

Receitas do São Paulo Futebol Clube em 2024 – Estudo Comparativo

0. Resumo

Este artigo compara o crescimento das receitas das 16 equipes de maior poder econômico do Brasil, tendo por base o ano de 2012, e analisa as diferentes componentes que formam essas receitas, como os direitos de transmissão, as receitas de marketing, bilheteria e projeto de sócio torcedor, entre outras. Este texto considera exclusivamente, para todos os times, as receitas brutas geradas diretamente pela atividade Futebol Profissional e de Base, descartando, para efeitos de comparação mais justa, receitas como as provenientes do clube social ou outras fontes de renda.

Em 2012 o São Paulo ficou atrás apenas do Corinthians em termos de geração de receitas. Naquele ano o time de Parque São Jorge venceu a Libertadores e o Mundial, tendo elevadas receitas de premiação. Entre 2012 e 2024 a variação do IPCA foi de 97%, enquanto o SPFC aumentava 164% as suas receitas. No mesmo período, entretanto, o Flamengo teve um acréscimo de 587% e o Palmeiras crescimento de 557% em suas receitas. No intervalo considerado, o São Paulo perdeu posições no ranking das maiores receitas, e a cada ano está se distanciando dos clubes de maior arrecadação.

Em termos de receitas recorrentes, aquelas excetuando-se as negociações de direitos de atletas, o Tricolor ficou em quarto lugar, com R\$ 490 milhões gerados em 2024. O líder destacado foi o Flamengo, com R\$ 1,115 BILHÃO, seguido pelo Corinthians, com R\$ 713 milhões, e o Palmeiras com R\$ 544 milhões. Considerando o tamanho de sua torcida, estimada conservadoramente em 15 milhões de pessoas, observamos que o São Paulo consegue captar, por ano, uma média de R\$ 33 (trinta e três reais) por torcedor. É uma média equivalente à do Palmeiras (34), melhor que as de Corinthians e Flamengo (respectivamente 23 e 26), mas é apenas a metade do que conseguem obter o Internacional de Porto Alegre e o Fortaleza (média de R\$ 66 /torcedor/ano). O Atlético Paranaense gera quase R\$ 200 /torcedor/ano. Isso mostra que há potencial para aumento das receitas recorrentes.

Nas receitas de marketing – patrocínios, publicidade e licenciamento – o São Paulo fica muito abaixo de seus rivais diretos. Enquanto a equipe do Morumbi alcançou em 2024 receitas de R\$ 99 milhões nessas contas, o Palmeiras atingiu R\$ 179 milhões, o Corinthians R\$ 254 milhões e o Flamengo R\$ 418 milhões. As receitas de marketing do Flamengo em 2024 equivalem a quatro vezes o obtido pelo Tricolor, as do Corinthians duas vezes e meia e a do Palmeira quase o dobro. Os esforços têm sido feitos, mas o São Paulo está chegando atrasado em relação aos adversários.

Entre os clubes que divulgam a sua receita com projeto sócio torcedor, o São Paulo é apenas o nono colocado, mesmo disputando o posto de terceira maior torcida com o Palmeiras, o que eu avalio como um péssimo desempenho. Quanto à arrecadação de bilheteria, a nossa torcida garantiu o segundo lugar, com R\$ 96 milhões de renda bruta, atrás apenas do Flamengo no ano passado.

Na sequência vamos detalhar cada um dos comentários acima, aprofundar as análises, e incluir muitas informações adicionais de interesse torcida São Paulina.

Flavio Marques - SPFC

1. Introdução

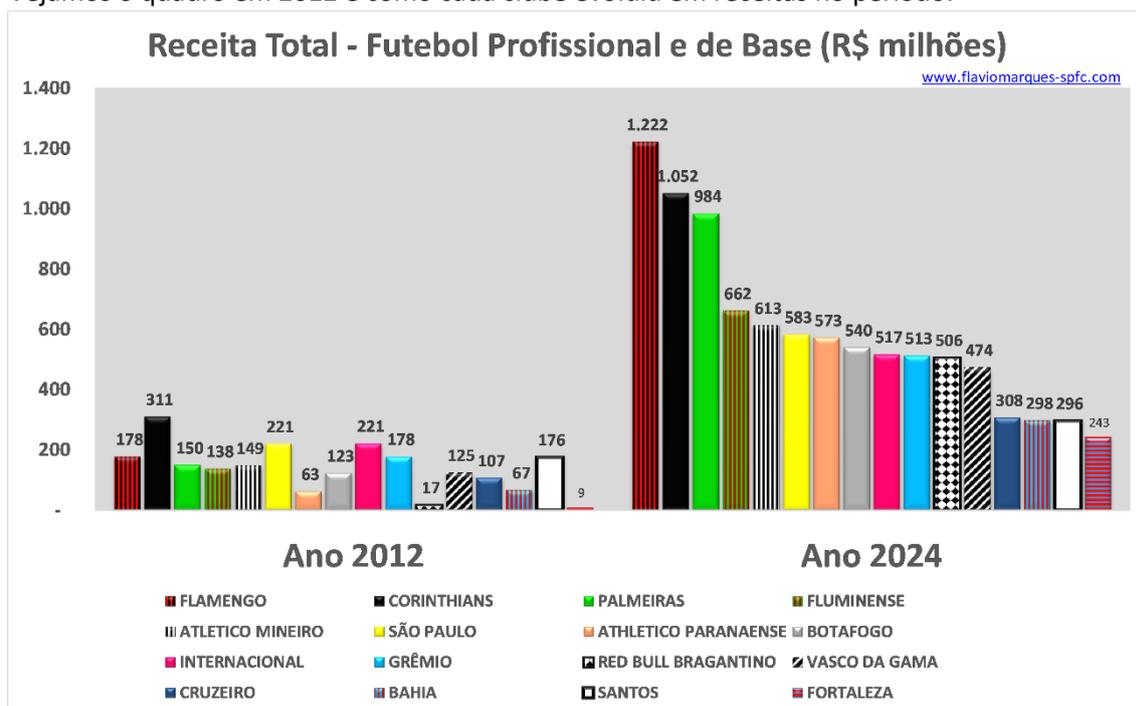
Com a divulgação oficial do balanço financeiro do São Paulo Futebol Clube, e de todos os demais clubes brasileiros exceto o Botafogo, em 2024, é possível comparar as receitas de diferentes fontes para cada time.

