

Mapa dos patrocinadores dos clubes da Série A do Campeonato Brasileiro

2018

IBOPE | REPUcom





José Colagrossi
diretor executivo
IBOPE Repucom

2018 e a retomada da confiança no patrocínio no futebol

2018 foi o ano que marcou a retomada da confiança no patrocínio esportivo no Brasil. A recente crise econômica combinada com a crise de credibilidade do futebol no Brasil, que afugentou patrocinadores imediatamente após a Copa de 2014, deixaram de ser as justificativas recorrentes para retrain o volume de contratos de patrocínio aos clubes de futebol. Em 2018 não apenas vimos um cenário de permanência de patrocinadores como também a entrada de muitos novos players e novos segmentos investindo no patrocínio do futebol brasileiro.

Ao longo de 2018, os 20 clubes da Série A estamparam 111 patrocinadores diferentes em seus uniformes, um crescimento de 28% referente ao ano anterior e uma média de mais de 5 marcas por clube. Outro fato favorável é que de cada 10 marcas que patrocinaram algum clube em 2017, seja em patrocínios regulares, pontuais ou fornecedores de material esportivo, 6 delas permaneceram como patrocinadoras em 2018.

Um forte indicativo do reaquecimento deste mercado é a presença de novos players e ampliação da presença de setores específicos ao longo de 2018, das 111 marcas que estiveram presentes nos uniformes dos clubes da Série A este ano, 53% começaram seus contratos em 2018. Destaque para o setor Automotivo/Peças, que registrou apenas uma marca em 2017, mas foi o terceiro segmento em volume de novos contratos em 2018 com 5 novas marcas, sendo 3 montadoras (Fiat, Renault e Volkswagen Caminhões).

O setor Financeiro, que foi o 5º em volume de marcas em 2017, se tornou em 2018 o segundo segmento em volume de marcas únicas, atrás apenas do segmento “Imobiliário, Construção e Acabamentos”. Entre patrocínios pontuais e regulares, todos os clubes foram patrocinados por pelo menos uma empresa do setor Financeiro em 2018. Ao todo, 12 marcas entre bancos tradicionais e digitais, cartões de crédito, máquinas de pagamento, investimentos, cooperativas de crédito e crédito pessoal investiram nos clubes da elite do futebol nacional em 2018.



José Colagrossi
diretor executivo
IBOPE Repucom

Afirmo que 2018 foi um ano para se comemorar em relação ao patrocínio de futebol em nosso país. Embora não seja possível afirmar que a gigantesca crise de 2014 a 2016 tenha sido completamente superada, sem dúvida tivemos o melhor ano desde 2013 com a entrada de novos patrocinadores e a permanência da maioria. Com este cenário favorável, espero que 2019 seja ainda melhor para os clubes e patrocinadores.

Este material segue o padrão do ano anterior e mapearemos os patrocinadores de uniforme dos clubes presentes na série A em 2018 organizando-os por propriedade e indústria. Assim oferecemos ao mercado uma análise do aproveitamento das propriedades de uniforme dos clubes, revelando quais segmentos de mercado são mais frequentes neste tipo de patrocínio.

O quanto falam sobre os clubes brasileiros nas mídias sociais no Brasil? E no mundo?

A novidade deste ano é uma busca profunda e abrangente nas mídias sociais do Brasil e do mundo para trazer ao mercado o tamanho do alcance do futebol brasileiro nas redes sociais, plataformas que carregam enorme potencial de maximização de exposição das marcas dos patrocinadores, e que são aliadas no processo de internacionalização dos clubes e fortalecimento do futebol nacional.

Esperamos que este estudo seja útil e desejamos um 2019 de sucesso para todo o mercado do futebol brasileiro.

