

PLANO ESTRATÉGICO TRIENAL DO ESPAÇO CULTURAL QUITAÚNA 2026 – 2027 – 2028

PREÂMBULO

Este Planejamento Estratégico é fruto de mais de dois anos de gestação, escuta atenta, aprendizados, encontros, desencontros, esperanças e, acima de tudo, muita oração. Foi um tempo precioso em que amadurecemos ideias, revisitamos propósitos, alinhamos sonhos e buscamos, juntos, a vontade de Deus para este trabalho.

Nada aqui foi construído de forma apressada. Cada passo foi dado com cuidado, com discernimento coletivo, com respeito à trajetória que nos trouxe até aqui e com compromisso com o futuro que desejamos. Este não é apenas um documento técnico – é uma expressão de fé, de missão compartilhada e de um profundo amor pelo que fazemos.

“E tudo quanto fizerdes, fazei-o de coração, como ao Senhor, e não aos homens.”

Colossenses 3:23

“Ninguém caminha sem aprender a caminhar, sem aprender a fazer o caminho caminhando, refazendo e retocando o sonho pelo qual se pôs a caminhar.”

Paulo Freire – Pedagogia da Esperança: Um reencontro com a Pedagogia do Oprimido (1992)

Acreditamos que este plano irá abençoar a vida das 1.000 crianças, adolescentes, jovens e adultos que queremos atender até o final de 2028.

É com alegria e confiança que apresentamos este plano, na certeza de que ele será uma bússola segura para os próximos anos, guiando nossas ações com propósito, coerência e esperança.

Raniere Pontes

Consultor

HISTÓRICO & FUNDAMENTOS

Desde 2021, o Espaço Cultural Quitaúna atua com o propósito de promover o desenvolvimento social, econômico, educacional e espiritual da comunidade. Nossa missão se concretiza por meio de projetos de aprendizagem, cursos de capacitação profissional e ações voltadas à arte-educação, cultura, esportes e lazer.

A parceria com a Pontes Assessoria, articulada pela Rede IBAB Solidária, marcou o início de um processo valioso de escuta, reflexão e construção coletiva. Ao longo desse percurso, fomos orientados a organizar nossa caminhada, fortalecer nossa identidade institucional e sonhar com novos horizontes.

Como fruto desse processo, consolidamos os seguintes fundamentos organizacionais:

MISSÃO

Contribuir com o desenvolvimento do repertório cultural das pessoas.

VISÃO

Ser um espaço de convivência de atores sociais protagonistas da sua própria história.

VALORES

- **JUSTIÇA:** O conceito de justiça acordado por essa associação compreende o direito de todos terem acesso a arte e educação, de forma igualitária.
- **PAZ:** O valor universal da paz é expressado através das relações harmoniosas dos colaboradores e colaboradores.
- **ALEGRIA:** É refletida em nossas ações junto às pessoas, demonstrando um ato de amor.
- **CREDIBILIDADE:** Se traduz em atos de responsabilidade social.
- **PLURALIDADE:** Se manifesta através da multiplicidade dos atores sociais que fazem parte dessa associação.

ANÁLISES NECESSÁRIAS

Uma leitura do ambiente externo e interno

AMBIENTE EXTERNO

Fatores Sociais e Demográficos:

- **Diversidade Étnica e Cultural:** Osasco é uma cidade caracterizada por sua diversidade étnica e cultural, com uma grande população de imigrantes e descendentes de diferentes origens. Isso pode influenciar as demandas por programas culturais e educacionais específicos.
- **Crescimento Populacional:** Osasco é uma das cidades mais populosas do estado de São Paulo, com um crescimento populacional contínuo. Esse crescimento pode aumentar a demanda por serviços sociais e educacionais.

Fatores Econômicos:

- **Desigualdade Socioeconômica:** Osasco apresenta disparidades socioeconômicas significativas, com áreas de baixa renda ao lado de bairros mais prósperos. A ONG pode enfrentar desafios na captação de recursos e no atendimento a comunidades carentes.
- **Presença de Indústrias e Comércio:** Osasco é conhecida por sua indústria e comércio diversificados, o que pode representar oportunidades de parcerias e apoio financeiro para a ONG.

