



Foto: Gilvan de Souza / Flamengo

# Plano de Governo Triênio 2022-2024

**CHAPA FLAMENGO  
SEM FRONTEIRAS**



**PRESIDENTE  
HINRICHSEN**  
VICE BERNARDO MARQUES



# Programas de Governo



Foto: Gilvan de Souza.

# Metodologia



## Metodologia 5W1H.

Nesse capítulo concentraremos a descrição dos nossos programas de governos. Os programas são projetos específicos, que respondem a desafios/oportunidades diagnosticados em cada um dos capítulos temáticos desse PDG: 2 – Marca; 3 – Futebol; 4 – Gestão; 5 – Gávea & EO.

Os programas são ações que serão listadas incluindo diferentes parâmetros, como sua descrição, justificativa, responsável pela implantação, etc..

Para tanto utilizaremos a metodologia 5W1H. Essa metodologia, usualmente utilizada para gestão de projetos múltiplos, identifica para cada projeto:

- **What** – Definido como “O que será feito?“, nesse caso o título descritivo de cada projeto;
- **Why** – Definido como “Por que será feito?“, nesse caso, a referência nos capítulos temáticos desse PDG que justificam o programa específico;
- **Where** – Definido como “Onde será feito?“, nesse caso não tem aplicação prática;
- **When** – Definido como “Quando será feito?“, nesse caso o grau de urgência de implementação do programa;
- **Who** – Definido como “Por quem será feito?“, nesse caso quem (que departamento) será o responsável por cada programa;
- **How** – Definido como “Como será feito?“, nesse caso não tem aplicação prática.

Foto: Divulgação Flamengo.

# Lista de Programas



## Programas de Governo - Marca

Programa	O Quê	Porque	Quem	Quando Começa		
				Referência Justificativa	Departamento Responsável	Primeiros 90 dias
1	Elaborar um BP do Departamento de Marketing/Comunicação, projetando novo modelo de negócios, projeções de investimento, custos e retorno, para seu redimensionamento em termos orçamentários e na composição de seu staff.	PDG Marca Item Estrutura	Marketing Comunicação			
2	Desenhar a unidade de inteligência do departamento de marketing com orçamento e dimensionamento de entregas previstas.	PDG Marca Item Estrutura	Marketing Comunicação			
3	Identificar atributos, identidade e possíveis arquiteturas da marca Flamengo.	PDG Marca Item Marketing	Marketing Comunicação			
4	Desenhar uma estratégia omnichannel para todos os touch points da marca com seus consumidores, identificando gargalos e apontando soluções.	PDG Marca Item Marketing	Marketing Comunicação			
5	Reestruturar todo o processo de storytelling da marca de modo a superar as barreiras de nível micro.	PDG Marca Item Marketing	Marketing Comunicação			
6	Estabelecer o planejamento de longo prazo da marca, para superar as barreiras de nível marco a seu crescimento.	PDG Marca Item Marketing	Marketing Comunicação			
7	Dimensionar o investimento e planejamento necessários para ampliar a capacidade de entrega do atual modelo de patrocínio, de modo a superar as 3 últimas etapas de seu funil, mensagem, influência e venda.	PDG Marca Item Comercial	Marketing Comunicação			
8	Reavaliar a estratégia da unidade de negócios de esports.	PDG Marca Item Comercial	Marketing Comunicação			
9	Desenhar uma estratégia de tiers regionais para o estoque de propriedades de patrocínio.	PDG Marca Item Comercial	Marketing Comunicação			
10	Redesenhar inteiramente toda a estratégia de licenciamentos, com foco no controle das etapas estratégicas do negócio.	PDG Marca Item Comercial	Marketing Comunicação			
11	Avaliar os modelos existentes e identificar novas oportunidades para licenciamentos de serviços.	PDG Marca Item Comercial	Marketing Comunicação			
12	Aprofundar o entendimento da questão do fornecedor oficial, estudando opções e diferentes cenários para parcerias e ações internas.	PDG Marca Item Comercial	Marketing Comunicação			
13	Dar sequência à negociação da concessão do Maracanã, mas em paralelo, aprofundar os estudos dedicados à solução do estádio próprio.	PDG Marca Item Comercial	Marketing Comunicação			
14	Redefinir inteiramente a política de match day e ticketing, segundo a lógica do estádio como meio, não fim em si mesmo.	PDG Marca Item Comercial	Marketing Comunicação			
15	Redefinir inteiramente o programa de ST mudando critérios para preferência no acesso a ingressos.	PDG Marca Item Comercial	Marketing Comunicação			
16	Redefinir inteiramente o programa de ST desenhando alternativas de entregas efetivas de benefícios desvinculados do estádio e onde quer que esteja o consumidor	PDG Marca Item Comercial	Marketing Comunicação			
17	Redesenhar a estratégia de produção de conteúdo digital, com foco no aumento da produção, e controle de etapas estratégicas do negócio.	PDG Marca Item Comercial	Marketing Comunicação			
18	Aprofundamento da estratégia para o ecossistema blockchain, com desenvolvimento de novas prioridades.	PDG Marca Item Comercial	Marketing Comunicação			

