



Relatório de gestão

ORGULHO DO POVO

2018/2020

Administrar o Coritiba Foot Ball Club é muito além de nossa paixão, é foco, meta e muita determinação em um processo de evolução.

SOBRE O RELATÓRIO



O CORITIBA FOOT BALL CLUB

O Coritiba é um Clube de seus associados. Quanto mais sócios tivermos, melhor será o nosso desempenho e cada vez maior será a nossa responsabilidade. Nossa missão deve ser sempre dar o melhor retorno para esses torcedores que se associam ao Clube e que buscam o melhor. São eles que votam, eles que pagam as suas mensalidades e eles que ajudam a viabilizar a nossa operação. Tudo o que o Clube conquistou até hoje é pelo tamanho de sua torcida, é pelo tamanho de seu quadro social.

Associe-se!



SOBRE O RELATÓRIO DE GESTÃO

Este relatório contém informações relacionadas ao Coritiba Foot Ball Club no conjunto de sua operação nos últimos anos, refletindo unicamente a utilização de seus recursos próprios (receitas ordinárias) para a gestão de futebol e administrativa do Clube. O intuito sempre foi a melhor entrega para os seus públicos: torcedores, conselheiros, patrocinadores e apoiadores, entre outros; e, principalmente, os seus sócios. Dúvidas ou sugestões podem ser enviadas para relatorio.gestao@coritiba.com.br.



SOBRE PRODUZIR ESTE RELATÓRIO

Diante das mais modernas práticas de gestão e transparência, o Relatório de Gestão deve ser publicado anualmente. Mas o Coritiba Foot Ball Club viveu e ainda vive anos difíceis. No último triênio, foram dois anos na segunda divisão do campeonato nacional. O lugar onde nenhum coxa-branca deseja e gostaria de estar, é verdade. Ao se deparar com as inúmeras situações em que nos encontrávamos nas mais diversas áreas, tomamos a decisão de tentar sanear o Clube, pagando dívidas de curto prazo, na expectativa de o Clube colher frutos no longo prazo.

Para o ano de 2019, nossa determinação foi a de fazer de tudo para voltar à elite do campeonato nacional. Para isso, foi investido em profissionais que selecionamos para atuarem em áreas chaves para que isso ocorresse. Nossa iniciativa foi correspondida e o principal objetivo foi alcançado, o retorno à elite.

Aprendemos. Sim, aprendemos que futebol possui uma lógica e essa lógica é imutável. Quanto mais recursos tivermos, melhor deve ser a nossa performance esportiva. Quanto mais cuidarmos de nossa marca, nosso patrimônio, melhor performance teremos em nossa sociedade, seja por meio de patrocínios ou pela venda de ingressos e associações, além, é claro, da compra de nossos produtos oficiais. Nossa receita extraordinária está em atuarmos com excelência em nosso core, o futebol, e o futebol de base é o que pode projetar o clube para um futuro melhor. Realizamos, além de diversas outras conquistas, a maior venda de nossa história, e isso deve ser só o começo.



Em 2020, ano para o qual projetamos um melhor desempenho nas mais diversas rubricas, nos deparamos com uma das maiores crises mundiais, que afetou o esporte e diversos outros segmentos da economia: uma pandemia. Mas o fato de não podermos exercer nossas atividades em determinado período e, após o retorno, exercermos sem o nosso maior patrimônio – a nossa torcida, os nossos coxas-brancas – nos prejudica ainda mais, principalmente para quem estava emergindo.

Em virtude da pandemia, tivemos que realizar três planos para o ano de 2020, contemplando as áreas de Futebol, Marketing, Administrativa e Patrimonial. O Plano 01 contemplava o natural para um ano corrente. O Plano 02 trabalhava com a parada total das atividades. Por fim, o Plano 03, com o retorno das atividades a pleno e, como falamos anteriormente, sem poder beneficiar, com a presença da nossa torcida, o nosso sócio em nossa casa.

Este relatório é para você, coxa-branca, conhecer cada vez mais o seu clube, o clube para o qual você, seus familiares e entes queridos torcem, que querem bem e que faz os seus dias melhorarem ou não. Sabemos disso e trabalhamos para isso, não tenha dúvidas.



DEPOIMENTOS

Nossos patrocinadores e principais apoiadores reconhecem o nosso movimento, reconhecem a credibilidade da instituição Coritiba Foot Ball Club. Eles são fundamentais para o Clube. O nosso muito obrigado sempre! Conheça o que eles falam da gente.

Paraná Banco

Desde 2019, a parceria com o Coritiba agrega muito valor para as nossas marcas PB Consignado e Paraná Banco Investimentos. Sabemos que os valores do clube estão alinhados aos do Paraná Banco e colhemos resultados muito positivos, aproveitando a visibilidade da marca como patrocinador máster para reforçar ainda mais a nossa presença no estado do Paraná e em todo território nacional.

Cristiano Malucelli - Presidente

Britânia

Britânia, há 35 anos e neste ano, encontrou no Coritiba uma instituição segura e que entrega resultados aos seus parceiros. A Britânia tem orgulho de ter estampado a camisa do Campeão Brasileiro de 85, e segue lado a lado e com orgulho do caminho que o Coxa sempre trilhou em toda a sua história.

Cristiane Clausen - Diretora Geral do Grupo Britânia

JBL

Nós da JBL estamos felizes com a parceria com o Coritiba e acreditamos na sinergia gerada neste projeto. Entendemos que será muito bom para ambas as marcas, pois encontramos no clube pessoas comprometidas em entregar resultados satisfatórios às instituições parceiras.

Luciano B. L. Sasso - Vice President, Sales & Marketing Consumer Audio South America

GT Consultoria

O Coritiba é uma instituição centenária, feita por pessoas comprometidas em entregar resultados comerciais além das expectativas aos seus parceiros, por isso estamos realizando uma parceria de sucesso com esse clube histórico!

Fabrizio Gammino - Diretor



Betsul

A Betsul acredita que o esporte é feito por pessoas comprometidas, e o resultado positivo só alcança aqueles que trabalham muito. No Coritiba encontramos esses valores, por isso temos orgulho em ter essa parceria com o clube.

Fernando Rivas - CEO

RDP

Para a RDP Petróleo é motivo de orgulho e grande satisfação patrocinar um time centenário como o Coritiba. Um clube comprometido, que não mede esforços para entregar um ótimo retorno institucional. E sempre foi assim, desde que iniciamos esta parceria de sucesso.

Mauricio Rejaile - Presidente da RDP Petróleo

Alessi

Temos o orgulho de patrocinar e fazer parte da revitalização de um dos principais palcos do futebol brasileiro, o Couto Pereira. Ser parceira do Coritiba é uma satisfação enorme, e por isso esse trabalho se estende até hoje, com muito empenho e dedicação.

Reginaldo Cheung - Gerente Comercial

Pequeno Príncipe

O Complexo Pequeno Príncipe e o programa Gols Pela Vida sempre foram muito criteriosos na escolha de seus parceiros e daqueles que estão conosco há muito tempo. É o caso do Coritiba, uma organização centenária, assim como o Hospital Pequeno Príncipe. A consolidação de uma parceria com o Clube é a concretização de uma conexão entre o esporte e os esportistas com a causa da saúde infantojuvenil. A paixão pelo esporte, especialmente o futebol, é natural nas nossas comunidades e a relação com saúde é intrínseca. Por isso, juntas, ambas instituições ganham e muito mais a sociedade.

José Álvaro da Silva Carneiro - Diretor Corporativo do Complexo Pequeno Príncipe



PALAVRA DO PRESIDENTE

Entregar um relatório de gestão, com a máxima publicidade, é corolário de transparência, ética e orgulho do trabalho que foi realizado nos últimos três anos.

Futebol profissional, de base, patrimônio, marketing, sócios, torcedores, passivos e negócios inseridos em um projeto que tem a responsabilidade como ponto central.

O amor pelo Coritiba levou um grupo de sócios e conselheiros, reunidos na Coritiba do Futuro, a colocar em prática uma série de transformações, todas relatadas neste material.

Uma diretoria sólida, que ineditamente permaneceu unida do início ao fim do mandato, auxiliada por conselheiros e colaboradores com o mesmo propósito, deixa uma série de legados, que são a gênese da mudança que todos Coxas-Branças desejam.

A reestruturação financeira e administrativa do Coritiba já começou. Ela está neste relatório de gestão, registro histórico de um período que será, inequivocamente, lembrado e valorizado pelas gerações futuras.

Saudações alviverdes.

Samir Namur – Presidente



PERFIL INSTITUCIONAL



PERFIL

O Coritiba Foot Ball Club foi fundado em 12 de outubro de 1909, na cidade de Curitiba, estado do Paraná. Possui aproximadamente 1,1 milhão de torcedores e chegou ao ano de 2020 com 25 mil sócios.

Quanto aos seus norteadores estratégicos, o Coritiba vem desenvolvendo um trabalho de Planejamento Estratégico para os próximos 10 anos, com uma visão de futuro, traduzida em Intenção Estratégica, para que possamos ter o melhor Coritiba para a sociedade. O caminho é longo e a tônica é dar continuidade às suas estratégias, independentemente de quem vier a ser presidente.

Em 2020, estamos construindo o nosso posicionamento de marca, indo ao encontro dos anseios da maior parte de nossa torcida, frente a diversas ações para os seus sócios, torcedores e sociedade que o Clube vem promovendo.

Prazer, nosso posicionamento
é o Orgulho do Povo.



O CORITIBA EM NÚMEROS

Coritiba Foot Ball Club e seus principais números em 2020.

• 266 Colaboradores

- **149** Administrativos
- **81** Colaboradores do Departamento de Futebol
- **36** Colaboradores do Departamento da Base
- **78%** Homens e **22%** Mulheres

• Conselheiros

- **05** integrantes no Conselho de Administração
- **05** integrantes da mesa do Conselho Deliberativo
- **43** integrantes no Conselho Consultivo
- **05** integrantes no Conselho Fiscal
- **242** conselheiros no Conselho Deliberativo

• 25 mil sócios (atingido em 2020)

- Sócio Arquibancada: **14.821**
- Sócios Cadeira Mauá: **3.427**
- Sócio Setor Social: **5.329**
- Sócios com Desconto em Ingressos: **1.522**
- Total de Sócios: **25.099**
(Homens **88%** e Mulheres: **12%**)



• Futebol Profissional e de Base

- Elenco Profissional: **35 Atletas**
- Elenco de Base: **184 Atletas**
- Categorias:
 - SUB-20 - 36 atletas**
 - SUB-17 - 25 atletas**
 - SUB-15 - 50 atletas**
 - SUB-13 - 38 atletas**
 - SUB-11 - 35 atletas**

• **1,1 milhão é a projeção do tamanho de nossa torcida.**

• **Mais de 1 milhão de interações em nossa Central de Atendimento ao Sócio.**

• **426 mil pessoas passaram pelo Alto da Glória durante o Campeonato Brasileiro 2019.**

- **22.429** foi a média de público.

