



MANUEL NUNES // PRESIDENTE DA AF LEIRIA

Manuel Nunes é licenciado em Educação Física pelo Instituto Superior de Educação Física da Universidade Técnica de Lisboa e Mestre em Motricidade Humana na especialidade de Ciências do Desporto - Treino do Jovem Atleta na Faculdade de Motricidade Humana - Universidade Técnica de Lisboa com a tese "A evolução da Força Rápida e da Força Reativa em Jovens praticantes federados de Futebol no escalão etário de 16-18 anos".

Presidente da AF Leiria desde 2016, ocupou o posto de vice-presidente desportivo da mesma associação entre 1999 e 2016. Foi presidente do SC Caldas e atleta federado de Futebol durante 16 anos. Tem o IV Nível do curso de Treinador de Futebol. Técnico da Delegação de Leiria da DGD, desempenhou a função de Chefe de Divisão de Desporto na Câmara Municipal de Rio Maior e foi membro dos Conselhos de Administração das empresas municipais Desmor e Leirisport. Foi membro da Comissão para a Formação de Agentes Desportivos e da Direção Técnica Nacional da FPF. Publicou vários textos na revista de Educação Física e Desporto "Horizonte". Recebeu o Prémio "Fernando Vaz", atribuído pela ANTF.

O VALOR DA VITÓRIA

Manuel Nunes, presidente da AF Leiria, analisa o perfil dos praticantes de futebol, compara com outras realidades e destaca o sucesso no Euro-2016 no caminho de valorização do Futebol em Portugal

"A competição entre dois clubes não é apenas uma avaliação das capacidades de rendimento desportivo entre os que competem. É, também, um modo de se confrontarem e avaliarem as entidades que os competidores representam. E, muitas vezes, quem vence não é apenas o clube, mas a cidade, a região ou o país" (CONSTANTINO, 2007, 77).

A maior ambição de um jogador de elite de uma equipa de qualquer modalidade é poder participar na fase final, competindo com adversários de valor elevado e ser Campeão Nacional, depois fazer parte da Seleção Nacional e sagrar-se campeão Europeu ou Mundial. "Estar na final do Europeu é um

momento único" referiu Marcos Freitas jogador da Seleção Nacional de Ténis de Mesa ao ser apurado para a final do Campeonato Europeu de Equipas com a Alemanha (A Bola, Gabriela Melo, 17.09.2017).

O seu feito ficará para sempre registado na História da modalidade e do seu país. Mas, para além do sentido épico da vitória, hoje é fundamental ser-se pragmático e perceber qual o significado do impacto da mesma no aumento do número de equipas e praticantes, no desenvolvimento do Desporto em geral, e até mesmo na economia desse mesmo país, para poder corrigir-se a estratégia a seguir, se for caso disso.

Este facto torna-se hoje muito importante, principalmente, porque os responsáveis pelos

grandes investimentos que se realizam nas diferentes modalidades, sejam privados ou públicos, de modo a tornar a sua participação viável, desejam entender qual o seu retorno, para estudar novas propostas no futuro.

Esta situação também se verifica no Futebol, modalidade preferida dos portugueses e da maioria da população europeia e mundial, que vai tendo, cada vez mais, o interesse de grandes patrocinadores, seja nos jogadores, treinadores, diretores desportivos, clubes, academias ou instalações, e por isso, necessitam frequentemente de ser devidamente avaliados, para se perceber o seu efeito.

É que "o impacto de um sucesso desportivo não se deve limitar aos efeitos diretos, mas

sim integrar todas as externalidades positivas que aumentam o valor real do sucesso” (GOUGUET, 2001, 404).

Assim, este tema tem todo o interesse em ser analisado, a propósito da inédita vitória alcançada na recente participação da Seleção Nacional “A” de Futebol no EURO 2016, mas há muito tempo desejada, como foi no caso do EURO 2004, questionando-se a sua vantagem, e o impacto verificado nos Clubes, FPF, jogadores, país, investidores, desenvolvimento da modalidade e no desporto em geral.

Para se perceber se o significado do impacto de um resultado desportivo brilhante como foi o caso do EURO 2016, teve incidências positivas ao nível do desenvolvimento do Futebol Nacional, elaborámos este pequeno estudo constituído a diferentes níveis:

1. Plano Desportivo – Verificar o incremento do número de praticantes e equipas;
2. Plano Económico – Analisar o impacto na economia nacional e nos agentes intervenientes;
3. Capacidade de “gerar estrelas desportivas”;
4. Forma de divulgar a imagem do país no âmbito do fenómeno desportivo;

5. Que política desportiva se deve implementar num futuro próximo e longínquo.

Mas o que poderá ter trazido de benéfico para Portugal a obtenção do título de Campeão Europeu de Seleções Nacionais “A” de Futebol? É o que pretendemos mostrar de seguida.

1. PLANO DESPORTIVO

Em primeiro lugar, consideramos importante ter uma noção geral da situação das principais federações desportivas, no que diz respeito ao número de praticantes e a sua relação no panorama português.

1.1. PRINCIPAIS FEDERAÇÕES

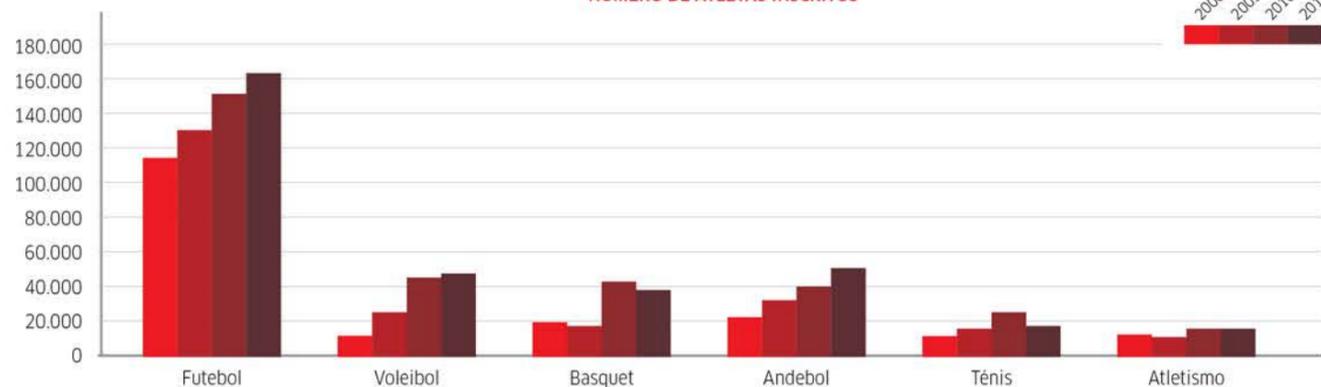
Deste modo, pretendemos verificar a evolução do número de praticantes inscritos nas principais federações desportivas do país, que são a do Futebol, Voleibol, Basquetebol, Andebol, Ténis e Atletismo no decorrer dos últimos 15 anos (IPDJ, PORDATA – última atualização a 15.02.2017). De acordo com o indicado no Quadro e Gráfico, podemos verificar que durante este período:

- Há um aumento progressivo do número de praticantes nas diferentes federações, com exceção, em determinados períodos do Basquetebol, Ténis e Atletismo, registando o Futebol em 2015, o número significativo mais elevado de 161.167 praticantes, o que representa 28,5% do total de praticantes no país;
- O Futebol regista sempre um número crescente mais elevado de praticantes com destaque para 2015, em que o valor relativo do incremento (8,8%) é superior, pela primeira vez ao verificado por todas as modalidades (8,4%);
- Estas modalidades no seu conjunto contam em 2015 com 322.662 praticantes, o que corresponde a 57% do total.

