

## Receitas do São Paulo Futebol Clube em 2023 – Estudo Comparativo

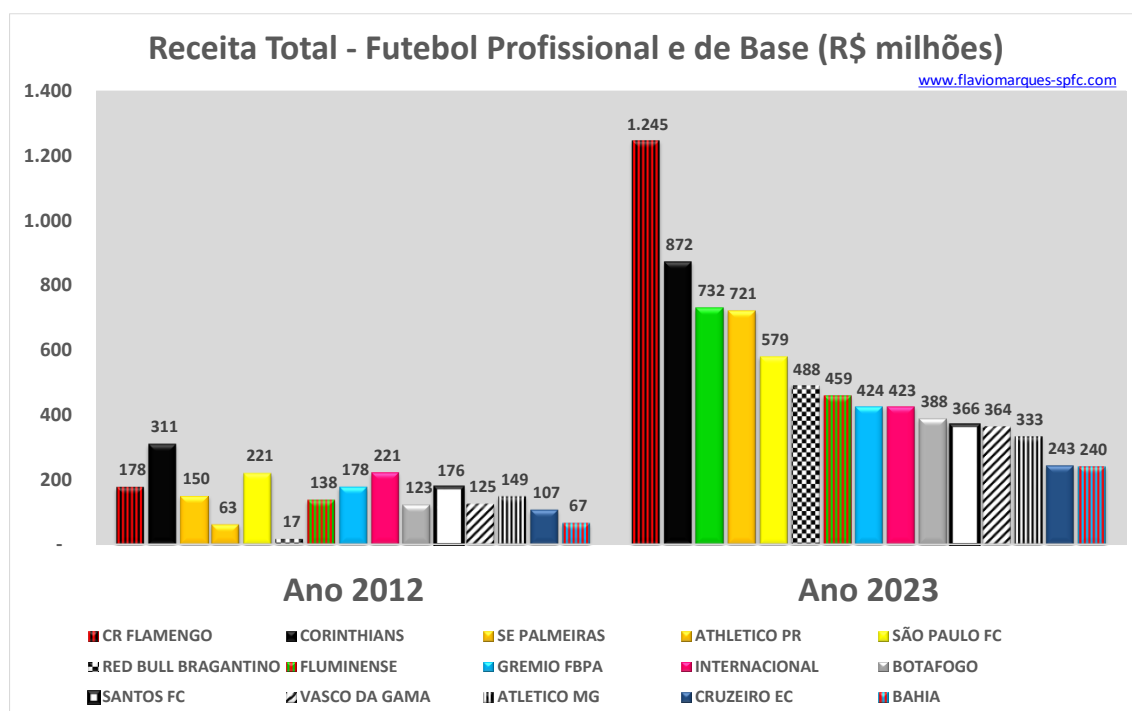
Com a divulgação oficial do balanço financeiro do São Paulo Futebol Clube, e de todos os demais clubes brasileiros em 2023, é possível comparar as receitas de diferentes fontes para cada time.

Aqui, ao contrário dos estudos que são publicados pela grande imprensa, destaco exclusivamente as receitas diretamente ligadas à 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. O Red Bull Bragantino aparece apenas no primeiro quadro, de receita total, uma vez que os demonstrativos financeiros apresentados ao público são incompletos e não permitem a comparação da receita por diferentes fontes.

Os números de Coritiba e Bahia, que tiveram transição para SAF durante a temporada 2023, foram obtidos pela soma dos demonstrativos disponíveis da associação desportiva e da SAF, de cada entidade, para o ano de referência, o que aumentou o trabalho para elaboração do estudo e pode gerar diferenças de valores com outras fontes de informação.

### Evolução histórica das 15 maiores receitas do Futebol Brasileiro em 2023

A nossa 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 2023 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 o primeiro mandato como presidente de Julio Casares. 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

Vemos que 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.

Entre 2012 e 2023 a inflação oficial, medida pelo IPCA, foi de 88%. A tabela abaixo ajuda a entender como variou a receita total de cada entidade esportiva.

<b>Futebol profissional e de base</b>	<a href="http://www.flaviomarques-spfc.com">www.flaviomarques-spfc.com</a>		
<b>valores em R\$ milhões</b>	<b>Ano 2012</b>	<b>Ano 2023</b>	<b>Varição %</b>
CR FLAMENGO	178	1.245	600%
CORINTHIANS	311	872	181%
SE PALMEIRAS	150	732	389%
ATHLETICO PR	63	721	1050%
SÃO PAULO FC	221	579	163%
RED BULL BRAGANTINO	17	488	2702%
FLUMINENSE	138	459	233%
GREMIO FBPA	178	424	138%
INTERNACIONAL	221	423	91%
BOTAFOGO	123	388	216%
SANTOS FC	176	366	108%
VASCO DA GAMA	125	364	190%
ATLETICO MG	149	333	124%
CRUZEIRO EC	107	243	126%
BAHIA	67	240	260%
<b>Subtotal 15 clubes de maior receita</b>	<b>2.223</b>	<b>7.877</b>	<b>254%</b>
<b>Varição do IPCA no período</b>			<b>88%</b>