• **Receita Líquida Projetada para 2020 (em milhares de reais): R\$ 99.412**

• Patrimônio

- Estádio Próprio, capacidade para **40 mil pessoas**
- CT da Graciosa
- Terreno de Campina Grande do Sul

• Lojas Oficiais

- Loja do Estádio (Própria)
- Loja Virtual (Própria)
- Franquias: 2 operações



ESTRUTURA DE PRODUTOS

O Negócio

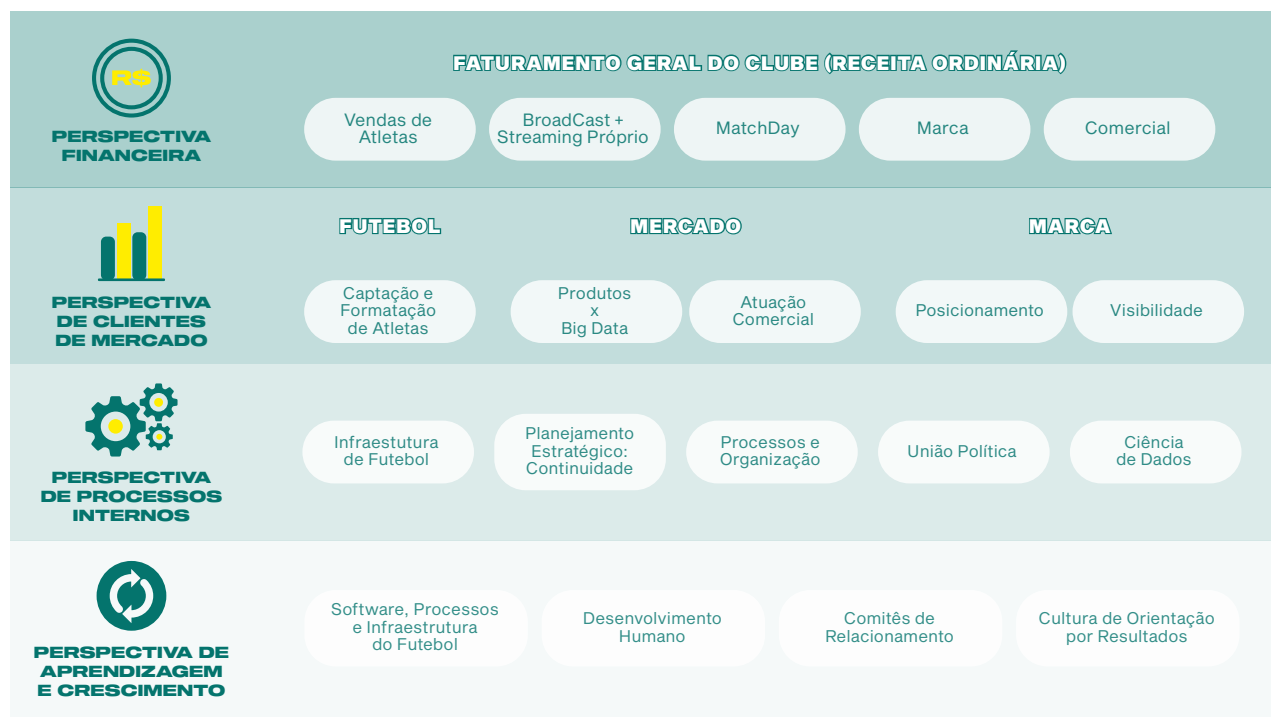
Nosso negócio é o futebol. Nossas receitas são oriundas dessa prática esportiva. Ao longo dos anos, muita inovação foi realizada no futebol. Algumas receitas que nem existiam um tempo atrás começaram a fazer parte da agenda de todos os clubes mundiais. Cada vez mais a busca constante por novas receitas se faz necessária para essa indústria extremamente competitiva. Os desafios são enormes e exigem a capacidade de gestão cada vez maior através da profissionalização e inovação constante. Estarmos preparados com uma forte estrutura de ciência de dados pode fazer toda a diferença para termos uma melhor performance em nossa região de atuação, nosso mercado.

O mercado não permite mais aventuras. Os clubes brasileiros e mundiais, com milhares de seguidores/simpatizantes e fãs (torcedores diretos), possuem sua determinação em colher melhor seus frutos, suas receitas. Cabe aos grandes clubes, porém não tão expressivos em número de torcedores, performar melhor ponderadamente as receitas de seu mercado e saber investir cada vez mais com austeridade.



AS PERSPECTIVAS DO NOSSO NEGÓCIO (COMO DEVEMOS ATUAR):

AS PERSPECTIVAS DO NOSSO NEGÓCIO (COMO DEVEMOS ATUAR):



A Perspectiva Financeira é o que realmente irá interessar ao Clube no final de todos os processos, projetos e ações. Ela contempla invariavelmente as principais receitas ordinárias de sua operação. Na Perspectiva de Mercado, estará o mercado de nossa indústria e o que temos de fazer para coletar os melhores indicadores para uma melhor performance. A Perspectiva de Processos Internos mostra como a instituição está preparada para absorver as demandas de mercado com o objetivo único de dar retorno frente à Perspectiva Financeira.

A Perspectiva de Aprendizagem e Crescimento foi destacada isoladamente, pois é um movimento que o Clube começa e deverá desenvolver cada vez mais, para que a sua Gestão do Conhecimento evolua e, sobretudo, gere inovação. Quando se é falado de inovação, os ciclos de desenvolvimento resultam da conjugação ou da combinação de inovações, que criam um setor líder na economia, ou um novo paradigma que passa a impulsionar o crescimento rápido no mercado.

A partir dessa ideia, é necessário observar que a organização já possui a sua oferta de produtos há bastante tempo. O que é necessário evoluir é a “visão”, ou seja, o modelo de atuação do nosso negócio para que gere valor e aumente a comercialização de produtos e serviços do Clube, aproveitando a combinação de “inovações” nos resultados de campo e projetos de sócios. Obter novos caminhos para novos formatos, com novas oportunidades e com a evolução da estrutura operacional, gerando assim a “inovação”.



AS PERSPECTIVAS DO NOSSO NEGÓCIO (COMO DEVEMOS ATUAR):

COMERCIAL

- Patrocínios
- Espaços Publicitários
 - Timemania
 - Ativações

MARCA / LICENCIAMENTO

- Produtos Oficiais (4 Linhas)
- Produtos Licenciados
 - Loja do Estádio
 - Lojas Licenciadas

MATCHDAY

- Vendas de Ingressos (Bilheteria)
- Programa Sócio Torcedor
 - Catering
 - Estacionamento
- Ativações/Ações Promocionais

BROADCAST

- Cota Estadual
- Cota Nacional
- Direitos Internacionais
 - E-Games
- Streaming Próprio

ATLETAS BASE

- Escolinhas
- Formação
- Venda de Atletas

ATLETAS PROFISSIONAL

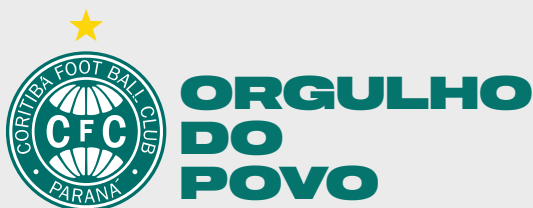
- Contratação
- Venda de Atletas

As Receitas Ordinárias são determinadas pela capacidade dos clubes, através de sua própria atuação de conquistá-las. Ter a melhor performance em cada uma delas é um composto entre Gestão, Inovação e Performance Esportiva. Toda a Receita Extraordinária vem de forma extra às expostas aqui.

Em uma gestão profissional de clubes, a tônica do sucesso está na continuidade de estratégias vencedoras e na revisão frequente de cada uma das principais rubricas. Algumas, muitas vezes, são mais lentas de serem alteradas, em virtude do momento do mercado e/ou por força de contrato.



DESTAQUES DA GESTÃO



Posicionamento da Marca

O Orgulho do Povo. O Coritiba Foot Ball Club é o clube mais tradicional do estado. Fundado em 1909, é o primeiro clube paranaense de futebol, tornando-se Campeão Brasileiro em 1985, sendo também o primeiro clube a conquistar um título nacional. Toda essa tradição faz com que o clube se posicione de forma a acompanhar a sua marca, daqui por diante, como o Orgulho do Povo. Um clube sem preconceito e de respeito às diversidades, essa é a nossa tônica, um clube de todos e de todas. Esse posicionamento nos ajudará a cada vez mais olharmos para o futuro e planejarmos o Coritiba que queremos.

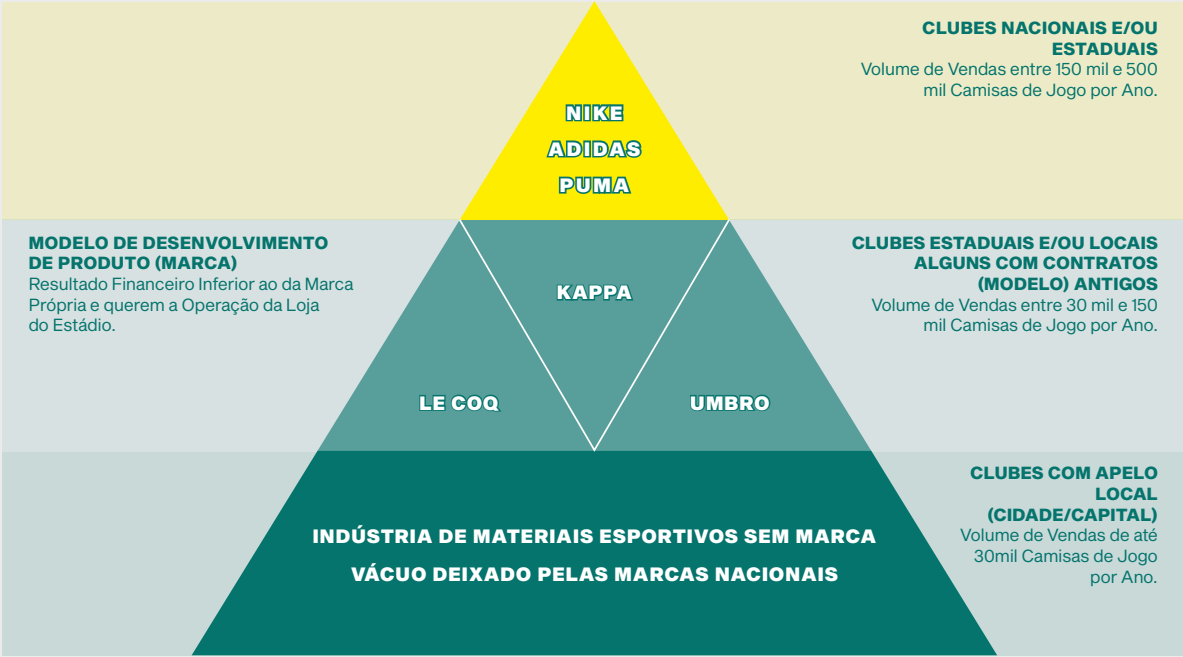
Marca Própria

Quando analisada a marca isoladamente, podemos não perceber e entender o potencial. Pode parecer ainda uma aventura e uma visão de falta de opção. Porém, ao olhar para o atual momento do mercado, percebe-se que é uma escolha racional visando aos melhores resultados para o Clube.

