

PLANO DE GESTÃO

2026 - 2028



★ ★ ★
PRESIDENTE
ODORICO
COM O APOIO DE
CELSORIGO

APRESENTAÇÃO

Gremistas, o nosso Clube vive um momento decisivo. As escolhas que faremos agora vão determinar o futuro do nosso Clube nos próximos anos. Não há espaço para improvisos ou aventuras. **Nosso Grêmio** precisa alinhar **tradição, paixão e modernidade**, com governança profissional e compromisso com resultados. No triênio 2026–2028 teremos como prioridades **fortalecer o futebol, valorizar a torcida e consolidar a gestão da Arena como ativo estratégico do Clube**. Esse é o caminho para garantir a sustentabilidade do modelo associativo e preservar a identidade gremista, frente à onda de transformação dos clubes em empresas. **Não queremos o nosso Grêmio transformado em SAF**. Isso pode ser alcançado com **dirigentes que já contribuíram** de forma relevante com o Grêmio.

Temos também um compromisso essencial: reaproximar o Grêmio dos seus sócios e torcedores. Os sócios são o **coração do Clube**. Eles precisam ser ouvidos, respeitados e valorizados.

APRESENTAÇÃO

Outro ponto muito relevante é a **gestão plena da Arena do Grêmio**, que passará às mãos do Clube, graças ao gesto gigantesco e apaixonado do **Marcelo Marques. A Arena é nossa** e vamos mantê-la para ser um espaço de orgulho para cada gremista: moderna, eficiente, acolhedora e financeiramente sustentável. A Arena será não apenas palco de jogos, mas também motor de **novas receitas** e símbolo da força do Grêmio no presente e no futuro.

Com o apoio de **Celso Rigo**, queremos reviver e superar as alegrias de 2016 e 2017, quando o Grêmio voltou a ser **protagonista** e conquistou títulos históricos como a Copa do Brasil e a Libertadores. **Quando o Grêmio é bem conduzido, ele se torna vitorioso.**

Por isso, o projeto “**Odorico Presidente, com apoio de Celso Rigo**” foi construído a partir dos pilares que sustentam o Clube: o **Futebol**, a **Torcida** e agora também a **Arena**. Com profissionalismo e dedicação, vamos devolver ao nosso Clube a grandeza que a sua história exige.

AS DIRETRIZES GERAIS ESTABELECIDAS PELA GESTÃO SÃO:

- ★ **O Conselho de Administração (CA) e a Gerência Executiva** serão responsáveis pela implementação das políticas previstas no **Planejamento Estratégico**, conforme escala de prioridade definida pelo CA, com acompanhamento das Comissões correspondentes do Conselho Deliberativo;
- ★ Os **gestores profissionais do Grêmio** serão contratados mediante processo seletivo com profissionais de reconhecida **capacidade e experiência**, que já atuam no mercado;
- ★ As decisões do Clube, em todos os aspectos da gestão do Futebol e das demais áreas, **serão transparentes e apoiadas por dados científicos**, obtidos de plataformas e sistemas de análises de dados;
- ★ A Arena será administrada nos termos descritos no tópico “**Gestão da Arena**”;
- ★ O Clube implementará rigorosa política de controle internos e práticas de governança, alinhadas com os princípios do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa – IBGC.



LEGADO

Um Grêmio vitorioso, profissionalizado, modernizado e financeiramente equilibrado com forte sinergia time-torcida.

PRINCÍPIOS E VALORES

- ★ História, imagem e patrimônio do Grêmio
- ★ Atenção e respeito ao torcedor
- ★ Respeito e promoção de direitos
- ★ Diversidade e inclusão
- ★ Integridade e transparência
("Servir e não se servir")
- ★ Bem-estar e sustentabilidade socioambiental
- ★ Integridade esportiva e fair play
- ★ Atualização e inovação



MISSÃO

Conquistar **títulos** com futebol competitivo, entregando **experiência** e **entretenimento** de excelência para **torcedores** e aficionados.

VISÃO

Estar no **primeiro nível** do futebol da América Latina com capacidade de **investimento** e **sustentabilidade**.



1 FUTEBOL COMPETITIVO E SUSTENTÁVEL

Um **time competitivo** começa com um planejamento consistente.

A formação de um time aguerrido e vencedor tem como pré-requisito uma preparação de excelência em todos os aspectos.

Buscaremos o equilíbrio entre jogadores vindos da base, jogadores pré-prontos e experientes, montando um grupo capaz de disputar com chances todas as competições que o Grêmio enfrentar.

As contratações serão feitas com base em análises criteriosas, científicas e profissionais, como deve fazer uma gestão responsável.