Aqui, ao contrário dos estudos que são publicados pela grande imprensa, destaco exclusivamente as receitas diretamente geradas pela atividade de futebol profissional e de base, para todos os clubes analisados, excluindo do comparativo os recursos provenientes de atividades sociais e esportes olímpicos, entre outras. Os demonstrativos do Red Bull Bragantino apresentados ao público são incompletos, e não permitem a comparação da receita por diferentes fontes, exceto a receita total e a de negociação de atletas. A receita total do Botafogo SAF foi estimada pela equipe que elabora o relatório Convocados, e adotada neste comparativo.

Nem todos os clubes seguem a mesma estrutura para reportar seus resultados financeiros. O Corinthians e o Santos, por exemplo, não destacam as receitas de seus projetos de sócio torcedor, o que prejudica alguns comparativos. Fazemos aqui a análise com os dados oficiais disponíveis para cada entidade, exceto a receita do Botafogo, como já explicado.

2. Evolução histórica das 16 maiores receitas do Futebol Brasileiro em 2024

A base de comparação é o ano de 2012, quando conquistamos nosso último título internacional. Esse ano marca também o início da virada administrativa do Clube de Regatas do Flamengo, então considerado o maior devedor do país, e o segundo rebaixamento do Palmeiras. O período de 2012 a 2024 cobre o terceiro mandato de Juvenal Juvêncio, a abreviada gestão de Carlos Miguel Aidar, a extensa administração de Carlos Augusto de Barros e Silva, o Leco, e quatro anos de mandato de Julio Casares como presidente. Lembremos aqui que Julio Casares foi diretor de Juvenal, vice-presidente de Aidar e membro do Conselho de Administração na gestão Leco. Vejamos o quadro em 2012 e como cada clube evoluiu em receitas no período.



Flavio Marques - SPFC

Em 2012 o SPFC estava tecnicamente empatado com o Internacional de Porto Alegre em segundo lugar entre as maiores receitas de futebol do país. Ambos ficavam abaixo apenas do Corinthians, em um ano que o time de Parque São Jorge venceu a Libertadores e o Mundial. Flamengo, Grêmio e Santos vinham logo atrás, e um pouco mais abaixo Palmeiras, Atlético-MG e Fluminense. O Atlético-PR, na época disputando a Série B, tinha receitas muito inferiores às dos paulistas, cariocas, mineiros e gaúchos. O Red Bull Bragantino, que teve atuação modesta na segunda divisão nacional em 2012, tinha receitas bem menores do que todos os demais times incluídos neste estudo. Em 2024 o São Paulo esteve em sexto lugar no ranking das receitas geradas pela unidade de Futebol Profissional e de Base.

Entre 2012 e 2024 a inflação oficial, medida pelo IPCA, foi de 97%. A tabela abaixo ajuda a entender como variou a receita total de cada entidade esportiva.

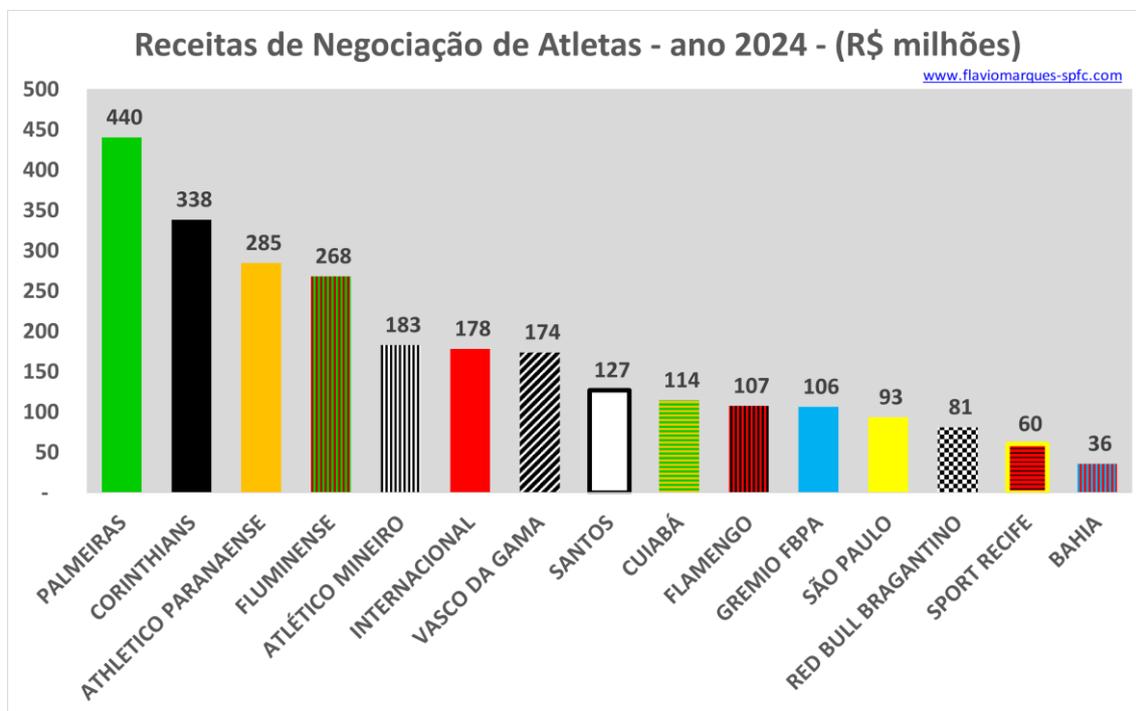
Futebol profissional e de base	www.flaviomarques-spfc.com		
valores em R\$ milhões	Ano 2012	Ano 2024	Varição %
FLAMENGO	178	1.222	587%
CORINTHIANS	311	1.052	238%
PALMEIRAS	150	984	557%
FLUMINENSE	138	662	380%
ATLETICO MINEIRO	149	613	312%
SÃO PAULO	221	583	164%
ATHLETICO PARANAENSE	63	573	813%
BOTAFOGO	123	540	340%
INTERNACIONAL	221	517	133%
GRÊMIO	178	513	189%
RED BULL BRAGANTINO	17	506	2806%
VASCO DA GAMA	125	474	278%
CRUZEIRO	107	308	186%
BAHIA	67	298	348%
SANTOS	176	296	69%
FORTALEZA	9	243	2598%
Subtotal 16 clubes de maior receita	2.223	9.141	311%
Varição do IPCA no período			97%

No período considerado o Flamengo multiplicou suas receitas em aproximadamente sete vezes, o Palmeiras quase seis vezes, e o Fluminense quase cinco vezes, enquanto Bahia, Atlético Mineiro, Botafogo e Vasco tiveram crescimento parecido entre eles, alcançando em 2024 aproximadamente o quádruplo das receitas de 2012. Enquanto isso, o São Paulo atingiu em 2024 uma receita equivalente a 2,6 vezes o que havia arrecadado em 2012, tendo evolução inferior a todos os demais times da análise, exceto Internacional e Santos.

