



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL

EMMANOEL MONFORT FERREIRA

**ÍNDICE DE *DISCLOSURE* VIA *WEBSITE*: UM ESTUDO DOS DEZ PRINCIPAIS
CLUBES BRASILEIROS DE FUTEBOL**

CAMPO GRANDE – MS

2024



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL

EMMANOEL MONFORT FERREIRA

**ÍNDICE DE *DISCLOSURE* VIA *WEBSITE*: UM ESTUDO DOS DEZ PRINCIPAIS
CLUBES BRASILEIROS DE FUTEBOL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência parcial para a obtenção do grau de Bacharel no curso de Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS).

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Elisabeth de Oliveira Vendramin

CAMPO GRANDE – MS

2024



Serviço Público Federal
Ministério da Educação
Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul



ATA DE DEFESA TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

Aos vinte e oito dias do mês de novembro do ano de dois mil e vinte e quatro, às 16:00 horas, na Sala Híbrida da Unidade Esan, reuniu-se a banca examinadora do Trabalho de Conclusão de Curso do discente **EMMANOEL MONFORT FERREIRA**, intitulado: "Disclosure via Website: um estudo dos dez principais clubes brasileiros de futebol", orientado pela Profa. Dra. Elisabeth de Oliveira Vendramin. Compuseram a banca examinadora Prof. Dr. Emanuel Marcos Lima e o Mestre Leonardo de Lima Neves. Após a exposição oral, o discente foi arguido pelos componentes da banca que se reuniram reservadamente e decidiram pela Aprovação do Trabalho de Conclusão de Curso sem ressalva. Para constar, redigi a presente Ata, que aprovada por todos os presentes, vai assinada por mim, Presidente da Banca, e pelos demais membros da banca.

Campo Grande, 28 de novembro de 2024.

NOTA
MÁXIMA
NO MEC

UFMS
É 10!!!



Documento assinado eletronicamente por **Elisabeth de Oliveira Vendramin, Professora do Magistério Superior**, em 28/11/2024, às 17:12, conforme horário oficial de Mato Grosso do Sul, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

NOTA
MÁXIMA
NO MEC

UFMS
É 10!!!



Documento assinado eletronicamente por **Emanuel Marcos Lima, Professor do Magisterio Superior**, em 28/11/2024, às 17:15, conforme horário oficial de Mato Grosso do Sul, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

NOTA
MÁXIMA
NO MEC

UFMS
É 10!!!



Documento assinado eletronicamente por **Leonardo de Lima Neves, Usuário Externo**, em 28/11/2024, às 17:45, conforme horário oficial de Mato Grosso do Sul, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufms.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **5239375** e o código CRC **5668CE7F**.

COLEGIADO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS (BACHARELADO)

Av Costa e Silva, s/nº - Cidade Universitária

Fone:

CEP 79070-900 - Campo Grande - MS

Referência: Processo nº 23104.020602/2022-34

SEI nº 5239375

ÍNDICE DE *DISCLOSURE* VIA *WEBSITE*: UM ESTUDO DOS DEZ PRINCIPAIS CLUBES BRASILEIROS DE FUTEBOL

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo avaliar se os principais clubes brasileiros divulgam as informações pertinentes aos aspectos contábeis e sociais via *website*. Por meio da literatura existente, foi desenvolvido um *checklist* com 25 itens para avaliar a divulgação voluntária *web-based* dos dez principais clubes mais valiosos do Brasil de acordo com a publicação da Brand Finance, incorporando aspectos contábeis, financeiros, de governança corporativa, responsabilidade social, socioambiental e transparência do setor, a coleta de dados ocorreu no mês de agosto de 2024. Para obtenção do nível de *disclosure* foi atribuída uma pontuação, onde 0 indica que o item não foi atendido e 1 indica que o item foi observado, sendo assim possível calcular o nível *disclosure* por seção e o total geral. Após as análises, o nível de *disclosure* dos clubes apresentaram resultados satisfatórios, pois cada clube demonstrou um aproveitamento superior a 70% de divulgação do total dos respectivos itens, entretanto, há possibilidade de melhorias. Os clubes analisados demonstram equilíbrio e conhecedor da importância da transparência, assim conclui-se um bom nível de *disclosure* porém com certas ressalvas aos quais foram relatadas.

Palavras-chave: Futebol. Evidenciação. *Site*. *Disclosure* voluntário.

1. INTRODUÇÃO

O futebol é o esporte mais popular do mundo, tendo espectadores e praticantes de todas as idades e gêneros. A Federação Internacional de Futebol (FIFA), fundada em 1904, possui 208 nações associadas e divulgou que cerca de 5,0 bilhões de pessoas chegaram em algum momento a se envolver com a Copa do Mundo de 2022, torneio que teve como partida final um jogo entre Argentina e França, com uma audiência de 1,5 bilhões de pessoas. Além disto, mais de 270 milhões de pessoas em todo mundo praticam o esporte (FIFA, 2006).

No Brasil existe a Confederação Brasileira de Futebol (CBF), fundada em 1979, ao qual há 27 federações filiadas e 1.276 clubes registrados (2022). O futebol no Brasil é o esporte mais assistido e que no ano de 2023 resultou em um aumento de 39% nas receitas em relação ao ano anterior dos principais clubes da série A - principal liga de futebol brasileira - de acordo com a Consultoria Ey (2023). Além disso, a CBF (2023) demonstrou um superávit de R\$ 238 milhões, destacando as transmissões e comerciais.

