL DO DESENVOLVIMENTO DO PAÍS.**

**LARS GRAEL**

**EMBAIXADOR DO PROJETO IMPACTO ECONÔMICO DO ESPORTE NO BRASIL/ PIB DO ESPORTE BRASILEIRO**



# Comitê Executivo do Projeto

**Emenda  
Parlamentar / MCIT**

Paulo Ganime

**SDE**

Fabiana Bentes

**Embaixador**

Lars Grael

**COB**

Gustavo Herbeta

**CDMB**

Cel. Leo Perdigão

**Liga Nacional de  
Basquete**

Sergio Domenici

**CBC**

Emerson Appel

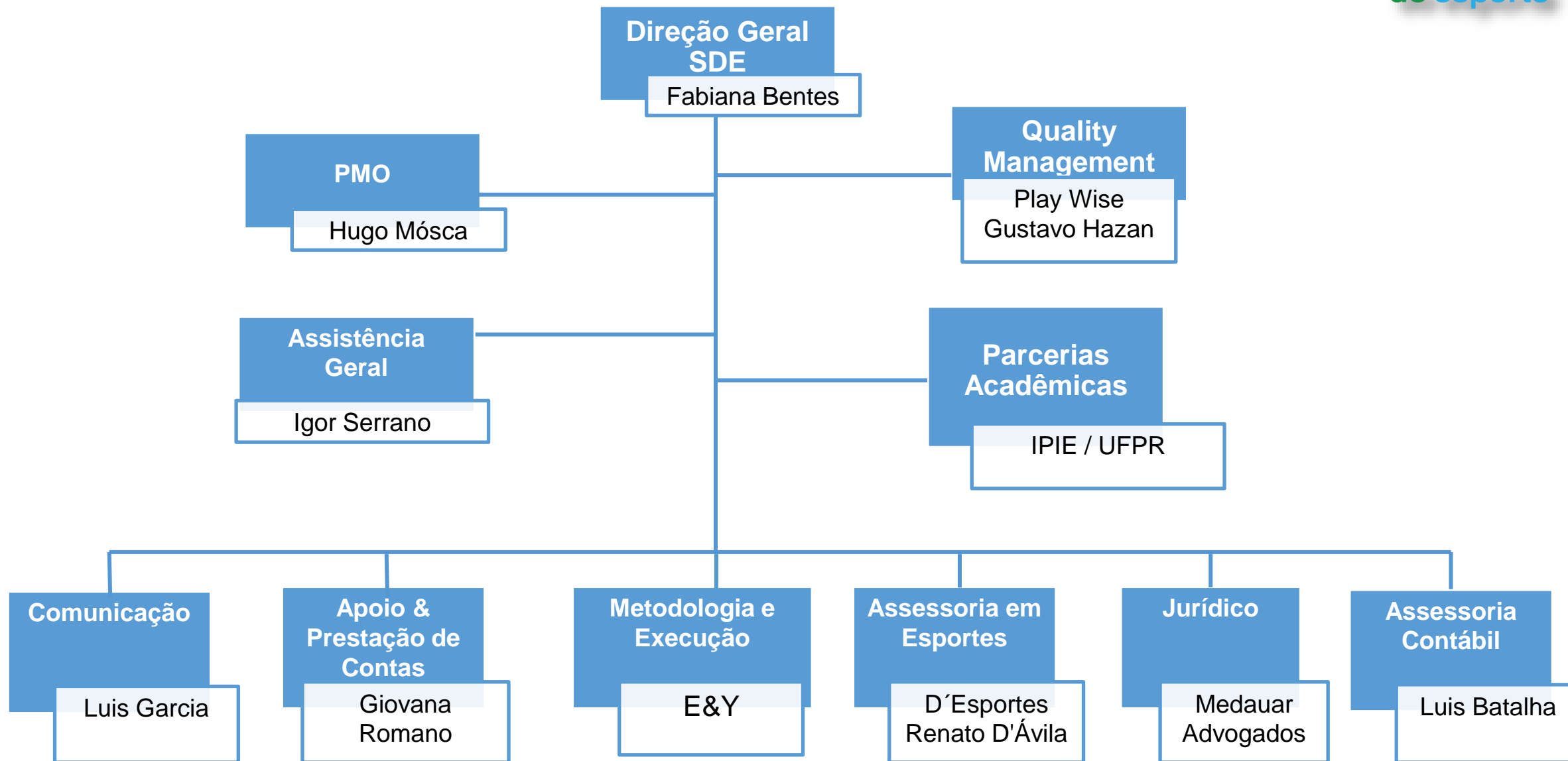
**CPB**

**CBCP**

Lorena Campelo



# Organograma da Equipe



# STATUS

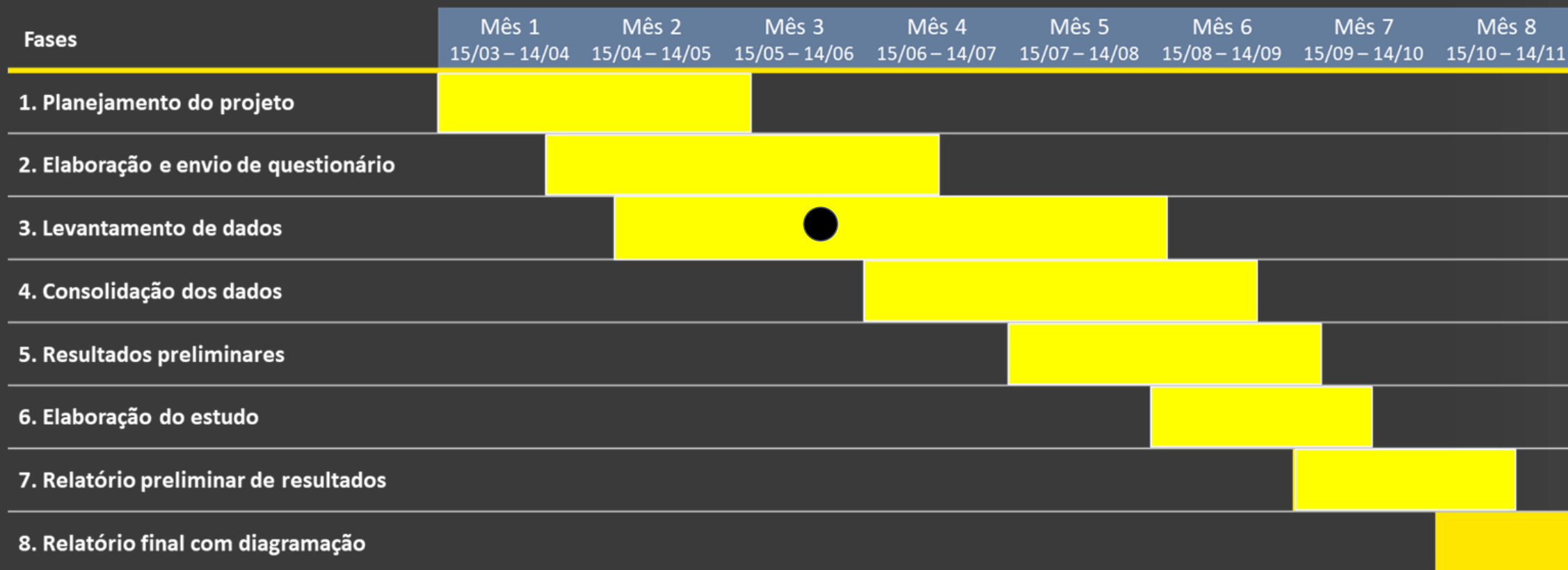
13 de Junho de 2024

## Atividades realizadas:

- Realização de reuniões de Status;
- Realização de reunião Estratégica;
- Realização de reuniões de PMO;
- Realização de reuniões com stakeholders;
- Finalização da definição do mapa de relacionamento;
- Elaboração de Lista de Contatos, com entidades e responsáveis;
- Elaboração e envio à SDE das versões iniciais dos Questionários:
  - Geral;
  - Simplificado;
  - Grupos de Mídia;
  - Confederações;
  - E-sports;
  - Clubes;
  - Militares;
  - Bets;
