

**CENTRO PAULA SOUZA**



**Faculdade de Tecnologia de Americana  
Curso Superior de Tecnologia  
Análise e Desenvolvimento de Sistemas**

# **Levantamento e Proposta para Compra Individual de Ingresso Segura - CIIS**

**MAURÍCIO CÉSAR RODRIGUES**

Americana, SP  
2013

**CENTRO PAULA SOUZA**



**Faculdade de Tecnologia de Americana  
Curso Superior de Tecnologia  
Análise e Desenvolvimento de Sistemas**

# **Levantamento e Proposta para Compra Individual de Ingresso Segura - CIIS**

**MAURÍCIO CÉSAR RODRIGUES**  
mau.cesar@hotmail.com

Trabalho monográfico, desenvolvido em cumprimento à exigência curricular do Curso Superior de Tecnologia em Análise e Desenvolvimento de Sistemas da Fatec-Americana, sob orientação do Prof. Antonio Alfredo Lacerda.

**Área: Análise e Desenvolvimento de Sistemas**

Americana, SP  
2013

**BANCA EXAMINADORA**

**Prof. Antonio Alfredo Lacerda**

**Prof. Alberto Martins Junior**

**Prof. Wagner Siqueira Cavalcante**

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus, que através da força do Seu Espírito, fez com que eu superasse as dificuldades neste caminho.

Aos meus pais, Benedito Rodrigues Sobrinho e Maria Edione Bertie Rodrigues. Ambos responsáveis por terem me ajudado no crescimento como pessoa, por toda a educação que me passaram e suas experiências, são para mim exemplos de vida. Ao meu pai meu agradecimento eterno pela experiência de vida a mim passado, esteja onde estiver sei que ele estará torcendo por mim sempre, como fez por toda sua vida.

Ao meu orientador, Professor Antonio Alfredo Lacerda, pois este projeto só está acontecendo devido ao seu auxílio. Obrigado por contribuir com todo seu conhecimento, ensinamento neste período. Espero me tornar um professor do seu nível e poder passar aos outros o conhecimento adquirido da mesma forma que você faz.

À professora Maria Elizete Luz Saes, por seu auxílio no desenvolvimento do resumo, pelas dicas que me foram passadas, ajudando em muito no desenvolvimento.

O último agradecimento é especialmente a minha noiva, futura esposa Rafaela Capelato, pois tudo que está acontecendo em minha vida devo a ela, que sabe o quanto foi difícil chegar até aqui. Muitas barreiras foram encontradas pelo caminho, e sempre ela esteve ao meu lado me dando forças, me auxiliando naquilo que eu precisei. Obrigado por tudo que você fez por mim. Pode ter certeza que serei grato eternamente e tentarei retribuir da mesma forma tudo que você fez.

## **DEDICATÓRIA**

Dedico este trabalho a Deus, a meus pais, e a minha noiva, futura esposa, Rafaela Capelato devido ao seu apoio em minha trajetória acadêmica e pela paciência que sempre teve comigo ao me ajudar sempre que precisei, é uma gratidão que terei por toda minha vida.

## RESUMO

O objetivo deste projeto é estudar a forma de distribuição e venda de ingressos para jogos de futebol e propor alternativas para solucionar alguns problemas de gerenciamento do sistema atualmente em uso. A Lei 10.671/2003, que estabelece o estatuto do torcedor, declara que o cidadão brasileiro tem direito à disponibilidade dos ingressos para as partidas de futebol. Tendo em vista que, no Brasil, o futebol é considerado como a maior forma de entretenimento, e por essa razão há muitas incidências que comprometem o cidadão comum o acesso aquisição dos ingressos, bem como o, gerenciamento de compra e venda de ingressos nos estádios. Este projeto propõe a padronização desse tipo de serviço, por meio da implantação de um sistema identificador intitulado de CIIS que gera um cartão magnético pessoal e intransferível e autoriza a compra de ingressos pela internet, proporcionando comodidade ao usuário, sem a necessidade de enfrentar filas na bilheteria, e também para evitar fraudes. Os estudos de caso analisarão situações reais que aconteceram recentemente em campeonatos realizados no Brasil e na América do Sul.

**Palavras-chave: Venda de ingressos, Sistema identificador, CIIS, Futebol.**

## **ABSTRACT**

The objective of this project is to study the distribution and tickets' sale to soccer games and propose alternatives to solve some problems of management system currently in use. The law 10.671/2003 that establishes the status of the fans, states that Brazilian citizen has the right to the availability of tickets for soccer matches. Considering that, in Brazil, soccer is considered the highest form of entertainment, and for this reason there are many incidents that compromise the management of the tickets' sale in the stadiums. The project proposes the standardization of this type of service through the deployment of a identifier system with title CIIS that generates a personal magnetic card and not transferable and authorize the purchase of tickets over the Internet, providing convenience to the user, without the need for queuing at the ticket office and also to prevent fraud. The case studies examine real situations that happened recently in championships held in Brazil and in South America

**Keywords: Ticket Sales, System identifier, CIIS, Soccer**

## SUMÁRIO

1.	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	16
2.	<b>ESTATUTO DO TORCEDOR</b> .....	19
3.	<b>VENDA DE INGRESSO</b> .....	22
4.	<b>INTERNET NO BRASIL</b> .....	23
4.1	<b>. INTERNAUTAS ATIVOS</b> .....	23
4.2.	<b>COMÉRCIO ELETRÔNICO</b> .....	24
5.	<b>PROGRAMA MOVIMENTO POR UM FUTEBOL MELHOR</b> .....	25
6.	<b>PROGRAMA “SÓCIO TORCEDOR”</b> .....	27
7.	<b>PLANOS DE ALGUNS CLUBES BRASILEIROS</b> .....	28
8.	<b>COPA DAS CONFEDERAÇÕES 2013</b> .....	31
9.	<b>COPA DO MUNDO 2014</b> .....	33
10.	<b>COMPRA INDIVIDUAL DE INGRESSO SEGURA - CIIS</b> .....	35
10.1	<b>BENEFÍCIO AO TORCEDOR</b> .....	36
10.2	<b>CARTÃO “TORCEDOR TURISTA”</b> .....	37
10.3	<b>ELIMINAÇÃO DE CAMBISTAS</b> .....	37
11.	<b>METODOLOGIA</b> .....	39
12.	<b>OBJETIVO DA PESQUISA</b> .....	40
13.	<b>JUSTIFICATIVA</b> .....	41
14.	<b>CONCLUSÃO</b> .....	42
15.	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	43