A enorme popularidade do futebol exerce uma influência direta sobre os setores financeiro e econômico, devido ao grande número de pessoas envolvidas e aos significativos valores movimentados. De acordo com Rios e Marion (2017), essas informações podem ser

encontradas nos relatórios contábeis, que representam o resultado final do trabalho da contabilidade. No entanto, há a importância de não restringir apenas aos aspectos contábeis e financeiros, mas também deve abordar questões relacionadas à governança corporativa, responsabilidade social corporativa e sustentabilidade empresarial (Botti, Boubaker, Hamrouni e Solonandrasana, 2014; Furtés-Callén, Cuellar-Fernández e Pelayo-Velázquez, 2014).

A partir disso surge a necessidade de apresentar informações de alta qualidade, pois é fundamental para que o usuário possa tomar decisões mais precisas e alcançar seus objetivos de forma mais eficiente. De acordo com Brown e Hillegeist (2007), a qualidade das divulgações está inversamente relacionada ao nível médio de assimetria informacional, pois informações mais precisas reduzem a necessidade de dados confidenciais. Ferri, Zheng e Zou (2018), destacaram que divulgações mais abrangentes e completas contribuem para a qualidade e credibilidade das informações. Além disso, de acordo com Silva et al. (2009) a evidenciação é vista como um mecanismo de prestação de contas, conforme mencionado, por onde entidades que recebem recursos significativos devem prestar contas aos usuários interessados.

Já em relação a divulgação em *website*, segundo Lee & Joseph (2013), conveniente à crescente demanda por transparência, diversas entidades (privadas, públicas e do terceiro setor) recorrem à divulgação voluntária por meio de plataformas eletrônicas. Onde a divulgação *web based* envolve a disseminação de informações tanto financeiras quanto sociais por meio de uma plataforma digital.

Em consoante com Kelton & Pennington (2012), a internet possibilita ao emissor a aptidão de estabelecer um contato direto entre a administração da empresa e seus interessados, sem a necessidade de um intermediário, como veículos de comunicação sob propriedade de terceiros. Isso resulta na redução dos custos de divulgação e no aumento da frequência das informações, garantindo que sejam transmitidas de forma ágil.

Nesse contexto, a propagação da informação por meio de *websites* contribuiu para uma mudança significativa em direção à transparência corporativa (Gajewski & Li, 2015). Dessa forma, surge a questão desta pesquisa: Qual o nível de *disclosure* relacionados aos aspectos contábeis e sociais, via *website*, dos dez principais clubes brasileiros de futebol? Logo assim, trata-se de um estudo cujo objetivo é avaliar se os principais clubes brasileiros divulgam as informações pertinentes aos aspectos contábeis e sociais via *website*, meio ao qual qualquer usuário possui maior facilidade de acesso dos documentos.

Essa pesquisa é justificada pela contínua evolução do futebol como um negócio de gestão, em especial no Brasil. Além disso, a transparência é um tema já frequentemente abordado pela ciência contábil, com alguns estudos relacionados aos clubes de futebol.

Ademais, houve uma pesquisa do Silva et al. (2009), onde analisaram a relação entre transparência e o montante de receitas obtidas, considerando o ano de 2007 e um total de 19 clubes. Da mesma forma, Pereira et al. (2018) utilizaram uma amostra de 20 clubes e o período de 2010 a 2016. Nesta pesquisa, comprova esses achados, confirmando a relação entre a divulgação contábil e as receitas totais. Como contribuições à literatura, houve a atualização de acordo com a legislação vigente, com uma amostra maior de 24 clubes e um período mais recente, de 2013 a 2019.

Em resumo das pesquisas Silva et al. (2009) e Pereira et al. (2018) percebeu-se que os patrocinadores preferem investir em clubes que praticam um bom nível de *disclosure* que divulgam detalhadamente sua situação financeira, assim como se observa maior contribuição de sócio torcedores quando há melhor transparência e prestação de contas. Portanto, o ato da transparência é importante para os patrocinadores, torcedores e gestores de futebol, especialmente para gestores de clubes brasileiros, devido aos benefícios de boas práticas de transparência, refletindo nas receitas do clube.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta seção serão apresentados, primeiramente, as informações referentes ao contexto do futebol no Brasil, seguido pelo segundo tópico que aborda sobre a evidenciação contábil e por fim o último tópico apresenta-se as informações acerca da evidenciação via *website*.

2.1 Futebol Brasileiro

O futebol surgiu em meados do século XIX na Inglaterra de acordo com Proni (2000). Entretanto, em conformidade com Aidar, Leoncini e Oliveira (2002), somente em 1894 chegou oficialmente o futebol no Brasil, trazido pelo Charles Miller. Desde então logo se tornou popular, o que acabou virando uma identidade cultural dos brasileiros, como retrata Soares (2003). Em questão de popularidade o futebol se destaca desde a prática amadora até o consumo como entretenimento. De acordo com o IBGE (2015), o futebol é o primeiro entre os brasileiros como prática esportiva alcançando uma marca de 16,0 milhões de adeptos.

Advindo o desenvolvimento e a qualificação dos clubes de futebol, indo além de lazer e entretenimento, o aspecto econômico e financeiro se tornou cada vez mais presente no mundo do futebol. Assim, o esporte passou de ter apenas um viés de entretenimento e se transformou em uma atividade de grande interesse econômico, devido ao aumento das transações financeiras e à influência do capitalismo sobre o futebol, como relata Pereira (2003).