3. Receitas de Negociação de Atestado Liberatório de Atletas

Flavio Marques - SPFC

Os grandes clubes brasileiros têm como parte importante de suas receitas a negociação de atestado liberatório de atletas. Essa fonte de recursos, porém, depende basicamente de fatores externos ao Clube. Não há como prever com razoável precisão quanto será arrecadado por meio da negociação de direitos federativos e econômicos de jogadores de futebol, pois os valores dependem de muitas variáveis. Vejamos como ficou a comparação do ano 2024.



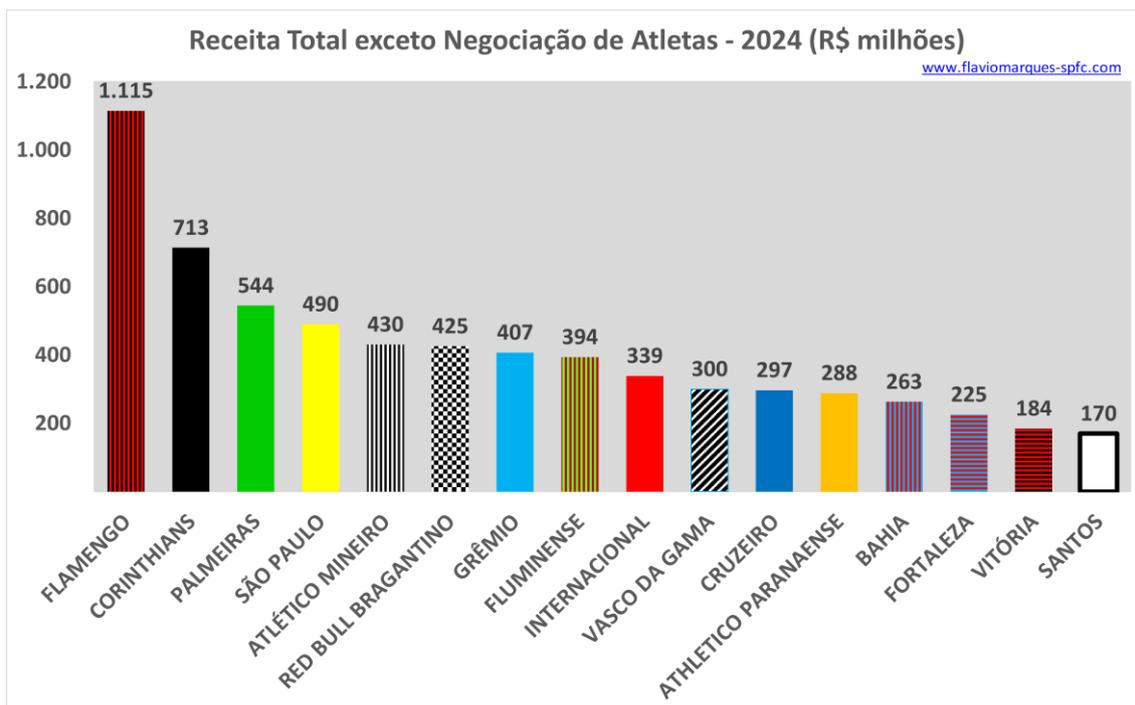
O São Paulo Futebol Clube foi o décimo segundo colocado nesta linha de receitas, com R\$ 93 milhões, dos quais um terço foi resultante da venda de Diego Costa ao Krasnodar. Em 2024, 16% da receita total do futebol do SPFC foi proveniente da negociação de direitos de atletas.

Para efeitos de comparação o Palmeiras obteve apenas com Endrick, jogador de sua base que teve passagem pelo Tricolor no início da formação, o valor de R\$ 173 milhões em 2024, quando se efetivou a transferência. Endrick já havia rendido ao alviverde R\$ 23 milhões em 2023, quando foi firmado o acordo de preferência, completando, portanto, R\$ 196 milhões de receita bruta. Um único atleta da base palmeirense foi vendido por mais do que o dobro do que o SPFC conseguiu com seus atletas em 2024. O Santos obteve R\$ 82 milhões apenas com a venda do atacante Marcos Leonardo para o Benfica, e o Peixe arrecadou R\$ 127 milhões em negociação de direitos de atletas em 2027, R\$ 34 milhões a mais que o São Paulo. A necessidade de caixa com urgência está nos conduzindo a vendas ruins.

4. Receitas Recorrentes

Uma maneira mais coerente de se comparar o trabalho dos gestores dos diferentes clubes é avaliar sob o ponto de vista das receitas recorrentes, aquelas regulares, como contratos de transmissão, publicidade e patrocínios, licenciamento, bilheteria e sócio torcedor. Vejamos aqui a comparação excluindo as receitas de negociação de direitos de atletas.

Flavio Marques - SPFC



O gráfico acima mostra um distanciamento do São Paulo em relação a seus principais rivais históricos, Corinthians e Palmeiras, e uma enorme diferença em relação ao Flamengo. Em termos de receitas recorrentes, o Tricolor está em quarto lugar no ranking, sua diferença para o terceiro colocado, o Palmeiras, é de R\$ 54 milhões, enquanto se encontra R\$ 60 milhões acima do Atlético Mineiro, o quinto colocado. Vejamos a tabela de evolução das receitas recorrentes entre 2012 e 2024:

