

BOLETIM INFORMATIVO

EDIÇÃO EXTRAORDINÁRIA
MARÇO DE 2019

MUDANÇAS E NOVAS ESTRUTURAS DO MERCADO DE FORNECIMENTO DE MATERIAL ESPORTIVO NO BRASIL

Antes baseado em um modelo de remuneração fixa, setor passou por mudanças para se adequar à realidade econômica e esportiva nacional

Camisas, calções, meias, chuteiras, caneleiras, tênis, trajes de viagens, casacos, mochilas, e mais uma infinidade de artigos, são utilizados por esportistas profissionais em seu dia-a-dia. Mais do que isso, esses itens são comuns em competições com alta visibilidade e por agremiações detentoras de marcas cujo valor ultrapassa a cifra dos milhões de reais, o que faz com que uma infinidade de consumidores adquira produtos de lojas espalhadas pelo Brasil e pelo mundo. Evidentemente, o setor de fornecimento de material esportivo é uma indústria das mais importantes no meio esportivo.

Com o *boom* econômico brasileiro no final dos anos 2000 e consequente aumento do consumo por parte da população, as gigantes do mercado de artigos esportivos vivenciaram um momento singular quando da assinatura de contratos de patrocínio com os grandes clubes brasileiros. Impulsionadas pelo aquecimento do mercado, havia a possibilidade de oferecer aos clubes, em troca da exposição de marca, patrocínio e fornecimento de materiais, um valor baixo de *royalties* e um montante fixo garantido – conhecido no mercado como garantia mínima – bastante substancial.

A lógica era simples: o número de camisas e demais artigos que seriam vendidos ao público seria suficientemente alto, garantindo, portanto, um faturamento equivalente e a possibilidade de assegurar aos clubes uma remuneração fixa significativa. O ganho, por parte das agremiações, também era interessante: a volatilidade das vendas de camisas em razão de um eventual desempenho esportivo ruim não existia, pois o valor pago era o mesmo, pouco importando o sucesso em campo em razão da baixa taxa de *royalties* devidos.

A derrocada econômica em meados dos anos 2010 alterou completamente o cenário. Desaquecido e empobrecido, o mercado consumidor não mais representava garantia de retorno financeiro às empresas com a venda de artigos esportivos. Desse modo, estas não tiveram alternativa senão mudar o modelo de negócio com os clubes de futebol. O modelo reformado é o que vemos ser empregado atualmente.

Hoje pode-se dizer que os clubes se tornaram verdadeiros parceiros das empresas fornecedoras, pois o montante de *royalties* – que chega a percentuais por vezes de mais de 30% - se avoluma com o maior número de vendas de camisas. É uma situação de “ganha-ganha”, na qual o clube precisa ser agente ativo na propaganda e incentivo de comercialização. O grande catalisador dessa relação é o desempenho em campo: não há maior incentivo ao consumidor do que comprar a camisa de time campeão.

Afora a relação dos *royalties*, o mercado também tem se modernizado em outros aspectos. Como se sabe, as fornecedoras de material esportivo pagam premiações substanciais em caso de conquistas de títulos, seja para clubes ou para atletas por elas patrocinados. Evidentemente, essas premiações representam um passivo considerável na vida das empresas. Para evitar problemas, o que se tem visto é a contratação de um seguro pelas empresas: o sinistro é o atingimento da meta esportiva, o título, e o prêmio é pago diretamente pela seguradora.

Uma última mudança substancial foi relativa os prazos dos contratos de patrocínio e fornecimento de materiais esportivos. Se outrora pensava-se em relações duradoura, normalmente de cinco anos, renováveis por outros cinco, passou-se a considerar um horizonte muito mais próximo, de dois anos renováveis por igual período. Na nova lógica das empresas, faz mais sentido que os contratos sejam mais efêmeros, do que o risco de ficar presa a uma relação deficitária.

Dinâmico, o mercado de fornecimento tem se mantido atualizado à realidade econômica nacional e esportiva. Em constante evolução. É um segmento de extrema importância para o futebol nacional e que merece grande atenção da comunidade esportiva brasileira.

André Carvalho Sica
Américo Espallargas