Para termos uma noção mais exata da evolução do número de praticantes, procurámos saber os rácios de participação com o número de habitantes no país, que apresentamos no Quadro e Gráficos seguintes, marcando como referência os anos de 2000, 2005, 2010 e 2015 (IPDJ, PORDATA), podendo-se concluir que:

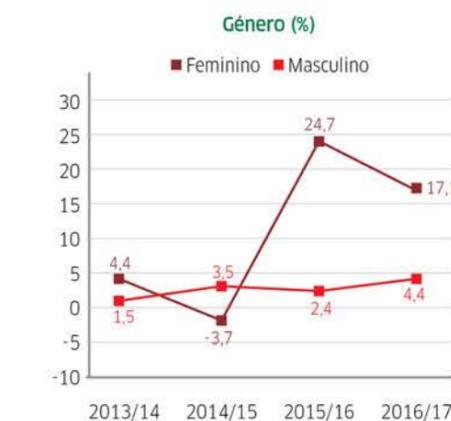
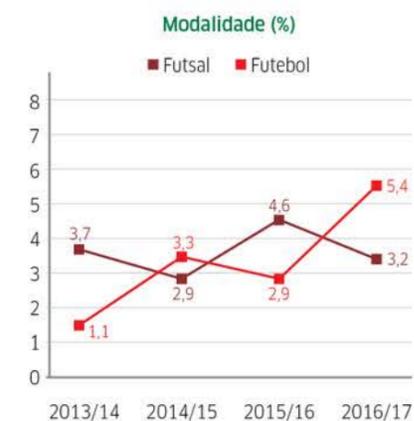
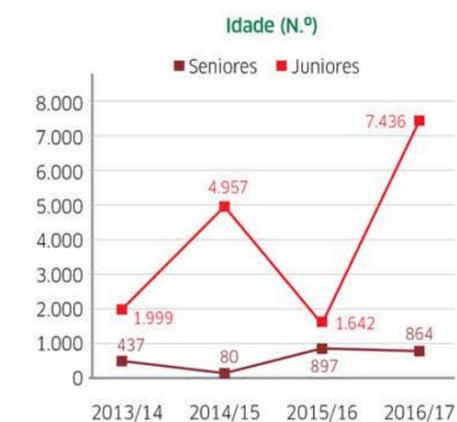
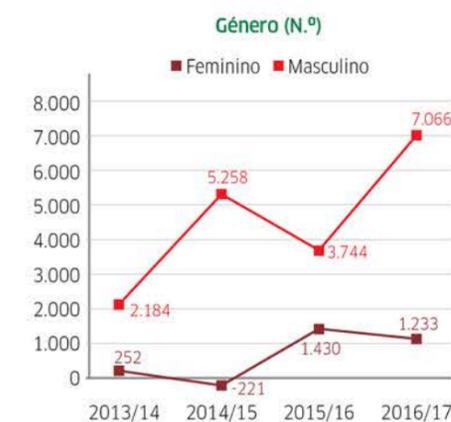
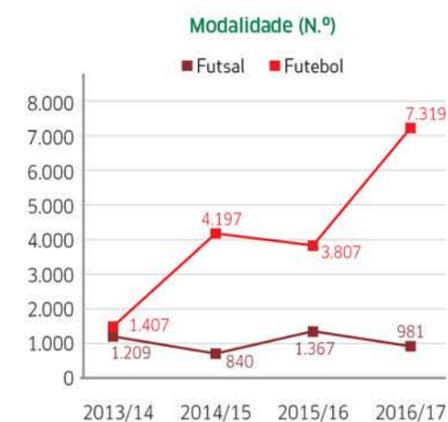
- Ambos os rácios tiveram um incremento

PRINCIPAIS FEDERAÇÕES
NÚMERO DE ATLETAS INSCRITOS



Portugal	2000	2005	2010	2015
População Residente	10.289.898	10.503.330	10.573.100	10.358.076
Nº Praticantes Federados	322.761	454.651	522.433	566.366
Nº Jogadores na FPF	113.895	131.835	148.106	161.167
% de jogadores FPF no total de Prat. Fed.	(35,3%)	(29,0%)	(28,3%)	(28,5%)
Rácio Prat. Federados/ População	3,14%	4,33%	4,94%	5,47%
Rácio Jogadores FPF/ População	1,10%	1,26%	1,40%	1,56%

ÉPOCA DESPORTIVA 2016/17



significativo, no entanto o da participação de praticantes federados/população aumentou mais, o que significa dizer que houve um crescimento tendencial à custa da existência de praticantes nas diferentes federações;

· Pela primeira vez atingiu-se em 2015 o rácio de 5,47%, que é considerado o valor mínimo de referência elementar ao nível internacional.

1.2. FEDERAÇÃO PORTUGUESA DE FUTEBOL

Para analisarmos este tema decidimos estudar os dados existentes na FPF, como forma de poder entender a evolução da modalidade e verificar se teve alguma influência a vitória no EURO 2016.

1.2.1 PRATICANTES

Assim, no quadro e gráficos seguintes indicamos o incremento verificado no

O FUTEBOL, MODALIDADE PREFERIDA DOS PORTUGUESES E DA MAIORIA DA POPULAÇÃO EUROPEIA E MUNDIAL, VAI TENDO, CADA VEZ MAIS, O INTERESSE DE GRANDES PATROCINADORES, SEJA NOS JOGADORES, TREINADORES, DIRETORES DESPORTIVOS, CLUBES, ACADEMIAS OU INSTALAÇÕES

número de praticantes inscritos nas últimas quatro épocas desportivas na FPF, no seu valor absoluto e relativo e respetiva relação entre si, no decorrer das épocas de 2012/13 a 2016/17, no que diz respeito à modalidade, gênero e idade, podendo-se retirar as seguintes conclusões:

- Valor Absoluto – Existe um significativo aumento do número de praticantes, de uma forma generalizada, com exceção do Futebol Feminino na época de 2014/15;
- Valor Relativo – verifica-se, com especial destaque, um incremento:
 - No Futebol nas épocas de 2014/15 (3,3%) e 2016/17 (5,4%) e no Futsal em 2013/14 (3,7%), 2015/16 (4,6%) e 2016/17 (3,2%);
 - No Sexo Masculino em 2014/15 (3,5%) e 2016/17 (4,4%) e no Feminino em 2013/14 (4,4%) e principalmente em 2015/16 (24,7%) e em 2016/17 (17,1%);
 - Nos Juniores nas épocas 2013/14 (9,6%),

2014/15 (3,9%), 2015/16 (3,3%) e 2016/17 (5,5%);
 · A época de 2016/17 foi a que teve maior incremento graças ao:
 · Futebol - 7.319 jogadores (5,4%) e Futsal - 981 jogadores (3,2%);
 · Sexo Masculino - 7.066 jogadores (4,4%) e Sexo Feminino - 1.233 jogadoras (17,1%);
 · Júniores - 7.436 (5,5%).
 · Podemos concluir que, em termos comparativos das quatro épocas desportivas, há uma evidência da influência da vitória do EURO 2016, no aumento do número de praticantes na época de 2016/17.

1.2.2. EQUIPAS

Para se saber qual a alteração sentida no número de equipas, analisámos, somente, os dados respeitantes às épocas desportivas de 2015/16 e 2016/17.
 Assim, estudámos o incremento verificado no número de equipas inscritas na FPF, no seu valor absoluto e relativo e respetiva relação entre si, no decorrer das épocas de 2015/16 a 2016/17, no que diz respeito à modalidade, género e idade, podendo-se retirar as seguintes conclusões:
 · Valor Absoluto - Existe um significativo aumento do número de equipas 469 (5%), de uma forma generalizada, na época de 2016/17;
 · Valor Relativo - verifica-se, com especial destaque, o seguinte na época de 2016/17:
 · Na Modalidade o incremento existente é sentido em especial pelo aumento do número de equipas inscritas no:

· Futebol Masculino com 426 equipas (6,2%), o Feminino com 10 (7,1%), e Futsal Masculino com 48 (2,3%);
 · No Género o incremento é verificado à custa do Sexo Masculino com 474 equipas (5,3%);
 · Na Idade o incremento é efetuado essencialmente no escalão de Júniores com 531 equipas (6,9%), principalmente à custa do Futebol Masculino com 421 equipas (7,0%), do Feminino com 15 equipas (21,7%) e do Futsal Masculino com 94 equipas (5,9%);
 · No escalão Sénior só se verificou um incremento no Futebol Masculino com 5 equipas (0,5%).

Estes valores implicam uma análise necessária, aprofundada e urgente para apurar as suas causas e decidir qual a opção estratégica correta, para melhorar esta situação.
 Podemos concluir que, em termos comparativos das duas épocas desportivas, há uma evidência da influência da vitória do EURO 2016, no aumento do número de equipas na época de 2016/17, principalmente no Futebol Júnior Masculino.

