

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO SUDOESTE DA BAHIA (UESB)  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS (DCSA)  
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**ROSÂNGELA SILVA AMARAL LIMA**

**A INFLUÊNCIA DAS RECEITAS DE PATROCÍNIO NO PROCESSO DE  
CONSTRUÇÃO DO PATRIMÔNIO DE UM CLUBE DE FUTEBOL: UM ESTUDO  
DE CASO REALIZADO NO ESPORTE CLUBE PRIMEIRO PASSO VITÓRIA DA  
CONQUISTA NOS ÚLTIMOS 4 ANOS.**

**VITÓRIA DA CONQUISTA – BA,  
2014**

**ROSÂNGELA SILVA AMARAL LIMA**

**A INFLUÊNCIA DAS RECEITAS DE PATROCÍNIO NO PROCESSO DE  
CONSTRUÇÃO DO PATRIMÔNIO DE UM CLUBE DE FUTEBOL: UM ESTUDO  
DE CASO REALIZADO NO ESPORTE CLUBE PRIMEIRO PASSO VITÓRIA DA  
CONQUISTA NOS ÚLTIMOS 4 ANOS.**

Monografia apresentada ao Departamento de Ciências Sociais Aplicadas (DCSA) como requisito parcial para obtenção do Grau de Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB).

Área de Concentração: Contabilidade Esportiva

Orientador (a): Prof. Jorge Luiz Santos Fernandes

VITÓRIA DA CONQUISTA – BA,  
2014

L71i

Lima, Rosângela Silva Amaral.

A influência das receitas de patrocínio no processo de construção do patrimônio de um clube de futebol: um estudo de caso realizado no Esporte Clube Primeiro Passo Vitória da Conquista nos últimos 4 anos / Rosângela Silva Amaral Lima, 2014.

69f.: il.

Orientador (a): Jorge Luiz Santos Fernandes.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação),  
Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, Vitória da Conquista, 2014.

Referências: 63-65.

1. Patrimônio – Contabilidade. 2. Patrocínio – Esporte I. Fernandes, Jorge Luiz Santos. II. Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia. III.T

CDD: 657.098

**ROSÂNGELA SILVA AMARAL LIMA**

**A INFLUÊNCIA DAS RECEITAS DE PATROCÍNIO NO PROCESSO DE  
CONSTRUÇÃO DO PATRIMÔNIO DE UM CLUBE DE FUTEBOL: UM ESTUDO  
DE CASO REALIZADO NO ESPORTE CLUBE PRIMEIRO PASSO VITÓRIA DA  
CONQUISTA NOS ÚLTIMOS 4 ANOS.**

Monografia apresentada ao Departamento de Ciências Sociais Aplicadas (DCSA) como requisito parcial para obtenção do Grau de Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB).

Área de Concentração: Contabilidade Esportiva

Orientador (a): Prof. Jorge Luiz Santos Fernandes

Vitória da Conquista, \_\_\_\_/\_\_\_\_/ 2014.

**BANCA EXAMINADORA**

Jorge Luiz Santos Fernandes  
Mestre em Contabilidade (FVC)  
Professor da assistente da UESB  
Orientador

Wellington do Prado  
Mestre em Contabilidade (FVC)  
Professor assistente da UESB

Paulo Fernando de Oliveira Pires  
Mestre em Contabilidade (FVC)  
Professor adjunto da UESB

À minha família, pelo apoio e compreensão incondicional, dedicados a mim durante a elaboração deste trabalho bem como ao longo do curso, ao meu esposo pela compreensão e carinho dedicados a mim nos momentos de stress. Aos meus colegas de curso pelos caminhos trilhados juntos e por me ajudaram na concretização desse sonho.

## **AGRADECIMENTOS**

Sou grata em primeiro lugar a Deus, que em sua grandiosa sabedoria nos concedeu o maior de todos os presentes, a vida, e a cada dia nos fortalece para continuarmos lutando por nossos sonhos.

Meus agradecimentos também a minha família, meu esposo e amigos que contribuíram para o meu crescimento profissional e pessoal.

À Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB) e demais professores que proporcionaram ensino de qualidade na formação de profissionais capacitados.

E ao meu orientador, Professor Mestre Jorge Luiz Santos Fernandes, que graças a sua parceria pude vivenciar minhas próprias etapas de leitura e escrita, durante o processo de pesquisa e execução do trabalho monográfico. Obrigado pelas sugestões, além da paciência e incentivo na confecção deste trabalho.

Amar ainda e sempre para nós todos, os obreiros da Terra, é incessante desafio. Isso porque amar é dar-se, no que possuamos ou sejamos de melhor.

(EMMANUEL)

## RESUMO

O Futebol é uma paixão nacional, move tanto multidões, como também a economia, que por sua vez, vê na prática do esporte uma atividade financeira promissora. A pesquisa realizada teve como finalidade analisar a influência das receitas de patrocínios na formação do patrimônio do Esporte Clube Primeiro Passo Vitória da Conquista (ECPPVC). Com este trabalho, pretendeu-se, além do seu foco principal, produzir material de pesquisa, para que docentes e discentes da UESB e de outras instituições, possam ter informações detalhadas, sobre o time que representa o futebol conquistense, haja vista que, não se encontra material escrito sobre o ECPPVC no ambiente acadêmico a qual a pesquisadora está inserida. Buscou-se com a pesquisa identificar os tipos de patrocínios recebidos pelo clube, a sua contribuição no processo de construção do patrimônio e sua importância para dirigentes e atletas. Para responder a estas indagações utilizou-se um estudo de caso documental, com abordagem quantitativa e exploratória. No tocante à coleta de dados às mesmas foram obtidas junto aos dirigentes do clube (presidente, vice-presidente e gestor financeiro) e colaboradores (setor contábil). Fez-se uso de entrevistas, observação espontânea e pesquisa documental – Balanço Patrimonial e Demonstração do Resultado do Exercício, os quais foram analisados de forma dedutiva, tendo como delimitação espacial a entidade Esporte Clube Primeiro Passo Vitória da Conquista no período de 2009 a 2012. Partiu-se da ideia de que as receitas com contratos de publicidade, patrocínio, direito de transmissão, imagem e outros assemelhados, possui uma representatividade significativa no montante dos recursos que compõem o patrimônio de um clube de futebol. A partir dos resultados da pesquisa, e, também na visão dos dirigentes do clube, pode perceber que as receitas de patrocínio são muito importantes para a manutenção das atividades do clube, bem como para a construção do seu patrimônio material e social.

**Palavras-chave:** Receitas de Patrocínios. Classes Esportivas. Patrimônio. ECPPVC.

## **ABSTRACT**

Soccer is a national passion, that moves many crowds, as well as the economy, which in turn, sees in practicing sport a promising financial activity. The research had the purpose to analyze the influence of sponsorship income in the formation of the patrimony of the Sport Club First Steps Vitoria da Conquista (SCFSVC). This work was intended, in addition to its primary focus, to produce research material, for teachers and students of UESB and other institutions, to have detailed informations, about the football team that represents Conquista, considering that, there is no written material found about SCFS in the academic environment in which the researcher is inserted. Attempting, with the survey, to identify the types of sponsorships received by the club and its contribution in the property construction and his importance for managers and athletes. To answer these questions a documental case study was used, with quantitative and exploratory approach. Regarding data collection, the same was obtained from the officers of the club (president, vice president and chief financial officer) and coworkers (accounting department). Using interviews, spontaneous observation and documental research - Balance Sheet and Statement of Income, which were analyzed in a deductive way, having as spatial delimitation the entity Sport Club First Steps Vitoria da Conquista in the period 2009-2012. Starting from the idea that incomings from advertising contracts, sponsorship, broadcasting rights, images and other assimilated, have a meaningful representation of the amount of resources that make up the property of a football club. From the survey results, and also in the view of the club leaders, can be notice that revenues from sponsorship are very important for the maintenance of club activities, as well as for the construction of their material and social patrimony.

**Keywords:** Sponsorship income. Sports Classes. Patrimony. SCFSVC

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

|               |   |
|---------------|---|
| <b>BP</b>     | - Balanço Patrimonial                                 |
| <b>CBF</b>    | - Confederação Brasileira de Futebol                  |
| <b>CDDB</b>   | - Conselho de Desenvolvimento do Desporto Brasileiro  |
| <b>CFC</b>    | - Conselho Federal De Contabilidade                   |
| <b>COL</b>    | - Comitê Organizador Local                            |
| <b>CPI</b>    | - Comissão Parlamentar de Inquérito                   |
| <b>CT</b>     | - Centro de Treinamento                               |
| <b>DRE</b>    | - Demonstração do Resultado do Exercício              |
| <b>FIFA</b>   | - Federação Internacional de Futebol Associado        |
| <b>IFRS</b>   | - Normas Internacionais de Contabilidade              |
| <b>INDESP</b> | - O Instituto Nacional de Desenvolvimento do Desporto |
| <b>LIE</b>    | - Lei de Incentivos ao Esporte                        |
| <b>ME</b>     | - Ministério do Esporte                               |
| <b>NBC T</b>  | - Normas Brasileiras de Comunicados Técnicos          |

## LISTA DE QUADROS

- Quadro 01** – Estado da Arte da Temática em 2013.
- Quadro 02** – Cronologia das principais leis do esporte em 2013.
- Quadro 03** – Descrição das demais receitas recebidas pelo ECPP durante os anos referenciados.
- Quadro 04** – Descrição das receitas de Patrocínios recebidas pelo ECPP durante os anos referenciados.
- Quadro 05** – Avaliação econômica das receitas de patrocínio em termos percentuais (%).
- Quadro 06** – Avaliação do crescimento patrimonial do ECPP em termos financeiros (%).
- Quadro 07** – Avaliação do crescimento patrimonial do ECPP em termos percentuais (%).

## **LISTA DE TABELAS**

**Tabela 1** – Balanço Patrimonial de 2009 a 2012 da empresa pesquisada.

**Tabela 2** – Demonstração do Resultado do Exercício de 2009 a 2012 da empresa pesquisada

## SUMÁRIO

|   |    |
|---|----|
| 1 INTRODUÇÃO.....   | 12 |
| 1.1 TEMA .....  | 17 |
| 1.2 OBJETIVOS .....   | 18 |
| 1.2.1 Objetivo Geral:.....  | 18 |
| 1.2.2    Objetivos Específicos:.....  | 18 |
| 1.3    PROBLEMATIZAÇÃO.....   | 18 |
| 1.3.1    Questão – Problema: .....  | 19 |
| 1.3.2    Questões – Secundárias:.....   | 19 |
| 1.4    HIPÓTESES DA PESQUISA.....   | 19 |
| 1.5    JUSTIFICATIVA.....   | 21 |
| 1.6    RESUMO METODOLÓGICO.....   | 22 |
| 1.7 VISÃO GERAL .....   | 23 |
| 2 REFERENCIAL TEÓRICO.....  | 24 |
| 2.1 Estado da Arte .....  | 24 |
| 2.2 Marco Conceitual .....  | 29 |
| 2.3 Marco Teórico.....  | 34 |
| 2.3.1 A Contabilidade Aplicada ao terceiro setor .....  | 34 |
| 2.3.2 Aderência dos Clubes de Futebol às Práticas Contábeis Geralmente Aceitas no Brasil. ....                              | 36 |
| 2.3.3 As Finanças dos Clubes de Futebol.....  | 38 |
| 2.3.4 As principais Leis que Regem a Prática desportiva: .....  | 40 |
| 2.3.5 As Origens e Aplicações dos Recursos do Clube.....  | 43 |
| 2.3.6 Resolução do Conselho federal de Contabilidade (CFC) – Normas brasileiras de comunicados técnicos (NBC T) 10.13. .... | 43 |
| 2.3.7 A HISTÓRIA DO ESPORTE CLUBE PRIMEIRO PASSO DE VITORIA DA CONQUISTA (ECPVC).....                                       | 45 |
| 3 METODOLOGIA.....  | 46 |
| 3.1 TIPO DE PESQUISA.....   | 47 |
| 3.2 UNIVERSO DA PESQUISA.....   | 49 |
| 3.3 COLETA DE DADOS .....   | 49 |
| 3.4 TRATAMENTO DOS DADOS.....   | 49 |
| 4 ANÁLISE DE DADOS .....  | 50 |
| 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....  | 60 |
| REFERÊNCIAS .....   | 63 |
| APÊNDICES .....   | 66 |

# 1 INTRODUÇÃO

O Futebol é um dos esportes com maior número de torcedores do planeta e, também, provavelmente, o mais praticado em todo o mundo, conforme ressalta (MACHADO, 2010).

[...] “O futebol é conhecido como “o esporte das multidões”, já que é praticado por 200 milhões de pessoas em aproximadamente 191 países”.

O Brasil é chamado “o país do futebol”, no entanto, não foi o seu criador, tal como se observa:

[...] apesar da polêmica a respeito da sua origem, há registros de um jogo semelhante em 2600 a. c. na China, inventado por *Yang-Tsé*. Chamava-se *Kemari* e consistia de oito jogadores de cada lado com uma bola (elaborada com fios de cabelo e crinas de cavalo) que deveria ser passada com os pés sem deixar cair, até ultrapassar duas estacas fincadas no chão, ligadas por fios de seda. Mas foi no século XIX, que o futebol passou a ser tratado de forma mais organizada (MACHADO, 2010, *online*, p. 1).

O futebol foi introduzido em solo brasileiro, muitos anos depois, por alguns marinheiros estrangeiros:

[...] o futebol chegou por intermédio dos marinheiros ingleses, holandeses e franceses na metade do século XIX. Entretanto, foi introduzido oficialmente no Brasil em 1894 por Charles Miller. Quando chegou ao Brasil, o futebol era um esporte proibitivo, elitista, racista, praticado apenas nos clubes de elite. Mas as várzeas devolveram ao povo o que era seu por direito, já que este esporte, como o conhecemos hoje, é originário das manifestações culturais das camadas populares da Inglaterra do final do século XIX (AIDAR, 2000, p. 48).

O futebol brasileiro, principalmente como prática, é mais arte do que esporte, possuindo elementos da invenção artística, da liberdade, da espontaneidade e da criatividade que são definidoras da estética do futebol brasileiro, mas, entender porque o futebol brasileiro se tornou um “belo” jogo, significa repassar a história do esporte no país:

Foi Charles Miller quem organizou as primeiras partidas e integrou a primeira diretoria da Liga Paulista de *Football* e do Tênis. Além disso, consagrou-se artilheiro e tricampeão pelo São Paulo Athletic Club, participou da primeira partida internacional contra a Argentina, apitou jogos por vários anos, após sua retirada dos campos de jogo, e ainda atuou como conselheiro das ligas paulistas. Tudo isso sempre mantendo seu cavalheirismo e o *fair-play* do qual era cultor, além de uma humildade ímpar. Charles Miller ao trazer para São Paulo, vindo da Inglaterra, duas bolas de futebol, jamais imaginou as transformações que iria causar, transformando o *association football*<sup>1</sup> numa paixão nacional e o Brasil no País do Futebol (MILLS, 2005, p. 16).

Com o passar do tempo o futebol tornou-se bastante popular e é praticado por diferentes classes sociais e faixas etárias. Atualmente o Brasil é o único país pentacampeão

---

<sup>1</sup> Associação de Futebol

em títulos de Copas do Mundo, ocupando o terceiro lugar em títulos da Copa América, e, no *Ranking* da *FIFA* (Federação Internacional de Futebol Associado) ocupa a 10º posição, conforme tabela de pontuação disposta no *site* da instituição<sup>2</sup>, atualizada para dezembro do ano em curso.

Se antes o esporte era tratado como uma atividade de entretenimento com o único intuito de difundir a prática desportiva, hoje se tornou uma grande oportunidade de negócios, onde se verifica, crescimento contínuo e a movimentação de valores vultosos de receitas de patrocínio, salários de atletas e rendas de jogos divulgados amplamente pelos meios de comunicação. Isto fez com que, ao longo do tempo, diversas transformações no ambiente das organizações esportivas se fizeram necessárias e influenciou na forma de gestão. A modernização que se espera para o futuro dos clubes que comandam o futebol profissional deve influenciar os vários níveis organizacionais dessa “indústria” de laser e, principalmente, um melhor entendimento do seu papel, quer social ou econômico.

Os autores Aidar, Leoncine e Oliveira (2000, p. 16), ressaltam que “os clubes de futebol (entidade de prática desportiva) há muito deixaram de lado sua natureza de sociedade sem fins lucrativos”. Relatam, ainda, que o amadorismo inicialmente existente nessa sociedade deu lugar a uma incessante busca de lucros, evidenciadas pelas cotas de participação no televisionamento dos jogos de futebol e pelas astronômicas cifras obtidas na compra e venda de passes de jogadores.

Visando adaptar a legislação brasileira ao panorama esportivo mundial cada vez mais estimulado pela participação e investimento do setor privado no esporte, foi publicada, em 06 de Julho de 1993, a Lei n.º 8.672, conhecida como “Lei Zico”. Os principais pontos discutidos na lei foram à conceituação e as finalidades do desporto, enunciando os seus princípios fundamentais. Tratou, também, da organização do Sistema Federal do Desporto e disciplinou a competência e atuação da Justiça Desportiva e do Comitê Olímpico Brasileiro (BRASIL, 1993 *apud* SILVA, TEIXEIRA, NIYAMA, 2009, p. 2). No entanto, a alteração de maior repercussão para o setor foi à obrigação de transformação das entidades desportivas em sociedades comerciais, naquele momento, mas, posteriormente foi revogado.

A “Lei Zico” foi considerada um marco jurídico no tratamento dispensado às entidades de prática desportiva, pois rompeu com o alto grau de intervencionismo do Estado até então vigente, o que inibia os investimentos do setor privado no esporte (PERRUCCI, 2006, *apud* SILVA, TEIXEIRA, NIYAMA, 2009, p. 2).

---

<sup>2</sup> Disponível em: <<http://pt.fifa.com/worldranking/rankingtable/index.html>>. Acesso em 14 out. 2013.

Em 1998, foi publicada no dia 24 de Março a Lei n.º 9.615, conhecida como “Lei Pelé”, permeando seus conceitos e teses com os modelos de gestão dos clubes brasileiros, alguns dirigidos de maneira familiar, autoritária, isentas de profissionalismo. Tratou-se de uma alteração da Lei Zico, com algumas inovações, porém, manteve-se a obrigatoriedade dos clubes a se transformarem em empresas, com data prefixada, ou seja, no início do ano de 2001. Esse dispositivo de lei foi invalidado uma vez que o mesmo ia de encontro ao Art. 26 da mesma lei que dispunha que tanto atletas como entidades de prática desportiva são livres para organizar a sua atividade profissional, qualquer que seja a sua modalidade. A redação do Art. 27 da referida lei defendia que:

As atividades relacionadas a competições de atletas profissionais são privativas de: I. Sociedades civis de fins econômicos; II. Sociedades comerciais admitidas na legislação em vigor; III. Entidades de prática desportiva que constituírem sociedade comercial para administração das atividades de que trata este artigo (AIDAR, LEONCINE, OLIVEIRA, 2000, p. 173).