Fatores Políticos e Legais:

- **Políticas Municipais:** As políticas e iniciativas municipais podem afetar o ambiente operacional da ONG, incluindo regulamentações governamentais, disponibilidade de subsídios e parcerias com o poder público.
- **Apoio Governamental:** A ONG pode se beneficiar do apoio de programas governamentais locais que visam promover o desenvolvimento social e o bem-estar da comunidade.

Fatores Tecnológicos:

- **Acesso à Tecnologia:** O nível de acesso à tecnologia, como internet e dispositivos móveis, pode variar entre diferentes áreas de Osasco. A ONG deve considerar isso ao planejar serviços digitais e comunicação com os beneficiários.
- **Inovação Tecnológica:** A cidade está se tornando um polo de inovação e tecnologia, o que pode oferecer oportunidades para a ONG desenvolver parcerias com empresas e instituições de pesquisa.

Fatores Ambientais:

- Condições Ambientais Locais: As condições ambientais, como clima e infraestrutura, devem ser consideradas ao planejar eventos ao ar livre ou atividades comunitárias.

Tendências e Desafios Atuais:

- Impactos da Pandemia: Osasco foi impactada pela pandemia de COVID-19, o que pode ter afetado a demanda por serviços da ONG, bem como suas operações e capacidade de arrecadação de fundos.
- Concorrência com Outras Organizações: A cidade abriga diversas organizações sem fins lucrativos que trabalham em áreas semelhantes, o que pode representar competição por recursos e apoio da comunidade.
- Necessidades Emergentes da Comunidade: Identificar as necessidades emergentes da comunidade, como acesso à educação, apoio familiar e serviços de saúde mental, pode orientar as prioridades da ONG na prestação de serviços.

AMBIENTE INTERNO

- Engajamento das pessoas
- Desejo de ajudar
- Voluntariado dedicado
- Apoio da IBQ: físico, financeiro, pessoal e de promoção de espaço
- Determinação
- A diversidade de profissionais com conhecimento específicos
- Compromisso com o evangelho de Jesus
- A capacidade de acolher em amor
- Pessoas amorosas
- A capacidade de colocar a disposição os serviços relacionados às profissões
- Ampliar a divulgação
- Criatividade em criar formas de ajudar a comunidade
- Equipe técnica
- Pessoas que vivem em comunidades empobrecidas
- Várias gerações (adolescentes e idosos vivendo juntos)
- Pessoas que pensam fora da caixa para a ampliação do objetivo
- Comprometimento, dedicação, amor ao próximo, sem interesse em retorno, ser com maior foco, altruísmo, empatia, acolhimento, empatia, disponibilidade, entusiasmo, seriedade
- Pessoas não evangélicas
- São receptivas as novas pessoas e as novas iniciativas
- Tem senso de caminharem na mesma direção
- Agem e não ficam só no campo das ideias
- Responsabilidade, respeito, proatividade, alegria e disposição, espaço com conexão da comunidade
- Vontade de ajudar na transformação do indivíduo
- Visão de crescimento
- Alegria disposição
- Serviço de capelania com a comunidade.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO TRIANUAL
--

OBJETIVO GERAL

1. Desenvolver um ambiente socioeducativo e inclusivo que fortaleça as competências de crianças, adolescentes e adultos para o exercício da cidadania.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1.1 Criar um ambiente socioeducativo e inclusivo para crianças, adolescentes e adultos (CA&A).
- 1.2 Promover o fortalecimento das competências dos CA&A.
- 1.3 Fomentar o exercício pleno da cidadania dos CA&A.

RESULTADOS ESPERADOS PARA 3 ANOS PARA CADA OBJETIVO

Objetivo 1: Criar um ambiente socioeducativo e inclusivo para CA&A

- 1.1.1 Aumento no número de CA&A frequentando regularmente os espaços e atividades da organização.
- 1.1.2 Adaptação dos espaços físicos e pedagógicos com acessibilidade e respeito à diversidade (gênero, raça, deficiência, orientação sexual etc.).
- 1.1.3 Participação ativa de CA&A na construção de regras de convivência e planejamento de atividades.