O PERFIL DO FUTEBOL PORTUGUÊS
 Tendo em conta todos os dados conhecidos anteriormente relacionados com a época desportiva de 2016/17, e para se ter um maior domínio e certeza das decisões a tomar, considerámos importante definir o “Perfil

HOJE OS JOVENS PORTUGUESES EM IDADE DE JOGAR FUTEBOL SÃO DIFERENTES, PORQUE ESTÃO MAIS INSTRUÍDOS, SÃO EM MENOR NÚMERO, TEM MENOS TRABALHO, EMIGRAM MAIS, ADIAM A DECISÃO DE CASAR E TER FILHOS, ESTÃO SUJEITOS A MUITOS CONSTRANGIMENTOS E VIVEM NA ERA DIGITAL

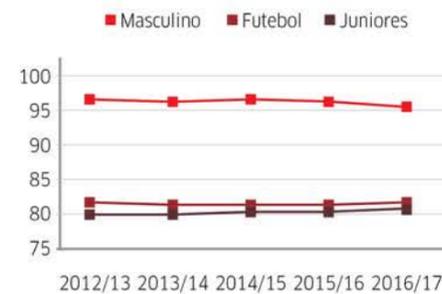
do Futebol Português”, que passamos de imediato a apresentar, consoante for analisado pelo número de praticantes e equipas:
 · Praticante - é Masculino (95,2%), pratica a modalidade Futebol (81,7%) e é do escalão dos Júniores (81,2%);
 · Equipa - é Masculino (95,3%), é do escalão dos Júniores (83,3%) e pratica a modalidade Futebol (75,5%).

TENDÊNCIAS PARA O FUTURO

Após a análise realizada, pretendemos, agora, antecipar um pouco o futuro e saber qual a tendência que os dados das cinco épocas desportivas anteriores nos indicam, como perspetiva futura, quanto aos indicadores apresentados.

PRATICANTES

No gráfico seguinte está indicado a percentagem dominante em cada item estudado.



Da análise dos elementos constantes do gráfico, e tendo em conta os dados disponíveis, podemos inferir que, aquilo que poderá acontecer na(s) próxima(s) época(s), em relação aos elementos estudados, é o seguinte, quanto ao:
 1. Género - Há a possibilidade de continuar a diminuir o valor relativo de jogadores do Sexo Masculino, até pelo esforço que está a ser realizado pela FPF no desenvolvimento do Futebol Feminino;
 2. Modalidade - Existem sinais claros de manter ou mesmo vir a aumentar o nível da modalidade Futebol;
 3. Idade - Verifica-se a existência de um incremento confirmado dos Júniores de uma forma lenta.

Assim, os valores conhecidos nas últimas cinco épocas indicam que a situação se manterá neste padrão, se não se implementarem programas específicos de desenvolvimento do Futebol, que altere esta tendência num outro sentido.

EQUIPAS

No que diz respeito ao número de equipas o panorama é idêntico ao verificado com o número de praticantes, mas neste caso, unicamente relacionado em duas épocas desportivas, ou seja, também existe uma prevalência para se manter no futuro, o padrão existente: Futebol, Júnior Masculino.

1.3. IMPLICAÇÕES DEMOGRÁFICAS NO FUTEBOL

No decorrer de 16 anos (2000-2016), a população portuguesa mudou muito, porque:
 · Na totalidade cresceu 35.554 habitantes (0,35%). Contudo, nos últimos 6 anos, Portugal perdeu 220.648 habitantes (PORDATA, INE). Esta tendência tem vindo a manter-se desde 2010;
 · Tem menos 1.004.870 crianças e jovens (até aos 34 anos), principalmente no escalão etário dos 15/29 anos, que é aquele onde potencialmente mais se pratica a modalidade;
 · Todos os anos cerca de 110.000 jovens completam o Ensino Secundário, para ingressar no Ensino Superior cerca de 73.000, provocando alterações profundas na sua organização de vida incluindo a desportiva;
 · Num período decisivo da sua vida (até aos 18 anos), existem cerca de 480.000 jovens em situação de risco de pobreza, dificultando as suas opções culturais, recreativas e desportivas;
 · Há um aumento significativo da idade mais avançada, o que acompanha a tendência verificada em toda a Europa.

Em 2016 as principais causas para se verificar esta situação foram:

- Baixa Natalidade (87.126);
- Subida do nº de Óbitos (110.535);
- Saldo Natural negativo (- 23.409);
- Emigração permanente (38.373 - mantém-se constante);
- Emigração temporária (58.878 - mantém-se constante);
- Imigração permanente (29.925 - aumentou).

Associado a estes indicadores existe um outro também pertinente, que está relacionado com o impacto que a revolução tecnológica pode ter na dinâmica populacional e na estrutura do emprego, e que perturbação provocará no desenvolvimento do Futebol.

Em termos conclusivos podemos afirmar que, hoje os jovens portugueses em idade de jogar Futebol são diferentes, porque estão mais instruídos, são em menor número, tem menos trabalho, emigram mais, adiam a decisão de casar e ter filhos, estão sujeitos a muitos constrangimentos e vivem na era digital (PORDATA, 2017; INE).

O número de pessoas de um país não é determinante para a qualidade do praticante de Futebol, mas, como facilmente se entenderá, devemos estar muito atentos à evolução da sua dinâmica populacional, porque os padrões da distribuição no território ao variarem muito, onde também incluímos a forte diferença na proporção litoral/interior, vão interferir nas motivações das pessoas para a prática da modalidade, podendo vir a ter uma grande influência na sua organização, como, por exemplo nos Quadros

HÁ UMA EVIDÊNCIA DA INFLUÊNCIA DA VITÓRIA DO EURO 2016, NO AUMENTO DO NÚMERO DE EQUIPAS NA ÉPOCA DE 2016/17, PRINCIPALMENTE NO FUTEBOL JÚNIOR MASCULINO. O PRATICANTE FEDERADO EM 16/17 TINHA COMO PERFIL SER MASCULINO (95,2%), PRATICAR A MODALIDADE FUTEBOL (81,7%) E SER DO ESCALÃO JÚNIOR (81,2%)

Competitivos.
 Sobre este assunto MESTRE (2001), indica que “as federações devem, atento ao seu papel social, procurar oferecer aos clubes modelos organizativos atrativos e enfatizar as virtudes do modelo piramidal da promoção-releição, porque assente na solidariedade e no mérito desportivo”.

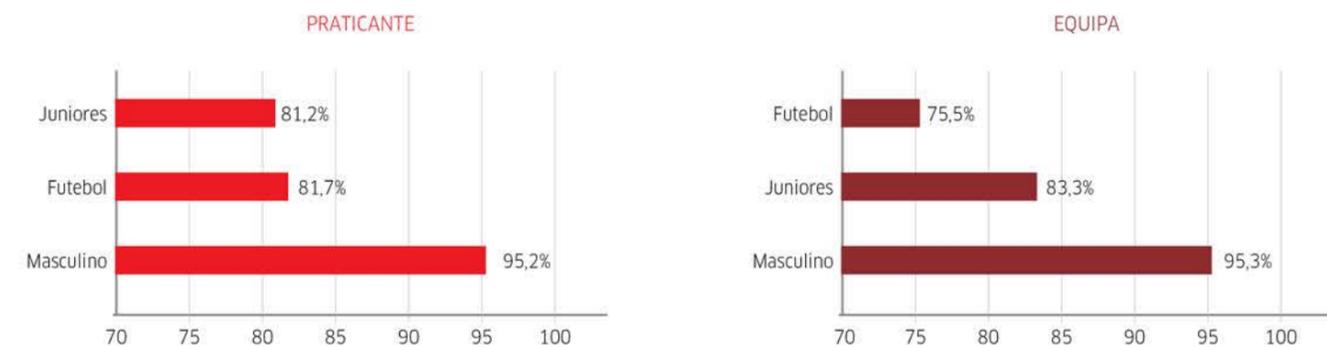
Por isso, para que não haja uma diferença entre o discurso e a tomada de decisões estratégicas para o desenvolvimento do Futebol, é importante que se tenha em conta os dados demográficos regionais. Neste contexto, questionamo-nos se será indiferente aplicar medidas iguais, para concelhos (ADR's) que tem um número bem diferente de jovens.

