NOME: José Renato Quaresma

FOTO OFICIAL: Enviada anexa em alta qualidade

APRESENTAÇÃO BREVE (650 CARACTERES)

Formado em Administração de Empresas e com pós-graduação em Marketing pela Fundação Lusíada. Fundou uma das maiores empresas de prestação de serviços terceirizados da região, a Embraps, gerando emprego para mais de 2 mil famílias da Baixada Santista. O empresário também exerceu diversos cargos de liderança na tradicional Companhia Siderúrgica Paulista (COSIPA). Além da experiência empresarial, Quaresma buscou formação especializada para administrar um clube de futebol. Em agosto de 2026, concluiu sua formação no CBF Masters, programa de formação executiva da CBF Academy. Com conhecimento das melhores práticas do momento e a experiência acumulada de 15 anos como conselheiro do Santos Futebol Clube, Quaresma se preparou para ser presidente do clube.

5 PROPOSTAS PRIORITÁRIAS

Categoria de base

A proposta para a Categoria de Base é transformar a formação de atletas em uma política permanente e estratégica do Santos. O trabalho será orientado por uma metodologia institucional, alinhada à filosofia esportiva do clube e baseada em Planos Individuais de Desenvolvimento. Cada atleta deverá ser acompanhado nos aspectos técnico, físico, cognitivo, comportamental, escolar, psicológico e social.

O plano também prevê uma integração mais eficiente entre a Base e o futebol profissional. Para isso, será criado um Programa Permanente de Transição Base–Profissional, com reuniões entre as comissões técnicas, treinamentos progressivos, acompanhamento após a promoção e decisões integradas sobre utilização, renovação, empréstimos e negociações. O objetivo é garantir que o atleta continue sendo acompanhado mesmo depois de chegar ao elenco principal.

Em nossa gestão será realizada a integração do sub 20 ao profissional, a fim de proporcionar além de uma facilitação na transição, uma maior vivência de ritmo e jogo com o profissional, mas também uma maior capacidade de avaliação da comissão técnica acerca dos Meninos da Vila.

Outra proposta de destaque é a criação do Centro de Formação em São Vicente, a Cidade Meninos da Vila. O projeto da Cidade Meninos da Vila será desenvolvido em três fases. Na primeira etapa, a prioridade será colocar o Centro de Formação em operação o mais rapidamente possível, com quatro campos em padrão profissional, drenagem e irrigação, água, energia, conectividade, segurança, vestiários, academia inicial, estrutura de saúde e recuperação, além de espaços destinados às comissões técnicas.

Na segunda fase, o objetivo será formar atletas em alto rendimento e qualificar a estrutura. Serão ampliados os campos e implantados o Centro de Performance e Ciência do Esporte, o departamento médico, a fisioterapia, a academia definitiva, os espaços de recuperação, a análise de desempenho, a estrutura educacional e administrativa, além de restaurante, refeitório e áreas de convivência.

A terceira fase será destinada à conclusão do projeto Cidade Meninos da Vila, com a finalização do conjunto de campos, alojamentos, miniestádio, áreas para famílias e visitantes e a expansão dos espaços educacionais, esportivos e de convivência. A construção será realizada por etapas, mas seguirá um único projeto e um único planejamento.

Nenhuma obra deve começar sem uma fonte de financiamento definida. O torcedor tem o direito de saber de onde virá o dinheiro, e essa resposta precisa ser apresentada antes do anúncio da obra, não depois. Por isso, a Cidade Meninos da Vila terá um Plano de Financiamento por Fases. Nenhuma etapa será contratada sem orçamento, cronograma e fonte de recursos identificados.

O modelo de financiamento poderá combinar patrocínios específicos para o Centro de Formação, naming rights do complexo e de suas estruturas internas, leis e mecanismos de incentivo ao esporte, parceiros de infraestrutura, tecnologia e performance, permutas comerciais de materiais, equipamentos e serviços, receitas comerciais vinculadas ao projeto, recursos próprios previstos no orçamento e compatíveis com a situação financeira do clube, além de outros instrumentos permitidos pela legislação e pelo Estatuto do Santos.