## LISTA DE FIGURAS E DE TABELAS

<b>Figura 1: Estatística de usuários com computadores em casa .....</b>	<b>18</b>
<b>Figura 2: Estatística de usuários que utilizam internet no mundo.....</b>	<b>19</b>
<b>Tabela 1: Adesão de sócios torcedores ao programa “Movimento por um futebol melhor” .....</b>	<b>21</b>
<b>Figura 3: Imagem divulgada pela FIFA, ingresso vendido na Copa do Mundo 2010.....</b>	<b>29</b>

## **1. INTRODUÇÃO**

O futebol é muito rentável para os clubes brasileiros, mas boa parte dessa renda se deve ao torcedor, pela compra de outros produtos dos clubes, sendo o principal os ingressos vendidos para os jogos.

Mas, na maioria das vezes, o torcedor sai prejudicado, ou pela cobrança de ingressos com valores que fogem da realidade da economia brasileira, ou pela falta de experiência dos dirigentes de clubes brasileiros e até mesmo da entidade máxima do futebol nacional, a CBF - Confederação Brasileira de Futebol, que ainda permite que os cambistas continuem se aproveitando do torcedor brasileiro.

Sabe-se que a tecnologia se tornou aliada em todas as áreas da gestão devendo ser aplicada ao máximo, pois a tecnologia permite muitos benefícios, pensando desta maneira o projeto propõe a padronização desse tipo de serviço por meio de um estudo para implantação de um sistema identificador para venda de ingressos, proporcionando comodidade ao usuário e uma forma segura a todos os torcedores brasileiros e/ou estrangeiros que frequentam ou que desejam frequentar um estádio de futebol.

Para que isso possa acontecer, primeiro cada torcedor deverá se cadastrar no sistema CIIS que vai controlar todas as vendas de ingressos para todos os times brasileiros. Após este cadastro, o torcedor irá receber um cartão magnético de sócio. Quando ele desejar comprar um ingresso para assistir uma partida de futebol automaticamente após comprovação do pagamento do mesmo, será validada a compra neste cartão, permitindo a ele o acesso ao estádio. Será um cartão utilizado sempre pelo torcedor, intransferível e que permitirá a ele comprar um ingresso apenas por jogo.

Pensando que nosso país está próximo de sediar a Copa do Mundo de 2014, é necessário ter um sistema que gerencie tudo isso, para que os outros países possam ter o Brasil como uma referência, e que, de uma forma geral, este sistema poderá ajudar os clubes a ter controle de manutenção, orçamentos entre outras vantagens, não permitindo o desvio de recursos, além de que cada clube possa receber o recurso de direito, ademais proporcione ao torcedor o conforto e a

comodidade que o estatuto do torcedor lhe oferece, mesmo sabendo que tal sistema não poderia ser adotado no evento, pois é de propriedade da FIFA e todos os ingressos comercializados são de responsabilidade da mesma.

No segundo capítulo, Estatuto do Torcedor, serão abordados as regras do Estatuto do torcedor no tópico relacionado aos ingressos, para que se possa ter uma noção de como funciona hoje esta lei aprovada pelo governo federal.

No terceiro capítulo haverá uma breve explicação de como funciona; hoje as vendas de ingresso pela internet e como o torcedor realiza a compra dos ingressos.

No capítulo de número quatro é abordado um assunto muito importante que é a internet no Brasil, os usuários ativos e comércio eletrônico, tudo isso é de suma importância detalhar pois são pontos que farão o novo sistema a ser proposto funcionar, pois é necessário entender quem tem acesso à internet e a um dispositivo de acesso à internet (computador, tablete, celular), seja em casa, no trabalho ou de pessoas conhecidas.

No capítulo cinco é abordado sobre o “Movimento por um futebol melhor” que é um programa criado para beneficiar aqueles torcedores que estão associados ao programa de fidelidade Sócio Torcedor, assunto este que será por sua vez abordado logo em seguida no capítulo seis.

O capítulo sete informa sobre a Copa das Confederações 2013 de como funcionará a venda de ingressos, ou funcionou, pois até a presente data resta pouquíssimos ingressos a serem comercializados.

No capítulo oito descrevem-se detalhes importantes sobre a Copa do Mundo de 2014 com base no que ocorreu na Copa do Mundo de 2010, na África do Sul.

O capítulo nove detalha exatamente a proposta deste trabalho, que seria a criação de um cartão único para cada torcedor, visando melhorias e organização, combatendo os cambistas e proporcionando ao torcedor uma segurança maior além de toda a comodidade de poder comprar um ingresso sem a necessidade de se dirigir até o estádio, simplesmente utilizando a sua internet.

Nos capítulos seguintes, de número dez, onze e doze, se detalha qual foi a metodologia adotada no trabalho, o objetivo a ser alcançado em função desta pesquisa e propostas, e também a justificativa para tal proposta.

No capítulo treze é feita uma conclusão sobre tudo o que foi abordado neste trabalho e, por fim, no capítulo quatorze, são listadas todas as referências utilizadas na pesquisa e proposta deste trabalho.

## **2. ESTATUTO DO TORCEDOR**

A fim de trazer condições favoráveis ao consumidor em eventos esportivos no Brasil, foi criado o estatuto do torcedor conforme lei nº 10.671./2003, aprovada em 15 de maio de 2003 e, no Capítulo V deste estatuto, se encontram as seguintes regras a serem seguidas pelas federações e clubes em benefício do torcedor:

### *CAPITULO V*

#### *DOS INGRESSOS*

*Art. 20. É direito do torcedor partícipe que os ingressos para as partidas integrantes de competições profissionais sejam colocados à venda até setenta e duas horas antes do início da partida correspondente.*

*§ 1º O prazo referido no **caput** será de quarenta e oito horas nas partidas em que:*

*I - as equipes sejam definidas a partir de jogos eliminatórios; e*

*II - a realização não seja possível prever com antecedência de quatro dias.*

*§ 2º A venda deverá ser realizada por sistema que assegure a sua agilidade e amplo acesso à informação.*