As receitas dos clubes brasileiros podem demonstrar isso pois chegaram em R\$ 11,1 bilhões em 2023, um crescimento de 274% do ano 2014 a 2023 de acordo com Consultoria EY (2023). E a ascensão do mercado se dá pelo aumento de direitos de televisão e publicidade em conformidade com Nakamura (2015), ainda além do surgimento de novos mercados como os direitos de *streaming*, nova modalidade que vem como contraponto da televisão tradicional logo, criando mais possibilidades de contratos e publicidades.

Dito isso, o crescimento pode ser prejudicado conforme dito por Pereira, Brunozi, Kronbauer e Abrantes (2015), um clube de futebol não alcançará seus objetivos de longo prazo sem uma administração financeira e de recursos adequada. Isso por falta profissionalismo, ou como ressalta Leoncini e Silva (2005), que se acredita que o entusiasmo pelo futebol pode afetar a tomada de decisões, resultando em um caráter não profissional, distinguindo-se das outras organizações, onde a administração é conduzida de maneira racional e impessoal. Nesse prospecto Bengtsson e Wallström (2014), indicam que alcançar sucesso esportivo e econômico pode ser considerado como metas distintas para a administração dos clubes.

Entretanto, agora percebe-se o futebol como um investimento e logo é necessário informações congruentes a disposição para tomada de decisões e conforme Silva et al. (2009, p.1) afirmam “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”.

Em relação aos estudos anteriores Silva et al. (2021) tiveram com objetivo elaborar um índice padrão e relacionar o resultado do campeonato brasileiro da série A com o desempenho financeiro dos clubes do futebol brasileiro que disputaram a série A do ano de 2018 e 2019, onde as informações foram extraídas dos relatórios financeiros, divulgados nos websites dos respectivos clubes de futebol.

Já o objetivo de Neves et al. (2022) foi verificar quais são os indicadores financeiros mais evidenciados nos estudos que analisam os clubes de futebol por meio de uma revisão sistemática, o estudo agrega a literatura ao evidenciar os índices mais utilizados nos estudos científicos.

2.2 Evidenciação Contábil

Nas normas internacionais a divulgação parte conforme exposto no Pronunciamento Técnico CPC 00 (R2) (2019), onde está relacionada ao objetivo do relatório financeiro para fins gerais e que tem a finalidade de: “fornecer informações financeiras sobre a entidade que reporta

que sejam úteis para investidores, credores por empréstimos e outros credores, existentes e potenciais, na tomada de decisões referente à oferta de recursos à entidade”.

A divulgação contábil possui um caráter de compromisso, fornecendo informações destinadas aos usuários, com propósitos específicos (Iudícibus, 2010; Figueiredo, Santos e Cunha, 2017). Por meio da publicação de relatórios contábeis mais extensos e satisfatório, além da qualidade das informações e da credibilidade, há uma redução da incerteza por parte dos investidores em relação aos seus objetivos (Ferri et al., 2018). Ao encontro, Chalmers, Navissi e Qu (2010), destacam a importância da padronização contábil na tomada de decisões dos investidores, pois as informações devem ser pertinentes e fidedignas, além de serem utilizadas para avaliar desempenhos futuros com base nos passados.

Em respeito a divulgação das demonstrações contábeis destaca-se que a maioria dos clubes divulga as informações obrigatórias. Porém, somente a minoria divulga as demais demonstrações ou informações, assim quebrando o *full disclosure*. Complementando, os clubes não costumam divulgar o Relatório da Administração, embora ele seja relevante para os usuários por fornecer informações adicionais de maneira menos técnica (Silva et al., 2009). Morrow (2013) destaca a importância de uma divulgação mais ampla, que vá além dos dados contábeis.

Em uma pesquisa de Marques, Santos, e Ferreira (2017) demonstra que em conformidade com a norma vigente CFC nº 1.429/2013 referente a evidenciação contábil, mostra que a maioria dos clubes no período analisado divulgou as demonstrações mínimas exigidas como Balanço Patrimonial, a Demonstração do Resultado, a Demonstração do Resultado Abrangente, a Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido, a Demonstração dos Fluxos de Caixa e as Notas Explicativas. No entanto, as informações fornecidas não foram completas, destacando-se a ausência de discriminação de alguns valores nas Notas Explicativas.

Nessa circunstância, percebe-se a necessidade de aumentar o nível de divulgação contábil pelos clubes brasileiros. As expectativas dos stakeholders podem não ser atendidas devido à incompletude das informações (Figueiredo et al., 2017). A qualidade da informação contábil como um fator essencial para atrair investimentos aos clubes, uma vez que informações mais precisas auxiliam na tomada de decisão dos investidores interessados em explorar o mercado do futebol (Custódio e Rezende, 2009).

De acordo com Bazzi (2018), as demonstrações contábeis, também chamadas de demonstrações financeiras pela Lei 6.404/1976, são relatórios elaborados a partir dos registros contábeis da empresa. A lei 6.404/1976 estabelece que ao final de cada exercício social, a empresa deve elaborar, com base nos registros contábeis, demonstrações financeiras que

apresentem de forma clara a situação do seu patrimônio e as variações acontecidas (Imperatore, 2017).