A **competitividade** nas modalidades **masculina e feminina** é influenciada por diversos fatores, que **terão completa atenção na nossa gestão**, dentre os quais citamos:

A- A contratação de profissionais qualificados (preparação física, técnica, tática, psicológica, nutrição e área médica);

B- A definição de modelo de jogo;

C- A revisão e aperfeiçoamento da estrutura disponível (Centros de Treinamentos, Arena, contratos, nutrição, medicina do esporte, fisiologia e logística);

D- Existência de centro de estatística e desempenho equipado com recursos humanos de ponta (analistas) e as melhores tecnologias disponíveis no mercado (softwares, bases de dados e equipamentos);

E- Produção de relatórios de qualidade para o Departamento de Futebol, melhorando a prospecção, elevando o nível de acerto nas contratações, na avaliação do grupo de jogadores do Grêmio e na análise dos adversários;

F- O equilíbrio financeiro (foco em governança e controles internos); e

G- O fortalecimento das relações institucionais (imprensa, órgãos públicos, associações e sociedade).

A ESTRUTURA EXECUTIVA DO FUTEBOL TERÁ:

- Manager desportivo;
- Executivo de Futebol;
- Gerente de Análise de Mercado (Head Scout);
- Executivo de Futebol Feminino;
- Executivo da Base.

Uma das ações relevantes que implantaremos será o **projeto de modernização e ampliação do CT Luiz Carvalho**.

A proposta de expansão contempla melhorias que **alinham o Grêmio às melhores práticas do futebol de alto rendimento** no cenário internacional:

- 30 suítes individuais para atletas e comissão técnica, garantindo privacidade, descanso adequado e logística otimizada para concentrações, períodos de transição e recuperação;
- Novo vestiário ampliado e moderno, integrado às rotinas de preparação e recuperação dos jogadores;

- Nova academia, equipada para atender demandas de força, potência, reabilitação e prevenção de lesões;
- Estruturas atualizadas para comissão técnica e setores de suporte, integrando as áreas de fisiologia, análise de desempenho, nutrição, preparação física e saúde;
- Melhorias nas áreas de convivência

Essa proposta nasce de visitas a centros de treinamento que são **referência nacional e internacional em infraestrutura e gestão esportiva**. A expansão do CT não é apenas uma obra física. É um movimento estratégico que:

- Qualifica o ambiente de trabalho dos atletas e profissionais;
- Aumenta a atratividade do clube para novos talentos;
- Eleva o padrão da preparação técnica e física;
- Cria condições ideais para adoção de metodologia integrada de treinamento;
- Reforça a competitividade do Grêmio no médio e longo prazo;
- Conecta infraestrutura, performance e governança esportiva.

Essa ação demonstra **compromisso com uma visão profissional, realista e ambiciosa** para o futebol do Grêmio. A renovação do CT é um investimento em resultado, patrimônio e futuro — e um passo decisivo para devolver o clube ao **protagonismo que sua história exige**.

Uma **base formadora e fortalecida** somente terá condições de gerar atletas de qualidade e que **ofereçam retorno desportivo e financeiro ao Grêmio** se estiver assentada sobre **pilares sólidos**, compreendendo:

A- **Estrutura apropriada** (física e humana, com profissionais capacitados);

B- **Captação qualificada** (monitoramento, avaliação e contratação); e

C- **Formação adequada** (técnica, tática, psicológica, valores éticos, valências, modelo de jogo, história do Clube, educação).



OBJETIVOS:

- Manter o Grêmio entre os concorrentes ao título em todos os campeonatos disputados;



- Estruturar o futebol feminino, com meta de estar entre os 4 melhores do Brasil até 2028;



- Fortalecer a base para revelar no mínimo 5 atletas por temporada ao time principal, a partir de 2027.



DIRETRIZES:

- ★ Uso intensivo de **métricas avançadas** na geração de relatórios analíticos;
- ★ **Composição do elenco:** 20 a 30% da Base, 30 a 40% de jovens promissores, 40% experientes;
- ★ Centro de análise de desempenho estruturado e com ferramentas de investigação estatística e dados que deem **suporte científico** às suas decisões;
- ★ Departamentos de Futebol Profissional, Feminino e da Base reestruturados, oferecendo metodologias, preparação física, técnica, tática, psicológica e motivacional, **capacitando os atletas à conquista de títulos**, com medicina esportiva preventiva e integração metodológica;
- ★ Definir linhas de atuação e de trabalho claros que assegurem o desenvolvimento de metodologia de **treinamento alinhados e coerentes em todas as categorias**;
- ★ **Contratações definidas sempre em sintonia** com as informações fornecidas pelo corpo de analistas, pela Comissão Técnica e pelos profissionais das demais áreas que compõem o Departamento de Futebol.

INDICADORES DE PERFORMANCE:

- ★ Posição nos campeonatos disputados;
- ★ Atletas da base promovidos/ano;
- ★ Taxa de acerto em contratações;
- ★ Número de dias de atletas no Departamento Médico;
- ★ Posição em rankings da CBF e Conmebol.



2 ASSOCIADOS E TORCIDA

O **torcedor é a razão de existir do Grêmio** e o principal pilar que sustenta o Clube. Nosso compromisso é entender e atender seus anseios, fortalecendo o vínculo emocional que faz do Grêmio uma **paixão única**. Um time competitivo, que devolva o orgulho de ser gremista e aproxime ainda mais o torcedor do Clube, aliado a produtos pensados para todos os perfis da torcida, colocará o Grêmio em um **ciclo positivo** — gerando novas receitas que permitirão ampliar o investimento no futebol.