Objetivo 2: Promover o fortalecimento das competências das CA&A

- 1.2.2 Melhoria nas habilidades socioemocionais dos participantes (ex: empatia, comunicação, autorregulação).
- 1.2.3 Participantes demonstram maior autonomia, responsabilidade e capacidade de tomada de decisão.
- 1.2.4 Ampliação do repertório cultural, esportivo e cívico dos participantes por meio de atividades regulares.

Objetivo 3: Fomentar o exercício pleno da cidadania das CA&A

- 1.3.1 Maior conhecimento dos seus direitos e deveres enquanto cidadãos.
- 1.3.2 Desenvolvimento de projetos liderados por CA&A com impacto social local.
- 1.3.3 Estabelecimento de parcerias com redes e conselhos de direitos (CMDCA, escolas, UBS, CRAS etc.)

METAS PARA 3 ANOS BASEADAS NOS RESULTADOS
--

- Aumento no número de CA&A frequentando regularmente os espaços e atividades da organização: Atender 1.000 CA&A no terceiro ano com frequência mínima de 80% nas atividades mensais.
- Adaptação dos espaços físicos e pedagógicos com acessibilidade e respeito à diversidade: 100% dos espaços adaptados para acessibilidade física e pedagógica; formação em ensino sobre cidadania para 100% da equipe técnica.
- Participação ativa de CA&A na construção de regras e planejamento de atividades: Realizar 2 rodas de escuta por semestre com pelo menos 70% de participação; co-criar ao menos 1 plano de atividades por ano com os participantes.
- Melhoria nas habilidades para a vida dos participantes: 70% dos participantes demonstram evolução em avaliações semestrais de competências e habilidades para a vida.
- Participantes demonstram maior autonomia, responsabilidade e tomada de decisão: 80% dos participantes concluem pelo menos uma atividade de protagonismo por ano.
- Ampliação do repertório cultural, esportivo e cidadão: 12 oficinas temáticas em funcionamento ao final do terceiro ano, com ao menos 80% de participação média nas atividades extracurriculares.
- Maior conhecimento dos seus direitos e deveres: 90% dos participantes concluem ao menos 1 ciclo formativo sobre direitos e cidadania por ano.
- Desenvolvimento de projetos liderados por CA&A com impacto social: 6 projetos de impacto social criados e executados por CA&A ao longo de 3 anos.
- Estabelecimento de parcerias com redes e conselhos de direitos: Formalizar 15 novas parcerias com escolas, instituições privadas, órgãos governamentais: CRAS, UBS e/ou conselhos de direitos locais.

MATRIZ ESTRATÉGICA ANUAL – PLANO TRIENAL

Objetivo Estratégico	Resultado Esperado (RE)	Atividades Principais	2026	2027	2028
Objetivo 1: Criar um ambiente socioeducativo e inclusivo para CA&A	RE1. Aumento no número de CA&A frequentando regularmente os espaços e atividades da organização.	- Realizar campanhas de mobilização nas escolas e igrejas locais - Implementar calendário de atividades mensais atrativas	✓	✓	✓
	RE2. Adaptação dos espaços físicos e pedagógicos com acessibilidade e respeito à diversidade	- Reformar banheiros e acessos com rampas - Capacitar educadores para uso de linguagem inclusiva e práticas antidiscriminatórias	✓	✓	
	RE3. Participação ativa de CA&A na construção de regras de convivência e planejamento de atividades	- Realizar assembleias semestrais com crianças e adolescentes - Criar grupos consultivos juvenis	✓	✓	✓
Objetivo 2: Promover o fortalecimento das competências das CA&A	RE4. Melhoria nas habilidades socioemocionais dos participantes	- Oferecer oficinas temáticas com psicólogos e pedagogos - Criar grupos de escuta e rodas de conversa	✓	✓	✓
	RE5. Participantes demonstram maior autonomia, responsabilidade e capacidade de tomada de decisão	- Implementar projetos de tutoria entre pares - Envolver CA&A na gestão de tarefas dos eventos	✓	✓	✓
	RE6. Ampliação do repertório cultural, esportivo e cívico dos participantes por meio de atividades regulares	- Promover visitas culturais (museus, centros esportivos, teatros) - Realizar torneios, festivais e exposições culturais	✓	✓	✓
Objetivo 3: Fomentar o exercício pleno da cidadania das CA&A	RE7. Maior conhecimento dos seus direitos e deveres enquanto cidadãos	- Desenvolver oficinas de direitos humanos com linguagem acessível - Criar materiais didáticos próprios com foco em cidadania	✓	✓	✓
	RE8. Desenvolvimento de projetos liderados por CA&A com impacto social local	- Estimular minicampanhas e ações voluntárias organizadas por jovens - Criar editais internos para financiamento de ideias juvenis	✓	✓	✓
	RE9. Estabelecimento de parcerias com redes e conselhos de direitos	- Mapear e iniciar contato com CMDCA, escolas, UBS, CRAS etc. - Participar de fóruns e encontros da rede de proteção	✓	✓	✓

