

# **Planejamento Estratégico**

## ***Fundação Educacional João XXIII***

# **RELATÓRIO FINAL**

## **MAIO 2017**

# APRESENTAÇÃO

✓ Este documento apresenta os resultados do Planejamento Estratégico da Fundação Educacional João XXIII, realizado no período de setembro de 2016 à maio de 2017, com o apoio da Beringer Consulting.

# ÍNDICE

## **1. DESCRIÇÃO DO PROJETO**

1.1 Objetivo

1.2 Métodos

1.3 Cronograma

1.4 Equipes

1.5 Responsabilidades e Agenda Padrão

## **2. RESULTADOS DO PROJETO**

2.1 Diretrizes Estratégicas

2.2 Objetivos Estratégicos

2.3 Indicadores e Metas Estratégicas

2.4 Ações Estratégicas

## **3. PRÓXIMOS PASSOS**

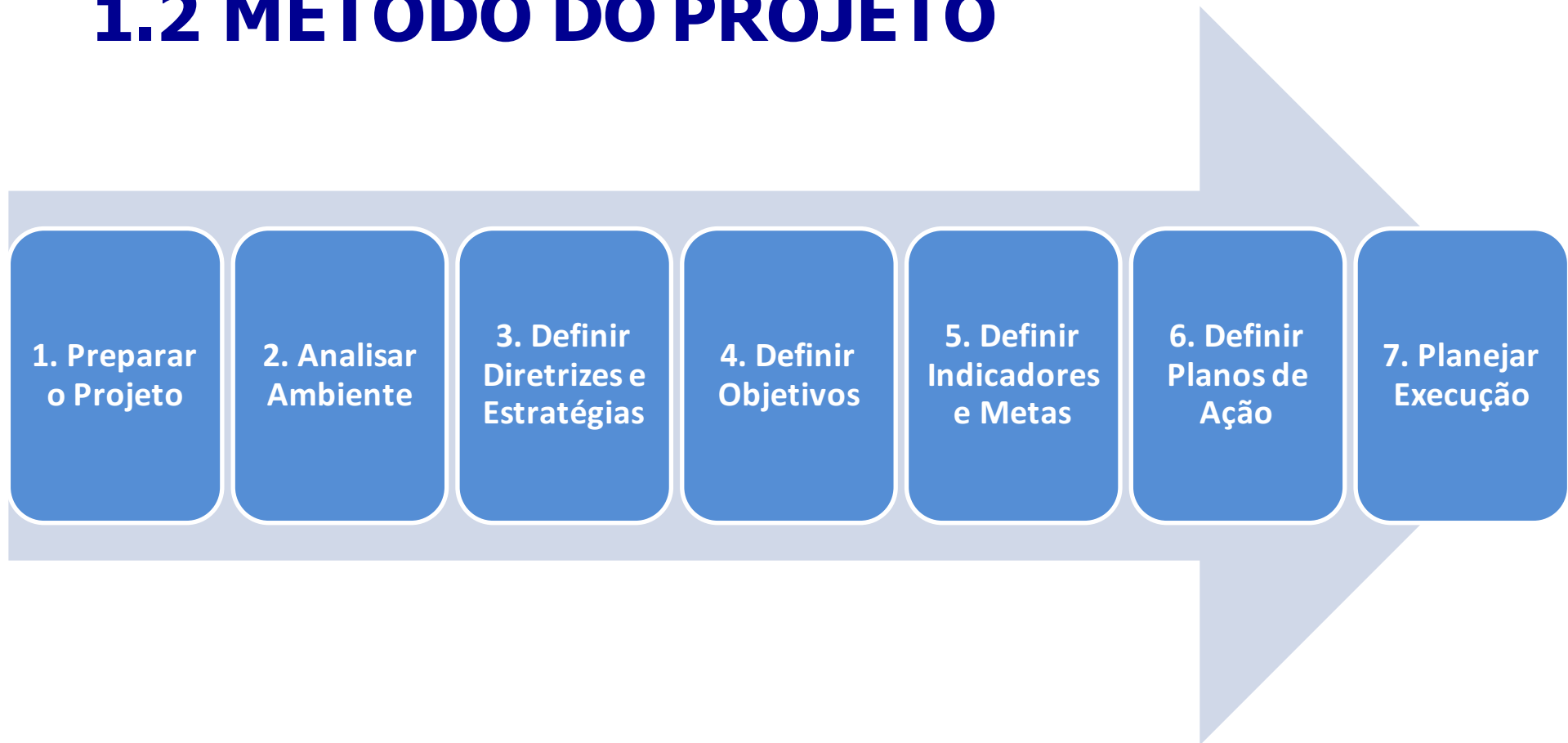
# **PARTE 1**

# **DESCRIÇÃO DO PROJETO**

## 1.1 OBJETIVO DO PROJETO

- ✓ Definir e planejar o “futuro desejado” pela Fundação Educacional João XXIII, gerando o alinhamento das equipes e das iniciativas na execução deste cenário.