Os Clubes de Futebol, em sua essência, são entidades sem finalidade lucrativa, embora, a Constituição Federal de 1988 conceder-lhes plena autonomia quanto à sua forma de organização, possibilitando-lhes optar por transformar-se em sociedade comercial ou civil com fins econômicos, tal como se observa:

Art. 27 § 9º da Lei 10.672/03 é facultado às entidades desportivas profissionais constituírem-se regularmente em sociedade empresária, segundo um dos tipos regulados nos arts. 1.039 a 1.092 da Lei n. 10.406, de 10 de janeiro de 2002 – Código Civil (LEIS DO ESPORTE E ESTATUTO DO TORCEDOR, 2003, p. 87).

Essa opção de constituir-se em sociedade empresarial, ainda não é uma realidade vivida pela maioria dos clubes pequenos, como é o caso do Esporte Clube Primeiro Passo Vitória da Conquista, doravante tratado como ECPPVC, que apesar de possuir uma equipe profissional que o representa, trabalha também com equipes amadoras e, por não possuir fonte de recursos próprios, optou por não constituir-se em sociedade empresarial, fato que permite girar sua situação econômica por meio de doações, e patrocínios.

A redação acima mencionada e deliberada pelo Conselho de Desenvolvimento do Desporto Brasileiro (CDDDB) teve o intuito de corrigir as falhas apresentadas no Art.27 da Lei 9.615/98, quando obrigou os clubes a se transformarem em empresas, e, também falhas da Lei nº 9.981 de 24/03/2000 quando apontavam, de forma direta, os tipos de sociedade que mesmo facultativamente os clubes poderiam assumir, e, não os modelos presentes no código civil – Lei n. 10.406/2002.

Esse novo texto constitucional, deixa claro que as instituições desportivas possuem liberdade para optarem em constituírem-se em sociedade empresarial de fins econômicos ou manterem suas atividades no âmbito das entidades sem fins lucrativos, desde que a modalidade esteja em consonância com o código civil brasileiro. O ECPP é um exemplo de entidade desportiva profissional, que optou por não constituir-se em sociedade empresarial, uma vez que é mantida quase que exclusivamente por doações, subvenções e patrocínios o que lhe enquadra perfeitamente nas características de entidades sem fins lucrativos.

Voltando à Lei 9.615/98, esta, foi editada com finalidade de aperfeiçoar a Lei n.º 8.672/93. Uma das alterações tratadas na lei foi à extinção da figura do passe de atletas de futebol profissional.

O artigo 28 da referida lei passou a determinar que a atividade profissional caracteriza-se pela remuneração firmada em contrato de trabalho entre o atleta profissional e a entidade de prática desportiva, devendo este conter, obrigatoriamente, cláusula penal para as hipóteses de descumprimento, rompimento, ou rescisão unilateral (LIMA, 2002).

A Lei Pelé trouxe várias mudanças nas normas gerais do desporto, tanto no seu conteúdo redacional e forma de aplicabilidade, quanto no que se refere à adoção de práticas de gestão administrativas, para aquelas pessoas que detêm algum cargo de gerência ou supervisão, dentro da estrutura do futebol brasileiro, salientando que a infringência ao artigo 46-A dessa lei, implicará na inelegibilidade de seus gestores por um período de tempo de cinco anos para as entidades de prática desportiva e de dez anos para as entidades de administração do desporto e ligas desportivas, e em alguns casos ocorre o afastamento definitivo de seus dirigentes, que segundo a lei é o presidente da entidade, ou aquele que lhe faça às vezes.

A referida Lei seu art. 4º, inciso IV, cap. I, diz que o “Sistema Brasileiro do Desporto tem por objetivo garantir a prática desportiva regular e melhorar-lhe o padrão de qualidade.”

Posteriormente, algumas denúncias de irregularidades na administração do futebol brasileiro culminaram com uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI), gerando a nova lei, que é a Lei n.º 10.672, de 15 de maio de 2003, com o objetivo, também, de moralizar as relações existentes na atividade desportiva profissional. A lei inseriu cinco princípios a serem observados pelas entidades de prática desportiva profissional, destacando-se os princípios da transparência financeira e administrativa, da moralidade na gestão desportiva e da responsabilidade social de seus dirigentes (BRASIL, *online*, 2003).

Ainda com o intuito de conferir transparência à gestão das entidades de prática profissional, a Lei 11.638/07 reformula o Art. 3º da Lei nº 6.404 de 15 de dezembro de 1976,

dispondo que é aplicável às sociedades de grande porte, ainda que não constituídas sob a forma de sociedades por ações, as disposições da Lei nº 6.404/76 atribuindo às entidades a responsabilidade de adotar modelo profissional e transparente e elaborar e publicar suas demonstrações financeiras, após terem sido auditadas por auditor independente registrado na Comissão de Valores Mobiliários, fato que contribui para verificação da relevância da transparência nos modelos de gestão. (PLANALTO, *online*, 2007).

Na condição de empresa, alguns clubes de futebol profissional, como São Paulo Futebol Clube, Sociedade Esportiva Palmeiras e Sport Club Corinthians Paulista, elaboram demonstrativos contábeis, nos quais, registram todas as entradas e saídas de recursos, inclusive, os recursos oriundos de patrocínio. No entanto, essa não é prática comum no futebol, à divulgação de seus Balanços Financeiros, haja vista que poucos clubes constituíram-se em empresa.

São poucos, os clubes que divulgam seus demonstrativos, e, isto se deve ao fato dos principais clubes do futebol brasileiro, apresentar um elevado grau de fragilidade econômica e financeira, característica essa que não se harmoniza com o potencial econômico e a força do futebol (DA SILVA e FILHO *online*, 2012, p. 1).

Vale ressaltar, que a administração de clubes esportivos possui características peculiares e estas características, são reveladas conforme o setor social onde esses clubes estão inseridos e devem ser compreendidos pelo administrador profissional que devem, além, de associar o conceito de competência e estratégia no âmbito esportivo, ter uma visão de negócio, assim como acontece no ambiente empresarial (COSTA, 2007 *apud* MACEDO, 2011, p. 2).

Fato importante é que, “A área de Administração Esportiva envolve a aplicação dos conceitos e teorias gerais da Administração” (BASTOS, 2003, p. 2), o que torna a estrutura administrativa desses clubes semelhante à de uma organização empresarial. Entretanto, o que se vê é a acentuada falta de vigor financeiro dos clubes. “Boa parte deles sobrevive em situações financeiras preocupantes, afundados em dívidas acumuladas por anos de déficit operacional” (GODOY, 2009, p. 1 *apud* MACEDO *et al*, 2011, p. 2).

Apesar da grande movimentação de receitas presentes nos clubes, presume-se que elas não são suficientes para suprir todas as despesas operacionais dos mesmos, devido a contratações milionárias de atletas profissionais, ao pagamento de altos salários aos jogadores, treinador e equipe técnica, bem como, a manutenção do clube, além do mais em muitos casos, quando acontece rescisão contratual de jogadores e treinadores, é feita de forma conflituosa,

gerando ações na justiça que acabam por culminar em mais problemas financeiros para os clubes.

Outro fator importante, a manutenção do centro de treinamento é algo dispendioso, exigindo uma boa gestão financeira dos recursos, uma vez, que as receitas arrecadadas com bilheteria nos estádios, normalmente, não suprem todas as necessidades do clube. Neste contexto, é que surge a importância dos patrocinadores, em uma relação direta de dependência, pois, sem eles os clubes não teriam como manter suas atividades.

O patrocínio esportivo é o instrumento de promoção através do qual o esporte se relaciona com o mercado de consumo de forma a criar publicidade e lucro para os compradores e participantes.

Segundo Melo Neto (1995), o patrocínio esportivo é apontado como uma forma de mídia alternativa já que é capaz de promover uma marca junto ao seu público alvo, causando retorno em publicidade, imagem e vendas. Já os autores Pozzi e Oliveira (1996), afirmam que as vantagens do patrocínio esportivo como mídia, esta no fato de que a maior parte das mensagens chega ao telespectador cativo, durante a transmissão de um evento esportivo, em um momento de relaxamento e, portanto, mais receptivo a essas mensagens.

Outra importante fonte de receitas para o futebol são as cotas de televisão, para, principalmente os grandes clubes brasileiros que vendem o direito de imagem das partidas para as grandes redes televisivas nacionais, representando, uma importante fonte de receita que mantêm financeiramente para os clubes. Carone (2010), apud Araujo e Buesa (2012, p. 15), comenta que “as emissoras de televisão que são detentoras do direito de exploração televisiva vendem as cotas de patrocínio publicitário, a serem exploradas durante a programação”.

O autor exemplifica com o Campeonato Brasileiro, onde a emissoras negociam com o Clube dos 13, uma entidade legalmente reconhecida como representante dos clubes que disputam a Série A do referido campeonato, a qual repassa o dinheiro para os clubes de acordo com a distribuição acordada previamente entre eles. Descreve ainda que a contabilização de receitas de cotas de televisão deve ser registrada pelo valor bruto, deduzidas as taxas de administração, INSS e direito de arena.

## **1.1 TEMA**

### **A CONTABILIDADE APLICADA AO TERCEIRO SETOR**

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 OBJETIVO GERAL:

Analisar a influência das receitas de patrocínio, no processo de construção do patrimônio do Esporte Clube Primeiro Passo Vitória da Conquista.

### 1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Verificar quais os critérios utilizados pelo clube na busca pelos patrocínios;
- Avaliar os benefícios do patrocínio esportivo para as empresas concedentes;
- Averiguar se as receitas de patrocínio interferem na motivação dos atletas;
- Compreender como o profissionalismo e a credibilidade dos dirigentes influenciam na capacidade de um clube de futebol obter patrocínio;
- Comparar e termos percentuais, a evolução patrimonial do ECPP em função da obtenção de receitas de patrocínio.

## 1.3 PROBLEMATIZAÇÃO

Campos *apud* Santos (2006, p. 36) destaca que “o futebol é um elemento central da cultura brasileira e que colaborou na construção da identidade nacional”. O autor afirma, ainda, que o futebol transcende sua qualidade esportiva, tornando-se um importante elemento sociocultural espacial em muitos países, como é o caso do Brasil.

Logo, o futebol além de ter uma grande amplitude na sociedade contemporânea, é também um agente difusor de disputas territoriais nas cidades, como se pode observar:

Nos dias em que ocorrem partidas de futebol, as cidades passam por uma verdadeira reterritorialização promovida pelos torcedores. Assim, o espaço urbano torna-se objeto de apropriação das torcidas. Unidos em grupos, os torcedores tendem a não respeitar as ordens vigentes, ocasionando uma disputa territorial pelo espaço urbano, principalmente quando na cidade se tem dois clubes rivais (como é o caso da cidade de Salvador, onde os dois grandes clubes disputam o território, não só no combate em campo, como também, nas arquibancadas e nas ruas). Assim, por conta do futebol, a cidade passa a participar de seu circuito simbólico, sobreposta pela geopolítica das rivalidades (GOMES, 2002, *apud*. SANTOS, 2011, p. 57).

Neste contexto, de inserção cultural e pela ausência de clube profissional de futebol na cidade desde 2002 até 2007, que o ECPPVC tem seu estatuto aprovado pela sua própria diretoria, e, registrado no Cartório de Registros de Títulos e Documentos de Vitória da Conquista Maria do Carmo Queiroz em 21/01/2005, a partir daí inicia suas atividades, com um trabalho voltado para a inclusão social realizado com jovens na de faixa etária entre 16 e 20 anos em sua escolinha, para mais tarde inserir esses futuros atletas no clube profissional.

A proposta, acima, foi consolidada com a participação exitosa em vários campeonatos da cidade e com a expansão do, então, Projeto Primeiro Passo para outras regiões do estado. Em janeiro de 2005, é fundado Esporte Clube Primeiro Passo de Vitória da Conquista, legalmente instituído como equipe profissional, tendo como objetivo trazer Vitória da Conquista de volta ao cenário das grandes jornadas esportivas.

Neste contexto, vem fazendo um futebol competente não só gerando resultados, mas acima de tudo, apaixonando torcedores e criando novos cidadãos e profissionais de talento, capazes de devolver a alegria nas tardes de domingo à cidade e região. Desta forma, tem-se como interrogantes motrizes desta pesquisa o que se segue:

### **1.3.1 QUESTÃO – PROBLEMA:**

O patrocínio é umas das principais fontes de receita dos clubes brasileiros, por conta das elevadas cifras que envolvem a chamada “indústria” do esporte e pela possibilidade de discorrer a respeito das melhores práticas de gestão nos clubes de futebol. O presente estudo pode ser considerado relevante, por conta do limitado número de estudos referentes ao assunto no Brasil.

Será respondida ao final desta pesquisa a seguinte pergunta: qual a influência das receitas de patrocínio, no processo de construção do patrimônio do Esporte Clube Primeiro Passo Vitória da Conquista?

### **1.3.2 QUESTÕES – SECUNDÁRIAS:**

- Quais os critérios utilizados pelo clube na busca pelos patrocínios?
- Quais os benefícios do patrocínio esportivo para as empresas concedentes?
- Como as receitas de patrocínio interferem na motivação dos atletas;
- Como o profissionalismo e a credibilidade dos dirigentes influenciam na capacidade de um clube de futebol obter patrocínio;
- Compare em termos percentuais, a evolução patrimonial do ECPP em função da obtenção de receitas de patrocínio.

## **1.4 HIPÓTESES DA PESQUISA**

O futebol, nos dias atuais, transcende a esfera esportiva. Mediante a exploração da paixão dos torcedores, o esporte voltou-se para o mercado e cresceu como atividade comercial

no mundo todo. Soares (2007, p.10 *apud* Neto, 2011, p. 14) entende que o futebol é responsável por “uma grande parcela do movimento econômico do mercado esportivo e de entretenimento no Brasil e no mundo, ocupando não apenas técnicos, atletas ou dirigentes, mas todo o universo de pessoas, direta ou indiretamente ligados ao espetáculo”.

De uma forma generalizada, não se tem como estimar a quantidade de empregos diretos ou indiretos gerados no futebol brasileiro e ou mundial, o que se pode obter a respeito deste questionamento, é que essa indústria de entretenimento, gera durante um mundial de clubes ou durante um evento da magnitude de uma olimpíada, um número significativo de empregos nas cidades em que são sediadas, além de mexer com toda a economia local.

Para a Copa do Mundo de 2014, por exemplo, o Comitê Organizador Local da Copa prevê criar, até 2014, 39 mil empregos diretos e indiretos na preparação do Mundial no Brasil. “São empregos e renda para muita gente que já está nos ajudando e vai nos ajudar a fazer a organização da Copa”, disse Ricardo Trade, Diretor Executivo de Operações e Competições do Comitê Organizador Local (COL), durante o painel Jornada para 2014”, na Soccerex, convenção de negócios do futebol que aconteceu no Rio de Janeiro no mês de Novembro de 2013<sup>3</sup>.

Quando se fala em patrocínio ao esporte, em sua forma mais saudável, deve-se pensar em uma negociação visando ao benefício mútuo, bem como uma visão de longo prazo, assumido por ambas as partes. Essas situações devem ser administradas com calma e equilíbrio, visando sempre à busca por melhores resultados. Quando um patrocinador expõe sua marca, através de propagandas em camisas e placas nos estádios, ele espera obter com isso, resultados de vendas de seus produtos e o clube em contra partida espera obter um patrocínio contínuo para subsidiar os custos com a manutenção do clube.

As ações realizadas durante o contrato de patrocínio esportivo com o clube gera para os patrocinadores um aumento da visibilidade de sua marca, levando em conta a possibilidade de realizar um projeto de *marketing* junto aos torcedores, associados e frequentadores do clube e dos estádios, em contra partida gera para o clube uma receita de patrocínio a disposição do gestor para ser aplicada da melhor forma possível.

Acredita-se que as receitas provenientes de contratos de publicidade, patrocínio, direito de transmissão, imagem e outras assemelhadas, representam um montante significativo para os clubes desportivos, e, por isso mesmo, capazes de auxiliar os clubes no processo de

---

<sup>3</sup> PORTAL DA COPA. Disponível em: < <http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/soccerex-col-estima-gerar-39-mil-empregos-diretos-e-indiretos-ate-2014>>. Acesso em: 03 jan. 2014.

construção de seu patrimônio quer econômico ou social, já que, as finanças organizadas podem gerar benefícios materiais e morais, aos clubes.

Esta pesquisa visa esclarecer a importância das receitas de patrocínio no processo de construção do patrimônio do ECPP, pois com estas, o clube deixa de utilizar suas próprias receitas, e, passam a contar com novos valores. Por isso mesmo, as receitas obtidas por meio do patrocínio devam ser aplicadas, de tal forma que, auxiliem na compra de imóveis, reformas e aquisição de jogadores. Quando, indiretamente, o ECPP deixou de bancar despesas diretas, e, as fez por intermédio do patrocinador a exemplo de: transporte de atletas, departamento médico, fisioterapeuta, dentre outros, deixou de usar recursos próprios, e, provavelmente obteve uma folga financeira que pode ser reinvestida no próprio clube.

### **1.5 JUSTIFICATIVA**

A pesquisa tem como objetivo identificar a influência das receitas de patrocínio no processo de construção do patrimônio do ECPPVC.

No presente estudo, a viabilidade está na possibilidade de se alcançar plenamente o objetivo da pesquisa. O problema é verificável e não oferece riscos ou margens para imprevistos que possam comprometer o andamento da pesquisa e a imagem do clube, uma vez que, as informações necessárias podem ser encontradas em meio eletrônico, dispostos no *site* do ECPP.

A importância está associada ao significado e relevância social do tema. Segundo Neto (2011), “o futebol tem apelo popular, envolve sentimentos, provoca emoções e desperta paixões. O Marketing esportivo, por seu turno, está em evidência, sendo este o momento ideal e a oportunidade adequada para abordar essa relação”.

Nos critérios de escolha dessa temática, levou-se em consideração o gosto da pesquisadora pelas práticas esportivas, aqui representadas pelo futebol, e o fato da temática ser algo inovador, posto que a Contabilidade esportiva é pouco divulgada e praticamente não se encontram trabalhos realizados nessa linha de pesquisa, principalmente em Vitória da Conquista e região. Além disso, o interesse pessoal da autora pela área temática e sua motivação em desenvolver a pesquisa são fatores que contribuem para a escolha.

A contribuição acadêmica do trabalho está na ampliação dos conhecimentos no campo do *Marketing* e do Patrocínio Esportivo, contribuindo para a produção científica e servindo de estímulo e incentivo para novos estudos nessa área.