## Programas de Governo - Futebol

Programa	O Quê	Porque	Quem	Quando Começa		
				Referência Justificativa	Departamento Responsável	Primeiros 90 dias
1	Definição completa de todo o modelo e estrutura do departamento de futebol, através de um planejamento profundo, que busque os melhores benchmarks do mundo, com ajuda dos melhores advisers do mundo.	PDG Futebol Item Estrutura	Futebol			
2	Mapeamento do DNA do futebol do Flamengo, com base em sua identidade histórica.	PDG Futebol Item Estrutura	Futebol			
3	Desenho de um novo organograma com redefinição completa de funções, perfis mandatórios para contratação e responsabilidades.	PDG Futebol Item Estrutura	Futebol			
4	Identificação e recrutamento do novo Diretor Técnico com total aderência ao planejamento traçado, nível de exigência esperado e DNA do futebol do Clube.	PDG Futebol Item Estrutura	Futebol			
5	Elaboração do Método Flamengo com a forma detalhada de jogar, treinar e outros procedimentos do departamento de futebol, que possa transcender no longo prazo a mudanças nas comissões técnicas.	PDG Futebol Item Estrutura	Futebol			
6	Retomada dos investimentos e aperfeiçoamentos em estrutura originalmente previstos no projeto do CT.	PDG Futebol Item Estrutura	Futebol			
7	Planejamento em montagem da Escola Flamengo nas suas 3 valências: intelectual; psicológica; e de futebol.	PDG Futebol Item Base	Futebol			
8	Reformulação da estrutura de equipamentos do CT de modo a refletir a metodologia de preparação cognitiva.	PDG Futebol Item Base	Futebol			
9	Reavaliar a estratégia do Futebol Feminino e buscar melhores soluções	PDG Futebol Item Base	Futebol			
10	Reorganização da pauta do Flamengo em temas como calendário, relacionamento com clubes, liga, e entidades, adotando uma postura construtiva, porém firme na defesa dos interesses do Clube.	PDG Futebol Item Institucional	Futebol			

## Programas de Governo - Gestão

Programa	O Quê	Porque	Quem	Quando Começa		
				Referência Justificativa	Departamento Responsável	Primeiros 90 dias
1	Institucionalização das práticas de transparência, com novas publicações e periodicidades nas informações aos associados e mercado.	PDG Gestão Item Governança	Finanças			
2	Proposta aos conselhos de mediadas para aumentar a participação e diversidade de ideias no Flamengo e em seus poderes.	PDG Gestão Item Governança	Presidência			
3	Propor o aumento no nível de governança e compliance, e blindagem frente a riscos.	PDG Gestão Item Governança	Presidência			
4	Propor o aprimoramento das estruturas de administração do Flamengo, visando um menor nível de ingerência de voluntários no dia a dia da administração do Clube.	PDG Gestão Item Governança	Presidência			
5	Criação dos novos departamentos de compliance e auditoria interna.	PDG Gestão Item Governança	Presidência			
6	Definir e estruturar uma política de co-investimentos que possa nortear o Clube em suas parcerias de negócios com entes externos.	PDG Gestão Item Finanças	Finanças			
7	Elaborar e introduzir uma estrutura de serviços centrais compartilhados para administração do Flamengo.	PDG Gestão Item Administração	Administração			
8	Reestrutura da política de RH com introdução de processos como treinamento, planejamento de carreira, cultura organizacional, etc.	PDG Gestão Item Administração	Administração			
9	Nova política de compras e suprimentos, com introdução de processos visando ganhos de eficiência, econômicos e mitigação de riscos.	PDG Gestão Item Administração	Administração			
10	Retomada dos investimentos em estrutura de TI	PDG Gestão Item Administração	TI			
11	Criação de um departamento de relações institucionais profissional, com premissas e políticas de atuação pré-definidas.					