PATROCÍNIOS

Por propriedade do uniforme de jogo

CLUBE	AMÉRICA MG	ATLÉTICO MG	ATHLETICO PR	BAHIA	BOTAFOGO	CEARÁ	CHAPECOENSE	CORINTHIANS	CRUZEIRO	FLAMENGO	FLUMINENSE	GRÊMIO	INTER	PALMEIRAS	PARANÁ	SANTOS	SÃO PAULO	SPORT	VASCO	VITÓRIA	
MATERIAL ESPORTIVO	Lupo	Topper	Adidas	Adidas	Topper	Topper	Adidas	Nike	Adidas	Adidas	Under Armour	Adidas	Nike	Adidas	Topper	Kappa	Adidas	Adidas	Adidas	Adidas	Topper
FRENTE	CAIXA	CAIXA	CAIXA	CAIXA	CAIXA	CAIXA	Aurora	Universal, OMO, POSITIVO, PES2019	CAIXA	CAIXA	Vale Express, ZOM	Banrisul	Banrisul	crefisa	CAIXA	CAIXA	inter	CAIXA	help!, BMG, Refit	CAIXA	
FRENTE SUPERIOR	cemil	MRV Engenharia, Universidade BR+SIL, Uber	Copacol	CENTRALTEC	Unidos	apodi		Universidade BR+SIL, FIAT	cemil	Universidade BR+SIL, CAIXA	LAFE, Rappi	Place	iPlace	FAM, crefisa	ACQUAFORT, Unifó, DOLIBRES	Algar:tech, BRITÂNIA, Diguinho	MRV Engenharia, PES2019	UNIBRA, WIZARD, Gimbo	STI, INVEST	COOINTE company	
BARRA FRONTAL					GRUPO CERCEAD			LETRA, PES2019						FAM			URBANO		COOINTE company	Zenit	
MANGAS		MRV Engenharia, Vilma	HAVAN	Canua	Mediasp, NOVOTEL, S&S	PRO TORK	HAVAN	minds, agibank, Vale Express	BH			Place	iPlace	FAM, crefisa	Philco		URBANO, CORR PLASTIK	VODOL	S&S, Refit	União, ARENAMED	
COSTAS	cabify, AM4	america-net, CAIXA	Philco	CAIXA	CAIXA	Algar:tech, CAIXA		POSITIVO, alcatel	UninCor, CAIXA	MRV Engenharia	ZOM, descomplica, MGA, thinkseg	Banrisul	Banrisul	crefisa	CAIXA	Philco	inter	CAIXA	ZOM	CAIXA	
BARRA TRASEIRA	DIRECIONAL	BH		DULAR, tel, Unimed	PEGACARGA	Unimed, Embracoin	Unimed, SICOOB	FOXLUX, Famastil	BH	descomplica	Yes!	Unimed, LAGHETTO HOTÉIS	Unimed, LAGHETTO HOTÉIS	FAM	Zenit	Algar:tech	Joli	LORENZETTI, Zenit	Caminhões Dribles, Lupo, Yes!	LORENZETTI, CINAR, SHOCK	
NÚMERAÇÃO	O2BH	OrthoPride	Uber	Promédica, south & son	TIM			OrthoPride	TIM	TIM	TIM	Uber	Uber	FAM		OrthoPride	MRV Engenharia		TIM		
CALÇÃO	CAIXA		CAIXA	CAIXA	CAIXA	CAIXA	HAVAN, KPMG	LETRA	Uber	CAIXA	REPERCUTE, stx	Unimed	Unimed	FAM	CAIXA	CAIXA	Canua, P&S	CAIXA	COOINTE company	CAIXA	
MEIÃO										Kodilar				FAM		Kodilar					

Key Insights



Apenas **15** patrocinadores ocuparam o patrocínio máster em toda a temporada **2018.**, sendo 5 marcas como patrocínio pontual.



18 patrocinadores encerraram contrato durante a temporada, sendo cinco fornecedores de material esportivo.



Houve **40** patrocínios pontuais, 70% mais que em 2017. Dois terços (66%) dos pontuais foram concentrados em 5 times: Vitória (7), Vasco (7), Sport (5), Fluminense (4) e Corinthians (4).



5 clubes trocaram o fornecedor de material esportivo em **2018.** Bahia, Santos, São Paulo, Sport, Vasco.



A propriedade menos explorada durante a temporada 2018 foi o **meião.** A Uber figurou na gola do uniforme do Atlético MG, outra propriedade a ser explorada pelos clubes



As propriedades mais utilizadas foram o **frente** (máster) e **barra traseira.** Todos os clubes utilizaram a propriedade no mínimo uma vez.



A marca mais presente nas propriedades do uniforme foi a Caixa, com **32** propriedades no decorrer do ano entre todos os times da série A.



Corinthians (13), Fluminense (12) e Vasco (12), por não possuírem patrocinadores máster, foram os clubes que mais estamparam marcas diferentes em suas camisas em 2018.

Indicador Percentual Uniforme:

Com base na exposição em transmissões TV do Brasileiro 2017, entre os meses de junho e julho/2018, foi realizado um estudo considerando a média de exposição de cada patrocínio por marca.

Indicador Resultado QI

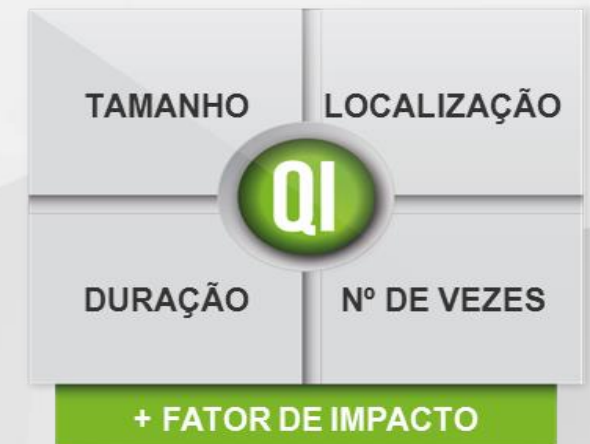
Metodologia global de reconhecimento automático e aplicação do índice de qualidade de exposição das marcas nas diferentes modalidades esportivas.

O Resultado QI avalia o impacto e a qualidade da aplicação de marcas em cada uma das propriedades relacionadas a um patrocínio. A análise comparativa do indicador auxilia na melhor aplicação/exposição de marcas em cada uma das propriedades.

Base Estudo:

Jogos do Brasileiro A – transmitidos Ao Vivo nas emissoras: Rede Globo e Canais SporTV

Propriedades Analisadas: Apenas Uniforme de Jogo. Para a cota Material esportivo foi considerado apenas a exposição de Camiseta Frente.