As demonstrações contábeis segundo Bazzi (2018, p. 12), “seu objetivo é mostrar eficientemente todas as informações da organização de modo sucinto e que estas possam ser avaliadas para auxiliar os processos de decisão”. Sendo assim, as demonstrações contábeis são ferramentas essenciais para os administradores e seus demais usuários, pois fornecem dados relevantes para a tomada de decisões estratégicas e o acompanhamento dos resultados.

Logo, no quadro 1 abaixo aborda a definição das principais demonstrações contábeis.

Quadro 1. Demonstrações Contábeis

| Item | Conceito |
|---|---|
| Balanco Patrimonial | Apresenta a posição financeira e patrimonial da entidade em determinada data. Conjunto de bens, direitos, obrigações e patrimônio líquido. |
| Demonstração do resultado do exercício | Evidencia as operações realizadas pela empresa durante o exercício social, detalhando a composição do resultado líquido obtido (lucro ou prejuízo do exercício). |
| Demonstração das mutações do patrimônio líquido | Evidencia as movimentações ocorridas nas contas que compõem o patrimônio líquido, permitindo a verificação da consistência da movimentação dos recursos próprios da empresa, em determinado período. |
| Demonstração do valor adicionado | Tem por objetivo evidenciar a riqueza criada pela entidade e sua distribuição, durante determinado período. Está fundamentada em conceitos macroeconômicos, buscando apresentar a parcela de contribuição que a entidade possui na formação do Produto Interno Bruto (PIB) do país. |
| Demonstração dos fluxos de caixa | Mostra as alterações ocorridas no caixa e equivalentes de caixa, permitindo aos usuários avaliarem a capacidade de geração de caixa pela entidade, bem como suas necessidades. |
| Notas explicativas | Compreende um resumo das políticas contábeis significativas e outras informações elucidativas. |

Fonte: Malacrida, Yamamoto e Paccez (2019)

2.3 Divulgação em *Website*

Segundo Lee & Joseph (2013), conveniente à crescente demanda por transparência, diversas entidades (privadas, públicas e do terceiro setor) recorrem à divulgação voluntária por meio de plataformas eletrônicas. Onde a divulgação *web based* envolve a disseminação de informações tanto financeiras quanto sociais por meio de uma plataforma digital.

Em consoante com Kelton & Pennington (2012), a internet possibilita ao emissor a aptidão de estabelecer um contato direto entre a administração da empresa e seus interessados, sem a necessidade de um intermediário, como veículos de comunicação sob propriedade de terceiros. Isso resulta na redução dos custos de divulgação e no aumento da frequência das informações, garantindo que sejam transmitidas de forma ágil. Nesse contexto, a propagação

da informação por meio de *websites* contribuiu para uma mudança significativa em direção à transparência corporativa (Gajewski & Li, 2015).

3. METODOLOGIA

Dado que o objetivo do presente estudo é avaliar se os dez principais clubes brasileiros divulgam as informações pertinentes aos aspectos contábeis e sociais via *website*, meio ao qual qualquer usuário possui maior facilidade de acesso dos documentos, esta pesquisa classifica-se como descritiva (Raupp & Beuren, 2006).

Por meio da literatura existente, foi desenvolvido um checklist com 25 itens para avaliar a divulgação voluntária *web-based* dos dez principais clubes mais valiosos do Brasil de acordo com a publicação da Brand Finance (2023), presente na tabela 2, incorporando aspectos contábeis, financeiros, de governança corporativa, responsabilidade social, socioambiental e transparência do setor.

O índice abrange 7 itens contábeis/financeiros, 9 de governança, responsabilidade social e recursos humanos, e 9 relacionados a ferramentas para usuários. Todos os itens têm o mesmo peso, conforme Xiao, Yang e Chow (2004), e o *checklist* foi projetado para refletir tanto os elementos comuns à divulgação *web-based*, quanto as especificidades dos clubes, como indicado na tabela 1.

Tabela 1. Checklist

| Informações contábeis e financeiras (7 itens) | Fonte |
|---|--------------|
| Balanço Patrimonial do ano corrente | B-C-D |
| Demonstração do Resultado do Exercício do ano corrente | B-D |
| Demonstração do Resultado Abrangente do ano corrente | B-D |
| Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido do ano corrente | A-C-D |
| Demonstração do Valor Adicionado | A-C-D |
| Demonstração dos Fluxos de Caixa do ano corrente | A-C-D |
| Notas explicativas às demonstrações do ano corrente | B |
| Governança corporativa, responsabilidade social e recursos humanos (9 itens) | Fonte |
| Histórico do clube | B |
| Missão, Visão e Valores do clube | B |
| Estatuto do clube | B-C |
| Organograma da estrutura organizacional | C-D |
| Produtos ofertados | B |
| Qualidade e segurança dos produtos ofertados | C-D |
| Estrutura de propriedade | C-D |
| Patrocinadores | C-D |

| | |
|---|--------------|
| Seção sobre responsabilidade social corporativa/sustentabilidade | C-D |
| Ferramenta para os usuários (9 itens) | Fonte |
| Seção de comunicados à imprensa/Notícias | B-C-D |
| Perguntas mais frequentes (FAQ) | B-C-D |
| Calendário de jogos/eventos | A-B-C-D |
| Dados contábeis e financeiros em formatos processáveis (como XLS) | A-B-C |
| Dados contábeis e financeiros em PDF | A-B-C |
| E-mail para contato | A-B-C |
| Contato telefônico | B-C |
| Ferramenta de busca interna | A-B-C |
| Informações do <i>webmaster</i> | B-C |
| Fonte: A - Kelton e Yang (2008), B - Simon e Hussainey (2010), C - Botti et al. (2014), D - Fuertes-Callén et al. (2014) e E - Ahmad et al. (2010) | |

A partir disso, os 10 clubes que compõem a amostra da presente pesquisa são apresentados na tabela dois. A seleção desses clubes deu-se com base no valor conforme informação oriunda da *Brand Finance* (2023).