*§ 3º É assegurado ao torcedor participar o fornecimento de comprovante de pagamento, logo após a aquisição dos ingressos.*

*§ 4º Não será exigida, em qualquer hipótese, a devolução do comprovante de que trata o § 3º.*

*§ 5º Nas partidas que compõem as competições de âmbito nacional ou regional de primeira e segunda divisão, a venda de ingressos será realizada em, pelo menos, cinco postos de venda localizados em distritos diferentes da cidade.*

*Art. 21. A entidade detentora do mando de jogo implementará, na organização da emissão e venda de ingressos, sistema de segurança contra falsificações,*

*fraudes e outras práticas que contribuam para a evasão da receita decorrente do evento esportivo.*

*Art. 22. São direitos do torcedor partícipe: (Vigência)*

*I - que todos os ingressos emitidos sejam numerados; e*

*II - ocupar o local correspondente ao número constante do ingresso.*

*§ 1º O disposto no inciso II não se aplica aos locais já existentes para assistência em pé, nas competições que o permitirem, limitando-se, nesses locais, o número de pessoas, de acordo com critérios de saúde, segurança e bem-estar.*

*§ 2º A emissão de ingressos e o acesso ao estádio nas primeira e segunda divisões da principal competição nacional e nas partidas finais das competições eliminatórias de âmbito nacional deverão ser realizados por meio de sistema eletrônico que viabilize a fiscalização e o controle da quantidade de público e do movimento financeiro da partida. (Redação dada pela Lei nº 12.299, de 2010).*

*§ 3º O disposto no § 2º não se aplica aos eventos esportivos realizados em estádios com capacidade inferior a 10.000 (dez mil) pessoas. (Redação dada pela Lei nº 12.299, de 2010).*

*Art. 23. A entidade responsável pela organização da competição apresentará ao Ministério Público dos Estados e do Distrito Federal, previamente à sua realização, os laudos técnicos expedidos pelos órgãos e autoridades competentes pela vistoria das condições de segurança dos estádios a serem utilizados na competição. (Regulamento)*

*§ 1º Os laudos atestarão a real capacidade de público dos estádios, bem como suas condições de segurança.*

*§ 2º Perderá o mando de jogo por, no mínimo, seis meses, sem prejuízo das demais sanções cabíveis, a entidade de prática desportiva detentora do mando do jogo em que:*

*I - tenha sido colocado à venda número de ingressos maior do que a capacidade de público do estádio; ou*

*II - tenham entrado pessoas em número maior do que a capacidade de público do estádio.*

*III - tenham sido disponibilizados portões de acesso ao estádio em número inferior ao recomendado pela autoridade pública. (Incluído pela Lei nº 12.299, de 2010).*

*Art. 24. É direito do torcedor partícipe que conste no ingresso o preço pago por ele.*

*§ 1º Os valores estampados nos ingressos destinados a um mesmo setor do estádio não poderão ser diferentes entre si, nem daqueles divulgados antes da partida pela entidade detentora do mando de jogo.*

*§ 2º O disposto no § 1º não se aplica aos casos de venda antecipada de carnê para um conjunto de, no mínimo, três partidas de uma mesma equipe, bem como na venda de ingresso com redução de preço decorrente de previsão legal.*

*Art. 25. O controle e a fiscalização do acesso do público ao estádio com capacidade para mais de 10.000 (dez mil) pessoas deverão contar com meio de monitoramento por imagem das catracas, sem prejuízo do disposto no art. 18 desta Lei. (Redação dada pela Lei nº 12.299, de 2010). (PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA, Agnelo Santos Queiroz Filho, Álvaro Augusto Ribeiro Costa, 2003, Capítulo V).*

### **3. VENDA DE INGRESSO**

Sabe-se que o acesso aos ingressos para partidas de futebol atualmente possui mais facilidades do que uns anos atrás, pois existem muito recursos, dentre eles, pode-se citar a venda de ingressos pela internet por inúmeros sites que disponibilizam esta função, tal como o [www.futebolcard.com.br](http://www.futebolcard.com.br), e o [www.ingressoFacil.com.br](http://www.ingressoFacil.com.br), que são os mais conhecidos e mais utilizados, por proporcionar uma maior segurança aos torcedores que realizam a compra de seu ingresso pela internet.

Estes tipos de sites permitem a compra dos ingressos somente após a realização de um cadastro. Após este passo importante é possível escolher qual partida o torcedor deseja assistir e seguir os passos seguintes, que pode disponibilizar para ele uma quantidade limitada de ingressos por cadastro, que número pode se limitar a um, caso seja ingresso de meia entrada. Conforme consta no Estatuto do torcedor, todo ingresso deve vir com o número da cadeira que o torcedor irá sentar e o valor do ingresso, mas em alguns casos só é permitido comprar o ingresso escolhendo o setor, ou seja, não há nenhuma possibilidade de saber qual seria o assento correto que ele deveria procurar ao chegar no estádio.

Esta modalidade de venda e geração de ingressos por determinados sites, não atende a padronização internacional e acaba por diversificar o acesso aos ingressos no Brasil.



## 4. INTERNET NO BRASIL

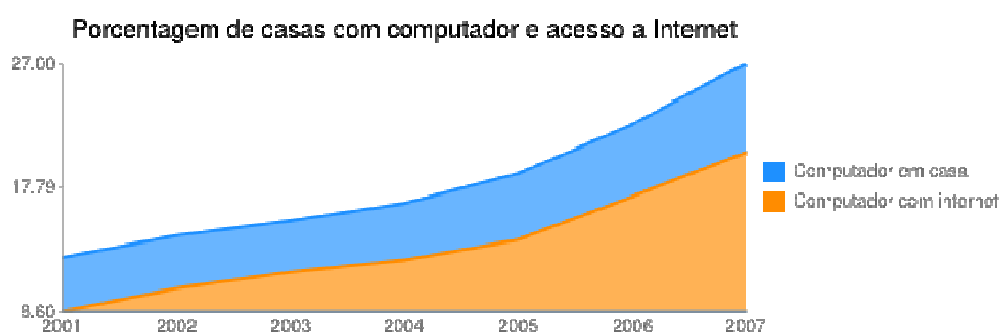
De acordo com pesquisa realizada pelo Ibope Media, realizada em dezembro de 2012, o Brasil conta com 94,2 milhões de internautas, o que coloca nosso país em 5º lugar no mundo, entre os países com mais se tem usuários que têm acesso à internet.