Os sócios terão **benefícios que vão além do acesso aos jogos**. Convênios, parcerias e projetos próprios oferecerão vantagens, facilidades e produtos criados a partir das demandas dos próprios associados.

Entre as medidas imediatas, serão iniciados estudos para implementar um **sistema de check-in**, com o objetivo de aumentar a ocupação da Arena nos dias de jogo, bem como para obter **solução para acesso** e saída do estacionamento do estádio diretamente através da Freeway.

O Departamento do Torcedor Gremista terá papel central na **aproximação entre o Clube e a torcida**. Trabalhará em sintonia com o Departamento Consular, o Quadro Social e o Marketing com foco na melhoria da experiência do torcedor.

O Departamento Consular será reestruturado e ganhará perfil comercial e de relacionamento. Passará a ter **metas claras, estrutura adequada e gestão transparente**, fortalecendo o trabalho conjunto com os cônsules.

Os gremistas que ainda não são sócios também terão espaço nessa nova etapa. Será criado um **programa de contribuição com recompensas**, além de um modelo de associação que incentive a inclusão desses torcedores no Quadro Social.

OBJETIVOS:

- ★ Iniciar a implantação de sistema de check in, até julho de 2026;
- ★ Acompanhar a execução do projeto de saída do estacionamento E2 para a Freeway, já aprovado, com apoio do Gaúcho da Geral, candidato a vice-presidente;
- ★ Aumentar para, ao menos, 200 mil sócios ativos até 2028;
- ★ Ampliar os benefícios para os sócios;
- ★ Reforçar a presença junto aos consulados;
- ★ Aumentar em 15% ao ano as receitas com venda de produtos oficiais e licenciados;
- ★ Garantir match day com nota mínima de 8,5/10 em pesquisas de satisfação que contemplem aspectos como segurança, conforto e acesso.



DIRETRIZES:

- ★ Desenvolver ações buscando **ampliar a ocupação da Arena**;
- ★ **Ampliar programas de fidelidade**, valorizando o relacionamento com associados e torcedores e tratando com atenção e agilidade as suas manifestações de insatisfação;
- ★ Base de dados dos associados atualizada e confiável, com o intuito de estabelecer relacionamento ágil e interativo, possibilitando ofertar aos torcedores atrativos diversificados, com o intuito de **ampliar os benefícios** daqueles que optem por serem sócios do Grêmio;
- ★ Os torcedores terão à disposição linha de produtos que atendam os diferentes segmentos e níveis de renda;
- ★ Buscar **expansão digital** através do aplicativo oficial e de marketplace;
- ★ **Experiência de estádio ampliada**, privilegiando o acesso, a mobilidade, o conforto e a disponibilidade de informações em todos os eventos do Grêmio realizados na Arena, inclusive em áreas públicas do entorno.

INDICADORES DE PERFORMANCE

- ★ Evolução mensal do quadro social;
- ★ Nível de satisfação dos torcedores;
- ★ Receita média por torcedor em match day.

3 GESTÃO DA ARENA

A Arena é o **ativo imobiliário** mais importante do Grêmio. Sua gestão deve ser conduzida de forma **profissional e responsável**. Só assim, o gesto de Marcelo Marques, que solucionou a questão mais intrincada da nossa história centenária, contribuirá de forma permanente para o crescimento do Clube. Teremos a Arena como uma unidade de negócios, gerida por profissionais capacitados e capaz de gerar recursos para sua sustentabilidade.





O equipamento será cuidado para preservar a excelência das instalações, com manutenção permanente e sistemática, visando conservar a sua qualidade. Seu potencial econômico para gerar receitas engloba contratos de publicidade, rendas de jogos e eventos (principalmente fora da área do gramado), naming rights e aluguel de espaços para catering, dentre outros. Sendo um relevante patrimônio imobiliário do Clube, defenderemos a sua proteção contra atos de gestão que possam onerar a sua propriedade. Traremos ao nosso estádio o conceito de smart arena. Uma concepção que terá como benchmarking o Tottenham Hotspur Stadium, o SoFi Stadium de Los Angeles e a Allianz Arena de Munique.