Tabela 2. Clubes de futebol brasileiros mais valiosos

| Posição | Clube | Valor em milhões (R\$) |
|---------|---------------------------|------------------------|
| 1º | Flamengo (FLA) | 539,7 |
| 2º | Palmeiras (PAL) | 414,9 |
| 3º | Grêmio (GRE) | 224,2 |
| 4º | Corinthians (COR) | 204,7 |
| 5º | São Paulo (SAO) | 191,0 |
| 6º | Atlético Mineiro (CAM) | 186,7 |
| 7º | Internacional (INT) | 157,3 |
| 8º | Santos (SAN) | 118,3 |
| 9º | Fluminense (FLU) | 106,1 |
| 10º | Atlético Paranaense (CAP) | 84,6 |

Fonte: Brand Finance (2023)

Por meio da análise realizada nos sites individuais de cada clube da amostra, pode-se verificar a divulgação de cada item do checklist. A justificativa a ser adotada baseia-se em pontos, onde 0 representa a falta de observância e 1 corresponde à observância da divulgação do item respectivo. Em porcentagem o clube que apresentar os 25 itens divulgados corresponderá a 100% de evidenciação com base na checklist aplicada. Essa lista de verificação desempenhará um papel crucial na elaboração do índice que avalia a extensão da divulgação voluntária com base na *website*.

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

| | | | | | | | | | | |
|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Estrutura de propriedade | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Patrocinadores | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Seção sobre responsabilidade social corporativa/sustentabilidade | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| Ferramenta para os usuários (9 itens) | | | | | | | | | | |
| Seção de comunicados à imprensa/Notícias | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Perguntas mais frequentes (FAQ) | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| Calendário de jogos/eventos | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Dados contábeis e financeiros em formatos processáveis (como XLS) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Dados contábeis e financeiros em PDF | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| E-mail para contato | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Contato telefônico | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Ferramenta de busca interna | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Informações do <i>webmaster</i> | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total | 21 | 21 | 22 | 22 | 18 | 20 | 20 | 20 | 21 | 19 |

4.1 Informações contábeis e financeiras

Após análise, nota-se que todos os clubes apresentaram no mínimo a divulgação das demonstrações contábeis obrigatórias presente em seus relatórios financeiros junto com parecer da auditoria independente.

Ressalta-se apesar de não ser requerido pela legislação societária brasileira, os clubes Corinthians, São Paulo e Santos elaboraram e apresentaram a demonstração do valor adicionado (DVA) como informação suplementar de suas demonstrações financeiras e sua forma e conteúdo estão de acordo com os critérios definidos no Pronunciamento Técnico NBC TG 09 - Demonstração do Valor Adicionado. Destaca-se que a mesma é somente exigida para as companhias de capital aberto.

4.2 Governança corporativa, responsabilidade social e recursos humanos

De acordo com o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa – (IBGC), Governança Corporativa é “O sistema pelo qual as empresas e demais organizações são dirigidas, monitoradas e incentivadas, envolvendo os relacionamentos entre Sócios, Conselho de Administração, Diretoria e Órgãos de Fiscalização e Controle e demais Partes Interessadas”. Assim também se entende que é o conjunto de regras e práticas que orientam a gestão de uma empresa. Ela define como a empresa é dirigida, como as finanças são administradas e como os diferentes grupos de interesse (acionistas, funcionários, clientes, etc.) se relacionam. Em resumo, a governança corporativa busca garantir que a empresa seja administrada de forma transparente, ética e responsável, visando o benefício de todos os envolvidos.

Consoante Freeman (1984), a empresa é uma rede de relações entre diversos stakeholders, como acionistas, funcionários, clientes, fornecedores, comunidades e o meio ambiente. Governança corporativa, responsabilidade social e recursos humanos são essenciais para equilibrar esses interesses e gerar valor compartilhado.

À vista disso, no quadro 4 abaixo aborda os conceitos dos respectivos itens a serem divulgados.

Quadro 4. Governança corporativa, responsabilidade social e recursos humanos

| Item | Conceito |
|--|--|
| Histórico do clube | Apresentação da fundação do clube, conquistas, títulos, jogadores marcantes. Construção da identidade e reputação do clube. |
| Missão, Visão e Valores do clube | Princípios fundamentais do planejamento estratégico que são pilares da identidade do clube. Missão refere-se ao propósito principal, visão compreende um objetivo a ser alcançado a longo prazo e valores são convicções e crenças que formam a ética e cultura. |
| Estatuto do clube | Determina as normas de funcionamento, estabelecendo as finalidades e as atividades, assim como as obrigações e deveres dos representantes do clube. |
| Organograma da estrutura organizacional | Representação visual onde demonstra a hierarquia e as relações entre os diferentes cargos e departamentos. |
| Produtos ofertados | Comercialização de mercadorias oficiais via loja. |
| Qualidade e segurança dos serviços e produtos ofertados | Descrição específicas das mercadorias mais o acesso a central de relacionamento. |
| Estrutura de propriedade | Exposição do patrimônio físico, a sede, local de treinamento e alojamentos. |
| Patrocinadores | Entidades que proporcionam apoio financeiro, recursos ou serviços. Normalmente em permuta de reconhecimento e visibilidade da marca empresarial. |
| Seção sobre responsabilidade social corporativa/sustentabilidade | Condução das atividades do clube de maneira ética e responsável em relação aos stakeholders, comunidade e meio ambiente. |

