



Busca...



Últimas Notícias::

Vítimas de mineradores maliciosos de criptomoedas crescem

Quanto vale um jogador de futebol?

Julho 3, 2018



(Foto: Pexels) Quanto vale um jogador de futebol?

Em uma nova realidade onde o que tem valor é intangível e mutante, ao sabor de uma espiral acelerada de inovações tecnológicas, a fórmula mágica que consegue nos manter conectados vem do mundo das sensações. No mundo dos esportes, marcas como a Nike estão novamente se reinventando, transformando seus pontos de venda em “Centros de Experimentação”, uma espécie de “Reality Show” do esporte. Nestas novas lojas conceito, o foco não é sair com o tênis escolhido no pé, mas sim fazer algumas cestas ao lado de um astro do basquete, por

E o mundo virtual vem impondo novos paradigmas: o principal deles é a forma de nos conectarmos nele. Além de promover “experiências” sensoriais, os executivos de marketing também estão explorando o conceito de “tribo” como forma de promover suas marcas. Não é à toa que o mundo dos esportes movimentava tanto dinheiro. O futebol é disparado o esporte que mais gera receitas em todo o mundo, seguido do futebol americano, baseball, Fórmula 1, basquete e hóquei. A Europa é responsável por 79% do total gerado pelos eventos profissionais associados ao futebol. Somente os patrocínios no futebol mundial devem somar US\$ 65,8 bilhões em 2018, e pelo ranking da FIFA, Alemanha e Brasil lideram a lista de campeões mundiais de todos os tempos. Soma-se a isso o fato de Neymar estar no topo do elenco de jogadores, em valor de mercado, e chegamos a um valor de R\$ 4 bilhões para a nossa seleção, segundo o site especializado Transfermarkt.com.

O número de mídias aumentou muito desde que nosso escrete canarinho conquistou a Copa do Mundo pela terceira vez, na década de 1970. E há mudanças consideráveis na importância das mesmas. Os games, os jogos eletrônicos, por exemplo, já faturam mais do que o cinema há algum tempo. Por isso, não é de se estranhar que os direitos de imagem dos astros do futebol sejam comprados por cifras astronômicas. Tudo para agradar a legião de fãs do esporte. O astro Cristiano Ronaldo está na capa do jogo FIFA 2018, resultado de uma negociação que envolveu milhões de Euros. E, dentro do jogo, seus movimentos também foram capturados para criar uma semelhança maior do jogo com a realidade. Enquanto isso, o rival Lionel Messi assinou contrato para estar na capa da próxima edição do Pro Evolution Soccer, o segundo jogo mais popular de futebol.

E ainda há as redes sociais: no Instagram, Cristiano Ronaldo tem incríveis 132 milhões de seguidores, seguido de longe por Neymar e Messi, cada um chegando perto de 100 milhões de seguidores. Um merchandising planejado para estes meios tem um enorme poder de “venda”. Muito maior do que os melhores horários da TV abertas, por exemplo.

Mas, o que significam todos esses valores? Hoje, a medida do valor de um jogador de futebol enquanto ativo tem várias explicações. Assim como no caso de um negócio ou um ativo intangível mais tradicional, espera-se de um jogador um fluxo de benefícios econômicos futuros, tanto dentro quanto fora de campo. O retorno financeiro está ligado aos critérios objetivos, como a capacidade de fazer gols e ganhar um campeonato, e outros bastante subjetivos relativos a ações de marketing. Quanto maior a empatia do público e da torcida com o jogador, maior o valor percebido pelos patrocinadores. Em 2017, a Nike fechou um contrato de dez anos com Cristiano Ronaldo: 35 milhões de Euros anuais.

Na avaliação de um jogador como ativo, temos uma etapa inicial de desempenho histórico e diagnóstico da “capacidade operacional”. Nesta fase são analisados critérios ligados a características físicas e de desempenho: idade, condicionamento físico, força, histórico de contusões, velocidade, desempenho no time como reserva e/ou titular, disciplina tática, experiência nacional e internacional, gols marcados, aproveitamento de penalidades máximas, cartões disciplinares, títulos conquistados, índice de faltas e qualidades nos fundamentos, entre outros. Algumas destas características técnicas já podem ser mensuradas por sistemas informatizados. A tecnologia pode ajudar a avaliar os atletas através de análises estatísticas de uma série de testes físicos que mostra de forma objetiva se um técnico necessários para se desenvolver de forma diferenciada da média.

Como em todo o processo de avaliação, a parte mais difícil fica com as questões subjetivas que envolvem julgamento e geralmente estão ligadas ao desempenho futuro do atleta. Características comportamentais, como liderança, temperamento, capacidade de adaptação e disciplina podem alavancar ou reduzir o valor de um jogador, agindo como uma taxa de risco associada ao desempenho do atleta num ambiente de incertezas no novo time e campeonato.

O atleta é a máquina motriz da indústria do esporte. A grande audiência dos eventos esportivos nacionais e internacionais (Copa do Mundo de Futebol, Olimpíadas, Jogos Pan-americanos, campeonatos, torneios, Grand Prix, entre outros), mostra o esporte como uma grande indústria do entretenimento. Estes acontecimentos envolvem valores bilionários, que vão das receitas diretas na venda de ingressos, exploração comercial de produtos e serviços ligados ao evento, direitos de transmissão até a estratégia das empresas em associar suas marcas ao esporte, time ou particularmente ao atleta. Além de desempenho dentro do campo, a capacidade do jogador de ser visto como exemplo de disciplina, talento e assertividade e reconhecido como um ícone de vigor, luxo e beleza é um grande formador de valor no seu passe – viabilizando os contratos volumosos com patrocinadores pelo direito de uso, exclusivo ou não, da sua imagem.

Este cenário tem tudo a ver com o momento econômico pelo qual o mundo está passando. Estamos vivendo a época dos ativos intangíveis: se no início do século passado o valor das empresas estava atrelado aos seus ativos tangíveis, como fábricas, máquinas ou estoques, hoje as empresas mais valiosas da bolsa americana como Apple, Amazon, Microsoft e Facebook tem os intangíveis – propriedade intelectual, marca e patentes – como principal componente de seus valores.

Ao catalisar sentimentos como paixão, admiração e alegria em um mundo cada vez midiático, o valor de um jogador de futebol só tende a crescer.

Por Luiz Paulo Silveira, Vice-presidente da Apsis Consultoria

TAGGED SOB

jogador

futebol

artigo

ITENS RELACIONADOS (POR TAG)



Investimentos
e Notícias

em 2018 pode ser diferente para empresas preparadas e organizadas juridicamente