2. PLANO ECONÓMICO

“Durante as três últimas décadas desenvolveu-se uma poderosa indústria do desporto, em que vários aspetos caracterizam a sua expressão global, que vai desde os movimentos internacionais de pessoas, à dimensão tecnológica, dos media, ideológica, até à económica com grandes fluxos de dinheiro a circular em todo o mundo” (MARQUES, 2007, 85).

Para realizar a análise desta área, efetuámos uma breve abordagem pelos elementos que consideramos fundamentais, como são, os Clubes, a contratação de jogadores, a FPF, o valor da Seleção Nacional, os patrocinadores, a economia nacional, a UEFA e os jogadores.

PERFIL DO FUTEBOL PORTUGUÊS (%) 2016/17



CLUBES

De acordo com informação da UEFA (2017) conforme o estabelecido no Memorando de Entendimento realizado com a Associação de Clubes Europeus, os 641 Clubes de todas as 54 federações nacionais participantes na Fase de Qualificação (FQ) 2014/2015 e na Fase Final (FF) da UEFA EURO 2016, receberam o valor de 150 Milhões de Euros (M€), por disponibilizarem os seus jogadores, o que significa um aumento de 50 M€ em relação ao EURO 2012. Foram contabilizados 329 jogos, 278 durante a FQ e 51 na FF. O critério seguido para a distribuição das verbas aos Clubes foi o seguinte:

- 100 M€ – os que cederam jogadores para a FF;
- 50 M€ – os que cederam jogadores durante a FQ, independentemente da respetiva Seleção Nacional se ter qualificado ou não;
- Os Clubes receberam uma parcela igual por jogador cedido por Seleção Nacional, por:
 - Cada jogo disputado na FQ;
 - Um montante fixo por dia de 6.500,00€ na FF, tendo em conta o coeficiente da FIFA.

Este financiamento atribuído aos 641 Clubes (valor recorde), que vai desde aqueles que são do mais profissionalizado até Clubes de escalões amadores, tem como objetivo promover o desenvolvimento do Futebol e recompensar o seu contributo para com o EURO 2016.

Assim, entre os 15 dias de preparação e os 28 de competição (14 de Junho a 11 de Julho), aos Clubes portugueses contemplados foi atribuído os seguintes valores:

- Sporting C. P. – 1.118.000,00€ (Rui Patrício, William Carvalho, Adrien Silva e João Mário);
- S. L. Benfica – 487.500,00€ (Eliseu e Renato Sanches);
- S. C. Braga – 279.500,00€ (Rafa);
- F. C. Porto – 279.500,00€ (Danilo).

Para o EURO 2020 já foi decidido atribuir o valor de 200 M€ a distribuir pelos Clubes.

CLUBES – CONTRATAÇÕES DE JOGADORES

Com base no Global Transfer Market Report 2017 da Transfer Matching System (TMS), sistema da FIFA que contabiliza as transferências do Futebol à escala mundial, no quadro seguinte estão indicadas as contratações de jogadores efetuadas em 2016 para clubes por país, ordem de importância e respetivos valores globais, podendo-se retirar as seguintes ilações:

- O Volume de Negócios movimentado no ano de 2016 foi de 4,5 mil M€ (+14,3% do que em 2015);

2016	Jogadores		Em Valor			
	País	Contratados	Exportados	Investidos	Recebidos	Saldo
1	Brasil	678	806 (1)	75 M€ (10)	233 M€ (7)	158 M€ (3)
2	Inglaterra	659	732 (2)	1.215 M€ (1)	276 M€ (6)	- 939 M€
3	Portugal	557	479 (5)	157 M€ (7)	370 M€ (4)	213 M€ (2)
4	Espanha	468	536 (3)	450 M€ (3)	490 M€ (1)	40 M€
5	Argentina	451	512 (4)	54 M€ (13)	134 M€ (9)	80 M€
6	Alemanha	407	372 (8)	509 M€ (2)	317 M€ (5)	-196 M€
7	Itália	388	387 (7)	449 M€ (4)	430 M€ (2)	-19,5 M€
8	França	287	410 (6)	184 M€ (6)	401 M€ (3)	217 M€ (1)
9	Rússia	-	231 (14)	101 M€ (8)	163 M€ (8)	62 M€
10	China	-	-	399 M€ (5)	-	-399 M€

Portugal, é o terceiro país a contratar e o quinto a “exportar”. Os clubes nacionais investiram 157 M€ na aquisição de 557 jogadores e faturaram 370 M€ com a venda de 479, o que deixa a balança comercial positiva em 213 M€, com o segundo melhor saldo, situando-se logo atrás da França (217 M€). O saldo das 3 principais SAD’s nacionais entre receitas e gastos com transferências de jogadores em 2016 - 2017 (até 4 de julho de 2017) foi de 248,7 M€.

As Comissões para os agentes de Futebol totalizaram 370 M€, registando-se os países onde receberam mais comissões a Inglaterra (108 M€), Itália (90 M€) e Alemanha (26,4 M€), encontrando-se Portugal em 4º lugar (22,8 M€).

No que diz respeito à idade média dos jogadores que fazem contratos, verifica-se que Portugal se encontra em 5º lugar ao nível mundial, com 557 jogadores transferidos com uma média de idades de 22 Anos e 11 Meses. Este valor é um pouco inferior ao da Inglaterra (3º - 659), e superior à Alemanha (8º - 407) e a Itália (13º - 388), sendo considerada uma boa estratégia dos clubes portugueses em contratarem jovens talentos, para serem formados desportivamente e posteriormente rentabilizados financeiramente.

Reconhecimento do valor do jogador português

- Países que transferem jogadores para o estrangeiro nascidos em:
 - Portugal – 13º - 265 jogadores (-12,0% do que em 2015);
 - Brasil – 1º - 1.642 jogadores (3,3% do que em 2015);
- Receitas geradas com esses ativos:
 - Portugal – 5º - 248,7 M€ (+38,4% do que em 2015);
 - Brasil – 1º - 525 M€ (4,4% do que em 2015).

De acordo com os valores indicados, regista-se que os clubes portugueses têm sido dos que melhor trabalham os seus jovens talentos futebolistas, uma vez que estes têm sido bem valorizados internacionalmente.

Os valores apresentados anteriormente, indicam que o Futebol evoluiu muito no mercado de transferências de jogadores, tornando-se totalmente globalizado, sendo importante, por isso, verificar como vai evoluir e expandir-se no futuro próximo.

Contudo, não podemos deixar de referir que esta grande evolução financeira do Futebol, já chamou a atenção das Autoridades Tributárias, tendo em conta os valores

O SUCESSO NO EURO 2016 VEIO TRAZER UM RENOVADO ÂNIMO AOS PORTUGUESES, FAZENDO-OS ACREDITAR NO PAÍS E NAS SUAS CAPACIDADES, QUE ESTAVAM BASTANTE DEPAUPERADAS, DANDO, À SEMELHANÇA DE OUTROS RECENTES ÊXITOS OBTIDOS EM DIFERENTES ÁREAS, UM GRANDE CONTRIBUTO PARA A MELHORIA, DIVULGAÇÃO E NOTORIEDADE DA IMAGEM DE PORTUGAL

envolvidos nas transações de jogadores e respetivos direitos de imagem (Gabinete do Secretário do Estado dos Assuntos Fiscais, Investigação no Setor do Desporto, 2017, 109).

FPF

A presença da Seleção Nacional portuguesa na Fase Final (FF) de um Campeonato da Europa é muito importante porque permite que a FPF receba verbas extraordinárias muito significativas para o seu Orçamento. Assim, no EURO 2012, a FPF recebeu 15 M€, enquanto no EURO 2016, a verba foi de 25,5 M€, sendo o maior prémio de sempre conquistado, como se pode verificar no quadro seguinte.