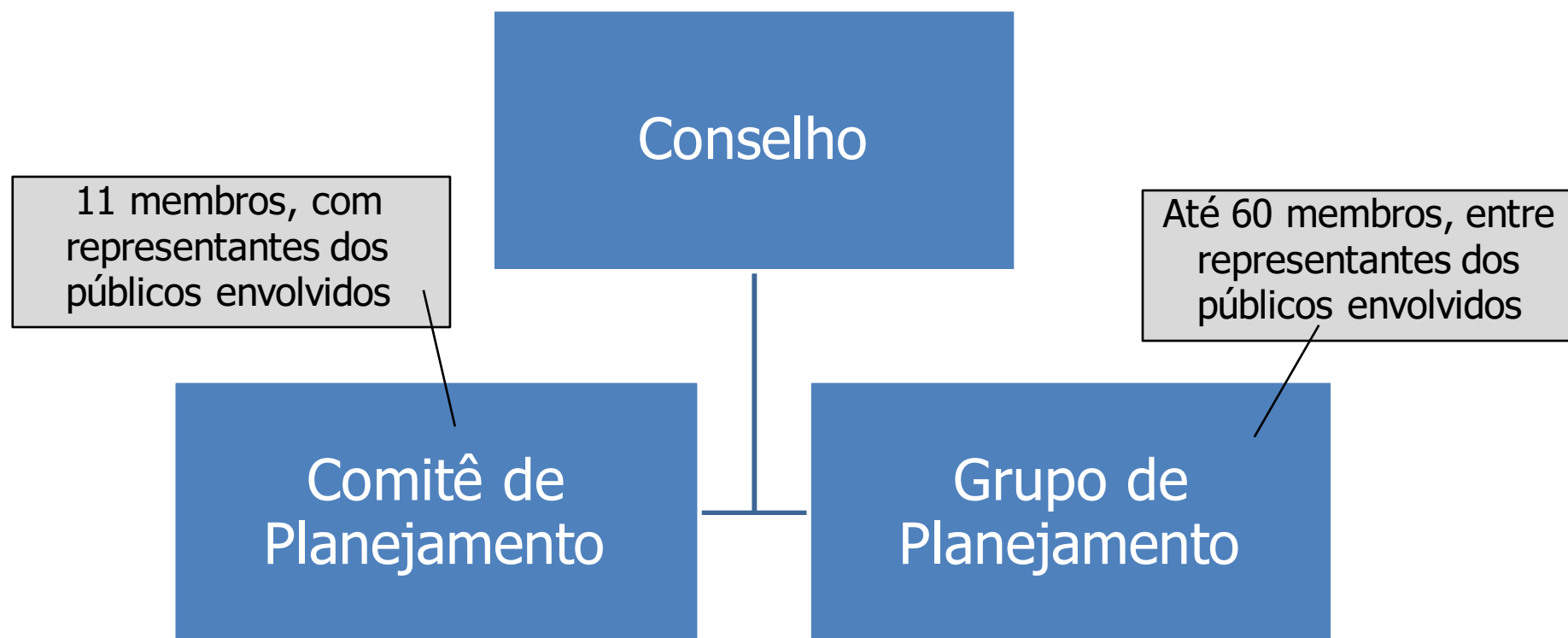
## 1.2 MÉTODO DO PROJETO



# 1.3 CRONOGRAMA DO PROJETO

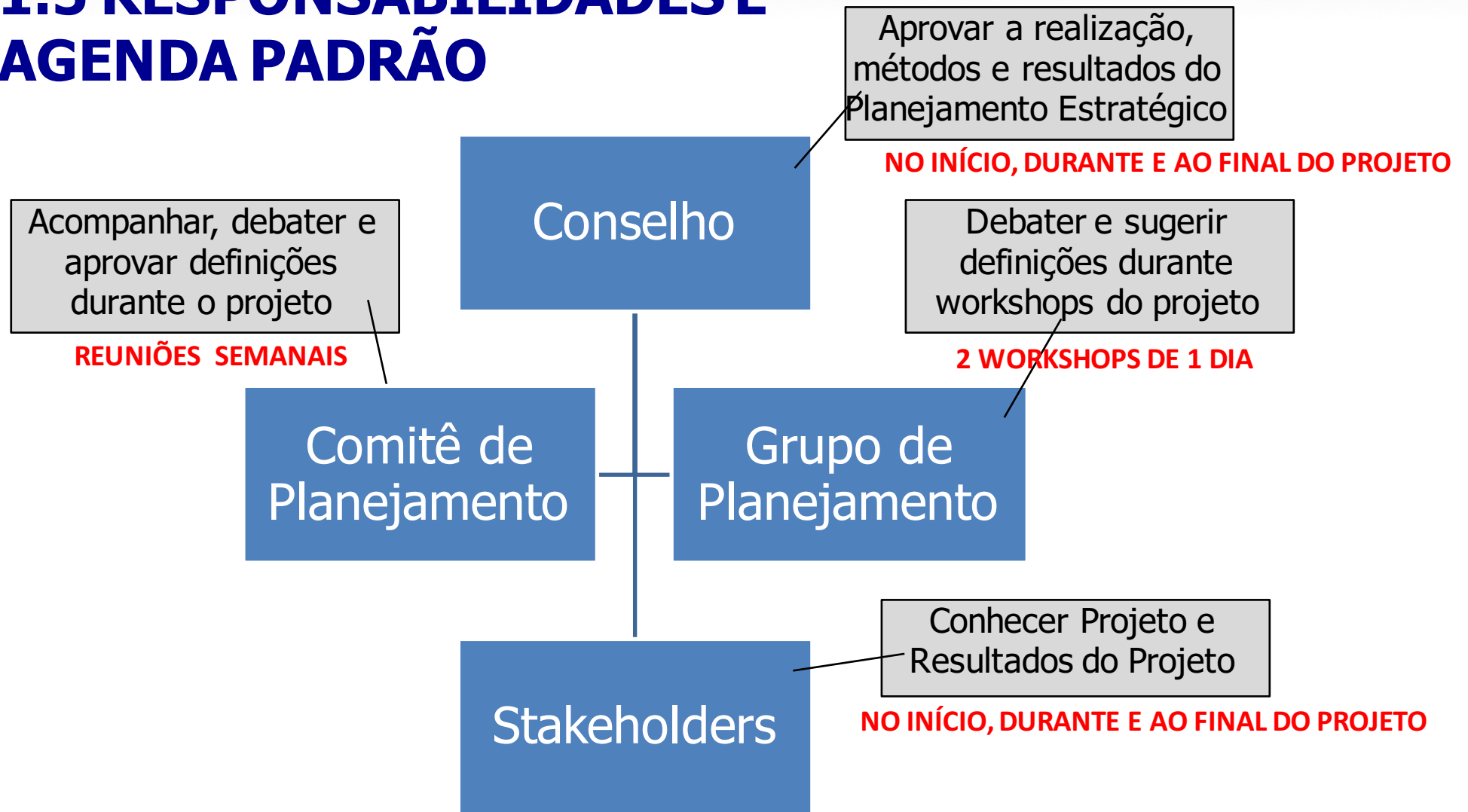
ATIVIDADES		SEMANA						
		SET/16	OUT/16	NOV/16	DEZ/16	MAR/17	ABR/17	MAI/17
1	PREPARAR O PROJETO							
2	ANALISAR AMBIENTE							
3	DEFINIR DIRETRIZES E ESTRATÉGIAS							
4	DEFINIR OBJETIVOS							
5	DEFINIR INDICADORES E METAS							
6	DEFINIR PLANOS DE AÇÃO							
7	PLANEJAR EXECUÇÃO							