Receitas recorrentes www.flaviomarques-spfc.com

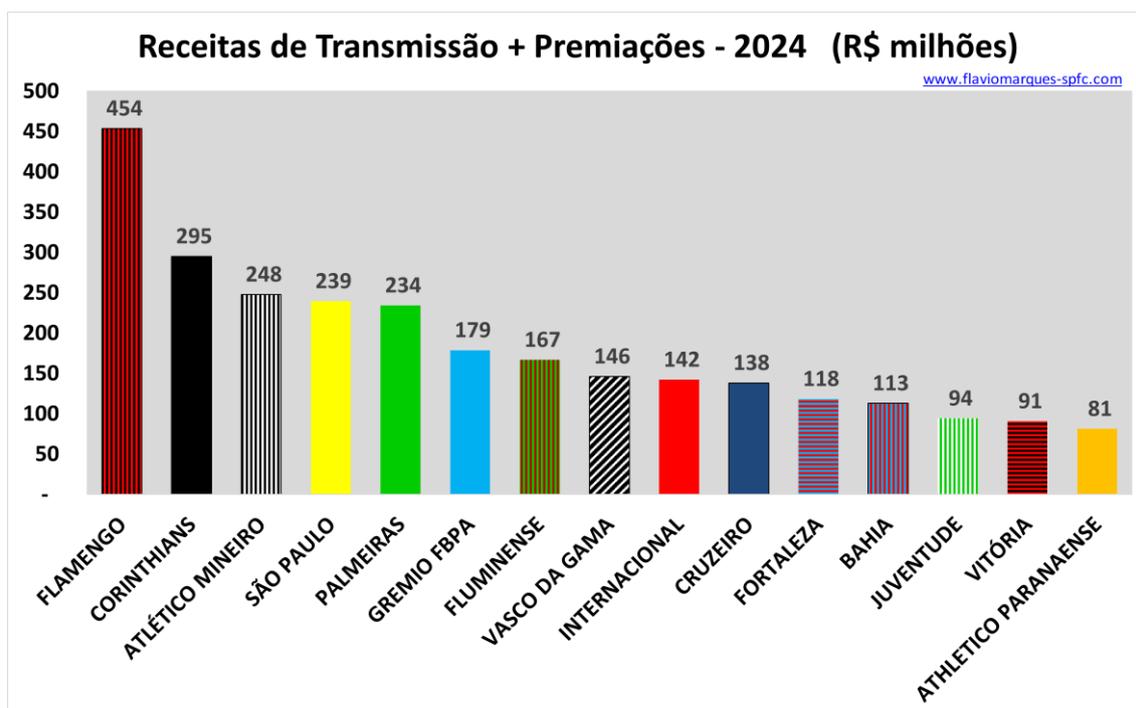
valores em R\$ milhões	Ano 2012	Ano 2024	Variação %
FLAMENGO	166	1.115	570%
CORINTHIANS	277	713	157%
PALMEIRAS	143	544	279%
SÃO PAULO	174	490	181%
ATLÉTICO MINEIRO	137	430	214%
RED BULL BRAGANTINO	17	425	2341%
GRÊMIO FBPA	141	407	189%
FLUMINENSE	87	394	354%
INTERNACIONAL	181	339	87%
VASCO DA GAMA	95	300	217%
CRUZEIRO EC	84	297	254%
ATHLETICO PARANAENSE	57	288	406%
BAHIA	67	263	294%
FORTALEZA	9	225	2402%
VITÓRIA	52	184	253%
SANTOS	148	170	14%
Subtotal 16 clubes de maior receita	1.836	6.582	259%
Variação do IPCA no período			97%

Flavio Marques - SPFC

Comparativamente aos valores de 2012, o Flamengo multiplicou suas receitas recorrentes por um fator de 6,70 vezes (570% de crescimento, contra uma inflação de 97%), o Palmeiras por 3,79 vezes (279% de crescimento), enquanto o São Paulo teve 181% de crescimento, multiplicando por 2,81 vezes seus ingressos de recursos em doze anos, um desempenho inferior ao da média dos clubes deste estudo. O Fluminense multiplicou suas receitas recorrentes por um fator de 4,54 (354% de crescimento). O Atlético-PR, excluído apresentou crescimento de 406% nas receitas recorrentes. O Internacional teve crescimento de 87%, inferior à inflação do período, enquanto o Santos, disputando a série B em 2024, cresceu apenas 14%.

5. Direitos de Transmissão e Premiações

Para a maioria dos clubes, a receita proveniente de direitos de transmissão, em várias plataformas – TV Aberta, a cabo, PPV, serviços de streaming – corresponde à maior parte do valor arrecadado anualmente. Esse mercado tem mudado fortemente na última década, e hoje as receitas provenientes de mídia digital já se aproximam, ou podem até superar, as receitas fixas de mídia convencional, como é o caso do Flamengo e do Atlético PR. Um fato que vem se intensificando nos últimos anos é a vinculação entre as verbas de transmissão e o desempenho esportivo de cada equipe. Uma parcela de 30% da verba de transmissão do Campeonato Brasileiro da Série A é distribuída com base na classificação obtida por cada um dos times no campeonato. As cotas por passagem de fase nas Copas também são rateios das verbas de transmissão que as emissoras pagam por cada competição. Alguns clubes como Corinthians, Santos, Grêmio, Atlético Mineiro e Cruzeiro, e desde 2022 também o SPFC, contabilizam essas verbas em uma única linha, como Direitos de Transmissão. Para incluir um maior número de times na comparação, vamos utilizar a soma das fontes de recursos “Direitos de Transmissão” com “Premiação em Campeonatos” em um único gráfico.