Frente (máster)

A Caixa esteve como patrocinadora máster (frente) de 12 dos 20 clubes que disputaram a série A de 2018. Outras 4 equipes tiveram empresas do setor Financeiro como patrocinador máster: São Paulo (Banco Inter), Palmeiras (Crefisa) e Grêmio e Internacional (Banrisul)



Posição da propriedade em relação ao uniforme de jogo.

Percentual Exposição

26,5%

Resultado QI

34,7

Maior QI
39,25



Mangas

As marcas Vero e Havan são as únicas que investiram em mais de uma equipe na propriedade “Manga”. A Havan esteve presente no Athletico-PR e Chapecoense, enquanto a Vero esteve com Grêmio e Internacional.

Dentre os 20 clubes, 6 não tiveram nenhum patrocinador regular na propriedade: América-MG, Fluminense, Santos, Sport, Vitória e Ceará. Estes três últimos tiveram apenas patrocínios pontuais na manga ao longo de 2018.



Posição da propriedade em relação ao uniforme de jogo.

Percentual Exposição

20,5%

Resultado QI

36,1

Maior QI
41,74



Costas

Propriedade muito utilizada por patrocínios fixos, apenas América-MG e Chapecoense não tiveram patrocinadores regulares nesta propriedade ao longo do ano.

Destaque para o Fluminense, que ao longo de 2018 estampou 4 patrocínios diferentes nesta propriedade.



Percentual Exposição

16,6%

Resultado QI

36,4

Maior QI
43,71

Posição da propriedade em relação ao uniforme de jogo.



Fornecedor de Material Esportivo

Na temporada 2018, Topper e Umbro dominaram a categoria de fornecedor de material esportivo. Atualmente, as duas marcas estão presentes em 10 times da Série A.

5 clubes trocaram o fornecedor de material esportivo: **Bahia** (Umbro para Esquadrão), **Santos** (Kappa para Umbro), **São Paulo** (Under Armour para Adidas), **Sport** (Adidas para Under Armour), **Vasco** (Umbro para Diadora).



Posição da propriedade em relação ao uniforme de jogo.

Percentual Exposição

9,5%

Resultado QI

30,8

Maior QI
35,27



Frente Superior

16 clubes terminaram a temporada com um patrocinador fixo na propriedade Frente Superior. Apenas Bahia, Chapecoense, Paraná e Vitória estão com a propriedade vazia no momento.

A propriedade, inclusive, foi a que concentrou mais patrocínios pontuais ao longo de 2018. Ao todo, foram 12 patrocínio pontuais em 8 clubes diferentes.



Posição da propriedade em relação ao uniforme de jogo.

Percentual Exposição

6,7%

Resultado QI

33,7

Maior QI
39,11



Barra Traseira

Pelo segundo ano consecutivo, a Unimed foi o patrocinador que mais utilizou a propriedade durante a temporada, fazendo-se presente em 4 clubes diferentes (Ceará, Chapecoense, Grêmio e Internacional).

Os clubes Chapecoense, Grêmio e Internacional possuem atualmente mais de uma marca exposta nesta propriedade simultaneamente.



Posição da propriedade em relação ao uniforme de jogo.

Percentual Exposição

10,1%

Resultado QI

32,9

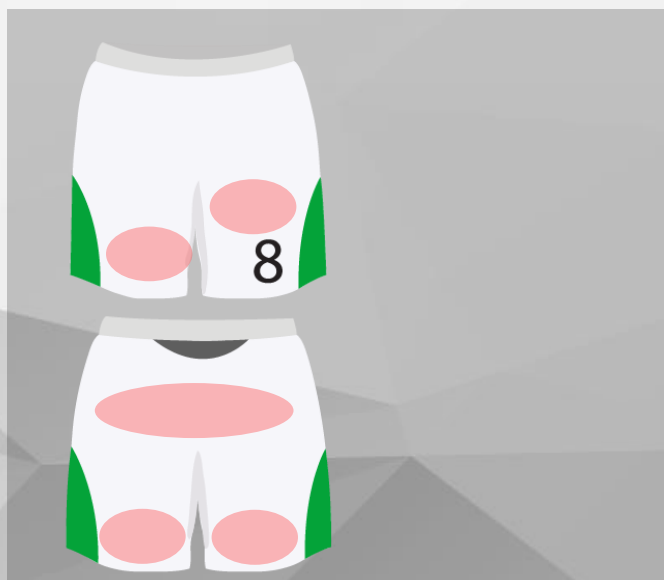
Maior QI
37,01



Calção

18 dos 20 clubes tiveram um ou mais patrocínios nesta propriedade ao longo de 2018. Destaque para Bahia (3 patrocinadores atualmente), Cruzeiro (2), Fluminense (2) e Santos (2).

Assim com acontece no patrocínio máster (frente), a Caixa dominou a propriedade e esteve presente no calção de 10 dos 20 clubes em 2018.



Percentual Exposição

7,0%

Resultado QI

30,6

Maior QI
38,41

Posição da propriedade em relação ao uniforme de jogo.



Barra Frontal

A barra frontal foi a propriedade menos explorada durante a temporada. Apenas seis clubes conseguiram um patrocinador para a propriedade, seja regular ou pontual ao longo do ano.

Atualmente apenas Botafogo, Corinthians e Palmeiras possuem marcas nesta propriedade. Ao longo do ano, São Paulo, Vasco e Vitória também estamparam pontualmente algum patrocinador.



