

# RELATÓRIO MENSAL DE PÚBLICO E OCUPAÇÃO

PARTE 1 – DADOS GERAIS

Março/2023





## Quem Somos



Consultoria em Gestão, Finanças, Valuation, BI e DataScience



Agência de Estruturação de Negócios Financeiros com foco em reestruturação de clubes e Captação de Investimentos em SAFs



Agência de Marketing esportivo com foco em Negociação de propriedades de Mídia, Broadcast e Patrocínios



A moeda do Futebol: Plataforma de Fan engagement e Redes Conveniadas

# Nossa Equipe



Fernando Ferreira  
Sócio-Diretor



Jociane Oliveira  
Sócia-Diretora | Data



Pablo Coutinho  
Analista de Research



Henrique Junqueira  
Analista de Research



Rodrigo Albuquerque  
Analista de Dados



Luana Santos  
Marketing

# DESTAQUES

- Libertadores é o campeonato com maior média de público pagante no mês de março
- Campeonato internacional assume terceiro lugar no ranking de público pagante anual
- Libertadores assume a primeira posição no ranking da taxa de ocupação dos estádios em março
- Competições com partidas eliminatórias são protagonistas no ranking de ocupação anual

# INFORMAÇÕES PRELIMINARES

Neste relatório são apresentadas análises abrangendo as competições nacionais, internacionais, regionais e estaduais com mando de campo dos clubes brasileiros que aconteceram durante o período de março de 2023.

Para efeitos de informação ao leitor, algumas breves explicações serão disponibilizadas.

O público pagante desconsidera torcedores que assistem aos jogos através de gratuidades, enquanto que a taxa de ocupação dos estádios é calculada com base na divisão entre o público pagante e a capacidade total do estádio.

Algumas partidas não tiveram informações disponíveis sobre público, ticket médio ou renda durante a elaboração do relatório, ou tiveram portões fechados. Para ver quais são essas partidas, [clique aqui](#). Note que as partidas terminadas em W.O. não estão inclusas nesta lista.

As análises anuais são incorporadas com a realização da Supercopa do Brasil entre Palmeiras e Flamengo, contabilizando a partida duas vezes devido a razões metodológicas, com cada clube atuando como mandante uma vez.

Para obtenção dos dados desta pesquisa, o site Sr. Gool foi utilizado.