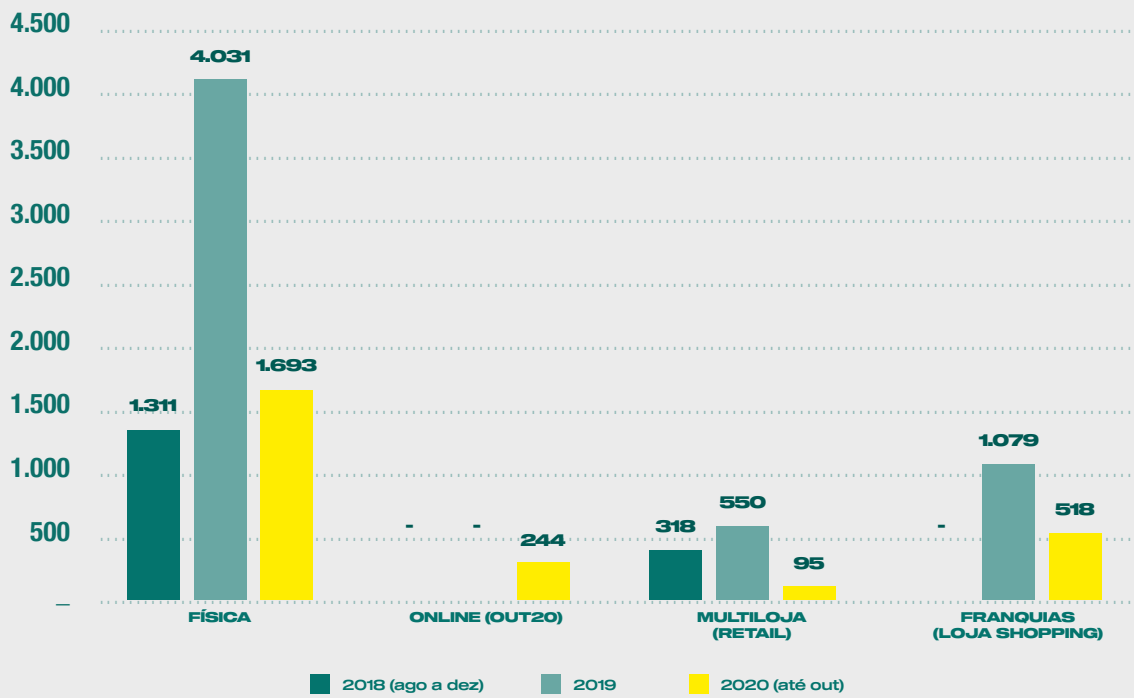
Em agosto de 2018, o Coritiba foi além e se tornou o primeiro grande clube a assumir uma operação própria de material esportivo. Essa não é uma decisão fácil. Na lógica da absorção de custos contábeis entre absorção total e parcial, muitas vezes discutidos em diversas indústrias, teve que se colocar na balança e escolher o melhor caminho para o Clube. Se por um lado temos melhores margens, também temos maiores custos e dedicação, além de um alto custo com uma curva de aprendizado e domínio cada vez maior do mercado.



Comportamento Atual do Mercado

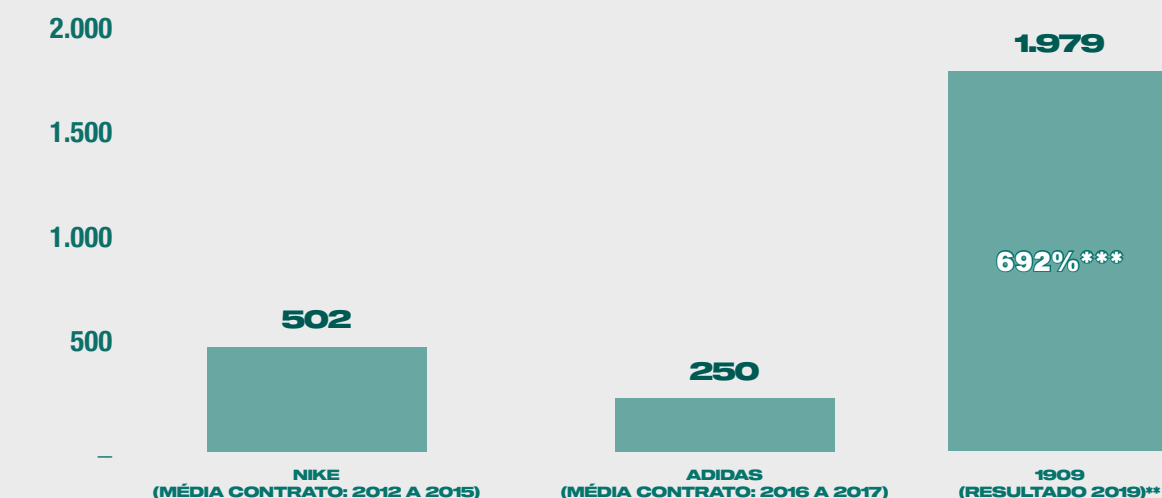


Faturamento por Canal de Vendas e Período (em milhares de reais)



Resultado Financeiro para o Coritiba Foot Ball Club*

Material Esportivo - Resultado Médio Anual Receita Clube (R\$/Mil)



*Resultado líquido mais material esportivo.

** Ano de 2019 (Completo).

***692% de crescimento em relação a Adidas/Gadel.

Gestão de Canais de Vendas

Ao assumir um projeto de marca própria, o passo para o sucesso é a gestão dos canais de forma própria do Clube. Em agosto de 2018, isso já foi possível com a absorção da loja do estádio. Em 2019, foi a vez da sua primeira operação licenciada e descentralizada do estádio Couto Pereira, com a abertura da Sou 1909 no Shopping Palladium. Em 2020, mais uma operação descentralizada do estádio (licenciada) no Shopping Jockey Plaza. Ainda em 2020, o Coritiba resolveu absorver a sua operação virtual, que até então era estabelecida sempre com um parceiro do ramo (Netshoes e FutFanatics).

O projeto da Loja Virtual Própria é um projeto ousado e que trará muitos resultados para o Coritiba. Principalmente com as estratégias digitais realizadas pelo próprio clube, que visam ao atendimento aos seus torcedores e com vantagens para os sócios, e também a capilaridade de sua atuação no ambiente digital através de Marketplace, com diversas lojas de varejo no Brasil, ampliando assim a sua presença de marca e seu maior volume de vendas, além do domínio da base de dados de compradores e interação com um big data futuro do Clube.

Os próximos passos são as integrações dos canais de vendas, onde nossos sócios e torcedores deverão ter uma única experiência. Com a implantação da lógica de omnichannel, ou seja, através de sistemas integrados, tudo o que se teve de experiência em um canal deve se ter nos demais, com tudo integrado e visando à satisfação dos clientes.

DESEMPENHO ECONÔMICO DA SOU 1909 (ESTÁDIO)
ANO DE 2019 (ANO COMPLETO DA OPERAÇÃO) VALORES EM MILHARES DE REAIS

ESTRUTURA DE RESULTADO	1º TRIM-19	2º TRIM-19	3º TRIM-19	4º TRIM-19	TOTAL / ANO	A.V
RECEITA BRUTA	464.852	678.092	1.140.407	1.747.635	4.030.986	-
VENDAS CANCELADAS E DEVOLUÇÕES	-16.755	-15.819	-37.745	-28.699	-99.018	-
IMPOSTOS	-96.967	-143.287	-238.699	-371.973	-850.926	-
RECEITA LÍQUIDA	351.129	518.986	863.963	1.346.963	3.081.042	100,00%
CUSTOS DE MERCADORIAS VENDIDAS (CMV)	-161.076	-270.169	-410.957	-640.373	-1.482.575	-48,10%
LUCRO OPERACIONAL BRUTO	190.054	248.817	453.006	706.590	1.598.467	51,90%
DESPESAS OPERACIONAIS	-133.620	-146.584	-172.252	-269.693	-722.149	-23,40%
LUCROS ANTES DOS IMPOSTOS	56.433	102.233	280.754	436.897	876.317	28,40%
PROVISÃO PARA IRPJ E CSLL	-10.222	-15.308	-29.125	-46.957	-101.611	-3,30%
RESULTADO LÍQUIDO	46.212	86.925	251.629	389.940	774.706	25,10%



Novo Plano de Sócios

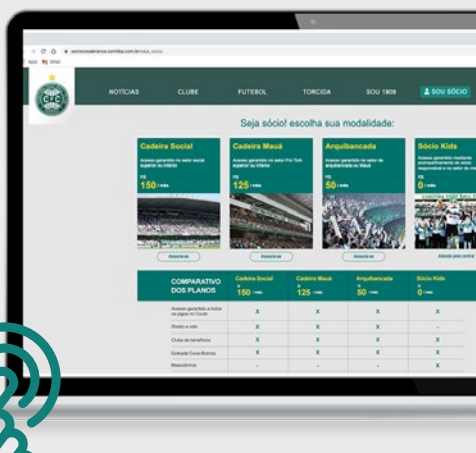
Formatado para ser um patrimônio da torcida coxa-branca, o novo plano de sócios do Coritiba Foot Ball Club é flexível com seus valores, possui um fácil processo de associação e muitas vantagens. Mas a maior vantagem é o torcedor, com amor, estar ajudando o clube e presente no estádio.

Reformulado em setembro de 2019, em meio a diversas promoções de ingressos para lotar o Alto da Glória e empurrar o Clube para o seu retorno à Série A, o lançamento ousado do novo Plano de Sócios obteve um dos maiores números de adesões de sua história. Em 2020, chegamos à marca de 25 mil sócios.

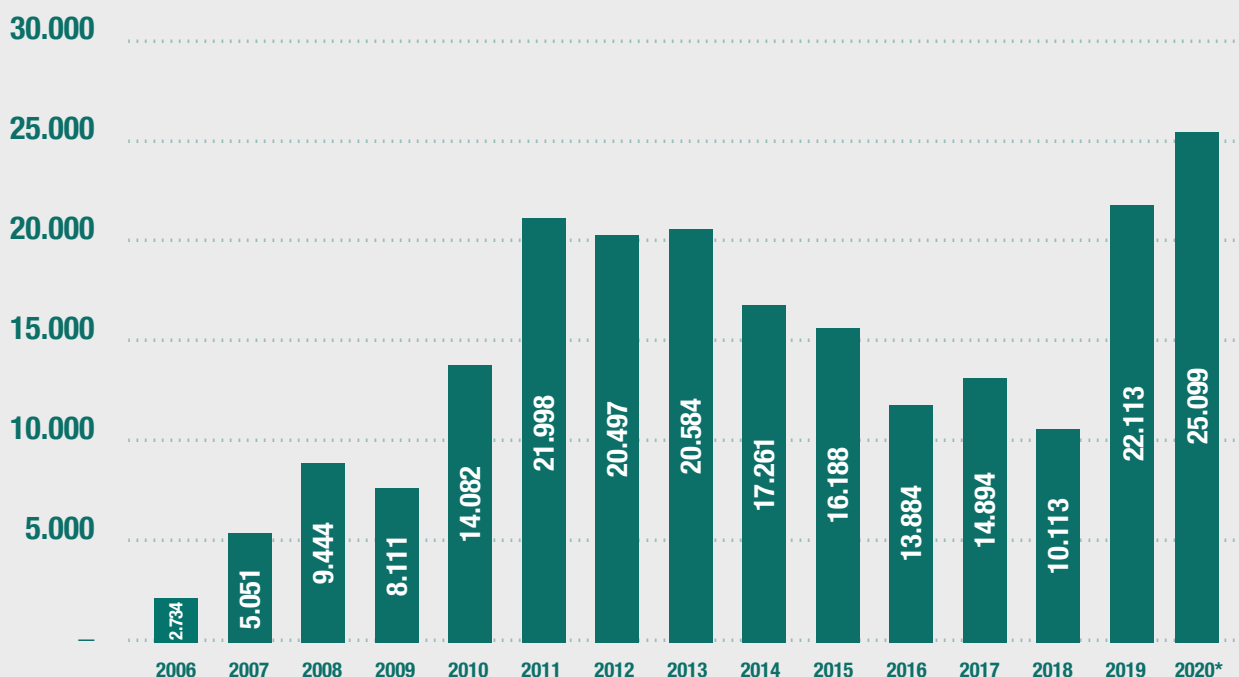
A estratégia do novo Plano de Sócios é muito simples. O Clube quer ter 25 mil sócios com entrada garantida para todos os jogos sem a necessidade de comprar ingressos. A partir dessa marca, o planejamento é lançar uma nova modalidade com valores inferiores, mas que necessitam comprar ingressos. Dessa forma, a estratégia é manter uma quantidade de sócios ativa sem a necessidade de compra de ingressos, é ter um grande fator de fidelização.