Para cada Seleção Nacional	2008	2012	2016
Total a atribuir pela UEFA a todas as Federações	184 M€	196 M€	305 M€
Qualificada para a Fase Final	7,5 M€	8 M€	8 M€
Fase de Grupos	Vit.: 1 M€ Emp.: 500 mil €	Vit.: 1 M€ Emp.: 500 mil €	Vit.: 1 M€ Emp.: 500 mil €
Oitavos de Final	-	-	1,5 M€
Quartos de Final	2 M€	2 M€	2,5 M€
Meia-final	3 M€	3 M€	4 M€
Final	Vencedor: 7,5 M€ Vencido: 4,5 M€	Vencedor: 7,5 M€ Vencido: 4,5 M€	Vencedor: 8 M€ Vencido: 5 M€
Receita Final	Vencedor: 23 M€	Espanha: 23 M€ Itália: 19,5 M€ Portugal: 15 M€ Alemanha: 13 M€	Portugal: 25,5 M€ França: 22,5 M€

Desde 2000 até 2016 a Seleção Nacional participou sempre nas FF de 5 Europeus e 4 Mundiais tendo recebido o valor total de 109,9 M€ de receitas extraordinárias, o que tem sido fundamental para o equilíbrio dos Orçamentos e permitido a realização de muitos programas elementares para o desenvolvimento do Futebol em Portugal. A propósito de um estudo realizado por CORREIA (2001, 134), sobre a identificação da estratégia das federações desportivas portuguesas, foi indicado como a principal Força os resultados desportivos internacionais, confirmando todo o processo seguido pela FPF e o interesse deste trabalho. Por outro lado, as principais Ameaças identificadas no mesmo estudo foram os patrocínios e a visibilidade mediática, podendo-se concluir dizendo que “o controlo da decisão é realizado no fundamental pelos resultados e recursos” (CORREIA, 2000, 31).

SELEÇÕES NACIONAIS – O SEU VALOR

O CIES Football Observatory (nº 153, 08.06.2016) elaborou uma classificação sobre o valor do mercado das Seleções Nacionais presentes no EURO 2016, em que, a Seleção Inglesa é a mais bem avaliada com o valor de 751,6 M€, estando à frente da França (696,9 M€), da Espanha (638,9 M€), da Alemanha (601,4 M€) e da Bélgica (550,2 M€), ocupando Portugal a sexta posição com 449,9 M€. Este tipo de classificação é muito relevante para as Federações, pois, de acordo com as posições definidas, assim se efetuarão contratos com mais contrapartidas para os patrocinadores e receberão cachets mais elevados.

e os resultados positivos foram muito importantes. Um estudo efetuado pela CISION (24.05.2016), indica que o retorno financeiro dos principais patrocinadores da Seleção Nacional, tais como: Sagres, Meo, Galp, Novo Banco, Continente, Jogos Santa Casa, Nike, Hertz e Samsung, está garantido da seguinte forma: até à Fase de Grupos - 78 M€; Oitavos de Final – 85 M€; Quartos de Final – 92 M€; Meias-finais – 101 M€ e a posição como campeão – 117 M€.

Segundo o mesmo estudo no EURO 2012, em que Portugal atingiu as meias-finais, o retorno para os patrocinadores foi de 98,5 M€.

Esta questão está relacionada com o facto de o futebol ser “a modalidade que mais motivação exerce nos corações e mentes de crianças e jovens, em diferentes culturas e sociedades. Portanto, é fulcral investir no Futebol, para além da sua dimensão de alto rendimento” (MURAD, 2007, 266).

É evidente que os grandes eventos desportivos são aproveitados como elementos de transmissão de comunicação dos patrocinadores para atingir o objetivo definido, porque, segundo CASTRO, M. (2012), “trata-se de uma forma de fazer marketing através do desporto, ou seja, uma oportunidade que é dada às marcas para comunicarem com os seus consumidores, que são, simultaneamente, consumidores desportivos”.

ECONOMIA NACIONAL

“O Futebol produz um impacto quase sem concorrentes, em distintas sociedades e regimes políticos, diferentes culturas, classes sociais e relações de género e, deste modo alcança o status de fenómeno universal” (MURAD, 2007, 246).

Com a qualificação de Portugal para o EURO 2016, a economia nacional pode vir a obter um impacto no valor de 438 M€, segundo a previsão de um estudo do Gabinete de Estudos de Marketing do Desporto do IPAM – The Marketing School, (Euronews, Francisco Marques, 11.07.2016; Forum do Consumo), realizado antes do início da prova, assim distribuídos: Estágio – 110 M€; Fase de Grupos – 167 M€; Oitavos de Final – 27 M€; Quartos de Final – 27 M€; Meia-final – 43 M€; Final – 64 M€ e a Conquista do Título Europeu – 200 M€.

As diferentes fases do potencial económico tem pesos percentuais distintos, como passamos a indicar: o Estágio (19%), a Fase de Grupos (31%), as Eliminatórias (26%) e a Vitória Final (24%).

Mesmo com o insucesso da participação na FF, o impacto económico no mercado nacional seria de 161 M€.

O estudo referido teve por base indicadores, tais como, Consumos em casa e na restauração, Publicidade, Apostas Online, Venda de produtos oficiais e de Jornais, Pay-Tv, Prémios de jogo, Viagens de avião, Vendas de televisão, Alojamentos, Agências de Viagem e Hotelaria, Empresas de apostas, Marcas Desportivas, Segurança, Limpeza, Polícia e Vendas de Merchandising. Os benefícios da realização do EURO 2016 para a França, estavam estimados pelo Centro Económico e de Direito do Desporto, antes do início da competição, em 1.200 M€, dos quais 200 M€ em taxas e impostos (Sapo Desporto, 08.07.2016). De acordo com a UEFA, a competição originou a criação de cerca 25.000 empregos a tempo total (Tribuna Expresso, 08.07.2016).

Para se ter um termo de comparação, indicamos de seguida os valores conhecidos em provas realizadas anteriormente, por outros autores. Assim, segundo um estudo realizado, por MARTINS, M. V.; TENREIRO, F.; MENDES, J. M.; JACINTO, A. (2004, 79) e encomendado pela Sociedade EURO 2004, indica que o impacto resultante do investimento no EURO 2004 permitiu um aumento na produção de 1.906,1 M€, a manutenção de 39.363 empregos, um rendimento salarial de 370,5 M€, o valor acrescentado de 693,9 M€ e a contribuição para o PIB de 0,11% (2002), 0,32% (2003) e 0,11% (2004), enquanto os impostos sobre os fatores produtivos terão atingido os 57,5 M€. Os autores referem ainda, que “há mais de 50 anos não se faziam investimentos em infraestruturas desportivas deste tipo em Portugal” (pág. 8).

Também um estudo promovido pela MasterCard que é um dos patrocinadores oficial do EURO 2008, realizado por Simon Chadwick, professor do Britain’s Coventry Business School, indica que este evento deve gerar um impacto económico de 1.400 M€ no continente europeu, sendo os países anfitriões responsáveis por 34% desse total (Futebol&Negócio, Amir Somoggi, 10.06.2008).

De igual modo, para o EURO 2012 foi efetuado idêntico estudo, pretendendo-se saber qual o país que teria o maior impacto se vencesse esta competição. Os resultados foram os seguintes, Alemanha – 3.500 M€; França ou Itália – 2.300€; Inglaterra – 2.440 M€; Espanha – 2.200 M€ e Portugal – 550 M€ (Forum do Consumo). A diferença do impacto económico em cada país está relacionada com a dimensão populacional e o seu poder de compra.

Depois de se conhecerem estes dados, facilmente concluiremos que o impacto

EXISTE UM SIGNIFICATIVO AUMENTO DO NÚMERO DE PRATICANTES, DE UMA FORMA GENERALIZADA, ENTRE AS ÉPOCAS 2012/2013 E 2016/2017

económico de um evento desportivo com as características do EURO 2016 tem um efeito muito forte e rápido no desenvolvimento desse país, nomeadamente no investimento, na produção, no emprego, no valor acrescentado, nas renumerações e na contribuição do PIB. O que está de acordo com MURAD (2007, 249), quando refere que “fonte incomensurável de geração de empregos diretos e indiretos, o Futebol mobiliza recursos gigantescos em patrocínios, publicidade, transmissão televisiva, salários, dentro outros aspetos, inclusivamente um deles, bem contemporâneo, que é o Turismo desportivo”. De igual modo CARVALHO, C. X. P. (2015, 34), indica que “um grande evento é uma oportunidade única de redesenhar a imagem do país em outros países devido à massiva cobertura mediática e desta forma torna-se uma ferramenta com potencial para fomentar o turismo”.