Percentual Exposição

1,4%

Resultado QI

31,1

Maior QI
32,7

Posição da propriedade em relação ao uniforme de jogo.



Numeração

A numeração está se tornando uma propriedade cada vez mais usadas entre os patrocinadores. O maior exemplo é a TIM, que está desde 2010 na propriedade e em 2018 esteve na camisa de 4 clubes da Série A.

Também é possível ver a popularidade da propriedade pela variedade de patrocinadores, que vão de educação até aplicativos e ortodontia.



Posição da propriedade em relação ao uniforme de jogo.

Percentual Exposição

1,5%

Resultado QI

34,7

Maior QI
39,74



Meião

O meião foi a propriedade menos utilizada no ano. Apenas três marcas investiram no local, a FAM com o Palmeiras, e a Kodilar presente em dois times, Flamengo e Santos.

Não houve registros de patrocínios pontuais nesta propriedade ao longo do ano de 2018.



Percentual Exposição

0,2%

Resultado QI

31,3

Maior QI
31,47

Posição da propriedade em relação ao uniforme de jogo.



Pontuais

Durante a temporada 2018, 12 clubes contaram com patrocínio pontual. Ao todo, houve 40 patrocínios pontuais na temporada, um crescimento de 75% em comparação com 2017, onde foi registrado 23 patrocínios do tipo.

Os destaques foram Vitória (7) e Vasco (7), responsáveis por mais patrocínios pontuais durante o ano, seguidos por Sport (5), Corinthians (4) e Fluminense (4).



SEGMENTOS

Segmento de mercado dos patrocinadores

Key Insights



Os segmentos mais presentes entre os patrocinadores de 2018 foram os setores “Imobiliário, Construção e Acabamento”, “Financeiro” e “Alimentação”. Ao todo foram 36 marcas, 33% do total em 2018.



O setor “Imobiliário, Construção e Acabamento” liderou em volume de marcas. Ao todo, 13 marcas do setor patrocinaram clubes da Série A em 2018.



As empresas do segmento financeiro dominaram o patrocínio frente (máster), presente em **18** dos **20** clubes ao longo de 2018.



O setor de Alimentação permanece protagonista e foi o terceiro em volume de marcas que patrocinaram clubes em 2018. Foram 11 marcas no total.



Umbro e **Topper** forneceram o material esportivo de 10 dos 20 times da série A, e foram as maiores fornecedoras (em quantidade de times) em 2018.



A Caixa Econômica Federal e o Banrisul seguem sendo as únicas **empresas públicas** dentre todos os patrocinadores da Série A.



Os patrocinadores de serviços de tecnologia/apps **Uber**, **Cabify** e **Pega Carga** permaneceram como patrocinadores em 2018.



Alguns patrocinadores utilizam **clubes regionais** para atingir o público local. Ex. a Uber com Cruzeiro/Atlético MG e Grêmio/Inter e iPlace e Laghetto com Grêmio/Inter.

Imobiliário,
Construção e
Acabamento (13)



Setor Financeiro (12)



Alimentação (11)



Fornecedor de
Material Esportivo (9)



Educação (10)



abc
da construção

ACQUAFORT

CIMENTO
apodi

CORR PLASTIK
TUBOS E CONEXÕES

Famastil

DIRECIONAL
engenharia

Joli
PREÇO BAIXO E AQUI!

FOXLUX

MRV
Engenharia

LORENZETTI

VAPT BLUE
TINTAS

stx

CIMPOR

agibank* Banco
BMG

Banrisul

CAIXA

GRUPO CERCRED
Soluções de Contact Center e Recuperação de Créditos

crefisa
crédito fácil

help! BANCO
LOJA DE CRÉDITO **inter**

INVEST

SICOOB

Valle Express

vero

aurora

Canaã
Alimentos

DULAR

Copacol

FRESCATTO

Jundiá
sorvetes

Kodilar

lomas Neto

URBANO
Como faz bem.

Vilma
ALIMENTOS

Zaeli

adidas



LUPO
SPORT



Topper

Kappa



descomplica.

FAM
FACULDADE DAS AMÉRICAS



minds
ENGLISH SCHOOL

UNIVERSIDADE
BRASIL

UNIBRA
UNIVERSIDADE BRASILEIRA

UniCesumar

UninCor

Yes!
inglês-espanhol

WIZARD

Tecnologia /
Aplicativos (7)



Automotivo /
Peças (6)



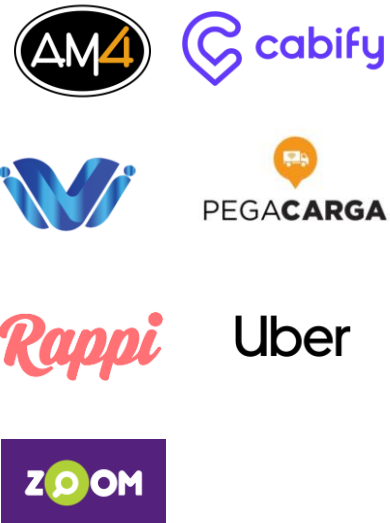
Serviços de
Saúde (5)



Bebidas não
alcoólicas (4)



Telecomunicação (4)



Demais patrocinadores



2018

REDES SOCIAIS

A evolução do alcance digital ao longo de 2018 e o *buzz* dos clubes da Série A no Brasil e no mundo



A atividade digital dos clubes nas mídias sociais pode ser determinante para o sucesso e vida longa do patrocínio. Os clubes devem aproveitar suas audiências para comunicar de forma objetiva a parceria e maximizar o sucesso das ativações.

