



*Estudo do IPAM – The Marketing School*

## **Jogos do título geram impacto económico de 28 milhões de euros**

**Análise centra-se nas receitas diretas e indiretas dos encontros da última jornada do campeonato nacional: Benfica-Nacional e Braga-Sporting**

A poucas horas de se dar o pontapé de saída dos jogos que irão decidir o campeão nacional da época 2015/2016, o IPAM – The Marketing School acaba de desenvolver um estudo sobre o impacto económico dos jogos disputados este domingo, 15 de maio, entre Benfica e Nacional (no Estádio da Luz) e entre Braga e Sporting (no Estádio Municipal de Braga). Entre gastos com restauração, deslocações, segurança, receitas de bilheteira, direitos de transmissão, apostas *on-line* e publicidade e ações promocionais, os encontros decisivos da última jornada do campeonato nacional deverão gerar um retorno económico de 27,9 milhões de euros.

Este valor resulta da soma das receitas diretas geradas no Estádio da Luz (3,2 milhões de euros) e, ainda, das receitas diretas e indiretas no Estádio Municipal de Braga (uma vez que os adeptos do Sporting terão que se deslocar): 1,3 milhões de euros e 23,5 milhões de euros, respetivamente. O jogo – e todas as variáveis que movimenta, desde receitas de bilheteira, direitos de transmissão, segurança, restauração, publicidade, venda de *merchandising*, deslocações de adeptos, consumos em casa e na restauração e consumo de *media* – é responsável por 22,3 milhões de euros, 80 por cento do total de impacto económico. O período de estágio, de descompressão e a fase de rescaldo do jogo representam, no total, 15 por cento (cinco por cento cada) do retorno financeiro. Os períodos de preparação e de regresso do jogo são os menos significativos do ponto de vista económico, representando, apenas, dois e três por cento do retorno, respetivamente.

O estudo – realizado pelo Gabinete de Estudos de Marketing para o Desporto do IPAM – revela que a audiência televisiva para o Benfica-Nacional e para o Braga-Sporting deverá rondar os 3,5 a 4 milhões de telespectadores, além dos 65 mil adeptos que estarão nas bancadas do Estádio da Luz e dos 30 mil no Estádio Municipal de Braga. Refira-se, ainda, que as receitas irão beneficiar clubes, a Liga Portuguesa de Futebol Profissional, empresas de *catering*, transportes, hotelaria, cafés, restaurantes, concessionários de auto-estradas e marcas desportivas, entre outros.

---

O IPAM - The Marketing School foi fundado em 1984, sendo a mais antiga e a maior escola de marketing que existe em Portugal, com campus no Porto e em Lisboa, tendo formado nos seus 30 anos de atividade mais de 9.000 alunos. O IPAM - The Marketing School integra a rede Laureate International Universities que, em Portugal, inclui ainda a Universidade Europeia e o IADE-Creative University. A Laureate é líder mundial na oferta de instituições de ensino superior e, pelas suas 80 escolas, circulam mais de 1 milhão de estudantes bem como uma rede de professores e investigadores, cujo principal objetivo é contribuir para a inovação e produção de conhecimento em todo o mundo.

Dispersas por 28 países e presentes nos cinco continentes, as universidades da rede Laureate oferecem programas de licenciaturas, mestrado e doutoramento em áreas tão distintas como a Arquitetura, Gestão, Turismo, Desporto, Design, Engenharia, Ciências da Saúde, Medicina e Direito, entre outras. A comunidade Laureate acredita no poder transformador da Educação e tem como missão influenciar de forma positiva e duradoura a vida dos seus estudantes, professores e colaboradores: "Quando os nossos estudantes brilham, os países prosperam e as sociedades evoluem".

**Para mais informações sobre o IPAM:** [www.ipam.pt](http://www.ipam.pt).

**Para mais informações sobre o Grupo Laureate:** [www.laureate.net](http://www.laureate.net).

---

12 de maio de 2016