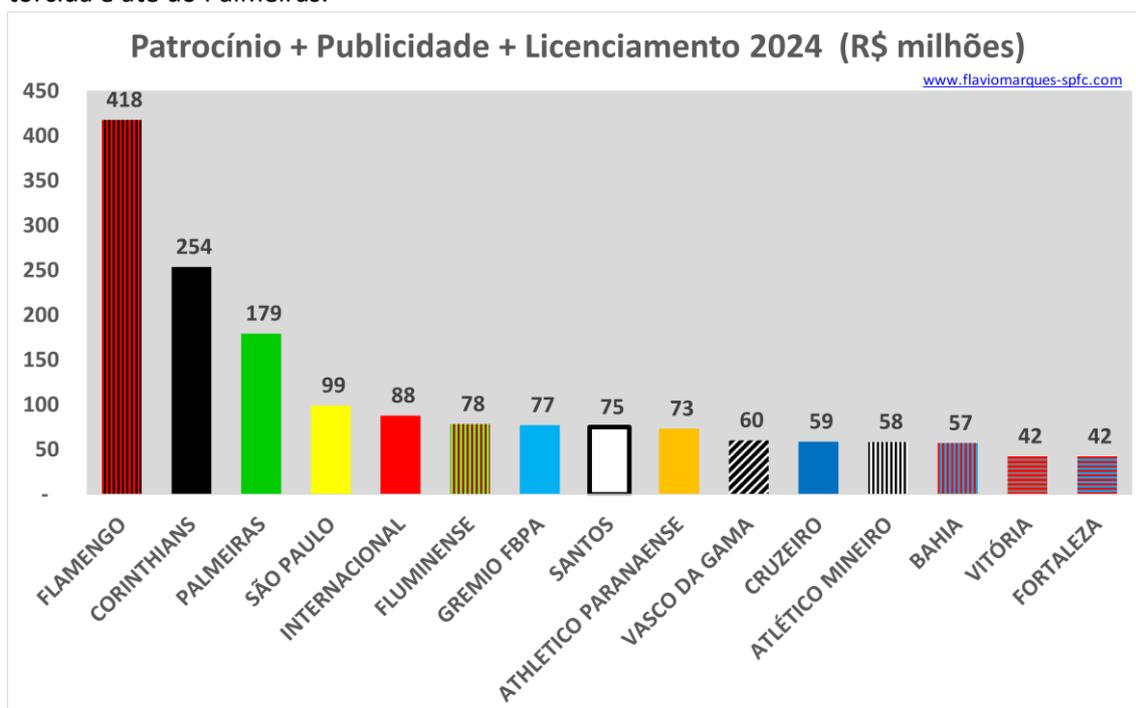


Flavio Marques - SPFC

As receitas de transmissão e premiações de Flamengo e Corinthians foram turbinadas pelo valor mínimo que essas agremiações tinham por contrato nas receitas do Pay-Per-View, regra que foi extinta com o novo contrato válido de 2025 a 2029, e pela preferência na exibição em TV aberta. Dessa forma, os dois times mais populares do país lideram o ranking de direitos de transmissão e premiação, no caso do Flamengo ainda com o acréscimo da boa premiação da Copa do Brasil conquistada em 2024. Na sequência vêm Atlético Mineiro, finalista da Copa do Brasil e da Libertadores, e em quarto lugar o São Paulo, com receita pouco superior à do Palmeiras. Grêmio e Fluminense vêm no patamar abaixo, já mais distantes.

6. Patrocínio, Publicidade e Licenciamentos

A área de Marketing é essencial para o sucesso de qualquer empreendimento hoje em dia. Isso vale também para os times de futebol. Por muitos anos, porém, o Marketing do SPFC foi deixado em segundo plano, servindo apenas para acomodar aliados políticos do presidente, e isso causou sérios danos à geração de receitas para o São Paulo. Em 2021 a função foi recuperada e um Diretor Executivo, Eduardo Toni, profissional do mercado, contratado. O trabalho tem surtido algum efeito, com crescimento das receitas de publicidade, patrocínios e licenciamento de marca do São Paulo Futebol Clube, mas ainda estamos muito abaixo dos times de maior torcida e até do Palmeiras.



As receitas de Publicidade, Patrocínios e Licenciamento de Marca do São Paulo em 2024 foram equivalentes às do Internacional de Porto Alegre, time que tem pouco mais de um terço do número de torcedores do Tricolor Paulista. Os times do Fluminense e Grêmio, que vêm na sequência, tiveram receitas de marketing apenas 22% inferiores à do São Paulo.

O Corinthians gerou 157% mais do que o SPFC em receitas de marketing, o Palmeiras, já com novo patrocinador, 81% mais e o Flamengo, 322% a mais do que o Tricolor. O São Paulo Futebol Clube, que disputa com o Palmeiras a terceira maior torcida do país, ficou em quarto lugar no ranking de receitas de publicidade, patrocínio e licenciamento, mas muito abaixo de seus rivais

Flavio Marques - SPFC

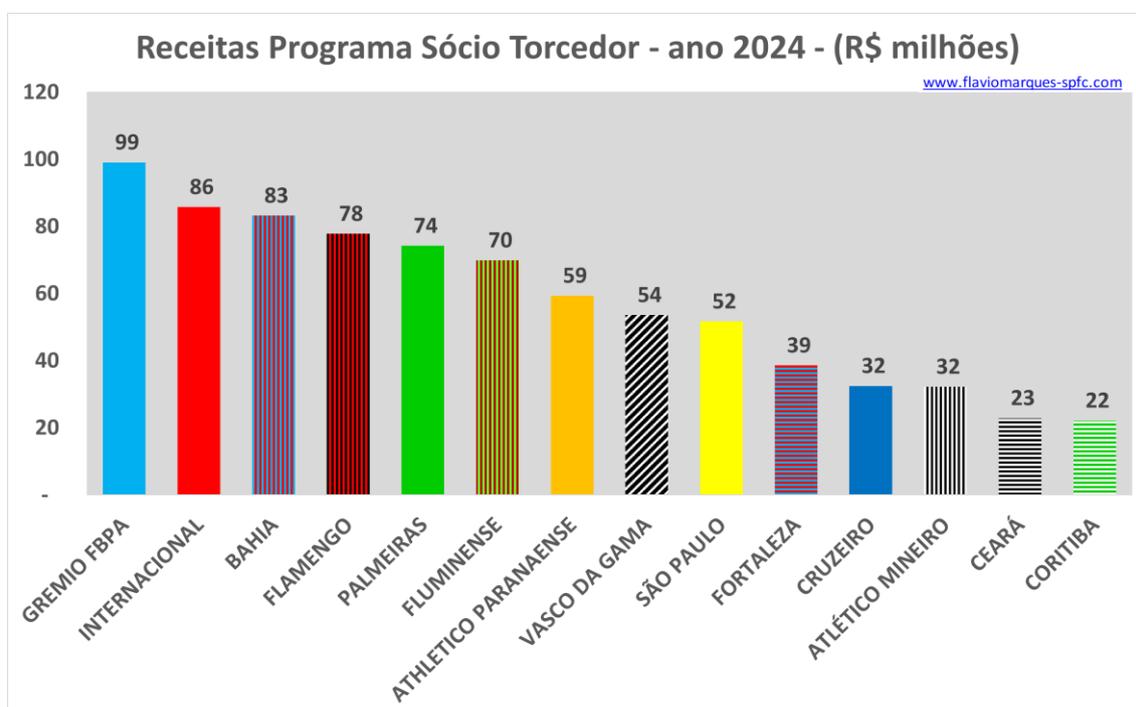
diretos. Comparativamente ao número de torcedores de cada time, nosso desempenho em captar recursos de marketing é muito inferior.

7. Programa Sócio Torcedor

O São Paulo Futebol Clube foi o primeiro a criar um programa de Sócio Torcedor (ST), lançado em janeiro de 1999, em projeto idealizado por Edson Lapolla, e por isso é o detentor do domínio “sociotorcedor.com.br” e proprietário da marca “Sócio Torcedor” no Brasil. O pioneirismo, entretanto, não se transformou em liderança de geração de receitas.