MARCO LÓGICOS POR RESULTADO E COM ALCANCE POR ANO

OBJETIVO ESPECÍFICO 1:

Criar um ambiente socioeducativo e inclusivo para crianças, adolescentes e suas famílias.

Resultado Esperado	Indicadores	Meios de Verificação	Riscos/Supostos	Metas Ano 1 (30%)	Metas Ano 2 (60%)	Metas Ano 3 (100%)
RE1. Espaços físicos adaptados e acessíveis.	% de espaços com acessibilidade física e pedagógica.	Relatórios técnicos, fotos e vídeos das adequações.	Recursos financeiros e técnicos disponíveis.	30% dos espaços adaptados.	60% dos espaços adaptados.	100% dos espaços adaptados.
RE2. Aumento da participação de CA&A em situação de vulnerabilidade.	Nº de CA&A em situação de vulnerabilidade frequentando atividades.	Lista de presença, fichas de matrícula, relatórios.	Envolvimento familiar e escolar.	300	600	1.000
RE3. Diversidade e inclusão respeitada nas práticas pedagógicas.	Nº de atividades com enfoque em diversidade (gênero, raça, deficiência etc).	Planejamentos pedagógicos, registros de atividades.	Formações contínuas para a equipe.	10 ações inclusivas realizadas	20 ações inclusivas realizadas	30 ações inclusivas realizadas

OBJETIVO ESPECÍFICO 2:

Ampliar a escuta ativa, o protagonismo e a participação cidadã de CA&A.

Resultado Esperado	Indicadores	Meios de Verificação	Riscos/Supostos	Metas Ano 1 (30%)	Metas Ano 2 (60%)	Metas Ano 3 (100%)
RE4. Instâncias de escuta ativa implementadas	Nº de fóruns, assembleias ou rodas de conversas com CA&A.	Atas, relatórios, registros audiovisuais.	CA&A engajados e equipes preparadas.	3 instâncias criadas.	6 instâncias criadas.	10 instâncias criadas.
RE5. Protagonismo juvenil promovido.	Nº de projetos e campanhas liderados por CA&A.	Projetos, registros fotográficos, relatos.	Apoio técnico e incentivo às lideranças.	2 projetos em curso.	4 projetos em curso.	6 projetos em curso.
RE6 Participação cidadã de CA&A fortalecida.	Nº de atividades de formação em direitos e cidadania.	Planos de aula, listas de presença, certificados.	Parcerias com escolas e conselhos.	4 formações realizadas	8 formações realizadas	12 formações realizadas

ESPAÇO CULTURAL QUITAÚNA – PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO TRIANUAL

OBJETIVO ESPECÍFICO 3:

Fortalecer redes de proteção e mecanismos de denúncia e apoio a CA&A.

Resultado Esperado	Indicadores	Meios de Verificação	Riscos/Supostos	Metas Ano 1 (30%)	Metas Ano 2 (60%)	Metas Ano 3 (100%)
RE7. Mecanismos de denúncia e apoio em funcionamento.	Nº de canais criados e operando.	Relatórios, registros de casos acompanhados.	Aceitação da comunidade e privacidade assegurada.	2 canais operando.	4 canais operando.	6 canais operando.
RE8. Profissionais capacitados em salvaguarda e proteção.	Nº de formações realizadas e pessoas capacitadas.	Listas de presença, materiais das formações.	Equipes disponíveis e engajadas.	20 profissionais capacitados.	40 profissionais capacitados.	60 profissionais capacitados.
RE9. Redes locais de proteção fortalecidas.	Nº de encontros intersetoriais realizados.	Atas de reuniões, parcerias firmadas.	Disponibilidade de atores da rede pública e privada.	3 encontros realizados.	6 encontros realizados.	9 encontros realizados.