No período considerado o Flamengo multiplicou suas receitas totais em sete vezes, o Palmeiras quase cinco vezes, e o Bahia quase quatro vezes, enquanto São Paulo, Corinthians, Fluminense, Botafogo e Vasco tiveram crescimento parecido, alcançando em 2023 aproximadamente o triplo das receitas de 2012. Grêmio, Internacional, Atlético-MG, Cruzeiro e Santos apresentaram crescimento de receita pouco acima da inflação do período, atingindo em 2023 praticamente o dobro de suas receitas brutas de 2012. O Red Bull Bragantino aumentou em vinte oito vezes sua receita total, porém, não temos como analisar as causas, uma vez que a SAF não publica detalhes das fontes de recursos em seus demonstrativos financeiros.

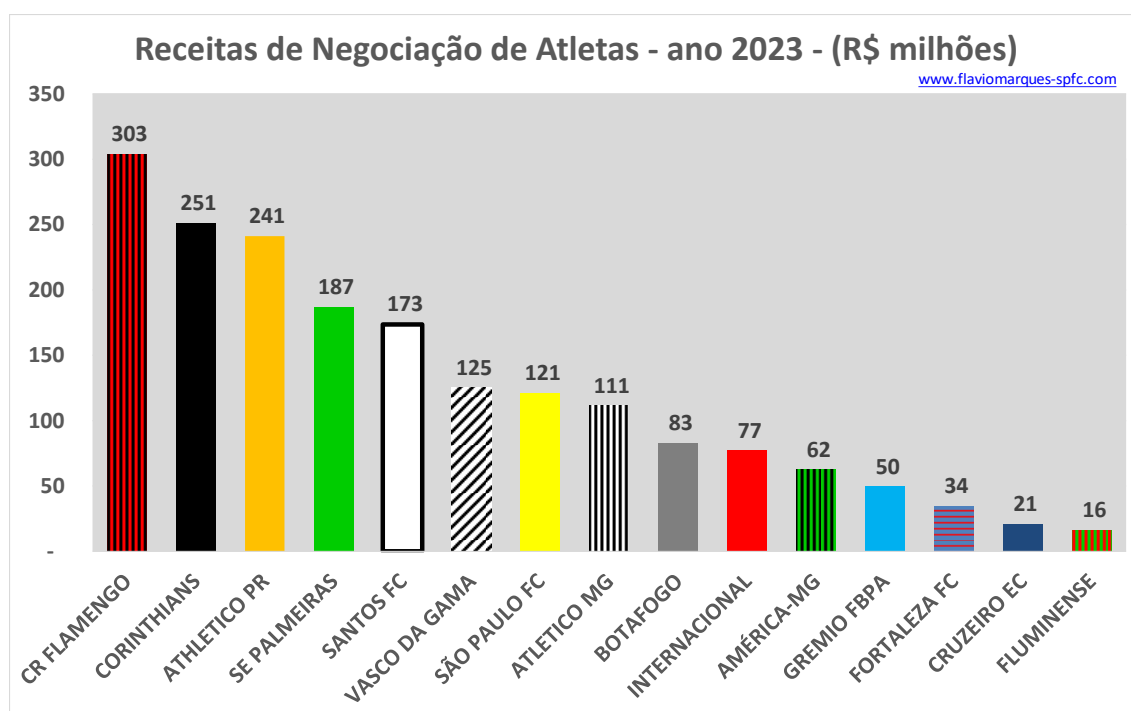
A receita de 2023 do Atlético-PR está impactada pelo valor de venda de 20% dos direitos de transmissão, de 2025 a 2074, para a Liga Futebol União. O “Furacão” receberá R\$ 202,91 milhões por esses direitos, que foram contabilizados integralmente na receita operacional bruta do exercício 2023. Mesmo descontando esse fator, a receita do Atlético-PR ainda foi oito vezes maior do que a apurada em 2012. Os outros clubes que cederam seus direitos, América-MG,

## Flavio Marques - SPFC

Botafogo, Cruzeiro, Cuiabá, Fortaleza, Fluminense e Vasco, contabilizaram essas receitas de formas distintas, de modo que não impactaram este comparativo.

### Receitas de Negociação de Atestado Liberatório de Atletas

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 2023.