No momento em que finalizo este texto, o website do sócio torcedor do SPFC indicava um número de 56.673 sócios, uma conversão da ordem de 0,4% dos 15 milhões de São Paulinos com idade igual ou superior aos 15 anos. Muitos clubes ocultam o número de seus sócios torcedores, e o Santos não divulga separadamente a receita gerada por seu programa Sócio Rei.

No gráfico abaixo listo os dados disponíveis para comparação.



Os dados oficiais, publicados pelas entidades desportivas do Brasil, mostram que o Programa Sócio Torcedor (ST) do SPFC é o nono colocado no ranking em 2024. Os R\$ 52 milhões de receita gerados pelo Programa ST correspondem a aproximadamente a metade da renda gerada pelo “Grêmio Sócio” do Grêmio, clube de alcance regional, e foram abaixo das receitas de Vasco, Atlético Paranaense e Fluminense, apenas para efeito de comparação. Comparando modelos de negócio e potencial de arrecadação equivalentes, vemos que o Sócio Torcedor (SPFC) teve receita 30% inferior ao Avanti (Palmeiras) e 33% inferior ao Nação Rubro Negra (Flamengo).

Por que o Sócio Torcedor é um fracasso, mesmo quando o time vai bem, enquanto outros times de menor torcida e resultados esportivos piores conseguem maiores receitas? Responderei por partes.

Flavio Marques - SPFC

O Sócio Torcedor do SPFC (ST) sofre concorrência direta e indireta alimentadas pela própria diretoria do Clube. Sobre a concorrência direta, uma promessa de campanha de Julio Casares era a de vender ingressos a preços populares no setor de arquibancada norte (antiga “amarela”). Essa promessa está sendo cumprida, ainda que os ingressos tenham sido majorados fortemente em 2024. No clássico contra o Palmeiras, realizado em 29/04/2024, o torcedor comum poderia comprar um ingresso de arquibancada norte por R\$ 50,00, ou mesmo por R\$ 25,00 caso tivesse direito a meia entrada. Um ST do plano “Branco”, que desembolsa R\$ 45,00 em mensalidade, pagaria R\$ 56,00 em um ingresso equivalente – arquibancada atrás dos gols, ou R\$ 70,00 para assistir em uma arquibancada lateral, sem direito a meia entrada. O ingresso “popular” se mostrava mais vantajoso para quem busca uma opção econômica, e não frequenta todos os jogos, do que se associar ao programa ST.

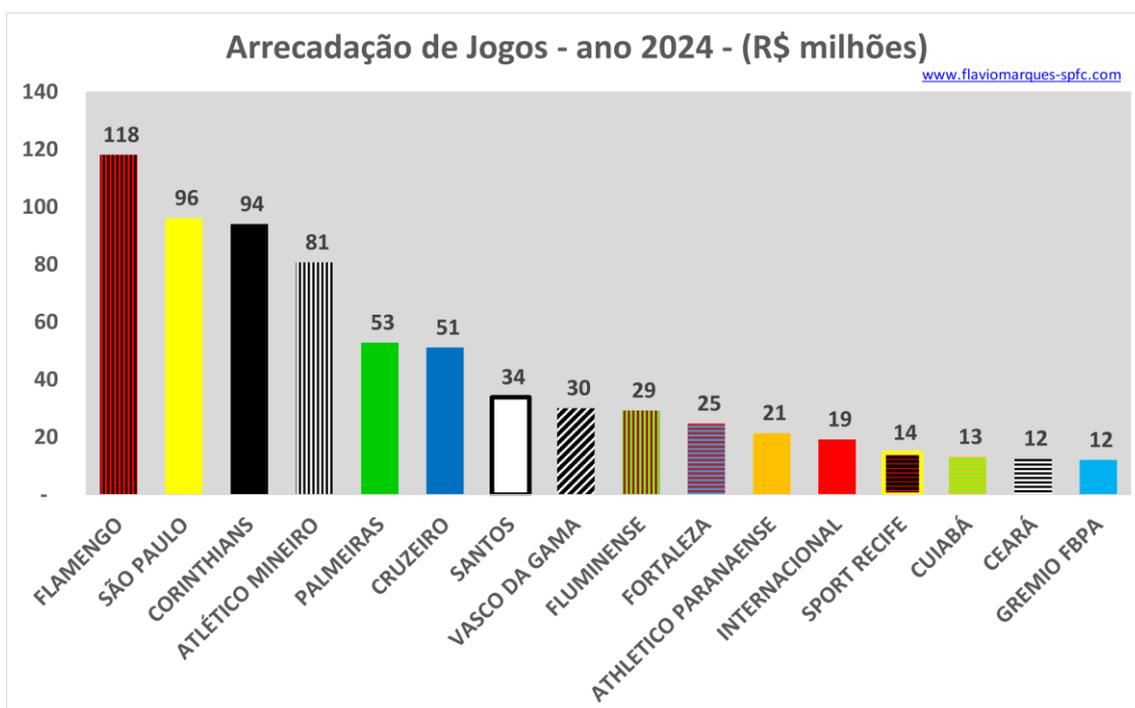
A concorrência indireta ocorre por meio do subsídio e garantia de ingressos para as torcidas organizadas. Um membro da Independente, da Dragões ou de outras torcidas uniformizadas do São Paulo não tem incentivo para se associar ao Programa Sócio Torcedor. No jogo final da Copa do Brasil, no Morumbi, São Paulo x Flamengo, realizado em 24/09/2023, foram disponibilizados aproximadamente 4.000 ingressos de “arquibancada sul – meia”, ao preço unitário de R\$ 150,00, para que as torcidas atendessem seus componentes. Os Sócios Torcedores, com exceção do plano Diamante, em sua maioria não tiveram a oportunidade de adquirir ingressos para essa partida. O sócio da Torcida Tricolor Independente (TTI) paga uma taxa de R\$ 250,00 de cadastro, que pode ser dividida em três vezes, e vale por dois anos de isenção de mensalidades. Dividindo por 24 meses, o associado da TTI tem um custo mensal de R\$ 10,42, a metade do que paga o Sócio Torcedor “Vermelho” atualmente, e tem “prioridade” mais efetiva na compra de ingressos. A garantia de ingressos a torcidas organizadas prejudica o programa Sócio Torcedor.

O programa Sócio Torcedor do SPFC funciona basicamente como um plano de descontos e prioridades na compra de ingressos, e sofre grandes flutuações no número de associados em relação direta com o desempenho do time em campo. Com isso há uma enorme volatilidade das receitas do programa. Desde setembro de 2023, quando disputamos a final da Copa do Brasil, o programa ST já perdeu quase 7.000 associados, uma queda de 11% no número de sócios adimplentes.