Fortalecimento da imagem do clube



Estratégia de engajamento do torcedor



Estruturação e programa de sócio torcedor e pricing



Programas de Loyalty, moeda própria, rede conveniada e marketplace

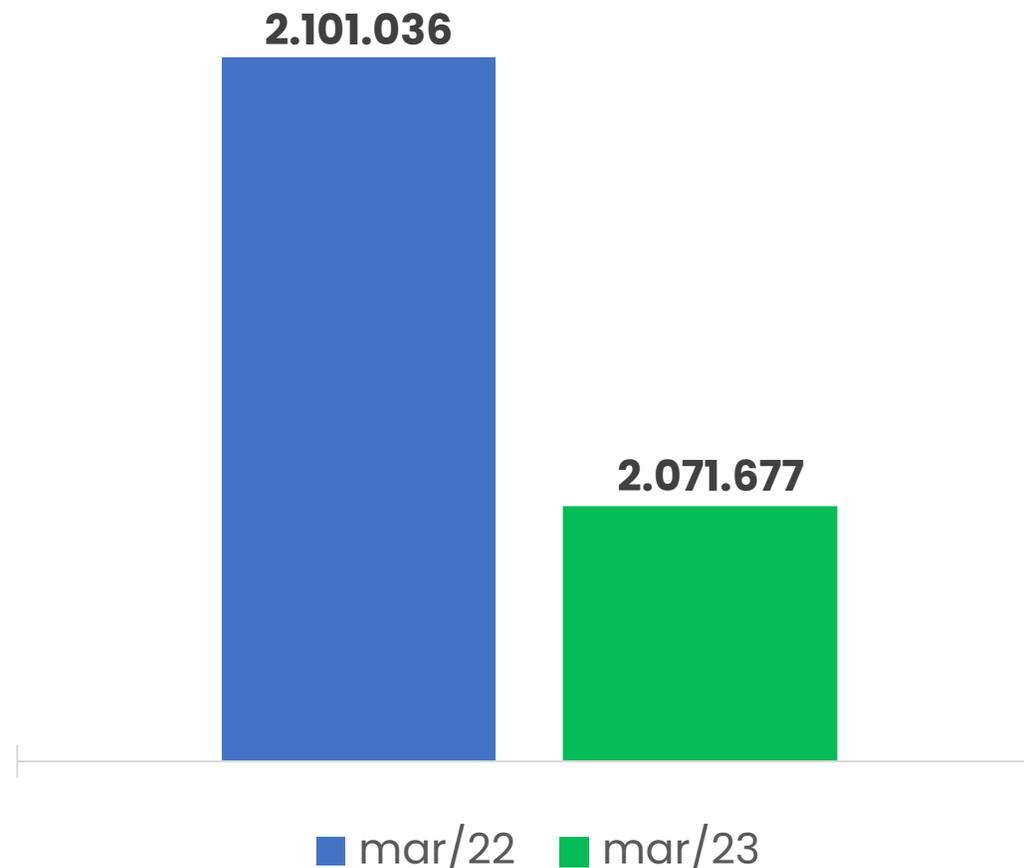


Estruturação das áreas de licenciamento e redes de lojas e escolinhas

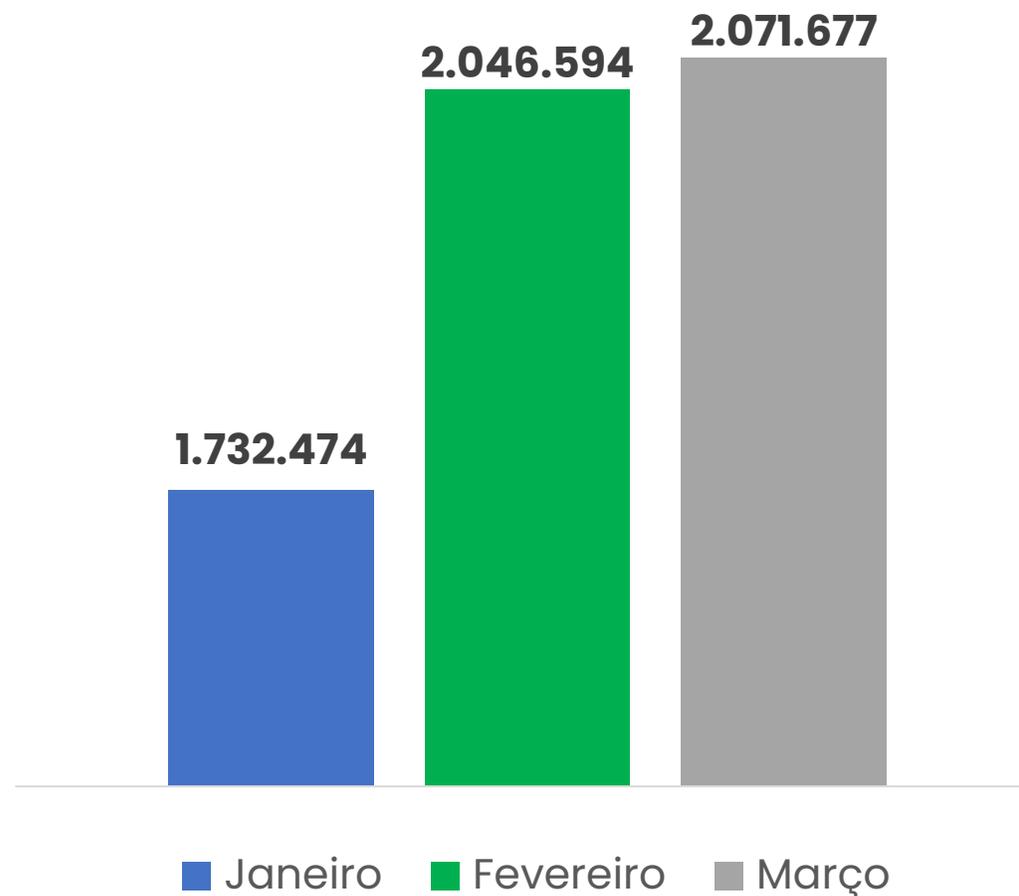


# I – PÚBLICO PAGANTE: DADOS GERAIS

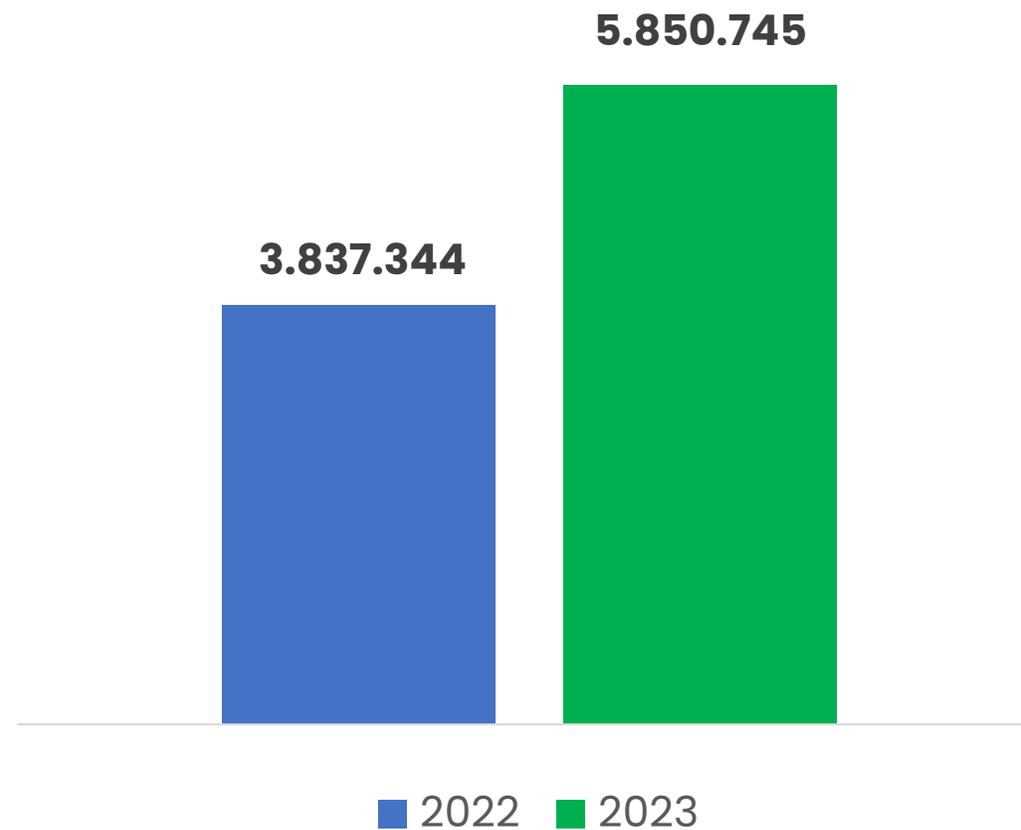
- Em comparação ao mês de março de 2022, o número de torcedores que foram aos estádios em março de 2023 teve uma leve queda, totalizando quase 30 mil pessoas a menos.
- Embora haja uma diminuição no número de espectadores em relação ao ano anterior, é importante destacar que ainda assim houve uma presença significativa de torcedores nos jogos realizados.
- No que se refere às modalidades de campeonatos, os estaduais e regionais atraíram um público total maior em março de 2022 do que em 2023. Somente a Copa do Brasil, como um campeonato nacional, registrou números maiores de público em 2023.



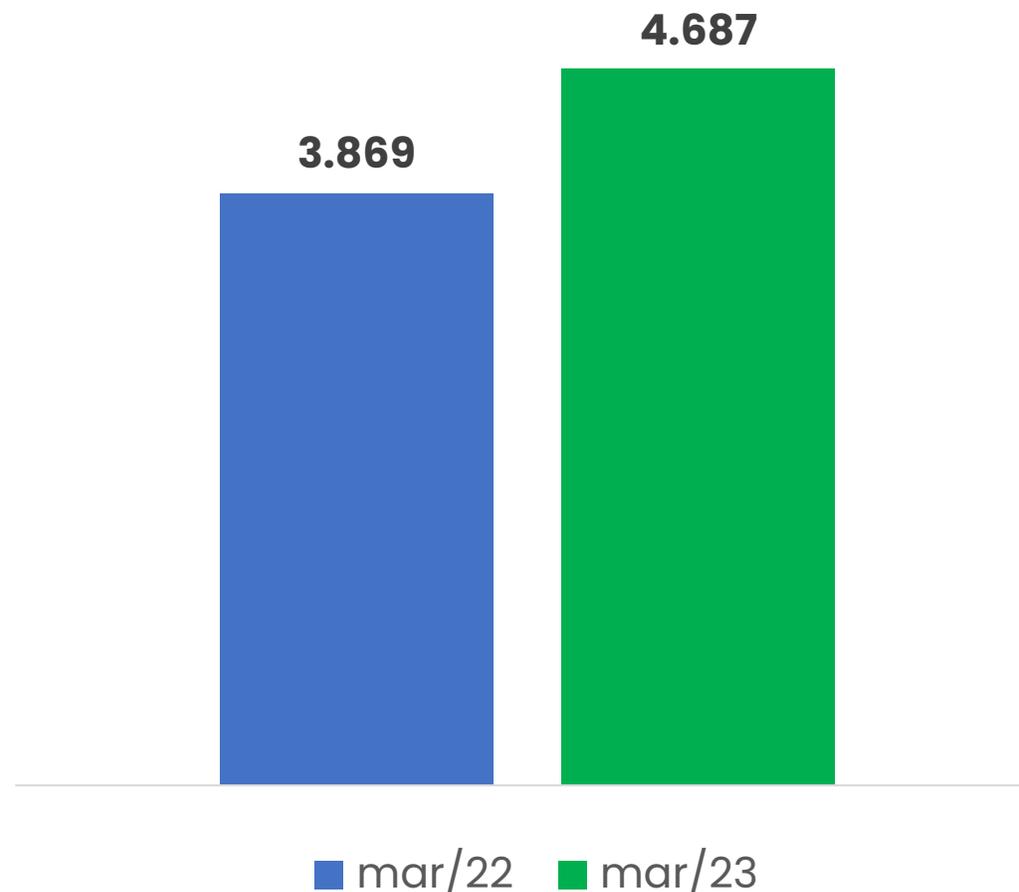
- Como é possível observar no gráfico ao lado, à medida que a temporada avança, o interesse pelas partidas de futebol cresce em conjunto com o início de novas competições, o aumento do número de jogos e o avanço das fases eliminatórias dos campeonatos, o que está diretamente relacionado ao aumento no número de torcedores nos estádios.
- Março registrou o maior público total nos estádios em 2023 até o momento. Dentre os campeonatos que mais atraíram torcedores, os estaduais foram responsáveis por mais de 65% do público presente nos estádios, seguidos pelos regionais, com 16,76%.