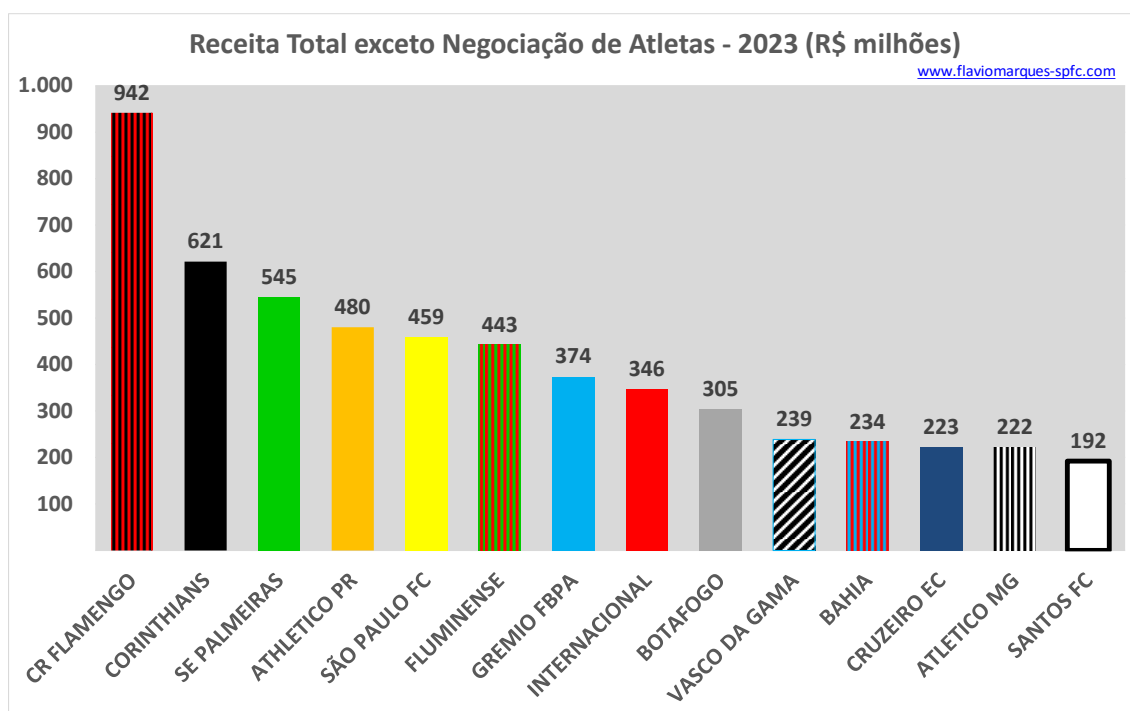
O São Paulo Futebol Clube foi o sétimo colocado nesta linha de receitas, com R\$ 121 milhões, dos quais praticamente a metade foi resultante da venda de Beraldo ao Paris Saint Germain. Em 2023, 21% da receita total do futebol do SPFC foi proveniente da negociação de direitos de atletas, uma participação compatível a dos times analisados e o mercado Brasileiro.

Para efeitos de comparação o Flamengo, líder em arrecadação nos três últimos anos, teve 24% de suas receitas totais provenientes de negociação de direitos de atletas. O Palmeiras, vice-líder de arrecadação total, teve 26% de seus ingressos dependendo dessas negociações.

### 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. Nessa lista aparece como intruso no quarto lugar o Atlético-PR, devido ao efeito LFU já destacado anteriormente. Em termos de receitas recorrentes, o Tricolor está em quinto lugar no ranking, mas sua diferença para o terceiro colocado, o Palmeiras, é de R\$ 86 milhões, enquanto se encontra apenas R\$ 16 milhões acima do Fluminense, o sexto colocado. O SPFC se distanciou em 2023, em termos de arrecadação total recorrente, de clubes como Grêmio, Internacional e Botafogo, que ficaram na casa dos R\$ 300 milhões. Vejamos a tabela de evolução das receitas recorrentes entre 2012 e 2023:

Receitas recorrentes  
valores em R\$ milhões

www.flaviomarques-spfc.com

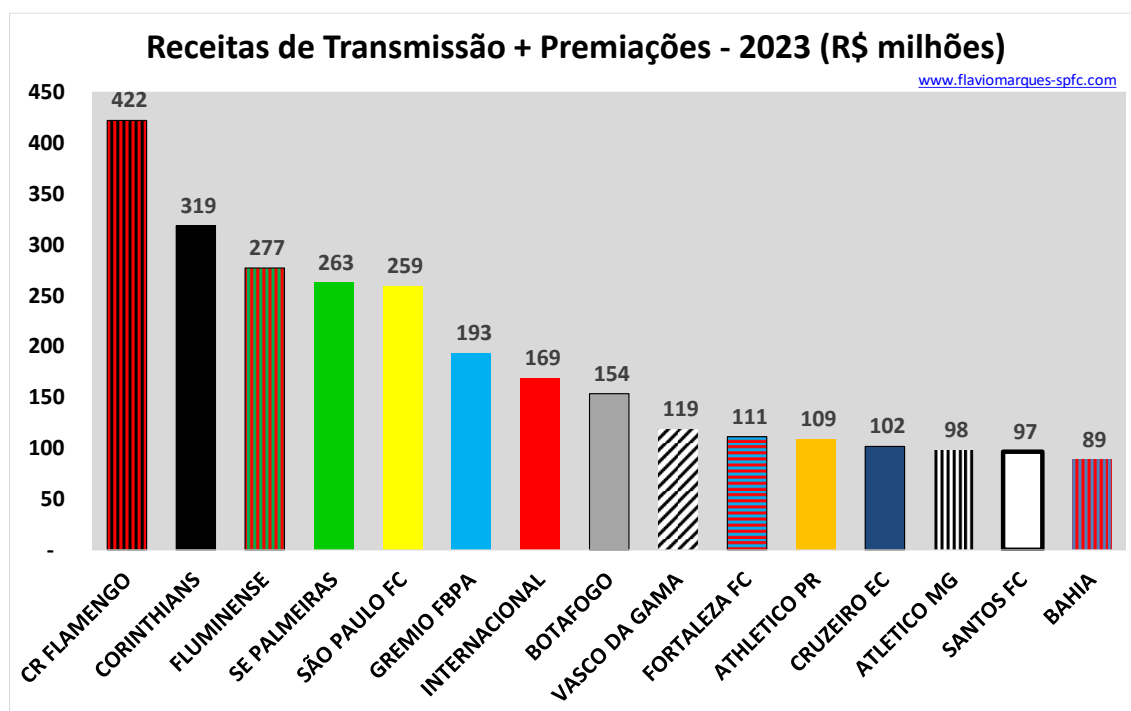
	Ano 2012	Ano 2023	Varição %
CR FLAMENGO	166	942	466%
CORINTHIANS	277	621	124%
SE PALMEIRAS	143	545	280%
SÃO PAULO FC	174	459	163%
FLUMINENSE	87	443	410%
GREMIO FBPA	141	374	166%
INTERNACIONAL	181	346	91%
BOTAFOGO	87	305	249%
ATHLETICO PR (ex LFU)	57	277	387%
VASCO DA GAMA	95	239	152%
BAHIA	67	234	251%
CRUZEIRO EC	84	223	165%
ATLETICO MG	137	222	62%
SANTOS FC	148	192	29%
<b>Subtotal clubes de maior receita</b>	<b>1.845</b>	<b>5.421</b>	<b>194%</b>

## Flavio Marques - SPFC

Comparativamente aos valores de 2012, o Flamengo multiplicou suas receitas recorrentes por um fator de 5,66 vezes (466% de crescimento, contra uma inflação de 88%), o Palmeiras por 3,80 vezes (280% de crescimento), enquanto o São Paulo teve 163% de crescimento, multiplicando por 2,63 vezes seus ingressos de recursos em dez anos. O Fluminense multiplicou suas receitas recorrentes por um fator de 5,10 (410% de crescimento), o Bahia e o Botafogo por 3,5 vezes. O Atlético-PR, excluído o efeito LFU, apresentou crescimento de 387% nas receitas recorrentes. O Internacional teve crescimento de 91%, próximo à inflação do período, enquanto o Atlético-MG e Santos tiveram crescimento menor do que a inflação.

### 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 o não passado 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