## 1.4 EQUIPES DE PROJETO





# 1.5 RESPONSABILIDADES E AGENDA PADRÃO



# Comitê de Planejamento

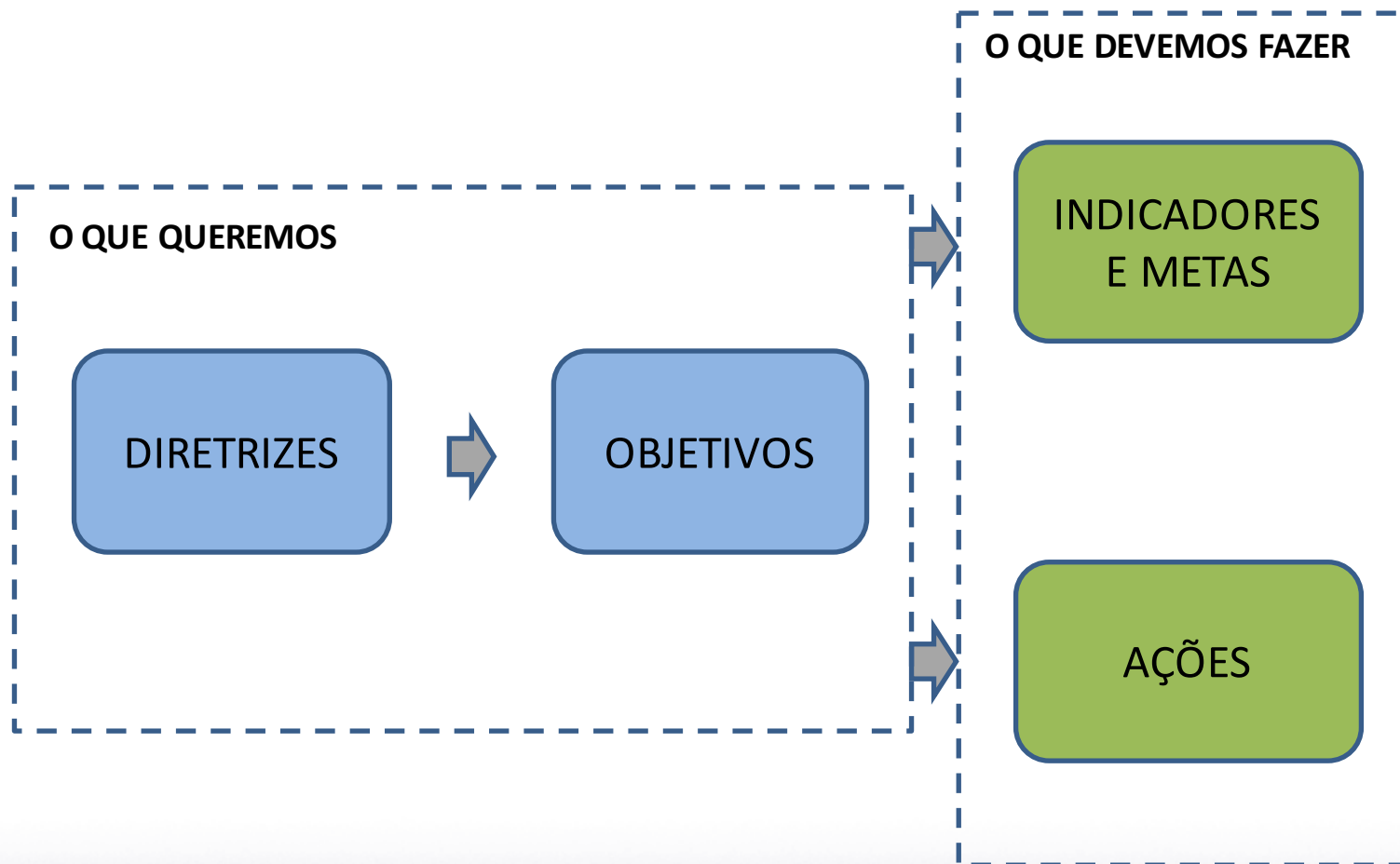
COMITÊ GESTOR DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO			
N	Representação	Integrante	Responsabilidade
1	Diretoria 1	Laura Eifler Silva (Presidente)	Liderança do Projeto
2	Diretoria 2	Edgar Aristimunho (Diretor de Comunicação)	
3	Conselho 1	Sérgio Schardong Filho (Conselheiro)	
4	Conselho 2	Andrea B. Trajano (Conselheira)	
5	Conselho 3	José Carlos M. da Conceição (Conselheiro)	
6	Equipe Pedagógica 1	Anelori Lange (Diretora Geral)	
7	Equipe Pedagógica 2	Maria Tereza Coelho (Vice-Diretora)	
8	Equipe Pedagógica 3	Mirian Zambonato (Sup. Pedagógica)	
9	Equipe Pedagógica 4	Maria Fernanda Hennemann (Psicóloga)	
10	Equipe Administrativa 1	Fátima Eschberger (Ger. Adm. Fin.)	Coordenação do Projeto
11	Equipe Administrativa 2	Adriana Goytacaz (Coord. RH)	