O conceito de smart arena é sustentado por quatro pilares principais:

- 1- Conectividade total
- 2- Gestão baseada em dados
- 3- Sustentabilidade e eficiência operacional
- 4- Monetização e experiência premium

Objetivos e diretrizes:

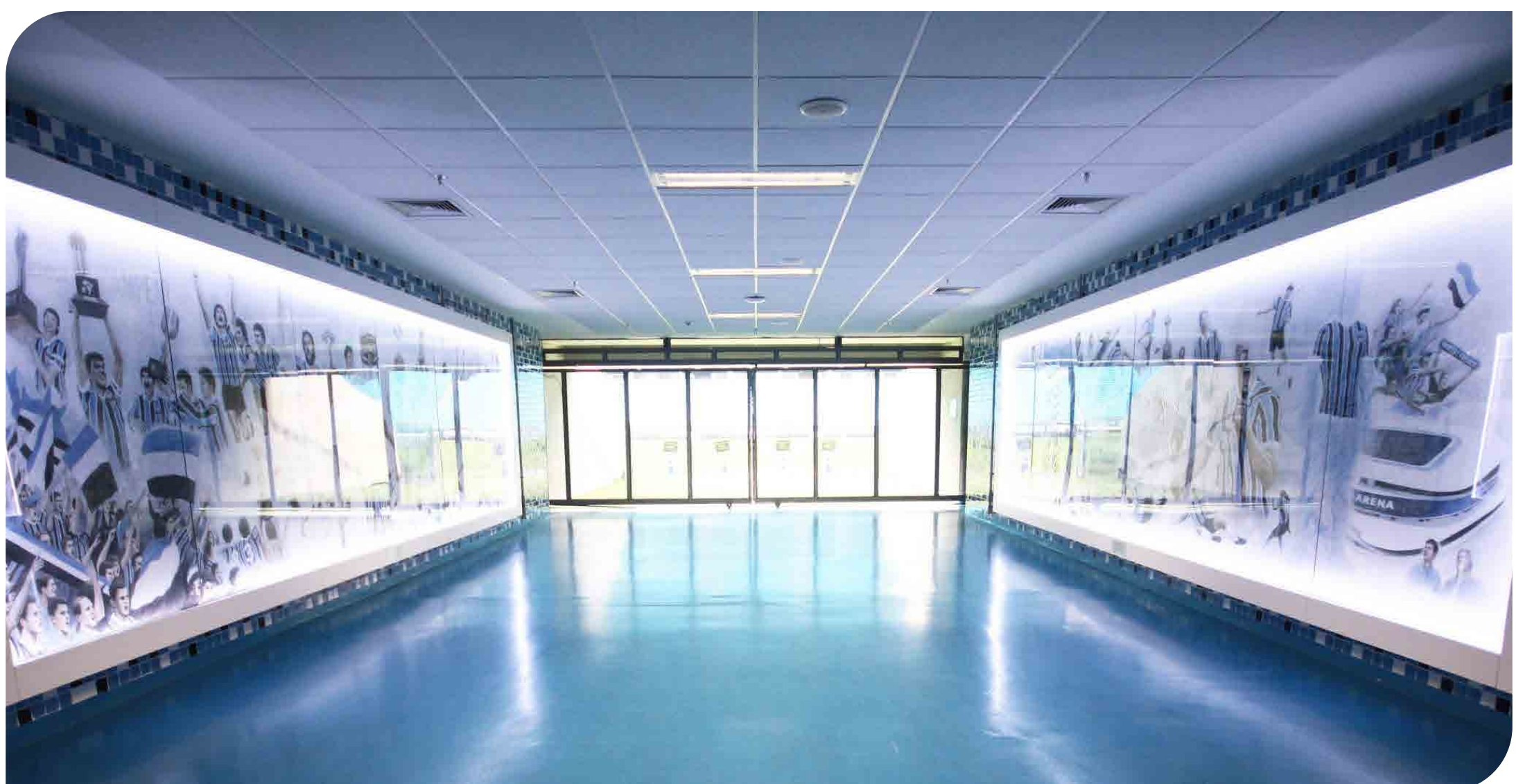
- Gerar fluxo de caixa anual positivo entre R\$ 60 e 70 milhões/ano, podendo ultrapassar R\$ 120 milhões no médio prazo;
- Plano de manutenção preventiva;
- Manter o gramado em condições ideais para a prática de futebol;
- Atuar de forma permanente para assegurar ótima acessibilidade, iluminação e funcionamento dos diferentes sistemas existentes, bem como buscar solução para a alça de acesso ao E2;
- Comercialização dos naming rights até 2027;
- Ampliação da ocupação com a implementação do *check in*;

Governança:

- Estrutura de gestão compatível com o potencial econômico do equipamento;
- Criação de uma Gerência Executiva para administração da Arena, vinculada ao Conselho de Administração;
- Comitê consultivo vinculado ao Conselho Deliberativo, com a função de acompanhar e opinar sobre os assuntos relativos à gestão do estádio;
- Relatórios trimestrais de desempenho.

Indicadores de performance:

- Receita anual;
- Ocupação média;
- Satisfação do torcedor;
- Custos vs. orçamento.



4 GESTÃO FINANCEIRA E GOVERNANÇA

Na área financeira, o compromisso é com a busca de **equilíbrio financeiro**, dando ao Grêmio solidez, e com a responsabilidade na gestão dos recursos do Clube.

Manter as finanças em harmonia é essencial para garantir a **estabilidade** no médio e no longo prazo. Por isso, serão adotadas políticas e procedimentos claros para o controle orçamentário e a boa administração dos recursos.

Além disso, o Clube buscará **ampliar suas fontes de recursos** não onerosos — como patrocínios, parcerias e projetos — para reduzir custos e fortalecer sua sustentabilidade financeira.