A seguir detalharemos a evolução das bases digitais dos clubes e o volume de comentários sobre cada clube no Brasil e no mundo ao longo de 2018.

RANKING DIGITAL - CLUBES BRASILEIROS

Janeiro a Dezembro de 2018 - Facebook, Twitter, Instagram e Youtube

IBOPE | REPUcom

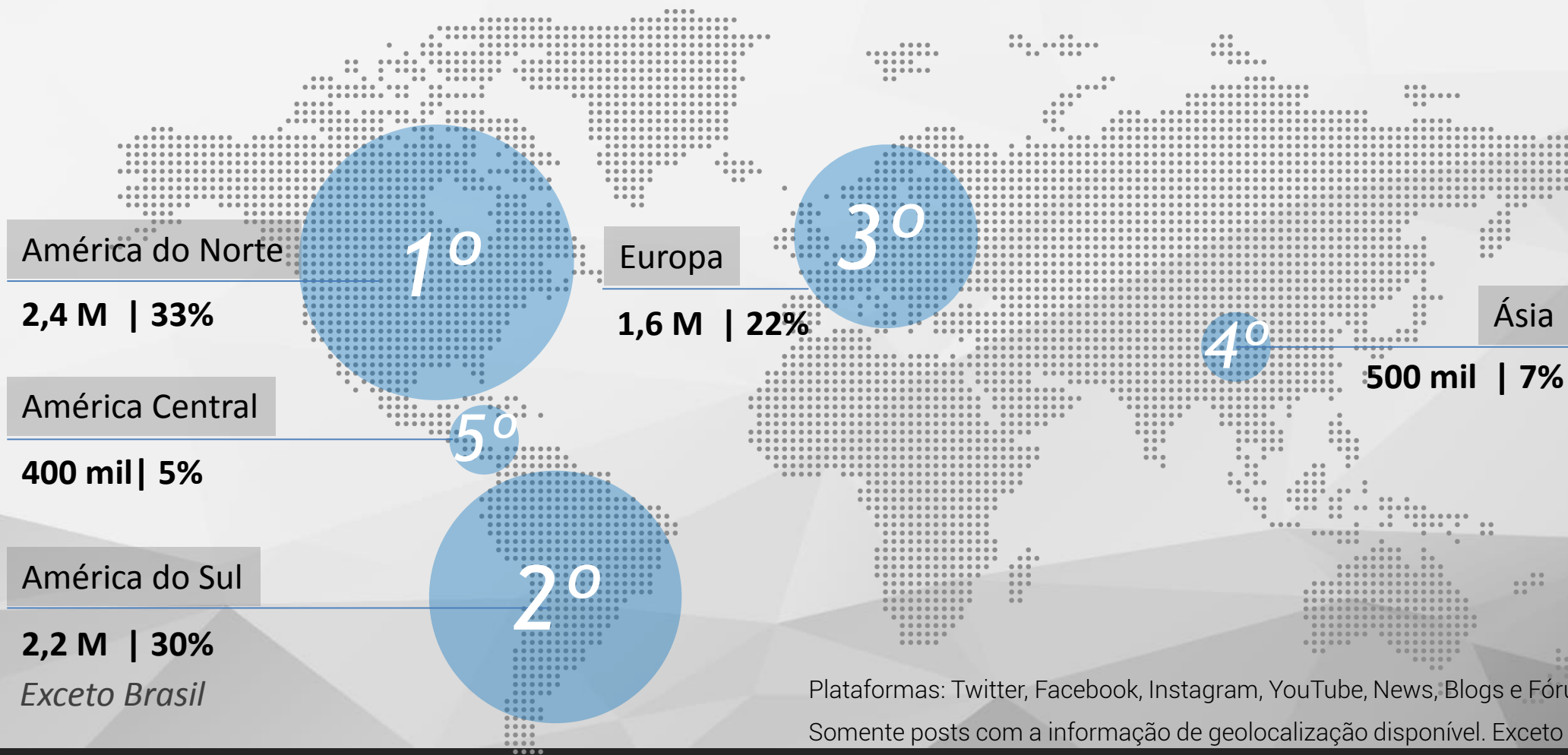
SÉRIE	CLUBE	COMBINADO			FACEBOOK			TWITTER			INSTAGRAM			YOUTUBE				
		J	D	%	J	D	%	J	D	%	J	D	%	J	D	%		
A	A		Flamengo	19.658.493	21.270.996	8,2%	11.556.536	11.571.072	0,1%	5.047.881	5.399.768	7,0%	2.323.300	3.088.024	32,9%	730.776	1.212.132	65,9%
A	A		Corinthians	19.649.660	20.937.974	6,6%	11.456.154	11.417.942	-0,3%	5.667.231	5.853.152	3,3%	2.109.145	2.925.752	38,7%	417.130	741.128	77,7%
A	A		São Paulo	12.680.424	13.603.260	7,3%	6.786.111	6.699.631	-1,3%	4.031.380	4.198.583	4,1%	1.300.064	1.829.997	40,8%	562.869	875.049	55,5%
A	A		Palmeiras	8.580.435	9.925.362	15,7%	4.192.357	4.374.721	4,3%	2.807.982	3.005.030	7,0%	922.956	1.521.019	64,8%	657.140	1.024.592	55,9%
A	A		Santos	7.230.126	7.627.150	5,5%	3.550.925	3.531.379	-0,6%	2.630.955	2.718.237	3,3%	537.281	728.088	35,5%	510.965	649.446	27,1%
A	A		Grêmio	6.470.940	7.191.917	11,1%	2.953.165	3.071.008	4,0%	2.550.802	2.645.700	3,7%	718.015	1.087.408	51,4%	248.958	387.801	55,8%
A	A		Vasco	5.696.880	6.231.706	9,4%	3.097.305	3.098.299	0,0%	1.964.157	2.165.529	10,3%	505.242	721.116	42,7%	130.176	246.762	89,6%
A	A		Cruzeiro	5.296.106	6.169.715	16,5%	2.821.217	3.091.822	9,6%	1.846.544	2.002.148	8,4%	562.217	905.161	61,0%	66.128	170.584	158,0%
A	A		Atlético-MG	5.225.830	5.914.198	13,2%	2.734.359	3.030.730	10,8%	1.917.495	2.003.942	4,5%	489.378	747.989	52,8%	84.598	131.537	55,5%
