

RESPOSTA  
TÉCNICAREUNIÃO DE TORCEDORES EM BARES  
TEM POTENCIAL DE NOVOS NEGÓCIOS Bares

Segundo informações da [Folha de São Paulo](#), citadas no site da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel), os resultados do setor de alimentos e bebidas em 2013 são de aproximadamente:

**95**bilhões de reais em  
faturamento**7%**de crescimento em  
relação a 2012

*Para 2014, Paulo Solmucci, presidente da Abrasel, já anuncia que os resultados serão diferentes. Por conta da Copa do Mundo da FIFA 2014, com o aumento de turistas e a expectativa de melhora econômica, forma-se um cenário otimista para bares e restaurantes.*



*Receber o Mundial de futebol traz a possibilidade dos pequenos negócios se desenvolverem para aproveitar as oportunidades que o megaevento gera.*

Os bares possuem grandes chances de faturarem com o evento, pois a partir do perfil do turista e da tendência dos brasileiros em assistirem os jogos nos bares, estes devem se preparar para uma crescente demanda no período. Esta Resposta Técnica abordará oportunidades de negócio para esses empreendedores.

## **/ Perfil do turista e a associação com o aumento do fluxo de turistas nos bares durante o período do Mundial**

De acordo como Serviço de Proteção ao Crédito (**SPC Brasil**), a Copa das Confederações da FIFA 2013:



MOVIMENTOU CERCA DE  
**R\$ 740 milhões**

CIRCULAÇÃO DE  
TURISTAS E QUE  
FORAM AOS ESTÁDIOS  
PARA ASSISTIR AOS  
JOGOS.



**20 mil**  
ESTRANGEIROS

**230 mil**  
BRASILEIROS

Uma das características deste evento foi a predominância do público masculino e solteiro. Esse é o perfil do público esperado para a Copa do Mundo da FIFA 2014.



Assistir aos jogos de futebol em bares já é do costume dos brasileiros. Como nem todos terão a chance de assistir aos jogos nos estádios, torcer junto com os amigos em bares da região onde moram será uma opção. Possivelmente esses consumidores serão formados, sobretudo, por moradores da região, mas também por um percentual de turistas.

Diferente do perfil de público que virá para assistir aos jogos nos estádios (predominantemente masculino e solteiro), os torcedores que frequentam bares e lanchonetes para ver partidas de futebol são tanto homens quanto mulheres. E é justamente o crescimento do público feminino que vem mudando o mercado do futebol e deve ser observado no momento de preparação dos serviços e produtos a serem oferecidos.

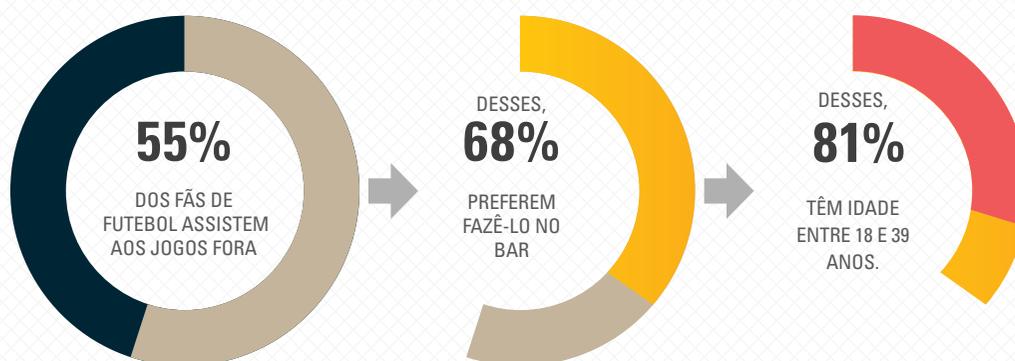
### / Interesse das mulheres brasileiras



FONTE: SOPHIA MIND



### / Segundo pesquisa do Ibope Repucom (2013), realizada com brasileiros que se declararam muito interessados pelo esporte.



Também foi evidenciado que os entrevistados têm interesse também pela série B, pelos campeonatos internacionais, pelos demais jogos da modalidade, mesmo que amadores.

*Esse fluxo será garantido não apenas nas cidades-sede, como normalmente acontece com as maiores oportunidades da Copa do Mundo da FIFA 2014, mas em todas as regiões brasileiras. Esse fato se dá pelo motivo que a maioria dos brasileiros será expectador do megaevento.*

**/ Algumas pesquisas apontam essa preferência do brasileiro em assistir os jogos em bares.**



Conforme matéria publicada no site da [FOX Sport](#), uma pesquisa de 2013, do Ibope e Repucom, feita pela internet, mostrou que dos entrevistados:

**68%**

PREFEREM ASSISTIR JOGOS EM BARES, DECLARANDO "MUITO INTERESSE POR FUTEBOL" COMO OPÇÃO DE RESPOSTA, PREFERINDO INCLUSIVE ASSISTIR NESSES ESTABELECIMENTO DO QUE NOS ESTÁDIOS.