Um atrativo para a manutenção da associação mesmo em fases de mau desempenho do time é o direito de voto para presidente do clube, vinculado a um tempo mínimo de associação ininterrupta. Os sócios torcedores de Grêmio, Internacional, Flamengo, Fluminense e Atlético PR têm o direito de votar para presidente, sob diferentes condições, mas todos vinculados a um tempo mínimo de permanência contínua no plano, o que é um grande incentivo para a permanência dos associados mesmo em crises como a pandemia.

8. Arrecadação de Jogos

Flavio Marques - SPFC



Aqui o São Paulo se colocou em segundo lugar, à frente de Corinthians e Palmeiras e atrás apenas do líder Flamengo. Os R\$ 96 milhões de renda bruta de jogos foram obtidos com o mando de 34 jogos, presença total de 1.500.265 torcedores, média de público de 44.125 torcedores por jogo, ocupação de 67% dos assentos disponíveis, com ticket médio de R\$ 64 por pagante por jogo. Em 2023, excetuando-se a final da Copa do Brasil, o ticket médio do SPFC foi de R\$ 59, portanto, em 2024 se observou uma majoração de 8,5% no preço dos ingressos do Tricolor.

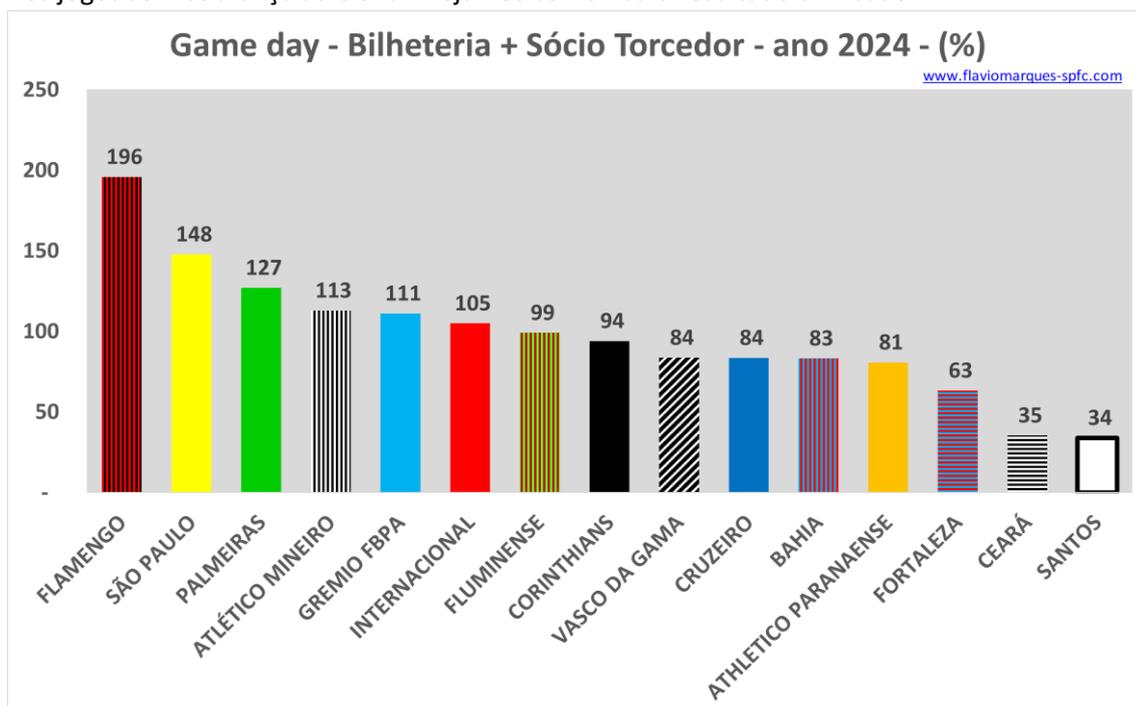
Em 2025 o público continua prestigiando o time, mas não no mesmo nível do ano passado. Em 18 partidas como mandante, entre janeiro e junho de 2025, o São Paulo vendeu 616.088 ingressos, com média de 34.227 pessoas por jogo. A renda total está em R\$ 34.270.891 até o momento, com média de R\$ 1.903.938 por jogo, e ticket médio de R\$ 55,63. A permanecer essa média de público, e considerando que o segundo semestre tem jogos de maior apelo para o público, como os play-offs de Libertadores e Copa do Brasil e a reta final do Brasileiro, a arrecadação anual de 2025 deve chegar próxima aos R\$ 90 milhões em um ano, o que deve manter o Tricolor entre as três maiores receitas de bilheteria.

Um ponto de preocupação aqui diz respeito ao excessivo número de cortesias que são distribuídas a cada jogo. Ingressos gratuitos para Conselheiros, para a Presidência, para todas as diretorias executivas e do clube social, em muitos casos incluindo serviços de alimentos e bebidas em camarotes, representando algo próximo a 4.000 ingressos por jogo. Isso significa mais de 10% do público médio por partida. Essas cortesias são computadas na renda bruta pelo valor “de face” do ingresso, um valor que o Clube contabiliza, mas não recebe. Além de não receber o valor, ainda recolhe encargos de 5% da suposta renda para o INSS, 5% para taxas de Federação e 2% de ISS. Se expurgarmos da arrecadação total esses 22% de renda fictícia, teremos um valor efetivo na casa de R\$ 75 milhões, ou R\$ 21 milhões abaixo do que o publicado. Essas cortesias, taxas e impostos são computadas no grupo de “despesas com jogos”, impactando o resultado financeiro total do SPFC.

Flavio Marques - SPFC

9. Game Day – Bilheteria + Sócio Torcedor

Tem sido cada vez mais frequente a referências às receitas de “Game Day”, somando a arrecadação de jogos ao que o clube gera com seus programas de sócio torcedor. Dessa forma equalizamos o impacto dos diferentes modelos de negócios entre a repartição de receitas de sócio torcedor e bilheteria. Enquanto clubes como São Paulo, Flamengo, Palmeiras e Corinthians têm nos seus programas de sócio torcedor um aspecto de descontos e prioridade de compra, outras entidades como o Grêmio, por exemplo, garantem o ingresso de seus sócios torcedores nos jogos sem cobrança adicional. Vejamos como fica o resultado unificado.