Além dessa estratégia, o Clube promoveu com essa mudança a maior democratização possível, não mais distinguindo entre homens e mulheres e dando direito a voto nas eleições do Clube a todas as modalidades de associação e, é claro, preços acessíveis para conquistar a estratégia traçada.

Nossas projeções para o ano de 2020, se não fosse a pandemia, seriam de atingir talvez a maior marca de sócios da história do Coritiba Fot Ball Club, beirando os 40 mil sócios ativos, gerando resultados financeiros importantes para o Clube.



Conheça os resultados alcançados



*Dados até março 2020 (pandemia). Os demais dados são até o fim de cada exercício.

A Galeria que Nunca Abandona + Vantagens Exclusivas

Em um ano em que o Coxa planejava alcançar o maior número de sócios de sua história, graças ao seu bem-sucedido Plano de Sócios, vivemos uma crise sem precedentes na história recente.

Ao serem suspensos os jogos e, posteriormente, com o retorno das competições sem torcida, invariavelmente a performance do nosso Plano de Sócios foi atingida assim como todos os planos de sócios do futebol brasileiro.

Para conter a evasão de nossos sócios, em um momento econômico delicado, a alternativa foi criar algo que fosse





extremamente emocional e que tivesse uma vantagem extraordinária para os que puderam se manter em dia com o Clube. A Galeria que Nunca Abandona é o reflexo disso. Através de um regulamento, com critérios definidos, pudemos desenvolver uma ação promocional em que valorizássemos todos os sócios que se mantiveram fiéis ao Coritiba, exaltando inclusive o seu tempo de associação ao Clube e sua categoria.

Além da Galeria que Nunca Abandona, os nossos sócios também contam com o Cashback exclusivo, para a compra de produtos em nossa loja do estádio ou loja online: sou1909.com.br.



Cada Vez Mais Digital

O Coritiba Foot Ball Club está promovendo a sua transformação digital. A partir da reformulação do seu site oficial e do Novo Plano de Sócios, diversas iniciativas estão sendo desenvolvidas para beneficiar cada vez mais os seus sócios e torcedores e preparar o Clube para o futuro do mercado.

Nossa estratégia é cadastrar o maior número possível de torcedores do Clube, conhecendo os seus hábitos e costumes, criando uma relação de proximidade com a marca e promovendo o consumo de ativos do clube nos 365 dias do ano (não somente quando tem jogo ou lançamento de produtos).

O mercado de broadcasting (direitos de TV) está em constantes mudanças. O que era para ser discutido somente em 2024 foi antecipado com a pandemia. O Coritiba Foot Ball Club dominará a transmissão do seu conteúdo no seu próprio canal: não dependerá mais da geração de conteúdo relevante em suas redes sociais. Estaremos prontos para fazer a transmissão de qualquer partida, seja ela do Futebol Feminino, da Base ou do Profissional.

Esse é um projeto ousado, que contempla diversas ações digitais dentro de sua plataforma. Nosso objetivo é que tanto no site oficial, como em nosso SUPER APP Oficial, ou em nosso Canal de Streaming, ou ainda em nossa Loja Virtual, o nosso torcedor possa ter acesso integrado às nossas plataformas:

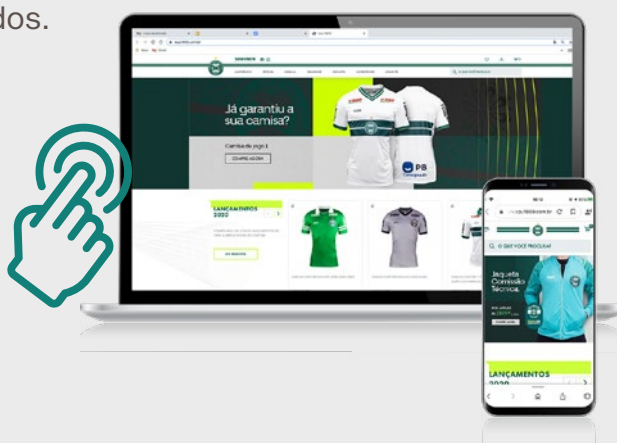


• **SUPER APP Oficial:** com push de notificações para comunicar de forma rápida os assuntos mais relevantes, além de tabela de jogos e notícias sobre o Clube, Gameficação e Interações Inovadoras, como decidir a playlist do jogo, ouvir o banco de reservas, escolher o uniforme da partida ou até mesmo participar de uma live com o ídolo.

• **TV Coxa Prime:** com a TV Coxa Prime, agora o torcedor estará ainda mais próximo do Clube. Uma moderna plataforma de streaming que passará tudo dos bastidores, curiosidades e programas especiais do Coritiba Foot Ball Club. Um projeto grandioso e que dará ao Clube uma das condições de ser o clube mais digital do Brasil. Mediante essa plataforma, o Clube também estará preparado para avançar em suas transmissões independentes através do sistema de pay-per-view, sejam elas do Profissional (conforme direitos), Categoria de Base ou Futebol Feminino.



• **Nova Loja Virtual:** uma plataforma customizada para o Coritiba Foot Ball Club na qual, assim como na sua operação física da loja do estádio, o Coxa assume a sua operação virtual. Muitas novidades ainda estão por vir, principalmente em novos produtos e promoções, utilizando a estratégia de dynamic prices (preços dinâmicos). A torcida e principalmente os sócios deverão ficar sempre ligados.

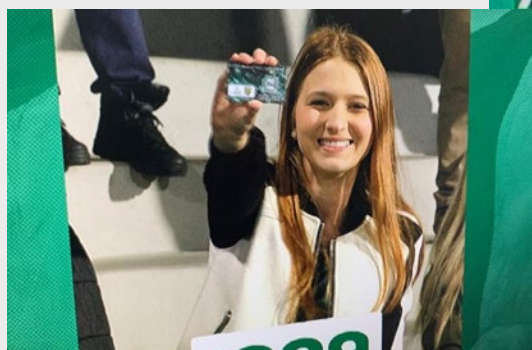


Tudo isso é para tornar o Coritiba cada vez mais digital. Atuando com diversas bases de dados, conhecendo profundamente os nossos torcedores dando a eles, cada vez mais novas experiências.

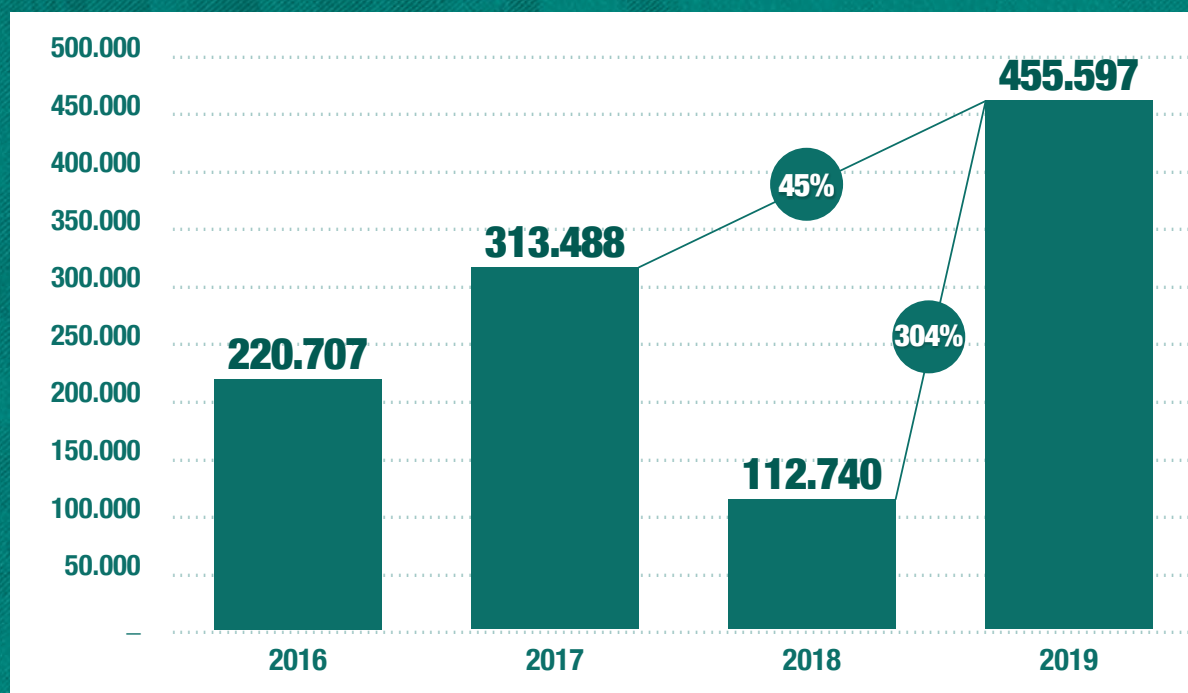
MatchDay

Não somente um Dia de Jogo no Alto da Gloria, mas uma experiência. Esse é o objetivo de nosso projeto de MatchDay. Desde 2019, nossos torcedores começaram a interagir com um telão. Mas isso é só uma forma para percebermos que as experiências são necessárias para melhorar a atmosfera do jogo/espetáculo.

O dia mais importante, o Dia do Jogo, com visão de entretenimento para os seus fãs. Essa operação vem sendo aperfeiçoada a todo momento. Melhorias efetivas no patrimônio trazem mais conforto para os nossos sócios e torcedores. Ainda há muito a melhorar em nosso principal equipamento (estádio), tendo como processo uma melhoria contínua. A ideia é criar uma experiência integrada com a loja do estádio (quanto mais gente no estádio, maior o faturamento), com a Central de Sócios (agilidade no atendimento) e serviços de catering (bebida e alimentação). Além desses fatores, o clube firmou parceria com a JBL para reformular o seu sistema de som. Uma das buscas constantes é a implantação de dois novos telões no estádio, permitindo uma melhor experiência e interação de nosso público. Um dos pontos altos desse projeto será a interação incrível com o nosso Supper APP, um entendimento pleno da jornada do nosso público no MatchDay. Ainda em avaliação uma cobertura de Wi-Fi para o nosso Couto.