Fonte: Elaboração própria (2024)

Os clubes Grêmio e Internacional foram os melhores divulgaram 100% dos itens, os outros clubes como Flamengo, Corinthians, Atlético Mineiro, Santos e Fluminense demonstraram um aproveitamento de 88,89%. Logo, depois Palmeiras e Atlético Paranaense com 77,77% e por fim o São Paulo com 66,66% de proveito.

4.3 Ferramenta para os usuários

Os recursos e ferramentas que facilitam a interação dos usuários com um produto, serviço ou plataforma digital. O objetivo central é tornar a experiência do usuário mais intuitiva e eficaz.

No quadro 5 abaixo aborda os conceitos dos respectivos itens a serem disponibilizados.

Quadro 5. Ferramenta para os usuários

| Item | Conceito |
|---|---|
| Seção de comunicados à imprensa/ Notícias | Parte direcionada para publicação de comunicados e notícias relevantes. Público-alvo jornalistas, torcedores e geral. |
| Perguntas mais frequentes (FAQ) | Organizada para propiciar respostas rápidas e claras referente as questões constantemente perguntadas. |
| Calendário de jogos/eventos | Apresenta o cronograma dos jogos como data, horário e local. |
| Dados contábeis e financeiros em formatos processáveis (como XLS) | Formato de planilha eletrônica (excel). Usuário consegue manusear os dados contábeis. |
| Dados contábeis e financeiros em PDF | <i>Portable Document Format</i> (formato portátil de documento). Visualização de documentos permitindo fazer marcações. |
| E-mail para contato | Permiti enviar mensagens diretamente para o departamento do clube. |
| Contato telefônico | Forma de interação direta e praticamente imediata entre duas ou mais pessoas, realizada através de um dispositivo telefônico. |
| Ferramenta de busca interna | Funcionalidade que por meio de palavras chaves o usuário consegue realizar pesquisas dentro do site. |
| Informações do <i>webmaster</i> | Profissional responsável pelo desenvolvimento e ou manutenção do site. |

Fonte: Elaboração própria (2024)

Observa-se que após análise somente três clubes não possui uma seção FAQ, sendo eles Atlético Mineiro, Internacional e Santos. O que acabam dificultando a obtenção de uma resposta simples imediata ao stakeholders.

Nota-se a falta de divulgação de dados contábeis e financeiros em formatos como XLS, essa publicação não é necessariamente importante, tendo em vista a divulgação em outro formato de forma plausível, porém a sua disponibilidade facilita a análise e o manuseio dos dados por parte dos usuários, ademais nenhum clube analisado disponibilizou. Ademais, todos os dados financeiros estão presentes em relatórios financeiros/administrativo formato PDF, com exceções dos clubes Internacional, Santos e Atlético Paranaense em que relatórios se encontra em forma de escaneada. Assim, é interessante os clubes disponibilizarem as demonstrações em variados formatos para que os usuários não tenham um dispêndio de tempo e recursos caso fosse necessário manusear as demonstrações contábeis.

Outrossim, o selo do *webmaster* certificado digital que transmite credibilidade e que demonstram qualidade e segurança somente os clubes Palmeiras, Grêmio, Corinthians e Atlético Mineiro apresentaram. Ademais, de modo geral os clubes apresentam algum modo de contato sendo um e-mail ou telefone administrativo.

5. Conclusão

O futebol, o esporte mais populares do mundo, envolve bilhões de pessoas globalmente e une diferentes culturas e classes sociais. A paixão que gera transforma clubes em grandes instituições e movimenta um mercado bilionário. Dada sua influência, cresce a necessidade de maior transparência e responsabilidade financeira nos clubes.

A transparência em diversas áreas como financeira, de governança e social, proporciona aos torcedores e demais stakeholders uma visão clara da situação dos clubes, permitindo assim possibilidade de análise e adoção de práticas de gestão mais eficazes. Nesse contexto, esse estudo teve como objetivo analisar o nível de *disclosure* dos dez principais clubes de futebol brasileiros mais valiosos conforme consultoria independente da Brand Finance (2023).

Para alcance do objetivo, previamente foi realizada uma tabela contendo 25 itens distribuídos em seções: informações contábeis e financeiras (7), governança corporativa, responsabilidade social e recursos humanos (9) e ferramenta para os usuários (9). Após isso, foram feitas visitas aos *websites* dos respectivos clubes para a identificação dos itens, posteriormente as informações foram tabeladas, para obtenção do nível de *disclosure* foi atribuída uma pontuação, onde 0 indica que o item não foi atendido e 1 indica que o item foi observado, sendo assim possível calcular o nível *disclosure* por seção e o total geral.

Após as análises, o nível de *disclosure* dos clubes apresentaram resultados satisfatórios, entretanto, há possibilidade de melhorias. Em relação o ranking geral de aproveitamento dos clubes temos: Grêmio e Corinthians lideram com (88%), seguidos por Flamengo, Palmeiras e Fluminense (84%). Na sequência, temos Atlético Mineiro, Internacional e Santos (80%), Atlético Paranaense com (76%) e por fim o São Paulo (72%).