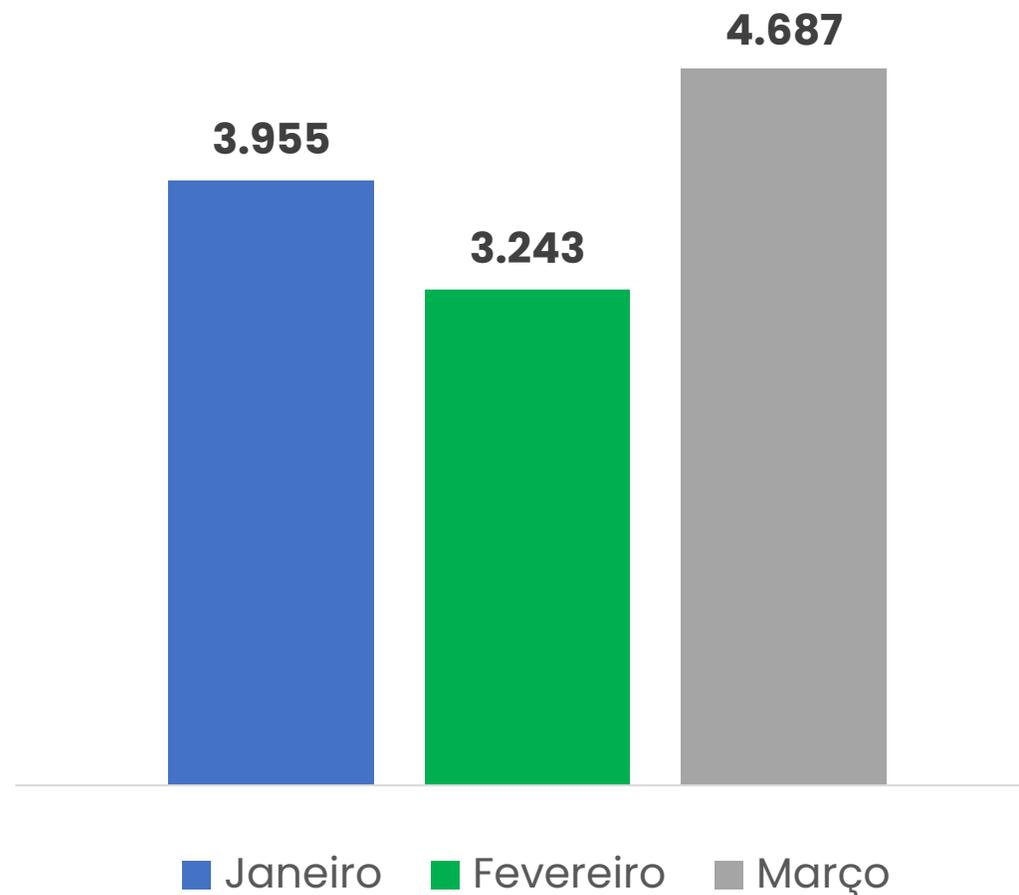
- Podemos perceber que em 2023 está havendo um aumento significativo no número de torcedores nos estádios, tanto devido à flexibilização das restrições impostas pela pandemia, como à volta antecipada dos campeonatos após a realização da Copa do Mundo no final do ano passado.
- Além disso, o trimestre analisado apresentou um aumento superior a 50% no público presente nos estádios, e a projeção para os próximos meses indica números ainda maiores em comparação com o ano anterior.



- Se compararmos o público total de março de 2022 e 2023, verificamos uma pequena vantagem em favor de 2022. No entanto, ao analisarmos o público médio por partida, o mês de março deste ano supera o do ano anterior.
- A razão para o aumento do público médio nos estádios de futebol brasileiro em março de 2023 em relação a 2022 é atribuída, em parte, à quantidade menor, porém de maior qualidade, dos jogos realizados neste mês. Três jogos estão entre os dez com o maior número de público pagante, dois clássicos no Rio de Janeiro além da partida do Fortaleza pela Libertadores, o que contribuiu significativamente para o aumento da média de público presente nos estádios.



- O mês de fevereiro apresentou a menor média de público do ano, uma vez que não houve muitos jogos de grande importância. Porém, em março, a média de público atingiu seu ápice, devido à presença de clássicos estaduais, jogos eliminatórios da Libertadores, Copa do Brasil e também dos campeonatos estaduais.
- Apesar de a média de público ter sido extremamente positiva até agora, é possível que seja superada com a volta do Campeonato Brasileiro em abril, aliado às fases finais dos estaduais, que costumam atrair muitos torcedores aos estádios e elevar a média.



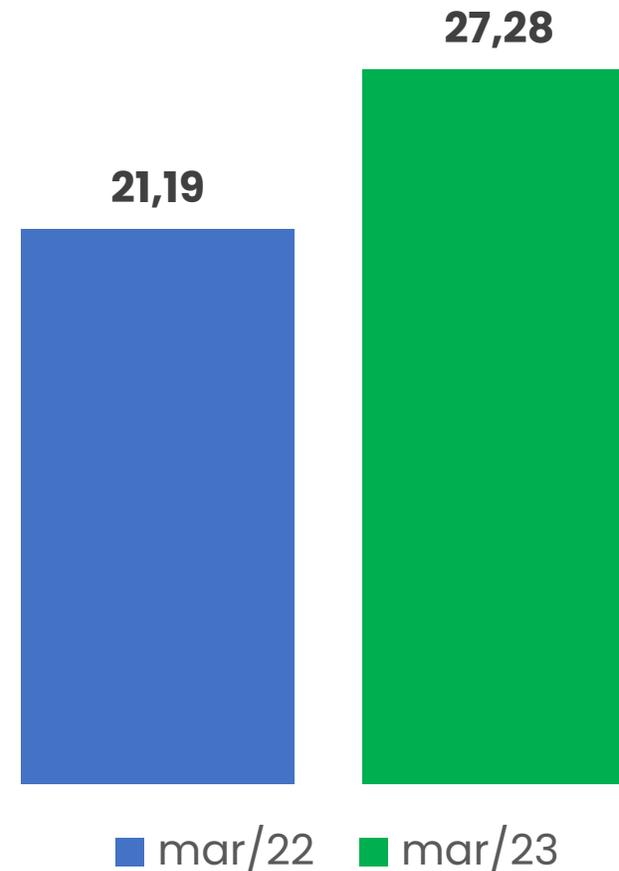
## II – TAXA DE OCUPAÇÃO DO ESTÁDIO: DADOS GERAIS