Destaca-se também a contribuição social da investigação, tendo em vista que os resultados obtidos possibilitam a segmentação de um mercado específico e facilitam o planejamento estratégico do patrocínio dos clubes brasileiros, podendo contribuir para a sua consolidação ou expansão. Reitera, aqui, também a ideia que o futebol está enraizado na sociedade brasileira em nível de representação cultural, inserido no nosso imaginário como fator de identidade cultural e é propagado de geração em geração, constituindo dentro de nossa sociedade um valor histórico patrimonial.

Com relação à ciência contábil, esta pesquisa procurará revelar na prática, como ocorre à gestão financeira e patrimonial no âmbito de um clube de futebol, notadamente o que concerne a receitas de patrocínio, sendo fatores que justificam à sua escolha, a novidade da temática e interesse acadêmico.

Dessa forma, compreende-se que pesquisar a influência das receitas de patrocínio na formação do patrimônio de um clube de futebol é do ponto de vista científico exequível e viável, pois as informações coletadas junto ao clube servirão de base e darão suporte para que o trabalho seja concretizado.

Assim, dada à relevância e atualidade do tema, a escassez de trabalhos que tratam o futebol como negócio no Brasil, e o pouco conhecimento acerca das expectativas dos torcedores brasileiros torna-se necessária a investigação científica proposta.

## **1.6 RESUMO METODOLÓGICO**

Para a construção deste trabalho será realizado um estudo de caso, pois, visa relatar fenômenos contemporâneos inseridos no contexto da vida real. Conforme Yin (2001, p. 37), “[...] Consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento [...]”.

Terá abordagem quantitativa, uma vez que considera que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las.

Requer o uso de recursos e de técnicas estatísticas (percentagem, média, moda, mediana, desvio padrão, coeficiente de correlação, análise de regressão, etc.). Essa abordagem será visualizada na pesquisa no tocante ao tratamento dos dados coletados, com o intuito de obter medidas precisas e confiáveis que permitam uma boa análise de mensuração das informações.

A utilização de uma abordagem quantitativa se justifica quando o pesquisador busca testar teorias objetivas, examinando a relação entre as variáveis. Segundo Creswell (2010, p.

26), “[...] aqueles que se engajam nessa forma de investigação têm suposições sobre a testagem dedutiva das teorias, sobre a criação de proteções contra vieses, sobre o controle de explicações alternativas e sobre sua capacidade para generalizar e para replicar os achados.”

O ponto de vista dos objetivos a pesquisa se dará de forma exploratória, uma vez que visa proporcionar maior familiaridade com o problema com vistas a torná-lo explícito ou a construir hipóteses. Envolve levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas que detêm o conhecimento sobre o problema, assumem, em geral, as formas de Pesquisa Bibliográfica e Estudo de Caso.

A pesquisa será realizada no Esporte Clube Primeiro Passo Vitória da Conquista, e, não haverá amostras, pois, trabalhará com o universo estudado. Os dados serão coletados, por meio de observação sistemática, fontes documentais primárias com os dirigentes do clube, entrevistas estruturadas, na coleta dos dados o pesquisador sabe o que procura. Para o constructo dessa pesquisa serão utilizados, demonstrativos contábeis, a saber, Balanço Patrimonial e Demonstrativo de Resultado de Exercício do período compreendido entre 2009 e 2012 fornecidos pelos dirigentes do ECPP.

A tabulação dos dados será feita de forma cuidadosa, no intuito de obter as informações necessárias para responder os questionamentos da pesquisa.

## **1.7 VISÃO GERAL**

O enfoque deste estudo é reconhecer na prática do futebol, uma atividade empresarial em vias de desenvolvimento, onde a captação de recursos e sua aplicabilidade são fatores importantíssimos para a perpetuação do mesmo no cenário atual dos grandes clubes de futebol, assim como a transparência na divulgação de seus Relatórios Contábeis, serão determinantes para a fidelização dos seus torcedores bem como dos seus patrocinadores.

Sendo assim, ao final da pesquisa, ter-se-á um relato monográfico que conterà cinco capítulos, sendo o primeiro referente à introdução com seus itens essenciais, o segundo contendo a teoria sobre o assunto, dividido em três grandes partes: Marco conceitual, Estado da arte e Marco teórico. O terceiro capítulo exporá a metodologia da pesquisa, seguido do quarto capítulo que analisará os dados coletados respondendo às questões de pesquisa e atendendo aos objetivos. Por fim, o quinto capítulo resumirá o trabalho explicitando as conclusões da pesquisa.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 ESTADO DA ARTE

Diversas pesquisas foram desenvolvidas na área do desporto no Brasil, dentre elas destaque para: Futebol: O Negócio por trás do Jogo – Estudo de Caso do São Paulo Futebol Club, por Márcio Malard Mayer (2010); Marketing Esportivo: uma análise das expectativas dos consumidores do futebol brasileiro, por Edgar Elíbio Saueressig Neto (2011) e A Relevância do Profissionalismo no Futebol e os Impactos da Credibilidade dos Dirigentes na Obtenção de Patrocínio, autor João Guilherme de Mattos Pimentel (2011). Todos esses trabalhos tiveram como foco a análise da gestão financeira dos clubes de futebol, as quais buscam evidenciar as diversas formas de captação de recursos feita pelos clubes e como estes administram esses recursos.

O esporte vem sofrendo um profundo processo de transformação ao longo dos anos, tornando-se uma grande oportunidade de negócio. No Brasil, em particular, cabe destacar a relevância econômica e social do futebol.

Os autores Silva, Teixeira, Niyama (2009, p. 1), afirmam que diante da importância do esporte para a economia brasileira, dos investimentos realizados no setor, dos valores movimentados pelas entidades de práticas desportivas e pela paixão provocada pelo futebol, cada vez mais se busca informações sobre a gestão das entidades desportivas, sejam elas informações sobre responsabilidade social, gestão administrativa ou, principalmente, informações sobre a gestão dos recursos financeiros de tais entidades.

O estado da arte compreende o levantamento e exposição de estudos e abordagens anteriores que fundamentam o tema da pesquisa. O **quadro 01** vem mostrar alguns trabalhos que foram desenvolvidos na mesma temática a qual a pesquisadora faz menção na referida abordagem, relacionando as ideias principais e a conclusão dos trabalhos explorados, bem como, a contribuição trazida pelos autores elencados para compor a base teórica deste estudo.

Para compor esse quadro, foram selecionados os trabalhos que possuíam maior semelhança e relevância dentro do tema em estudo. Intenciona-se, também, indicar aos leitores dessa pesquisa e aos demais pesquisadores um sucinto banco de dados, no qual poderá ser utilizado, caso haja interesse, em continuar a investigação sobre o tema abordado.

**QUADRO 01 – ESTADO DA ARTE**

| TIPO   | TÍTULO  | AUTOR (ES)   | ANO  | NÍVEL     | INSTITUIÇÃO                                | IDEIA PRINCIPAL   | LINK/LUGAR  | DATA DE ACESSO |
|--------|---|--|------|-----------|--|---|---|----------------|
| Artigo | Evidenciação Contábil em Entidades Desportivas: Uma Análise dos Clubes de Futebol Brasileiros | Cásar Augusto Tiburcio Silva<br><br>Higor de Medeiros Teixeira<br><br>Jorge Katsumi Niyama | 2009 | -         | Universidade de Brasília                   | Apresenta uma análise da transição do esporte de simples prática de entretenimento, para uma grande oportunidade de negócios financeiros. Que quando bem administrados podem ser muito lucrativos.<br>A pesquisa conclui que a elaboração da NBC T 10.13 é de fundamental importância para o setor, uma vez que transforma suas atividades operacionais em informações úteis aos seus usuários. Observou-se também que a evidenciação contábil não foca nos usuários, estando, ainda, voltada para atender as exigências tratadas na Lei nº 9.615. A pesquisa mostra que quanto maior o total de receitas recebidas pelo clube de futebol, maior será o nível de evidenciação de suas informações contábeis.  | <a href="http://www.congressosp.fipecafi.org/artigos92009/305">http://www.congressosp.fipecafi.org/artigos92009/305</a> .   | 17/out/12      |
| Artigo | Operário Ferroviário Esporte Clube: Patrimônio Cultural de Ponta Grossa                       | Edvanderson Ramalho dos Santos   | 2010 | Graduação | Universidade Estadual de Ponta Grossa - PR | Tem como objetivo avaliar como uma equipe de futebol centenária, o Operário Ferroviário, pode se configurar como patrimônio cultural. O qual se constituiu em um importante elemento no processo de criação e manutenção da identidade local.<br>Os resultados da pesquisa evidenciam toda a força e representatividade cultural que o Operário Ferroviário possui na sociedade de Ponta Grossa, chegando até a confundir sua própria história com a do clube. Foram diversas as modificações sociais, espaciais e culturais que o Operário gerou no cotidiano de Ponta Grossa durante todo este tempo.<br>Em síntese, conclui-se que a história do clube é um misto de alegria e sofrimento, de glória e fracasso. Porém, as dificuldades, ao invés de diminuir a paixão e a representatividade do clube, muitas vezes, acabaram tendo um efeito reverso, ampliando a paixão do torcedor. O Operário é mais que um clube, é um símbolo cultural. | <a href="http://operario.com/wp-content/uploads/2010/11/operariopatrimonioculturalp.g">http://operario.com/wp-content/uploads/2010/11/operariopatrimonioculturalp.g</a> . | 20/out/12      |

|            |   |  |      |           |  |   |   |           |
|------------|---|--|------|-----------|--|---|---|-----------|
| Monografia | Processo de Análise das Demonstrações Contábeis em Clubes Sociais: Um Estudo de Caso                      | Fabiano de Oliveira Dias                           | 2003 | Graduação | Universidade Federal de Santa Catarina | <p>O trabalho buscou demonstrar a aplicabilidade das técnicas de análise das demonstrações contábeis em clubes de Futebol.</p> <p>Tendo concluído que: A análise das Demonstrações Contábeis permite transformar dados em informações, sendo de vital importância para credores, investidores, governos, acionistas e, sobretudo, para os gerentes.</p> <p>Além de detalhar a evolução das contas contábeis, serve para um controle geral da administração, auxiliando os gestores na tomada de decisões.</p>   | <a href="http://tcc.bu.ufsc.br/Contabeis295751">http://tcc.bu.ufsc.br/Contabeis295751</a> .   | 16/Nov/12 |
| Artigo     | Contabilidade Esportiva: A Adoção da Resolução nº 1.005/2004 nos Clubes Paulistas de Futebol Profissional | Sara Figueiredo de Araújo e<br>Natasha Young Buesa | 2012 | -         | Faculdade de São Roque                 | <p>O artigo teve como meta avaliar se as práticas Contábeis geralmente aceitas no Brasil estão em conformidade com a Resolução nº 1.005/2004 que aprova a NBC T 10.13 que diz respeito a Aspectos Contábeis Específicos em Entidades Desportivas Profissionais.</p> <p>O trabalho conclui que: todos os clubes aderiram 100% às práticas Contábeis geralmente aceitas no Brasil.</p> <p>Pode-se observar também ao longo da pesquisa que desde o ano da publicação da obrigatoriedade da resolução em 2005, os clubes analisados vinham se adequando em alguns aspectos dela. Porém apenas a partir de 2008 com a alteração da Lei das S/A que dispunha sobre normalização internacional é que os clubes aderiram de forma mais adequada a Resolução nº 1.005/2004, publicada pelo Conselho Federal de Contabilidade.</p> | <a href="http://www.facsaroque.br/novo/publicacoes/pdf/v3-n1-2012/Sara">http://www.facsaroque.br/novo/publicacoes/pdf/v3-n1-2012/Sara</a> . | 23/out/12 |

|                         |   |                                |      |               |   |   |   |             |
|-------------------------|---|--------------------------------|------|---------------|---|---|---|-------------|
| Monografia              | A Relação entre a Gestão Administrativa e o Desenvolvimento Econômico nos Clubes de Futebol | Éderson Josué Corrêa Silva     | 2010 | Graduação     | Universidade FEEVALE  | <p>A pesquisa monográfica visa analisar os processos administrativos dentro dos dois grandes clubes de maior expressão do estado do Rio Grande do Sul: Grêmio <i>foot-ball</i> Porto Alegre e Sport Club Internacional, e sua evolução com o desenvolvimento econômico.</p> <p>A pesquisa conclui que os processos administrativos contribuem para a profissionalização da gestão do futebol, uma vez que foi constatada a devida relação entre a efetiva utilização da gestão administrativa e a evolução econômica dos clubes. E que essa profissionalização ainda precisa de melhora de forma que os clubes venham a gerir com maior êxito seus recursos e consigam um desenvolvimento constante dos resultados.</p>                 | <a href="http://ged.feevale.br/bibvirtu al/Monografia/MonografiaEdersonSilva.pdf">http://ged.feevale.br/bibvirtu al/Monografia/MonografiaEdersonSilva.pdf</a>   | 28/set/2013 |
| Dissertação             | Futebol: O Negócio por trás do Jogo – Estudo de Caso do São Paulo Futebol Club              | Márcio Malard Mayer            | 2010 | Mestrado      | Fundação Getúlio Vargas Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresa | <p>O estudo tem por objetivo analisar e identificar quais são as ações de um clube de futebol brasileiro para se adaptar à lógica de mercado, visando à maximização de suas receitas.</p> <p>O resultado do estudo demonstra que a maximização das receitas possui seu alicerce na diversificação das fontes, principalmente as provenientes da exploração da marca e do estádio.</p>   | <a href="http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/7760/MARCIO%20MAYER.pdf?sequence=1">http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/7760/MARCIO%20MAYER.pdf?sequence=1</a> | 28/set/2013 |
| Dissertação de Mestrado | A Gestão do Clubes de Futebol como Clube Empresa: Estratégias de Negócio                    | Luiz Fernando Framil Fernandes | 2000 | Pós-Graduação | Universidade Federal do Rio Grande do Sul                                       | <p>A pesquisa fala do futebol como um negócio que cresce a cada dia. A indústria do esporte movimenta cifras milionárias e estabelece fortes ligações com a atividade empresarial.</p> <p>A pesquisa traz como conclusão que com o advento da Lei 9.615/98 conhecida como Lei Pelé os clubes deixam de ser sociedades sem fins lucrativos, transformando-se em sociedades civis de fins econômicos ou em sociedades comerciais.</p> <p>Portanto, entende-se que a lei, no Brasil, traz como benefício a modernização na gestão do futebol, não pelo aspecto da obrigatoriedade, mas pela troca de postura e, conseqüentemente, pela tendência a alcançar um nível de competitividade econômica internacional. (PRONI, 1999, p. 60).</p> | <a href="http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/2832/000282018.pdf">http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/2832/000282018.pdf</a>   | 28/set/2013 |

|            |  |  |      |           |  |  |   |             |
|------------|--|--|------|-----------|--|--|---|-------------|
| Monografia | MARKETING ESPORTIVO: uma análise das expectativas dos consumidores do futebol brasileiro | Edgar Elíbio Saueressig Neto   | 2011 | Graduação | Universidade de Brasília Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. | <p>O trabalho buscou diagnosticar os principais problemas dos clubes brasileiros na tentativa de explorar o potencial mercadológico dos torcedores e estreitar a relacionamento com esse público alvo, atendente às suas necessidades e expectativas e tornando essa relação mais sadia e benéfica para ambos os lados.</p> <p>Os resultados mostraram que os torcedores são heterogêneos, o que indica a necessidade de segmentação de público consumidor dos clubes. Foi evidenciado que os anseios dos torcedores são essenciais para a aproximação destes com o clube e que a imagem do clube ainda está ligada ao desempenho esportivo. E que os consumidores esperam obter um retorno satisfatório como qualidade, custo/benefício e um bom relacionamento, ao decidir contribuir financeiramente com o clube.</p>   | <a href="http://bdm.bce.unb.br/bitstream/10483/2411/6/2011_EdgarElbioSaueressigNeto.pdf">http://bdm.bce.unb.br/bitstream/10483/2411/6/2011_EdgarElbioSaueressigNeto.pdf</a> | 28/set/2013 |
| Artigo     | Análise da Relação do Patrocínio Esportivo entre Clube e Empresa no Futebol Brasileiro   | Ricardo Guilherme Monteiro de Almeida<br><br>Heloisa Helena Baldy dos Reis | 2010 | -         | Convibra Administração VII Congresso Virtual Brasileiro de Administração       | <p>A pesquisa procura mostrar as condições atuais de patrocínio em um clube de futebol e a sua relação com a empresa patrocinadora na utilização de uma das ferramentas mais importantes existentes no marketing esportivo: o patrocínio esportivo. Visa mostrar também as vantagens e desvantagens, a relação do retorno, da renovação ou descontinuidade do contrato.</p> <p>A pesquisa mostrou que os clubes esperam das empresas patrocinadoras uma parceria em torno de dois anos, mas as empresas patrocinam apenas no tempo de duração de um campeonato. As empresas tem interesse em investir no patrocínio, pois, o vê como uma forma de alavancar sua marca por meio da exposição na mídia. No entanto, nem o clube, nem a empresa possuem mecanismos que mensuração com exatidão qual o retorno da mídia obtido durante o período do patrocínio. Esse pode ser um dos fatores da descontinuidade do patrocínio.</p> | <a href="http://www.convibra.com.br/upload/paper/adm/adm_909.pdf">http://www.convibra.com.br/upload/paper/adm/adm_909.pdf</a>   | 12/Nov/2013 |

Fonte: Compilação da *internet* (2013) - organização própria

Conforme evidenciado no **quadro 01**, pode-se falar da existência de alguns trabalhos que abordam a temática Contabilidade Aplicada ao Terceiro Setor, e, principalmente sobre o tema futebol. Apesar de apresentarem contextos divergentes em suas abordagens, os mesmos comungam o fato de estarem analisando, a nova representatividade do desporto, com especial atenção voltada ao futebol.

A pesquisa feita na literatura existente leva a conclusões, mesmo que superficiais, de que a prática desportiva, em referência, vem se desenvolvendo de maneira intensa e tende-se a tornar uma atividade econômica viável e profissional, deixando suas características iniciais amadoras e recreativas (ISHIKURA *et al. Online*, p. 2).

Os mesmos autores afirmam, ainda, no mesmo artigo<sup>4</sup>, que essa tendência se iniciou em meados do século passado, com a profissionalização de seus gestores em função do volume financeiro envolvido em contratos de patrocínio, propaganda, cotas de televisão, *royalties* novas formas de mídia, venda de atletas e um aumento significativo de empresas que passaram a utilizar o esporte como mídia para expor a sua marca, vender e expor seus produtos e fidelizar o consumidor.

