

## PLANO DE TRABALHO –

### REAVLIAÇÃO DO PLANO DE TRABALHO PARA O ANO DE 2018

**Consultora: Camila Bassi Teixeira / Prazo de vigência do Plano de trabalho – Ano de 2018 com base no contrato**

O plano de trabalho abaixo relacionado, corresponde às ações e planejamento de trabalho da área de gestão da AACF. O instrumento tem por base relacionar as diretrizes que irão subsidiar o planejamento do Caminho da Fé. O documento possui diretrizes que propiciam estabelecer ações de curto, médio e longo prazos. O instrumento de referência é o CANVAS do ano de 2016, que tinha como objetivo traçar as primeiras linhas de trabalho do setor de gestão da AACF, a fim de posicionar o produto com base em um novo sistema de funcionamento. Este mesmo instrumento vem sendo aprimorado em 2017 e neste ano de 2018, substituindo ações já realizadas, inovando ações sem eficácia, e inserindo novas informações.

#### **Objetivo Geral:**

Implantar o projeto de desenvolvimento estratégico do Caminho da Fé a fim de sistematizar a gestão da Instituição, fomentar o caminho como rota de peregrinação nacional, aumentar o fluxo de peregrinos nas localidades por onde a trilha passa incentivando o crescimento da economia e promovendo o desenvolvimento humano das pessoas envolvidas.

#### **Objetivos Específicos:**

1. Sistematizar através de ferramentas de base tecnológica, relatórios e estratégias gerenciais, o sistema de gestão da Instituição;
2. Organizar e otimizar o trabalho operacional da Instituição;
3. Consolidar a Marca do Caminho da Fé fomentando como rota de peregrinação internacional;
4. Criar estratégias para aumentar o fluxo de peregrinos ao longo do Caminho;
5. Incentivar ações que promovam os ramais da Rota;

6. Planejar o caminho com ações de curto, médio e longo prazo construindo desta forma um método que perpetue sua missão consolidando assim sua imagem;
7. Consolidar a cultura organizacional do Caminho;

### CANVAS de 2016- Ferramenta de planejamento estratégico

#### Descrição:

<b>Segmento de Cliente</b>	Peregrino /Ciclistas/ Turistas/ Esportistas/ Empresas do segmento/ Prefeituras.
<b>Proposta de Valor</b>	<p>Superar limites/ Renovação da Fé/ Transformação em alguém melhor/ Atende ao aspecto Religioso/ Performance/ Customização/ Redução de Risco/ Acessibilidade/ Valor para o cliente está relacionado a melhorias no caminho/ Melhorias/ Qualidade de serviço/ Capacitação profissional/ Acesso/ Comunicação/ Alimentação/ Percepção do Cliente/ Melhorar a percepção sobre o produto/</p> <p><b>Missão: Disponibilizar uma rota de peregrinação segura e acessível a quem por meio dela busque transformação e reflexão através de sua fé.</b></p>
<b>Atividade Chave</b>	Sistema de Gestão da Associação/ Administração, Marketing, Capacitação e Captação de Recursos/ Relacionamento com Cliente/ Comunicação e Informação /Captação de Recursos/ Projetos / Operação da Associação/ Marketing/ Campanha Fé no Caminho.
<b>Principais parcerias</b>	<p>Recursos: Fundação Banco do Brasil/ Financiamento de projetos/ Instituições Financiadoras/ Prefeituras Municipais/ Peregrino/ Operadoras de Turismo/ Parceiros Religiosos/ Igreja Católica/ Centros Espíritas/ Religiões Alternativas/ Associações de Classe.</p> <p>Segmentos: Federações Esportivas/ Trekking/ Ciclistas.</p> <p>Infraestrutura Turística: Meios de Hospedagem/ Meios de Alimentação/ Centros de Informação/ Convention Visitors Bureau/ Seguradoras/ Poder Público/ Órgãos oficiais de turismo - MTUR</p> <p>Secretarias de Estado - SP e MG</p> <p>Agência de Publicidade</p> <p>Desenvolvedores de Web</p>