# COMPARAÇÃO DE TAXA DE OCUPAÇÃO (%) – MAR 22/23

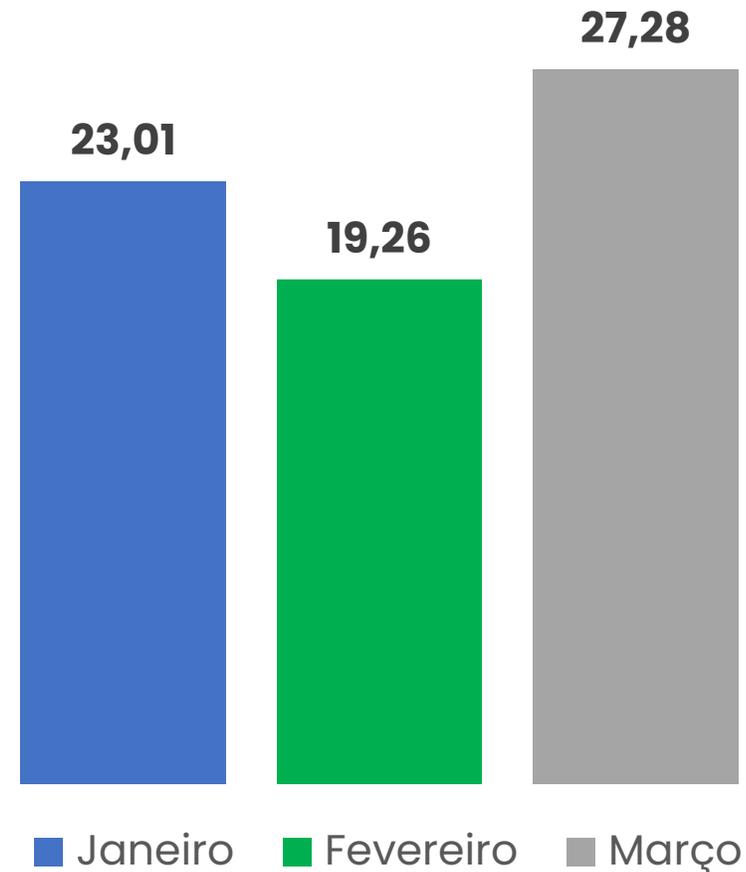


- Outra métrica que indica o aumento da presença de torcedores nos estádios é a taxa de ocupação. Quando comparamos os meses de diferentes anos, é importante considerar que a presença dos torcedores em partidas mais relevantes ou de grande rivalidade pode aumentar significativamente a taxa de ocupação dos estádios e arenas do Brasil.
- Nesse sentido, como março de 2023 apresentou jogos de maior importância em comparação ao mesmo período do ano anterior, é justificável termos uma taxa de ocupação mais elevada neste mês do ano atual.



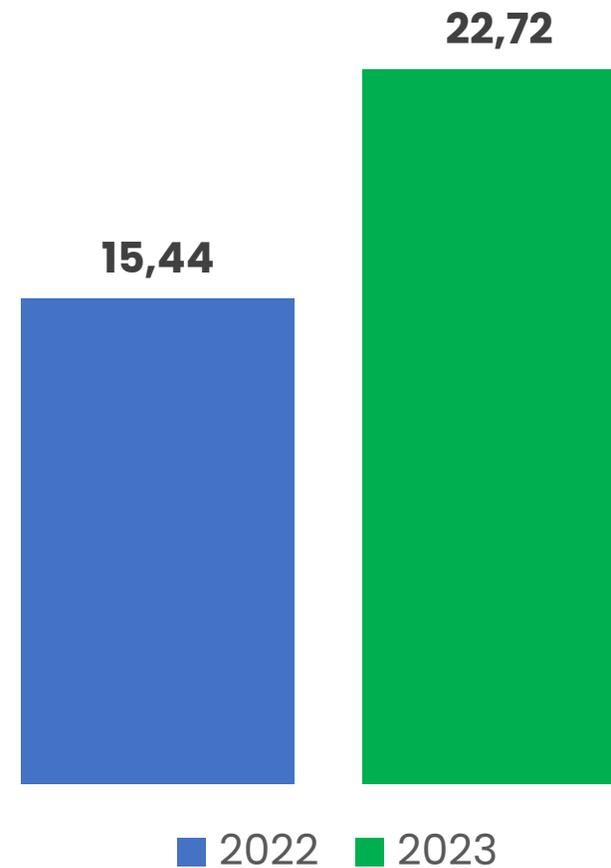
# COMPARAÇÃO DE TAXA DE OCUPAÇÃO (%) – ANUAL

- Março foi o mês em que o futebol brasileiro registrou os melhores números de público presente nos estádios até o momento neste ano.
- O aumento de mais de 8% na presença de público em março, em comparação ao mês com mais jogos disputados no ano (631), indica que, embora haja muitas opções de jogos, muitos torcedores precisam escolher cuidadosamente quais partidas assistirão in loco devido a limitações de tempo ou financeiras.
- Dessa forma, as fases eliminatórias, especialmente dos estaduais, que começaram em março, impulsionaram consideravelmente a taxa de ocupação nos estádios.





- No primeiro trimestre de 2023, a temporada do futebol brasileiro apresentou um aumento positivo de 7,28% na taxa de ocupação dos estádios.
- Embora as competições tenham fases semelhantes nesse período do ano, o interesse pelo futebol foi impulsionado pela pausa entre as temporadas devido à necessidade de encerrar a temporada 2022 mais cedo. Como resultado, os torcedores sentiram falta de assistir aos jogos presencialmente, o que contribuiu para o aumento do número de torcedores nos estádios e, conseqüentemente, para o aumento da taxa de ocupação das arenas em todo o Brasil.





## III – PÚBLICO PAGANTE: RANKING POR CAMPEONATOS



## LIBERTADORES É O CAMPEONATO COM MAIOR MÉDIA DE PÚBLICO PAGANTE NO MÊS DE MARÇO

- Os clubes brasileiros Atlético-MG e Fortaleza, que disputaram a fase pré da Libertadores, foram responsáveis pelos maiores números de média de público pagante de todos os campeonatos disputados no mês de março.
  - Devido ao fato de serem jogos eliminatórios da competição internacional mais cobiçada pelos torcedores brasileiros, os clubes Atlético-MG e Fortaleza tiveram alto engajamento de torcedores em seus jogos como mandantes, resultando em uma média elevada de público pagante. Em particular, dois desses jogos, um de cada clube, estiveram entre os dez com maior número de espectadores no mês de março.
- O restante do Top 5 é composto por mais quatro campeonatos estaduais, com destaque para o Paulista, que ficou em segundo lugar com uma média de 15.009 torcedores por partida, um pouco à frente do Carioca, que ocupou a terceira posição com média de 14.924.
- O Campeonato Gaúcho retornou ao Top 5 em quarto lugar, registrando uma média de 10.441 torcedores pagantes, enquanto o Paranaense, que já estava em quinto no mês anterior, manteve sua posição com uma média de público de 9.052.



Fortalecimento da imagem do clube



Estratégia de engajamento do torcedor



Estruturação e programa de sócio torcedor e pricing



Programas de Loyalty, moeda própria, rede conveniada e marketplace



Estruturação das áreas de licenciamento e redes de lojas e escolinhas



## CAMPEONATO INTERNACIONAL ASSUME TERCEIRO LUGAR NO RANKING DE PÚBLICO PAGANTE ANUAL

- A Libertadores teve início em março com os jogos dos times brasileiros e ocupou o terceiro lugar em média de público pagante anual, com cerca de 45.860 espectadores por jogo. Embora à frente de todos os campeonatos estaduais com uma ótima vantagem, fica atrás da Supercopa do Brasil e da Recopa, que ocupam o primeiro e segundo lugar, respectivamente, em média de público.
- Com a entrada da Libertadores no ranking de média de público de fevereiro para março, o Campeonato Mineiro perdeu posições e saiu do Top 5, indo da quinta posição para a nona. Além disso, ficou atrás de outros campeonatos como a Copa do Nordeste, o Gauchão e o Paranaense.
- Com a entrada da Libertadores no ranking, tanto o Paulistão quanto o Carioca perderam uma posição e agora ocupam a quarta e quinta posição, respectivamente, no Top 5.
  - Apesar de terem perdido uma posição cada, ainda estão entre os principais campeonatos estaduais do país.