## Programas de Governo – Gávea e EO

O Quê		Porque	Quem	Quando Começa		
Programa		Referência Justificativa	Departamento Responsável	Primeiros 90 dias	Primeiros 6 meses	Primeiro Ano
1	Introdução de novos processos de capacitação e intercâmbio para o staff das modalidades olímpicas.	PDG Gávea e EO Item EO	Esportes Olímpicos			
2	Novo planejamento para a escolinhas buscando maior integração com a base, e maior atratividade comercial.	PDG Gávea e EO Item EO	Esportes Olímpicos			
3	Nova política voltada para a atração e fomento das modalidades máster.	PDG Gávea e EO Item EO	Esportes Olímpicos			
4	Montagem de equipe de marketing específica para as modalidades olímpicas, com entendimento dos respectivos produtos e suas especificidades.	PDG Gávea e EO Item EO	Esportes Olímpicos			
5	Ampliação da visão dos EO como importante ferramenta de CSR, incluindo a busca de parceiros específicos.	PDG Gávea e EO Item EO	Esportes Olímpicos			
6	Interface interna dedicada de marketing/comercial com foco na realidade da modalidade e seu mercado	PDG Gávea e EO Item Remo	Remo			
7	Retomada do projeto da arena multiuso com novo estudo de viabilidade e localização na sede.	PDG Gávea e EO Item Gávea	Fla Gávea			
8	Planejamento para a revitalização do Estádio José Bastos Padilha	PDG Gávea e EO Item Gávea	Fla Gávea			
9	Planejamento para a introdução de equipamentos voltados para o convívio social entre os associados	PDG Gávea e EO Item Gávea	Fla Gávea			
10	Desenho do plano diretor turístico da sede e identificação de obstáculos e parceiros.	PDG Gávea e EO Item Gávea	Fla Gávea			

Foto : Misashido Tomikoshi.

# 3 Pilares

Zico (Flamengo) in 2nd TOYOTA European and South American Cup, Flamengo(Brazil) 3-0 Liverpool(England) at Tokyo in Japan on 12 Dec 1981  
Photo by Masahide Tomikoshi / TOMIKOSHI PHOTOGRAPHY

## Nossos 3 Pilares de Gestão

Ao longo de todo esse PDG, em seu diagnóstico para as diversas áreas do Flamengo, necessidades identificadas e programas de governo propostos para endereçá-las, 3 pilares centrais podem sintetizar nossa filosofia de trabalho. Tudo, no final, se resume a eles.

**Pilar 1 – Ampliação do Quadro Social** – Acreditamos que a ampliação, além de ser uma necessidade para defender o Clube na nova ordem do futebol (descrita no Capítulo 1), é fundamental para ampliar receitas e representatividade, que se traduz em capital político para o Clube, muito importante para que o Flamengo possa lutar por todos os seus interesses. No final, tudo se transforma em maior capacidade de investimento, e potencial para melhores resultados esportivos.

**Pilar 2 – Gestão 100% Profissional** – Nessa nova ordem na qual o futebol brasileiro aos poucos vai entrando, não há mais lugar para achismos e palpites. É fundamental que os responsáveis pela gestão do dia a dia sejam os melhores profissionais que possam ser contratados. Isso também, no final, irá se traduzir em mais capacidade de investir, e melhores resultados nos campos, raias, quadras e piscinas.

**Pilar 3 – Marketing com Foco no Torcedor** – É nossa opinião que não há alternativa se não colocar o torcedor no centro de todas as decisões de marketing e comunicação. O modelo Fan-Centric está consagrado nos maiores clubes do mundo, por sua capacidade de construir com os torcedores relações de longo prazo. Isso naturalmente se traduz em melhores receitas, mais investimentos, e equipes mais fortes.