Reuniões semanais; sexta-feira, 7:45

# **PARTE 2**

# **RESULTADOS DO PROJETO**

# "PRODUTOS" DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO



## 2.1

# DIRETRIZES ESTRATÉGICAS

## O que são Diretrizes Estratégicas

- Conjunto de definições que direcionam o futuro desejado pela organização.
- Servem como subsídio para o estabelecimento de ações mais específicas.
- Servem como alinhamento para todos os públicos envolvidos.

## Quais são as Diretrizes Estratégicas

- ✓ Negócio: "o que fazemos".
- ✓ Missão: "por que fazemos".
- ✓ Visão: "como queremos ser ou estar".
- ✓ Princípios: "comportamentos que são inegociáveis".
- ✓ Mercado Alvo: "quem é nosso cliente alvo".
- ✓ Proposta de Valor: "o que oferecemos ao nosso cliente".

# Nosso NEGÓCIO

*O que fazemos? Qual nosso escopo de atuação?*

## ■ *Educação*

Comentários:

- A Fundação Educacional João XXIII poderá ofertar serviços educacionais em todos os níveis.
- Atualmente, oferece serviços de educação básica (educação infantil, ensino fundamental e ensino médio), além de serviços extracurriculares (esportes, artes, música, etc.) e formação de profissionais na área da Educação.



# Nossa MISSÃO

*Por que existimos? Qual nosso propósito?*

- *Propiciar o desenvolvimento de cidadãos protagonistas do agora e do amanhã.*

# Nossa VISÃO para 2023

*Como queremos ser ou estar em 2023?*

- *Ser a escola mais desejada em Porto Alegre.*

Notas:

- Significado de “desejada” (Dicionário Antonio Houaiss): que é objeto de aspiração material, sentimental ou intelectual.
- Queremos ser, em Porto Alegre, a escola referência em Educação Básica (educação infantil, ensino fundamental e ensino médio).
- Inclui todos os públicos envolvidos.
- Para as famílias, “mais desejada” significa: considerada como a de maior qualidade na formação de cidadãos e de um ambiente acolhedor.
- Para os alunos, “mais desejada” significa: um ambiente acolhedor, prazeroso e desafiador.
- Para os professores e funcionários, “mais desejada” significa: proposta pedagógica de vanguarda e valorização profissional.
- Pode ser medida pelas listas de esperas nos vários níveis de ensino.

# Nossos PRINCÍPIOS

*No que acreditamos? Quais as crenças que devem pautar nossas ações?*

- ***Educação cidadã e democrática***

*Devemos educar para a convivência social, para o reconhecimento de seus direitos e cumprimento de seus deveres, mediante um processo educacional participativo.*

- ***Qualificação dos processos de ensino-aprendizagem***

*Devemos alcançar os objetivos pedagógicos propostos, através do desenvolvimento das competências cognitivas e socioafetivas .*

- ***Inovação pedagógica***

*Devemos propiciar ambientes incentivadores à construção de conhecimento, pesquisa e experimentação.*

- ***Respeito nas relações***

*Devemos assegurar um ambiente que garanta ações construtivas na convivência, em todos os níveis da comunidade escolar.*

# Nossos PRINCÍPIOS

- ***Laicidade***

*A instituição é laica, não confessional.*

- ***Pluralidade***

*Devemos respeitar todas as diferenças individuais, sociais, econômicas, culturais, étnicas e religiosas.*

- ***Compromisso socioambiental***

*Devemos adotar práticas que tenham efetivo impacto na sociedade e no meio ambiente, a partir do desenvolvimento da consciência individual.*

- ***Sustentabilidade financeira***

*Devemos garantir o compromisso permanente com o equilíbrio entre receitas e despesas da instituição.*

- ***Gestão participativa***

*A instituição é gerida e sustentada pelo compartilhamento de responsabilidades da comunidade escolar.*

# Nosso MERCADO ALVO

*Qual o cliente que devemos buscar?*

- *Famílias das classes A e B,*
- *das regiões Centro e Sul de Porto Alegre,*
- *interessadas numa proposta pedagógica humanista inovadora.*

Comentários:

- Classes A e B: famílias com renda salarial mensal maior que 10 SM, segundo IBGE e FGV.
- Regiões Centro e Sul de Porto Alegre: tomando a Av. Ipiranga/Arroio Dilúvio como referência, são os bairros periféricos a esta avenida e os demais em direção ao sul da cidade.

# Nossa PROPOSTA DE VALOR

*Qual o nosso diferencial? Por que seremos escolhidos?*

## ***Proposta pedagógica inovadora, revelada através de:***

- *Turmas com reduzido número de alunos;*
- *Maior carga horária de aulas semanais;*
- *Currículo diferenciado com práticas pedagógicas complementares;*
- *Metodologias que provocam o pensamento crítico, criativo, com aprofundamento dos conteúdos de estudo;*
- *Salas ambiente por área do conhecimento com recursos tecnológicos, entre outros;*
- *Biblioteca inovadora;*
- *Ambientes virtuais de aprendizagem;*
- *Abordagem multi-idade na Educação Infantil;*
- *Professores e equipes de apoio qualificados;*
- *Maior quantidade de auxiliares (fixos e volantes);*
- *Amplio espaço verde com pátios pedagógicos e áreas de convivência;*
- *Arquitetura horizontal e espaços físicos planejados;*
- *Conselho de alunos com foco no desenvolvimento de lideranças.*

***Gestão comunitária***, através de uma Fundação Educacional constituída por Conselho Deliberante e Diretoria Executiva formados por pais, com a responsabilidade de manter a sustentabilidade financeira e deliberar as estratégias da organização.