O clube não assumirá um endividamento incompatível com sua capacidade financeira para construir o CT. Cada etapa deverá seguir uma sequência de responsabilidade: projeto, fonte de recurso, orçamento, cronograma, contratação, execução e prestação de contas. A fase seguinte somente será iniciada quando houver segurança financeira para executá-la. Não haverá lançamento de pedra fundamental sem que exista recurso para construir.

A Base será avaliada não apenas pelos títulos conquistados, mas principalmente pela capacidade de preparar atletas para chegar, permanecer e competir no futebol profissional, fortalecendo o patrimônio esportivo e financeiro do clube.

O talento que todos conhecem já é disputado por todos. Por isso, a vantagem do Santos precisa estar também na capacidade de encontrar os jogadores antes que eles se tornem conhecidos. A proposta é fortalecer as redes nacional e regional de captação, definir territórios prioritários e integrar o trabalho de captação ao Departamento de Scouting.

Será criado um banco único de atletas monitorados, reunindo observação presencial, análise de vídeos e dados. As franquias Meninos da Vila serão utilizadas como uma rede complementar de identificação de talentos, com investimento em tecnologia de monitoramento e banco de dados de atletas. O clube também deverá estabelecer parcerias em regiões estratégicas e criar indicadores para medir a eficiência do trabalho de captação.

O resultado esperado é que o Santos não dispute apenas os jogadores que já apareceram no mercado, mas volte a descobrir e desenvolver talentos antes que eles sejam identificados por outros clubes.

A Base do Santos não deve ser avaliada apenas pelo resultado de um jogo ou pela quantidade de títulos conquistados. Para saber se o projeto de formação está realmente funcionando, é preciso acompanhar indicadores que mostrem o desenvolvimento dos atletas e a contribuição da Base para o futuro do clube.

Serão monitorados os atletas promovidos ao profissional, os jogos e minutos disputados, a consolidação dos jogadores após a promoção, as convocações para seleções, a frequência e o desempenho escolar, os atletas identificados e incorporados pela captação, a proteção contratual e a valorização dos ativos, além do desempenho e dos resultados das categorias.

Essas metas serão incorporadas ao Planejamento Estratégico do Santos e seus resultados serão divulgados periodicamente, garantindo transparência e permitindo que associados e torcedores acompanhem a evolução do trabalho. A pergunta não será apenas quantos títulos a Base conquistou, mas quantos jogadores ela está preparando para o futuro do Santos.

SAF e Nova Arena

SAF e Nova Arena foram duas temáticas politicamente utilizadas, para desviar a atenção do torcedor do que realmente importa. Foi utilizado de muleta para se sustentar enquanto a gestão não dava sustentação. Foi utilizado como cortina de fumaça, para encobrir os erros que estavam estampados na cara de seus dirigentes.

Sou a favor da SAF, mas não de sucatear o Santos para vender por um perfil e valor inadequados. Se um investidor quiser comprar, terá que aumentar o valor e definir percentuais claros para renegociação de dívida, time profissional,

renovação da Vila, base e CT. A SAF deve vir para ajudar, não como um produto de mando, desapegando dos torcedores e entregando o clube a um único dono para fazer o que quiser. O Santos é o clube mais conhecido no mercado internacional. É preciso cuidado com o modelo da SAF e estudar outras parcerias para alavancar o Santos.