De acordo com matéria publicada no portal [Rede Bom Dia](#) em São Bernardo/SP, os jogos do Brasil na Copa das Confederações da FIFA 2013 aumentaram até 80% o movimento nos bares. Para atrair esse movimento alguns bares apostaram em estratégias como caipirinhas e cervejas em dobro.



Segundo matéria do site [O Tempo](#), em Belo Horizonte, para receber os torcedores da Copa das Confederações da FIFA 2013, os bares criaram um novo horário de atendimento. Os horários que antes não atraíam clientes passaram a ser considerados horários nobres para os comerciantes da região. Alguns bares que nem abriam no horário dos jogos, que algumas vezes aconteciam às 16 horas, passaram a abrir mais cedo para aproveitar o movimento aumentado no período do evento.



Segundo notícia veiculada no portal [R7](#) da Record também para a Copa das Confederações da FIFA 2013, os bares e restaurantes no Rio de Janeiro contrataram funcionários nos dias de jogo do Brasil. Em um horário que os bares costumavam ficar vazios, os brasileiros lotaram os estabelecimentos da cidade nos horários dos jogos.

SEGUNDO SINDICATO DE BARES E RESTAURANTES DO RIO DE JANEIRO O MOVIMENTO AUMENTA ATÉ EM

**50%**

NO RIO DE JANEIRO EM DIAS DE JOGO.

*Todas estas matérias reforçam a importância do pequeno negócio do nicho de bares se preparar para o período do Mundial, pois certamente terão excelente demanda para tal.*

## Exemplos de empresas que diversificam neste segmento



Segundo site [O Povo On-line](#), também na Copa das Confederações da FIFA 2013, algumas empresas diversificaram nos serviços para aumentar seu faturamento. Sempre apostando nos três maiores motivos de atração de clientes: cerveja gelada, música e principalmente futebol. Em Fortaleza os bares ficaram lotados nos dias de jogos da seleção brasileira.



### Seu Buteco

No bar Seu Buteco foram preparadas instalações externas, para proteção do calor e do sol.

### Colher de Pau

No restaurante Colher de Pau, os 15 minutos de intervalo eram sempre marcados por rodas de samba.

### Assis da Picanha

No Bar Assis da Picanha os jogos foram acompanhados em telões pelos torcedores que mesmo em pé ficaram satisfeitos com o desempenho da seleção e confiantes com título de 2014.



Já em São Paulo existe uma enorme diversificação de bares para ver jogos de futebol. De acordo com o site [Guia da Semana](#), a tradição inglesa de ver jogos em bares também foi inspiração para o preparo de diferenciais exclusivos nos bares paulistas.



### Hooters

No bar Hooters os clientes ainda ganham um *double drink* para ver os jogos em telões.

### Villa Olimpia

No bar Vila Olimpia os clientes contam com chopp, caipirinha e *chicken wings* (asinhas de frango crocantes e apimentadas) como petisco.

FOTOS: DIVULGAÇÃO DO SITE DOS BARES



### Artilheiro Bar

No Artilheiro Bar, na Vila Madalena em São Paulo, o ambiente é totalmente temático, muitos televisores espalhados e opções de petiscos, porções, *drinks* que homenageiam jogadores de futebol.



*Segundo Abrasel e Folha de São Paulo, os turistas são esperados com muito preparo por parte dos comerciantes. Os estabelecimentos apostam em contratações de profissionais estrangeiros como diferencial para receber bem os visitantes de outras etnias.*



### Sancho

O bar Sancho está se preparando com essas novas contratações e características de serviços internacionais para melhorar o atendimento dos turistas, além da satisfação que os estrangeiros demonstram ao atender os clientes.



### Bistrô Bagatelle

Segundo Gui Chueire, sócio proprietário do Bistrô Bagatelle, os estrangeiros são mais comprometidos com o ramo da gastronomia e, em qualquer lugar do mundo, têm orgulho em conhecer todo o cardápio, saber indicar melhores *drinks*, vinhos e pratos, com mais chance conquistar a satisfação de seus clientes.

FOTOS: DIVULGAÇÃO DOS BARES





## *Oportunidades de negócios relacionados à Copa do Mundo da FIFA 2014 no Brasil para este nicho*

No Complexo do Alemão, comunidade pacificada do Rio de Janeiro, o pequeno negócio Bistrô Estação R&R aposta na venda de produtos diferenciados para atrair os clientes.



*Passaram de 20 para mais de 150 rótulos de cervejas. Tendo entre moradores e turistas como clientes, numa proporção de 50% cada.*

O empresário firmou parceria com empresas de turismo, que levam turistas estrangeiros ao estabelecimento. Até as Olimpíadas do Rio 2016, ele espera já ter sua segunda loja aberta.

