

09 de Janeiro de 2014

Esportes

Marketing do Botafogo errou: 'TelexFree não é parceiro ideal', dizem especialistas

Consultores ouvidos pelo site de VEJA afirmam que o fato de a empresa ser alvo de investigações da Justiça pode prejudicar a imagem do clube

Por Talita Fernandes e Naiara Infante Bertão



Botafogo exhibe camisa com o logo da Telexfree durante anúncio de patrocínio no CT João Saldanha, no Rio de Janeiro (Vitor Silva/SSPress)

O Botafogo surpreendeu ao anunciar a TelexFree [como uma de suas novas patrocinadoras em 2014](#). A empresa - que comercializa um sistema de telefonia via tecnologia de internet - está com seus bens bloqueados e é investigada por formação de pirâmide financeira. O Ministério Público do Acre deu início às investigações em meados de 2013 e o caso ainda não foi concluído.

Ao anunciar o patrocínio, cujo valor não foi divulgado, o clube carioca disse que a intenção é internacionalizar a marca. "O clube está pensando corretamente em associar-se a uma empresa internacional para iniciar seu processo de globalização, mas a escolha não foi a melhor", afirma Amir Somoggi, consultor de marketing e gestão esportiva. Ele destaca o fato de as operações da empresa estarem paralisadas desde o ano passado. "O Botafogo deveria ter escolhido uma empresa global que esteja funcionando normalmente no país."

Leia também:

[Botafogo é alvo de piadas na rede após fechar com TelexFree; leia as melhores](#)

Em coletiva de imprensa realizada na manhã de quinta-feira no Rio de Janeiro para divulgar o nome da nova patrocinadora, o diretor-executivo do Botafogo, Sergio Landau, não quis se manifestar sobre os problemas da empresa com a Justiça brasileira e afirmou que o acordo com a TelexFree foi fechado no final do ano passado - a TelexFree está bloqueada desde junho.

O valor do patrocínio da TelexFree não foi divulgado, mas Amir Somoggi estima que esteja em torno de 4 milhões de reais. "É muito dinheiro para uma parceria que está longe de ser a ideal", afirma o consultor. O patrocinador principal do clube continua sendo a Guaraviton, que acaba de renovar seu contrato (o valor também não foi revelado) pelo quarto ano consecutivo.

Prejuízo para a marca - Para a diretora de marketing da consultoria Troiano, Andréa Russo, sempre existe algum risco ao associar uma marca a uma empresa ou clube. "O ideal é que exista uma relação de ganha-ganha entre as marcas. É preciso que uma marca reforce a outra e todas tenham coisas em comum", comenta. Sobre o caso específico do patrocínio da TelexFree ao Botafogo, a especialista diz que com certeza surgirão rumores devido ao fato de a TelexFree estar sob investigação judicial. Poucas horas depois do anúncio, piadas já começaram a aparecer. No *Twitter*, torcedores já começaram a postar sátiras na rede sobre a nova patrocinadora do clube alvinegro.

Renata Natacci, diretora de projetos da Troiano, lembra ainda de marcas que patrocinaram outros clubes e provocaram mudança de comportamento em torcedores. "Associa-se de tal forma as duas marcas que alguns corintianos não bebiam leite Parmalat quando ela era patrocinadora do Palmeiras", lembra.

As executivas citam casos de empresas que deixaram de patrocinar clubes ou atletas devido a crises ou escândalos. Um caso recente aconteceu no final do ano passado: a Nissan [retirou o patrocínio do Vasco](#) após as cenas de violência da torcida vascaína contra atletas do Paraná na última rodada do Brasileirão. No início de 2013, o atleta paralímpico Oscar Pistorius teve seu acordo com a Nike [interrompido](#) depois de ser acusado de matar a namorada.

Leia também:

[Nike evita condenar Pistorius - mas suspende seu contrato](#)

Problemas financeiros - O sócio-consultor da Top Brands, Rodrigo Puga, afirma que os clubes brasileiros estão mais preocupados em captar patrocínio devido às suas complicadas situações financeiras. Por isso, ao invés de atrair parceiros sólidos que pagam mais, alguns buscam patrocinadores pontuais por valores baixos. "O clube deveria pensar que está emprestando a marca do time para as empresas", diz Puga.

O aspecto econômico também é lembrado por Somoggi. "Vale lembrar que a dívida do Botafogo é muito grande e só perde para o Flamengo", comenta. De acordo com os últimos dados disponíveis sobre a situação financeira do clube, o time carioca tem uma dívida de 614,5 milhões de reais, segundo levantamento do consultor, e fechou 2012 com déficit de 49,3 milhões de reais. "O time vive uma situação financeira complicada, ainda mais com o fechamento do Engenhão, que acabou com uma importante fonte de receita. Mesmo assim, deveria ter escolhido melhor seu patrocinador internacional", critica o especialista. Estima-se que com a interdição do estádio o Botafogo deve perder cerca de 30 milhões de reais de receita.

Investigação — A operação da TelexFree no Brasil foi bloqueada em junho do ano passado, após uma força-tarefa de Ministérios Públicos apurar irregularidades em inúmeras empresas que praticam o chamado "marketing multinível", que consiste na remuneração dos vendedores com base não só na venda direta de produtos, mas também na quantidade de novos vendedores que conseguem trazer para a empresa. No caso da TelexFree, os vendedores são chamados de divulgadores.

Leia também: [TelexFree: como o caso traumatizou uma cidade](#)

[Em 2013, TelexFree fez o tema 'pirâmide' voltar à tona](#)

[Depois de TelexFree e BBom, sobe para 80 número de empresas investigadas](#)

A empresa alega que comercializa, tanto no Brasil como no exterior, um sistema de telefonia via internet, de tecnologia Voip (Voice Over Internet Protocol). O problema detectado pelo Ministério Público é que a maior parte da receita da empresa não é proveniente da venda de produtos, e sim do fato de os "divulgadores" investirem dinheiro na empresa sem ao menos vender qualquer tipo de plano Voip. Ao longo de 2013, o site de VEJA conversou com diversos divulgadores que sequer haviam usado o sistema Voip. Seu trabalho consistia em investir na empresa e passar o dia postando mensagens em sites da internet e redes sociais chamando novas pessoas para aderir à TelexFree. "O dinheiro dos novos entrantes era direcionado para pagar o lucro dos que entraram primeiro, daí o nome de pirâmide. Esse tipo de negócio é insustentável no longo prazo", explicou o procurador Hélio Telho, do MP de Goiás.

Até o momento, o MP tenta um acordo com a TelexFree para fazer com que a empresa concorde em usar o dinheiro bloqueado para ressarcir os divulgadores que ficaram com suas economias "presas" na empresa. Estima-se que mais de 600 milhões de reais estejam sob bloqueio e mais de 1 milhão de divulgadores tenham sido lesados.