ESPAÇO CULTURAL QUITAÚNA – PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO TRIANUAL

MATRIZ DETALHADA DE MONITORAMENTO DE INDICADORES

Indicadores e métricas para acompanhamento do progresso anual dos resultados e metas.

Objetivo Estratégico	Indicador SMART	Linha de Base	Meta Ano 1	Meta Ano 2	Meta Ano 3	Periodicidade	Responsável	Fonte de Verificação	Método de Verificação
1. Criar ambiente socioeducativo e inclusivo	Nº absoluto de CA&A matriculados	250	300	600	1000	Mensal	Coord. de Projetos	Registros de matrícula	Relatórios mensais de frequência
	% de frequência média mensal dos participantes	A definir	≥80%	≥80%	≥80%	Mensal	Coord. de Projetos	Listas de presença	Sistema de controle de frequência
	% de espaços físicos adaptados	0%	30%	70%	100%	Semestral	Coord. Administrativo	Laudos técnicos	Inspeções e fotos
	Nº de formações aplicadas à equipe sobre diversidade e inclusão	0	2	4	6	Anual	RH / Coord. Técnico	Certificados e relatórios	Registros de capacitação
	Nº de rodas de escuta realizadas	0	4	8	12	Semestral	Coord. de Projetos	Atas e relatórios	Participação e atas
2. Fortalecer competências de CA&A	% de participantes com melhoria em avaliação socioemocional	A definir	30%	60%	70%	Semestral	Psicólogo / Coord.	Relatórios de avaliação	Questionários e observações
	Nº de oficinas socioemocionais realizadas	0	4	8	12	Trimestral	Coord. Educacional	Registros de atividades	Fotos e relatórios
	% de CA&A que participam em atividades culturais/esportivas	A definir	40%	70%	80%	Mensal	Coord. Cultural	Listas de presença	Sistema de controle de frequência
	Nº de participantes que assumem papéis de liderança	0	50	150	300	Anual	Coord. de Projetos	Registros de atividades	Relatórios e feedbacks
3. Fomentar exercício da cidadania	% de participantes com conhecimento básico sobre direitos e deveres	A definir	50%	75%	90%	Anual	Coord. de Cidadania	Avaliações e questionários	Testes e avaliações pré/pós
	Nº de projetos sociais liderados por CA&A	0	2	4	6	Anual	Coord. de Projetos	Relatórios de projetos	Apresentações e produtos entregues
	Nº de parcerias formais estabelecidas	0	3	7	15	Anual	Coord. Administrativo	Contratos e memorandos	Documentação oficial
	Nº de participações em conselhos e fóruns locais	0	2	4	6	Semestral	Coord. de Cidadania	Atas de reuniões	Relatórios de participação

DIRETRIZES PARA UM PLANO DE COMUNICAÇÃO

1. Objetivos de Comunicação

- **Internos**
 - Garantir que toda a equipe e voluntários compreendam e estejam alinhados com o Planejamento Estratégico.
 - Fortalecer o engajamento interno e o senso de pertencimento.
 - Facilitar a troca de informações e feedbacks contínuos.
- **Externos**
 - Divulgar as ações e resultados do Espaço Cultural para a comunidade, parceiros e potenciais apoiadores.
 - Atrair e mobilizar crianças, adolescentes e adultos para participar das atividades.
 - Fortalecer a imagem institucional e a credibilidade perante públicos diversos.
 - Ampliar o alcance nas redes sociais e canais digitais para engajamento e captação de recursos.