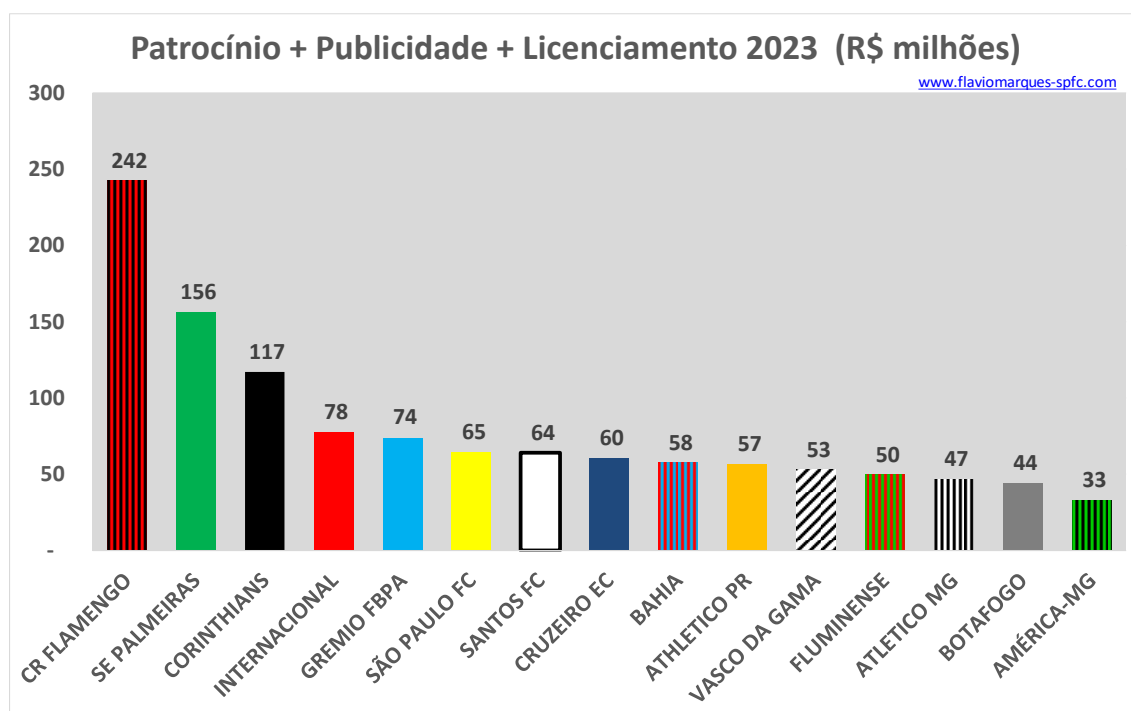
As receitas de transmissão e premiações de Flamengo e Corinthians foram turbinadas pelo valor mínimo que essas agremiações têm por contrato nas receitas do Pay-Per-View e pela preferência na exibição em TV aberta. Dessa forma, os dois times mais populares do país lideram o ranking de direitos de transmissão e premiação sem terem conquistado nenhum título em 2023. Na sequência vêm Fluminense, Campeão da Libertadores, Palmeiras, Campeão Brasileiro e o São Paulo, Campeão da Copa do Brasil, com valores próximos entre si.

Em comparação a 2022, o São Paulo teve crescimento significativo nessa receita devido à conquista da Copa do Brasil, que pagou um total de R\$ 90 milhões em premiação. Nesta fonte de recursos ficamos em quinto lugar, próximos do Palmeiras, porém R\$ 60 milhões abaixo do arrecadado pelo Corinthians.

### 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, devido ao tempo perdido nas gestões de Juvenal, Aidar e Leco, ainda estamos muito abaixo dos times de maior torcida.

No levantamento de dados observei que Corinthians, Santos, Atlético MG, Grêmio e Fluminense computam as receitas de “Publicidade e Patrocínios” juntamente com as de “Licenciamento de Marca”, e por esse motivo apresentaremos um gráfico único, com essas receitas somadas para todos os times incluídos neste comparativo.



## Flavio Marques - SPFC

As receitas de Publicidade, Patrocínios e Licenciamento de Marca do São Paulo em 2023 foram equivalentes às do Santos, time que tem menos de um terço do número de torcedores do Tricolor Paulista. Os gaúchos Grêmio e Internacional, cada um com metade dos torcedores do SPFC, tiveram receitas de marketing superiores à do São Paulo.

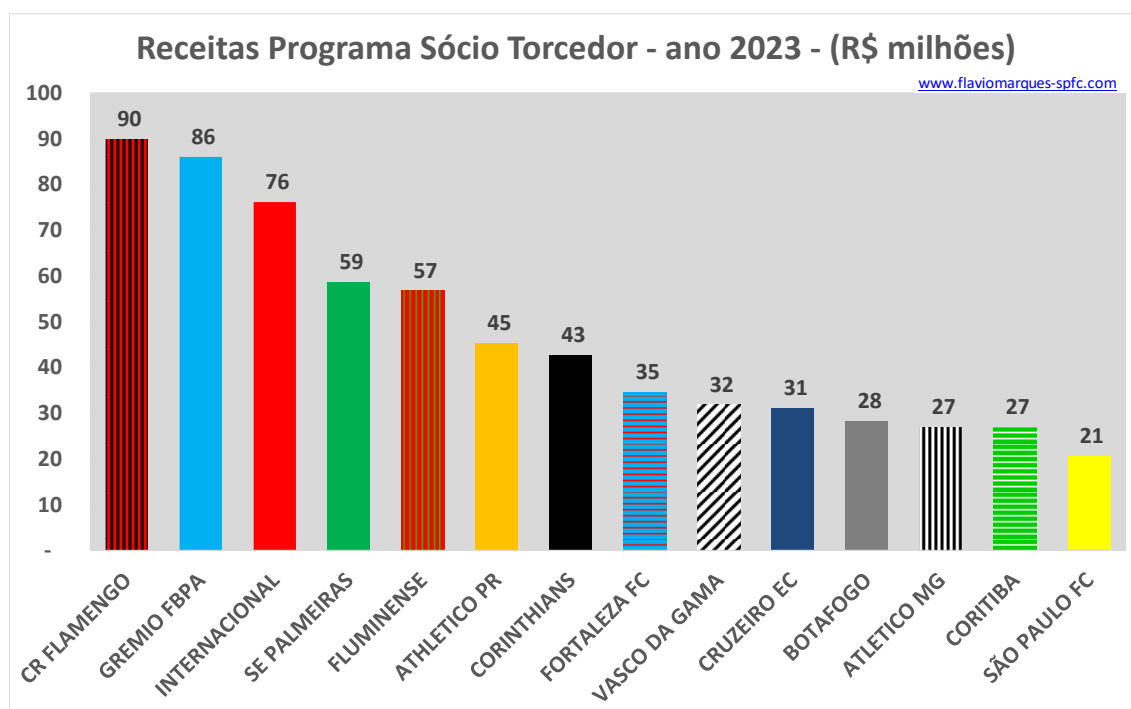
O Corinthians gerou 80% mais do que o SPFC em receitas de marketing, o Palmeiras, turbinado pelo doping financeiro da Crefisa, 140% mais e o Flamengo, 372% a mais do que o Tricolor. O São Paulo Futebol Clube, com a terceira maior torcida do país, ficou em sexto lugar no ranking de receitas de publicidade, patrocínio e licenciamento. Comparativamente ao número de torcedores de cada time, nosso desempenho em captar recursos de marketing é muito inferior.