É preciso uma SAF, mas uma SAF de verdade. O Santos não é sucata. Para ter SAF, você precisa de gestão. Você não vende um carro sem motor, com o pneu furado. Você arruma, valoriza e avança. Se você vai negociar cheio de dívidas, você vai no desespero e vai fraco, desvalorizado. Qualquer discussão envolvendo SAF, parceria societária, investimento estruturante ou mudança relevante no modelo institucional do Santos deverá respeitar princípios inegociáveis: estudo técnico, avaliação econômico-financeira, segurança jurídica, valuation independente, análise dos ativos envolvidos, clareza sobre governança, proteção da história, símbolos e identidade do clube, transparência, participação dos órgãos estatutários, participação dos associados quando prevista ou exigida, visão de longo prazo.

E existe uma condição essencial: o clube precisa estar fortalecido para negociar. E, ainda, independentemente do modelo futuro, alguns elementos precisam ser tratados como patrimônio essencial do Santos, como nome Santos Futebol Clube, cores e símbolos, identidade dos Meninos da Vila, etc. Porque quem negocia por necessidade aceita condições desfavoráveis. Quem negocia por estratégia escolhe condições favoráveis. Depois que você fizer gestão profissional, você pensa em vender, pelo valor que o clube merece de fato. O melhor modelo é esse.

Sobre a Nova Arena é fundamental termos a clareza que: O Santos FC, precisa de uma Nova Arena. Um estádio moderno, que possa fazer com que o clube seja mais competitivo economicamente, mais competitivo em termos de infraestrutura em relação aos demais clubes do Brasil e aos demais mercados futebolísticos. Mas também é importante para que seja mais uma fonte de renda para o clube, para além de jogos do Santos. Uma nova arena permite ao clube que tenhamos renda constante, potencializando o clube economicamente.

Contudo, atualmente o clube não possui condições para que possa realizar essa aquisição ou construção sozinho. Faz-se necessário que possamos buscar parceiros e investidores interessados em realizar a concretização de um projeto. Projeto esse que seja mais viável logisticamente para além dos torcedores da Baixada Santista e região, seja viável para torcedores de São Paulo, Grande São Paulo, ABC, interior, entre outros.

Garantimos esforços e uma equipe de marketing capaz de alcançar potenciais investidores, para que possamos, de fato, tirar do papel o sonho do novo estádio para o Santos FC.

Reestruturação financeira

Não tem fórmula mágica, quem falar isso, está mentindo. Para enfrentar isso, teremos que ter gestão profissional, gestão financeira e gestão de pessoas.

O Santos é sagrado. Tem que ter gestão profissional.

Uma dívida administrável é diferente de dívida ignorada não precisamos apenas conhecer o tamanho de sua dívida, mas compreender quando vence, quanto custa e como interfere em sua capacidade de investir. É preciso mapear integralmente o endividamento, classificando obrigações por custo, prazo e risco, aliado à elaboração de uma estratégia plurianual para seu gerenciamento, assim vamos buscar alongamento e redução de custos quando economicamente vantajosos, estabelecer prioridade para passivos de maior impacto. Ao mesmo tempo evitar criação de novas obrigações sem capacidade clara de pagamento e ser transparente publicando indicadores periódicos sobre a evolução da dívida. O objetivo será ter um perfil de dívida progressivamente mais previsível e menos prejudicial à operação cotidiana.

Por isso, com nosso Programa, pretendemos ter responsabilidade fiscal imediata e fim do endividamento do futuro do clube. A sustentabilidade do Santos Futebol Clube depende de interromper o uso recorrente de recursos futuros para cobrir a ineficiência do presente. Um clube que antecipa receitas, perde previsibilidade de caixa e não acompanha a execução orçamentária reduzindo sua própria capacidade de escolher. Quando o futuro é comprometido para resolver despesas correntes, o Santos perde autonomia. Vende quando não gostaria de vender, contrata sem o planejamento necessário, adia investimentos, renegocia em condições desfavoráveis e transforma decisões estruturais em respostas emergenciais.

