CORREIO BRAZILIENSE

SUPER ESPORTES

www.df.superesportes.com.br - **Subeditor:** Marcos Paulo Lima E-mail: *esportes.df@dabr.com.br* Telefone: (61) **3214-1176**

MERCADO

O Paris Saint-Germain confirmou, ontem, a saída ao final da temporada do meia Ángel Di María, depois de sete anos no clube. O argentino de 34 anos fará seu último jogo com a camisa do PSG, hoje, contra o Metz, pela 38ª e última rodada do Campeonato Francês. Di María chegou ao time parisiense em 2015 e desde então foi campeão cinco vezes do Campeonato Francês, quatro vezes da Copa da Liga Francesa, além de cinco Copas da França e quatro Supercopas da França. Em 2020, foi vice da Champions League.

BRASILEIRÃO Agronegócio turbina as receitas e o desempenho de 18 dos 40 clubes das séries A e B. CBF também se rende ao setor da economia responsável por 27,4% do PIB do país e assina patrocínio de três temporadas com empresa gigante do ramo

O novo campo de investimentos

MARCOS PAULO LIMA

Os clubes de futebol do país são cada vez mais atraídos por um setor em expansão no mercado de patrocínios. Responsável por 27,4% do Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil de acordo com cálculo do Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (Cepea) da USP, e fonte de renda para 30,5 milhões de pessoas, o agronegócio despeja dinheiro na camisa de 18 dos 40 clubes das séries A e B do Campeonato Brasileiro. Até a CBF, organizadora das quatro divisões, rendeu-se ao poder econômico. No último dia 11, a entidade assinou contrato de três anos com a GIROAgro. No total, 21 companhias diferentes do ramo aplicam o rico dinheirinho nos uniformes dos times.

Na semana passada, o **Correio** mostrou o avanço das Casas de Apostas no futebol, atestado pelo Mapa do Patrocínio de uniformes de futebol no Brasil em 2021. O estudo divulgado pelo IBOPE Repucom aponta outra expansão de negócios. "Observamos a ascensão de patrocinadores ligados ao Agronegócio", comprova o executivo Arthur Bernardo Neto, Head do instituto de pesquisa.

O dinheiro chega aos cofres dos clubes por meio de ações pontuais de marketing, ajuda com custo de atleta ou acordos tradicionais. Os clubes mais beneficiados estão nas regiões Sul, Sudeste e Centro-Oeste. Athletico-PR, Juventude, Corinthians, Santos, Atlético-GO e Cuiabá são os seis beneficiados na Série A. Coincidentemente, todos estão instalados em cidades fortes no segmento do agronegócio. Pela primeira vez desde 1986, por exemplo, o Centro-Oeste tem três times na primeira divisão.

"O futebol tem penetração em todas as camadas e o agronegócio enxergou os atributos relevantes do esporte para estar nele: relevância, entrega de awareness e percepção de força, pois só o patrocina quem tem estrutura. Além disso, o futebol tem buscado patrocinadores e oportunidades de novos acordos em segmentos que não são tão usuais", avalia Armênio Neto, especialista em novos negócios na indústria esportiva.

CEO da agência de marketing esportivo Heatmap, Renê Salviano comanda empresa responsável pela captação de patrocínios para clubes, entidades e atletas e reconhece que o futebol está turbinado pelo agro. "Por ser o nosso maior negócio e uma das principais locomotivas do progresso do país, vejo o apoio com bons olhos", comemora o executivo.

"O futebol tem penetração em todas as camadas e o agro enxergou atributos relevantes do esporte para estar nele"

Armênio Neto, especialista em novos negócios da indústria esportiva

"Nós recebemos o incentivo econômico e eles podem expor a marca. A nossa camisa tem alcance global"

Walter Dal Zotto Júnior, presidente do Juventude

30,5

MILHÕES

de pessoas têm como fonte de renda o agronegócio. O setor é responsável por 27,4% do PIB do Brasil de acordo com Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (Cepea)

Estreante na Série A no ano passado, o Cuiabá se manteve na primeira divisão graças, em parte, ao dinheiro do agronegócio. O clube ostenta contrato de R$ 2,7 milhões por ano com a Agro Amazônia em troca de espaço publicitário no ombro da camisa, nas placas do Centro de Treinamento e da Arena Pantanal, painéis na sala de imprensa e nas redes sociais. Investimento suficiente para turbinar a receita.

O agronegócio é a locomotiva da economia do Mato Grosso. Os patrocínios que recebemos deste segmento permitem exibir a relevância do estado. Temos a honra de expandir o alcance da principal potência econômica da região", comemora o vice-presidente do Cuiabá, Cristiano Dresch.