Total de Público (histórico) - Campeonato Brasileiro



Novos Espaços Publicitários

A reformulação dos espaços publicitários faz parte da nossa nova forma de atuação comercial. A novidade está nos espaços físicos e virtuais. Melhorar a entrega comercial para os nossos parceiros é o que vem atraindo novos investidores ao clube. Entre as melhorias, estão os novos espaços publicitários de placas nos campos do CT e novas placas no estádio. Além dessas iniciativas, estão o processo de modernização do site oficial e também a modernização das salas de imprensa com a implantação de backdrops VideoWall, que também servirão como estúdios de TV.

Placas nos campos do CT



Backdrops VideoWall.



Instalação dos espaços publicitários em todos os anéis do Couto Pereira.



Revitalização do Estádio

O Couto Pereira passa por uma reformulação, sem perder a sua alma. O estádio mais tradicional não perde as suas características e, principalmente, a sua raiz. Um trabalho de repaginação de diversas áreas está acontecendo e deixando o Alto da Glória ainda mais charmoso. A etapa inicial está focada na revitalização através da pintura e reparos estruturais.

Departamento de Infraestrutura

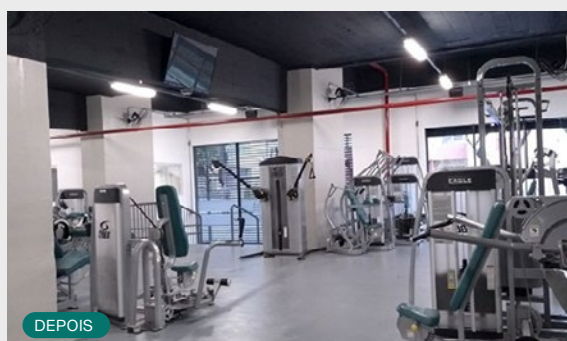
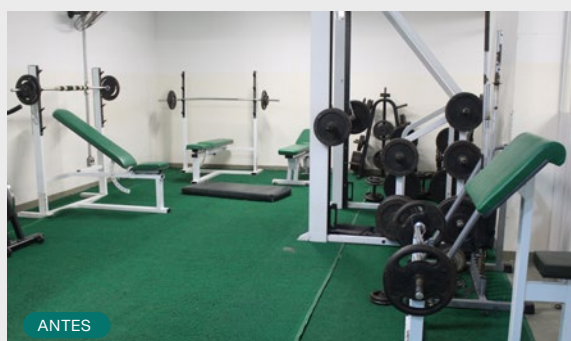
Em seu primeiro ano de gestão, o Conselho Administrativo do Coritiba criou o Departamento de Infraestrutura. Composto por técnicos e acompanhada pela Comissão de Obras do Conselho Deliberativo, o setor planeja e executa obras civis e elétricas. Entre elas:



• Academia e Departamento Médico das Categorias de Base:

Com um investimento de R\$ 123.460,19, as instalações de uso das categorias de base do clube foram realocadas, no interior do estádio, para um espaço maior, passando a contar com: academia com equipamentos que eram utilizados pela equipe profissional, área com grama sintética para tratamento com bola, pista emborrachada, departamento médico com consultório para atendimento individualizado, ampla sala para tratamento de fisioterapia, sanitários e acessibilidade com a área externa.

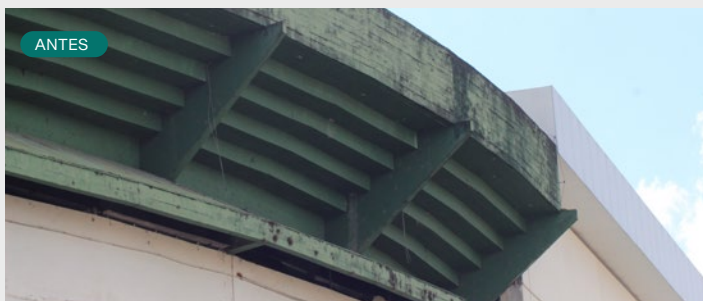
O serviço foi executado pela equipe de manutenção do estádio, sendo terceirizados apenas alguns serviços técnicos especializados.



• Revitalização do Setor Social Superior:

Com um investimento de R\$ 360.892,82, no primeiro ano de gestão também foi realizada a recuperação e um reforço estrutural da laje de piso do sanitário feminino, a reforma de 1.073 cadeiras que estavam quebradas, a recuperação do contrapiso da arquibancada e área de circulação, o laudo técnico das patologias da cobertura, o laudo das condições da impermeabilização da cobertura e a recuperação estrutural emergencial na cobertura face inferior, com instalação de rede de proteção para monitoramento.





• Fachada do estádio:

Com as estruturas metálicas em estado avançado de oxidação e falhas nos pontos de ancoragem, indicando risco para a segurança, foram removidos todos os painéis de publicidade da fachada norte do estádio, que recebeu limpeza, correção de patologias e pintura. Em parceria com um patrocinador, foi desenvolvida a cor Verde Alma Guerreira, em homenagem aos torcedores do Coritiba, com a qual foi pintada a fachada. Além disso, as grades de fechamento das bilheterias foram substituídas por portões basculantes, facilitando a operação. O investimento total foi de R\$ 95.253.

• Recuperação estrutural da arquibancada:

As arquibancadas situadas na “curva sul” receberam investimento para recuperação estrutural, regularização dos degraus e nova padronização de pintura. As lajes inclinadas pré-fabricadas, que possuem a função de fechamento do interior do estádio com a área externa, foram revisadas, e seus apoios, reforçados. Os vomitórios receberam tratamento nas armaduras expostas e regularização da superfície. O novo recobrimento, além de proteger a estrutura, prolongando sua vida útil, proporcionou melhor acabamento estético. O investimento total foi de R\$ 523.365,55.



- **Túnel de acesso ao gramado:**

O portão de acesso ao gramado foi ampliado, proporcionando maior rapidez na logística dos grandes eventos promovidos no Couto Pereira. Diante das limitações estruturais do estádio, foi feito um rebaixamento do piso do interior do túnel e parte do estacionamento teve de ser escavada. O investimento total foi de R\$ 290.954,37.



- **Campo 3 do Centro de Treinamento:**

Com um investimento de R\$ 427.777,27, o campo 3 do Centro de Treinamento Bayard Osna, de uso das categorias de base, que apresentava menor condição técnica entre os campos, teve sua camada vegetal removida para dar espaço ao novo Topsoil. A nova drenagem foi construída em formato de espinha de peixe e a irrigação passou a ser automatizada, com a instalação de aspersores. Com a revitalização, este passou a ser o campo mais moderno do Coritiba.

Além disso, uma área do CT foi otimizada para uso nos treinamentos do elenco coxa-branca, abrigando dois campos auxiliares. A área da piscina também foi revitalizada.





• Prédio do CT:

Com um investimento de R\$ 722.212,11, o pavimento superior do prédio principal do CT teve seu layout reformulado, com a chegada de novos equipamentos para a academia. Os móveis da recepção foram substituídos e o quadro informativo passou a ser digital. Além disso, o revestimento do piso foi renovado.

• Novos equipamentos na academia:

Com um investimento de R\$ 675.583,20, novos equipamentos foram comprados para a academia do Centro de Treinamento.

• Vestiários reformados:

Os vestiários do CT, com um investimento de R\$ 56.307,94, receberam novos armários sob medida, assentos personalizados e ambiente climatizado. As paredes receberam nova pintura.



Investimento em Infraestrutura

Assim como sua torcida (maior patrimônio de um clube), a infraestrutura que traduzimos em equipamento deve sofrer investimentos constantes. Isso proporciona um melhor ambiente de trabalho e mais acolhedor para o seu público. O Coritiba ficou por muito tempo sem cuidar de sua casa e de suas instalações. Essa prática deverá ser constante e garantirá cada vez mais espaço em nosso orçamento para essas melhorias. A tendência é de um investimento de ao menos R\$ 7 milhões para cada ciclo de gestão. Ainda assim, há projetos de um grande aporte de investimento em nosso CT da Graciosa, colocando-o em um patamar moderno de atuação e formação de atletas.

• 2018

No ano de 2018, o clube totalizou um investimento de R\$3.677.747,66 em infraestrutura do Couto Pereira e Centro de Treinamento Bayard Osna. No Couto, o valor de R\$ 1.973.651,43 foi para revitalização estrutural, pintura, realocação e reforma das instalações de uso das categorias de base. No Centro de Treinamento Bayard Osna, o investimento de R\$ 1.704.096,23 foi para otimização de campos para treino, reforma do prédio principal e da área da piscina e compra de novos equipamentos para a academia.

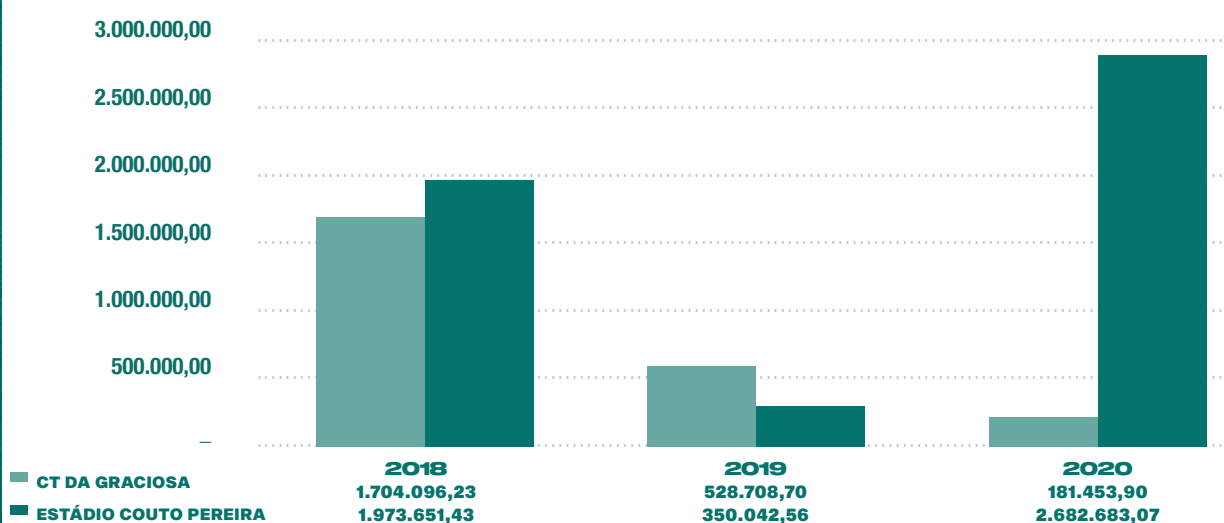
• 2019

Investimento total de R\$ 878.841,26, sendo R\$ 350.042,56 no Couto Pereira e R\$ 528.708,70 no Centro de Treinamento Bayard Osna.

• 2020

Investimento total R\$ 2.864.136,97, R\$ 181.453,90 no CT da Graciosa e R\$ 2.682.683,07 no Estádio Couto Pereira.