Outro ponto muito relevante será a implementação de sistema de Controles Internos, instrumento adequado para **reduzir desperdícios** e eliminar ralos orçamentários

OBJETIVOS:

- ★ Reduzir dívida líquida em 30% até 2028;
- ★ Garantir o equilíbrio orçamentário;
- ★ Aumentar em 25% receitas não vinculadas a TV/premiações.

DIRETRIZES:

- ★ Observar a correta execução orçamentária, evitando extrapolar as despesas orçadas;
- ★ Buscar novas fontes de receitas com patrocínios, mídia digital e naming rights;
- ★ Revisão de contratos e transparência trimestral.

INDICADORES DE PERFORMANCE:

- ★ Receita operacional.
- ★ % da folha sobre receita líquida (meta <65%).
- ★ Endividamento líquido.
- ★ Resultado anual.

5 ÁREAS DE APOIO

PESSOAS

O departamento de Recursos Humanos vai adotar práticas modernas de gestão de pessoas, com **foco no bem-estar e no crescimento dos colaboradores**. A ideia é criar um ambiente de trabalho que motive e envolva os profissionais do Grêmio, fortalecendo o **sentimento de pertencimento** ao Grêmio. Os funcionários serão incentivados a se desenvolver técnica e pessoalmente, de acordo com as demandas de suas funções, e terão sempre acesso a informações claras, atualizadas e confiáveis para apoiar seu trabalho.



COMUNICAÇÃO

A Comunicação será tratada como um **pilar estratégico** de gestão e integração institucional. Internamente, assumirá o papel de alinhar todas as áreas do Clube — do futebol à administração — garantindo processos claros, transparência e agilidade nas decisões.

Servirá também como **instrumento de cultura organizacional**, reforçando propósito, valores e senso de pertencimento entre colaboradores e atletas.

Externamente, a Comunicação trabalhará para **posicionar o Grêmio de forma moderna, transparente e próxima de sua torcida, parceiros e imprensa**. A estratégia incluirá um plano editorial unificado, com mensagens consistentes em todos os canais oficiais e presença ativa nas plataformas digitais.

O foco será fortalecer a reputação do Clube, gerar engajamento qualificado e criar narrativas que conectem emoção, história e futuro. Vamos ampliar a divulgação de conteúdos de Grêmio, produzindo conteúdos proprietários que vão atingir a alma da nossa torcida, e tratá-la como nossa protagonista.

Além disso, o Grêmio manterá um **compromisso inegociável** com o respeito, a diversidade e o combate a qualquer forma de discriminação, reforçando seu papel de liderança social e cultural no esporte brasileiro.

COMERCIAL

O Comercial será o braço de **expansão financeira** do Grêmio, responsável por potencializar receitas, diversificar fontes de patrocínio e **maximizar o valor da marca** junto ao mercado.

A nova estrutura comercial atuará com **metodologia de gestão por performance**, metas claras e integração total com o Marketing e o Futebol Profissional.

O foco será entregar **retorno real aos parceiros** — em visibilidade, engajamento e resultados — reforçando o conceito de parcerias estratégicas de valor compartilhado.

Entre as frentes prioritárias estarão:

- ★ Reposicionamento do portfólio de patrocínios, com pacotes segmentados e mensuração de impacto;
- ★ Expansão da presença no mercado B2B, atraindo novos patrocinadores regionais e nacionais;
- ★ Buscar parceiros para melhorar a infraestrutura do CT do Cristal, contemplando ginásio de esportes, loja Grêmio Mania e restaurante;
- ★ Ativações de marca em dias de jogo e eventos proprietários, transformando o ambiente do Clube em plataforma comercial;

- ★ Monetização de ativos digitais, com foco em dados, conteúdo e audiência qualificada;
- ★ Implementação do conceito de smart Arena no estádio, que será transformado em um ecossistema conectado de entretenimento, negócios e experiência digital;
- ★ Revisão das linhas de produtos, das marcas licenciadas, da política de royalties e do modelo de franquias.

O objetivo será tornar
o Grêmio
autossustentável,
competitivo e inovador,
convertendo o valor
simbólico da camisa
tricolor em resultados
financeiros duradouros.

MARKETING

O Marketing será o **motor de crescimento** do Grêmio. Atuará de forma integrada com as áreas de Comunicação, Comercial e Futebol, orientando-se por dados e por objetivos claros de posicionamento, engajamento e **geração de receita**.

A marca Grêmio será tratada como um **ativo estratégico**. O departamento trabalhará para fortalecer sua presença global e consolidando-a como referência de gestão e paixão no futebol sul-americano.

Serão priorizadas estratégias de **relacionamento com o torcedor**, como programas de fidelidade, experiências de matchday, iniciativas digitais e ativações presenciais, que convertam engajamento em valor econômico e emocional.

O torcedor gremista será reconhecido como o **principal investidor** do Clube.

A atuação do Marketing também contemplará o desenvolvimento de **novos produtos e parcerias**, a gestão da marca licenciada e a criação de campanhas integradas que unam emoção, performance e propósito.