O Juventude também se manteve na elite graças aos "trocadinhos" do setor. O clube recebeu aporte da New Holland Agriculture, multinacional especializada em tratores e colheitadeiras. "O acordo é bom para o clube e para a empresa. Nós recebemos o incentivo econômico e eles podem expor a marca em nossos uniformes. Por disputarmos um campeonato de alcance global, a imagem da nossa parceira aparece em todo o planeta", destaca o presidente do Juventude, Walter Dal Zotto Júnior.

O Novorizontino briga na parte de cima na classificação da Série B. Esteve no G-4, saiu, mas ronda a zona de acesso à elite com injeção financeira do agro. O Novorizontino é privilegiado por ter, entre os seus parceiros, empresas do agronegócio que sabem também a importância do futebol para a movimentação da economia do interior", afirma o presidente do clube paulista, Genilson da Rocha Santos.

Líder do Brasileirão, o Corinthians está em litígio com o Grupo Taunsa. A firma assinou contrato com o segundo clube mais popular do país para ajudar no pagamento do salário do volante Paulinho. Como não honrou o pagamento, teve a logomarca retirada da lista de patrocinadores e parceiros. O caso foi repassado ao departamento jurídico.

Apesar dos "cases" de sucesso e insucesso, especialistas em marketing esportivo apontam para o avanço dos investimentos. "A força do agronegócio no futebol tem um peso muito significativo no mercado esportivo, porque o objetivo dos gestores é fazer com que haja o máximo de segmentos possíveis atuando dentro desta área. Cada clube, cada entidade esportiva, cada federação, tem como objetivo principal ter um parceiro para cada segmento do mercado", explica Bernardo Pontes, sócio da Alob Sports.

A força do agro no futebol

As marcas estampadas na camisa de 18 times da primeira e segunda divisões

Série A

- **Athletico-PR -** Copacol
- **Juventude -** New Holland Agriculture
- **Corinthians -** Grupo Taunsa*
- **Santos -** Kicaldo
- **Atlético-GO -** Cristal Alimentos
- **Cuiabá -** Agro Amazônia

*Em litígio

Série B

- **Chapecoense -** Aurora
- **Criciúma -** Cooperja
- **Londrina -** RPF Group e Agro 100
- **Operário -** Feijão Pontarollo e Alegra
- **Ituano -** Pantera Alimentos
- **Novorizontino -** Açúcar Santa Isabel e Octa Grãos
- **Vila Nova -** Cristal Alimentos e Sinhá Alimentos
- **CRB -** Grupo Coringa
- **CSA -** Grupo Coringa
- **Bahia -** Canaã Alimentos
- **Sampaio Correa -** Malu Alimentos
- **Náutico -** Ovos São Luis

Rodada

Marcelo Cortes/Flamengo

Flamengo x Goiás

Para fugir da boca da degola e diminuir a crise que alastra nos bastidores, uma vitória é primordial para o Flamengo, hoje, contra o Goiás, às 16h30, no Maracanã.

Cesar Greco/Palmeiras

Juventude x Palmeiras

Cotado como favorito ao título do Brasileirão, o Palmeiras busca a primeira vitória fora de casa na competição. Hoje, às 19h, visita o Juventude no Alfredo Jaconi.

Ivan Storti/Santos FC

Santos x Ceará

Empolgado pela vitória emocionante na Copa Sul-Americana, o Santos tem uma nova pedreira pela frente: o Ceará. A bola rola às 18h30, na Arena Barueri.

Vitor Silva/Botafogo

América-MG x Botafogo

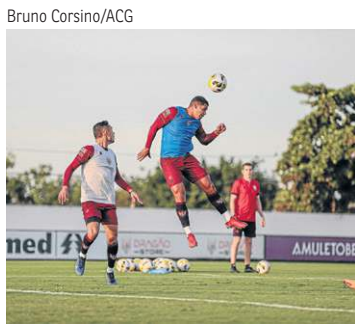
Separados por dois pontos, América-MG e Botafogo fazem duelo interessante pelas primeiras posições na tabela. O apito inicial no Independência será às 21h.

Ricardo Duarte/Internacional

Cuiabá x Internacional

O Inter quer que os bons resultados também sejam a tônica no Brasileirão. Para evoluir no campeonato, os Colorados visitam o Cuiabá, às 21h, na Arena Pantanal.

Bruno Corsino/ACG



Atlético-GO x Coritiba

Goianos e paranaenses fazem o duelo de extremos na tabela. Sexto colocado no Brasileirão, o empolgado Coxa visita o Dragão, vice-lanterna, às 16h30, no Antônio Accioly.