## 2.2 MARCO CONCEITUAL

O presente trabalho apresenta alguns conceitos referentes à Contabilidade aplicada ao esporte. A pesquisa como, dito anteriormente, analisa a influência das receitas de patrocínio no processo de construção do Patrimônio do Esporte Clube Primeiro Passo (ECP) durante os anos de 2008 a 2012.

Neste contexto, é importante destacar que, um patrimônio seja ele de que nível e importância forem, sofre mutações ao longo de sua existência, fato que denota a necessidade de análise contábil que é um “estudo minucioso que se fundamenta em normas, métodos e procedimentos indicados pela técnica e ciência da Contabilidade. Estudo de um ou vários fenômenos por suas partes, em um patrimônio (SÁ, 2005, p. 12)”, para compreender e atenuar possíveis efeitos negativos.

Com base nestes pressupostos, observa-se que o ECP tem construído seu patrimônio aproveitando-se de “folga” no seu caixa ocasionada pelos patrocínios financeiros, diretos ou indiretos, que tem recebido ao longo de sua existência.

---

<sup>4</sup> **Proposta de Controle de Gastos na Formação de Atletas de Futebol tendo em vista sua Atuação Globalizada** (*online*, p.2). Disponível em: < <http://www.intercostos.org/documentos/Ishikura.pdf>> Acesso em: 05 out. 2012.

Cotidianamente, o termo receita está relacionado com as entradas quase sempre monetárias decorrentes da venda de mercadorias ou prestação de serviço econômico ou financeiro e o termo operacional é pertinente à atividade desenvolvida pela empresa e que se relaciona diretamente com o objeto da mesma. Franco (1991, p. 220) diz que:

A principal fonte de receitas da empresa comercial é a venda de mercadorias, da qual decorre a maior parte de seu lucro. Além dessa, outras receitas há que podem também ser consideradas operacionais, porquanto decorrerem da atividade operacional da empresa, tais como: serviços prestados, receitas de comissões, descontos obtidos nas compras, incentivos de exportação (restituição de IPI e ICMS), além de outras.

O Futebol como uma atividade empresarial precisa de recursos para gerir suas atividades, e para captar esses recursos precisará produzir informações contábeis confiáveis tanto para os usuários internos como para os externos e com interesses diferentes. A receita de patrocínio, foco desse estudo, tem se tornado uma fonte expressiva de receita operacional que compõem o montante financeiro dos clubes esportivos, sendo assim, pode ser definido como sendo as receitas decorrentes de doações, publicidade, entre outros, e devem ser registradas em contas específicas do resultado operacional, de acordo com o princípio da competência. Nesse sentido, a NBC T 10.13.2.16 contextualiza o tema dizendo que:

As receitas com contratos de publicidade, patrocínio, direitos de transmissão e imagem e outras assemelhadas devem ser registradas como receita operacional, em contas específicas, em função da fluência do prazo do contrato. O recebimento antecipado deve ser registrado no passivo circulante e/ou no exigível a longo prazo (NBC T 10.13.2.16, 2004).

Para os autores Zouain, Alves e Pieranti (2006, *online*) “os clubes de futebol quando bem administrados podem ser muito lucrativos. Seus estádios são fontes de renda e geram empregos e o *marketing* oferece diversas oportunidades”.

Com o objetivo de dar maior transparência à gestão empresarial, as entidades desportivas e as entidades de administração do desporto envolvidas em competição de atletas profissionais, independentemente da forma jurídica, ficam obrigadas a elaborar e publicar, até o último dia útil do mês de abril, suas demonstrações financeiras na forma definida na Lei nº 6.404/76, reformulada através da Lei nº 11.638/2007, após terem sido auditadas por auditores independentes<sup>5</sup>.

Lopes de Sá (2005, p. 348) conceitua a Prática Contábil como sendo “a aplicação dos conhecimentos contábeis à informação; execução de serviços contábeis; escrituração contábil [...]”, e, sendo assim, os clubes esportivos em geral, dado à obtenção de patrocínios, que na

<sup>5</sup> Lei nº 10.672 de 15 de maio de 2003 (**LEIS DO ESPORTE E ESTATUTO DO TORCEDOR**, 2003, p. 93).

maioria das vezes, representam valores significativos, precisam utilizar das práticas contábeis, para que a transparência que se quer das entidades como um todo, possam estar, também, sendo aplicadas em entidades desta natureza, visando demonstrar seus balanços sociais.

Sobre balanço social, Nunes (2000, p. 71 *apud* Dias 2003, p. 20), expõe que “o balanço social é um documento que reúne um conjunto de informações sobre as atividades da empresa orientadas para melhor gerência dos recursos humanos, naturais e das relações com o seu público externo”.

Outro item de fundamental importância na divulgação das informações Contábeis pertinentes aos Times de Futebol são suas finanças, que interessam a diversos usuários tanto interno como externo e com interesses diferentes. Posto isso, Sandroni (2003, p. 182), conceitua finanças, como sendo “a área da economia que engloba os ramos de atividade e os processos relacionados com a gestão dos recursos públicos, privados, o dinheiro, o crédito, títulos, ações e obrigações pertencentes ao Estado, às empresas e aos indivíduos”.

Saindo deste contexto, mas expondo que uma boa forma de verificação de problemas econômicos e financeiros em qualquer entidade é a análise através de índices, Matarazzo (1997, p. 96) tece o seguinte comentário:

Os índices servem de medida dos diversos aspectos econômicos e financeiros das empresas. Assim como um médico usa certos indicadores como pressão e temperatura, para elaborar o quadro clínico do paciente os índices financeiros permitem construir um quadro de avaliação da empresa (MATARAZZO, 1997, p. 96 *apud* DIAS 2003, p.26).

A prática desportiva formal é regulada por normas nacionais e internacionais e pelas regras de prática desportiva de cada modalidade aceitas pelas respectivas entidades nacionais de administração do desporto (LIMA, 2002, p. 29).

O desporto é regulamentado pela Constituição Federal que em seu Art. 217 diz que é dever do Estado fomentar práticas desportivas formais e não formais, com direitos de cada um, observados: a autonomia das entidades desportivas dirigentes e associações, quanto à sua organização e funcionamento (AIDAR *et al.* 2000, p. 17).

Com relação ao futebol, no Brasil, a CBF, sendo uma confederação, juntamente com as federações estaduais, administram a organização – datas, tabelas, locais, clubes etc. dos diversos campeonatos existentes no país.

Com o objetivo de regulamentar a prática esportiva diversas leis foram instituídas, as quais visam à padronização da atividade no que se refere às divulgações das informações contábeis. Segundo César Augusto Tibúrcio Silva *et al.* (*online*, p. 2), dentre as diversas leis

instituídas, tem-se como uma das principais a Lei n.º 8.672/93, conhecida como “Lei Zico”, que aborda os, seguintes, pontos principais:

- Art. 4º § 1º O Sistema Brasileiro do Desporto tem por objetivo de garantir a prática desportiva regular e melhorar-lhe o padrão de qualidade.
- Art. 11. É facultado às entidades de prática e às entidades federais de administração de modalidade profissional, manter a gestão de suas atividades sob a responsabilidade de sociedade com fins lucrativos.
- Art. 22. A atividade do atleta profissional é caracterizada por remuneração pactuada em contrato com pessoa jurídica, devidamente registrado na entidade federal de administração do desporto, e deverá conter cláusula penal para as hipóteses de descumprimento ou rompimento unilateral
- Art. 30. No âmbito de suas atribuições, cada entidade de administração do desporto tem competência para decidir, de ofício ou quando lhe forem submetidas pela parte interessada, as questões relativas ao cumprimento das normas e regras desportivas.
- Art. 35. Aos Tribunais de Justiça Desportiva, unidades autônomas e independentes das entidades de administração do desporto de cada sistema, compete processar e julgar, em última instância, as questões de descumprimento de normas relativas à disciplina e às competições desportivas, sempre assegurada a ampla defesa e o contraditório.
- Art. 54. Fica instituído o Dia do Desporto, a ser comemorado no dia 19 de fevereiro.<sup>6</sup>

Outra importante lei também elaborada foi a Lei n.º 9.615/98, conhecida como “Lei Pelé”. Essa lei foi editada com finalidade de aperfeiçoar a Lei n.º 8.672/93. Uma das alterações tratadas na lei foi à extinção da figura do passe de atletas de futebol profissional, que a partir de então, passou a ser aplicável ao atleta profissional às normas gerais da legislação trabalhista e da Seguridade Social, ressalvadas às peculiaridades constantes desta Lei, especialmente as seguintes: (Redação dada pela Lei nº 12.395, de 2011).

- I - se conveniente à entidade de prática desportiva, a concentração não poderá ser superior a 3 (três) dias consecutivos por semana, desde que esteja programada qualquer partida, prova ou equivalente, amistosa ou oficial, devendo o atleta ficar à disposição do empregador por ocasião da realização de competição fora da localidade onde tenha sua sede;
- II - o prazo de concentração poderá ser ampliado, independentemente de qualquer pagamento adicional, quando o atleta estiver à disposição da entidade de administração do desporto;
- III - acréscimos remuneratórios em razão de períodos de concentração, viagens, pré-temporada e participação do atleta em partida, prova ou equivalente, conforme previsão contratual;
- IV - repouso semanal remunerado de 24 (vinte e quatro) horas ininterruptas, preferentemente em dia subsequente à participação do atleta na partida, prova ou equivalente, quando realizada no final de semana;
- V - férias anuais remuneradas de 30 (trinta) dias, acrescidas do abono de férias, coincidentes com o recesso das atividades desportivas;
- VI - jornada de trabalho desportiva normal de 44 (quarenta e quatro) horas semanais. (Redação dada pela Lei nº 12.395, de 2011).<sup>7</sup>

<sup>6</sup> Lei n.º 8.672, de 6 de Julho de 1993. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8672impressao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8672impressao.htm)>. Acesso em 06 dez. 2013.

A Lei 10.672 foi instituída em 15 de maio 2003, com o intuito de alterar alguns dispositivos da Lei Pelé e dá outras providencias. Essa lei traz em sua redação princípios sobre normas gerais de que deverão ser aplicadas no desporto profissional no que se refere à sua forma de gestão. Ela equipara as ligas formadas por entidades de prática desportiva envolvidas em competições de atletas profissionais, para fins do cumprimento do disposto nesta Lei, às entidades de administração do desporto.

Declara ainda, que ambas são passíveis de punições caso incorram em descumprimento da moralidade na gestão desportiva. Vem reforçar também a questão que discorre sobre a faculdade de as entidades de práticas desportivas, constituírem-se regularmente em sociedade empresária.<sup>8</sup>

Com a Lei 11.638/2007, o Brasil passou a adotar as Normas Internacionais de Contabilidade, mais comumente conhecidas por IFRS. Essa nova lei, reformulou a legislação societária anterior e introduziu importantes conceitos do direito societário, tendo sido adaptados conceitos legais bastante utilizados em economias mais desenvolvidas, alinhando, também, a normatização brasileira às legislações dos Estados Unidos e de países da Europa. Foram trazidas inovações tanto para as demonstrações contábeis quanto para as práticas contábeis, visto que essas normas são baseadas muito mais em princípios do que em regras (SAIKI e ANTUNES, 2010 *apud* MACEDO *et al.* 2012, p. 8).

No intuito de formalizar a prática esportiva é que surgiu a necessidade de estudar e implantar as práticas Contábeis, visando uma padronização na divulgação das Demonstrações Contábeis dos clubes de Futebol<sup>9</sup>, almejando alcançar êxito tanto na gestão da empresa, quanto no retorno econômico-financeiro, aliado a transparência e responsabilidade social, já que, a sociedade por meio dos torcedores tende, a acreditar em projetos desportivos apoiando-os, através da aquisição de ingressos para assistir as partidas, e, outras atividades, fruto de um planejamento eficiente e eficaz dos processos empresariais.

---

<sup>7</sup> Lei 9.615/98, art. 28 § 4º. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9615Compilada.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9615Compilada.htm)> Acesso em: 06 dez. 2013.

<sup>8</sup> **Lei nº 10.672, de 15 de maio de 2003.** Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2003/110.672.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/110.672.htm). Acesso em: 03 jan. 2014.

<sup>9</sup> **Lei 11.638/07.** Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/ccivil03/ato2007-2010/2007/lei/111638.htm>>. Acesso em 05 dez. 2013.

## **2.3 MARCO TEÓRICO**

### **2.3.1 A CONTABILIDADE APLICADA AO TERCEIRO SETOR**

O cenário econômico atual é composto por três setores distintos que auxiliam na movimentação da economia e permitem o crescimento da sociedade, sendo o Primeiro Setor representado pelo Estado, no caso o Poder Público. O Segundo Setor é composto pelas empresas privadas, com finalidade lucrativa. Por fim, o Terceiro Setor envolve uma diversidade de organizações sem fins lucrativos.

Essa divisão da economia em setores é expressa na Lei 10.406 de 10 Janeiro de 2002 – Código Civil, que apresenta nos art. 40 ao 69 as especificações contidas em cada setor, para a compreensão dos mesmos.

A Comissão de Estudos do Terceiro Setor do Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul - CRCRS (2011) contextualiza o tema dizendo que:

O Primeiro Setor tem como uma das principais características em relação aos recursos, que esses são oriundos dos tributos e de financiamentos e a aplicação desses recursos deve ser direcionada integralmente na infraestrutura, no bem-estar da sociedade e demais funções pertinentes ao Estado. O Segundo Setor representado pelas sociedades (empresas privadas), suas atividades visam o lucro. Quanto aos recursos, esses são oriundos da própria atividade (operação) e de financiamentos. Tendo a aplicação do seu resultado (lucro), observada a Lei das Sociedades por Ações, distribuído aos investidores. E para as sociedades de responsabilidade limitada, conforme designação dos sócios. O Terceiro Setor apresenta como característica principal a finalidade não lucrativa. Os recursos são oriundos da própria atividade, além de doações, subvenções e financiamentos, sendo que a sua aplicação deve ser integralmente na própria atividade a qual foi instituída, de acordo com estatuto. No caso de eventual superávit este não deve ser distribuído aos associados/membros. Portanto, o resultado superavitário deverá ser reinvestido nas atividades- fins das entidades (MONSER, *et al.* 2011, p. 13)

O Desporto se enquadra na categoria de entidade pertencente ao Terceiro Setor, aqui representado pelo Futebol. A Lei nº 9.615/98 aprovada pelo congresso nacional em 24 de março de 1998 institui normas gerais sobre o desporto brasileiro, abrangendo práticas formais e não formais definidas ao final do art. 1º, Capítulo I – Disposições iniciais, elucidando que:

A prática desportiva é regulada por normas nacionais e internacionais e pelas regras de prática desportiva de cada modalidade aceitas pelas respectivas entidades nacionais de administração do desporto. 2º - A prática desportiva não formal é caracterizada pela liberdade lúdica de seus praticantes (LIMA, 2002, p. 29-30).

O Instituto Nacional de Desenvolvimento do Desporto – INDESP<sup>10</sup> é uma Autarquia Federal vinculada ao Ministério do Esporte e Turismo, que tem por finalidade promover e desenvolver a prática do esporte e exercer outras competências específicas que lhe são atribuídas, sendo as principais:

III - realizar estudos, planejar, coordenar e supervisionar o desenvolvimento do esporte; IV - captar recursos financeiros para o financiamento de programas e projetos esportivos; V - zelar pelo cumprimento da legislação esportiva; VI - prestar cooperação técnica e assistência financeira supletiva a outros órgãos da Administração Pública Federal, aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios; VIII - articular-se com os demais segmentos da Administração Pública Federal, tendo em vista a execução de ações integradas na área do esporte; X - elaborar projeto de fornecimento da prática desportiva para pessoas portadoras de deficiência; XI - atestar a viabilidade e autonomia financeiras de que trata o inciso I do art. 18 da Lei nº 9.615, de 24 de março de 1998.<sup>11</sup>

Ainda Segundo Lima *op cit*, p. 31, a Lei Pelé, em seu artigo 3º diz que o desporto pode ser reconhecido em qualquer das seguintes manifestações:

I - desporto educacional, praticado nos sistemas de ensino e em formas assistemáticas de educação, evitando-se a seletividade, a hipercompetitividade de seus praticantes, com a finalidade de alcançar o desenvolvimento integral do indivíduo e a sua formação para o exercício da cidadania e a prática do lazer;  
 II - desporto de participação, de modo voluntário, compreendendo as modalidades desportivas praticadas com a finalidade de contribuir para a integração dos praticantes na plenitude da vida social, na promoção da saúde e educação e na preservação do meio ambiente;  
 III - desporto de rendimento, praticado segundo normas gerais desta Lei e regras de prática desportiva, nacionais e internacionais, com a finalidade de obter resultados e integrar pessoas e comunidades do País e estas com as de outras nações.  
 Parágrafo único. O desporto de rendimento pode ser organizado e praticado:  
 I - de modo profissional, caracterizado pela remuneração pactuada em contrato formal de trabalho entre o atleta e a entidade de prática desportiva;  
 II - de modo não profissional, identificado pela liberdade de prática e pela inexistência de contrato de trabalho, sendo permitido o recebimento de incentivos materiais e de patrocínio.

Ressalta-se, no entanto, segundo César Augusto Tibúrcio Silva *et al.* (online, p.1), “O Esporte vem sofrendo ao longo dos anos, um profundo processo de transformação, tornando-se uma grande oportunidade de negócios”. No Brasil, em particular, cabe destacar a relevância econômica e social do futebol. Diante da importância desse esporte, cada vez mais se busca informações sobre a gestão financeira dos clubes, sendo que, através das Demonstrações Contábeis que essas informações são divulgadas.

<sup>10</sup> Decreto nº 2.994, de 19 de março de 1999. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/D2994.htm#art7](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D2994.htm#art7)>. Acesso em 19/12/2013.

<sup>11</sup> Art. 18 - Somente serão beneficiadas com isenções fiscais e repasses de recursos públicos federais da administração direta e indireta, nos termos do inciso II do art. 217 da Constituição Federal, as entidades do Sistema Nacional do Desporto que de acordo com o inciso I - possuírem viabilidade e autonomia financeiras.

A utilização de Demonstrações Contábeis é uma prática facilmente encontrada e utilizada por entidades econômico-financeiras, pois é através delas que as empresas, além cumprirem sua responsabilidade social quando divulgam informações relevantes sobre sua situação patrimonial, podem controlar o ciclo financeiro das suas operações através de análises econômico-financeira realizadas. Elas surgiram da necessidade que as entidades encontraram para captar recursos que subsidiassem suas atividades. Sendo de vital importância para os credores, investidores, governos, acionistas entre outros, e, não menos importante para os gestores.

A análise das Demonstrações Contábeis além de detalhar a evolução das contas Contábeis, serve para controle geral da administração, fazendo com que se possa trabalhar com um sistema de informação que irá facilitar na tomada de decisões.