  - Materiais Esportivos.
- Validação dos Questionários pela SDE;
- 20+ reuniões de alinhamento e ajustes específicos de Questionários com representantes dos setores envolvidos
- Inclusão de Questionários na Plataforma GoogleForms.











# CRONOGRAMA

## GERAL DO PROJETO



# CRONOGRAMA

## MÊS 3

Fases	Semana 1 13/05 – 17/05	Semana 2 20/05 – 24/05	Semana 3 27/05 – 31/05	Semana 4 03/06 – 07/06	Semana 5 10/06 – 14/06
Definição da Matriz de Relacionamento					
Definição de Contatos Prioritários					
Elaboração de Questionários					
Validação dos Questionários					
Alimentar Questionários no GoogleForms					



**#SOMOSTODOSDOESPORTE**

**SOU**  
do esporte

O ESPORTE INSPIRA UMA SOCIEDADE  
PARA UMA TRANSFORMAÇÃO SOCIAL,  
EQUILIBRA PARA UM BEM-ESTAR COMUM,  
ENOBRECE PARA UMA CIDADANIA POSITIVA E  
ENCHE DE ORGULHO UMA NAÇÃO.



**sou**  
do esporte

Contato: [soudoesporte@soudoesporte.com.br](mailto:soudoesporte@soudoesporte.com.br) Site: [soudoesporte.com.br](http://soudoesporte.com.br)

**TRANSFORMANDO O BRASIL EM UMA NAÇÃO ESPORTIVA.**