Entre 2007 e 2011, no Brasil houve um aumento de 27% para 48%, sendo que o local de onde mais se obteve acesso foi em Lan Houses, com 31%, seguido pelas próprias residências dos usuários contabilizando 27%, e também acesso à internet pela casa de amigos ou parentes, que chega a 25%.

### 4.1. INTERNAUTAS ATIVOS

Dos 94,2 milhões de internautas que conta o Brasil, cerca de 50,7 milhões deles são usuários que acessam a internet de forma regular. Destes usuário regulares se tem uma estatística que 10% deles acessam a internet seis vezes por semana, 21% de duas a três vezes e 18% apenas uma vez. Com isso, 87% dos usuários brasileiros acessam a internet semanalmente.

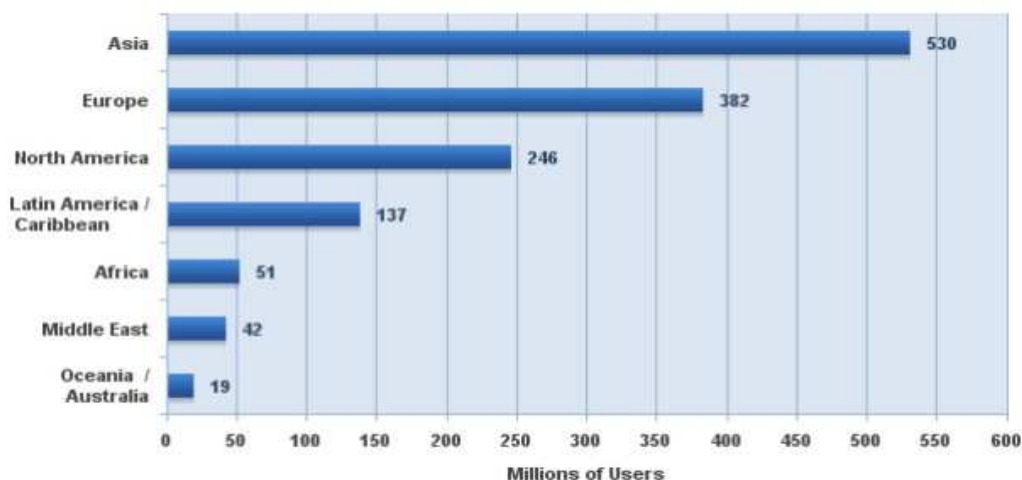
Figura 1 – Estatística de usuários com computadores em casa e com internet



Fonte: Repositório digital To Be Guarany

Em nota de rodapé: Disponível em: <[http://tobeguarany.com/internet\\_no\\_brasil.php](http://tobeguarany.com/internet_no_brasil.php)> acesso em 31 de maio de 2013.

Figura 2 – Estatística de usuários que utilizam internet no mundo



Fonte: Repositório digital To Be Guarany

Em nota de rodapé: Disponível em: <[http://tobeguarany.com/internet\\_no\\_brasil.php](http://tobeguarany.com/internet_no_brasil.php)> acesso em 31 de maio de 2013.

## 4.2. COMÉRCIO ELETRÔNICO

Conforme dados divulgados por órgãos especializados em comércio eletrônico, que obtém informações de 2006 até os dias de hoje, mundialmente falando a China em 2013 passaria a ser o segundo lugar em vendas pela internet, atrás dos EUA devido à grande ascensão das empresas norte-americanas, estimada em 65% no ano, com um lucro de 181 bilhões de dólares. O estudo se baseia nas vendas no varejo, venda de viagens e os downloads pagos, não sendo incluído apostas e a venda de ingressos pela internet.

Seguindo esta linha, o Brasil teve um crescimento de 21% no primeiro semestre de 2012, movimentando 10,2 bilhões, e no mesmo período em 2011 movimentou 8,4 bilhões. Cerca de 37,6 milhões de usuários compraram online no primeiro semestre de 2012, dos quais, 5,6 milhões compraram pela internet pela primeira vez. Isso é um grande avanço para nosso país, afinal muitos usuários tem acesso à internet, mas têm receio com relação a compras pela internet, por entenderem não ser uma maneira segura de expor seus dados, tanto pessoais quanto bancários e de cartão.

## **5. PROGRAMA MOVIMENTO POR UM FUTEBOL MELHOR**

Este programa foi criado visando “contribuir” aos clubes proporcionando, aos usuários cadastrados descontos em supermercados. Foi criado recentemente para que o torcedor possa ter direito a esses descontos e permitir o cadastro no site do Movimento que é <http://www.porumfutebolmelhor.com.br/>.

É necessário antes fazer o cadastro de sócio torcedor no site do clube que participa deste programa que pode ser chamado de fidelidade. Sem o cadastro como sócio torcedor não é possível participar do “Movimento por um futebol melhor”, o que de certa forma, muitos torcedores acabam não se filiando justamente por ter que pagar uma taxa mensal que é estipulada pelo clube ao qual ele se filiou.

Esse projeto é a unificação de times de futebol, supermercados e “alguns” produtos associados, na hora da compra do produto nos supermercados credenciados o torcedor informa o seu CPF, desta forma ele estará ajudando o seu o time ao qual ele está credenciado. Quanto à contribuição podem-se exemplificar muitas vantagens conforme constam no regulamento do programa, como: oferecer melhores estruturas para as equipes, Os maiores craques jogando no futebol brasileiro, investir em estádios modernos, revelar e proteger os novos talentos brasileiros e proporcionar descontos inéditos em produtos e serviços.

Vantagens como as relacionadas podem gerar muitas divisas para os clubes bem como outras tantas alternativas criadas para ajudar os clubes brasileiros a sanar suas dívidas, tal como o já criado o timemania, cujo dinheiro investido pelo apostador era revertido ao time pelo qual ele apostava, mas não obteve tanto sucesso devido a falta de conhecimento de seus torcedores e valores de prêmios que não chegava a “empolgar” o apostador.

O Programa “Movimento por um futebol melhor” está evoluindo, e para se ter uma noção de como está essa crescente, abaixo segue uma tabela da quantidade de torcedores que estão aderindo à promoção que visa, não só ajudar o seu clube do coração, mas oferecer benefícios como desconto de produtos em supermercados.