### ***2.3.2 ADERÊNCIA DOS CLUBES DE FUTEBOL ÀS PRÁTICAS CONTÁBEIS GERALMENTE ACEITAS NO BRASIL.***

A aderência dos clubes de futebol às práticas Contábeis se faz necessária, justamente porque, as entidades desportivas estão constituindo-se em sociedades empresárias, e, por esse motivo são obrigados a seguir os princípios fundamentais de Contabilidade, às Normas Brasileiras de Contabilidade, suas interpretações e comunicados técnicos que são editados pelo Conselho Federal de Contabilidade.

Como existe a tendência de os clubes, principalmente, de futebol, serem transformados em entidade empresarial, precisarão de recursos para gerir suas atividades, e para captar esses recursos deverão produzir informações contábeis confiáveis tanto para os usuários internos como para os externos e com interesses diferentes. Isto faz com que, através das Demonstrações Contábeis a sociedade em geral passe a conhecer a real situação econômico-financeira dos clubes brasileiros de futebol, sendo necessário para isso que “A divulgação à sociedade de balanços de time de futebol, se torne normal, rotineira e transparente. (NOVAS 2005, p. 17 *apud* RASCHKA, WALLNER e DA COSTA *online*, p. 2)”, além do fato de que, Na divulgação das informações Contábeis, os maiores interessados são externamente, os investidores, os credores e o Governo, pois é baseado na Contabilidade que se faz à arrecadação de vários tributos, essenciais às atividades do estado.

Os usuários internos incluem os administradores de todos os níveis, trabalhando informações geradas pela Contabilidade de Custos ou Contabilidade Gerencial. Os administradores estão interessados em acompanhar o andamento da empresa, para que possam

confrontar os dados reais com os projetados, dando apoio ao processo de planejamento e controle das operações da empresa, para auxílio no processo de tomada de decisão.

Neste contexto, chama atenção o grande montante financeiro que o futebol movimentava no mundo inteiro, com as frequentes transações de vendas de jogadores, material esportivo, patrocínios e publicidade etc. Sua parcela dentro da economia é significativa e cada vez mais promissora, diante disso, cada vez mais empresários, dirigentes e clubes, investem em escolinhas de formação de atletas com o objetivo de atender a demanda desse mercado. Sobre essa importância, é comum encontrarmos informações tais como:

As finanças dos clubes de futebol interessam aos associados, torcedores, profissionais do esporte, as instituições financeiras, as indústrias de equipamentos, produtos e serviços esportivos, aos representantes dos meios de comunicação e instituições governamentais e não governamentais e a Secretaria da Receita Federal (já que os clubes devem pagar Imposto de Renda e Contribuição Social). (SZUSTER, 2004 *apud* RASCHKA, WALLNER e DA COSTA *online*, p. 2).

Os clubes de futebol quando bem administrados podem ser bem lucrativos. Seus estádios são fonte de renda e geram empregos e o *marketing*, oferecem diversas oportunidades. Ter um bom planejamento é aproveitar o máximo de todos os setores que os rodeiam é o caminho para alcançar a excelência, tal como se observa:

Muitas empresas começaram a ver no futebol um grande negócio por causa do grande montante financeiro que esse setor movimentava, transformando-o em um dos principais vertentes do entretenimento e do consumo (ROCCO JUNIOR, 2008 *apud* RASCHKA WALLNER e DA COSTA, *online*, p. 2).

Diante da importância do esporte para a economia brasileira, os investimentos realizados no setor, dos valores movimentados pelas entidades de práticas desportivas e pela paixão provocada pelo futebol, cada vez mais se busca informações sobre a gestão das entidades desportivas, sejam elas informações sobre a gestão dos recursos das entidades, informações sobre responsabilidade social e gestão administrativa, além de informações de como as receitas de patrocínio podem alavancar o desporto, notadamente, o futebol.

Vale destacar que, embora, como dito, o futebol gera movimentação milionária de recursos, percebe-se a dificuldade financeira de alguns clubes, existindo o elevado endividamento, a falta de controle financeiro e os problemas de governança corporativa alertam para a importância, da Contabilidade para estas entidades, e, pelo pressuposto no próximo tópico se abordará sobre a geração de um possível problema financeiro quando não se consegue unir as práticas administrativas com as práticas contábeis, visando informações úteis e confiáveis para o controle de gestão.

### 2.3.3 AS FINANÇAS DOS CLUBES DE FUTEBOL.

O futebol, cada vez mais, tem deixado de ser, apenas, uma atividade esportiva e tem se destacado para, também, como dito, ser uma atividade lucrativa ou negócio. Não mais é visto, como uma prática esportiva recreativa de entretenimento, hoje ela passa a compor no cenário mundial, como uma entidade financeira das mais promissoras, devido ao elevado montante financeiro que ela movimenta no mundo todo.

Segundo Aidar (2000), a grande e nova indústria do entretenimento, exige nos dias atuais o emprego de trabalho e capital que excede o tradicional universo de atletas, equipe técnica, gestores e bilheteiros. Em torno do futebol, presume-se girar uma indústria mundial de US\$ 260 bilhões – fruto da associação de grandes redes de mídia, marcas de material esportivo, patrocinadores e licenciados fabricantes de produtos de consumo. Com isso cada vez mais a indústria do entretenimento investe mais neste “espetáculo” esportivo, consequentemente conseguindo cada vez mais aumentar seus lucros.

O autor afirma ainda que embora o Brasil, seja uma das dez maiores economias do mundo e concentre em seu território o maior número de praticantes de futebol do globo, responde por menos de 1% do valor total movimentado pelo esporte. Para Aidar (2000),

Se o Brasil tivesse no futebol a mesma importância que detém no Produto Interno Bruto (PIB) mundial, poderia acrescentar à economia brasileira pelos menos \$ 4 bilhões. O autor declara que não se trata apenas de matemática, gerar emprego no futebol é fácil, porque a tecnologia é acessível, a mão de obra, especializada e, mais importante, o mercado está pronto formado por milhões de torcedores (AIDAR *et al.* 2000, p. 9).

O Brasil ocupa hoje a 10º lugar com 1102 pontos do *ranking* de seleções da *FIFA*, esse ranking é calculado por meio de uma fórmula que considera os resultados obtidos pelas equipes nacionais nos últimos quatro anos, com peso maior para compromissos mais recentes. Nesta conta existem algumas variáveis que influenciam a conta final, como o peso da competição. Os três primeiros colocados desse ranking são: 1º a Espanha com 1507 pontos; 2º a Alemanha com 1318 pontos e 3º Argentina com 1251 pontos.

Em 2014, o Brasil sediará a 20º Copa do Mundo que será realizada nos meses de junho e julho em 12 cidades. Os regulamentos aplicados nessa Copa do Mundo serão os mesmos que foram adotados no Mundial da França em 1998. A Copa será composta de 32 seleções, divididas em oito grupos de quatro equipes cada um<sup>12</sup>.

---

<sup>12</sup> Notícias da Copa do Mundo de 2014. Disponível em: <<http://copadomundo.uol.com.br/cidades-sede-e-estadios/2014/avaliacao/>>. Acesso em: 19 dez. 2013.

Segundo Luis Fernandes, secretário-executivo do Ministério dos Esportes e coordenador do Grupo Executivo da Copa do Mundo (Gecopa), a previsão é que os investimentos para o Mundial alcancem 33 bilhões de reais, e que o Brasil vai custear 85,5% das obras com dinheiro dos governos federal, estaduais e municipais. Será um total de 51 obras nas 12 cidades-sede. Fernandes afirma ainda que a Copa é uma grande oportunidade de investimento em políticas estruturais o que estimula o desenvolvimento local e regional no Brasil. E que estes investimentos irão melhorar a vida dos brasileiros após a Copa<sup>13</sup>.

Segundo estudos realizados pelo banco Itaú, estima-se que a Copa do Mundo elevará o PIB brasileiro em 1,5 pontos percentual em três anos, sendo beneficiados os setores segundo o estudo: hotelaria, transporte, comunicação, cultura, lazer e o comércio varejista.

Os estudos realizados por Ilan Goldfagn economista do Banco Itaú/Unibanco, afirma que além dos serviços temporários durante o evento, 250.000 novos postos de trabalho deverão ser gerados com o advento da Copa. E que com salários as pessoas poderão consumir mais e isso resulta em mais dinheiro circulando na economia<sup>14</sup>.

Voltando ao futebol brasileiro, a profissionalização na gestão em alguns casos ainda é algo amador, pois o que se vê hoje são os sócios de clubes alternando suas vidas profissionais no âmbito particular, entre a fonte de renda oficial e a gestão do esporte, o que pode revelar em alguns casos, falta de profissionalismo na gestão do futebol, uma vez que na qualidade de empresa, mesmo que sem fins lucrativos, estes deveriam ser autossuficientes. Outro fato que também justifica essa dupla jornada de alguns dirigentes esportivos, é a afirmação de que “não dá para viver só do futebol”, uma vez, que os pequenos clubes, ainda enfrentam dificuldades de captação de recursos, não por falta de profissionalismo e credibilidade do clube, mas sim, pela ausência de bons investimentos no setor, Aidar *et al.* (2000).

O autor afirma ainda, que gerir de forma eficaz os recursos em uma atividade de elevado e irregular fluxo de caixa, com grande sazonalidade de descaixes de capital e fontes de receitas limitadas, como é o caso do futebol, significa muito mais que maximizar a

---

<sup>13</sup> Gastos públicos com a Copa-2014 sobem e chegam a R\$ 28 bilhões. Dados publicados em: 18/06/2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/esporte/folhanacopa/2013/06/1297264-gastos-publicos-com-a-copa-2014-sobem-e-chegam-a-r-28-bilhoes.shtml>>. Acesso em: 19 dez. 2013.

<sup>14</sup> Copa do Mundo de 2014 pode elevar PIB do Brasil em 1,5 p.p. em 3 anos, diz Itaú. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/economia/noticias/copa-do-mundo-de-2014-pode-elevar-pib-do-brasil-em-1-5-p-p-em-3-anos-diz-itaui>>. Acesso em: 19/12/2013.

utilização desses recursos, o desafio maior dessa atividade não é gerar superávits, mas sim vencer competições.

Segundo Aidar *et al*, (2000) o que vale no futebol é o profissionalismo na gestão, mesmo assumindo a tese de que o esporte morre sem a paixão, deve-se admitir que a paixão deve ficar para a torcida, não para a gestão. Uma gestão que deve ser remunerada, em tempo integral, focada na maximização das receitas e redução dos custos, e na obtenção de títulos. A estrutura gerencial deve ser semelhante à de uma empresa normal, sem nenhum traço de amadorismo,

Enfim, pode-se dizer que mesmo o futebol sendo uma entidade financeira promissora, a gestão eficaz de seus recursos só acontece se no final de uma temporada, o resultado final for um bom desempenho técnica e um caixa equilibrado.

#### **2.3.4 AS PRINCIPAIS LEIS QUE REGEM A PRÁTICA DESPORTIVA:**

Com intuito de estabelecer uma cronologia sobre a regulamentação do futebol no Brasil, a seguir, através do **quadro 02**, apresentam-se os principais instrumentos legais que regem esta prática:

**QUADRO 02 - CRONOLOGIA DAS PRINCIPAIS LEIS DO ESPORTE.**

| <b>LEI Nº</b> | <b>DATA DE PUBLICAÇÃO</b> | <b>TITULO</b> | <b>IDEIA PRINCIPAL</b>  | <b>LINK / LUGAR</b>   | <b>DATA DE ACESSO</b> |
|---------------|---------------------------|---------------|---|---|-----------------------|
| 8.672         | 06 de Julho de 1993       | Lei Zico      | No intuito de adaptar a legislação brasileira ao cenário esportivo mundial, cada vez mais impulsionado pela participação do setor privado no esporte, foi instituída a Lei Zico, e os principais pontos discutidos na lei foram à conceituação e as finalidades do desporto, enunciando os seus princípios fundamentais. Tratou também, da organização do Sistema Federal do Desporto e disciplinou a competência e atuação da Justiça Desportiva e do Comitê Olímpico Brasileiro A “Lei Zico” foi considerada um marco jurídico no tratamento dispensado às entidades de prática desportiva, pois rompeu com o alto grau de intervencionismo do Estado até então vigente, o que inibia os investimentos do setor privado no esporte. | BRASIL, 1993 apud (SILVA, TEIXEIRA E NIYAMA, online p. 2). Disponível em: <a href="http://www.congressosp.fipecafi.org/artigos92009/305.pdf">http://www.congressosp.fipecafi.org/artigos92009/305.pdf</a> . | 17 dez. 2012.         |
| 9.615         | 24 de março de 1998       | Lei Pelé      | A lei foi editada com finalidade de aperfeiçoar a Lei 8.672/93 “Lei Zico”. Uma das alterações tratadas foi à extinção da figura do passe de atletas de futebol profissional. O artigo 28 da referida lei passou a determinar que a atividade profissional caracteriza-se pela remuneração firmada em contrato de trabalho entre o atleta profissional e a entidade de prática desportiva, devendo este conter obrigatoriamente, cláusula penal para as hipóteses de descumprimento, rompimento ou rescisão unilateral.  | (BRASIL, 1998 apud SILVA, TEIXEIRA E NIYAMA, online p. 2). Disponível em: <a href="http://www.congressosp.fipecafi.org/artigos92009/305.pdf">http://www.congressosp.fipecafi.org/artigos92009/305.pdf</a> . | 17 dez. 2012          |

|                           |                        |  |  |   |              |
|---------------------------|------------------------|--|--|---|--------------|
| 10.672                    | 15 de maio de 2003     | Medida provisória nº 79 convertida na Lei nº 10.672/03 | Dentre as diversas Medidas Provisórias e Leis sancionadas tem-se a Medida provisória nº 79 que foi convertida na Lei nº 10.672 a qual obrigou os clubes de futebol a publicar duas Demonstrações Contábeis, com o intuito de que os usuários pudessem avaliar a realidade dos mesmos. Em seu artigo 10º parágrafo 3º diz que a publicação das Demonstrações Contábeis deve acontecer até o décimo dia útil do mês de fevereiro do exercício subsequente. | <a href="http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/110.672.htm">http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/110.672.htm</a>                 | 10 dez. 2013 |
| Resolução do CFC nº 1.005 | 17 de setembro de 2004 | Resolução do CFC nº 1.005                              | Visando padronizar os Balanços Contábeis foi aprovada a Norma Brasileira de Contabilidade para trabalhos Técnicos (NBC T) 10.13 que trata dos aspectos contábeis específicos em entidades desportivas e começou a vigorar em 1º de janeiro de 2005. Essa resolução tem o intuito de normatizar critérios específicos de avaliação, registros e de estruturação das Demonstrações Contábeis nas entidades desportivas.                                    | (CFC apud DIAS, 2003, p. 11). Disponível em: < <a href="http://tcc.bu.ufsc.br/Contabeis295751.pdf">http://tcc.bu.ufsc.br/Contabeis295751.pdf</a> >. | 16 nov. 2012 |

**QUADRO 02 – Cronologia das principais Leis do Esporte em Dezembro/2013**

Fonte: Compilação da *internet* (2013) - organização própria

Conforme evidenciado no **quadro 02**, diversas leis foram e ainda são sancionadas, no ordenamento jurídico brasileiro, com intuito, de regular e padronizar a prática esportiva em âmbito profissional.

### ***2.3.5 AS ORIGENS E APLICAÇÕES DOS RECURSOS DO CLUBE.***

Assim como qualquer outra atividade, o esporte precisa de recursos financeiros para custear suas operações, e esses recursos são originados, como dito anteriormente, de investidores, de incentivos governamentais, de receita de bilheterias, de venda de passes de atletas, de vendas de produto esportivos, bem como de doações, de publicidade, de patrocínio e de torcedores associados.

O futebol, ao longo de sua história, vem perdendo sua função social de entretenimento, e é visto na atualidade, também, como uma atividade econômico-financeira de alto valor agregado em vias de crescimento, e, por esse motivo faz-se necessário o surgimento de leis que regulamentem desde a concepção até a padronização de suas Demonstrações Contábeis, as quais deverão levar informações confiáveis e transparentes da real situação econômico-financeira da entidade para os diversos usuários interessados.

Outra fonte de obtenção de recursos, regulamentada em março de 2007, é a Lei de Incentivos ao Esporte (LIE), uma grande ferramenta para busca de recursos para clubes e associações sem fins lucrativos. Por meio do Ministério do Esporte (ME), a LIE abre inúmeras possibilidades de investimento do setor privado em praticamente todas as áreas do esporte.

E no que tange à aplicação dos recursos, eles são destinados, ao pagamento dos salários dos atletas, ao pagamento de funcionários do clube, como também para pagamento de despesas administrativas e todas as demais despesas de manutenção do clube.

### ***2.3.6 RESOLUÇÃO DO CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE (CFC) – NORMAS BRASILEIRAS DE COMUNICADOS TÉCNICOS (NBC T) 10.13.***

A NBC T 10.13 é uma norma que estabelece critérios e procedimentos específicos de avaliação, de registros contábeis e de estruturação das Demonstrações Contábeis das entidades de futebol profissional e demais práticas desportivas profissionais, e aplica-se também às confederações, federações, clubes, ligas, sindicatos, associações, entidades controladas, coligadas e outras que, direta ou indiretamente, estejam ligadas à exploração da atividade desportiva profissional.

De acordo com a NBC T 10.13, em seu item 10.13.2.3., os clubes de futebol profissional devem registrar os gastos com a formação de jogador em uma conta

específica no ativo imobilizado, classificando-a em formação de atleta, e seus custos devem ser transferidos para uma conta específica de atleta formado e amortizado no resultado do exercício pelo prazo final do contrato (CFC *apud* DIAS, 2003, p. 11).

No que se refere aos gastos com formação de atletas, estabelecido no item 10.13.2.3., estes devem estar suportados pelos controles de base mensal e regime de competência, por tipo (alojamento, alimentação, transporte, educação, vestuário, comissão técnica, etc.); por categoria (infantil, juvenil, juniores); composição do elenco por categoria e registros auxiliares que demonstrem controle de cada categoria e que permitam a apuração de gastos por atleta e deve ser composto também de relatório mensal de apropriação de gastos para o resultado e para o imobilizado.

Ainda neste contexto de regulamentar a prática desportiva, foi instituída em 25 de janeiro de 2013 a Resolução do CFC nº 1.429, em substituição da antiga resolução nº 1.005/04 que tratava de outros itens, não contemplados pela NBC T 10.13 como, por exemplo, os gastos com formação e renovação de contratos de atletas, o pagamento de luvas<sup>15</sup>, rescisões contratuais e itens relativos à contabilização de receitas provenientes de bilheteria, patrocínios, de imagens, de publicidade e outros assemelhados.