Verificando a divulgação das informações contábeis e financeiras, observa-se que os clubes ainda mantêm a ideia principal de divulgarem as demonstrações contábeis obrigatórias, assim não publicando outras demonstrações como a Demonstração do Valor Adicionado, com exceções dos clubes Corinthians, São Paulo e Santos.

Observando os itens de governança corporativa, responsabilidade social e recursos humanos ressalta-se o déficit em alguns clubes em relação a divulgação dos conceitos estratégicos, organograma da estrutura organizacional e responsabilidade social corporativa/sustentabilidade. Assim, dificultando a transparência nessa parte social do clube.

Por sua vez referente à ferramenta para usuários fazendo contraponto com divulgação das demonstrações contábeis destaca-se a inobservância com a publicação dos dados em outros formatos mais maleáveis para uso. Logo, aumentando o dispêndio de tempo ou restringindo o máximo aproveitamento do usuário e demais stakeholders em relação a documentação.

Em consequências dessas análises, os clubes analisados demonstram equilíbrio e conhecedor da importância da transparência considerando que todos os clubes apresentaram um percentual de acima 70% de divulgação dos itens analisados, assim conclui-se um bom nível de *disclosure* porém com certas ressalvas aos quais foram relatadas. Em decorrência desse trabalho, observa-se que em pesquisas futuras, podem ser ampliados os períodos analisados e a quantidade das amostras dos clubes permitindo uma pesquisa estatística correlacionando o porte dos clubes com o nível de *disclosure*.

REFERÊNCIAS

- Ahmad, A., Tower, G., Plummer, J., & Aripin, N. (2010). Transparency and clarity of water accounting reporting. *Journal Of The Asia Pacific Centre For Environmental Accountability*, 16(4), 4-19.
- Aly, D., Simon, J., & Hussainey, K. (2010). Determinants of corporate internet reporting: evidence from Egypt. *Managerial Auditing Journal*, 25(2), 182-202. doi:10.1108/02686901011008972
- Bengtsson, M., & Wallström, J. (2014). Accounting and disclosure of football player registrations: Do they present a true and fair view of the financial statements? A study of Top European Football Clubs. Dissertação de mestrado, JIBS Business Administration, Jönköping, Sweden.
- Botti, L., Boubaker, S., Hamrouni, A., & Solonandrasana, B. (2014). Corporate governance efficiency and internet financial reporting quality. *Review of Accounting and Finance*, 13(1), 43-64. doi:10.1108/raf-11-2012-011
- Brand Finance (2023). <https://brandfinance.com/press-releases/flamengo-e-a-marca-mais-forte-e-mais-valiosa-do-futebol-brasileiro>
- Brown, S., & Hillegeist, S. A. (2007). How disclosure quality affects the level of information asymmetry. *Review of accounting studies*, 12(2), 443-477.
- Chalmers, K., Navissi, F., & Qu, W. (2010). Value relevance of accounting information in China pre?and post?2001 accounting reforms. *Managerial Auditing Journal*, 25(8), 792-813.
- Confederação Brasileira de Futebol (2022). <https://www.cbf.com.br/a-cbf/informes/index/em-alta-cbf-registrou-1-276-clubes-em-2022>
- Confederação brasileira de futebol (2024). <https://www.cbf.com.br/a-cbf/informes/index/cbf-tem-superavit-recorde-de-r-238-milhoes-e-crescimento-nos-investim>

- Consultoria EY (2023). <https://www.lance.com.br/lancebiz/financas/receita-de-clubes-brasileiros-chega-a-r-111-bilhoes-em-2023-veja-ranking.html>
- Cordeiro, T.; Júnior, A.. Receitas Arrecadas e Disclosure Contábil em Clubes de Futebol Brasileiros. 18º Congresso USP de Iniciação Científica em Contabilidade, www.congressosp.fipecafi.org, 2021. Disponível em: www.congressosp.fipecafi.org. Acesso em: 1 dez. 2023.
- Custódio, R. D. S., & Rezende, A. J. (2009). A evidenciação dos direitos federativos nas demonstrações contábeis dos clubes de futebol brasileiros. In Congresso USP de Controladoria e Contabilidade (Vol. 9).
- Federação Internacional de Futebol, (2022). Acessado 05 agosto, 2024, https://www.espn.com.br/futebol/copa-do-mundo/artigo/_id/11497424/fifa-divulga-1-5-bilhao-pessoas-redor-do-mundo-assistiram-final-copa-do-mundo
- Ferri, F., Zheng, R., & Zou, Y. (2018). Uncertainty about managers' reporting objectives and investors' response to earnings reports: Evidence from the 2006 executive compensation disclosures. *Journal of Accounting and Economics*, 66(2-3), 339-365
- Fifa Big Count (2006). <https://resources.fifa.com/image/upload/big-count-estadisticas520058.pdf?cloudid=mzid0qmguixcmrudevema>
- Figueiredo, G. H., dos Santos, V., & da Cunha, P. R. (2017). Práticas de evidenciação em entidades desportivas: Um estudo nos clubes de futebol brasileiros. *Enfoque: Reflexão Contábil*, 36(1), 01-21.
- Fuertes-Callén, Y., Cuellar-Fernández, B., & Pelayo-Velázquez, M. (2014). Determinants of online corporate reporting in three Latin American markets. *Online Information Review*, 38(6), 806-831. doi:10.1108/oir-10-2013-0240
- Gajewski, J., & Li, L. (2015). Can Internet-based disclosure reduce information asymmetry? *Advances in Accounting*, 31(1), 115-124. doi:10.1016/j.adiac.2015.03.013
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2015). Práticas de Esporte e Atividade Física. <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv100364.pdf>
- Iudícibus, S. (2010). Teoria da contabilidade. (10a ed.). São Paulo: Atlas.
- Kelton, A. S., & Pennington, R. R. (2012). Internet financial reporting: The effects of information presentation format and content differences on investor decision making. *Computers in Human Behavior*, 28(4), 1178-1185. doi:10.1016/j.chb.2012.01.028
- Kelton, A. S., & Yang, Y. (2008). The impact of corporate governance on Internet financial reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*, 27(1), 62-87. doi:10.1016/j.jaccpubpol.2007.11.001