A	A		Chapecoense	5.959.252	5.826.018	-2,2%	4.080.013	3.951.317	-3,2%	675.407	645.389	-4,4%	1.178.841	1.201.832	2,0%	24.991	27.480	10,0%
A	A		Internacional	4.422.387	4.625.835	4,6%	2.409.554	2.439.074	1,2%	1.449.393	1.505.123	3,8%	466.356	681.638	46,2%	97.084	*	*
A	A		Fluminense	2.880.440	3.148.622	9,3%	1.349.270	1.444.588	7,1%	1.178.639	1.209.305	2,6%	284.086	384.116	35,2%	68.445	110.613	61,6%
A	A		Botafogo	2.921.801	3.083.029	5,5%	1.362.374	1.385.106	1,7%	1.200.686	1.238.893	3,2%	255.456	335.887	31,5%	103.285	123.143	19,2%
A	B		Sport	2.944.353	3.075.917	4,5%	1.086.087	1.071.620	-1,3%	1.494.317	1.543.706	3,3%	308.560	387.342	25,5%	55.389	73.249	32,2%
A	A		Bahia	2.666.295	2.881.496	8,1%	1.114.411	1.112.938	-0,1%	1.304.216	1.373.447	5,3%	204.718	331.026	61,7%	42.950	64.085	49,2%
A	A		Athletico-PR	2.121.536	2.226.523	4,9%	937.477	935.172	-0,2%	994.026	1.023.235	2,9%	124.200	177.234	42,7%	65.833	90.882	38,0%
A	B		Vitória	1.680.455	1.802.176	7,2%	433.466	448.232	3,4%	1.079.362	1.119.772	3,7%	158.123	211.249	33,6%	9.504	22.923	141,2%
A	A		Ceará	1.121.076	1.347.795	20,2%	668.308	721.010	7,9%	239.131	266.645	11,5%	187.502	306.105	63,3%	26.135	54.035	106,8%
A	B		Paraná	313.990	375.019	19,4%	198.762	202.769	2,0%	70.721	104.691	48,0%	35.276	54.838	55,5%	9.231	12.721	37,8%
A	B		América-MG	239.273	318.453	33,1%	137.969	150.368	9,0%	72.218	115.517	60,0%	26.995	48.826	80,9%	2.091	3.742	79,0%
		SOMA GERAL		117.759.752	127.583.161	8,3%	62.925.820	63.748.798	1,3%	38.222.543	40.137.812	5,0%	12.697.711	17.674.647	39,2%	3.913.678	6.021.904	53,9%