Histórico do Investimento nos Cuidados com o Patrimônio





Futebol

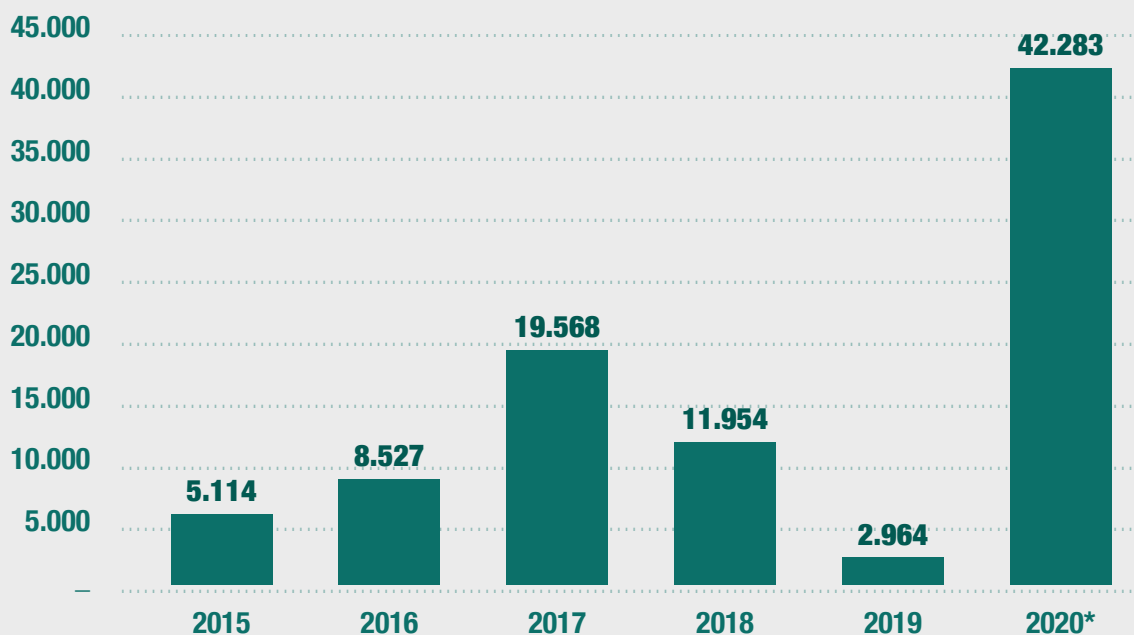
Em 2018 pegamos o Clube na Série B do Campeonato Brasileiro com contratos de jogadores em vigor na Série A. Buscamos honrar esses contratos, o que reduziu a nossa capacidade de investimento na montagem de um novo elenco. Em 2019, após o saneamento, tivemos que ser mais assertivos e fazer mais com menos. Reduzimos em 17% o gasto em relação ao ano anterior. Subimos.

Em 2020, imaginávamos ter um melhor desempenho econômico e um poder de fogo maior frente ao mercado, impulsionado pela receita de Sócios e Bilheteria, o que nos daria em torno de R\$ 20 milhões a mais em nosso orçamento, o que não foi possível em virtude da pandemia. Muitas coisas que envolvem as necessidades de investimento fundamentais (não poderíamos deixar para depois), no que tange a investimentos estruturais do estádio e CT, tiveram que ser feitas em 2020.

Mais de 30 atletas formados no Clube foram aproveitados no elenco profissional ao longo da gestão, há pelo menos um atleta profissional em cada posição oriundo da Categoria de Base, evitando negócios de valor baixo ou saídas gratuitas como as do passado (Matheus Cunha, Dodô, Rodrigo Gutti e Mosquito).

A atual gestão ultrapassou o valor de R\$ 57 milhões em venda de atletas, recorde absoluto. Realizou a primeira venda direta para um dos cinco maiores clubes do mundo (Manchester City), também a maior da história do Coritiba (€ 12 milhões, com metade paga à vista). Negócios como os dos atletas Yan Couto, Igor Jesus e Guilherme Parede recolocaram o Coritiba em um patamar elevado de negócios, que obrigatoriamente terá de ser aumentado na próxima gestão.

Venda de atletas - em R\$ 1.000



*Projetado fim do exercício 2020.

Ato Trabalhista

Dentro de um dos principais compromissos da gestão que é o equacionamento financeiro do clube, necessário era o enfrentamento do passivo trabalhista do clube. Não há como se iniciar um processo de reestruturação, sem que sejam pagas as dívidas do clube.

Durante os últimos 3 anos, o clube reduziu de 127 para 32 o número de ações trabalhistas com ingresso no triênio, sendo que a maioria destas está relacionada a compromissos assumidos na gestão anterior, ou seja, praticamente nenhuma ação trabalhista dos últimos 3 anos é decorrente de contratações da atual gestão, o que proporcionará um grande salto no que se refere ao estancamento do crescimento do seu passivo trabalhista.

Entretanto, mais de 28 milhões de passivo trabalhista foram pagos. Sem dúvida, o enfrentamento e equacionamento do passivo trabalhista do clube é um dos maiores legados da atual gestão, pois dará condições de que sua dívida histórica seja efetivamente paga e permitirá que o clube administre com total previsibilidade suas receitas, sem que seja surpreendido com constrições forçadas ao seu patrimônio.



GOVERNANÇA E MATURIDADE ESTRATÉGICA

Conselho de Administração

O Coritiba Foot Ball Club é gerido pelo Conselho de Administração, liderado e coordenado por seu Presidente.

GESTÃO 2018/2020

Presidente

Samir Namur. Advogado, mestre e doutor em Direito Civil.

1º Vice-Presidente

Paulo Baggio. Administrador de empresas e contador. Empresário do ramo de alimentação.

2º Vice-Presidente

Jorge Durao. Formado em Direito e

empresário do ramo de aço.

3º Vice-Presidente

Eduardo Bastos. Advogado, mestre em direito e MBA em Gestão Empresarial. Empresário e professor de Direito Empresarial.

4º Vice-Presidente

Anibal Mesquita. Administrador e empresário do ramo gráfico.

Todos possuem uma longa história com o Coritiba: torcedores, sócios, conselheiros e dirigentes.

Conselho Deliberativo

Presidente

Marcelo Foggiato Licheski

1º Vice-presidente

Luiz Henrique de Barbosa Jorge

2º Vice-presidente

David Colaço Meira Neto

1º Secretário

Jamil Ibrahim Tawil Filho

2º Secretário

Airton Sozzi Junior

Conselho Fiscal

O Conselho Fiscal é constituído por integrantes do Conselho Deliberativo. Cabe-lhe, entre outras, as seguintes atribuições: conferir, mensalmente, o saldo do numerário existente em caixa; certificar-se se há exigências ou deveres a cumprir com as autoridades fiscais, trabalhistas ou administrativas; estudar os balancetes e outros demonstrativos mensais; acompanhar e fiscalizar a execução financeira, orçamentária e os atos de gestão.

GESTÃO 2018/2020

Presidente

Anderson Pereira dos Santos

Secretário

Márcio André Weigert

Julio Jacob Junior

Naim Akel Neto

Renato Gonçalves Fidalgo

Conselho Consultivo

O Conselho Consultivo é formado por notoriedades coxas-brancas, entre eles estão ex-presidentes, empresários e conselheiros. Tomar diversas decisões não é uma tarefa fácil, principalmente quando muitas delas possuem impactos significativos na administração do Clube. O Conselho Consultivo é formado para ajudar nos processos de tomada de decisão, tendo como experiência a sua principal virtude.

Titulares

1. Luis Fernando Araujo Stellfeld
2. Álvaro Sérgio Rincoski Faria
3. Rafael Melhim Abou Rejaile - PRESIDENTE
4. Francisco Bertoncello Junior
5. Alexandre Baptista
6. Rui Bocchino Macedo - SECRETÁRIO
7. Rafael Vieira Pereira Oliveira
8. Luiz Cláudio Cândido Berhorst
9. Fabio Alexandre Coninck Valverde
10. Hécio Giffhorn



Natos do Conselho Consultivo

Carlos Alberto Moro

Cleverson Marinho Teixeira

Christian Sant'Ana Gaziri

Edison José Mauad

Elias Féder

Francisco Alberto Vieira de Araújo

Giovani Gionédis

Jair Cirino dos Santos

João Jacob Mehl

Joel Malucelli

Jorge Ângelo Wachelke

José Fernando Macedo

Júlio Góes Militão da Silva

Julio Jacob Junior

Manoel Antonio de Oliveira Franco

Mauro João S. de A. Maranhão

Ney Fernando Perracini de Azevedo

Olinto Lourenço Gaertner Ribas

Omar Akel

Pedro Arthur Sampaio

Pierpaolo Petruzzello

Rogério Portugal Bacellar

Samir Namur

Ulisses Mauad

Vilson Ribeiro de Andrade



O MOVIMENTO ESTRATÉGICO

Diante da análise de cenários, suas causas e efeitos ao longo de diferentes gestões, um grupo formado por conselheiros e profissionais do clube identificou ser salutar uma alteração na proposta de plano de gestão do Coritiba. Dessa maneira, apontou-se a necessidade de um plano estratégico identificando os pilares estratégicos para o Clube no longo prazo, sem a ligação direta com o Conselho Administrativo (executivo).

Os projetos apresentados anteriormente, em teoria, sempre foram interessantes e muitas vezes chamaram a atenção da torcida. Mas essa fórmula já vem se apresentando ineficiente há bastante tempo, como é possível observar na prática em suas implementações. O motivo é que são apresentados planos de gestão e não planos estratégicos para o Clube, com visão de longo prazo.

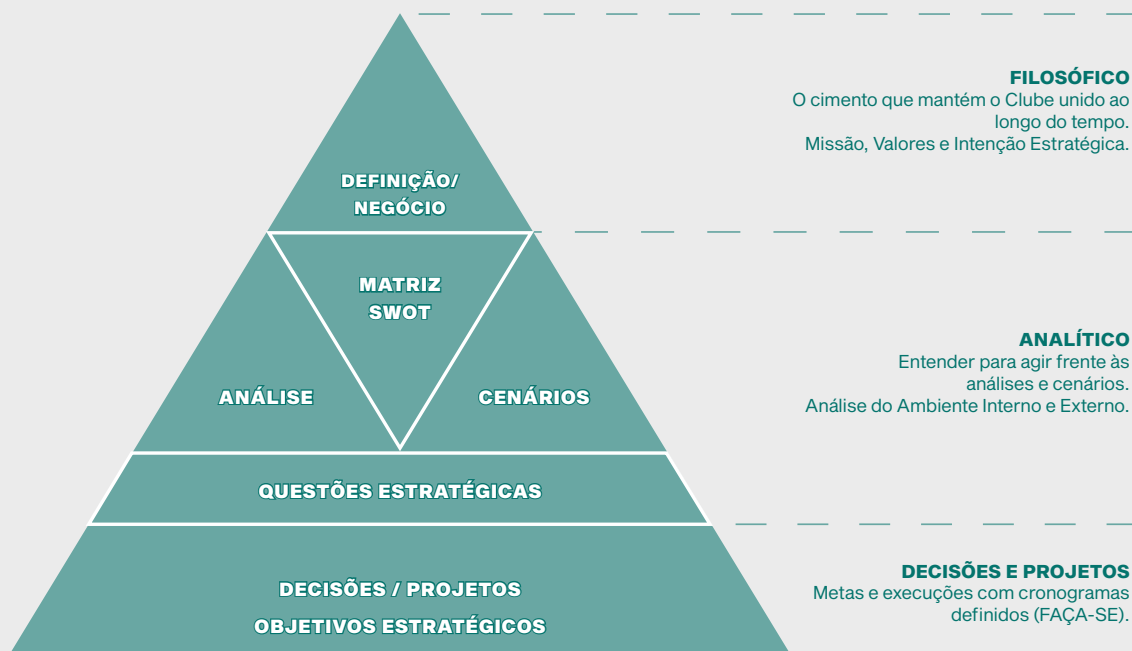
Perante isso, esse grupo composto por conselheiros e profissionais do Clube foi estruturado em setembro de 2019 e começou a trabalhar nessa iniciativa. De forma apolítica, foram realizadas mais de 20 reuniões com grupos de conselheiros, torcedores e influencers, com o intuito de demonstrar uma metodologia e, por meio dela, estabelecer a importância de uma estratégia para os próximos 10 anos, com uma Visão traduzida em Intenção Estratégica.