Essa forma de ver o resultado mostra a grande vantagem competitiva do Flamengo sobre os adversários quanto à receita direta vinda dos torcedores que frequentam estádios, seguido pelo São Paulo, que se mantém à frente do Palmeiras. É interessante observar o equilíbrio de arrecadação entre Atlético Mineiro, Grêmio, Internacional e Fluminense, formando o quarto pelotão.

O Corinthians não divulgou oficialmente sua receita de Sócio Torcedor, incluindo-a em “outras receitas”, o que distorce o comparativo. Em 2023 o alvinegro do Parque São Jorge apresentou uma receita de R\$ 43 milhões em seu programa Fiel Torcedor. Se repetiram o valor em 2024, a sua receita de Game Day chegou a R\$ 137 milhões, tomando o terceiro lugar do ranking do alviverde da Pompeia.

10. Geração de Receita por Torcedor por Equipe

As receitas recorrentes, como chamamos, são valores que, direta ou indiretamente, são geradas pela massa de torcedores de cada equipe. Bilheteria e programas de Sócio Torcedor são exemplos de receitas geradas diretamente pelos torcedores. Direitos de transmissão,

Flavio Marques - SPFC

publicidade, patrocínios e licenciamentos podem ser enquadradas em receitas geradas indiretamente pela torcida.

www.flaviomarques-spfc.com

Receitas recorrentes (exceto Negociação de Direitos de Atletas)	Ano 2024 R\$ milhões	Torcida (milhões de pessoas)	Receita / torcedor (R\$ / ano)
FLAMENGO	1.115	43	26
CORINTHIANS	713	31	23
PALMEIRAS	544	16	34
SÃO PAULO	490	15	33
ATLÉTICO MINEIRO	430	9	51
RED BULL BRAGANTINO	425	0	2.000
GRÊMIO	407	10	42
FLUMINENSE	394	6	66
INTERNACIONAL	339	6	55
VASCO DA GAMA	300	14	21
CRUZEIRO	297	11	26
ATHLETICO PARANAENSE	288	1	194
BAHIA	263	6	44
FORTALEZA	225	3	66
VITÓRIA	184	4	46
SANTOS	170	8	21

O quadro acima compara o total de receitas recorrentes, o número de torcedores de cada time (segundo pesquisa do Instituto Atlas Intel, com dados coletados entre 1º e 5 de agosto de 2024), e mostra a eficácia de cada clube em converter a paixão de seus torcedores em recursos para o time de futebol. Para efeito de tamanho de torcida, são considerados os torcedores residentes no Brasil, na faixa etária igual ou superior aos 15 anos de idade.

O São Paulo Futebol Clube arrecada, em receitas recorrentes, apenas R\$ 33 (trinta e três reais) por ano com cada torcedor. É uma média parecida com a do Palmeiras (R\$ 34 / torcedor / ano) e melhor que as de Flamengo (R\$ 26 / torcedor / ano) e Corinthians (R\$ 23 /torcedor por ano), mas muito inferior a outros clubes no futebol brasileiro. O Atlético PR arrecada praticamente seis vezes mais por torcedor, com uma média de R\$ 194 anuais, e o Internacional, que vinha sem ganhar nenhum título há algum tempo, o dobro (R\$ 66 /torcedor/ano).

Se os administradores do São Paulo Futebol Clube alcançassem a mesma eficácia que os do Internacional de Porto Alegre, na conversão de paixão em recursos, o Tricolor do Morumbi teria receita recorrente anual na casa de R\$ 1 bilhão, mais do que o dobro do que arrecadamos em 2024, equivalente à receita recorrente do Flamengo.

11. Conclusão

O São Paulo Futebol Clube esteve entre os líderes do ranking das maiores receitas do futebol brasileiro nos primeiros anos do Século XXI, e até 2013 apresentava consistentes superávits

Flavio Marques - SPFC

anuais, sendo administrado de forma a não gastar mais do que se podia arrecadar. A partir de 2014, porém, essa orientação deixou de ser aplicada.

O crescimento das receitas recorrentes e totais, moderado, abaixo do apresentado por seus principais adversários, ficou aquém do crescimento dos custos, e os prejuízos tornaram-se frequentes entre 2014 e 2024. Em 2024 tivemos mais um ano de elevado déficit, apesar da arrecadação recorde para o SPFC. Desde o ano 2019, os prejuízos acumulados excederam o patrimônio social, e o Clube passou a apresentar Patrimônio Líquido Negativo, também conhecido como Passivo a Descoberto, o que, contabilmente, representa uma situação de insolvência da Entidade, por não ter recursos para pagar o que deve.

De 2021 para cá, a diretoria do São Paulo vem adotando a estratégia de “fazer a roda girar”, isto é, investir de modo mais agressivo na formação de elenco, aumentando as despesas operacionais, com expectativa que as receitas adicionais resultantes do sucesso esportivo excedam os gastos envolvidos e a Instituição opere em superávit. Essa é uma estratégia arriscada, e, por hora, não está funcionando. O time conquistou dois títulos em 3 anos, o Paulista 2021 e a Copa do Brasil 2023, e chegou a outras duas finais, Paulista e Sul Americana em 2022, fato que não ocorria há mais de uma década. Houve ainda uma conquista de Supercopa Rei em 2024. O resultado acumulado dos quatro primeiros anos de mandato do presidente Julio Casares, entretanto, foi um déficit de R\$ 419 milhões e um aumento do endividamento líquido da entidade em R\$ 393 milhões.

O SPFC optou por seguir a fórmula adotada pelo Cruzeiro Esporte Clube, que venceu a Copa do Brasil por dois anos seguidos, em 2017 e 2018, antes de entrar em colapso financeiro e chegar à insolvência e rebaixamento para a série B em 2019, como consequência do endividamento excessivo. O Tricolor tem mais patrimônio, mais torcida, e maior potencial de geração de receita do que a “Raposa” de Minas Gerais, e pode durar mais tempo na elite mesmo com seguidos e crescentes déficits, mas existe uma grande probabilidade que essa estratégia fracasse no longo prazo.

Para recuperar sua posição de liderança, o SPFC precisará antes sanear suas finanças, por meio de uma administração mais austera quanto às despesas, gerando superávits e fluxo de caixa para reduzir o endividamento até um nível mais saudável, para então voltar a investir, mas de forma profissional, responsável, como foi feito pelo Flamengo no período 2013 a 2019.

Dedicar todos os esforços apenas para o aumento de receitas não será suficiente para recuperar as finanças do São Paulo a médio e longo prazo.

Flavio Marques

20/06/2025