### 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 escrevo este texto, o website do sócio torcedor do SPFC indicava um número de 55.203 sócios, uma conversão da ordem de 0,3% dos 16 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. A partir da entrada da SAF, de propriedade do Grupo City, o Bahia deixou de informar as receitas de seu programa Sócio Esquadrão.

No gráfico abaixo listo os dados disponíveis para comparação.



## Flavio Marques - SPFC

Os dados oficiais publicados pelas entidades desportivas do Brasil mostram que o Programa Sócio Torcedor (ST) do SPFC é o que menos arrecadou em 2023, entre os clubes da Série A do Brasileiro. Os R\$ 21 milhões de receita gerados pelo Programa ST correspondem à menos da metade da renda gerada pelo “Sócio Furacão” do Atlético PR, e pouco menos de um quarto do arrecadado pelo programa do Grêmio, apenas para efeito de comparação. Comparando modelos de negócio e potencial de arrecadação equivalentes, vemos que o Sócio Torcedor (SPFC) teve receita 50% inferior ao Fiel Torcedor (Corinthians), 65% inferior ao Avanti (Palmeiras) e 77% 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.

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 11/06/2023, o torcedor comum poderia comprar um ingresso de arquibancada norte por R\$ 30,00, ou mesmo por R\$ 15,00 caso tivesse direito a meia entrada. Um ST do plano “Vermelho”, que desembolsava naquela época R\$ 18,99 em mensalidade, pagaria R\$ 25 em um ingresso equivalente – arquibancada atrás dos gols, ou R\$ 45,00 para assistir em uma arquibancada lateral. 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 ingressos. O subsídio e garantia de ingressos a torcidas organizadas prejudica o programa Sócio Torcedor.

Hoje 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 do ano passado o programa ST já perdeu mais de 8.400 associados, uma queda de 13% no número de sócios adimplentes.

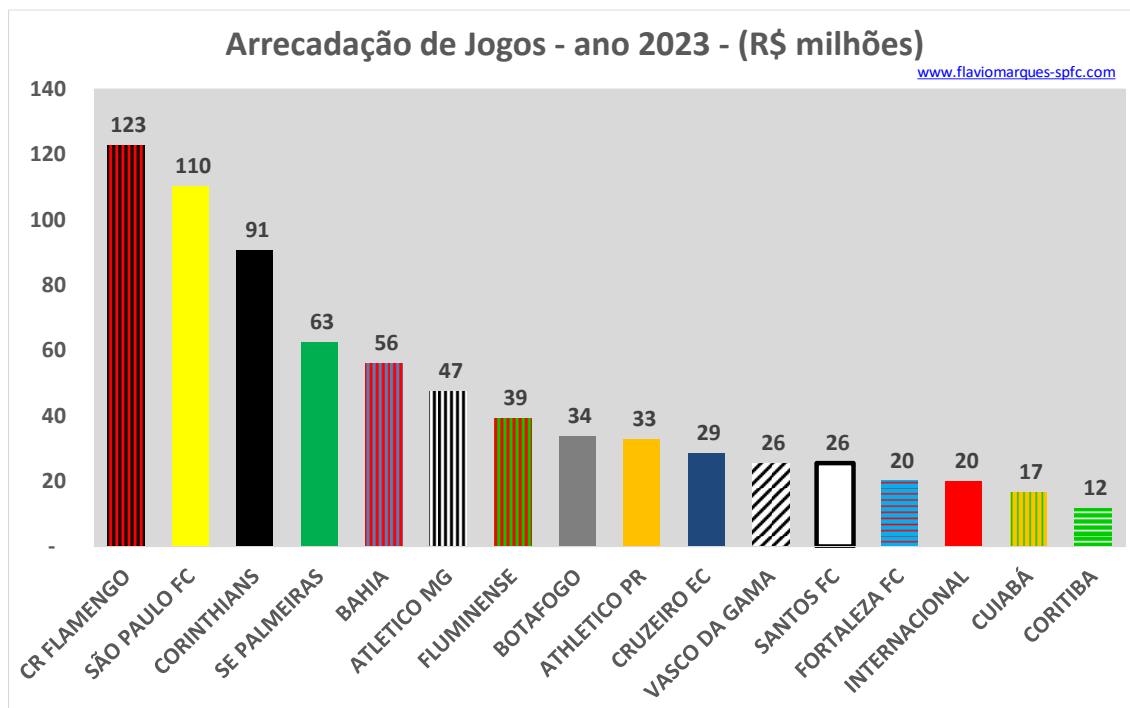
Um atrativo para a manutenção da associação mesmo em fases de mau desempenho do time é o direito de voto para presidente do clube, vinculado a um tempo mínimo de associação