## 2.2

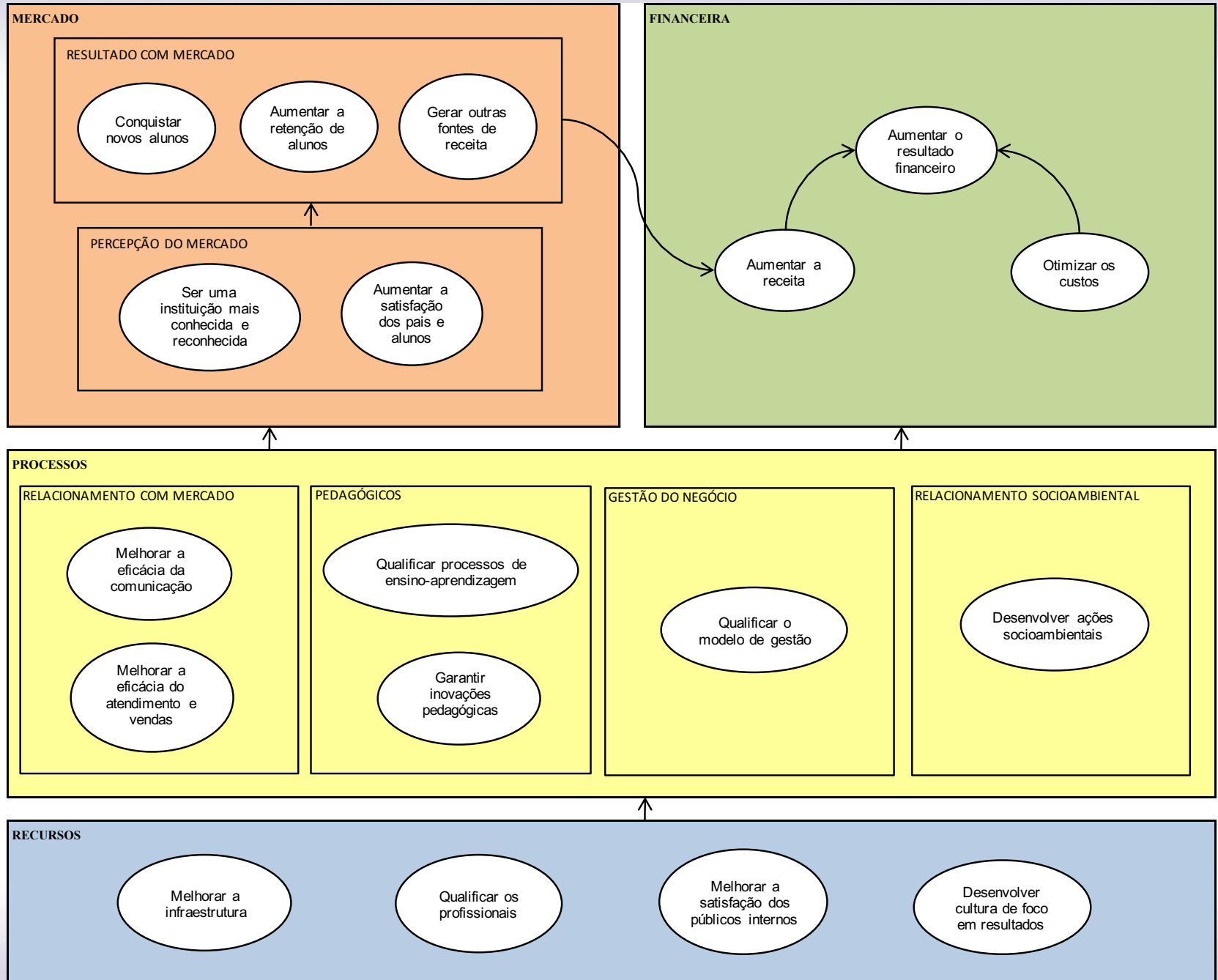
# OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

## O que são Objetivos Estratégicos

- Definem aquilo que deverá ser perseguido ou melhorado para concretizar as Diretrizes estabelecidas.
- Agrupados em 4 perspectivas: Mercado, Financeira, Processos e Recursos.
- A representação gráfica dos objetivos é denominada de “Mapa Estratégico”.