2. Públicos-Alvo

- **Internos**
 - Equipe técnica e administrativa
 - Voluntários
 - Conselheiros e Diretoria
 - Igreja Batista Quitaúna
- **Externos**
 - Crianças, adolescentes e adultos da comunidade local
 - Famílias e responsáveis
 - Escolas, CRAS, UBS e demais parceiros institucionais
 - Doadores individuais e grandes apoiadores
 - Mídia local e regional
 - Redes sociais e público digital em geral

2. Canais e Ferramentas de Comunicação

Público	Canal/Ferramenta	Frequência	Responsável
Equipe interna	Reuniões presenciais e online	Quinzenal	Coordenação
	Newsletter interna	Mensal	Comunicação
	Grupo de WhatsApp/Telegram	Diário	Coordenação
Voluntários	Emails, grupos de mensagem	Semanal	Coordenação
Comunidade	Cartazes, panfletos físicos	Trimestral	Comunicação
	Redes sociais (Instagram, Facebook, TikTok)	Diária/Semanal	Comunicação
	Site institucional	Atualização mensal	Comunicação
Parceiros	Relatórios trimestrais	Trimestral	Coordenação
	Reuniões e encontros	Semestral	Coordenação
Doadores	E-mail marketing	Mensal	Captação de Recursos
IBQ	Eventos presenciais	Conforme eventos	Coordenação
Mídia	Releases e notas para imprensa	Conforme demanda	Comunicação

ESPAÇO CULTURAL QUITAÚNA – PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO TRIANUAL

3. Mensagens-Chave

Tema	Mensagem Principal	Público-Alvo
Missão e Valores	Espaço Cultural Quitaúna promove inclusão, cultura e cidadania para todos.	Interno e Externo
Atividades e Resultados	Oferecemos oficinas, eventos e espaços adaptados para o desenvolvimento da comunidade.	Comunidade, parceiros
Convite à Participação	Venha fazer parte do Espaço Cultural, participe das nossas atividades!	Comunidade, famílias
Parcerias e Apoios	Sua contribuição faz a diferença para transformar vidas na comunidade.	Doadores, iniciativa privada
Transparência e Prestação de Contas	Estamos comprometidos com a gestão responsável e resultados sociais.	Parceiros, doadores, mídia
Voluntariado	Precisamos de pessoas dispostas a transformar vidas e serem transformadas	Interno & Externo

4. Cronograma de Ações de Comunicação (exemplo)

Mês	Atividade	Público-alvo	Canal/Ferramenta	Responsável
Janeiro	Atualização do site e redes sociais	Público geral	Site + Instagram, Facebook	Comunicação
Fevereiro	Lançamento do Planejamento Estratégico	Interno e Externo	Reunião + post redes sociais	Coordenação + Comunicação
Abril	Campanha de mobilização para atividades	Comunidade & Igreja	Panfletos + redes sociais	Comunicação
Maio	Início da Newsletter mensal com resultados e histórias	Interno	Email e WhatsApp	Comunicação
Junho (1ª Culminância)	Evento com parceiros e doadores	Geral	Evento presencial + mídia	Coordenação
Agosto	Café anual de Doadores	Doadores Médios e Grandes	Evento presencial	Coordenação Geral
Outubro	Mês da Criança	Comunidade & Igreja	Panfletos + redes sociais	Comunicação
Dezembro (2ª Culminância)	Evento com parceiros e doadores	Geral	Evento presencial + mídia	Coordenação

6. Indicadores de Avaliação da Comunicação

Indicador	Meta	Frequência	Responsável
Taxa de abertura das newsletters internas	≥ 70%	Mensal	Comunicação
Crescimento de seguidores nas redes sociais	+10% ao trimestre	Trimestral	Comunicação
Engajamento médio nas postagens (curtidas, comentários)	≥ 15%	Mensal	Comunicação
Número de novos participantes nas atividades	+20% ao ano	Anual	Coordenação
Feedback positivo em pesquisas internas	≥ 80% satisfação	Semestral	Coordenação

DIRETRIZES PARA UM PLANO DE MOBILIZAÇÃO DE RECURSOS

Mobilização junto a INDIVÍDUOS

- Campanhas de doação mensal, eventos solidários, apadrinhamento das crianças nas atividades (CRM), redes sociais, prestação de contas.

Mobilização junto à INICIATIVA PRIVADA

- Mapeamento e propostas customizadas para empresas locais e regionais (“Pedir pão na padaria e carne no açougue”).
- Inclusão da marca em eventos e materiais (Contra partida para Doadores).
- Participação em programas de incentivo fiscal (Nota fiscal Paulista).
- Desenvolvimento de projetos alinhados a interesses empresariais.