Fortalecimento da imagem do clube



Estratégia de engajamento do torcedor



Estruturação e programa de sócio torcedor e pricing

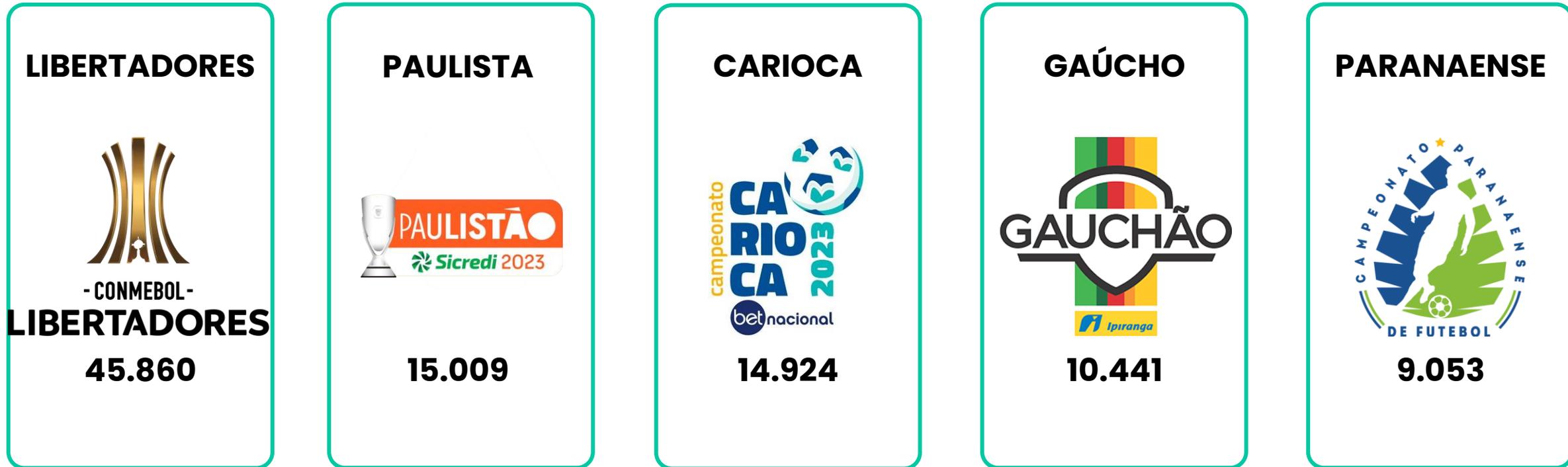


Programas de Loyalty, moeda própria, rede conveniada e marketplace



Estruturação das áreas de licenciamento e redes de lojas e escolinhas

# COMPETIÇÕES COM MAIORES MÉDIAS DE PÚBLICO – MAR/23



# RANKING MÉDIA DE PÚBLICO POR CAMPEONATO – MAR/23

RANKING	CAMPEONATO	JOGOS MANDANTE	PÚBLICO PAGANTE MÉDIO	PÚBLICO PAGANTE TOTAL	PARTICIPAÇÃO PÚBLICO PAGANTE (%)
1	<b>Libertadores</b>	4	<b>45.860</b>	183.438	8,85
2	Paulista	19	<b>15.009</b>	285.175	13,77
3	Carioca	20	<b>14.924</b>	298.487	14,41
4	Gaúcho	16	<b>10.441</b>	167.059	8,06
5	Paranaense	12	<b>9.053</b>	108.633	5,24
6	<b>Copa do Nordeste</b>	30	<b>8.793</b>	263.797	12,73
7	Cearense	9	<b>8.051</b>	72.463	3,50
8	<b>Copa Verde</b>	11	<b>7.582</b>	83.405	4,03
9	Baiano	5	<b>5.939</b>	29.697	1,43
10	<b>Copa do Brasil</b>	43	<b>4.506</b>	193.762	9,35
11	Goiano	8	<b>4.488</b>	35.902	1,73
12	Catarinense	24	<b>4.156</b>	99.755	4,82
13	Mineiro	19	<b>3.256</b>	61.863	2,99
14	Alagoano	4	<b>3.035</b>	12.141	0,59
15	Paraibano	9	<b>2.947</b>	26.524	1,28
16	Potiguar	5	<b>2.013</b>	10.066	0,49
17	Pernambucano	16	<b>1.993</b>	31.892	1,54
18	Maranhense	5	<b>1.618</b>	8.092	0,39
19	Paraense	23	<b>1.091</b>	25.100	1,21
20	Mato-grossense	12	<b>820</b>	9.834	0,47
21	Rondoniense	16	<b>780</b>	12.482	0,60
22	Sergipano	18	<b>758</b>	13.638	0,66
23	Brasiliense	17	<b>615</b>	10.456	0,50
24	Capixaba	19	<b>366</b>	6.959	0,34
25	Piauiense	18	<b>346</b>	6.235	0,30
26	Amazonense	12	<b>316</b>	3.786	0,18
27	Tocantinense	12	<b>241</b>	2.889	0,14
28	Acreano	16	<b>238</b>	3.802	0,18
29	Sul-mato-grossense	20	<b>217</b>	4.345	0,21
<b>TOTAL GERAL</b>		<b>442</b>	<b>4.687</b>	<b>2.071.677</b>	<b>100,00</b>

# RANKING DE MÉDIA DE PÚBLICO POR TIPO DE CAMPEONATO – MAR/23

RANKING	CAMPEONATO	JOGOS MANDANTE	PÚBLICO PAGANTE MÉDIO	PÚBLICO PAGANTE TOTAL	PARTICIPAÇÃO PÚBLICO PAGANTE (%)
<b>1</b>	Internacional	4	<b>45.860</b>	183.438	8,85
<b>2</b>	Regional	41	<b>8.468</b>	347.202	16,76
<b>3</b>	Nacional	43	<b>4.506</b>	193.762	9,35
<b>4</b>	Estadual	354	<b>3.806</b>	1.347.275	65,03
	<b>TOTAL GERAL</b>	<b>442</b>	<b>4.687</b>	<b>2.071.677</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Sr. Gool  
Elaboração: Pluri (2023)

# TOP 10 MAIORES PÚBLICOS PAGANTES – MAR/23

RANKING	CAMPEONATO	DATA	ESTÁDIO	MANDANTE	VISITANTE	PÚBLICO PAGANTE
1	Carioca	05/03/2023	Maracanã	Flamengo	Vasco	64.727
2	Carioca	08/03/2023	Maracanã	Flamengo	Fluminense	52.689
3	Libertadores	02/03/2023	Arena Castelão	Fortaleza	Maldonado-URU	52.502
4	Libertadores	01/03/2023	Mineirão	Atlético-MG	Carabobo-VEN	46.482
5	Gaúcho	05/03/2023	Arena do Grêmio	Grêmio	Internacional	46.436
6	Carioca	19/03/2023	Maracanã	Vasco	Flamengo	45.935
7	Paulista	12/03/2023	Neo Química Arena	Corinthians	Ituano	43.618
8	Carioca	18/03/2023	Maracanã	Fluminense	Volta Redonda	43.550
9	Paulista	04/03/2023	Neo Química Arena	Corinthians	Santo André	42.888
10	Copa do Nordeste	05/03/2023	Arena Fonte Nova	Bahia	Vitória	42.387