**Tabela 1** – Adesão de sócios torcedores ao programa “Movimento por um futebol melhor” (O número de associados cresce ou diminui de acordo com a adesão ou o cancelamento do torcedor).

	<b>14 de Janeiro</b>	<b>Hoje</b>	<b>Crescimento</b>
<b>Corinthians</b>	51025	51275	0,4%
<b>Santos</b>	47594	50675	6,00%
<b>Cruzeiro</b>	7023	25443	262,00%
<b>São Paulo</b>	5934	17435	193,00%
<b>Flamengo</b>	-	16063	-
<b>Fluminense</b>	12453	15614	25,00%
<b>Palmeiras</b>	9526	9526	36,00%
<b>Ceará</b>	6796	8174	20,00%

Fonte: Repositório digital MSN Brasil

Em nota de rodapé: Disponível em:

<<http://dinheiro.br.msn.com/guias/guias-artigo-planejamento.aspx?cp-documentid=27313723&page=2>> acesso em 03 de junho de 2013.

Desta forma entende-se que o programa tem atingido um nível alto de associação de Sócios Torcedores, o que, como já foi dito anteriormente, vem ajudar os dois lados envolvidos, que são os torcedores e os clubes.

## **6. PROGRAMA “SÓCIO TORCEDOR”**

Embora em um passado não muito distante, ocorreram vários problemas em vendas de ingressos, que só era permitido para um público específico, ou seja, algumas pessoas apenas tinham condições de comprar um ingresso por possuírem uma bandeira de cartão.

Os programas de sócio torcedor também seguem esta linha de venda de ingressos de forma diferenciada, o que poderia ser considerado como ilegal. O estatuto do torcedor prevê que este tipo de venda pode acontecer e não ser considerado ilegal, pois é uma venda que privilegia os torcedores mais fiéis, ou seja, aqueles que têm presença quase que “cativa” em todos os jogos do clube.

Isto beneficia diretamente o clube o qual o torcedor está associado pelo Programa Sócio Torcedor, pois o retorno financeiro dos clubes com este plano de fidelidade é, hoje, uma das principais fontes de renda, pois além da compra dos ingressos, o torcedor paga uma taxa mensal por estar associado a um plano de sua escolha.

## **7. PLANOS DE ALGUNS CLUBES BRASILEIROS**

Não são todos os clubes brasileiros que oferecem o plano Sócio Torcedor aos seus torcedores, mas pode-se dizer que os maiores clubes do Brasil já implantaram esse projeto, para proporcionar ao seu torcedor uma alternativa para adquirir ingressos sem enfrentar filas e até mesmo evitar a cobrança exorbitante realizada pelos cambistas, que, além de ilegal, ainda é um dos problemas mais enfrentados nessa questão de venda de ingressos.

Podem-se tomar como exemplo os quatro maiores clubes do estado de São Paulo que oferecem aos seus torcedores planos de sócio torcedor, e pode-se constatar que a diferença de valores entre eles é grande, pois pode haver exclusão de vantagens para cada tipo de torcedor.

O Corinthians oferece a seu torcedor o programa Sócio Torcedor, que está disponível através do site [www.fieltorcedor.com.br](http://www.fieltorcedor.com.br). Entre as vantagens oferecidas pelo cartão, há a compra antecipada de ingressos com descontos exclusivos, que somente podem ser concedidos quando o clube for mandante do jogo, facilitando a entrada do jogo. Além disso, o torcedor associado tem direito a um e-mail exclusivo com a extensão “@fieltorcedor.com.br”, além do que são disponibilizados kits personalizados que podem variar de acordo com o plano ao qual o torcedor é associado, podendo também associar no mesmo plano até quatro dependentes, para os quais há uma taxa cobrada para estes dependentes.

Existem três tipos de planos para os torcedores corintianos que são:

Minha Vida: Custo anual de R\$ 180,00.

Minha História: Custo anual de R\$ 600,00.

Meu Amor: Custo anual de R\$ 900,00.

Obs.: Todos os planos oferecidos podem ser parcelados em até 6x sem juros.

O Santos não trabalha atualmente com o programa Sócio Torcedor, e sim, com um plano chamado de Sócio Contribuinte, que oferece os mesmos benefícios

que o Sócio Torcedor, mas com alguns diferenciais que dá direito ao torcedor nas eleições presidenciais do clube e possibilidade de compor o Conselho Deliberativo do clube.

A associação a este plano pode ser feita através do site do clube [www.santosfc.com.br](http://www.santosfc.com.br), que após o cadastro pede alguns dias para entrar em contato solicitando algumas informações que irão compor a carteirinha de associado.

Existem vários tipos de planos para os torcedores santistas que são:

Sócio Contribuinte: Custo anual de R\$ 235,00.

Sócio Contribuinte Mulher: Custo anual R\$ 117,50.

Sócio Contribuinte Juvenil (14 a 18 anos): Custo anual R\$ 117,50.

Sócio Contribuinte Infantil (Até 14 anos): Custo anual de R\$ 78,50.

Obs.: Todos os planos oferecidos podem ser pagos mensalmente, trimestralmente ou até mesmo semestralmente.

Já o Plano de Sócio Torcedor oferecido pelo Palmeiras é chamado de Avanti, que pode ser adquirido através do site <https://socio-palmeiras.futebolcard.com>. Permite ao torcedor associado comprar ingressos antecipadamente, desconto em lojas oficiais do clube e ainda recebe um kit, dependendo do plano escolhido.

Os associados também participam de sorteios para jogarem futebol no Centro de Treinamento do Palmeiras e de camisas autografadas todos os meses.

Existem 3 tipos de planos para os torcedores palmeirenses que são:

Meu Palmeiras: Custo anual R\$ 1.679,88

Sou Palmeiras: Custo anual R\$ 839,88

Minha vida é você: Custo anual R\$ 239,88

Obs.: Todos os planos oferecidos podem ser pagos também mensalmente.

E, por fim, o programa Sócio Torcedor oferecido ao Torcedor do São Paulo intitulado de Sócio Torcedor. Para se associar basta acessar o site [www.sociotorcedor.com.br](http://www.sociotorcedor.com.br), e o torcedor associado pode participar de promoções como sorteio de camisas de jogadores, visita à concentração, Morumbi Tour, visita ao Centro de Formação de Atletas de Cotia e ao Centro de Treinamento.