<b>Relacionamento com os clientes</b>	Assistência Pessoal/ E-mail/ Site/ Telefone/ Presencial/ Sede/ Pontos-chave/ Self-service/ Guias/ Revistas/ Newsletter
<b>Recursos Principais</b>	Estruturação do escritório/ Canais de Comunicação/ Veículos de informação/ Assessoria de imprensa/ Recursos Humanos/ Relações profissionais/ Agência de Marketing/ Elaboração e execução/ Secretária e Diretoria.
<b>Canais</b>	Empresas especializadas / Setor esportivo/ Religioso/ Publicidade/ Principais centros emissores/ Redes Sociais/ Associação com marcas/ Site/ Revistas especializadas/ Associação e grupos do segmento/ Newsletter eletrônica.
<b>Estrutura de Custo</b>	Custo da Secretária/ Aluguel/ Gestão/ Funcionamento do escritório/Prestador de contas- financeiro/ Contador/Custos operacionais/ Publicidade e Propaganda/ Relações Públicas/ Web/ Servidor/ Hospedagem/ Domínio/ Material Institucional/ Manutenção da Trilha/ Promoção e divulgação.
<b>Fontes de Receita</b>	Taxas/ Financiamento de projetos/ Taxa de adesão de Prefeituras/ Patrocínio de marcas/ Licenciamento de produtos/ Espaço para publicidade/ Doações/ Clube do Peregrino/ Souvenirs.

## CAMINHO DA FÊ NOV/15

PRINCIPAIS PARCERIAS	ATIVIDADES CHAVE	PROPOSTA DE VALOR	RELACIONAMENTO COM CLIENTES	SEGMENTO DE CLIENTES
Fundação Banco do Brasil	Sistema de Gestão da Associação	Superar limites	Assistência Pessoal	Peregrino
Financiamento de projetos	Administração, Marketing, Capacitação e Captação de Recursos	Renovação da Fé	E-mail	Ciclistas
Instituições Financiadoras	Relacionamento com Cliente	Transformação em alguém melhor	Site	Turistas
Prefeituras Municipais	Comunicação e Informação	Atende ao aspecto Religioso	Telefone	Esportistas
Peregrino	Captação de Recursos	Soluções de	Presencial	Empresas do segmento
Operadoras de Turismo	Projetos	Performance	Sede	Prefeituras
Parceiros Religiosos	Operação da Associação	Customização	Pontos-chave	
Igreja Católica	Marketing	Redução de Risco	Self-service	
Centros Espíritas	Campanha Fé no Caminho	Acessibilidade	Guias	
Religiões Alternativas		Valor	Revistas	
Associações de Classe		o valor para o cliente está relacionado a melhorias no caminho	Newsletter	
Segmentos	<b>RECURSOS PRINCIPAIS</b>	Melhorias	<b>CANAIS</b>	
Federações Esportivas;	Estruturação do escritório	Qualidade de serviço	Empresas especializadas	
Trekking;	Canais de Comunicação	Capacitação profissional	Setor esportivo	
Ciclistas.	Veículos de informação	Acesso	Religioso	
Infraestrutura Turística	Assessoria de imprensa	Comunicação	Publicidade	
Meios de Hospedagem	Recursos Humanos	Alimentação	Principais centros emissores	
Meios de Alimentação	Relações profissionais	Percepção do Cliente	Redes Sociais	
Centros de Informação	Agência de Marketing	Melhorar a percepção sobre o produto	Associação com marcas	
Convention Visitors Bureau	Elaboração e execução	peregrinação segura e acessível a quem por meio dela busque	Site	
Seguradoras	Secretária e Diretoria		Revistas especializadas	
Poder Público			Associação e grupos do segmento	
Orgãos oficiais de turismo - MTUR			Newsletter eletrônica	
Secretarias de Estado - SP e MG				
Agência de Publicidade				
Desenvolvedores de Web				
	<b>ESTRUTURA DE CUSTO</b>		<b>FONTES DE RECEITA</b>	
Custo da Secretária	Publicidade e Propaganda		Taxas	
Aluguel	Relações Públicas		Financiamento de projetos	
Funcionamento do escritório	Web		Taxa de adesão de Prefeituras	
Prestador de contas	Servidor		Patrocínio de marcas	
Contador	Hospedagem		Licenciamento de produtos	
Gestor	Domínio		Espaço para publicidade	
Custos operacionais	Material Institucional		Doações	
	Manutenção da Trilha			

Principais linhas de atuação:

**PLANEJAMENTO  
- FOMENTO**

**CAPACITAÇÃO  
PROFISSIONAL=  
EDUCAÇÃO**

**COMUNICAÇÃO – MKT**

**§- CAPTAÇÃO DE  
RECURSOS**

Formas de articulação de ações:

- 1- Investimento social – captação de recursos através de projetos;
- 2- Investimento de recursos da Associação;

Eixos de Trabalho	Metas	Ações	Período de realização	Resultados Esperados
<b>PLANEJAMENTO:</b>  Definir ações e tendências/ promover o crescimento do produto/ pensar o futuro/ criar documentos referências	Acompanhamento do plano de trabalho	Realização de pesquisas: - Satisfação - Informações estatísticas Indicadores de crescimento e desenvolvimento	Junho 2018 A Julho de 2019	Obter uma base orientativa concreta ao invés de opiniões particulares ou de especulação.  Comunicar, informar e participar a diretoria do processo de tomada de decisão de realização de ações.  Investigação a fim de nivelar informações sobre os envolvidos.

	Comunicação Interna	Reuniões periódicas: - diretoria - equipe  Sistematizar processo e informação	Mensal	Aproximação da nova estrutura de gestão aos envolvidos.  Construir uma base de dados a fim de subsidiar estratégias de curto médio e longo prazo.
	Aprimorar o relacionamento com os parceiros – Meios de Hospedagem	Realização de encontros de reciclagem de informação  Vistoria, monitoria e visitas  Reuniões  Cursos de Capacitação	Junho 2018  A  Julho de 2019	
	Relacionamento com as Prefeituras Municipais	Reuniões coletivas  Visitas individuais com agendamento para planejamento coletivo.		Manter um canal de comunicação, monitorando relacionamento e aproximando a Instituição dos parceiros.

<p><b>CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL:</b></p> <p>Cursos</p> <p>Oficinas</p>	<p>Propostas de capacitação de Mão de Obra</p>	<p>Levantamento de necessidades;</p> <p>Promoção de cursos</p> <p>Oficinas</p> <p>Reuniões de reciclagem</p>	<p>Junho 2018</p> <p>A</p> <p>Julho de 2019</p>	<p>Aprimoramento de serviços</p> <p>Instrução profissional</p> <p>Busca pela qualidade e padronização de serviços</p>
<p><b>MARKETING:</b></p> <p>Mkt externo</p> <p>4P's</p> <p>4C's</p> <p>Campanhas</p> <p>Comunicação</p> <p>Operação</p> <p>Certificação de órgãos oficiais</p>	<p>Comunicação Externa:</p> <p>Site</p> <p>Redes sociais</p>	<p>Visita periódicas na Trilha</p> <p>Organizar as informações para os meios de comunicação pertinentes</p> <p>Construção da imagem do produto</p> <p>Alimentação da base de informação no site</p> <p>Organização das informações para as redes sociais</p> <p>Alimentar relacionamento positivo no mundo virtual x real</p>	<p>Junho 2018</p> <p>A</p> <p>Julho de 2019</p>	<p>Gerar novos negócios, aumentar o fluxo de consumo do caminho, adquirir novos adeptos, melhorar a imagem do caminho para o público para o consumidor, criar uma boa imagem do caminho para os clientes potenciais entre outros resultados que ainda possam ser identificados ao longo do desenvolvimento do trabalho</p>

	Material de Comunicação: Folders Guias Mapas	Criação do conceito Briefing dos materiais	Junho 2018 A Julho de 2019	Promover o Caminho Divulgação do produto
	Eventos	Fomento a eventos		Aumento do Fluxo Divulgação Desenvolvimento econômico das localidades
	Parcerias	Busca por reconhecimento e Certificações Parcerias com órgãos governamentais		Reconhecimento Visibilidade
<b>CAPTAÇÃO DE RECURSO:</b>  Desenvolver novos projetos/  Captar novas fontes de receitas	Novos Projetos  Captação de Recursos	Desenvolvimento de Projetos/ propostas e ações de fomento  Projetos para editais  Pesquisas de linhas de recursos	Junho 2018 A Julho de 2019	Gerar novas fontes de receitas para Associação e gerar novos projetos que subsidiem o produto- Trilha de peregrinação

## Funções Administrativas:

1. Acompanhamento do funcionamento operacional;
2. Monitoramento das tarefas e responsabilidades das áreas: administrativas, financeira, jurídica, convênios, TI, publicidade;
3. Gerenciamento de reuniões e representação da Instituição;
4. Gerenciamento do sistema de manutenção do caminho;
5. Coordenação geral as ações de integração entre municípios x sistema operacional x diretoria;
6. Acompanhamento do Fluxograma;