Tudo integrado com o conceito de smart Arena.

TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

A área de Tecnologia da Informação será um dos motores da **produtividade** do Grêmio. Com recursos adequados e atualizados, o setor vai garantir que todos os processos do Clube funcionem de forma ágil e integrada, apoiando as demandas crescentes de gestão e operação.

A TI terá como missão **modernizar continuamente** sistemas e ferramentas, oferecer suporte rápido e eficiente aos usuários e proteger as informações do Clube contra perdas, vazamentos ou acessos indevidos.

Também assegurará que o Grêmio mantenha total controle tecnológico e legal sobre seus sistemas estratégicos, fortalecendo a segurança e a autonomia digital.

JURÍDICO

A área Jurídica é responsável por garantir a **segurança legal** do Grêmio.

Seus profissionais atuarão de forma proativa, identificando e prevenindo riscos que possam afetar o patrimônio do Clube ou as pessoas que dele fazem parte.

Dentro dessa linha de trabalho, os modelos de contratos utilizados pelos diferentes departamentos serão revisados e aprimorados, assegurando **mais clareza, proteção e eficiência nas relações do Grêmio** com seus parceiros e colaboradores.

COMPROMISSOS DA GESTÃO

Em nossa chapa há pessoas que **já prestaram serviços** para Grêmio. Além disso, são pessoas **preparadas** tecnicamente para implantar no Grêmio princípios de empreendedorismo e gestão profissional, cuidando do patrimônio do Clube e utilizando o potencial da Arena para nos colocar entre as cinco maiores torcidas do Brasil.



Nesta linha, são compromissos do projeto Odorico Presidente com o apoio de Celso Rigo:

1- Praticar os “**Princípio e Valores**” do Grêmio.

2- Investir na formação de um time **competitivo e vencedor**, com foco em desempenho, planejamento e equilíbrio financeiro.

3- Fortalecer o Departamento de Futebol, aprimorando suas áreas médica, física e técnica, para oferecer **estrutura de alto rendimento** aos atletas.

4- Reaproximar o Grêmio da sua torcida, ouvindo suas demandas, **fortalecendo o vínculo torcedor-club**e e garantindo uma experiência segura, respeitosa e empolgante nos dias de jogo. Isso inclui aprimorar a vivência na Arena e valorizar o match day.

5- Ampliar o **apoio ao Futebol Feminino**, com foco em estrutura, capacitação e valorização das atletas e comissões técnicas.

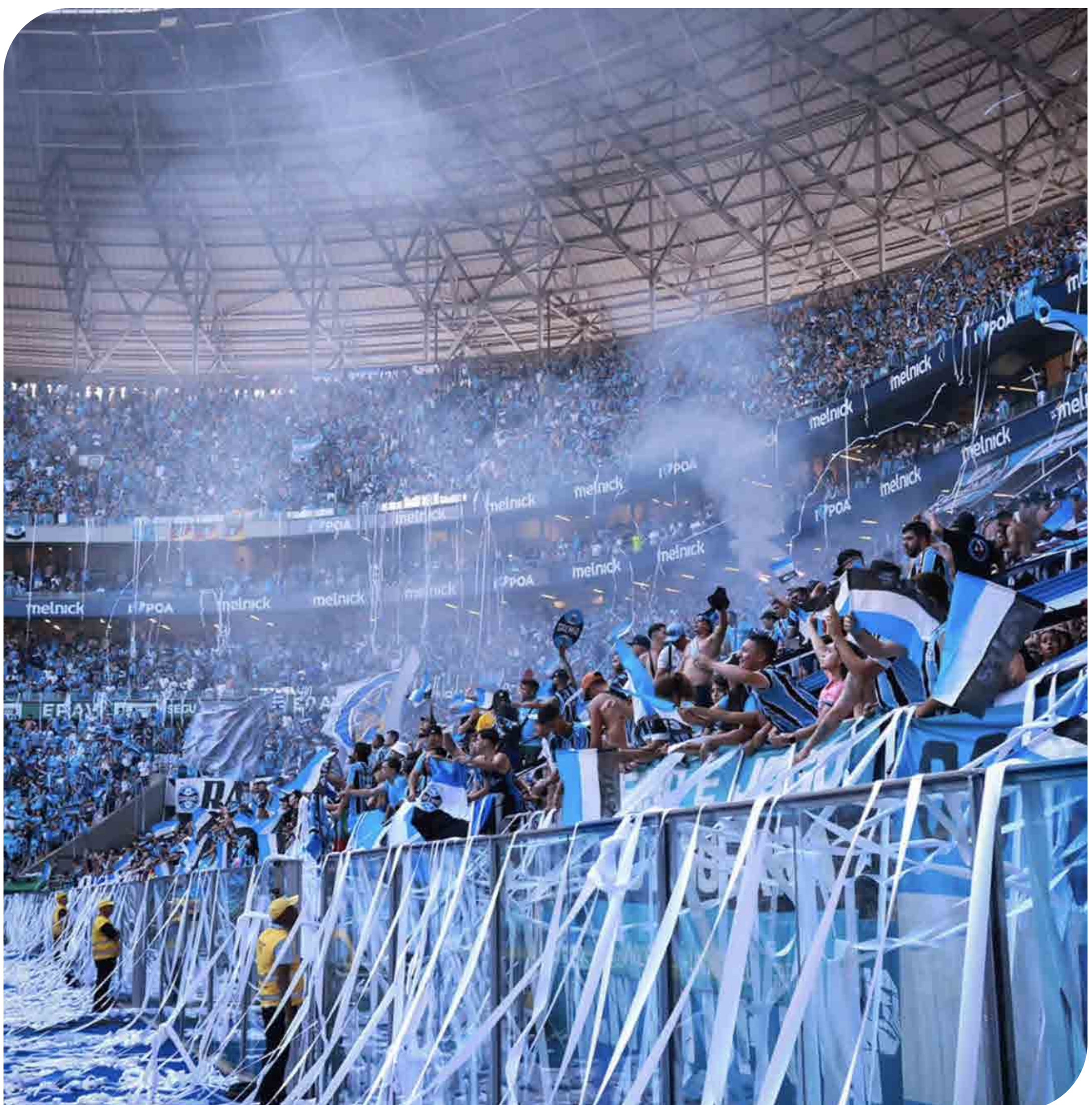
6- Transformar as **Categorias de Base** em um departamento estratégico, com investimentos consistentes em estrutura, profissionais e metodologia de formação.