A atual resolução nº 1.429, traz algumas modificações no que se refere à forma de registrar os fatos contábeis. Segundo esta resolução os registros contábeis da atividade profissional devem ser segregados das demais atividades. Em contas patrimoniais de resultado (receita, custos e despesas). Traz também a informação de que os gastos com a formação de atletas que não estejam diretamente relacionados à sua formação devem ser registrados como despesa e não como custo. Essa resolução trata também, de aspectos relativos a contratos de atletas, as receitas de bilheteria, patrocínios, luvas<sup>16</sup> e outros assemelhados, direitos federativos de atletas e controle de gastos com atletas.

E, por fim, vale salientar que tanto a elaboração da NBC T 10.13, quanto à resolução nº 1.429/13 foi de fundamental importância para o esporte, uma vez que os clubes encontram dificuldades em adotar as práticas contábeis já amplamente difundidas no ambiente corporativo.

Os clubes com a adoção da NBC T 10.13 passou a contar com um instrumento que os auxiliariam na transformação das suas atividades operacionais com informações úteis aos seus

---

<sup>14</sup> Luvas – "é a importância paga pelo empregador ao atleta, na forma do que for convencionado, pela assinatura do contrato". Quanto à forma, elas podem ser em dinheiro, títulos ou bens, inclusive automóveis. Seu valor é fixado tendo em vista a eficiência do atleta antes de ser contratado pela entidade desportiva. (BARROS, 2002, p. 80).

usuários. No entanto, os clubes ainda mantêm resistência na divulgação das suas informações financeiras. Observou-se também que a evidenciação contábil dos clubes de futebol brasileiros não tem foco no usuário, estando, ainda, voltado para atender as exigências legais tratadas na Lei nº 9.615 de 24 de março de 1998 “Lei Pelé”.

### **2.3.7 A HISTÓRIA DO ESPORTE CLUBE PRIMEIRO PASSO VITORIA DA CONQUISTA (ECPVC)**

O Esporte Clube Primeiro Passo (ECPV) foi fundado pelo ex-jogador Ederlane Amorim, hoje atual presidente do clube, com a proposta de resgatar as conquistas do futebol da cidade, então bastante famoso em âmbito estadual, graças a times como o Conquista Esporte Clube, o Humaitá, o Conquista Futebol Clube (licenciados) e o Serrano Sport Clube.

Foi iniciado, de fato, em 2001, com um trabalho voltado para a inclusão social, com objetivo de preparar os futuros atletas para o clube profissional. Essa proposta é consolidada com algumas participações em campeonatos locais e com a expansão do então Projeto Primeiro Passo para outras regiões e estado.

Em janeiro de 2005 foi fundado o Esporte Clube Primeiro Passo de Vitória da Conquista, legalmente instituído como equipe profissional. O Primeiro Passo, em seu *site*, traz uma promessa de “romper com os velhos vícios da cartolagem<sup>17</sup>” e se considera “uma promessa”. A Ascensão do ECPV foi meteórica. Seu primeiro título como time profissional foi conquistado na Segunda Divisão (Campeonato Baiano) em 2006, quando a equipe terminou invicta após 14 partidas, enfrentando equipes como o tradicional Galícia e o (então) forte Jacuipense.

Nos anos seguintes, fez campanhas razoáveis na Primeira Divisão Estadual e no campeonato Brasileiro da Série C, onde em 2008 perdeu a vaga por um gol.

Em 2010 venceu a Copa Governador do Estado da Bahia, o que lhe garantiu o direito de disputar o Campeonato Brasileiro da Série C de 2011. Em 2011 venceu a Copa Governador do Estado da Bahia pela segunda vez, o que lhe garantiu o direito de disputar a série D do Campeonato Brasileiro de 2012. Em 2012 foi tricampeão da Copa Governador do Estado da Bahia o que lhe concedeu o direito de disputar a Copa do Brasil de 2013.

Em 2013 devido aos bons resultados conquistados, garantiu vaga na Copa do Nordeste em 2014, e receberá da Confederação Brasileira de Futebol (CBF) para participar da Copa uma ajuda de custo no valor de 600.000,00 mil reais<sup>18</sup>.

<sup>17</sup> Cartolagem - Grupo de cartolas, dirigentes de clubes de futebol que usam o cargo para obter vantagens.

<sup>18</sup> Fonte: Dirigentes do clube: José Roberto diretor financeiro. Informação extraída por meio de entrevista.

Com a Vitória sobre o Esport Recife na Copa do Brasil em 03 de Abril de 2013, o ECPP ficou com toda a renda da partida, e se passasse para a fase seguinte do campeonato, receberia mais 300.000,00 mil reais da CBF, mas esse valor não foi recebido, pois o clube foi desclassificado e não passou para a segunda fase da competição.

O ECPP realiza seus jogos no estádio Governador Lomanto Junior, mais conhecido como “Lomantão”, em Vitória da Conquista, com capacidade para 13.000 mil torcedores. Grandes clubes já jogaram neste estádio, tais como: o Vasco da Gama, Flamengo, Portuguesa de São Paulo, Curitiba, Bahia e Vitória. O primeiro jogo do ECPP no Lomantão foi em 06 de agosto de 2006, a partida terminou empatada em 1 a 1 contra o Cruzeiro de Cruz das Almas.

O objetivo do ECPP é trazer Vitória da Conquista de volta ao cenário das grandes jornadas esportivas, fazendo um futebol competente não só gerando resultados, mas acima de tudo, apaixonando torcedores e criando novos cidadãos e profissionais de talento.

O ECPP vem atualmente promovendo algumas campanhas, no intuito de trazer mais patrocinadores e sócios torcedores para o clube, mobilizando assim várias lideranças locais, representantes dos mais variados segmentos da sociedade conquistense. O Esporte Clube Primeiro Passo Vitória Conquista imbuído do mesmo espírito de companheirismo, compromisso, transparência e certos da necessidade em modernizar a prática do futebol em nossa cidade, rompe de vez com os vícios da cartolagem, tão comum e ainda presente nos clubes de futebol pelo Brasil afora, é mais que uma promessa de time competente no futebol brasileiro é uma equipe com possibilidades inequívocas de vitórias.

### **3 METODOLOGIA**

Metodologia, segundo Rodrigues (2007, p. 1) é “um conjunto de abordagens, técnicas e processos utilizados pela ciência para formular e resolver problemas de aquisição objetiva do conhecimento, de uma maneira sistemática”, ou seja, consiste na explicação detalhada de toda a ação desenvolvida, bem como o que utilizou no trabalho de pesquisa.

Assim, entende-se que a metodologia é linha de raciocínio adotada no processo de pesquisa, com a finalidade de obtenção da verdade, através da comprovação de hipóteses, que poderá ser obtida por meio da observação da realidade e por meio da teoria científica que explica a realidade.

Partindo desse conceito, para realização deste trabalho, foi feito primeiramente um levantamento de periódicos, livros, artigos e outros trabalhos publicados sobre o referido tema para que se tivessem referências teóricas relevantes para tal pesquisa.

Para responder a questão problema e as questões secundárias desse estudo monográfico utilizou-se de uma abordagem quantitativa, exploratória e dedutiva, acompanhada dos métodos de pesquisa documental e estudo de caso. O objetivo da pesquisa é identificar qual a influência das receitas de patrocínios no processo de construção do patrimônio do Esporte Clube Primeiro Passo Vitória da Conquista.

### **3.1 TIPO DE PESQUISA**

Quanto à abordagem, a pesquisa teve perfil quantitativo, que nas palavras de Oliveira (2002, p. 115) é empregado no desenvolvimento das pesquisas de âmbito social, econômico, [...], representando em linhas gerais, uma forma de garantir a precisão dos resultados, e evitando com isso distorções de análise e interpretação. Esta abordagem foi utilizada no intuito de responder às questões fundamentais desta investigação, visto que, procura quantificar opiniões e dados, na forma de coleta de informações, por meios de métodos estatísticos precisos e confiáveis, possibilitando uma maior margem de segurança.

A abordagem quantitativa é um meio para testar teorias objetivas, examinando a relação entre variáveis, que, por sua vez, podem ser medidas tipicamente por instrumentos estatísticos desde os mais simples como percentagem, média e desvio padrão, até os mais complexos, como coeficiente de correlação e análise de regressão etc. e, para tanto, foi utilizada na pesquisa, com o propósito de analisar as receitas de patrocínio recebidas pelo ECPP durante os anos analisados, de forma a quantificar por meio estatístico esta sua representatividade frente às demais receitas e sua relevância para construção do patrimônio do clube.

Quanto aos fins, esta investigação assume caráter exploratório. É os pesquisadores tendem a analisar seus dados dedutivamente. A pesquisa exploratória visa, segundo Gil (1991) proporcionar maior familiaridade com o problema com vistas a torná-lo explícito ou a construir hipóteses. Envolve levantamento bibliográfico; entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; análise de exemplos que estimulem a compreensão. Assume, em geral, as formas de Pesquisas Bibliográficas e Estudos de Caso.

Esse tipo de pesquisa possibilitou, inicialmente, a visualização das receitas de patrocínios captadas pelo clube durante os anos analisados, bem como suas possíveis destinações e sua importância para o clube. Para execução dessa fase inicial, foram realizados dois procedimentos: levantamento documental e entrevista.

Quanto ao método de análise das informações, utilizou-se o dedutivo que segundo Oliveira (200, p. 62), “procura transformar enunciados complexos, universais, em particulares. A conclusão sempre resultara em uma ou várias premissas, fundamentando-se no raciocínio dedutivo.”

A dedução como forma de raciocínio lógico, tem como ponto de partida, um princípio tido como verdadeiro *a priori* e seu objetivo é a tese ou a conclusão, daquilo que se pretende provar.

Neste sentido a pesquisa realizada partiu-se da premissa que as receitas de patrocínios são no geral uma fonte de renda significativa, capaz de auxiliar o clube no processo de construção do seu patrimônio – quer material, ou social - para toda a classe esportiva, com enfoque principal voltado para o futebol, uma vez, que é o esporte das multidões, predominantemente praticado no mundo todo. Sem essas receitas, muitos clubes de futebol não sobreviveriam, uma vez que as receitas de bilheteria e venda de produtos pelos clubes, não são suficientes para manter toda a entidade.

Com a finalidade de responder aos objetivos desta pesquisa, efetivou-se um levantamento de dados através de entrevistas, e também, por meios de documentos contábeis, fornecidos pelos dirigentes e pela contabilidade. O objetivo foi identificar se as receitas originárias de patrocínio contribuíram de forma expressiva, na manutenção das atividades e se foram capazes de cooperar no processo de construção do patrimônio do Clube. Os instrumentos de coleta de dados foram aplicados durante os meses de novembro e dezembro de 2013.

Pelo aspecto dos procedimentos adotados, a pesquisa caracteriza-se como um estudo de caso, pois se concentra numa única empresa e suas conclusões limitam-se ao contexto do objeto de estudo. De acordo com Gil (2010, p. 37), o estudo de caso consiste “no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento, tarefa praticamente impossível mediante outros delineamentos já considerados”.

A análise e interpretação é um processo que nos estudos de caso se dá simultaneamente à sua coleta. A rigor, sua análise se inicia com a primeira entrevista, a primeira observação e a primeira leitura de um documento. É difícil definir uma sequência de etapas no processo de análise e interpretação em virtude da multiplicidade de enfoques analíticos que podem ser adotados.

Vale ressaltar que, os estudos de caso requerem a utilização de múltiplas técnicas de coleta de dados. Isto é importante para garantir a profundidade necessária ao estudo e a

inserção do caso em seu contexto, bem como para conferir maior credibilidade aos resultados. Segundo Gil (2010, p. 119), “mediante procedimentos diversos é que se torna possível a triangulação, que contribui para obter a corroboração do fato ou do fenômeno.”

A pesquisa é também documental, uma vez, que vale-se matérias que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com seus objetivos de pesquisa.

### **3.2 UNIVERSO DA PESQUISA**

Conforme elucidada Gil (1999, p. 99): “Universe ou população é um conjunto definido de elementos que possuem determinadas características.”

O presente estudo de caso foi realizado no Esporte Clube Primeiro Passo de Vitória da Conquista (ECPVC), o critério de escolha foi em função da acessibilidade das informações.

### **3.3 COLETA DE DADOS**

Uma primeira abordagem para o levantamento das informações sobre a problemática se deu por via eletrônica (*internet*) para se obter informações sobre temas referenciais da pesquisa e para consulta sobre legislação aplicável a entidades desportivas. Para o levantamento do restante das informações, foram encaminhadas, pela pesquisadora ao departamento administrativo do clube, algumas solicitações por escrito, de concessão das informações que foram necessárias para consubstanciar o trabalho.

Como instrumento de coleta de dados, utilizou-se dois métodos, a saber: o primeiro baseou-se em uma entrevista informal via eletrônica (*internet*) por meios de um roteiro de entrevista, encaminhado para o diretor financeiro do ECPP, com intuito de conhecer o universo de patrocinadores, as formas de patrocínios e o destino destes.

O segundo método tratou-se, em primeiro lugar, da obtenção dos demonstrativos contábeis que contém o Balanço Patrimonial e a Demonstração de Resultado do Exercício, para em seguida dispor destas informações para verificação do quanto às receitas de patrocínio influenciam no processo de construção do patrimônio, material e social do ECPP.

### **3.4 TRATAMENTO DOS DADOS**

Os dados levantados foram oriundos do Balanço Patrimonial (BP) e da Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) dos anos de 2009 a 2012. Nestes relatórios constam, dentre outras informações, o montante de captação de receitas provenientes de patrocínios, que foram analisadas e comparadas com a evolução patrimonial, a saber, do ATIVO IMOBILIZADO do clube nos anos de referência. Esta escolha temporal se deu por que a pesquisadora precisou de mais de um exercício para poder avaliar o efeito das receitas de patrocínio no processo de construção do patrimônio do ECPP.

Como limitação desta pesquisa tem-se a não utilização de todas as técnicas de análise de Demonstrações Contábeis, em virtude de que um estudo em clubes sociais desportivos, além das dificuldades naturais, o ECPP não elabora todas as Demonstrações Contábeis exigidas em, outros tipos de entidades, além do fato de não se obter informações consistentes sobre as receitas indiretas de patrocínio, pois são permuta entre exposição de marca e prestação de serviços, ou seja, as receitas analisadas são aquelas que estão contabilizadas na DRE do clube.

## **4 ANÁLISE DE DADOS**

Este capítulo tem por finalidade apresentar os resultados da pesquisa realizada no Esporte Clube Primeiro Passo Vitória da Conquista (ECPPVC), no que se refere a sua evolução patrimonial decorrente das receitas de patrocínios obtidas, no período compreendido entre os anos de 2009 e 2012, conforme proposto no título deste trabalho.

O principal objetivo da pesquisa foi demonstrar a importância das receitas de patrocínio, se comparado às demais receitas recebidas pelo clube, e o quanto elas contribuíram, mesmo que de forma indireta, para financiar os custos da atividade, quando geraram uma folga financeira para o clube, que por sua vez, utilizou essa folga financeira para investir em infraestrutura e bens patrimoniais.

Através de entrevista, informal, realizada, verificou-se que o ECPP realiza anualmente sua prestação de contas, na qual utiliza das técnicas da Contabilidade para elaborá-las. Todo o processo contábil colabora na gestão administrativa e de maneira organizada reúne toda a movimentação financeira da entidade. Os demonstrativos Contábeis corroboram e harmonizam os atos praticados pela entidade de forma eficaz, facilitando a sistematização dos dados sobre a variação patrimonial, além de promover a transparência das informações desde sua origem.

A partir do exame dos dados captados por meio da entrevista, e de demonstrativos Contábeis disponibilizadas pelos gestores do clube, a pesquisadora pode responder os questionamentos da pesquisa.

Quando questionado sobre os critérios utilizados pelo clube na busca pelos patrocinadores, foi declarado que diante das dificuldades em se encontrar patrocinadores, o clube fecha parceria com a empresa que vislumbra uma oportunidade de negócio, sustentação da sua marca e que esteja disposta a pagar o valor estipulado. Empresas politicamente corretas que não utilizam do trabalho infantil e não degradam o meio ambiente.

Durante a entrevista, foi constatado que o clube possui 150 sócios torcedores que contribuem, anualmente, com valores entre \$360,00 e \$600,00 reais, com direito a assistirem todos os jogos realizados na cidade em arquibancada e cadeira, respectivamente.

Foi verificado, também, que o clube conta, com, aproximadamente, 30 patrocinadores, em um processo de permuta, no qual o clube recebe o patrocínio e em contra partida divulga a marca em um sistema de cotas (espaços de divulgação). Os patrocinadores de maior influência no orçamento financeiro do clube - direto ou indireto - são: Medicina Valverde que contribui com os exames médicos necessários; academia Fama by Washington na qual os atletas podem fazer atividades físicas; materiais esportivos fornecidos pelos comerciantes locais; Viação Salutaris que contribui com o transporte interestadual; Viação Vitória com o transporte local e intermunicipal; acompanhamento médico realizado pelo ortopedista Aloísio Alan, e contribuições em espécie concedida pelo Banco do Povo e Indústrias ZAB.

Vale destacar que os patrocínios diretos verificados ao longo do tempo pesquisado são: o extinto programa de incentivos fiscais do governo estadual “sua nota é um show”, C.B.F., quando participa de eventos nacionais a exemplo de: Copa do Brasil, uma vez na série “C” e três vezes na série “D”, ambos do campeonato brasileiro.

Na modalidade patrocínio indireto, que são aqueles que acontecem permutas – serviços x exposição de marcas, o clube não detém aporte financeiro, porém, surge uma folga financeira pelo não pagamento de despesas importantes para a manutenção das atividades do clube. Esta folga financeira, não foi medida nesta pesquisa, aja visto que, o importante foi às receitas que estão contabilizadas nos demonstrativos contábeis obtidos.

Continuando com a pesquisa, foi perguntado sobre quais os benefícios do patrocínio esportivo para as empresas concedentes. Basicamente, em contra partida ao patrocínio, as empresas adquirem direitos (cotas) para estamparem e terem as suas marcas divulgadas nos vários elementos de publicidade, *site*, camisas, calções, material de treino e placas nos estádios. Na realidade o patrocinador de empresa privada serve para obter retorno com a

exposição da sua marca junto ao público, pois verifica ser uma expectativa importante ao aliar-se, com o esporte mais popular do mundo.

Ao indagar sobre o grau de interferências das receitas originárias de patrocínios na motivação dos atletas, foi obtida a seguinte resposta, que quando se trata da divulgação de uma grande marca, o retorno é maior para ambas as partes e, portanto, os jogadores se sentem mais motivados a divulgar essa marca, no intuito de obter o patrocínio por um período de tempo maior.