## Flavio Marques - SPFC

ininterrupta. Os sócios torcedores de Flamengo, Internacional, Grêmio, Atlético PR e Fluminense 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.

### Arrecadação de Jogos



Após duas temporadas em que a frequência de público nos estádios foi prejudicada pela pandemia da COVID-19, em 2022 as receitas de bilheteria voltaram a figurar entre as principais fontes de renda para as entidades esportivas, e esse valor global cresceu ainda 19% em 2023 em relação a 2022.

Aqui o São Paulo se colocou em segundo lugar, à frente de Corinthians e Palmeiras e atrás apenas do líder Flamengo. Os R\$ 110 milhões de renda bruta de jogos foram obtidos com o mando de 34 jogos, presença total de 1.515.715 torcedores no Morumbi, média de público de 44.580 torcedores por jogo, ocupação de 67% dos assentos disponíveis, com ticket médio de R\$ 72,72 por pagante por jogo. O jogo final da Copa do Brasil, com 63.077 pagantes, para uma renda de R\$ 24.520.800,00 (vinte e quatro milhões, quinhentos e vinte mil e oitocentos reais), com ticket médio de R\$ 388,74 elevou todas essas médias e valores absolutos. A ressaltar que, mesmo sem essa final, a média de presença no Cícero Pompeu de Toledo excedeu os 44.000 pagantes por jogo, a renda total de R\$ 85,7 milhões e o ticket médio de R\$ 59,00.

A boa notícia é que, apesar da majoração do preço dos ingressos, o público continua prestigiando o time em 2024. Em 14 partidas como mandante, entre janeiro e maio de 2024, o Morumbi recebeu público total de 653.137 pessoas, com média de 46.653 pessoas por jogo. A renda total está em R\$ 40.571.251,50 até o momento, com média de R\$ 2.897.946,54 por jogo,