7- Valorizar a Arena do Grêmio como o **principal ativo imobiliário** do Clube, cuidando de sua integridade e explorando todo o potencial de geração de receitas. Isso inclui implementar um sistema de check in para otimizar a ocupação do estádio, bem como buscar solução para o acesso ao estádio a partir da Freeway e vice-versa. Também traremos ao estádio o conceito de smart Arena, com todos os benefícios que possui.

8- **Profissionalizar e modernizar** a gestão do Clube, contratando executivos qualificados por meio de processos seletivos transparentes e baseados em mérito.

9- Analisar a viabilidade de implantar departamento de esportes olímpicos, que sejam autossustentáveis e colaborem com **ações de inclusão social**.

10- Manter um departamento de análise de dados **moderno e integrado**, capaz de atender todas as áreas do Clube — esportivas, administrativas e estratégicas — com informações qualificadas para a tomada de decisão.



A ARENA É NOSSA!

Sempre me surpreendeu ouvir pessoas com aspiração de dirigir o Grêmio tratarem com desdém a importância de assumir a gestão do nosso estádio. Essa postura revelava desconhecimento sobre o que essa conquista realmente representa. Primeiro, porque a situação da Arena havia se tornado um problema grave, cujo desfecho ao fim do contrato era uma incerteza que colocava o Clube em risco. Depois, porque mostrava falta de compreensão sobre o potencial econômico de um equipamento como o que temos.

O destino nos presenteou com o gesto apaixonado de Marcelo Marques, que resolveu o impasse contratual e abriu caminho para que o Grêmio pudesse explorar plenamente essa fonte extraordinária de recursos. Nosso reconhecimento será sempre insuficiente diante dessa atitude. Por isso, vale repetir: **“Obrigado, Marcelo. Seu nome está gravado na história do Grêmio”.**

Mas **transformar esse ativo em resultados concretos exige competência e gestão inteligente.** Extrair o máximo da Arena depende de conhecimento técnico e visão de longo prazo. A aquisição da Arena pode ser comparada a uma grande contratação - com uma diferença essencial: **em vez de drenar recursos, ela tem o poder de irrigar o Clube**

De forma realista, estima-se que o estádio possa produzir um resultado bruto superior a R\$ 100 milhões por ano. No primeiro semestre de 2025, desembolsamos R\$ 12,5 milhões referentes à cessão onerosa, o mecanismo que garante o acesso dos sócios aos jogos. Anualizando, são R\$ 25 milhões que permanecerão no caixa do Clube.

O sistema de check-in que implantaremos estimulará o torcedor que não puder ir ao jogo a informar ao Clube. O direito de ingresso daquele jogo será vendido a outro torcedor e um bônus será creditado ao associado que cedeu o assento. Isso valerá para as cadeiras Gold, Gramado e do Quarto Anel, cada uma com regras ajustadas às suas características.