No geral, o clube divulga marcas locais, sendo o retorno dessa exposição para a marca, significativa a partir do momento em que o clube vai a todas as cidades onde esteja participando de competições – estadual ou interestadual. Para o clube, qualquer patrocínio é sempre bem vindo, desde que nos moldes apresentados acima, para contribuírem com a comentada “sobra financeira”, pois, as receitas de bilheteria não sustentam o clube, principalmente, quando acontecem nos períodos de insucesso em que o torcedor, praticamente, abandonam os estádios.

Posteriormente, foi questionado à diretoria como o profissionalismo e a credibilidade dos dirigentes influenciam na capacidade de um clube de futebol obter patrocínios, e, como resposta o ECPP diz, que a forma correta de adquirir credibilidade é com as boas práticas de gestão, demonstrando capacidade técnica, confiança e transparência, isso é o que lhes assegura essa credibilidade. Segundo eles as receitas recebidas dos patrocinadores contribuem para a construção da credibilidade do clube, pois, um caixa equilibrado é sinônimo de transparência social, visto que as receitas são importantes como em qualquer outro negócio para manter os salários em dia e despesas fixas.

Este contexto, de profissionalismo e credibilidade equivale a patrocínios contínuos, que o ECPP vem trabalhando, visando manter um ambiente vitorioso. Em apenas oito anos de existência, já conquistou o título de campeão da 2ª divisão do campeonato baiano de futebol no ano de 2006, e, como equipe da primeira divisão do futebol baiano está, sempre, entre as quatro principais equipes do futebol. Além disto, e como dito anteriormente, disputou uma série C, em 2008, três vezes a serie D, nos anos de 2010, 2011 e 2012 do campeonato brasileiro, realizado pela CBF; participou pela primeira vez de uma Copa do Brasil em 2013; participou das cinco edições da Copa Governador do Estado, disputou o título em todos os anos, conquistando o tri campeonato nos anos de 2010, 2011 e 2012, em 2013 foi vice-campeão, perdendo o título para o Bahia de Feira, apesar de não conseguir a classificação, conseguiu mostrar qualidade e que lhe rendeu elogios do time adversário o Sport de Recife.

Em 2014, participará pela quarta vez da série “D” do campeonato brasileiro, além do campeonato baiano e da Copa Nordeste de Futebol, fato, que lhes dará grande visibilidade.

Um dos objetivos do presente trabalho é comparar em termos percentuais a evolução patrimonial do ECPP em função da obtenção das receitas de patrocínios. Para tanto, fez-se necessário a configuração dos demonstrativos contábeis nos modelos apresentados, a seguir, e posteriormente efetuado análises e comparações.

**Tabela 1 – Balanço Patrimonial de 2009 a 2012 da empresa pesquisada.**

| <b>ATIVOS</b>                        | <b>*2009</b>      | <b>*2010</b>      | <b>*2011</b>      | <b>*2012</b>      |
|--------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b><u>ATIVO CIRCULANTE</u></b>       | <b>14.985,66</b>  | <b>(2.662,14)</b> | <b>18.784,16</b>  | <b>41.806,08</b>  |
| <b>DISPONÍVEL</b>                    |                   |                   |                   |                   |
| Caixa                                | 385,62            | 79,74             | 302,25            | 446,13            |
| Bancos                               | 6.651,82          | (4.690,10)        | 1.033,69          | (5.088,27)        |
| Aplicação Financeira                 | 948,22            | 948,22            | 948,22            | 948,22            |
| Despesas antecipadas                 | 7.000,00          | -                 |                   |                   |
| Adiantamentos a funcionários         | -                 | 1.000,00          | 16.500,00         | 5.500,00          |
| Contas a receber                     | -                 | -                 | -                 | 40.000,00         |
| <b><u>ATIVO NÃO CIRCULANTE</u></b>   | <b>137.632,11</b> | <b>153.526,96</b> | <b>159.792,70</b> | <b>160.003,52</b> |
| <b>IMOBILIZADO</b>                   |                   |                   |                   |                   |
| Imóveis (terreno)                    | 90.000,00         | 90.000,00         | 90.000,00         | 90.000,00         |
| Móveis e Utensílios                  | 28.281,03         | 29.821,04         | 32.067,04         | 32.067,04         |
| Máquinas, Ferramentas e Equipamentos | -                 | -                 | 1.231,73          | 5.721,73          |
| Consórcio                            | -                 | -                 | 1.042,56          | -                 |
| Equipamento Computação               | 11.297,51         | 12.487,51         | 12.487,51         | 12.487,51         |
| Construção em andamento              | 17.037,00         | 35.812,05         | 42.970,55         | 44.842,77         |
| (-) Depreciações                     | (8.983,43)        | (14.593,62)       | (20.006,69)       | 25.115,53)        |
| <b>TOTAL GERAL DO ATIVO</b>          | <b>152.617,77</b> | <b>150.864,82</b> | <b>178.576,86</b> | <b>201.809,60</b> |

| <b>PASSIVOS</b>                      | <b>*2009</b>      | <b>*2010</b>      | <b>*2011</b>      | <b>*2012</b>      |
|--------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b><u>PASSIVO CIRCULANTE</u></b>     | <b>133.532,06</b> | <b>6.740,88</b>   | <b>12.194,26</b>  | <b>31.002,62</b>  |
| Fornecedores                         | 3.689,91          | -                 | -                 | -                 |
| Contas a pagar                       | -                 | 158,41            | 1.231,73          | 3.592,00          |
| Obrigações Sociais e Trabalhistas    | 3.676,22          | 6.582,47          | 10.962,53         | 27.410,62         |
| Cretores diversos                    | 126.165,93        | -                 | -                 | -                 |
| <b><u>PASSIVO NÃO CIRCULANTE</u></b> | <b>-</b>          | <b>214.565,95</b> | <b>266.525,58</b> | <b>169.599,38</b> |

|                               |                   |                    |                     |                   |
|-------------------------------|-------------------|--------------------|---------------------|-------------------|
| Credores diversos             | -                 | 214.565,95         | 266.525,58          | 169.599,38        |
| <b><u>PATRIMÔNIO</u></b>      |                   |                    |                     |                   |
| Patrimônio Social             | -                 | 19.815,71          | (70.431,97)         | (100.200,92)      |
| Superávit do período          | 19.085,71         | -                  | -                   | 101.408,52        |
| Déficit do período            | -                 | (90.257,70)        | (29.711,01)         | -                 |
| <b>Total do Patrimônio</b>    | <b>19.085,71</b>  | <b>(70.441,99)</b> | <b>(100.142,98)</b> | <b>1.207,60</b>   |
| <b>TOTAL GERAL DO PASSIVO</b> | <b>152.617,77</b> | <b>150.864,82</b>  | <b>178.576,86</b>   | <b>201.809,60</b> |

Fonte: elaborada pela autora, com dados do clube.

**Tabela 2** – Demonstração do Resultado do Exercício de 2009 a 2012 da empresa pesquisada.

| <b>D.R.E.</b>                          | <b>*2009</b>        | <b>*2010</b>       | <b>*2011</b>       | <b>*2012</b>      |
|--|---------------------|--------------------|--------------------|-------------------|
| <b>RECEITAS</b>                        |                     |                    |                    |                   |
| Receitas com jogos                     | 218.753,87          | 315.803,30         | 40.884,76          | 139.093,76        |
| Propaganda/ Publicidade/ Patrocínio    | 322.125,71          | 561.732,62         | 549.888,34         | 526.927,73        |
| Mensalidade Associados                 | 4.209,23            | 5.826,08           | 49.646,93          | 15.722,36         |
| Sua Nota é um Show                     | 134.347,93          | 56.630,00          | 99.949,39          | -                 |
| Passe de Atletas                       | -                   | -                  | 118.000,00         | -                 |
| Receita cadeiras                       | -                   | 18.613,64          | -                  | -                 |
| Receitas ambulantes                    | -                   | 5.795,00           | -                  | -                 |
| Receitas diversas                      | 22.402,03           | -                  | 92.775,21          | 349.536,12        |
| Outras receitas                        | -                   | 66.070,58          | -                  | 5.000,00          |
| (-) Despesas Operacionais              | (860.984,67)        | (1.17.979,65)      | (972.996,84)       | (929.346,08)      |
| (-) Despesas Financeiras               | (2.350,25)          | (2.749,27)         | (7.860,55)         | (4.136,63)        |
| (-) Outras despesas                    | -                   | -                  | -                  | (1.392,33)        |
| (+) Receitas Financeiras               | 86,87               | -                  | 1,75               | 3,59              |
| <b>DÉFICIT OU SUPERAVIT DO PERÍODO</b> | <b>(151.409,28)</b> | <b>(90.257,70)</b> | <b>(29.711,01)</b> | <b>101.408,52</b> |

Fonte: elaborada pela autora, com dados do clube.

A análise da D.R.E., disposta na **tabela 2** constatou que as receitas provenientes de patrocínios são aquelas descritas como: propaganda/publicidade/patrocínio, sua nota é um show e receitas diversas.

As demais receitas recebidas pelo clube são as classificadas como: receitas com jogos, mensalidade associados, passe de atletas, receita de cadeiras, receita de ambulantes, e outras receitas e receitas financeiras.

No **quadro 03**, têm-se elencadas todas as receitas recebidas pelo ECPP (exceto às denominadas como sendo de patrocínio) no período abaixo compreendido.

**Quadro 03** – Descrição das demais receitas recebidas pelo ECPP durante os anos referenciados.

|  | <b>ANO</b>        | <b>ANO</b>        | <b>ANO</b>        | <b>ANO</b>        |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>TIPO DE RECEITA</b>                             | <b>2009</b>       | <b>2010</b>       | <b>2011</b>       | <b>2012</b>       |
| Receita com jogos                                  | 218.753,87        | 315.803,30        | 40.884,76         | 139.093,76        |
| Mensalidade associados                             | 4.209,23          | 5.826,08          | 49.646,93         | 15.722,36         |
| Passe de atletas                                   | -                 | -                 | 118.000,00        | -                 |
| Receita com cadeiras                               | -                 | 18.613,64         | -                 | -                 |
| Receitas de ambulantes                             | -                 | 5.795,00          | -                 | -                 |
| Outras receitas                                    | -                 | 66.070,58         | -                 | -                 |
| Receitas financeiras                               | 86,87             | -                 | 1,75              | 3,59              |
| <b>TOTAL ANUAL</b>                                 | <b>223.049,97</b> | <b>412.108,60</b> | <b>167.648,68</b> | <b>15.725,95</b>  |
| <b>TOTAL GERAL DE TODAS AS RECEITAS DO PERÍODO</b> |                   |                   |                   | <b>818.553,20</b> |

Fonte: elaborada pela autora, com dados do clube.

No **quadro 04**, visualizar-se as receitas denominadas de patrocínios recebidas pelo ECPP no período abaixo referenciado.

**Quadro 04** – Descrição das receitas de Patrocínios recebidas pelo ECPP durante os anos referenciados.

|   | <b>ANO</b>        | <b>ANO</b>        | <b>ANO</b>        | <b>ANO</b>          |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| <b>TIPO DE RECEITA</b>                                | <b>2009</b>       | <b>2010</b>       | <b>2011</b>       | <b>2012</b>         |
| Propaganda/Publicidade/Patrocínio                     | 322.125,71        | 561.732,62        | 549.888,34        | 526.927,73          |
| Sua nota é um show                                    | 134.347,93        | 56.630,00         | 99.949,39         | -                   |
| Receitas diversas                                     | 22.402,03         | -                 | 92.775,21         | 349.536,12          |
| <b>TOTAL ANUAL</b>                                    | <b>478.875,67</b> | <b>618.362,62</b> | <b>742.612,94</b> | <b>876.463,85</b>   |
| <b>TOTAL GERAL DAS RECEITAS ADQUIRIDAS NO PERÍODO</b> |                   |                   |                   | <b>2.716.315,08</b> |

Fonte: elaborada pela autora, com dados do clube.

Para análise do cálculo dos **quadros 03 e 04**, referentes à evolução das receitas de patrocínio em comparação com as demais receitas recebidas pelo clube, fez-se uso de uma técnica estatística simples denominada Proporção.

Segundo Oliveira (2002, p. 218) “a proporção é a igualdade de duas razões. Esta medida constitui-se em uma fração cujo numerador é uma das duas frequências observadas e o denominador a soma das frequências observadas.”

$$P = \frac{(A)}{N} \quad \text{ou} \quad P' = \frac{(a)}{N} \quad N = (A) + (a)$$

P = proporção das receitas de patrocínios

P' = proporção das demais receitas

A = total da receita de patrocínio

a = total das demais receitas

N = total geral das duas receitas.

Fazendo-se a substituição na fórmula, tem-se:

$$P = \frac{2.716.315,08}{3.534.868,28} = 0,77 \text{ (proporção das receitas de patrocínios)}$$

ou

$$P = \frac{818.553,20}{3.534.868,28} = 0,23 \text{ (proporção das demais receitas)}$$

O cálculo de proporção aplicado ao montante das receitas adquiridas pelo ECPP durante os anos analisados revelou que as receitas de patrocínios, possuem uma representatividade significativa, quando comparada com as demais receitas adquiridas pelo clube. Fato este, que comprova a afirmação de que as receitas de patrocínios são predominantemente, responsáveis por compor o montante financeiro de uma entidade desportiva.

O **quadro 05**, vem mostrar a avaliação percentual das receitas de patrocínio, anualmente, bem como a sua avaliação em termos gerais.

**Quadro 05** – Avaliação econômica das receitas de patrocínio em termos percentuais (%).

| TIPO DE RECEITA             | ANO            | ANO           | ANO           | ANO            |
|-----------------------------|----------------|---------------|---------------|----------------|
| Propaganda/Pub. /Patrocínio | 2010 x 2009    | 2011 x 2010   | 2012 x 2011   | 2012 x 2009    |
| Evolução percentual %       | <b>74,38%</b>  | <b>-2,10%</b> | <b>-4,17%</b> | <b>63,57%</b>  |
| Sua nota é um show          | 2010 x 2009    | 2011 x 2010   | 2012 x 2011   | 2011 x 2009    |
| Evolução percentual %       | <b>-57,85%</b> | <b>76,49%</b> | -             | <b>-25,61%</b> |

|   |               |                |                |                  |
|---|---------------|----------------|----------------|------------------|
| Receitas diversas                               | 2010 x 2009   | 2011 x 2009    | 2012 x 2011    | 2012 x 2009      |
| Evolução percentual %                           | -             | <b>314,13%</b> | <b>276,75%</b> | <b>1.460,28%</b> |
| <b>TOTAL ANUAL</b>                              | 2010 x 2009   | 2011 x 2010    | 2012 x 2011    | 2012 x 2009      |
| Evolução percentual %                           | <b>29,13%</b> | <b>20,09%</b>  | <b>18,02%</b>  | <b>83,02%</b>    |
| <b>EVOLUÇÃO GERAL DO PERÍODO EM PERCENTAGEM</b> |               |                |                | <b>67,24%</b>    |

Fonte: elaborada pela autora, com dados do clube.

Para o cálculo da avaliação percentual, a pesquisadora fez uso de um método simples de mensuração denominado Percentagem.

A percentagem segundo Oliveira (2002, p. 219), “trata-se de proporções que se multiplicam por cem ou porção de um valor dado, que pode ser determinado, desde que se saiba quanto corresponde a cada cem.”

Aplicando-se a fórmula, tem-se:

$$P = \frac{A \times 100}{N}$$

N

Onde:

P = percentagem da receita que se quer obter.

A= valor da receita no ano corrente

100 = coeficiente de multiplicação

N = valor da receita do ano anterior

A avaliação percentual das receitas de Propaganda/Publicidade/Patrocínios, apresentou uma evolução expressiva de 74,38% em 2010, quando comparado a 2009, o ano de 2011 revelou uma pequena queda de arrecadação de -2,10% em comparação com 2010, e o ano de 2012 também fechou com baixa de -4,17% de arrecadação, quando comparada com a arrecadação de 2011. Ao se comparar os valores arrecadados em 2012 com relação ao valor apresentado de 2009, verificou-se no geral, significativo, aumento de 63,57%.

No computo da arrecadação percentual dos valores decorrentes do patrocínio “Sua Nota é um Show”, o ano de 2010 fechou com um déficit expressivo de 57,85%, quando comparado com o montante obtido em 2009. Já em 2011 a arrecadação do período apresentou um aumento de 76,49% relação ao angariado em 2010. Em 2012, não houve arrecadação desse patrocínio, pois, o Governo Estadual não reativou o programa. Na comparação das

receitas adquiridas em 2011 com as obtidas em 2009, verificou-se que houve uma queda de - 25,61%.

Por fim, tem-se o cálculo da arrecadação de todas as receitas recebidas pelo clube por meio de patrocínios no ano de 2012 em comparação com as mesmas receitas recebidas em 2009, obtendo-se dessa equação um retorno de 83,02% no período.

Ainda, no intuito de averiguar a representatividade das receitas de patrocínio, foi realizada uma análise no imobilizado do clube, para verificar se houve um crescimento proporcional do imobilizado em decorrência da arrecadação das receitas de patrocínios. Essas receitas somam ao montante das demais receitas arrecadas pelo clube, com a finalidade de financiar as despesas do futebol profissional e amador. Essa evolução patrimonial pode ser observada no **quadro 06** a seguir.

**Quadro 06** – Avaliação do crescimento patrimonial do ECPP em termos financeiros (%).

|                               | ANO               | ANO               | ANO               | ANO               |
|-------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>IMOBILIZADO</b>            | <b>2009</b>       | <b>2010</b>       | <b>2011</b>       | <b>2012</b>       |
| Imóvel (terreno)              | 90.000,00         | 90.000,00         | 90.000,00         | 90.000,00         |
| Móveis e Utensílios           | 28.281,03         | 29.821,04         | 32.067,04         | 32.067,04         |
| Máquinas/Ferram./Equipamentos | -                 | -                 | 1.231,73          | 5.721,73          |
| Consórcio                     | -                 | -                 | 1.042,56          | -                 |
| Equipamento de Computação     | 11.297,51         | 12.487,51         | 12.487,51         | 12.487,51         |
| Construção em andamento       | 17.037,00         | 35.812,05         | 42.970,55         | 44.842,77         |
| <b>TOTAL ANUAL</b>            | <b>146.615,54</b> | <b>168.120,60</b> | <b>179.799,39</b> | <b>185.119,05</b> |

Fonte: elaborada pela autora, com dados do clube.

De posse dos dados elencados no **quadro 06**, a pesquisadora realizou os cálculos percentuais para obter, o resultado da evolução patrimonial do ECPP, representados no **quadro 07**.