Não há liberdade esportiva sem responsabilidade financeira. A partir do primeiro dia de gestão, implantaremos o Programa de Reequilíbrio Econômico-Financeiro, com foco em estancar a crise de caixa, organizar o passivo, disciplinar a execução orçamentária e reconstruir gradualmente a capacidade de investimento do clube. O objetivo não será produzir um balanço formalmente equilibrado à custa da operação esportiva e sim construir um Santos mais previsível, transparente e capaz de voltar a investir na Base, no futebol, na infraestrutura e na valorização de seus ativos sem comprometer o futuro.

Serão 5 pontos que iremos atacar:

1. Liquidez primeiro — Plano Emergencial de Capital de Giro

Implantar, no início da gestão, um plano de contingência para estancar o déficit operacional, preservar o funcionamento dos serviços essenciais e organizar o pagamento das obrigações vencidas e de curto prazo. O plano

deverá priorizar compromissos críticos, reduzir riscos de bloqueios judiciais e evitar que a falta de caixa paralise a operação do clube.

2. Orçamento real — Acompanhamento mensal de Realizado x Orçado

Encerrar a prática de tratar o orçamento como mera peça formal. A gestão adotará uma cultura de orçamento real, com acompanhamento mensal de Realizado x Orçado, justificativa para desvios relevantes e travas para despesas não previstas ou sem fonte de financiamento identificada. O orçamento deverá estar vinculado ao Planejamento Estratégico e orientar as decisões de todas as áreas.

3. Dívida organizada — Mapa completo e dinâmico do passivo

Mapear e auditar integralmente o passivo do Santos Futebol Clube, com classificação por credor, valor, custo financeiro, garantias, cronograma de vencimentos, natureza da obrigação e prioridade de negociação. A dívida será acompanhada de forma periódica, permitindo repactuações mais profissionais, redução de riscos e maior previsibilidade para a operação cotidiana.

4. Fim da dependência estrutural de antecipações

Estabelecer metas progressivas para reduzir a cessão de recebíveis futuros — incluindo direitos de transmissão, patrocínios, receitas comerciais e vendas de atletas — como mecanismo recorrente de financiamento das despesas correntes. Operações extraordinárias deverão apresentar justificativa técnica, análise de custo, impacto sobre os exercícios seguintes e aprovação dentro das alçadas de governança definidas.

5. Receita com disciplina de custo

Fortalecer a área comercial e ampliar receitas recorrentes sem permitir que o crescimento da arrecadação seja absorvido por aumento igual ou superior das despesas administrativas e operacionais. Toda expansão comercial deverá estar acompanhada de controle de custos, análise de retorno, metas de margem e proteção dos recursos destinados ao futebol, à Base e aos investimentos estratégicos.

Teremos assim, um Santos com fluxo de caixa mais previsível, orçamento acompanhado de forma permanente, dívida organizada e menor dependência de antecipações. A recuperação financeira deverá devolver gradualmente ao clube a capacidade de negociar com autonomia, planejar investimentos e fortalecer o futebol sem transferir para o futuro o custo das decisões do presente.

Atualmente, o clube convive com decisões financeiras pressionadas pela urgência, com receitas futuras comprometidas para atender necessidades imediatas e com pouca previsibilidade sobre o impacto acumulado das escolhas realizadas. Na gestão Quaresma, a governança financeira será tratada com rigor

empresarial e responsabilidade institucional. O orçamento aprovado será acompanhado mês a mês. As dívidas serão organizadas e repactuadas com base em informação completa. As antecipações deixarão de ser uma solução estrutural para despesas correntes. O crescimento comercial será protegido por disciplina de custos. E o associado poderá acompanhar, de maneira simples, como o clube está cuidando do seu futuro.

Responsabilidade financeira não significa administrar o Santos para gastar menos. Significa administrar o Santos para que ele volte a poder investir mais, com planejamento, transparência e sustentabilidade.