O propósito dessa iniciativa é que haja, por meio dessa metodologia, a unificação da Visão do Coritiba que todos desejam, com objetivos de longo prazo colocados à mesa para discussão e execução, conforme as mais modernas práticas de gestão administrativa e econômica.

Estabelecer diretrizes, pilares e processos firmes, com o foco principal na execução, amparados por ciência de dados com inovação, é o que norteará o Clube para o futuro. Além disso, a intenção de ter um Planejamento Estratégico vinculado ao Estatuto está alicerçado na palavra continuidade. “Quando se altera o G5, altera-se todo o quadro de vice-presidentes que respondem pelas principais pastas do clube. É preciso criar um Planejamento Estratégico unificado com processos firmes e modernos para que as práticas de gestão não sejam interrompidas, independentemente de quem esteja à frente do clube”, resume o grupo que entabula as reuniões de desenvolvimento dessa prática.

De forma alguma o objetivo dessa iniciativa é de estabelecer uma união política, apesar de que isso possa ser uma consequência de um bom trabalho e extremamente saudável para o Clube, mas de criar um consenso entre os pilares estratégicos para o futuro do Coritiba. O Clube pode conquistar resultados esportivos no curto prazo, traduzidos em crescimento, mas somente a soma de suas ações estratégicas alinhadas à visão de longo prazo (Intenção Estratégica), com projetos e execuções extremamente definidas, é que trará o desenvolvimento necessário para o Coritiba Foot Ball Club.

Metodologia Apresentada



Fonte: Grupo de estudos do Planejamento Estratégico do Coritiba Foot Ball Club.

O Planejamento Estratégico é algo que não deve ser politizado na instituição Coritiba. A ideia é formatar um projeto de Clube para os próximos 10 anos (com revisões anuais) e não um projeto de gestão (de 3 em 3 anos).

Esse formato dará ao Coritiba Foot Ball Club um norte, uma definição dos seus pilares estratégicos para o crescimento e desenvolvimento do Clube. Caberá a cada Conselho de Administração (G5) executá-lo da melhor forma possível, independentemente de quem seja.

Entendemos que alguns movimentos são estratégicos e requerem a união de todos. Como a união política do Clube, infelizmente, está cada vez mais distante, a criação do Planejamento Estratégico poderá, de forma profissional e estatutária, dar uma nova conotação aos rumos que o Clube irá tomar.



O projeto estratégico deve possuir o escopo:

- **Posicionamento de Marca:** qual é o posicionamento e como queremos que nossa marca seja reconhecida?
- **Equipamentos:** o que queremos dos nossos principais equipamentos (CT e Estádio)?
- **Mercado:** quais são os movimentos mercadológicos que vêm sendo realizados e qual a nossa preparação para eles?
- **Credibilidade:** quais as nossas ações, principalmente na perspectiva financeira, que nos darão a sustentação necessária para os próximos anos e que farão honrarmos os nossos compromissos?
- **Futebol:** quais os investimentos necessários para a base e profissional? Qual a filosofia de jogo que queremos para o Coritiba e como devemos implantá-la?

Como podemos observar, muitos desses pilares (há outros tantos) não podem ser de um grupo ou movimento político, e sim do Clube. O Coritiba está onde ele se encontra por um ciclo vicioso de erros e falta de planejamento. Precisamos ter austeridade e foco na formatação urgente desse projeto de Clube, e não de gestão.



NOSSA INTENÇÃO ESTRATÉGICA PARA O CORITIBA FOOT BALL CLUB

Independentemente da gestão, o Coritiba deve ter uma visão estratégica de longo prazo.



Conheça a seguir o nosso modelo (macro) de visão estrutural do Planejamento Estratégico (projeto que já foi aprovado pelo Conselho Deliberativo e que deve ser respeitado conforme está lá):



RESPONSABILIDADE SOCIAL



POSICIONAMENTO DA MARCA

Em 2019, entramos com um manifesto para a nossa principal competição, o Campeonato Brasileiro da Série B. Nosso manifesto proporcionou a maior média de público de nossa história com o Rumo ao Alto da Glória.

Mas o Clube precisava de mais. Observando a movimentação da massa de torcedores frente à popularização da política de ingressos, alinhada à grande adesão de sócios com o novo plano Meu Coritiba, em que também flexibilizamos os valores, encontramos o caminho do volume, da necessidade de termos a nossa torcida sempre ao lado do Coxa.

Além disso, frente a inúmeras situações em que a visibilidade do futebol pode ajudar principalmente nas causas sociais, ajudando a termos uma sociedade melhor e igualitária, lançamos em 2020 o nosso posicionamento de marca: Orgulho do Povo. Importante destacarmos que esse mantra não foi algo que saiu das nossas cabeças (gestão), e sim da manifestação de grande parte da torcida nas redes sociais.

Agora, sempre que nos comunicamos e nos posicionamos aos temas sociais, levamos juntos o Orgulho do Povo. Ele sustenta toda a nossa comunicação e dá sentido às nossas ações.

Conheça a seguir, as principais ações que o Coritiba Foot Ball Club tem “orgulho” de apresentar para o seu “povo”.



PRINCIPAIS AÇÕES

MEMORIAL

CAPTAÇÃO DE RECURSOS PARA O MUSEU

Aprovação de Projeto junto à Secretaria de Cultura para captação de R\$ 2,3 milhões para a construção do Museu do Coritiba. Até o momento foram captados cerca de R\$ 800 mil.

HOMENAGEM A EX-ATLETAS

Durante o ano de 2018, mais de 30 ex-atletas do Clube foram homenageados antes das partidas, resgatando a memória e agradecendo aos ídolos ainda em vida.

ACERVO

Todo o material (troféus, camisas, flâmulas, faixas, fotos, documentos e objetos diversos) que faz parte do acervo do Coritiba Foot Ball Club está sendo catalogado e organizado.

CORITIBA RETRIBUI

PARCERIAS

TETO

Em 2018 e 2019, o Couto Pereira recebeu o evento “Jogo por um Teto”, que arrecadou alimentos e reverteu toda a renda das bilheterias para a ONG TETO, que atua há dez anos no Brasil defendendo o direito das pessoas que vivem nas favelas mais precárias e vulneráveis das cidades.



HOSPITAL DE CLÍNICAS

Em 2019 e 2020, o Coritiba, através da Associação Amigos do HC, estreitou laços com o Hospital de Clínicas, localizado próximo ao Estádio Couto Pereira.

SELEÇÃO AMIGOS DO HC

Em 2019, o Couto Pereira recebeu um jogo solidário, organizado pela Associação Amigos do HC, que teve sua renda integralmente revertida para o Hospital de Clínicas de Curitiba.

ALOJAMENTO COUTO PEREIRA

Durante 3 meses da pandemia, o Coritiba cedeu o alojamento do seu estádio para que os colaboradores do Hospital de Clínicas tivessem um local próximo para poder descansar sem precisar colocar em riscos seus familiares.

STOP HUNGER

A Stop Hunger é uma instituição sem fins lucrativos criada e mantida pela Sodexo, com o objetivo de combater a fome e a má nutrição. No Brasil desde 2003, tem promovido diversas ações de maneira consistente e com importantes contribuições. Em 2019, o Coritiba e a Stop Hunger firmaram uma parceria de sucesso que acabou arrecadando mais de 10 toneladas de alimentos que foram distribuídas entre diversas instituições de caridade de Curitiba e Região.

Diante de toda essa importância, o Coritiba e a Stop Hunger promoveram uma adaptação do Vovô Coxa para os dias de jogos, o deixando-o mais forte e também “bravo”, sendo a sensação da criança.

Temos então duas aplicações do Vovô Coxa. Uma tradicional, em que ele, aparece em eventos institucionais, e outra para o MatchDay e ações de combate à fome. Conheça aqui as aplicações:



CUFA

O Estádio Couto Pereira, do Coritiba, recebeu em 2019 as grandes finais da Taça das Favelas, o maior torneio de futebol do mundo nessa modalidade. A competição visou contribuir para a promoção da inclusão social através do esporte, influenciando positivamente a realidade de crianças e jovens brasileiros. Uma oportunidade de promover a integração das comunidades, a ressignificação do território e o fortalecimento da autoestima da juventude das favelas.

ONG RENAR

Em uma ação do Coritiba, em parceria com a ONG Renar, o Coxa pôde tornar o final de semana de Páscoa mais feliz para toda essa criançada, com a entrega de kits para cada um dos presentes, fruto de doações de atletas e funcionários em 2019.

RDP

O Coritiba, em conjunto com a RDP, arrecadou mais de 5.000 peças de roupas na Campanha do Agasalho 2018. As doações foram encaminhadas para a Provopar, uma associação civil sem fins lucrativos cuja finalidade é assistência social, educacional, beneficente, cultural, ambiental, saúde e geração de renda.

CAMPANHAS SOCIAIS

DOE SANGUE PELO ESPORTE

Desde 2013, o Coritiba apoia a campanha de doação de sangue da Secretaria Municipal de Esporte, Lazer e Juventude de Curitiba, Doe Sangue pelo Esporte, que ajuda na divulgação da necessidade da doação de sangue na época das férias de meio de ano, quando o número de doadores acaba caindo consideravelmente.

CAMPANHA NATAL SOLIDÁRIO 2019

Com a força da torcida coxa-branca, o Coritiba doou 3.346 brinquedos novos para a campanha Natal Solidário 2019, promovida pela Prefeitura de Curitiba para arrecadar brinquedos para crianças em situação de vulnerabilidade social. Os presentes foram doados pelos torcedores em um jogo do clube no Estádio Couto Pereira.



DOAÇÃO DE CAMISAS AUTOGRAFADAS

Dezenas de camisas autografadas foram doadas a instituições para realização de rifas, sorteios ou leilões. Algumas das entidades beneficiadas foram: Projeto LIA, Projeto Gera Ação, Rotary Club, Hospital Pequeno Príncipe, Hospital de Clínicas, ONG Renar, Prefeitura de Itaperuçu, Hospital Erasto Gaertner, entre outras.



VISITAS

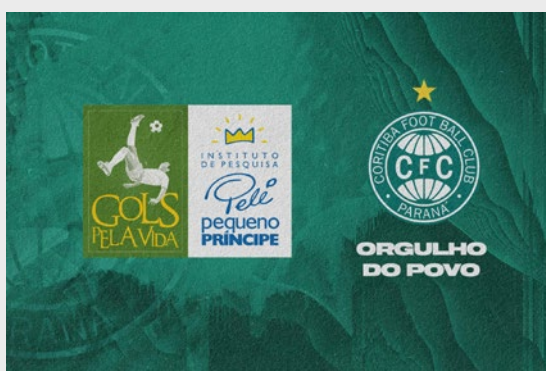
O CT da Graciosa e o Estádio Couto Pereira estiveram abertos a dezenas de escolas, entidades e instituições que atendem principalmente crianças carentes ou com algum tipo de doença.