Datas das análises: 02/Janeiro/2018 e 03/Dezembro/2018 - somente dados das páginas oficiais dos clubes. | Não são considerados dados declarados, apenas as contagens oficiais das próprias plataformas.

Critério: todos os 20 clubes da série A 2018. | J: Janeiro - D: Dezembro | *Clube não divulga o volume de inscritos no seu canal do YouTube.

Volume de buzz sobre os clubes brasileiros no mundo

Comentários sobre os 20 clubes da Série A de 2018 ao redor do mundo



Ao longo de 2018 houve mais de 7 milhões de posts sobre os 20 clubes da Série A com origem fora do território brasileiro. Destes, 75% concentrados nos seguintes clubes: Flamengo, Palmeiras, Corinthians, Grêmio e Santos.



Total de posts
7,5
milhões

Apenas comentários com informação de geolocalização disponível.



Período de busca: de 01/01 a 13/12 de 2018

Mensagens com teor puramente pejorativo não foram consideradas na análise.

#	Clube	Posts	%
1	Flamengo	1.894.330	25,7%
2	Palmeiras	938.785	12,7%
3	Corinthians	764.390	10,4%
4	Grêmio	630.659	8,6%
5	Santos	537.075	7,3%
6	Vasco	525.230	7,1%
7	Cruzeiro	461.472	6,3%
8	Fluminense	429.845	5,8%
9	São Paulo	370.111	5,0%
10	Bahia	281.826	3,8%
11	Botafogo	222.911	3,0%
12	Chapecoense	193.856	2,6%
13	Internacional	122.445	1,7%
14	Athletico-MG	97.415	1,3%
15	Athletico-PR	68.852	0,9%
16	Vitória	58.136	0,8%
17	Paraná	46.724	0,6%
18	Sport	20.062	0,3%
19	Ceará	17.037	0,2%
20	América-MG	13.741	0,2%

A soma da porcentagem de participação dos clubes ultrapassa os 100% pois mais de um clube pode ser citado em um mesmo comentário.

O buzz dos clubes brasileiros no mundo | Por continente

Comentários sobre os 20 clubes da Série A de 2018 por continente



Os comentários gerados por estas 5 regiões correspondem a 97% do total de posts sobre os clubes brasileiros feitos no exterior em 2018

América do Norte		América do Sul		Europa		Ásia		América Central	
2,4 M 33%		2,2 M 30%		1,6 M 22%		500 mil 7%		400 mil 5%	
FLAMENGO	37%	GRÊMIO	40%	FLAMENGO	22%	FLAMENGO	33%	BAHIA	31%
CORINTHIANS	8%	PALMEIRAS	9%	PALMEIRAS	16%	VASCO	11%	FLAMENGO	13%
VASCO	8%	FLAMENGO	8%	SANTOS	11%	FLUMINENSE	8%	VITORIA	12%
PALMEIRAS	7%	CRUZEIRO	8%	VASCO	10%	CORINTHIANS	8%	PALMEIRAS	7%
FLUMINENSE	7%	SANTOS	8%	CORINTHIANS	8%	PALMEIRAS	7%	SANTOS	7%
SANTOS	6%	CORINTHIANS	6%	FLUMINENSE	6%	SANTOS	7%	CORINTHIANS	5%
CRUZEIRO	5%	VASCO	6%	SÃO PAULO	5%	BAHIA	5%	GREMIO	4%
SÃO PAULO	5%	SÃO PAULO	6%	CRUZEIRO	5%	SÃO PAULO	5%	VASCO	4%
GRÊMIO	4%	CHAPECOENSE	4%	GRÊMIO	4%	BOTAFOGO	5%	SÃO PAULO	4%
BOTAFOGO	4%	FLUMINENSE	4%	BOTAFOGO	3%	CRUZEIRO	3%	CRUZEIRO	3%





Plataformas: Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, News, Blogs e Fóruns | Somente posts com a informação de geolocalização disponível. Exceto Brasil.




O buzz dos clubes brasileiros no mundo | Por país

Os países que mais comentaram sobre os 20 clubes da Série A de 2018



Mais da metade dos comentários sobre os clubes do Campeonato Brasileiro - Série A 2018 tiveram origem nestes 4 países

 Estados Unidos	 Argentina	 Espanha	 Colômbia
2 M 28%	1 M 13%	350 mil 5%	350 mil 5%
FLAMENGO 38%	GRÊMIO 26%	FLAMENGO 19%	PALMEIRAS 26%
CORINTHIANS 8%	PALMEIRAS 19%	VASCO 16%	FLAMENGO 19%
VASCO 8%	FLAMENGO 13%	SANTOS 12%	SANTOS 16%
FLUMINENSE 7%	CRUZEIRO 12%	PALMEIRAS 9%	GRÊMIO 12%
PALMEIRAS 7%	SANTOS 8%	CORINTHIANS 8%	CORINTHIANS 9%

4%	4%	4%	4%	4%	3%	3%	3%	3%	2%	2%
										
Indonésia	El Salvador	Portugal	Itália	França	Reino Unido	México	Chile	Paraguai	Equador	Canadá

Plataformas: Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, News, Blogs e Fóruns

Somente posts com a informação de geolocalização disponível. Exceto Brasil.

Ao longo de 2018 houve mais de 50 milhões de posts sobre os 20 clubes da Série A com origem no território brasileiro. Destes, 75% concentrados em apenas 5 clubes: Flamengo, Corinthians, Vasco, Palmeiras e Cruzeiro.



Total de posts

50
milhões

Apenas comentários com informação de geolocalização disponível.



Período de busca: de 01/01 a 13/12 de 2018

Mensagens com teor puramente pejorativo não foram consideradas na análise.

#	Clube	Posts	%
1	Flamengo	16.337.846	32,3%
2	Corinthians	6.139.862	12,1%
3	Vasco	6.086.048	12,0%
4	Palmeiras	5.480.559	10,8%
5	Cruzeiro	4.266.733	8,4%
6	Fluminense	3.446.851	6,8%
7	Santos	2.955.358	5,8%
8	Botafogo	2.595.912	5,1%
9	São Paulo	2.480.783	4,9%
10	Grêmio	1.809.741	3,6%
11	Atlético-MG	1.366.705	2,7%
12	Internacional	1.338.319	2,6%
13	Bahia	1.243.087	2,4%
14	Chapecoense	784.579	1,6%
15	Athletico-PR	462.833	0,9%
16	Paraná	430.458	0,9%
17	Sport	411.890	0,8%
18	Ceará	311.967	0,6%
19	América	195.570	0,4%
20	Vitória	175.958	0,3%