**Quadro 07** – Avaliação do crescimento patrimonial do ECPP em termos percentuais (%).

| <b>IMOBILIZADO</b>      | ANO          | ANO          | ANO            | ANO            |
|-------------------------|--------------|--------------|----------------|----------------|
| Imóvel (terreno)        | 2010 x 2009  | 2011 x 2010  | 2012 x 2011    | 2012 x 2009    |
| Evolução percentual %   | <b>0%</b>    | <b>0%</b>    | <b>0%</b>      | <b>0%</b>      |
| Móveis e Utensílios     | 2010 x 2009  | 2011 x 2010  | 2012 x 2011    | 2011 x 2009    |
| Evolução percentual %   | <b>5,44%</b> | <b>7,53%</b> | <b>0%</b>      | <b>13,39%</b>  |
| Máquinas/Ferram./Equip. | 2010 x 2009  | 2011 x 2009  | 2012 x 2011    | 2012 x 2011    |
| Evolução percentual %   | -            | -            | <b>364,52%</b> | <b>364,52%</b> |
| Equipamento de comput.  | 2010 x 2009  | 2011 x 2010  | 2012 x 2011    | 2012 x 2009    |

|                         |                |               |              |                |
|-------------------------|----------------|---------------|--------------|----------------|
| Evolução percentual %   | <b>10,53%</b>  | -             | -            | <b>10,53%</b>  |
| Construção em andamento | 2010 x 2009    | 2011 x 2010   | 2012 x 2011  | 2012 x 2009    |
| Evolução percentual %   | <b>110,20%</b> | <b>19,99%</b> | <b>4,35%</b> | <b>163,21%</b> |

Fonte: elaborada pela autora, com dados do clube.

Os dados do **quadro 07** foram obtidos por meio do mesmo método estatístico, aplicado no **quadro 05**, acima referenciado.

Diante da análise dos dados apresentados nos **quadros 06 e 07**, o quinto objetivo específico da pesquisa foi respondido, uma vez que, que se constatou que a evolução do ativo imobilizado do clube, cresceu sobre uma ótica geral de forma significativa, apresentando na conta móveis e equipamentos um aumento de 13,39% quando comparado 2012 em relação a 2009. Na conta máquinas e equipamentos houve uma evolução expressiva de 2012 em relação a 2011 de 364,52%. No item equipamento e computadores, a evolução ocorreu apenas no período de 2010 em relação a 2009 tendo um aumento de 10,53%, nos demais anos o valor manteve-se constante, não se obtendo uma evolução percentual. Já na conta construção em andamento pode-se verificar um aumento percentual constante em todos os anos analisados, obtendo um valor percentual de 163,21% de evolução, na comparação de 2012 em relação a 2009. Para efeito de registro, vale destacar que a conta imóvel (terreno), não apresentou evolução percentual, uma vez que os valores nominais apresentados mantiveram-se constantes.

Além da evolução patrimonial, verificada pelo **quadro 07**, obteve-se, também, a informação de que, ao longo dos quatro anos analisados, o clube reformulou seu quadro de jogadores e comissão técnica várias vezes – pelo menos 70 jogadores passaram pelo clube neste período e mais ou menos 10 alterações de comissão técnica foram realizadas, fato que demanda, importantes recursos financeiros, que são na maioria das vezes supridos em decorrência da arrecadação de receitas de patrocínios diretas ou indiretas, quando se obtém, como dito, sobras financeiras no caixa na entidade.

Pelo pressuposto, então, através dos demonstrativos contábeis referenciados nas **tabelas 1 e 2**, e através da análise dos **quadros 03, 04, 05, 06 e 07** e das informações coletas por meio de entrevistas informais, a pesquisadora obteve respostas para as questões secundários da pesquisa. Através dessas respostas, os objetivos propostos foram alcançados e, logo, procedeu-se a uma análise que constatou a confirmação da hipótese proposta no início da pesquisa. Estas informações estão divulgadas no tópico a seguir.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo principal analisar a influência das receitas de patrocínio, no processo de construção do patrimônio do Esporte Clube Primeiro Passo Vitória da Conquista nos anos de 2009 a 2012. Foi apresentada no referencial teórico, uma contextualização do cenário econômico dos clubes de futebol no Brasil, bem como das leis que regulamenta essa prática, ressaltando-se a importância da elaboração e divulgação dos seus demonstrativos contábeis, no intuito de promover maior transparência para o setor.

Posteriormente, foram analisados os demonstrativos contábeis do ECPPVC no período mencionado e concluído pelas informações que se seguem.

Com o intuito de aumentar a qualidade da evidenciação contábil dos clubes de futebol no Brasil, foi publicada a NBC T 10.13, tendo em vista, que os clubes encontravam dificuldades em adotar as práticas contábeis já amplamente difundidas no ambiente corporativo. Os clubes passaram, então, a contar com um instrumento que os auxiliassem a transformar as suas principais atividades operacionais em informações úteis aos usuários. No entanto, os clubes ainda enfrentam resistências na divulgação das suas informações financeiras.

Os clubes de futebol brasileiros contam com uma grande quantidade de torcedores, o que lhes proporciona boas oportunidades de negócios. Além do número de torcedores, a receita gerada pelos clubes, principalmente das divisões iniciais do futebol brasileiro, contribui para identificar a importância econômica do setor.

Importante destacar que, mesmo mantendo-se a forma associativa, é necessário que os sócios e torcedores dos clubes tenham acesso à informação que permitam avaliar os resultados dos gestores, bem como, conhecer a situação patrimonial de seu clube. Então, verifica-se ser importante a divulgação de informações contábeis e análises, desta natureza, visando proporcionar mais transparência nas atividades da gestão, pois além, dos torcedores outras entidades interessam que os clubes mantenham sua atividade econômica saneada, a saber: governo, investidores, sócios etc.

O objetivo principal dessa investigação foi alcançado com a realização de ações, do tipo entrevista informal, estudo de documentos e observação indireta, sendo que, para a entrevista foi realizado um roteiro contendo 19 questões abertas, conforme modelo disposto no **Apêndice – A**.

Os objetivos específicos foram cinco, e, todos foram alcançados. O primeiro objetivo buscou identificar os critérios utilizados pelo clube na busca pelos patrocinadores; O segundo

objetivo discorreu sobre os benefícios do patrocínio esportivo para as empresas concedentes; O terceiro objetivo buscou verificar como as receitas de patrocínio interferem na motivação dos atletas; O quarto objetivo procurou correlacionar como o profissionalismo e a credibilidade de dirigentes desportivos, podem influenciar na capacidade do clube em obter patrocínios; E o quinto objetivo procurou mensurar em termos percentuais, a evolução patrimonial do ECPP em função da obtenção de receitas de patrocínios. As análises desses objetivos foram contempladas com as análises das questões secundárias.

A primeira questão secundária (primeiro objetivo específico) desta pesquisa buscava identificar quais os critérios utilizados pelo clube na busca pelos patrocínios. Através da entrevista, os dirigentes declararam que “são muitas as dificuldades em se encontrar patrocinadores, e por esse motivo, fecham parcerias com as empresas que vislumbram uma oportunidade de negócio, sustentação da sua marca e que esteja disposta a pagar o valor estipulado”, empresas essas, politicamente corretas que não faz uso do trabalho infantil, e que possui ações de sustentabilidade, para a preservação do meio ambiente.

A segunda questão secundária (segundo objetivo específico) procurou conhecer os benefícios do patrocínio esportivo para as empresas concedentes. Como resposta a essa indagação tem-se que, “na realidade o patrocinador de empresa privada quer obter retorno com a exposição da sua marca junto ao público, já que, esta é a expectativa ao unir-se ao esporte mais popular do mundo”. Essas empresas adquirem direitos (cotas) para estamparem e terem as suas marcas divulgadas nos vários elementos de publicidade que o clube oferece, como: *site*, camisas, calções, material de treino e placas nos estádios.

A terceira questão secundária (terceiro objetivo específico) buscava identificar a interferência das receitas de patrocínio na motivação dos atletas. Por meio da entrevista, foi constatado que a divulgação de uma grande marca, traz para atletas e patrocinadores um retorno favorável, uma vez que, a receita desse patrocínio pode garantir aos jogadores o pagamento de salários em dia.

A quarta questão secundária (quarto objetivo específico) procurou descobrir como o profissionalismo e a credibilidade dos dirigentes influencia na capacidade de um clube de futebol obter patrocínio. Como retorno a esse questionamento os dirigentes, declaram que “as boas práticas de gestão exercidas pelo clube, como competência técnica, confiança, e transparência, lhes asseguram essa credibilidade”.

A quinta questão secundária (quinto objetivo específico) objetivou comparar em termos percentuais, a evolução patrimonial do ECPP em função da obtenção de receitas de patrocínio. Para responder a esse objetivo foi necessário que se fizesse um levantamento das

receitas originárias de patrocínios, com suas respectivas evoluções anuais e outro levantamento sobre o imobilizado do clube, para avaliar se no decorrer dos anos analisados, estes, também obtiveram crescimento em função da obtenção dessas receitas.

Na análise dos levantamos, pode-se constatar que o patrimônio fixo do clube cresceu em todos os itens analisados. Especificamente, no item CONSTRUÇÃO EM ANDAMENTO, aja visto que o clube constrói seu Centro de Treinamento (CT – Toca do Bode), observa-se que nos anos de 2009 e 2010 os investimentos foram mais consistentes, pois o clube pode contar com uma grande receita de patrocínio que foi “Sua Nota é um Show”. Já no que se referem à evolução das receitas, estas obtiveram no período um aumento de 67,24%, essas receitas de patrocínios ao se incorporar às demais receitas angariadas pelo clube, gerou para, o mesmo, uma folga financeira, o que lhes proporcionou investimentos no imobilizado da entidade.

Com relação à hipótese, na qual considerava que provavelmente, as receitas originárias de patrocínios contribuíam de forma significativa no processo de construção do patrimônio do clube, pode-se dizer que ela foi totalmente confirmada. Na visão dos dirigentes do clube, e pelas análises efetivadas, as receitas de patrocínio é que mantém a entidade, uma vez que as demais receitas adquiridas, como as de bilheteria, prêmios em campeonatos e vendas de produtos, não são suficientes, para suprir todas as despesas da entidade.

Vale destacar que, foi através da folga financeira obtida por meio das receitas de patrocínios, que o clube pode adquirir em 2009 a compra de um terreno de 130 mil m<sup>2</sup>, localizado na BA 265, Rodovia Conquista/Barra do Choça, e iniciado e mantido a construção do seu Centro de Treinamento. Além da aquisição do terreno, o clube pode adquirir também os direitos federativos de alguns jogadores profissionais.

Diante de tudo que foi exposto, foi possível verificar que o objetivo geral e os objetivos específicos da pesquisa foram alcançados, e, portanto, a hipótese levantada foi confirmada. Isso foi possível atingir, através do estudo de caso realizado no Esporte Clube Primeiro Passo Vitória da Conquista.

Por fim, para pesquisas futuras em relação a esta temática, será interessante sua expansão com vistas a avaliar o efeito das receitas de patrocínios indiretas, ou seja, aquelas que se tratam de permutas – exposição de marca x serviços - recebidas por entidades desportivas neste mesmo contexto.

## REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Sara Figueiredo de. BUESA, Natasha Young. **Contabilidade Esportiva: A Adoção da Resolução Nº 1.005/2004 nos Clubes Paulistas de Futebol Profissional.** Disponível em: <http://www.facsao Roque.br/novo/publicacoes/pdf/v3-n1-2012/Sara.pdf> Acessado em: 23/10/2012
- CRESWELL, Jonh W. **Projeto de Pesquisa: métodos qualitativos, quantitativos e misto/** Jonh W. Creswell; tradução Magda Lopes; consultoria, supervisão e revisão técnica desta edição Dirceu da Silva. – 3. ed. – Porto Alegre: Artmed, 2010.
- CRUZ, Denis Rodrigues da. JUNIOR, Antonio Robles. ISHIKURA, Edison Ryu. **PROPOSTA DE CONTROLE DE GASTOS NA FORMAÇÃO DE ATLETAS DE FUTEBOL TENDO EM VISTA SUA ATUAÇÃO GLOBALIZADA.** Disponível em: <http://www.intercostos.org/documentos/Ishikura.pdf> Acesso em: 05/10/2012
- DIAS, Fabiano. **Processo de Análise das Demonstrações Contábeis em Clubes Sociais: Um estudo de caso.** Disponível em: <http://tcc.bu.ufsc.br/Contabeis295751.pdf>. Acessado em 16/11/2012.
- SILVA, Edna Lúcia da. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação.** Edna Lúcia da Silva; Estera Muszkat Menezes. 4. ed. rev. atual. Florianópolis: UFSC, 2005.
- FRANCO, Hilário. **Contabilidade Comercial.** 13ª. ed. rer. e atual. São Paulo: Atlas, 1991 p. 220. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/62038884/26/>.
- FRANCO, Hilário. **Contabilidade Geral.** 23. ed. São Paulo: Atlas, 1996.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social.** 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- GONÇALVES, Rodrigues. **Lei Zico (Lei 8.672/93).** Disponível em: <http://www.rodriguesgoncalves.adv.br/tag/lei-zico-lei-8-67293/>. Acesso em 21/11/12.
- IUDÍCIBUS, Sérgio de. MARION, José Carlos. **Curso de Contabilidade para não Contadores.** São Paulo: Atlas, 1998.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica.** São Paulo: Atlas, 1993.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia Científica.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 1995.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

LIMA, Luis Fernando Oiticica. **Lei Pelé: futebol e boa gestão financeira**. Maceió. Mastergraphy, 2002.

MANOLE, Editora. **Leis dos Esporte e Estatuto do Torcedor**. 1. ed. São Paulo: Editora Manole Ltda., 2003.

MARION, José Carlos. **Contabilidade Básica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MILLS, John Robert. **Charles Miller: o pai do futebol brasileiro**. São Paulo: Panda Books, 2005.

OLIVEIRA, Silvio Luis de. **Tratado de Metodologia Científica**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

PADOVEZE, Clovis Luis. **Contabilidade Gerencial: Um enfoque em sistema de informação contábil**. 2. ed. Atlas, 1997.

RAMPAZZO, Lino. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2011.

RASCHKA, Ingrid. WALLNER, Rafaela. DA COSTA, Karina. **Contabilidade Esportiva: Um estudo sobre a evidenciação das Demonstrações Contábeis dos Clubes Paulistas de Futebol**. Disponível em: <http://www.congressosp.fipecafi.org/artigos102010/289.pdf>. Acessado em 05/10/2012.

**RESOLUÇÃO CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE - CFC Nº 1.005 de 17.09.2004**. Disponível em: <http://www.portaldecontabilidade.com.br/nbc/res1005.htm>. Acesso em 27/11/2012.

REY, Luís. **Planejar e Redigir Trabalhos Científicos**. 2. ed. rer. e ampl. São Paulo: Edgard Blucher Ltda, 1993.

RICHARDSON, Roberto Jerry; et al. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

RODRIGUES, W. C. **Metodologia Científica**. Disponível em: <[http://professor.ucg.br/SiteDocente/admin/arquivosUpload/3922/material/Willian%20Costa%20Rodrigues\\_metodologia\\_cientifica.pdf](http://professor.ucg.br/SiteDocente/admin/arquivosUpload/3922/material/Willian%20Costa%20Rodrigues_metodologia_cientifica.pdf)>. Acesso em: 01 jan. 2014

SÁ, Antonio Lopes de. SÁ, Ana Maria Lopes de. **Planos de Contas**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

SÁ, Antonio Lopes de. SÁ, Ana Maria Lopes de. **Dicionário de Contabilidade**. 10. ed. rer. e ampl. São Paulo: Atlas, 2005.

SANDRONI, Paulo. **Dicionário de Administração e Finanças**. Ed. Best Seller, 2003.

SANTOS, Edvanderson Ramalho dos. MONASTRISKY, Leonel Brizola. **Operário Ferroviário Esporte Clube: Patrimônio Cultural da Cidade de Ponta Grossa (PR).**

Disponível em:

<http://operario.com/wpcontent/uploads/2010/11/operariopatrimonioculturalpg.pdf>. Acesso em: 17/10/2012.

SILVA, César Augusto. TEIXEIRA, Higor. NIYAMA, Jorge. **Evidenciação Contábil em Entidades Desportivas: Uma Análise dos Clubes de Futebol Brasileiros.** Disponível em:

<http://www.congressosp.fipecafi.org/artigos92009/305.pdf>. Acessado em 17/10/2012.

SILVA, Maurício Alvarez da. **Faturamento Antecipado e Vendas Para Entrega Futura.**

Disponível em: <http://www.portaltributario.com.br/artigos/faturamentoantecipado.htm>.

Acesso em: 20/11/012.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** Trad. Daniel Grassi. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

## APÊNDICES

### APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO

Sou Rosângela Silva Amaral Lima estudante do curso Ciências Contábeis pela UESB, estou realizando uma pesquisa sobre a “Contabilidade voltada ao Esporte”. Para isto, necessito de sua valiosa contribuição respondendo às perguntas solicitadas a seguir. São dezenove questões, que serão gravadas e depois reproduzidas. Informo-lhes que os dados coletados serão passíveis de divulgação e solicito a autorização do clube para tanto.

Desde já, agradeço.

Rosângela Silva Amaral Lima

Para a coleta dos dados a pesquisadora precisará formular algumas perguntas que lhe servirá de norte no percurso da entrevista.

#### **Roteiro de entrevista**

1. Que tipo de patrocínio o clube recebeu no decorrer dos últimos cinco anos?
2. É possível quantificar o número de patrocinadores ativos hoje no ECPP?
3. O Clube utiliza algum critério ao selecionar as possíveis empresas patrocinadoras?
4. Qual a importância da obtenção de um patrocínio para um clube de futebol?
5. As empresas ao concederem o patrocínio obtêm do clube algum benefício em contra partida?
6. O patrocinador se preocupa ou não com a forma como o clube administra o dinheiro do patrocínio?
7. Existe alguma doação monetária onde o seu recurso é vinculado a uma destinação específica?
8. O Clube adquiriu algum bem patrimonial com recursos provenientes de patrocínios?
9. Qual a destinação dada para as receitas de patrocínios.
10. Como são contabilizadas as receitas de patrocínio?
11. Vitórias contínuas equivalem a patrocínios contínuos, neste contexto o que o ECPP vem planejando para manter um ambiente vitorioso?

12. Em sua opinião a credibilidade dos gestores dos clubes influencia na decisão de uma empresa em patrociná-los?
13. A obtenção ou não de patrocínios influenciam na motivação dos atletas?
14. As receitas de patrocínio contribuem de alguma forma para a construção da credibilidade do clube?
15. Que bens patrimoniais o clube possui hoje?
16. O Clube faz uso de Demonstrativos Contábeis, na contabilidade do Clube?
17. No processo de construção do patrimônio do clube nos últimos cinco anos, é possível avaliar em termos percentuais o grau de participação das receitas oriundas de patrocínio? O Clube poderia fornecer os balanços sociais, dos anos analisados para que a pesquisadora certifique junto a Universidade à veracidade das informações coletadas?
18. O senhor teria algum material que fale da história do ECPP como surgiu e com vem se desenvolvendo?