**Modelo de plano estratégico para
organizações sem fins lucrativos**

Nome da organização sem fins lucrativos

PLANO ESTRATÉGICO



ELABORADO POR

Nome do autor

DATA DA ELABORAÇÃO

00/00/0000

Versão

0.0.0

# ÍNDICE

[ÍNDICE 2](#_Toc178157647)

[CONTEXTO 3](#_Toc178157648)

[Razão social e endereço 3](#_Toc178157649)

[Período de existência 3](#_Toc178157650)

[Necessidades atendidas/importância 3](#_Toc178157651)

[Região geográfica atendida 3](#_Toc178157652)

[Público-alvo 3](#_Toc178157653)

[Êxitos do ano anterior 3](#_Toc178157654)

[Desafios previstos 3](#_Toc178157655)

[VISÃO 4](#_Toc178157656)

[MISSÃO 4](#_Toc178157657)

[QUEM SERVIMOS 4](#_Toc178157658)

[PLANO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING 4](#_Toc178157659)

[VALORES 5](#_Toc178157660)

[ESTIMATIVA DO ORÇAMENTO OPERACIONAL 6](#_Toc178157661)

[RECEITA PROJETADA 6](#_Toc178157662)

[DESPESAS PROJETADAS 6](#_Toc178157663)

[LUCRO/PERDA TOTAL 6](#_Toc178157664)

[ANÁLISE SITUACIONAL (SWOT) 7](#_Toc178157665)

[OBJETIVOS SMART 8](#_Toc178157666)

[MÉTRICAS DE SUCESSO 9](#_Toc178157667)

[PLANOS DE AÇÃO 10](#_Toc178157668)

[ANO UM – 20XX 10](#_Toc178157669)

[ANO DOIS – 20XX 10](#_Toc178157670)

[ANO TRÊS – 20XX 11](#_Toc178157671)

[ANO QUATRO – 20XX 11](#_Toc178157672)

# CONTEXTO

## Razão social e endereço

|  |
| --- |
|  |

## Período de existência

|  |
| --- |
|  |

## Necessidades atendidas/importância

|  |
| --- |
|  |

## Região geográfica atendida

|  |
| --- |
|  |

## Público-alvo

|  |
| --- |
|  |

## Êxitos do ano anterior

|  |
| --- |
|  |

## Desafios previstos

|  |
| --- |
|  |

# VISÃO

|  |
| --- |
| Imagine o resultado ideal do trabalho da organização |

# MISSÃO

|  |
| --- |
| Descrição com foco no propósito da organização |

# QUEM SERVIMOS

|  |
| --- |
| Dados demográficos de associados/público-alvo |

# PLANO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING

|  |
| --- |
|  |

# VALORES

Escolha dez dos valores listados abaixo ou inclua seus próprios valores. Elabore uma frase para cada valor descrevendo como ele orienta os negócios e ajuda a empresa a concretizar a visão e a missão.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| • Integridade | • Credibilidade  | • Qualidade  | • Diversão  |
| • Trabalho em equipe | • Diversidade  | • Compromisso com o sucesso  | • Ousadia  |
| • Parceria  | • Individualidade  | • Ética  | • Eficiência |
| • Honestidade | • Criatividade | • Legalidade  | • Equilíbrio  |
| • Comunicação | • Crescimento  | • Profissionalismo  | • Fidelidade  |
| • Respeito  | • Conquistas  | • Justiça  | • Otimismo  |
| • Segurança  | • Competência  | • Responsabilidade  | • Confiabilidade  |
| • Atitude  | • Prestação de contas  | • Consistência | • Inspiração |
| • Atendimento ao cliente | • Comunidade  | • Capacitação  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Valor Um | Frase Um |
| 2 |  |  |
| 3 |  |  |
| 4 |  |  |
| 5 |  |  |
| 6 |  |  |
| 7 |  |  |
| 8 |  |  |
| 9 |  |  |
| 10 |  |  |

# ESTIMATIVA DO ORÇAMENTO OPERACIONAL

## RECEITA PROJETADA

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | VALOR ESTIMADO | VALOR REALIZADO |
| Subsídios |  |  |
| Doações |  |  |
| Captação de fundos |  |  |
| Juros |  |  |
| Outros rendimentos |  |  |
| TOTAL |  |  |

## DESPESAS PROJETADAS

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | VALOR ESTIMADO | VALOR REALIZADO |
| Custos de pessoal |  |  |
| Escritório/Administrativo |  |  |
| Suprimentos/Equipamentos |  |  |
| Marketing |  |  |
| Desenvolvimento de pessoal |  |  |
| Quilometragem |  |  |
| TOTAL |  |  |

## LUCRO/PERDA TOTAL

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | ESTIMADO | REAL |
| ( Receita – Despesa ) |  |  |

# ANÁLISE SITUACIONAL (SWOT)

**ameaças**

**oportunidades**

**pontos fracos**

**pontos fortes**

* Oportunidade Um
* Oportunidade Dois
* Oportunidade Três
* Oportunidade Quatro
* Ameaça Um
* Ameaça Dois
* Ameaça Três
* Ponto forte Um
* Ponto forte Dois
* Ponto forte Três
* Ponto forte Quatro
* Ponto fraco Um
* Ponto fraco Dois
* Ponto fraco Três

# OBJETIVOS SMART

S-eSpecífico, M-Mensurável, A-Alcançável, R-Realista, T-com limite de Tempo

Listar de 3 a 5

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | Objetivo Um |
| 2 |  |
| 3 |  |
| 4 |  |
| 5 |  |

|  |  |
| --- | --- |
| O QUE O PÚBLICO-ALVO PRECISA OUVIR |  |
| MELHOR MANEIRA DE ALCANCE E COMUNICAÇÃO |  |
| CRONOGRAMA E FREQUÊNCIA DE COMUNICAÇÃO |  |
| COMO MEDIR O ALCANCE DA MENSAGEM |  |
| COMENTÁRIOS ADICIONAIS |  |

# MÉTRICAS DE SUCESSO

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| DESCRIÇÃO DE COMPONENTE MENSURÁVEL | QUANDO MEDIR | COMO MEDIR |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

# PLANOS DE AÇÃO

## ANO UM – 20XX

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| DATAS DE INÍCIO E TÉRMINO | AÇÃO | OBJETIVOS RELACIONADOS | RECURSOS: custo, tempo, membros da equipe |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

## ANO DOIS – 20XX

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| DATAS DE INÍCIO E TÉRMINO | AÇÃO | OBJETIVOS RELACIONADOS | RECURSOS: custo, tempo, membros da equipe |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

## ANO TRÊS – 20XX

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| DATAS DE INÍCIO E TÉRMINO | AÇÃO | OBJETIVOS RELACIONADOS | RECURSOS: custo, tempo, membros da equipe |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

## ANO QUATRO – 20XX

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| DATAS DE INÍCIO E TÉRMINO | AÇÃO | OBJETIVOS RELACIONADOS | RECURSOS: custo, tempo, membros da equipe |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

|  |
| --- |
| **AVISO DE ISENÇÃO DE RESPONSABILIDADE**Qualquer artigo, modelo ou informação fornecidos pela Smartsheet no site são apenas para referência. Embora nos esforcemos para manter as informações atualizadas e corretas, não fornecemos garantia de qualquer natureza, seja explícita ou implícita, a respeito da integridade, precisão, confiabilidade, adequação ou disponibilidade do site ou das informações, artigos, modelos ou gráficos contidos no site. Portanto, toda confiança que você depositar nessas informações será estritamente por sua própria conta e risco. |