



Donos da bola: quem são as companhias por trás dos clubes mais valiosos do planeta

São Paulo, junho de 2017 - A lista anual dos clubes de futebol mais valiosos do mundo foi divulgada pela Forbes e traz Manchester United, Barcelona e Real Madrid nas primeiras colocações. A análise leva em conta a característica mais empresarial dos times, ou seja, quem administra melhor suas finanças e consegue os maiores lucros. De acordo com os cálculos da Forbes, o clube inglês vale US\$ 3,69 bilhões, o Barcelona, US\$3,64 bilhões e o Real Madrid, US\$3,58 bilhões.

Para serem bem-sucedidos financeiramente, os clubes precisam contar com os recursos de grandes empresas e, dentro das possibilidades de parceria, o patrocínio master é o de maior prestígio. Para uma empresa estampar a parte frontal das camisas dos maiores clubes do mundo, o custo não é baixo, no entanto, os benefícios relacionados à exposição da marca e em tê-la associada a um clube vitorioso também são incalculáveis.

Além do mais, parcerias deste porte prezam por um alinhamento entre as filosofias da empresa e do clube. No caso do Barcelona, por exemplo, pesou a ideologia da companhia japonesa Rakuten, conhecida por oferecer serviços que empoderam as comunidades locais e os proprietários de pequenas empresas. Estes elementos também estão presentes no modo de trabalhar do Barcelona e foram essenciais para a concretização da parceria, iniciada no dia 1º de julho.

Confira abaixo mais detalhes desta parceria entre Rakuten e Barcelona e também sobre os patrocínios da General Motors e da Emirates para o Manchester United e Real Madrid, outros times europeus que figuram no topo da lista da Forbes de clubes mais valiosos do planeta.

1) [Rakuten](#) e Barcelona

Tida como a grande novidade da temporada por apresentar o maior contrato fixo de patrocínio da temporada 2017/2018, a japonesa Rakuten desbancou a antiga patrocinadora do Barcelona (a Qatar Airways) com uma oferta de patrocínio de 55 milhões de euros por ano, quase 20 milhões superior ao valor pago pela companhia aérea. Outras grandes companhias, como Amazon e Alibaba, cujas especulações apontavam como candidatas a patrocinadores master, também foram deixadas para trás em prol da 'Era Rakuten'. Sobre este ponto, o vice-presidente do Barcelona, Manel Arroyo, justificou que o clube ratificou um acordo feito pela junta de diretores. “A Rakuten tem o perfil que estávamos buscando: claramente global e em sintonia com o nosso objetivo de nos tornarmos ainda mais populares em todo o mundo”, disse. A Rakuten é uma das principais empresas de internet do planeta, atua em 29 países e ficou conhecida por inventar o e-commerce no Japão. No Brasil, acaba de ganhar o prêmio BR Week de melhor plataforma do comércio eletrônico por conta de seu suporte para grandes operações de comércio eletrônico, assim como soluções para o pequeno e médio lojista.

2) General Motors e Manchester United

Time mais valioso do mundo de acordo com a Forbes, o Manchester United tem na General Motors a sua maior fonte do lucro. A exposição frontal da marca Chevrolet na camisa rende anualmente ao clube um montante de 54,4 milhões de euros. Com este valor, a GM alcança o posto de segunda empresa do mundo que mais investe no futebol. No entanto, alguns veículos internacionais divergem sobre o valor, especulando que, a partir das variáveis impostas no contrato da companhia com o clube inglês, o valor poderia chegar a 71 milhões de euros. A Chevrolet é uma companhia automobilística fundada em 1911 e substituiu a seguradora AON como patrocinadora master do Manchester United em 2012, quando ofereceu ao clube o dobro do valor pago pela empresa anterior.

3) Emirates e Real Madrid

Também patrocinadora do Milan, Arsenal e Paris Saint Germain, quando o assunto é futebol, a Emirates não poupa recursos. O contrato com Real Madrid é o maior entre os times patrocinados pela companhia aérea e atinge 40 milhões de euros por ano. Fundada em 1985 e com sede em Dubai, a Emirates foi escolhida pelo quarto ano consecutivo a melhor empresa do segmento no mundo, segundo eleição promovida pela Skytrax. O patrocínio esportivo é o pilar mais importante da comunicação da Emirates. A empresa foi parceira da Fifa de 2006 a 2014, dá nome ao estádio do Arsenal, patrocinou dois dos eventos de tênis mais importantes do planeta (US Open e Roland Garros) e mais de 20 torneios de golfe pelo mundo, além de ter fechado contrato para as Copas do Mundo de Rugby de 2015 e 2019.

Sobre a Rakuten Digital Commerce

Somos a única plataforma de comércio eletrônico do país aliada ao maior ecossistema global de internet do mundo. A Rakuten Digital Commerce foi a primeira empresa a fornecer alta tecnologia para lojas virtuais no Brasil, desde 1995, quando ainda se chamava Ikeda. Hoje, como subsidiária da multinacional japonesa, Rakuten Inc., alia o conhecimento do mercado local às suas soluções de alta performance em Comércio Eletrônico, Inteligência Artificial, Fintechs, Marketing Digital e Economia Compartilhada. O Grupo Rakuten possui mais de 14 mil colaboradores e atua em 29 países e regiões. No Brasil, além de plataformas para grandes operações de comércio eletrônico, como Le Postiche, Panasonic e Hope, entre outras, a companhia empodera também o pequeno e médio lojista a fim de construir histórias de sucesso.

Conheça as soluções da Rakuten Digital Commerce:

digitalcommerce.rakuten.com.br

Visite o Rakuten Shopping:

www.rakuten.com.br