- Lee, R. L., & Joseph, R. C. (2013). An examination of web disclosure and organizational transparency. *Computers in Human Behavior*, 29(6), 2218-2224. doi:10.1016/j.chb.2013.05.017
- Leoncini, M. P., & Silva, M. T. da. (2005). Entendendo o futebol como um negócio: um estudo exploratório. *Gestão & Produção*, 12(1), 11-23. <https://doi.org/10.1590/S0104-530X2005000100003>
- Marques, V. A., dos Reis Santos, G., Ferreira, C. O., Amaral, H. F., & de Souza, A. A. (2017). Nível de evidenciação das demonstrações contábeis dos clubes brasileiros de futebol. *Revista Mineira de Contabilidade*, 18(2), 28-40.
- Morrow, S. (2013). Football club financial reporting: time for a new model? *Sport, Business and Management: An International Journal*, 3(4), 297-311.
- Nakamura, W. T. (2015). Reflexões sobre a gestão de clubes de futebol no Brasil. *Journal of Financial Innovation*, 1(1), 40-52.
- Neves, L. L., Maciel, S. A., Marins, M. B. & Aranha, J. A. M, (2022, set./dez.). Futebol: uma revisão sistemática da produção científica nacional e internacional sobre a ótica econômico-financeira. *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review*, São Paulo, 11(3), 479-504. <https://doi.org/10.5585/podium.v11i3.19615>.
- Pereira, A. G. C., Brunozi, A. C., Jr., Kronbauer, C. A., & Abrantes, L. A. (2015). Eficiência técnica e desempenho econômico-financeiro dos clubes de futebol brasileiros. *Revista Reuna*, 20(2), 115-138.
- Pereira, J. A. O. (2003). Futebol, de esporte amador a negócio de entretenimento e lazer em uma sociedade midiaticizada. Dissertação de mestrado, Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA, Brasil.
- Pereira, R. A., Arraes, J. P. D., Costa, A. D. J. B. (2018). Evidenciação contábil em entidades desportivas: uma análise dos clubes de futebol brasileiros 2010 a 2016. In Congresso USP de Controladoria e Contabilidade. São Paulo, SP, Brasil, 15.
- Proni, M. W. (2000). A metamorfose do futebol. Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Economia.
- Pronunciamento técnico CPC 00 (R2), 01, de novembro de 2019. Estrutura conceitual para Relatório Financeiro. [http://static.cpc.aatb.com.br/Documentos/573_CPC00\(R2\).pdf](http://static.cpc.aatb.com.br/Documentos/573_CPC00(R2).pdf)
- Raupp, F. M. ; Beuren, I. M. . Metodologia da pesquisa aplicável às ciências. *Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática*. São Paulo: Atlas, 2006.
- Rios, R. P., & Marion, J. C. (2017). Contabilidade Avançada: De Acordo com as Normas Brasileiras de Contabilidade (NBC) e Normas Internacionais de Contabilidade (IFRS). São Paulo: Atlas.

- Schwarz, L. A.; Barbosa, A.; Neto, R. Fatores Determinantes da Divulgação Voluntária Web-Based das Companhias Brasileiras de Saneamento Básico. *Revista Evidenciação Contábil & Finanças*, [S. l.], v. 7, n. 2, p. 118-141, 2019. DOI: 10.22478/ufpb.2318-1001.2019v7n2.39791.
- Silva, C. A. T., Teixeira, H. M., & Niyama, J. K. (2009). Evidenciação contábil em entidades desportivas: uma análise dos clubes de futebol brasileiros. In *Congresso USP de Controladoria e Contabilidade* (Vol. 9).
- Silva, L. J. P. ., Neves, L. de L. ., Maciel, S. de A. ., Pereira, A. dos S. ., & Vendramin, E. de O. . (2021). CONSTRUÇÃO DE ÍNDICE PADRÃO: UMA ANÁLISE FINANCEIRA DOS CLUBES DE FUTEBOL BRASILEIROS DA SÉRIE A. *Revista Conhecimento Contábil*, 11(01). Recuperado de <https://periodicos.apps.uern.br/index.php/RCC/article/view/3290>
- Xiao, J., Yang, H., & Chow, C. W. (2004). The determinants and characteristics of voluntary Internet-based disclosures by listed Chinese companies. *Journal of Accounting and Public Policy*. doi:10.1016/s0278-4254(04)00021-3