Fonte: Sr. Gool  
Elaboração: Pluri (2023)



## COMPETIÇÕES COM MAIORES MÉDIAS DE PÚBLICO – ANUAL/23

**SUPERCOPA**



**67.422**

**RECOPA**



**65.739**

**LIBERTADORES**



**45.860**

**PAULISTA**



**12.049**

**CARIOCA**



**11.639**



# RANKING MÉDIA DE PÚBLICO POR CAMPEONATO – ANUAL/23

RANKING	CAMPEONATO	JOGOS MANDANTE	PÚBLICO PAGANTE MÉDIO	PÚBLICO PAGANTE TOTAL	PARTICIPAÇÃO PÚBLICO PAGANTE (%)
1	<b>Supercopa do Brasil</b>	2*	<b>67.422</b>	134.844	2,30
2	<b>Recopa</b>	1	<b>65.739</b>	65.739	1,12
3	<b>Libertadores</b>	4	<b>45.860</b>	183.438	3,14
4	Paulista	107	<b>12.049</b>	1.289.287	22,04
5	Carioca	74	<b>11.639</b>	861.286	14,72
6	<b>Copa do Nordeste</b>	82	<b>6.438</b>	527.912	9,02
7	Gaúcho	70	<b>5.878</b>	411.446	7,03
8	Paranaense	78	<b>4.824</b>	376.278	6,43
9	Mineiro	61	<b>4.534</b>	276.595	4,73
10	Baiano	50	<b>4.067</b>	203.351	3,48
11	<b>Copa Verde</b>	23	<b>4.032</b>	92.732	1,58
12	<b>Copa do Brasil</b>	60	<b>3.839</b>	230.354	3,94
13	Cearense	45	<b>3.505</b>	157.735	2,70
14	Catarinense	78	<b>3.125</b>	243.771	4,17
15	Goiano	78	<b>2.356</b>	183.729	3,14
16	Pernambucano	74	<b>1.983</b>	146.732	2,51
17	Potiguar	40	<b>1.763</b>	70.511	1,21
18	Paraense	47	<b>1.592</b>	74.830	1,28
19	Alagoano	32	<b>1.267</b>	40.558	0,69
20	Paraibano	49	<b>1.180</b>	57.832	0,99
21	Sergipano	53	<b>863</b>	45.753	0,78
22	Mato-grossense	53	<b>798</b>	42.303	0,72
23	Rondoniense	20	<b>715</b>	14.290	0,24
24	Maranhense	36	<b>672</b>	24.180	0,41
25	Brasiliense	47	<b>454</b>	21.347	0,36
26	Piauiense	59	<b>397</b>	23.425	0,40
27	Amazonense	43	<b>311</b>	13.394	0,23
28	Capixaba	54	<b>300</b>	16.173	0,28
29	Acreano	16	<b>238</b>	3.802	0,06
30	Sul-mato-grossense	43	<b>233</b>	10.038	0,17
31	Tocantinense	32	<b>221</b>	7.080	0,12
	<b>TOTAL GERAL</b>	<b>1.511</b>	<b>3.872</b>	<b>5.850.745</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Sr. Gool  
 Elaboração: Pluri (2023)  
 \*Supercopa com dois jogos por questões metodológicas.

20/04/2023

# RANKING DE MÉDIA DE PÚBLICO POR TIPO DE CAMPEONATO – ANUAL/23

RANKING	CAMPEONATO	JOGOS MANDANTE	PÚBLICO PAGANTE MÉDIO	PÚBLICO PAGANTE TOTAL	PARTICIPAÇÃO PÚBLICO PAGANTE (%)
1	Internacional	5	49.835	249.177	78,89
2	Regional	105	5.911	620.644	4,26
3	Nacional	62	5.890	365.198	6,24
4	Estadual	1.339	3.447	4.615.726	10,61
	<b>TOTAL GERAL</b>	<b>1.511</b>	<b>3.872</b>	<b>5.850.745</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Sr. Gool  
Elaboração: Pluri (2023)

# TOP 10 MAIORES PÚBLICOS PAGANTES – ANUAL/23

RANKING	CAMPEONATO	DATA	ESTÁDIO	MANDANTE	VISITANTE	PÚBLICO PAGANTE
1	Supercopa do Brasil	28/01/2023	Mané Garrincha	Palmeiras	Flamengo	67.422
2	Recopa	28/02/2023	Maracanã	Flamengo	Independiente del Valle	65.739
3	Carioca	05/03/2023	Maracanã	Flamengo	Vasco	64.727
4	Paulista	29/01/2023	Morumbi	São Paulo	Corinthians	54.970
5	Carioca	12/02/2023	Maracanã	Fluminense	Vasco-RJ	54.180
6	Carioca	08/03/2023	Maracanã	Flamengo	Fluminense	52.689
7	Paulista	25/02/2023	Morumbi	São Paulo	São Bernardo	52.602
8	Libertadores	02/03/2023	Arena Castelão	Fortaleza	Maldonado-URU	52.502
9	Carioca	15/01/2023	Maracanã	Flamengo	Portuguesa-RJ	49.964
10	Paulista	04/02/2023	Morumbi	Palmeiras	Santos-SP	49.241

Fonte: Sr. Gool  
Elaboração: Pluri (2023)

# IV – TAXA DE OCUPAÇÃO DO ESTÁDIO: RANKING POR CAMPEONATOS



### LIBERTADORES ASSUME A PRIMEIRA POSIÇÃO NO RANKING DA TAXA DE OCUPAÇÃO DOS ESTÁDIOS EM MARÇO

- A competição mais cobiçada pelos clubes brasileiros começou mais cedo para o Atlético-MG e o Fortaleza, pois eles ficaram em posições no Campeonato Brasileiro que davam vaga apenas para a fase prévia da Libertadores, o que resultou em um início de competição mais precoce em relação aos outros seis times brasileiros classificados diretamente para a fase de grupos.
  - Devido aos jogos serem eliminatórios, as torcidas de ambos os clubes se mobilizaram para apoiar seus times no estádio. Na primeira participação da Libertadores no ranking de ocupação dos estádios, a taxa de ocupação atingiu 72,89% com quatro jogos disputados, superando os outros campeonatos analisados no mês de março.
- O Paulistão fica em segundo lugar com uma excelente taxa de ocupação próxima de 60% (58,48%) em 19 jogos disputados, sendo o único estadual a ter taxa acima de 50%. O Carioca vem em terceiro lugar com uma taxa de 44,08% em 20 jogos disputados. Já o Campeonato Baiano e o Gaúcho completam o Top 5 na quarta e quinta posição, ambos com taxas acima de 40%, respectivamente 42,48% e 41,47%.