O plano propõe a implantação de um Programa de Reequilíbrio Econômico-Financeiro para enfrentar a crise de caixa, organizar o passivo e recuperar a previsibilidade financeira do Santos. O orçamento deverá ser acompanhado mensalmente, com limites de comprometimento, controle de despesas e avaliação dos impactos financeiros de médio e longo prazo antes da aprovação de novos projetos ou contratações.

As dívidas serão mapeadas e classificadas por credor, valor, custo financeiro, garantias, prazo de vencimento, natureza e grau de prioridade. A partir desse diagnóstico, o clube poderá buscar repactuações, alongamento de prazos e redução de custos, estabelecendo uma estratégia plurianual de gerenciamento dos débitos. Também será necessário evitar a criação de novas obrigações sem capacidade clara de pagamento.

Outra prioridade será reduzir gradualmente a dependência de antecipações de receitas futuras, como direitos de transmissão, patrocínios, receitas comerciais e vendas de atletas. O crescimento da arrecadação deverá vir acompanhado de disciplina de custos, metas de margem e proteção dos recursos destinados ao futebol, à Base e aos investimentos estratégicos. A recuperação financeira deverá permitir que o Santos volte a investir com planejamento, autonomia e sustentabilidade.

A formação e a negociação de jogadores continuarão sendo partes importantes do modelo econômico do Santos, mas a venda de atletas precisa ser uma decisão esportiva e patrimonial, e não uma obrigação financeira permanente. O Santos não precisa vender mais; precisa vender melhor. Para isso, será fortalecido o ciclo de formar, desenvolver, valorizar, negociar e reinvestir. As vendas — ou a decisão de não vender — serão planejadas de acordo com as estratégias esportiva e financeira do clube, reduzindo negociações motivadas exclusivamente por necessidades imediatas de caixa.

O plano prevê o acompanhamento do valor esportivo e patrimonial dos principais atletas, a antecipação de renovações e decisões contratuais e a integração entre Futebol, Base, Financeiro e Jurídico nas grandes negociações. Também serão estabelecidos critérios para o reinvestimento de parte das

receitas obtidas com os jogadores. O objetivo é ampliar o poder de negociação e gerar maior retorno esportivo e financeiro sobre os atletas formados ou adquiridos pelo Santos. Quem tem planejamento e alternativas consegue negociar melhor, e é essa liberdade que o clube precisa recuperar.

Ao mesmo tempo, um grande clube não pode depender da venda de um atleta para fechar suas contas. O Santos possui uma marca reconhecida no Brasil e no mundo, e o desafio é transformar essa força em receitas permanentes, valorizando suas propriedades comerciais e criando novas formas de relacionamento com torcedores, parceiros e diferentes mercados. A proposta inclui reestruturar, fortalecer e ampliar o Sócio Rei, alcançar torcedores que vivem perto ou longe do clube, profissionalizar a estratégia comercial e valorizar as propriedades de patrocínio.

Também serão ampliadas as receitas de dias de jogos, hospitalidade e experiências, além do licenciamento, dos produtos oficiais e do comércio eletrônico. O plano prevê novas propriedades comerciais relacionadas à Base, às Sereias da Vila, à Santos Academy, à Vila Belmiro, ao conteúdo e à história do clube. A Santos TV deverá ser fortalecida, com maior eficiência na monetização dos ativos digitais, enquanto o uso de dados ajudará a conhecer melhor a torcida e a desenvolver projetos mais relevantes para torcedores e patrocinadores.

Além disso, serão criados produtos e experiências para diferentes regiões do Brasil e para o mercado internacional, bem como eventos corporativos, culturais e esportivos e parcerias estratégicas em inovação, tecnologia, performance e infraestrutura. O resultado esperado é uma marca mais valorizada, receitas mais diversificadas e maior participação de fontes recorrentes no financiamento do clube. O objetivo não é apenas vender mais espaços ou negociar mais atletas, mas aumentar o valor daquilo que o Santos tem a oferecer e construir maior liberdade para investir no seu futuro.