**MAPA  
ESTRATÉGICO**



# DESCRIÇÃO DOS OBJETIVOS

N	Objetivo	Descrição
1	Aumentar o resultado financeiro	Devemos aumentar o resultado gerado pelos serviços ofertados (receitas - custos)
2	Aumentar a receita	Devemos aumentar a receita com os serviços ofertados
3	Otimizar os custos	Devemos minimizar os custos gerados
4	Conquistar novos alunos	Devemos preencher as vagas disponíveis nas turmas
5	Aumentar a retenção de alunos	Devemos minimizar a saída de alunos
6	Gerar outras fontes de receita	Devemos gerar receita com serviços e fontes extracurriculares
7	Ser uma instituição mais conhecida e reconhecida	Devemos nos tornar uma escola conhecida e reconhecida em nosso mercado alvo
8	Aumentar a satisfação dos pais e alunos	Devemos melhorar a satisfação dos pais e dos alunos com os serviços ofertados
9	Melhorar a eficácia da comunicação	Devemos desenvolver ações de comunicação que alcancemos resultados desejados
10	Melhorar a eficácia do atendimento e vendas	Devemos melhorar a eficácia do atendimento à novos clientes
11	Qualificar processos de ensino-aprendizagem	Devemos qualificar e acompanhar os processos de ensino-aprendizagem
12	Garantir inovações pedagógicas	Devemos gerar continuamente inovações pedagógicas em nosso mercado alvo
13	Qualificar o modelo de gestão	Devemos melhorar o modelo e o processo de gestão do negócio
14	Desenvolver ações socioambientais	Devemos gerar ações socioambientais dentro do nosso mercado alvo
15	Melhorar a infraestrutura	Devemos melhorar a infraestrutura física e pedagógica
16	Qualificar os profissionais	Devemos desenvolver uma equipe de professores e funcionários de alta qualificação
17	Melhorar a satisfação dos públicos internos	Devemos melhorar a satisfação dos professores e funcionários como o seu trabalho
18	Desenvolver cultura de foco em resultados	Devemos desenvolver uma cultura de foco em resultados perante nossos públicos internos

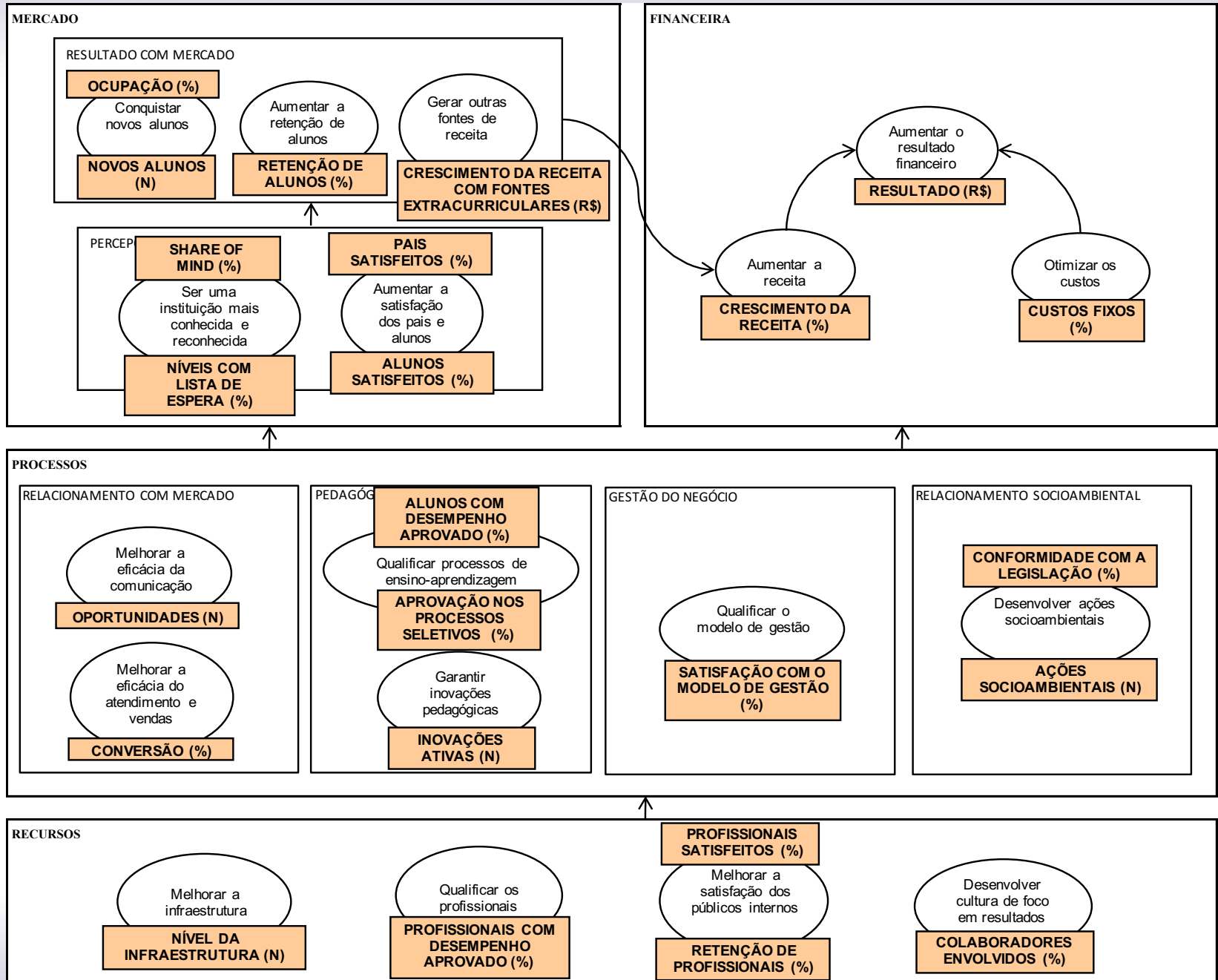
## 2.3

# INDICADORES E METAS ESTRATÉGICAS

## O que são Indicadores Estratégicos

- Servem para o monitoramento do progresso dos objetivos estratégicos definidos.
- Cada objetivo deve ter pelo menos um indicador relacionado.
- Cada indicador deve ter um período de medição estabelecido (mensal, trimestral, semestral ou anual)