Com a preocupação de estarmos atentos à sua evolução, referimos um estudo sobre o contributo do desporto para o crescimento económico e o emprego na União Europeia (COP, 2015, 11), em que “as implicações políticas mais importantes a destacar são as seguintes:

- A. É um fator económico importante na UE, sendo espetável o seu crescimento no futuro;
- B. Representa uma indústria de trabalho intensivo em crescimento e que conduz a um acréscimo de emprego;
- C. Pode promover a convergência em torno dos estados membros da UE, já que a produção e os serviços de Desporto irão crescer mais rapidamente em países de baixos rendimentos do que com elevados”.

UEFA

A UEFA esperava gerar com a realização do EURO 2016, uma receita num valor superior ao alcançado no EURO 2012, que está relacionado com o facto de aquele passar a ter 24 equipas a competir, e o número de jogos ter passado de 31 para 51. As receitas da UEFA são provenientes dos direitos televisivos, programas de parceria e da venda de bilhetes.

Também tem havido a preocupação de destinar um valor significativo para atividades e projetos de desenvolvimento do Futebol das Federações da UEFA.

OS JOGADORES

“Os atletas são, para o público em geral, a personalização de cada desporto e assumem-se cada vez mais como heróis dos nossos dias. A popularidade dos desportistas chega a ser tão elevada que nalguns casos causa inveja a muitos políticos da nossa praça. Sem estrelas não há cobertura mediática” (SÁ, C. e SÁ, D., 1999, 157).

Na sequência da obtenção do título de campeão no EURO 2016, a PPF pagou na globalidade o valor de 9 M€ a todos os jogadores e equipa técnica (Record, 12.06.2016).

Por outro lado, é importante destacar que Cristiano Ronaldo foi o jogador mais valioso em competição, estando avaliado em 137,8 M€ (CIES Football Observatory, nº 153, 08.06.2016). Este tipo de prova é um dos momentos especiais e determinantes, em que os jogadores se podem valorizar mais, tendo em conta as prestações desportivas realizadas, e em consequência disso, virem a melhorar as suas condições de trabalho no futuro. Foi exatamente isso que se verificou após a realização do EURO 2016, que valorizou, em muito, o prestígio de todos os jogadores portugueses.

De acordo com SÁ, C. e SÁ, D., (1999, 158), “no marketing desportivo, o atleta vitorioso é o melhor produto, sendo esta a principal razão por que se pagam somas avultadas pela contratação dos melhores jogadores, já que o seu talento amplamente reconhecido é decodificado pela mente dos consumidores como sendo de elevada qualidade e garantia de imediato sucesso”.

3. CAPACIDADE DE “GERAR ESTRELAS DESPORTIVAS”

Numa prova deste nível é muito difícil o aparecimento de jogadores com menos de 21 anos que possam singrar numa Fase Final do Campeonato da Europa. Contudo, o site Transfermarkt, (Finance Football, Francisco Maria, 27.03.2016), elaborou uma lista com os 10 possíveis candidatos a um bom desempenho, e por via desse facto poderem vir a melhorar significativamente as suas condições contratuais, após a realização do evento, como é o caso de Raheem Sterling (Manchester City), que apresenta o maior valor de mercado, e do português Bernardo Silva.

A realização das boas prestações e o resultado vitorioso obtido pela Seleção Nacional

e no Clube que representa, veio a ter, posteriormente uma influência decisiva na recente contratação do jogador português. A capacidade de “gerar estrelas” futebolísticas é fundamental para o desenvolvimento do Futebol e do Desporto em geral, porque a imagem do bom jogador estimula, não só os praticantes da modalidade, como incentiva muitas pessoas a dedicarem-se à prática generalizada da atividade física e desportiva com a consequente implementação de estilos de vida saudáveis.

4. DIVULGAR A IMAGEM

Para além das vantagens quantificáveis, é importante registar se o evento proporcionou um conjunto de benefícios relacionados com a divulgação da imagem da modalidade e do país através da Comunicação Social e da realização de eventos complementares. Assim, no decorrer da prova, e nos dias seguintes após a vitória do EURO 2016, que é um marco de valor incalculável, constituindo uma excelente oportunidade de projetar a imagem do país no mundo, verificou-se a realização global de várias ações, a três níveis, que tiveram como objetivo:

- A. Projetar o País Internacionalmente - Promovendo uma imagem positiva de um país calmo, agradável, seguro, cosmopolita e bom para se visitar e viver.
- B. Aumentar a auto-estima dos portugueses:
 1. Sensibilizando a sociedade portuguesa para a importância do EURO 2016 na projeção da imagem do país no exterior;
 2. Promovendo o envolvimento de todos os portugueses, de modo, a sentirem-se como que fazendo parte do sucesso de Portugal, tal como foi conseguido no EURO 2004;
 3. Apresentação da Taça pelo país;
 4. Celebrando a vitória, nomeadamente no dia da chegada a Portugal e seguintes;
- C. Promover a visibilidade dos futebolistas portugueses, porque é uma boa referência e excelente estímulo para todos os praticantes do país, com especial destaque para os mais jovens, de modo a captar novos adeptos e praticantes de Futebol;

Assim, o sucesso no EURO 2016 veio trazer um renovado ânimo aos portugueses, fazendo-os acreditar no País e nas suas capacidades, que estavam bastante de pauperadas, dando, à semelhança de outros recentes êxitos obtidos em diferentes áreas, um grande contributo para a melhoria, divulgação e notoriedade da imagem de Portugal.

Como é do domínio público a Fase Final do EURO 2016, é um dos maiores eventos desportivos realizados no mundo, tendo

em conta, a modalidade, o número e o valor das equipas, o número de espectadores nos estádios, as audiências, a sua projeção mediática e o interesse dos patrocinadores, sendo, por isso, uma excelente oportunidade de divulgação de Portugal por via da Comunicação Social, permitindo que milhões de pessoas tenham acesso à sua imagem, com especial destaque para a televisão. Neste sentido, verifica-se um o número elevado e progressivo de assistentes nos estádios no decorrer desta prova e de telespetadores que assistiram à final em todo o mundo.

Em 2004 o jogo com a maior assistência televisiva foi o Grécia – Portugal (final) – 78.542.300 espetadores, agora em 2016, o Portugal – França, registou cerca de 300 milhões.

Segundo Daniel Sá, diretor do IPAM “não há na economia portuguesa outro setor de atividade que leve tão rapidamente a imagem de Portugal a tanta gente em simultâneo sem que os custos reflitam a transmissão dessa imagem ao país”.

Segundo o autor, mesmo durante um período de recessão, os efeitos sobre o Futebol não são só negativos, indicando que “se é verdade que se nota uma retração nos investimentos das marcas, com a crise, as pessoas sentem mais necessidade de espalhar, de se divertirem e o Futebol serve esse propósito”.

Assim, verifica-se que a participação de Portugal no EURO 2016 e o acréscimo da sua vitória foi um elemento estimulante muito importante, que contribuiu para manter a marca do país num valor muito elevado. Na sequência desta lógica, também Fernando Santos, a propósito de uma homenagem efetuada pela Associação Grega de Jornalistas Desportivos, refere que “uma vitória como a do EURO 2016 é importante para a auto-estima de um povo, faz com que as pessoas tenham mais confiança, especialmente em tempos de crise” (Euronews, 20.12.2016). Por outro lado, “o impacto social profundo do futebol tem também uma crucial dimensão simbólica, dado que a maioria

EM 2016/2017, 95,2% DOS PRATICANTES FEDERADOS ERAM MASCULINOS. 81,7% PRÁTICA A MODALIDADE FUTEBOL E 81,2% É DOS JUNIORES

dos portugueses parece ver e sentir o futebol, designadamente os seus resultados, envolvendo as equipas de clube e seleção nacional, como um indicador seguro da «qualidade» do país e seus habitantes” (COELHO, J. N. e TIESLER, N. C., 2006, 522). É que “o desporto nas suas manifestações mais globais, não é só economia. O sucesso internacional do desporto contribui para reforçar a auto-estima dos países mas é também a expressão do desenvolvimento dos sistemas desportivos nacionais. As performances dos atletas de alto nível, não são possíveis sem estruturas, sem especialização, sem profissionalização, sem competição, sem desenvolvimento científico” (MARQUES, 2007, 87).