Profissionalização da gestão e revolução do marketing

A profissionalização do Santos será construída por meio de critérios técnicos, responsabilidades bem definidas e metas para dirigentes, gestores e departamentos. A proposta prevê a escolha de profissionais qualificados para posições estratégicas, a avaliação periódica de desempenho e a criação de uma estrutura de gestão mais integrada, eficiente e menos dependente de decisões personalistas.

O plano também defende a valorização dos profissionais que trabalham diariamente no clube, com políticas permanentes de capacitação, desenvolvimento de lideranças, reconhecimento de resultados e melhoria da comunicação interna. Processos, decisões e informações importantes deverão

ser documentados e organizados para que o conhecimento institucional permaneça no Santos mesmo quando houver mudanças de pessoas ou de administração.

A profissionalização incluirá ainda gestão baseada em dados, integração entre as áreas, fortalecimento do compliance e criação de mecanismos de prevenção de conflitos de interesse. A intenção é construir uma cultura institucional que sobreviva às gestões, com processos, indicadores e boas práticas permanentes. Assim, o Santos poderá tomar decisões mais rápidas, seguras e responsáveis, transformando planejamento em execução e compromisso em resultados.

Um clube mais profissional e com melhores profissionais, vai ser melhor em aproveitar os recursos e oportunidades que virão, para isso, iniciaremos uma revolução do marketing onde pretende-se transformar a história, a marca e a torcida do Santos em plataformas permanentes de relacionamento, experiências e geração de receitas. A estratégia envolve o fortalecimento do Sócio Rei, a produção de conteúdos, a criação de novas experiências na Vila Belmiro, a internacionalização da marca e a valorização comercial das propriedades do clube.

Entre as principais iniciativas estão a criação do Santos Business, voltado à conexão entre patrocinadores, parceiros e empresas, e a plataforma “O Mundo é da Vila”, que deverá integrar turismo, conteúdo, negócios, internacionalização, produtos, patrimônio e relacionamento com torcedores de diferentes países. O patrocinador será tratado como parceiro estratégico, com oportunidades de networking, ativações, experiências e geração de negócios durante todo o ano.

A gestão do marketing também será baseada em indicadores claros. Serão acompanhados dados relacionados à força da marca, crescimento e permanência dos sócios, audiência e monetização de conteúdos, receitas comerciais, valor dos patrocínios, desempenho internacional, visitação à Vila Belmiro e satisfação dos torcedores. Dessa forma, o marketing deixará de ser avaliado apenas pela repercussão das campanhas e passará a ser medido pela capacidade de gerar relacionamento, valor e resultados concretos.

Neymar e elenco competitivo

Neymar é um dos maiores ídolos da história do Santos e representa uma conexão única entre o clube, sua torcida e o futebol mundial. A permanência dele pode ser uma estratégia importante para o Santos, mas não deve ser tratada apenas pela emoção. Ela precisa estar integrada a um projeto esportivo, financeiro, comercial e institucional, capaz de aproveitar tudo o que o jogador representa sem fazer o clube depender exclusivamente de uma única pessoa.

No aspecto esportivo, Neymar ainda reúne talento, experiência, capacidade técnica e poder de decisão. Sua presença pode elevar o nível do elenco, atrair outros jogadores, ampliar a visibilidade do Santos e ajudar no desenvolvimento dos jovens atletas. Para isso, será necessário realizar uma avaliação médica e física completa, definir um planejamento de carga e recuperação, estabelecer sua função dentro da Filosofia Esportiva do Santos e garantir uma comissão técnica preparada para trabalhar com ele. Neymar deve ser uma referência dentro de um elenco competitivo, e não a única solução esportiva do clube.

O Santos precisa construir um time, uma identidade de jogo, uma Base forte e uma estrutura profissional. Neymar deve fazer parte de um projeto maior, e não ser o projeto inteiro. A camisa do Santos é maior do que qualquer jogador, mas alguns jogadores têm a capacidade de representar a grandeza dessa camisa. Neymar é um deles, e sua presença pode contribuir para que o clube volte a ser mais competitivo, desde que esteja acompanhada de planejamento e responsabilidade.