# INDICADORES DE DESEMPENHO



# DESCRIÇÃO DOS INDICADORES

N	Indicador	Descrição
1	Resultado (R\$)	Mede o resultado monetário líquido gerado no período
2	Crescimento da Receita (%)	Mede o crescimento da receita líquida do período em relação ao mesmo período do ano anterior
3	Custo Fixo (%)	Mede a relação entre o custo fixo do período com a receita do mesmo período
4	Novos Alunos (N)	Mede a quantidade de novos alunos ingressos no período
5	Ocupação (%)	Mede o percentual de vagas ocupadas em todos os níveis do Colégio
6	Retenção de Alunos (%)	Mede o percentual de alunos que mantiveram-se em relação ao período anterior
7	Cresc da Receita com Fontes Extracurriculares (%)	Mede a receita gerada com serviços e fontes extracurriculares
8	Share of Mind (%)	Mede o percentual de cidadãos pesquisados que citaram o João XXIII como referência em Ensino Médio de Porto Alegre
9	Níveis com Lista de Espera (%)	Mede o percentual dos níveis, séries e anos com lista de espera no período
10	Pais Satisfeitos (%)	Mede o percentual dos pais satisfeitos na pesquisa de satisfação
11	Alunos Satisfeitos (%)	Mede o percentual dos alunos satisfeitos na pesquisa de satisfação
12	Oportunidades (N)	Mede a quantidade de famílias interessadas em ingressar no Colégio
13	Conversão (%)	Mede o percentual de oportunidades convertidos em matrículas
14	Aprovação nos Processos Seletivos (%)	Mede o percentual de alunos que realizaram e foram aprovados nos processos seletivos escolhidos
15	Alunos Aprovados sem Recuperação (%)	Mede o percentual de alunos que foram aprovados na avaliação de desempenho trimestral, antes da recuperação
16	Inovações Ativas (N)	Mede a quantidade de práticas pedagógicas ofertadas consideradas como únicas ou diferenciadas em nosso mercado alvo
17	Satisfação com o Modelo de Gestão (%)	Mede o percentual dos colaboradores pesquisados que estão satisfeitos com o atual modelo e processo de gestão
18	Ações Socioambientais (N)	Mede a quantidade de ações socioambientais ativas no período
19	Conformidade com a Legislação (%)	Mede o percentual de requisitos da legislação da filantropia plenamente atendidos pelo Colégio
20	Nível da Infraestrutura (N)	Mede a nota média dos itens de infraestrutura disponíveis no período
21	Profissionais com Desempenho Aprovado (%)	Mede o percentual de professores e funcionários com desempenho aprovado na Avaliação de Desempenho
22	Profissionais Satisfeitos (%)	Mede o percentual de professores (incluindo Equipe Pedagógica) e funcionários satisfeitos com a organização
23	Retenção de Profissionais (%)	Mede o percentual de professores e funcionários que mantiveram-se no emprego em relação ao período anterior
24	Colaboradores Envolvidos (%)	Mede o percentual de colaboradores (de todos os públicos internos) com participação ativa no processo de gestão de resultados

## O que são Metas Estratégicas

- Uma meta define o resultado desejado para um indicador em determinado período futuro.
- Pode ser um R\$, % ou N, conforme característica de cada indicador.

# DEFINIÇÃO DE METAS

N	Indicador	Periodicidade de Medição	Periodicidade da Meta	Metas
1	Resultado (R\$)	Trimestral	Anual	R\$ 3,3K em 2018
2	Crescimento da Receita (%)	Trimestral	Trimestral	15% em 2018
3	Custo Fixo (%)	Trimestral	Anual	a definir
4	Novos Alunos (N)	Trimestral	Anual	180 até mar/18
5	Ocupação (%)	Trimestral	Anual	94,4% em mar/18; 95,5% em mar/19
6	Retenção de Alunos (%)	Trimestral	Anual	94,5% em mar/18; 95,5% em mar/19
7	Cresc da Receita com Fontes Extracurriculares (R\$)	Trimestral	Semestral	10% para 17/2; 17,5% para 18/1; 25% para 18/2
8	Share of Mind (%)	Mensal	Mensal	a definir
9	Níveis com Lista de Espera (%)	Trimestral	Anual	40% em mar/18; 60% em mar/19
10	Pais Satisfeitos (%)	Anual	Anual	75% em dez/17
11	Alunos Satisfeitos (%)	Anual	Anual	75% em dez/17
12	Oportunidades (N)	Trimestral	Anual	a definir
13	Conversão (%)	Trimestral	Anual	a definir
14	Aprovação nos Processos Seletivos (%)	Anual	Anual	75% até abr/18; 80% abr/20
15	Alunos Aprovados sem Recuperação (%)	Trimestral	Trimestral	a definir
16	Inovações Ativas (N)	Semestral	Semestral	Dez/17: 33; Jun/18: 33; Dez/18: 36
17	Satisfação com o Modelo de Gestão (%)	Anual	Anual	75% em dez/17
18	Ações Socioambientais (N)	Trimestral	Trimestral	a definir
19	Conformidade com a Legislação (%)	Semestral	Semestral	100% em dez/17
20	Nível da Infraestrutura (N)	Semestral	Semestral	a definir
21	Profissionais com Desempenho Aprovado (%)	Anual	Anual	a definir
22	Profissionais Satisfeitos (%)	Anual	Anual	a definir
23	Retenção de Profissionais (%)	Trimestral	Anual	a definir
24	Colaboradores Envolvidos (%)	Semestral	Semestral	a definir