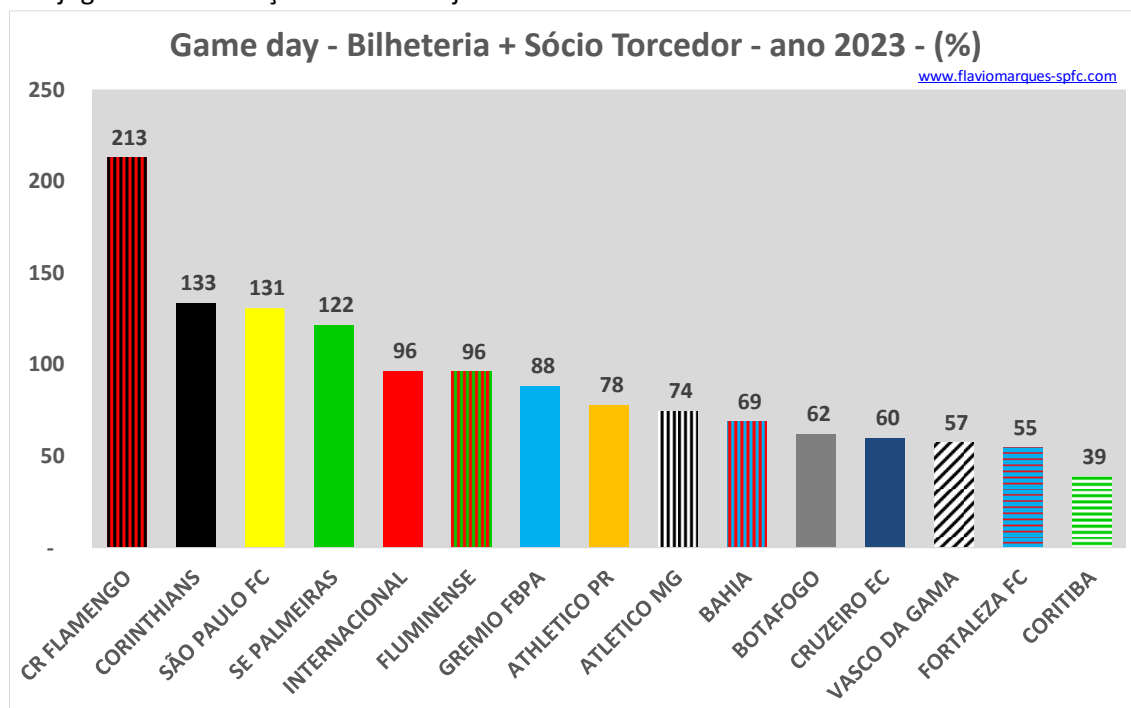
## Flavio Marques - SPFC

e ticket médio de R\$ 62,12. A permanecer essa média de público, a arrecadação anual de 2024 deve ultrapassar novamente os R\$ 100 milhões em um ano.

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 praticamente 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 e mais 5% para taxas de Federação. Se expurgarmos da arrecadação total esses 10% de renda fictícia, teremos um valor efetivo na casa de R\$ 100 milhões, ou R\$ 10 milhões abaixo do que o publicado.

### 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 tem 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. Sob essa ótica o Corinthians passa por pouco o São Paulo, que ainda se mantém à frente do Palmeiras. É interessante observar o equilíbrio de arrecadação entre Internacional, Fluminense e Grêmio, formando o terceiro pelotão.

## Flavio Marques - SPFC

As SAF's incluídas no comparativo, Bahia, Botafogo, Cruzeiro, Vasco e Coritiba aparecem nas últimas colocações do ranking de "Game Day". Esse fato merece um estudo mais detalhado.

### Geração de Receita por Torcedor por Equipe

[www.flaviomarques-spfc.com](http://www.flaviomarques-spfc.com)

Receitas recorrentes (exceto Negociação de Direitos de Atletas)	Ano 2023 R\$ milhões	Torcida (milhões de pessoas)	Receita / torcedor (R\$ / ano)
ATHLETICO PR (EX LFU)	277	2	116
BOTAFOGO	305	3	95
FLUMINENSE	443	5	82
INTERNACIONAL	346	6	63
GREMIO FBPA	374	7	51
SE PALMEIRAS	545	12	45
BAHIA	234	6	41
SANTOS FC	192	5	39
ATLETICO MG	222	7	33
<b>SÃO PAULO FC</b>	<b>459</b>	<b>16</b>	<b>29</b>
CORINTHIANS	621	22	28
CR FLAMENGO	942	35	27
VASCO DA GAMA	239	10	24
CRUZEIRO EC	223	10	23

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

O quadro acima compara o total de receitas recorrentes, o número de torcedores de cada time (segundo pesquisa do Instituto Atlas Intel, publicada pelo site Globo Esporte em 25 de abril de 2023), 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\$ 29 por ano com cada torcedor. É uma média parecida com a do Corinthians (R\$ 28 / torcedor / ano) e Flamengo (R\$ 27 / torcedor / ano), e melhor do que Vasco (R\$ 24 / torcedor/ano) e Cruzeiro (R\$ 23/torcedor/ano), mas muito inferior aos demais clubes entre os de maior receita no futebol brasileiro. O Atlético PR arrecada praticamente quatro vezes mais por torcedor, com uma média de R\$ 116 anuais, e o Botafogo, mais que o triplo. O Palmeiras gerou 50% mais receita por aficionado do que o SPFC. O Internacional, sem ganhar nenhum título há algum tempo, gerou mais que o dobro da receita por torcedor do que o São Paulo.

Se os administradores do São Paulo alcançassem a mesma eficácia que os do Internacional de Porto Alegre, na conversão de paixão em recursos, o Tricolor do Morumbi teria receita

## Flavio Marques - SPFC

recorrente anual na casa de R\$ 1 bilhão, mais do que o dobro do que arrecadamos em 2023, equivalente à receita recorrente do Flamengo.

### 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 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, moderado, abaixo do apresentado por seus principais adversários, ficou atrás do crescimento dos custos, e os prejuízos tornaram-se frequentes entre 2014 e 2023. Em 2023 tivemos mais um ano de 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 na prática 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. O resultado acumulado do primeiro mandato do presidente Julio Casares, entretanto, foi um déficit de R\$ 131 milhões e um aumento do endividamento efetivo em R\$ 193 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.

Flavio Marques

31/05/2024