 Identificação de parceiros

 Planejamento Estratégico

 Programa de transparência

 Reestruturação financeira

 Programa Gestão de risco

 Plano de Gestão e governança



## COMPETIÇÕES COM PARTIDAS ELIMINATÓRIAS SÃO PROTAGONISTAS NO RANKING DE OCUPAÇÃO ANUAL

- É o caso da Supercopa do Brasil, Recopa e Libertadores que estão nas três primeiras posições de campeonatos com maior taxa de ocupação no ano.
  - A Supercopa e a Recopa provavelmente manterão a liderança do ranking de ocupação de estádios durante todo o ano, uma vez que se tratam de partidas únicas com o título da competição em jogo, o que resulta em taxas de ocupação superiores a 80%.
- A Libertadores garantiu a terceira posição no ranking de ocupação de estádios com os jogos da pré-Libertadores, que também foram eliminatórios para os clubes brasileiros.
  - Os resultados das porcentagens de ocupações foram extremamente positivos, com quatro jogos somados atingindo uma média de ocupação de 72,89%.
- Após essas três competições, temos o Campeonato Paulista com o maior número de jogos entre todas as competições disputadas este ano (107) e uma taxa de ocupação de quase 50% (47,05%).
- O Campeonato Carioca fecha o Top 5 do ano com uma taxa de ocupação de

 Identificação de parceiros

 Planejamento Estratégico

 Programa de transparência

 Reestruturação financeira

 Programa Gestão de risco

 Plano de Gestão e governança





## CAMPEONATOS COM MAIOR TAXA DE OCUPAÇÃO (%) – MAR/23



# RANKING TAXA DE OCUPAÇÃO POR CAMPEONATO – MAR/23

RANKING	COMPETIÇÃO	JOGOS MANDANTE	TAXA OCUPAÇÃO (%)	CAPACIDADE OCIOSA	PARTICIPAÇÃO OCIOSIDADE (%)
1	<b>Libertadores</b>	4	<b>72,89</b>	68.224	1,24
2	Paulista	19	<b>58,48</b>	202.444	3,67
3	Carioca	20	<b>44,08</b>	378.636	6,86
4	Baiano	5	<b>42,48</b>	40.210	0,73
5	Gaúcho	16	<b>41,47</b>	235.737	4,27
6	Paranaense	12	<b>39,03</b>	169.733	3,07
7	Goiano	8	<b>36,21</b>	63.236	1,14
8	Catarinense	24	<b>35,79</b>	178.940	3,24
9	Cearense	9	<b>32,83</b>	148.249	2,68
10	<b>Copa do Nordeste</b>	30	<b>27,55</b>	693.658	12,56
11	<b>Copa Verde</b>	11	<b>26,19</b>	235.066	4,26
12	<b>Copa do Brasil</b>	43	<b>25,70</b>	560.260	10,14
13	Alagoano	4	<b>25,64</b>	35.219	0,64
14	Paraibano	9	<b>21,57</b>	96.416	1,75
15	Mineiro	19	<b>21,42</b>	226.958	4,11
16	Paraense	23	<b>14,57</b>	147.192	2,67
17	Rondoniense	16	<b>14,51</b>	73.518	1,33
18	Potiguar	5	<b>10,78</b>	83.324	1,51
19	Sergipano	18	<b>8,52</b>	146.362	2,65
20	Pernambucano	16	<b>8,14</b>	359.939	6,52
21	Mato-grossense	12	<b>6,76</b>	135.666	2,46
22	Brasiliense	17	<b>4,85</b>	205.136	3,71
23	Piauiense	18	<b>4,70</b>	126.565	2,29
24	Capixaba	19	<b>4,44</b>	149.884	2,71
25	Maranhão	5	<b>4,03</b>	192.653	3,49
26	Sul-mato-grossense	20	<b>3,67</b>	114.155	2,07
26	Tocantinense	12	<b>3,66</b>	76.111	1,38
28	Acreano	16	<b>2,97</b>	124.198	2,25
29	Amazonas	12	<b>1,46</b>	255.214	4,62
<b>TOTAL GERAL</b>		<b>442</b>	<b>27,28</b>	<b>5.522.903</b>	<b>100</b>

# RANKING DE TAXA DE OCUPAÇÃO POR CAMPEONATO – MAR/23

RANKING	COMPETIÇÃO	JOGOS MANDANTE	TAXA OCUPAÇÃO (%)	CAPACIDADE OCIOSA	PARTICIPAÇÃO OCIOSIDADE (%)
1	Internacional	4	72,89	68.224	1,24
2	Regional	41	27,21	928.724	16,82
3	Nacional	43	25,69	560.260	10,14
4	Estadual	354	25,35	3.965.695	71,80
	<b>TOTAL GERAL</b>	<b>442</b>	<b>27,28</b>	<b>5.522.903</b>	<b>100</b>

Fonte: Sr. Gool  
Elaboração: Pluri (2023)

# TOP 10 PARTIDAS COM MAIORES TAXAS DE OCUPAÇÃO – MAR/23

RANKING	CAMPEONATO	DATA	ESTÁDIO	MANDANTE	VISITANTE	TAXA DE OCUPAÇÃO
1	Catarinense	26/03/2023	Camilo Mussi	Barra	Brusque	95%
2	Copa do Brasil	01/03/2023	Mão Santa	Parnahyba	Botafogo-SP	93%
2	Paulista	19/03/2023	Allianz Parque	Palmeiras	Ituano	93%
2	Mineiro	11/03/2023	Arena do Jacaré	Cruzeiro	América-MG	93%
5	Mineiro	12/03/2023	Joaquim Portugal	Athletic Club	Atlético-MG	91%
6	Paulista	13/03/2023	Allianz Parque	São Paulo	Água Santa	90%
6	Paulista	11/03/2023	Allianz Parque	Palmeiras	São Bernardo	90%
8	Paulista	12/03/2023	Neo Química Arena	Corinthians	Ituano	89%
9	Copa do Nordeste	05/03/2023	Arena Fonte Nova	Bahia	Vitória	88%
10	Paulista	04/03/2023	Neo Química Arena	Corinthians	Santo André	87%