No marketing, o valor de Neymar ultrapassa os 90 minutos de uma partida. Sua presença pode ampliar a exposição internacional do Santos, fortalecer a Santos TV, aproximar patrocinadores, gerar conteúdo, estimular a venda de produtos oficiais, fortalecer o Sócio Rei e criar novas experiências na Vila Belmiro. Também pode contribuir para a estratégia de internacionalização da marca, conectando o clube a torcedores e mercados que já acompanham a trajetória do jogador.

Mas essa força precisa ser organizada. Não basta ter Neymar no elenco e esperar que o valor comercial apareça naturalmente. O Santos precisa construir uma plataforma de relacionamento que conecte Neymar à história do clube, à torcida, aos patrocinadores, aos produtos, aos conteúdos e aos mercados internacionais. A presença do ídolo precisa gerar valor esportivo, institucional e comercial, sempre respeitando os interesses e a identidade do Santos.

Nesse processo, a participação de Neymar pai e da NR Sports também precisa ser considerada de maneira profissional. Neymar pai, possui grande carinho e amor pelo clube, além de que exerce papel relevante na gestão da carreira, da imagem e dos negócios relacionados ao jogador, enquanto a NR Sports representa a estrutura profissional responsável por organizar essas atividades. A permanência no Santos não deve ser tratada apenas como uma negociação entre o clube e o atleta, mas como uma construção institucional que envolva todos os interlocutores responsáveis, com clareza, transparência e respeito às atribuições de cada parte.

Nossa gestão irá sem dúvida manter a boa relação com Neymar pai e tenho muito interesse em conversar de forma objetiva, estabelecendo regras

claras sobre contrato esportivo, direitos de imagem, exploração comercial, produção de conteúdo, ativações com patrocinadores, relacionamento internacional e projetos institucionais. Qualquer acordo precisará definir responsabilidades, contrapartidas, limites de utilização da imagem e critérios de aprovação. A relação deve ser de parceria profissional, e deve ser mais benéfica ainda para clube e Neymar.

A presença de Neymar pai e da NR Sports pode contribuir para criar projetos que conectem o jogador ao Santos, como campanhas internacionais, conteúdos exclusivos, ações com patrocinadores, produtos oficiais, experiências na Vila, iniciativas com a Base e projetos de formação ou educação esportiva. Isso não significa atribuir automaticamente à NR Sports qualquer função dentro do clube, nem transformar a empresa em sócia, patrocinadora ou gestora de áreas do Santos. Significa reconhecer a importância dos interlocutores e construir uma relação institucional bem definida, sempre submetida às análises jurídica, financeira, comercial e administrativa.

No relacionamento com o torcedor, Neymar possui uma força muito especial. Ele aproxima diferentes gerações de santistas, mobiliza crianças, fortalece o sentimento de pertencimento e mantém o Santos presente na conversa do futebol mundial. Essa relação pode ser ampliada por meio, ações com jovens da Base, conteúdos sobre sua trajetória, experiências na Vila Belmiro, atividades com famílias, iniciativas sociais e Museu Neymar na Vila Belmiro.

A proposta é criar um projeto institucional de permanência de Neymar baseado em quatro dimensões integradas: contribuição esportiva, valorização da marca, relacionamento com a torcida e construção de legado. No campo, ele deverá estar inserido em um elenco competitivo e em uma filosofia de jogo clara. No marketing, sua presença deverá ser transformada em conteúdo, produtos, experiências, patrocínios e relacionamento internacional. Com a torcida, deverá ajudar a aproximar o clube de diferentes gerações. E, como legado, poderá contribuir para valorizar a história dos Meninos da Vila e inspirar os atletas que estão começando sua trajetória no Santos.