5. POLÍTICA DESPORTIVA PARA UM FUTURO PRÓXIMO E LONGÍNQUO

O brilhante resultado alcançado no EURO 2016, é, por si só, uma garantia no futuro de termos uma participação sempre ganhadora das nossas seleções? Se tivermos em conta os resultados obtidos por equipas e seleções portuguesas de Futebol nas duas últimas décadas, em que se:

- Colocou quatro equipas em finais europeias;
- Ganhou um título europeu de seleções;
- A Seleção Olímpica Sub-23 teve uma participação positiva nos Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro – 2016 (oitavos de final);
- A seleção Sub-21 esteve cerca de cinco anos sem perder um jogo oficial;
- Ganhou títulos de Sub-17;
- Participou pela primeira vez na fase Final do Europeu Feminino, somos induzidos a concluir que se tem verificado existirem indicadores fiáveis de grande competência ao nível internacional, tendo em conta as condições que o país apresenta. É bom recordar a desproporção enorme existente no número de habitantes, praticantes e instalações desportivas de Portugal em comparação com os restantes países dentro do espaço da UEFA.

Para além do indicado anteriormente, estes resultados também transmitem a ideia, que tem existido um número suficiente de jogadores de grande qualidade, mas, contudo, é compreensível que se continue a exigir uma boa estrutura organizativa de âmbito nacional e regional a acompanhar todo o processo, porque o valor que existe hoje, tem de se transformar na boa quantidade do futuro, como se pretende demonstrar com este estudo. Por isso, consideramos fundamental melhorar o modelo existente no Futebol português, que é, estar muito dependente de alguns jogadores de elevado nível mundial,

que marcam inevitavelmente as suas épocas. Até agora tem dado bom resultado, mas vai tornar-se muito difícil repetir, porque, cada vez mais, a componente coletiva da equipa sobrepõe-se ao talento individual, para a obtenção das vitórias.

Por outro lado, é necessário referir que, atendendo que “o Futebol é o segundo produto mais reconhecido no exterior, ser o desporto mais acompanhado a todos os níveis e evidente a paixão clubista dos adeptos, cerca de 90% do emprego gerado pelas atividades desportivas estar diretamente relacionado com o Futebol, a atividade da indústria do futebol representa cerca de 0,4% do PIB português, é da maior importância desenvolver esforços para perceber o que se passa com a “indústria do futebol, em Portugal nas diferentes perspetivas social, cultural e económica” (Deloitte & Touche, 2003, citado por FELÍCIO, 2004, 18).

Assim, a questão que se coloca, é saber que medidas são necessárias implementar, para que o desempenho obtido até agora se mantenha, em virtude de o país não ter os recursos necessários e quando os tem, parece não terem sido realizadas as opções certas, para promover o desenvolvimento do Futebol, como seja, a melhoria urgente das infraestruturas de dezenas de clubes existentes, apesar do apoio da PPF e das Autarquias Locais. Deste modo, se tivermos em conta que “o Desporto é hoje sinónimo de comércio e um fenómeno de globalização” (FELÍCIO, 2004, 13), torna-se evidente que é necessário desenvolver uma série de ações, semelhantes às efetuadas recentemente pela PPF, que tornem possível fazer uma certa “reforma” continuada do Futebol português, direcionada para:

OS CLUBES

1. Implementar modelos de gestão que sejam sustentáveis;
2. Tornar os campeonatos nacionais mais competitivos e economicamente viáveis, através do reajustamento do valor das taxas de jogo;
3. Efetuar a modernização generalizada das infraestruturas dos Clubes de Futebol, implementando a sua certificação, em ligação com as Autarquias Locais, o IPDJ, as ADR, a PPF e a UEFA;
4. Apostar no desenvolvimento do Futebol de formação, continuando a apresentar equipas competitivas dirigidas para um objetivo e com um prazo determinado;
5. Promover o Futebol Feminino, porque existe um evidente potencial de crescimento;
6. Maior rigor na aplicação do Fair

O FUTEBOL REGISTA SEMPRE UM NÚMERO CRESCENTE MAIS ELEVADO DE PRATICANTES COM DESTAQUE PARA 2015, EM QUE O VALOR RELATIVO DO INCREMENTO (8,8%) É SUPERIOR, PELA PRIMEIRA VEZ, AO VERIFICADO POR TODAS AS MODALIDADES (8,4%)

Play Financeiro e implementação do Licenciamento dos Clubes;

7. Impor tetos salariais para a contratação de jogadores profissionais;
8. Tirar maior rentabilidade dos direitos televisivos e efetuar a distribuição do seu valor de forma mais equitativa para os Clubes profissionais e de uma percentagem a entregar aos Clubes do Futebol Não Profissional, respeitante aos prejuízos causados pela transmissão de variados jogos dentro do seu horário nobre. A respeito deste tema MESTRE (2001), refere que “com base na experiência francesa, reforça-se a criação de um mecanismo de compensação ao movimento associativo, em particular aquele com menos possibilidades de obtenção de contratos e inerentes receitas relativas aos direitos de transmissão televisiva” e complementa dizendo “cuja receitas

A PRESENÇA DA SELEÇÃO NACIONAL PORTUGUESA NA FASE FINAL (FF) DE UM CAMPEONATO DA EUROPA É MUITO IMPORTANTE PORQUE PERMITE QUE A PPF RECEBA VERBAS EXTRAORDINÁRIAS MUITO SIGNIFICATIVAS PARA O SEU ORÇAMENTO

sejam distribuídas a favor dos organismos desportivos das associações com menos possibilidades, as mais pequenas, ou seja os clubes locais”;

Esta preocupação está relacionada com o facto de os clubes desportivos serem o elemento fundamental do desenvolvimento do Futebol, mas para que eles possam evoluir, segundo URDANGARIN (2002, 112), tem de se melhorar a gestão, orientar-se para o mercado, introduzir tecnologia, dar formação às pessoas, colaborar e competir com os setores público e privado de oferta desportiva, prestar serviços variados aos associados, melhorar as suas instalações e serviços, manter o objeto social e aceitar a mudança.

ASSOCIAÇÕES DISTRITAIS E REGIONAIS (ADR)

1. Harmonizar a atuação das ADR, com a utilização de critérios bem definidos, sem retirar a especificidade de cada uma;
2. No fim de cada época desportiva realizar-se uma reunião com todos os secretários gerais das ADR e da PPF, para elaborar o Comunicado Oficial nº 1, respeitando as características de cada uma;
3. Redefinir o modelo de financiamento.

A PPF

1. Celebrar parcerias estratégicas a nível nacional com empresas de combustíveis, equipamentos e materiais desportivos, de modo a constituir uma Central de Compras, para permitir às ADR e aos Clubes, potenciar a redução de custos na sua aquisição;
2. Constituir um Gabinete de Estudos e Planeamento para elaborar um Plano Global de Desenvolvimento do Futebol único, que seja exequível, virado para o futuro, com objetivos e metas que se possam atingir, que também englobe o local onde os jovens estão durante o dia (a escola), que se invista com rigor, que haja convicção dos executores, e que também contemple as seguintes áreas:
A. O Futebol no Desporto Escolar, promovendo a interligação com a estrutura central e regional, numa lógica de complementaridade, bem como incrementar a modalidade no Ensino Universitário através de uma parceria entre a FADU, a PPF e as ADR;
B. O Programa de Modernização Desportiva e Administrativa - destinado às ADR no sentido de consolidar e desenvolver a estrutura existente a longo prazo, com o cumprimento de um Plano de Ação previamente definido e aprovado, através do financiamento na totalidade pela PPF, para as seguintes áreas:
i. Gabinete Técnico Distrital – Coordenador Técnico, por níveis de competência a