Além disso:

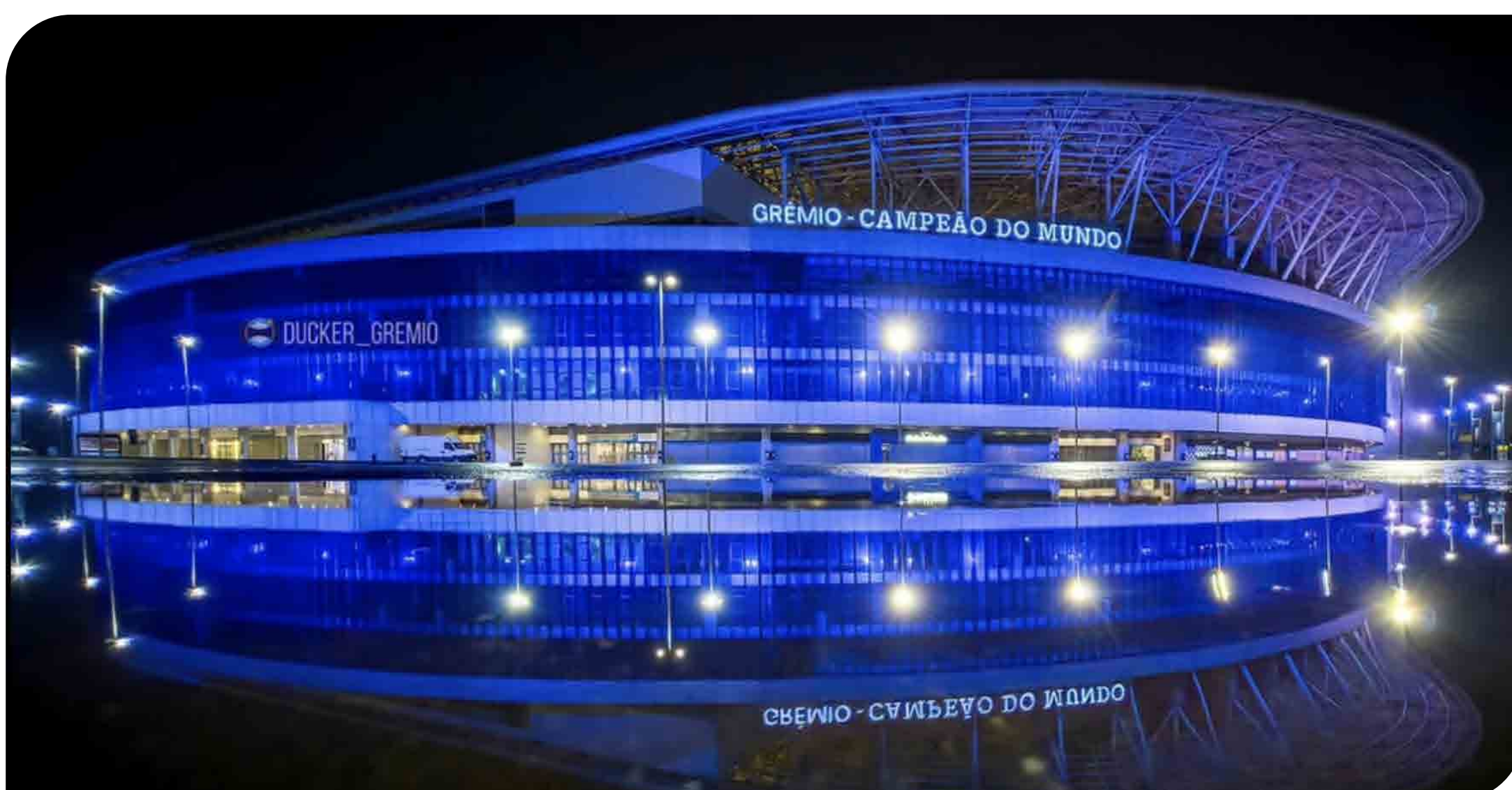
- ★ Camarotes, publicidade, eventos e serviços de catering podem render R\$ 21 milhões por ano;
- ★ A bilheteria, impulsionada por grandes jogos e pelo sistema de check-in, tem potencial para gerar R\$ 35 milhões anuais;
- ★ Um estudo preliminar indica que a venda dos naming rights pode alcançar R\$ 20 milhões por ano;
- ★ Afora isso, ações com internet e a venda de espaços pode render valor entre R\$ 12 e R\$ 25 milhões.

Somadas, essas fontes representam mais de R\$ 100 milhões em receitas, suficientes para cobrir as despesas de manutenção e ainda garantir um resultado líquido estimado em R\$ 75 milhões anuais. Esse é o tamanho econômico da Arena e ele pode crescer ainda mais com uma gestão especializada e inovadora.

Essa é a visão de um Grêmio moderno e vencedor, preparado para grandes conquistas.

A Arena, aliada a um quadro social robusto e a uma base formadora de talentos, será um dos pilares do futuro que queremos construir. Com isso, poderemos montar times fortes, com jogadores de nível mundial, e reviver as conquistas de 2016 e 2017, que encheram nossa torcida de alegria e de orgulho.

A Arena é Nossa!
Com ela não há limites para o
horizonte do Grêmio: o futuro é azul!



CHAPA ODORICO COM O APOIO DE CELSO RIGO

Presidente:

Odorico Roman

Vice-presidentes:

Antônio Dutra Junior

Carlos Dressler

Eduardo Schumacher

Fábio Rigo

Juliano Franczak

Paulo Eloi Grings



ACOMPANHE MAIS SOBRE AS
NOSSAS IDEIAS E PROPOSTAS
NAS NOSSAS REDES SOCIAIS.