Existem 2 tipos de planos para os torcedores são paulinos que são:

Plano Standard: Custo anual de R\$ 360,00.

Plano Premium: Custo anual de R\$ 1.200,00.

Obs.: Todos os planos oferecidos podem ser pagos também mensalmente.

É possível se constatar que existe uma variação de preço de um clube para outro, isso se deve a projeção feita pelos departamentos de marketing de cada clube, pois não cada plano tem sua vantagem e um público-alvo.

Mas existe um grande “porém” pois, ao mesmo tempo em que se paga a mensalidade, precisaria desembolsar mais dinheiro para comprar os ingressos, então no final pode se tornar um valor bem “salgado” para os bolsos do torcedor.



## **8. COPA DAS CONFEDERAÇÕES 2013**

A comercialização dos ingressos para a Copa das Confederações de 2013 a ser realizada entre junho e julho do ano corrente funciona nos padrões do futebol europeu, e por isso existem regras e também todos os ingressos são vendidos pela internet, através de cadastro feito no site da FIFA.

É um evento teste para a Copa do Mundo de 2014, ou seja, muitos dos problemas que possam vir a acontecer neste evento serão corrigidos para o próximo ano. Um dos pontos mais importantes é a venda de ingressos, pois ele dará o retorno esperado para que o evento que será realizado aqui no Brasil.

Para a FIFA, organizadora do evento, esta é a melhor de todas as edições da Copa das Confederações conforme noticiado por vários veículos de imprensa, na questão de venda de ingressos, pois em poucos dias de venda se esgotaram todos os ingressos para os jogos da seleção anfitriã, no caso o Brasil, pelo menos em se tratando de primeira fase, mas independente dessa questão, o mais importante a ser questionado é que a venda de ingressos teve um sucesso tão grande, que de todos os jogos a serem realizados estão disponíveis para venda apenas 160.000 mil entradas, o restante já foi tudo comercializado, no primeiro lote vendido, 640.000 mil ingressos acabaram rapidamente.

Outro fator a ser relatado é que nenhum destes ingressos foi comercializado fora da internet. O torcedor, que fez a compra do ingresso pela internet só tem o trabalho de retirar os ingressos em postos autorizados, apresentando o comprovante de compra e com os documentos necessários, utilizado na hora da compra. Desta maneira é praticamente impossível a venda de ingressos por cambistas, ou seja, isto só aconteceria se os torcedores que compraram os ingressos pelo site resolvessem vende-los por um valor maior do que o adquirido.

Apesar de toda esta segurança, alguns torcedores que compraram o ingresso por um valor bem baixo, vem querendo se aproveitar da situação, oferecendo o mesmo ingresso adquirido para quem queira comprar, mas por um valor 5x maior do comprado, e isso vem acontecendo através de sites especializados em venda de ingressos, que não são os citados acima, pois o único que tem permissão para

comercialização de ingressos para a Copa das Confederações é o site da FIFA conforme já dito.

Esta prática exercida por esses torcedores se enquadra na situação de cambistas, pois é exatamente o que um cambista faz, ele adquire o ingresso pelo valor de mercado, e comercializa por um valor totalmente fora do padrão, justamente para “ganhar” em cima daquele valor investido.

## 9. COPA DO MUNDO 2014

Sabe-se que hoje nos encontramos a um ano do início da Copa do Mundo de 2014 a ser realizada no Brasil, mas podemos tirar como base o que já aconteceu na Copa do Mundo de 2010 realizada na África do Sul. Foi oferecido ao torcedor ingressos para assistir a vários jogos da Copa, e todos os ingressos também foram adquiridos pelo site da FIFA assim como será feito na Copa das Confederações, e como já foi informado pela própria entidade máxima do futebol mundial, os ingressos para a Copa no Brasil irão variar de R\$ 150 a R\$ 1.500, este valor pode variar de acordo com a cotação do dólar na época do evento, desta forma espera-se chegar em um valor acessível a todos que desejarem assistir a um jogo, pensando em torcedores do próprio Brasil e também nos torcedores do mundo todo que deverão comparecer para prestigiar o evento.

Conforme noticiado pelo site UOL, em 2010, um torcedor para assistir a final da Copa, teve que desembolsar 900 dólares que na época era equivalente a R\$ 1.642, o que se pode analisar que não é um preço exorbitante, mas para um torcedor comum, foge dos padrões que hoje se encontra em nosso país.

Figura 3 – Imagem divulgada pela FIFA, ingresso vendido na Copa do Mundo 2010.



Fonte: Repositório digital UOL

Em nota de rodapé: Disponível em: <<http://www.uol.com.br>> acesso em 03 de junho de 2013.

No ingresso comercializado e retirado em postos autorizados conforme o processo que acontecerá na Copa das Confederações 2013, se é informada às seleções que irão se enfrentar, o valor pago pelo ingresso, data do jogo, o número do jogo hora do jogo, entre várias informações, mas uma informação importantíssima que deve ser seguida e que hoje não é adotada em estádios brasileiros é o setor a qual o torcedor deve estar se sentado bem como o número da cadeira. Em eventos realizados pela FIFA, é uma regra geral, que o torcedor se sente no local determinado, pois existirão fiscais orientando e também terão a liberdade para chamar a segurança caso o torcedor se recuse a trocar de lugar.

## **10.COMPRA INDIVIDUAL DE INGRESSO SEGURA - CIIS**

Visando melhorar as condições de compra de ingressos, tendo em vista os resultados apresentados na pesquisa detalhada que foi realizada, a proposta de melhoria para a questão seria a criação de um cartão único e intransferível, vinculado ao CPF do torcedor, que seria utilizado em catracas e o cartão não seria recolhido pela catraca, sendo assim, o torcedor se identificaria e continuaria com seu cartão, além da identificação do cartão o torcedor precisaria utilizar a biometria para liberar o acesso.

Seria um cartão diferenciado, que o torcedor poderia comprar o ingresso automaticamente o ingresso através do site, e ele entraria como um crédito para o cartão, possibilitando assim o acesso ao estádio. No caso para diferenciar e não ter problemas de comprar ingresso para um jogo e o torcedor “tentar” ter acesso ao estádio em outro dia, teria um código de identificação para cada tipo de ingresso.