## CAMPEONATOS COM MAIOR TAXA DE OCUPAÇÃO (%) – ANUAL/23

**SUPERCOPA**



**97,22**

**RECOPA**



**83,38**

**LIBERTADORES**



**72,89**

**PAULISTA**



**47,04**

**CARIOCA**



**36,11**



# RANKING TAXA DE OCUPAÇÃO POR CAMPEONATO – ANUAL/23

RANKING	COMPETIÇÃO	JOGOS MANDANTE	TAXA OCUPAÇÃO (%)	CAPACIDADE OCIOSA	PARTICIPAÇÃO OCIOSIDADE (%)
1	<b>Supercopa do Brasil</b>	2*	<b>97,22</b>	3.854	0,02
2	<b>Recopa</b>	1	<b>83,38</b>	13.099	0,07
3	<b>Libertadores</b>	4	<b>72,89</b>	68.224	0,34
4	Paulista	107	<b>47,05</b>	1.451.232	7,29
5	Carioca	74	<b>36,11</b>	1.523.682	7,66
6	Baiano	50	<b>27,59</b>	533.757	2,68
7	Gaúcho	70	<b>26,72</b>	1.128.264	5,67
8	Mineiro	61	<b>26,27</b>	776.344	3,90
9	Catarinense	78	<b>26,17</b>	687.805	3,46
10	Cearense	45	<b>25,25</b>	466.979	2,35
11	Paranaense	78	<b>24,11</b>	1.184.537	5,95
12	<b>Copa do Brasil</b>	60	<b>23,81</b>	737.009	3,70
13	<b>Copa do Nordeste</b>	82	<b>22,34</b>	1.835.583	9,22
14	Goiano	78	<b>20,60</b>	708.286	3,56
15	Paraense	47	<b>19,86</b>	301.946	1,52
16	<b>Copa Verde</b>	23	<b>18,30</b>	413.952	2,08
17	Potiguar	40	<b>15,93</b>	372.149	1,87
18	Rondoniense	20	<b>13,23</b>	93.710	0,47
19	Alagoano	32	<b>10,16</b>	358.642	1,80
20	Pernambucano	74	<b>9,45</b>	1.406.476	7,07
21	Sergipano	53	<b>9,24</b>	449.247	2,26
22	Paraibano	49	<b>6,75</b>	798.488	4,01
23	Mato-grossense	53	<b>5,61</b>	712.179	3,58
24	Piauiense	59	<b>4,38</b>	511.583	2,57
25	Maranhense	36	<b>3,19</b>	734.945	3,69
26	Capixaba	54	<b>3,16</b>	495.794	2,49
27	Tocantinense	32	<b>3,13</b>	218.920	1,10
28	Sul-mato-grossense	43	<b>3,05</b>	319.162	1,60
29	Brasiliense	47	<b>2,98</b>	695.235	3,49
30	Acreano	16	<b>2,97</b>	124.198	0,62
31	Amazonense	43	<b>1,70</b>	775.606	3,90
	<b>TOTAL GERAL</b>	<b>1.511</b>	<b>22,72</b>	<b>19.900.887</b>	<b>100</b>

Fonte: Sr. Gool  
 Elaboração: Pluri (2023)  
 \*Supercopa com dois jogos por questões metodológicas.

# RANKING DE TAXA DE OCUPAÇÃO POR CAMPEONATO – ANUAL/23

RANKING	COMPETIÇÃO	JOGOS MANDANTE	TAXA OCUPAÇÃO (%)	CAPACIDADE OCIOSA	PARTICIPAÇÃO OCIOSIDADE (%)
1	Internacional	5	75,39	81.323	0,41
2	Nacional	63	33,02	740.863	3,72
3	Regional	105	21,62	2.249.535	11,30
4	Estadual	1.339	21,52	16.829.166	84,56
<b>TOTAL GERAL</b>		<b>1511</b>	<b>22,72</b>	<b>19.900.887</b>	<b>100</b>

Fonte: Sr. Gool  
Elaboração: Pluri (2023)

# TOP 10 PARTIDAS COM MAIORES TAXAS DE OCUPAÇÃO – ANUAL/23

RANKING	CAMPEONATO	DATA	ESTÁDIO	MANDANTE	VISITANTE	TAXA DE OCUPAÇÃO
1	Supercopa do Brasil	28/01/2023	Mané Garrincha	Palmeiras	Flamengo	97%
1	Baiano	29/01/2023	Arena fonte Nova	Bahia	Vitória	97%
3	Catarinense	26/03/2023	Camilo Mussi	Barra	Brusque	95%
4	Copa do Brasil	01/03/2023	Mão Santa	Parnahyba	Botafogo-SP	93%
4	Paulista	19/03/2023	Allianz Parque	Palmeiras	Ituano	93%
4	Mineiro	11/03/2023	Arena do Jacaré	Cruzeiro	América-MG	93%
7	Paulista	16/02/2023	Neo Química Arena	Corinthians	Palmeiras	92%
7	Paulista	22/01/2023	Allianz Parque	Palmeiras	São Paulo	92%
9	Mato-grossense	16/02/2023	Valdir Doilho Wons	Nova Mutum	Cuiabá	91%
9	Mineiro	12/03/2023	Joaquim Portugal	Athletic Club	Atlético-MG	91%

# PARTIDAS SEM INFORMAÇÕES DE PÚBLICO, TICKET E RENDA EM MAR/23 – PARTE 1

CAMPEONATO	DATA	ESTÁDIO	MANDANTE	VISITANTE
Cearense	10/03/2023	Municipal João Ronaldo	Pacajus	Guarani-CE
Copa do Brasil	01/03/2023	Gilbertão	Princesa Do Solimões	Ituano
Copa do Brasil	09/03/2023	Vila Belmiro	Santos	Iguatu
Copa do Nordeste	22/03/2023	Frasqueirão	Abc	Fluminense-PI
Copa do Nordeste	26/03/2023	Frasqueirão	Abc	Náutico-PE
Brasiliense	11/03/2023	Serejão	Brasília	Taguatinga
Capixaba	11/03/2023	Engenheiro Alencar De Araripe	Desportiva-ES	Rio Branco-ES
Capixaba	19/03/2023	Engenheiro Alencar De Araripe	Desportiva-ES	Porto Vitória
Paraense	19/03/2023	Curuzu	Tapajós	Itupiranga
Paraense	26/03/2023	Jaime Sena Pimentel	Itupiranga	São Francisco-PA
Paraense	26/03/2023	Curuzu	Tapajós	Bragantino-PA
Pernambucano	11/03/2023	SESC Mendonção	Porto	Íbis

# PARTIDAS SEM INFORMAÇÕES DE PÚBLICO, TICKET E RENDA EM MAR/23 – PARTE 2

CAMPEONATO	DATA	ESTÁDIO	MANDANTE	VISITANTE
Pernambucano	20/04/2023	Arthur Tavares de Melo	Caruaru City	Belo Jardim
Piauiense	01/03/2023	Mão Santa	Parnahyba	Ferrovário-PI
Piauiense	08/03/2023	Arena Ytacoatyara	4 de Julho	Ferrovário-PI
Piauiense	11/03/2023	Mão Santa	Ferrovário-PI	Fluminense-PI
Piauiense	21/03/2023	Mão Santa	Ferrovário-PI	Altos
Potiguar	27/03/2023	Manoel Barreto	Santa Cruz-RN	Potiguar
Tocantinense	04/03/2023	Castanheirão	Tocantins de Palmas	Capital-TO
Tocantinense	04/03/2023	Leôncio de Souza Miranda	União Carmolandense	Gurupi
Tocantinense	05/03/2023	Nilton Santos	Palmas	Interporto
Tocantinense	12/03/2023	Heraldão	Bela Vista	Palmas
Tocantinense	12/03/2023	General Sampaio	Interporto	União Carmolandense

# Conheça Nossos Produtos

## **Gestão e Finanças**

- Identificação de parceiros e investidores estratégicos (Brasil e Exterior);
- Valuation de clubes, atletas e torcidas;
- Planos de Gestão e Governança;
- Reestruturação Financeira e Estratégia de captação de recursos;
- Planejamento estratégico;
- Programa de Gestão de Riscos.

## **Comercial & Marketing**

- Estratégias de engajamento do torcedor;
- Fortalecimento da Identidade do Clube;
- Estruturação de Programas de Sócio Torcedor e Pricing;
- Programas de loyalty, moeda própria, rede conveniada e marketplace;
- Estruturação da área de licenciamentos e das redes de lojas e escolinhas.

# Nossos Clientes

Conheça alguns de nossos principais clientes





**Pluri**

**O ESPORTE LEVADO A SÉRIO**



[pluriconsultoria.com.br](http://pluriconsultoria.com.br)