No final, os 3 pilares levam a um único destino, a capacidade de montar melhores equipes, de vencer mais, de disputar mais títulos.

## Mind Map – 3 Pilares de Gestão

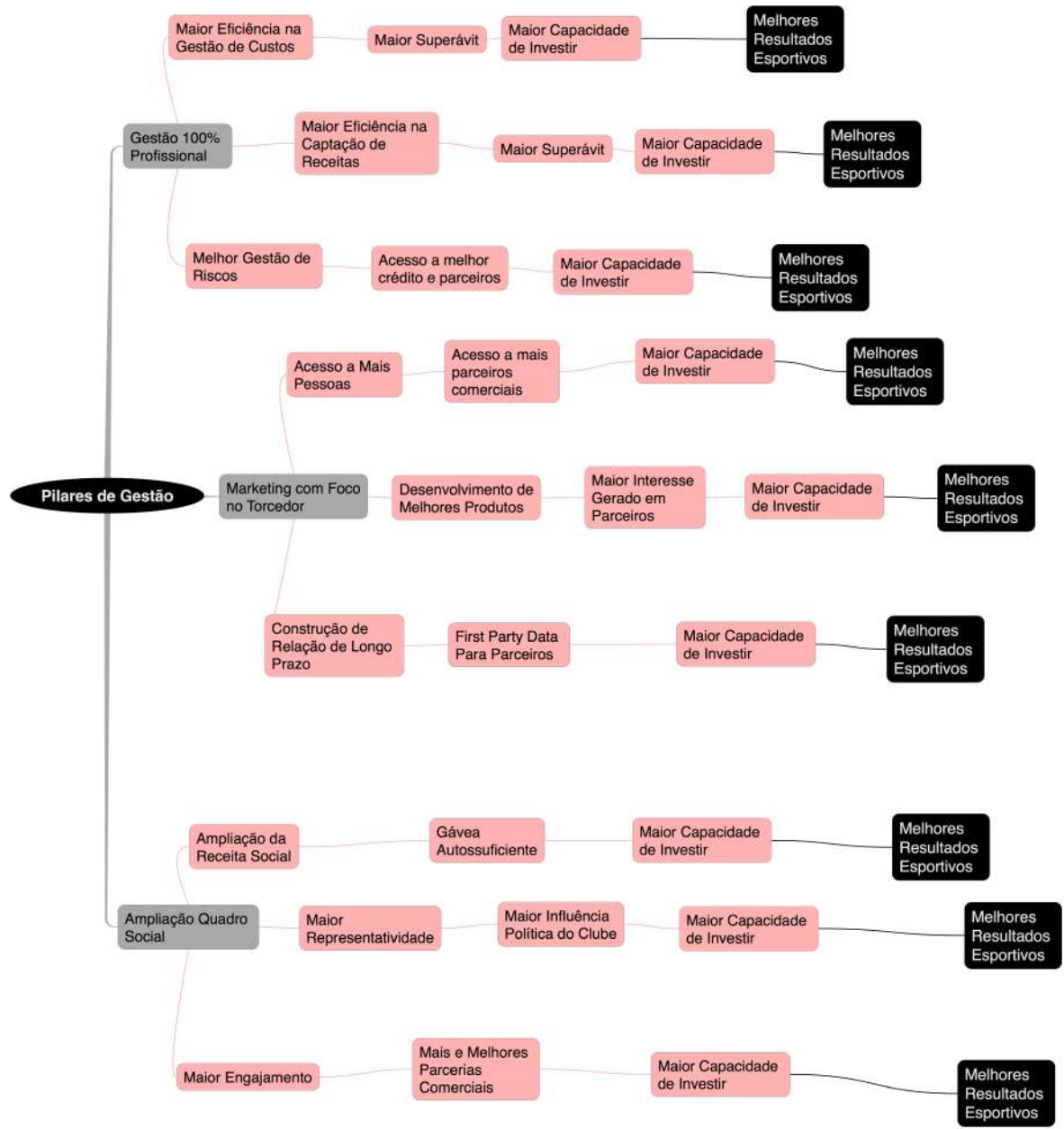




Foto: Silvia Izquierdo / Associated Press