Cada frente deverá ser, diferente do que o clube faz hoje, formalizada, auditável, transparente e aprovada dentro das regras de governança do Santos. O clube não pode tomar decisões apenas com base na euforia do momento, nem transformar a presença de um ídolo em uma nova dependência financeira e nem em algo que desgaste a imagem de seu ídolo.

A permanência de Neymar será uma grande força para o Santos, desde que seja construída com planejamento, profissionalismo e visão de longo prazo. Neymar, Neymar pai e a NR Sports podem ser interlocutores importantes nessa construção, e estão todos, assim como nossa gestão, com o centro da decisão sendo sempre o interesse do Santos Futebol Clube.

Com isso, para mantermos equipes competitivas, mesmo em meio ao caos financeiro, cada contratação deverá ser tratada como uma decisão estratégica. O futebol é movido pela paixão, mas a montagem de um elenco precisa ser baseada em critérios objetivos. Um jogador não será contratado apenas porque está disponível ou porque é considerado um bom atleta. Ele precisará fazer sentido para o Santos, considerando sua aderência ao modelo de futebol, sua idade, desempenho, histórico físico, comportamento e potencial de valorização.

As contratações, renovações e vendas serão avaliadas sob as dimensões esportiva, financeira e patrimonial. O clube analisará o custo total de cada operação, e não apenas o valor de aquisição, além de integrar Futebol, Scout, Inteligência de Mercado e Financeiro nas decisões estratégicas. Também serão criados indicadores para avaliar posteriormente os resultados das operações realizadas. O objetivo é reduzir erros, utilizar melhor os recursos e construir elencos mais equilibrados, fazendo com que a janela de transferências sirva para melhorar o time, e não apenas para corrigir falhas de planejamento.

Para competir com clubes que possuem maior capacidade financeira, o Santos precisará competir também com conhecimento e antecipação. A proposta é reestruturar completamente o Departamento de Scouting, criando núcleos especializados para o futebol profissional, a Base, o mercado sul-americano e o mercado internacional. O trabalho será apoiado por análise de vídeo, inteligência de mercado, ciência de dados e um banco único de atletas monitorados, com definição de mercados prioritários e acompanhamento permanente de jovens talentos.

A observação presencial será integrada aos vídeos, aos dados e à avaliação de desempenho. As franquias Meninos da Vila poderão ser utilizadas como ferramenta complementar de identificação de talentos, enquanto indicadores avaliarão a eficiência do trabalho de scouting. Dessa forma, o scout deixará de ser apenas um departamento que procura jogadores para contratar e passará a ser uma estrutura permanente de geração de patrimônio esportivo. O Santos não precisa disputar somente quem já apareceu; precisa voltar a descobrir quem ainda vai aparecer.

A tecnologia será utilizada para ampliar a informação, identificar padrões, reduzir riscos e oferecer melhores elementos para as decisões. Ferramentas de análise avançada de desempenho, inteligência artificial, bases de dados integradas e acompanhamento físico e técnico dos atletas farão parte do processo. No entanto, a tecnologia não substituirá a experiência do futebol. A decisão continuará sendo humana e deverá combinar dados, observação, contexto e conhecimento profissional.

O resultado esperado é construir um processo de contratação mais qualificado, com menos erros e maior capacidade de encontrar, desenvolver e

valorizar atletas. No Santos, dados serão utilizados para orientar, o scout será utilizado para antecipar e as pessoas continuarão responsáveis por decidir.

LINKS OFICIAIS:

- SITE: https://quaresmapresidentesfc.com/

- INSTAGRAM: https://www.instagram.com/joserenatoquaresma/

- X: https://x.com/JrQrsm

- PLANO DE GESTÃO: https://quaresmapresidentesfc.com/wp-content/uploads/2026/09/PLANO-DE-GESTAO-QUARESMA-PRESIDENTE-DAS-BASE-AO-TOPO-1.pdf