Para que o usuário adquira este cartão, primeiramente seria necessário que o mesmo fizesse um cadastro no site, para depois disso a solicitação enviada, possa passar por análise e depois encaminhada para a confecção da carteirinha, o próximo passo seria no primeiro acesso, o torcedor comparecer a um posto autorizado para poder cadastrar a digital, que seria de utilização obrigatória, só não seria obrigatória no caso de torcedores que tenham dificuldade em reconhecimento de digital, ai seria adotado um sistema diferenciado de digitação de senha, igualmente é utilizado hoje em dia com cartões de débito e crédito.

A compra de ingresso por usuário se limitaria a apenas 1 unidade por cartão, hoje a compra de ingressos seja diretamente na bilheteria ou via site, pode ser comprada de 2 a 4 ingressos dependendo da ocasião, por usuário. O valor do ingresso ficaria sob responsabilidade do clube mandante do jogo.

## **10.1 BENEFÍCIO AO TORCEDOR**

O benefício em se ter um cartão para o torcedor seriam inúmeras, seria adotada uma maneira única de venda de ingressos em todo o país, não sendo possível a comercialização de ingressos por outro site ou de outra maneira. Isso daria uma organização maior pois, hoje em dia se consegue comprar ingressos de várias maneiras o que de certa forma pode fazer com que a entrada nos estádios aconteça de uma maneira mais demorada, as vezes o torcedor acaba entrando no estádio com o jogo em andamento, e adotando esse novo conceito seria possível ter uma agilidade maior, e uma segurança maior, dentre as inúmeras vantagens que podem ser encontrada são:

- Cadastro único para cada torcedor que geralmente frequenta os estádios;
- Sem filas para compras dos ingressos;
- Sem cambistas a presença de cambistas;
- Controle maior sobre os torcedores dos times, podendo se ter uma listagem fiel de quantidade de torcedores espalhados pelo país, podendo auxiliar as entidades ou até mesmo a polícia identificar um torcedor em caso de incidentes ocorridos dentro do estádio;
- Não favorecimento a uma parte da torcida, o que muito acontece com os planos de Sócio Torcedor, o que não faz deste programa algo inválido, ou seja, o Sócio Torcedor pode continuar existindo, de outra maneira, juntamente com o Movimento por um futebol melhor, visando auxiliar os clubes a aumentar seu ganhos;
- Sem mensalidade, apenas o valor a ser pago pelo ingresso, ou seja, o torcedor só pagaria se fosse assistir a algum jogo de sua escolha;

## **10.2 CARTÃO “TORCEDOR TURISTA”**

O Cartão “Torcedor Turista” faz parte do novo sistema a ser adotado o CIIS, ele irá atender a um público diferenciado, ou seja, aquele torcedor que não tem o costume de frequentar o estádio, que entende que assistir a jogos não é algo rotineiro e não vê necessidade de se associar ao sistema. Isto também se inclui aquele torcedor que está no Brasil a passeio e deseja assistir ao jogo como lazer, um exemplo seria, um cidadão comum da Itália, está no Brasil a passeio e na mesma época tem um Corinthians x Palmeiras e ele gostaria de estar assistindo, mesmo ele não tendo o cartão único, não seria proibido de assistir, pois no estádio existiria um ponto de atendimento, no qual ele poderia fazer um cadastro rápido e simples, utilizando seus documentos de identificação, e seria gerado um cartão provisório, que ao invés de ficar com ele igual aos outros torcedores, seria identificado pela catraca de acesso bem como seu recolhimento.

Esta é uma maneira de não beneficiar a um público específico, o que muito acontece com os planos de sócio torcedor, que acaba permitindo que para alguns jogos somente quem tenha o cartão possa comprar o ingresso para determinado jogo, um exemplo recente de uma prática adotada foi na final da Libertadores de 2011, onde somente quem era cadastrado a um tipo de cartão oferecido pelo Corinthians tinha a possibilidade de comprar o ingresso, impossibilitando aquele torcedor que não tinha costume de assistir a jogos a comprar o ingresso sem ter que se filiar ao clube, pois não foi vendido na bilheteria do estádio, somente pela internet, o que foi um avanço nesta parte mas também um retrocesso por favorecer a uma parte apenas da torcida.

## **10.3 ELIMINAÇÃO DE CAMBISTAS**

Ao adotar um sistema novo em que somente o torcedor pode comprar um ingresso por cartão e o cartão está vinculado ao seu CPF, as chances disto ser burlado é bem menor, se sabe que nada é seguro a ponto de não ser encontrado uma fraudado, mas caso isso acontecesse e fosse constatado a fraude o cartão deste torcedor seria invalidado e por um tempo indeterminado o usuário seria punido

sem a possibilidade de utiliza-lo por um período sob pena de ser extinto a sua utilização se o mesmo voltar a acontecer. De que maneira isto poderia acontecer, alguém pode querer utilizar o CPF de um torcedor que não tem costume de ir ao estádio e comprar o ingresso direto na bilheteria através do Cartão “Torcedor Turista”, e depois ele vender o ingresso por um valor totalmente do cobrado a fim de lucrar com isso, um CPF que não está vinculado ao Sistema CIIS pode ser detectado uma utilização rotineira, ou seja, automaticamente ele passaria de ser um “Torcedor Turista” e teria que se associar ao programa e ter um cartão único, desta forma ele precisaria cadastrar sua biometria, o que não seria possível repassar seu ingresso a outro torcedor.



## **11. METODOLOGIA**

Para a realização deste estudo descritivo e exploratório, será uma pesquisa de sobre a evolução da internet no Brasil, Comércio Eletrônico, a fim de explorar a venda ingressos pela internet encontram.

Será detalhado também um dos maiores problemas que afastam o torcedor dos estádios de futebol, os “cambistas”, devido à prática ilegal eles adquirem inúmeros ingressos e os vendem pelo valor que quiserem a fim de lucrar de forma exorbitante e se aproveitar dos cidadãos comuns que buscam um local para lazer.

Também será abordado de que maneira isto ocorre, de forma que o projeto possa proporcionar a exclusão deste comportamento, detalhando e implementando provocando a exclusão destes “profissionais”.