FORTE: UOL



O **Sebrae** MG afirma que o investimento em bares para servir bebidas é uma grande oportunidade de negócio na região. Uma pesquisa feita pelo Sebrae, mostrou que os comerciantes de bares são os mais formalizados como Microempreendedores Individuais da região.

Os profissionais e turistas que visitarão o país na Copa do Mundo da FIFA 2014 buscarão comidas típicas de cada região, refeições e lanches rápidos. Para os bares está é uma oportunidade para aumentar a satisfação dos clientes e as vendas.

**/ Entretanto, para que essa exibição de jogos ocorra de uma maneira legal é importante que o empreendedor de pequeno negócio conheça as regras vigentes que permitem a exibição pública dos jogos nestes estabelecimentos.**



A FIFA autorizou a TV Globo, emissora oficial do Mundial, a emitir licenças para exibição pública das partidas. Caracteriza-se pela exibição em qualquer local exceto residência privada. Portanto, transmitir jogos em bares é uma maneira de exibição pública não comercial. Para estabelecimentos que não obtiverem vantagem comercial e menos de 5000 espectadores não existe a necessidade de licença para exibição dos jogos.

Uma das premissas é a exibição do jogo pelo canal aberto da TV Globo e somente ao vivo. A transmissão deve começar 10 minutos antes do início do jogo e encerrar 10 minutos do final da partida.



**DICA!**

*Acesse o regulamento <http://goo.gl/GCGW5E> para leitura adicional das responsabilidades dos estabelecimentos.*



**AÇÕES**  
RECOMENDADAS



Esteja nas mídias sociais, elas informam ao visitante e espectador a sua localização, apresenta suas promoções e pode conter cardápios, opiniões de pessoas que já visitaram o estabelecimento, entre outros.



Trabalhe com menus em inglês e espanhol, autoexplicativos, que contenham também os ingredientes que compõem o *drink* ou o prato (lembre-se que a preocupação com a saúde e alergias dos clientes é fundamental para que não tenha problemas);



Em seu cardápio tenha também opções de *drinks* sem álcool para atrair todo tipo de público, não adeptos ao álcool também;



Lembre-se de trabalhar com bebidas artesanais e regionais, com as cachacas e cervejas certificadas produzidas na região. Elas agregam diferencial ao seu cardápio e ajudam a valorizar a cultura local;



Ofereça pratos e petiscos típicos do país ou de sua região, para isso, a parceria com agricultores da região poderá lhe render ingredientes frescos e mais saborosos;



Promoções e “combos” específicos para as partidas também são chamariz. Poderá dar “apelidos” a essas promoções com os nomes das seleções que estarão jogando no dia.



Trabalhe com mão de obra qualificada, que seja bilíngue e que saiba explicar tudo o que é oferecido no estabelecimento com segurança e precisão;



Decore o estabelecimento com a temática de seleções participantes da Copa do Mundo da FIFA 2014, assim como o uniforme de sua equipe, com tabelas das chaves de jogos, sempre atualizando os resultados das partidas para que seu cliente se ambiente ainda mais no megaevento;



Invista em instalações apropriadas para que nenhum de seus clientes tenha dificuldade para visualizar e ouvir os telões e televisores onde as partidas serão transmitidas (caso contrário esse desconforto pode gerar frustração de seu cliente);



O preparo do ambiente pode incluir também música, seja ao vivo ou não, os bares que apostam em apresentações musicais costumam atrair mais público;



Para as lanchonetes, disponibilizar tele-entregas para atender aqueles que preferem assistir aos jogos em casa também é uma opção de aumentar as vendas.



*Esteja certo de seguir todas as normas de Vigilância Sanitária, alvarás e sobretudo de autorização para transmissão das partidas.*



## Sua opinião faz a diferença!

Por isso o Projeto de Inteligência Competitiva do Programa Sebrae 2014 quer saber mais sobre suas expectativas e satisfação. Responda a breve pesquisa que elaboramos especialmente para você e seu negócio!



**PARTICIPAR**

**SEBRAE**

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS  
MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional: Roberto Simões  
Diretor-Presidente: Luiz Barretto | Diretor-Técnico: Carlos Alberto dos Santos  
Diretor de Administração e Finanças: José Claudio dos Santos | Fotos: banco de imagens

UAMSF – Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros  
UACS – Unidade de Atendimento Coletivo - Serviços  
Conteúdo: Henrique Rolim e Maria Carolina Pinto

[WWW.SEBRAE2014.COM.BR](http://WWW.SEBRAE2014.COM.BR)

[FACEBOOK.COM/SEBRAE2014](https://FACEBOOK.COM/SEBRAE2014)

[TWITTER.COM/SEBRAE\\_2014](https://TWITTER.COM/SEBRAE_2014)