Mobilização junto a GRANDES DOADORES E INSTITUIÇÕES

- Prospecção de grandes doadores e fundações.
- Apresentação de projetos estruturados para grandes investimentos (Cobertura da Quadra e Banheiros/Vestiários).
- Contrapartidas visíveis (exposição logo no site e redes sociais) e relatórios personalizados (possibilidade para voluntariado empresarial/igreja).
- Eventos exclusivos para networking e captação (retomar os cafés).

Objetivo Geral

Garantir sustentabilidade financeira e material para as ações do Espaço Cultural Quitaúna, articulando recursos com diferentes públicos e estratégias.

1. MOBILIZAÇÃO JUNTO A INDIVÍDUOS

Estratégias

- Campanhas de doação recorrente (mensalidades via débito automático ou pix)
- Eventos solidários (shows, bazares, jantares beneficentes)
- Programas de apadrinhamento de crianças/adolescentes
- Envolvimento em redes sociais com chamadas diretas para doação
- Comunicação transparente com prestação de contas e resultados

Ações e Cronograma

Ação	Prazo	Responsável	Meta
Lançar campanha de doação livre mensal	1º TRI ANO 1	Coordenação + Comunicação	50 doadores mensais fidelizados por ano
Realizar evento beneficente (1 por semestre)	Até final do ANO 3	Coordenação + Eventos	R\$ 5.000 líquido arrecadados por evento
Criar e divulgar programa de apadrinhamento	3º Tri ANO 1	Coordenação + Comunicação	500 padrinhos cadastrados

Indicadores

- Nº de doadores ativos
- Valor arrecadado mensalmente
- Taxa de renovação dos doadores

2. MOBILIZAÇÃO JUNTO À INICIATIVA PRIVADA

Estratégias

- Mapeamento de empresas locais e regionais com foco em responsabilidade social
- Apresentação de propostas customizadas de patrocínio e parcerias

ESPAÇO CULTURAL QUITAÚNA – PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO TRIANUAL

- Inclusão da marca das empresas em eventos, materiais e redes sociais
- Participação em programas de incentivo fiscal (Lei Rouanet, PRONON, etc.)
- Desenvolvimento de projetos alinhados ao interesse das empresas

Ações e Cronograma

Ação	Prazo	Responsável	Meta
Elaborar portfólio institucional	2º TRI ANO 1	Coordenação + Comunicação	Portfólio distribuído a 20 empresas por ano
Realizar reuniões com potenciais parceiros	A partir do 3º TRI ANO1	Coordenação	Fechar 5 parcerias de patrocínio por ano.
Inscriver projetos em leis de incentivo	Durante o ano	Coordenação + Financeiro	2 projetos aprovados

Indicadores

- N° de empresas contactadas
- N° de parcerias firmadas
- Valor total captado via empresas

3. Mobilização junto a GRANDES DOADORES E INSTITUIÇÕES

Estratégias

- Identificação e prospecção de grandes doadores (pessoas físicas, fundações e institutos)
- Apresentação de projetos estruturados e detalhados para grandes investimentos (ex: quadra coberta, banheiros)
- Desenvolvimento de contrapartidas visíveis e relatórios personalizados para esses doadores
- Participação em eventos exclusivos para networking e captação de recursos
- Elaboração de planos de reconhecimento e agradecimento

Ações e Cronograma

Ação	Prazo	Responsável	Meta
Mapear grandes doadores potenciais	1º ao 3º Tri do ANO 1	Coordenação + Captação	Lista com pelo menos 10 prospects por ano
Desenvolver propostas detalhadas para obras	4º TRI do ANO 1	Coordenação + Técnica	2 propostas apresentadas por ano
Promover evento exclusivo para grandes doadores	1 por ano	Coordenação + Eventos	Meta de Captação de R\$ 150.000 ao final do ANO 3

Indicadores

- N° de grandes doadores contactados
- Valor captado para grandes projetos
- Número de visitas e reuniões realizadas

ORGANOGRAMA SUGERIDO