Outro fato a ser abordado será o programa, “Sócio torcedor”, que apenas alguns clubes brasileiros aderiram e que de certa forma terem bom senso para com os torcedores que mais frequentam os estádios brasileiros, mas em sua grande maioria prejudicam e muito os torcedores que não acompanham o seu time com tanta frequência.

Além disso, serão expostos alguns dados estatísticos para que se possa chegar a uma solução plausível para a venda de ingressos pela internet que futuramente tende a ser a única maneira de se adquirir um ingresso, haja vista que nos dias de hoje as pessoas buscam a todo o momento praticidade e conforto na hora de realizar uma compra.

Com base nessa metodologia apresentada, será exposto o projeto para compra individual de ingresso segura com intuito de padronizar toda a venda de ingressos e organizar um setor que hoje se promete muito aos torcedores e se faz pouco. Com esta organização também será possível fazer um levantamento de quanto o clube está recebendo por mês com renda nos estádios, bem como os gastos, evitando assim o desvio de dinheiro e a cobrança abusiva em alguns casos.

## **12.OBJETIVO DA PESQUISA**

Nos dias atuais é praticamente impossível não se pensar em comprar algo via internet, o comércio eletrônico vem crescendo nos últimos anos e tem se tornado umas das principais fontes de renda das empresas.

Atualmente esta tecnologia que está disponível, e de pouco acesso e inexplorável pela maioria dos usuários, será possível identificar, em que situação se encontra os usuários que fazem compra de ingresso pelo internet, e mostrar a segurança envolvida por trás disso.

1. Maneira justa de se comprar ingressos utilizando a internet;
2. Qual alternativa para que o usuário possa vir a comprar mais pela internet;
3. Vendas dos ingressos para a Copa das Confederações e Copa do Mundo.
4. Preço dos ingressos tabelado.

### **13.JUSTIFICATIVA**

Justifica-se a necessidade de um estudo para padronizar a venda de ingressos via internet, nos dias atuais existe muita desorganização no setor de venda de ingressos, erro cometido por todos os clubes e dirigentes das federações estaduais em que favorecem uma minoria dos cidadãos e na sua grande maioria acaba sendo prejudicado pelo sistema atual adotado.

Todo o estudo que será feito no projeto é para encontrar as falhas no sistema atual e propor melhorias para que ocorra a padronização na venda de ingressos pela internet para que o torcedor possa ir ao estádio e usufruir do produto que ele comprou e conseqüentemente receber a comodidade que lhe é de direito.

O objetivo principal é evitar a existência dos cambistas e que o torcedor pague pelo ingresso um preço justo conforme consta no Estatuto do Torcedor. A personalização na gestão para venda de ingressos terá um benefício muito grande aos clubes do Brasil também, pois será possível ter o controle das receitas vindas com venda de ingressos.

Sabe-se que na Europa não existem os problemas que encontramos aqui no Brasil, pois lá foi feita uma padronização em que se pensa primeiro no torcedor para depois pensar no retorno financeiro, e isso funciona, pois em todos os jogos os estádios estão sempre lotados, diferente do que acontece em nosso país em que nos jogos, as torcidas não chegam a ocupar metade da lotação máxima. Os clubes do exterior são grandes fábricas de dinheiro e um exemplo a ser seguido pelos clubes brasileiros.

## **14. CONCLUSÃO**

Com a pesquisa detalhada feita neste trabalho é possível entender qual é a real situação sobre a quantidade de usuários existentes no país que utilizam a internet e o comércio eletrônico, mas para um público específico, o torcedor que faz compra dos ingressos pela internet.

Além deste levantamento é possível entender, qual é o direito do torcedor de acordo com o Estatuto do Torcedor, e como acontece a venda de ingressos hoje pela internet, pois como se sabe também é possível fazer a compra de ingressos diretamente na bilheteria do estado onde será realizado a partida. Atrelado a esta situação é possível compreender como a FIFA faz a venda de ingressos pela internet para competições como Copa das Confederações e Copa do mundo.

De acordo com todas estas situações, foi proposto um tipo de sistema diferente para atender a este público, com o intuito principalmente de se evitar a cobrança excessiva nos preços dos ingresso ou até mesmo dos programas de fidelidade oferecidos pelo Sócio torcedor e também a atuação dos cambistas, que comprar os ingressos para revender pelo dobro do preço pago ou até mais. Então o sistema de Compra Individual de Ingresso Segura – CIIS, vem para melhorar o que hoje já existe proporcionando uma melhor organização a todos os envolvidos.

É possível se concluir que não existe uma proposta que esteja funcionando bem que não pode ser melhorada, foi desta que foi elaborado este trabalho, visando melhorias e uma maior segurança a quem utiliza deste serviço, no caso o comércio eletrônico, para compra de ingressos para partidas de futebol.

## **15.REFERÊNCIAS**

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **Citação:** NBR-10520/ago - 2002. Rio de Janeiro: ABNT, 2002.

**Referências:** NBR-6023/ago. 2002. Rio de Janeiro: ABNT, 2002.

ESTATUTO DO TORCEDOR. LEI Nº 10.671, DE 15 DE MAIO DE 2003

SOMMERVILLE, IAN. **Engenharia de Software**. PEARSON. 8ª edição, 2007

JUNIOR, MARTINS JOAQUIM. Como escrever trabalhos de conclusão de curso. Editora Vozes. 5ª edição

### **MATERIAL ELETRÔNICO**

ANTONIOLI, LEONARDO Estatísticas, dados e projeções atuais sobre a Internet no Brasil. **CONEXÃO: GOOGLE**, 2007-2013. Disponível em: <[http://tobeguarany.com/internet\\_no\\_brasil.php](http://tobeguarany.com/internet_no_brasil.php)>. Acesso em: 31 maio 2013

MONEY, INFO Quanto custa se tornar sócio-torcedor do seu time do coração?. **CONEXÃO: GOOGLE**, 2007-2013. Disponível em: <<http://dinheiro.br.msn.com/guias/guias-artigo-planejamento.aspx?cp-documentid=27313723&page=2>>. Acesso em: 03 junho 2013

Informações sobre copa das confederações e copa do mundo. **CONEXÃO: UOL**, 2010-2013. Disponível em: <<http://www.uol.com.br>>. Acesso em: 03 junho 2013