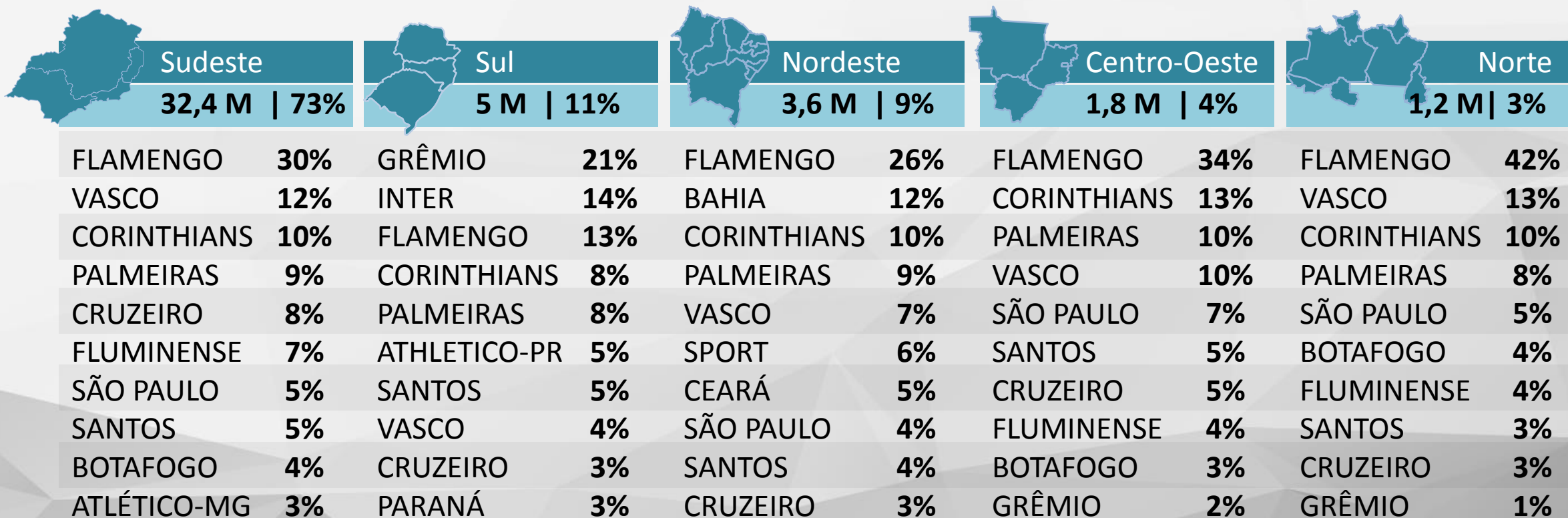
A soma da porcentagem de participação dos clubes ultrapassa os 100% pois mais de um clube pode ser citado em um mesmo comentário.

O buzz dos clubes no Brasil | Por região

Comentários sobre os clubes da Série A de 2018 por região brasileira | TOP 10



Os comentários gerados somente nas regiões Sudeste e Sul correspondem a mais de 80% do total de posts feitos no país em 2018



Somente posts com a informação de geolocalização disponível por estado (87% dos posts Brasil (44.183.119)).

Plataformas: Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, News, Blogs e Fóruns

IBOPE | REPUcom

© COPYRIGHT & TERMOS & CONDIÇÕES

COPYRIGHT

Os processos, metodologias, estratégias, técnicas de análise e de materiais que são detalhados nesta apresentação são confidenciais e permanecem como propriedade única e exclusiva do IBOPE REPUCOM. Eles estão sendo divulgados em sigilo e não podem ser reproduzidos, distribuídos, exibidos publicamente, adaptados ou usados de qualquer maneira, por qualquer outra pessoa, ou qualquer outra entidade, sem a expressa autorização por escrito do IBOPE REPUCOM.

Qualquer reprodução, distribuição, exibição, adaptação ou outra utilização de tais conceitos constituem quebra de proteção de direitos de propriedade que são realizadas pelo IBOPE REPUCOM, incluindo, mas não limitado a segredos comerciais, direitos autorais, assim expondo a pessoa infratora ou entidade jurídica as consequências legais cabíveis.

O IBOPE REPUCOM está fazendo esta apresentação com o entendimento de que ele vai ser compensada por qualquer uso de processos, metodologias, estratégias, técnicas de análise contidos neste documento. Por ter visto esta apresentação, concordaram em fornecer uma compensação adequada para o IBOPE REPUCOM se você distribuir, exibir, adaptar ou utilizar de outra forma os processos divulgados, metodologias, estratégias ou análise.

TERMOS & CONDIÇÕES

Por favor, note que este relatório é sujeito a acordos de direitos autorais. Todos os direitos são reservados pelo IBOPE REPUCOM. Em particular, o direito autoral é reservado para o projeto de investigação em conjunto com as avaliações de especialistas e de avaliação dos resultados, que são propriedade intelectual do IBOPE REPUCOM. Se pretende-se que este estudo, na íntegra ou trecho seja publicado, o consentimento prévio por escrito é necessário por parte dos proprietários, IBOPE REPUCOM.

Enquanto o devido cuidado e diligência foram tomados na preparação deste documento, o IBOPE REPUCOM não pode garantir a precisão da informação contida e não aceita qualquer responsabilidade por qualquer perda ou dano causado como resultado do uso de informações ou recomendações contidas neste documento.