- ii. Administrativo – Diretor Executivo/ Secretário-geral/Gestor Desportivo – elemento com formação em Gestão do Desporto e experiência diretiva a aplicar em função da realidade de cada ADR;
- C. A Formação de Agentes Desportivos (treinadores, árbitros, dirigentes, massagistas, funcionários e familiares de praticantes jovens) com o prazo de 2 anos e a indicação antecipada das necessidades das ADR, incluindo os Conselhos de Arbitragem, e posterior elaboração de um documento único da PPF, para candidatura a financiamento do IPDJ;
- D. Apoiar as inscrições dos jogadores nas respetivas ADR, nomeadamente no que diz respeito aos Seguros, afetando, para o efeito, 5% da receita líquida das participações nas competições internacionais da Seleção Nacional “A”. “Tem de haver maior solidariedade para com os Clubes, tentando-se encontrar estratégias em articulação com a tutela, de forma a retirar os exagerados e desproporcionados encargos que os Clubes têm à sua responsabilidade”, refere Fernando Inácio Medeiros, Presidente do Atlético Clube Avelarense, sobre a difícil situação que os clubes de futebol de menor dimensão têm presentemente, para manter em atividade a modalidade (Jornal de Leiria, 14.09.2017);
- E. Criar Centros de Treino de desenvolvimento de todo o Futebol nas ADR em estreita ligação com a PPF, a UEFA e as Autarquias Locais, a implementar a longo prazo, organizado por fases, prioridades e critérios bem definidos;
- F. Implementar as Academias de Arbitragem em todas as ADR com o objetivo de melhorar a coordenação com o Conselho de Arbitragem da PPF, e entre outros elaborar programa de recrutamento e retenção de jovens árbitros com o respetivo financiamento adequado à realidade atual;
- G. Implementar o Cartão Branco ao nível nacional.

3. Propor ao Secretário de Estado do Desporto e Juventude a implementação do Estatuto do Dirigente Desportivo Benévolo, bem como a redução do IVA em equipamentos e materiais desportivos específicos e considerados essenciais para o desenvolvimento do Futebol (Desporto).
4. Atualmente, dentro do âmbito da globalização, que só tem conduzido ao rápido reforço dos clubes mais poderosos, enquanto se verificam grandes dificuldades em centenas de outros, nomeadamente nos das divisões secundárias, onde prevalece a prática amadora, e se luta diariamente para

UM GRANDE EVENTO É UMA OPORTUNIDADE ÚNICA DE REDESENHAR A IMAGEM DO PAÍS EM OUTROS PAÍSES DEVIDO À MASSIVA COBERTURA MEDIÁTICA QUE TEM

cumprir as responsabilidades legais, ou seja sobreviver, o Futebol não tem conseguido resolver esta situação. Mas, o problema é que muitas das alterações que poderiam melhorar o Futebol não avançam sem previamente haver mudanças na legislação europeia, refere Aleksander Ceferin, presidente da UEFA (A Bola, 21.09.2017). Contudo, para parar, em parte, este processo de desertificação dos clubes, a PPF tem urgentemente de aprovar outros meios de regulação, como é o caso do Regulamento de Transferências, de modo a favorecer a concorrência equilibrada e impedir a concentração dos talentos nas mesmas equipas, melhorando, desta forma, o espetáculo desportivo.

Estas são algumas das propostas que consideramos prioritárias, porque a transformação que for efetuada nos jovens praticantes, provocada pelo valor dos programas que forem implementados no desenvolvimento do Futebol, não tem só influência direta neles, mas tem também nos Clubes e na comunidade em que estiverem inseridos, com um efeito multiplicador incomensurável.

CONCLUSÃO

Com a obtenção da vitória no EURO 2016, a PPF cumpriu plenamente com os objetivos definidos, nomeadamente no plano desportivo, já que obteve o primeiro lugar na prova máxima ao nível europeu e elevou significativamente o número generalizado de praticantes e equipas na época desportiva 2016/2017, enquanto no país, ao nível económico, social e na divulgação da imagem de Portugal no mundo, ultrapassou em muito todos os objetivos existentes e até alguns que seriam impensáveis antes da prova se iniciar. “Cada sexagésimo de Euro gerado e obtido na UE está relacionado com o Desporto” (COP, 2015,14) e o Futebol tem uma grande quota-parte.

Referências bibliográficas

- CARVALHO, C. X. P. (2015) – “Impacto Económico de Grandes Eventos Desportivos”, Trabalho de Projeto de Mestrado em Economia, Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra.
- CASTRO, M. (2012) – “Megaeventos Desportivos como veículos de comunicação das marcas: caso EURO 2012”, *Marketing Portugal*, 10.07.2012.
- COELHO, J. N. e TIESLER, N. C. (2006) – “O paradoxo do jogo português: a omnipresença do futebol e a ausência de espetadores dos estádios”, *Análise Social*, nº 179, Vol. XLI, 2º Trimestre. Pág. 519-551.
- COMITÉ OLÍMPICO DE PORTUGAL (2015) – “Desporto, Crescimento Económico e Emprego”, *Valorizar Socialmente o Desporto: um Desígnio Nacional*, Nº 4, Lisboa.
- CONSTANTINO, J.M. (2007) – “Os valores educativos do desporto”, in *Em Defesa do Desporto, Mutações e Valores em Conflito*, Edições Almedina, SA. Pág. 57-79.
- CORREIA, A. (2000) – “Estratégias das federações desportivas portuguesas no Ciclo Olímpico de Sydney – 1997 a 2000”, *Centro de Estudos e Formação Desportiva, Secretaria de Estado do Desporto*.
- CORREIA, A. (2001) – “Federações desportivas e Estratégia”, in *Economia do Desporto. Atas da Conferência Internacional*, CISEP. Pág. 131-136.
- FEDERAÇÃO PORTUGUESA DE FUTEBOL (2017) – *Boletim Estatístico*, nº 1 – Jan. – Março.
- FELÍCIO, J. A. (2004) – “A Gestão do Desporto, especialmente no Futebol”, in *Revista Portuguesa de Gestão do Desporto*, Apogeu. Ano 1, Nº 2. Pág. 11-23.
- FIFA/TMS (2017) – *Global Transfer Market Report*.
- GABINETE DO SECRETÁRIO DO ESTADO DOS ASSUNTOS FISCAIS (2017) – “Relatório de Atividades Desenvolvidas de Combate à Fraude e Evasão Fiscais e Aduaneira de 2016”, *Investigação no Setor do Desporto*, Pág. 109.
- GOUGUET, J. J. (2001) – “Impact Economique des Spectacles Sportifs – Que faut-il mesurer?”, in *Economia do Desporto. Atas da Conferência Internacional*, CISEP. Pág. 401-416.
- INE (2004 – 2008) – “Estatísticas da Cultura, Desporto e Recreio.
- INE, IP (2011) – “Anuário Estatístico de Portugal 2010”, Edição 2011, Pág. 147-167.
- INSTITUTO DO DESPORTO DE PORTUGAL (2005) – *Estatísticas do Associativismo Desportivo 1996-2003*.
- INSTITUTO DO DESPORTO DE PORTUGAL, I. P. (2011) – *Estatísticas do Desporto 1996-2009*.
- MARQUES, A. (2007) – *Espectáculo desportivo na sociedade globalizada*, in *Em Defesa do Desporto, Mutações e Valores em Conflito*, Edições Almedina, SA, Pág. 81-89.
- MARTINS, M. V.; TENREIRO, F.; MENDES, J. M.; JACINTO, A. (2004) – “Avaliação do Impacto Económico do EURO 2004” – *Relatório Final*, Instituto Superior de Economia e Gestão da Universidade Técnica de Lisboa.
- MESTRE, A. M. (2001) – “O papel das Federações na conceção do Modelo Europeu do Desporto: Conclusões Finais”, *Confederação do Desporto de Portugal*.
- MURAD, M. (2007) – “Futebol, Para além do lado económico e profissional”, in *Em Defesa do Desporto, Mutações e Valores em Conflito*, Edições Almedina, SA, Pág. 245-268.
- SÁ, C. e SÁ, D. (1999) – “Marketing para o Desporto – Um jogo Empresarial”, Edições IPAM, Nº 2.
- PORDATA (2017) – “Retrato dos Jovens”, *Fundação Francisco Manuel dos Santos*.
- URDANGARIN, M. (2002) – “La transformación de los grandes clubes deportivos. De socios a abonados, cambio o necesidad? in 2º Congreso de Gestión Deportiva de Cataluña, Edición INDE. Pág. 111-114.