DIVULGAÇÕES

Utilizando a força de seus meios de comunicação e a visibilidade em suas partidas no Couto Pereira, o clube ajudou a divulgar várias campanhas e instituições e também chamar a atenção para vários problemas que ocorrem na vida de muitas pessoas que necessitam de ajuda. Como exemplo, podemos citar: Dia Mundial da Prematuridade, Dia Mundial do Combate



ao Câncer de Próstata, Conscientização sobre a Mielomeningocele, Outubro Rosa (Associação Amigas da Mama), Campanha Sangue Torcedor, Dia Internacional contra a Discriminação Racial, Campanha de Arrecadação e Doações Hospital de Clínicas e Santa Casa, Conscientização contra o Câncer do Hospital Erasto Gaertner, Doação de Medula Óssea, Hospital Pequeno Príncipe, entre outras ações.



DOAÇÕES DIVERSAS

O Clube realizou uma série de doações de materiais diversos, principalmente esportivos, para entidades e instituições como, por exemplo: ONG TAP (Angola), Asilo São Vicente de Paulo e Projeto Meninos de Areia.

PANDEMIA

FUTEBOL SOLIDÁRIO:

Em conjunto com o Athletico Paranaense e o Paraná Clube, com o apoio da Superintendência Geral de Ação Solidária do Governo do Estado e a Defesa Civil, foram arrecadadas 5,6 toneladas de alimentos, mais de 500 itens de higiene e limpeza, além de leite, óleo, entre outros produtos, que foram distribuídos para a população em situação de vulnerabilidade de Curitiba e Região Metropolitana.

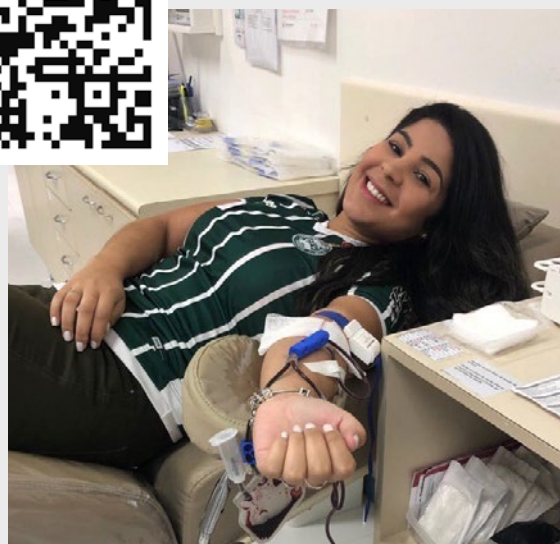
RUMO À SOLIDARIEDADE – DOAÇÃO DE MÁSCARAS

No mês de abril, quando a homenagem de falecimento ao ídolo coxa-branca Dirceu Krüger completou um ano, o Coritiba lançou a campanha Rumo à Solidariedade, com o objetivo de produzir máscaras para serem doadas a comunidades carentes. Com o valor arrecadado, milhares de máscaras foram produzidas e distribuídas nas entidades ONG Renar, SSVida, LBV e Asilo São Vicente de Paulo.

CORRENTE DE SANGUE

Por conta da pandemia houve uma queda de 70% no número de doadores de sangue, gerando uma baixa nos estoques dos hemocentros. Por conta disso, o Coritiba iniciou a ação “Corrente de Sangue” em suas redes sociais com o objetivo de divulgar sobre a importância da doação de sangue. A campanha foi abraçada por 18 grandes clubes do Brasil, gerando visibilidade nacional, com mais de 14 milhões de pessoas impactadas e com a normalização dos estoques de sangue.

Saiba mais em: <https://vimeo.com/449395878/51833942c4>



PRINCIPAIS AÇÕES

AJUDE UM TORCEDOR

Em outra ação durante a pandemia do coronavírus, a #AjudeUmTorcedor, o Coritiba demonstrou seu apoio aos pequenos comerciantes e empresários coxas-brancas. Para isso, disponibilizou as suas redes sociais para anunciar diferentes produtos e serviços de seus torcedores com o intuito de lhes dar maior visibilidade e, quem sabe, ajudar nas vendas e negociações.

AUXÍLIO AOS TERCEIRIZADOS

O movimento de atletas, comissão técnica e colaboradores do Coritiba angariou fundos para auxiliar os colaboradores terceirizados que fazem o estádio Couto Pereira funcionar em dias de jogos no Alto da Glória. Foram arrecadadas mais de 8 toneladas de alimentos, que atenderam também 6 entidades beneficentes.

PÁSCOA SOLIDÁRIA

O Coritiba Foot Ball Club e a Barion lançaram uma parceria inédita para esta Páscoa. Uma ação solidária em conjunto levou um pouco de alegria para os mais vulneráveis neste momento tão difícil. Os torcedores do Coxa compraram produtos da marca de chocolates e parte dos lucros das vendas foi revertida em ovos de chocolate que foram doados para o Instituto AMA – Associação Mantenedora de Apoio à Criança de Risco e com Câncer e para crianças carentes da periferia de Curitiba.

CESSÃO DE ESPAÇOS PUBLICITÁRIOS PARA CONSCIENTIZAÇÃO

O Coritiba Foot Ball Club, juntamente com a Led One, inaugurou o painel em frente à loja Sou 1909, anexa ao Couto Pereira, em uma esquina de grande movimentação em Curitiba, para mensagens sobre a prevenção em relação ao coronavírus. A medida foi tomada em conjunto com os patrocinadores e anunciantes, que renunciaram a seus espaços de mídia em prol de uma mensagem importante até o final de março.

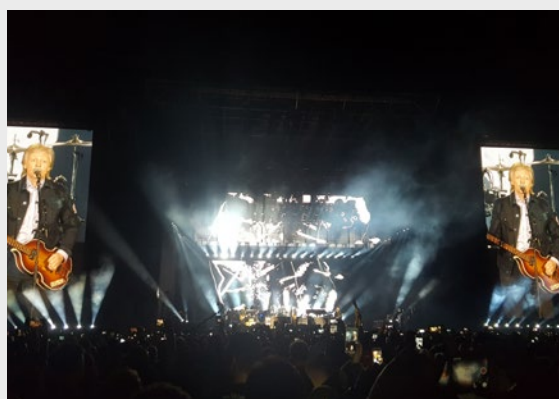


PRINCIPAIS AÇÕES

EVENTOS

SHOWS

Nos últimos anos, o Estádio Major Antônio Couto Pereira tornou-se o maior local para shows na cidade de Curitiba e mostrou-se preparado para receber os maiores artistas do planeta, como Paul McCartney e Roger Waters. Além de levar o nome do Clube e do Estádio para todo mundo, as benfeitorias realizadas para esses eventos acabam sendo revertidas também para os sócios e torcedores.



COXA RUN

A COXA RUN, corrida de rua que acontece todos os anos na data de aniversário do Clube, já se tornou parte da agenda de eventos esportivos da cidade. Cerca de 2 mil corredores pintam a cidade de verde e branco no dia 12 de outubro.



PRINCIPAIS AÇÕES

UNIFORME

SETEMBRO AMARELO

Na partida Coritiba x Atlético Mineiro, o uniforme do Coxa contou com a numeração em amarelo, lembrando a mensagem de prevenção ao suicídio.



OUTUBRO ROSA

Anualmente o clube lança materiais lembrando a prevenção ao câncer de mama, com parte dos lucros revertidos para instituições que tratam de pessoas com essa doença.



DESEMPENHO ECONÔMICO

PRINCIPAIS RECEITAS	2015	2016	2017	2018	2019	2020 (PROJETADO)
Cota de TV	37.985	57.221	56.175	58.989	15.302	38.144
Bilheteria	7.792	10.967	8.363	4.606	5.195	427
Mensalidades de Sócios	21.799	18.037	18.933	12.172	10.211	10.105
Venda de Atletas	5.114	8.527	19.568	11.954	2.964	42.283
Patrocínios	7.873	9.372	9.855	6.596	4.004	4.887
Receitas Patrimoniais	4.785	5.175	5.844	6.025	1.843	3.351
Outras Receitas	302	231	167	1.006	317	215
TOTAL	85.651	109.529	118.905	101.348	39.835	99.412

Cota de TV

Receita proveniente das transmissões esportivas.

Bilheteria

Venda de ingressos para os jogos.

Mensalidades de Sócios

Arrecadação com as mensalidades de sócios.

Venda de Atletas

A conta de transações de atletas envolve receitas oriundas de negociação de direitos federativos e econômicos de atletas profissionais, empréstimos de atletas, bem como recebimento de prêmios de solidariedade através do mecanismo de compensação na formação de atletas, recebidos de clubes do exterior.

Patrocínios / Subvenções

A conta de patrocínios/subvenções é composta por receitas oriundas da Timemania e de outras loterias, e principalmente da receita obtida com contratos importantes celebrados com patrocinadores.

Receitas Patrimoniais

A conta de receitas patrimoniais é composta por receitas oriundas de placas de publicidade, receitas de locação de lojas, salas e espaços existentes no estádio Major Antônio Couto Pereira bem como recebimentos de royalties decorrentes da cessão do uso da marca Coritiba.

**PRINCIPAIS
DESPESAS
OPERACIONAIS**

	2015	2016	2017	2018	2019	2020 (PROJETADO)
Futebol Profissional	46.880	53.966	62.304	47.255	39.274	60.504
Futebol de Base	7.828	7.936	7.403	7.751	6.726	4.241
Pessoal (Administrativo)	7.403	9.287	11.679	9.988	9.316	7.883
Serviços Terceiros	2.007	2.115	2.250	1.419	1.036	1.828
Despesas Administrativas	10.552	6.252	7.646	6.354	5.482	7.414

Futebol Profissional
Custo Futebol Profissional.
Futebol de Base
Custo Futebol de Base.
Pessoal (Administrativo)
Custo Pessoal (Adm).

Serviços Terceiros
Custo com prestadores de serviços.
Despesas Administrativas
Despesas Administrativas.

**PRINCIPAIS
DESPESAS NÃO
OPERACIONAIS**

	2015	2016	2017	2018	2019	2020 (PROJETADO)
Provisão para Contingências Judiciais	14.402	12.119	3.902	3.215	5.414	9.045
Depreciações	2.779	2.792	3.162	3.283	3.304	3.032
Amortização de Direitos Econômicos de Atletas	2.300	2.630	2.574	2.245	1.839	2.141
Resultado Financeiro Líquido	2.198	15.560	17.102	13.119	14.829	10.894
Formação de Atletas	638	288	2.619	3.182	2.748	766
TOTAL	97.056	112.946	120.642	97.811	89.967	107.748

Provisão para Contingências Judiciais
Provisão para possíveis contingências de ações judiciais.
Depreciações e Amortizações de Ativos do Coritiba
Amortização de Direitos Econômicos de Atletas
Representam os gastos realizados na contratação dos atletas junto a outras entidades de prática desportiva.

Resultado Financeiro Líquido
É a receita financeira - a despesa financeira.
Formação de Atletas
Custo com formação de atletas.





**ORGULHO
DO
POVO.**