



Fla deve se inspirar no Corinthians com Ronaldo para faturar com Gaúcho, diz consultor

A contratação do meia Ronaldinho Gaúcho pelo Flamengo, anunciada na última segunda-feira, será bem sucedida caso o departamento de marketing do clube saiba explorar todo o potencial da marca do jogador. A avaliação é de Amir Somoggi, diretor da área "Esporte Total" da Crowe Horwath RCS, que concedeu entrevista exclusiva ao ESPN.com.br nesta quarta-feira.

Para Somoggi, consultor e professor de marketing e gestão do esporte e que recentemente divulgou um estudo sobre o faturamento dos principais clubes brasileiros, a chegada de um jogador como Ronaldinho confirma que o mercado nacional do futebol amadureceu nos últimos anos.

"Isso mostra o mercado brasileiro maduro para receber um jogador com apelo popular como ele. Como também é o caso do Ronaldo no Corinthians. O mercado brasileiro está preparado para explorar comercialmente a presença desses ídolos", avalia Somoggi. Entretanto, o diretor da Crowe Horwath RCS alerta o departamento de marketing do clube rubro-negro sobre todo o potencial do jogador que precisa ser bem explorado.

"O Flamengo tende a ganhar muito, dependendo de como o marketing vai gerir isso", continua. "O maior lucro inicial é a venda de camisas, mas a maior parte disso não vai diretamente para o clube. Essa euforia inicial daqui a pouco passa. Aí é que vai depender muito do projeto de marketing. Não é só o carisma (de Ronaldinho) que faz o projeto dar certo", afirma.

Na avaliação de Somoggi, o Flamengo tem muito a ganhar caso explore a marca Ronaldinho Gaúcho junto às camadas mais baixas da população. "O Flamengo cresce muito nas classes D e E. Se houver um projeto para isso, pegando um pouco dessa classe C emergente também, pode haver uma 'explosão' de vendas", projeta. "O clube deve gerar muito dinheiro com o Ronaldinho se fizer todo o trabalho de marketing corretamente."

Amir Somoggi citou o exemplo da contratação de Ronaldo pelo Corinthians, no fim de 2008, que representou, por suas contas, algo em torno de R\$ 60 milhões aos cofres do clube paulista. "O Corinthians cresceu, entre 2008 e 2009, cerca de R\$ 60 milhões. Faturava R\$ 90 milhões e saltou para R\$ 151 milhões. A conta que a gente faz é que o Ronaldo foi responsável por metade desse valor, de R\$ 30 milhões a R\$ 35 milhões", diz.

"No caso do Corinthians, o Ronaldo aumentou a receita, aumentou a despesa, mas houve um equilíbrio" continua Somoggi. "E tem uma questão que é o desempenho em campo. Muita gente fala que o Ronaldo não foi bem em 2010, mas em 2009 ele foi incisivo dentro de campo e nos títulos do Corinthians (Campeonato Paulista e Copa do Brasil)."

Leilão não prejudica

O diretor da área "Esporte Total" da Crowe Horwath RCS também comentou sobre o "leilão" em que acabou se transformando a negociação de Ronaldinho Gaúcho com os clubes interessados - além do Flamengo, Grêmio e Palmeiras disputavam o ex-jogador do Milan. Para Amir Somoggi, não houve grandes danos à imagem do atleta.

"Não acho que tenha sido ruim para a imagem dele esse 'leilão'. Acho mais inteligente o que fez o Corinthians com o Ronaldo, por exemplo, que foi anunciado de surpresa sem muita especulação antes. Mas não vejo grande prejuízo ao Ronaldinho, não", afirmou.

"O maior erro, e aí a responsabilidade é do Assis (irmão e empresário de Gaúcho), foi com o Grêmio. A volta do Ronaldinho para o Grêmio seria óbvia. A partir do momento em que ele não volta para lá, era preciso ter um cuidado maior porque a família dele mora em Porto Alegre e muitos torcedores ficaram irritados. Mas aí é uma questão pontual do Grêmio", completa Somoggi.