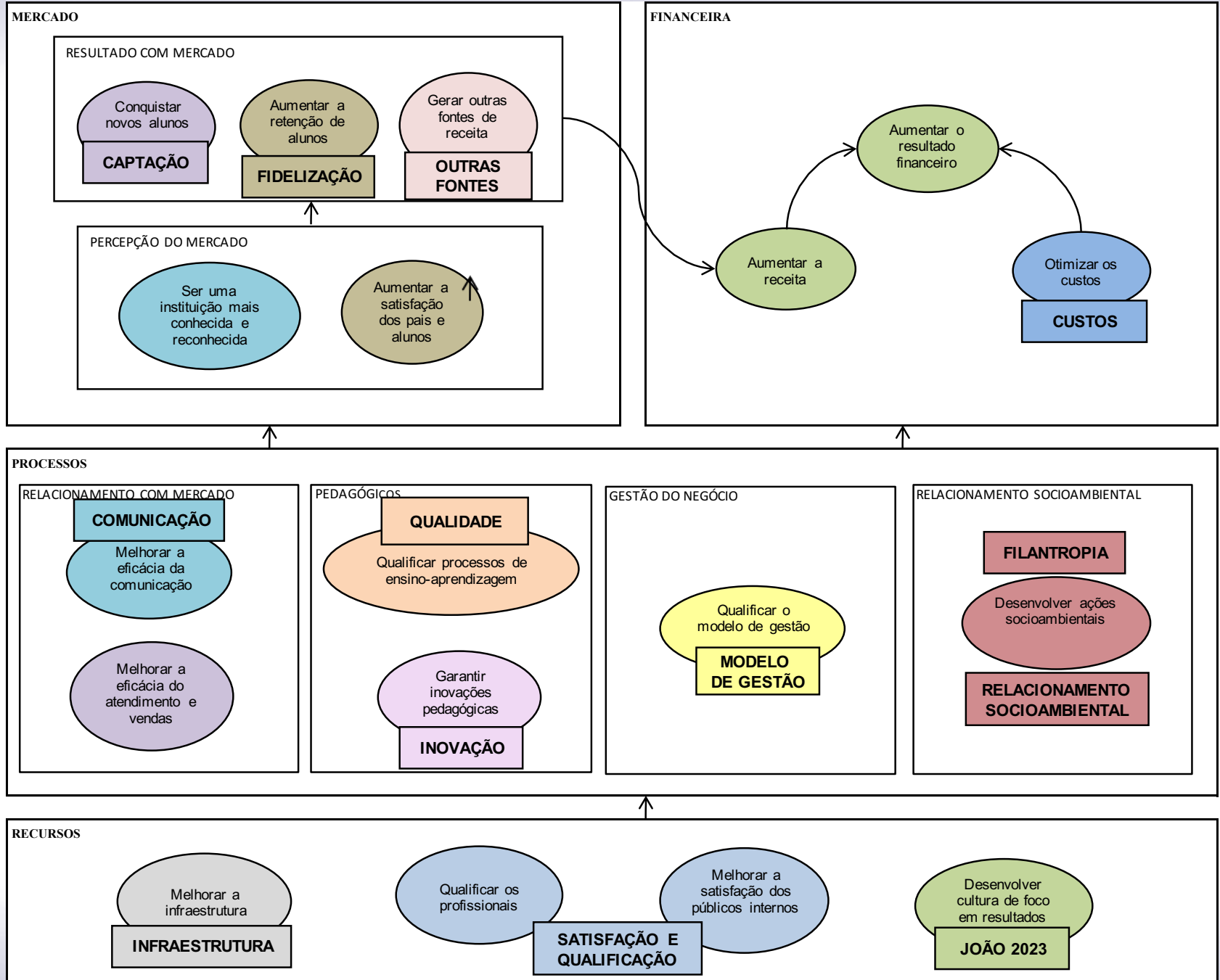
## 2.4

# AÇÕES ESTRATÉGICAS

## O que são Ações Estratégicas

- As ações representam aquilo que deverá ser executado para que as metas dos indicadores sejam alcançadas.
- São as ações que farão que a instituição migre do “estado atual” para o “estado desejado”.
- Cada Ação/Projeto será desenvolvida por um Comitê de Execução do Planejamento Estratégico.

# AÇÕES ESTRATÉGICAS



## DEFINIÇÃO DE AÇÕES E COMITÊS

Objetivo(s)	Indicador(es)	Ação/Comitê	
Conquistar novos alunos	Novos Alunos (N)	1	Captação
	Ocupação (%)		
Melhorar a eficácia do atendimento e vendas	Conversão (%)		
Aumentar a retenção de alunos	Retenção de Alunos (%)	2	Fidelização
Aumentar a satisfação dos pais e alunos	Pais Satisfeitos (%)		
	Alunos Satisfeitos (%)		
Gerar outras fontes de receita	Cresc da Receita com Fontes Extracurriculares (R\$)	3	Outras Fontes
Otimizar os custos	Custo Fixo (%)	4	Custos
Ser uma instituição mais conhecida e reconhecida	Share of Mind (%)	5	Comunicação
	Nível/Série/Ano com Lista de Espera (%)		
Melhorar a eficácia da comunicação	Oportunidades (N)		
Qualificar processos de ensino-aprendizagem	Aprovação nos Processos Seletivos (%)	6	Qualidade do Ensino
	Alunos com Desempenho Aprovado (%)		
Garantir inovações pedagógicas	Inovações Ativas (N)	7	Inovação
Qualificar o modelo de gestão	Satisfação com o Modelo de Gestão (%)	8	Modelo de Gestão
Desenvolver ações socioambientais	Ações Socioambientais (N)	9	Relacionamento Socioambiental
Desenvolver ações socioambientais	Conformidade com a Legislação (%)	10	Filantropia
Melhorar a infraestrutura	Nível da Infraestrutura (N)	11	Infraestrutura
Qualificar os profissionais	Profissionais com Desempenho Aprovado (%)	12	Satisfação e Qualificação
Melhorar a satisfação dos públicos internos	Profissionais Satisfeitos (%)		
	Retenção de Profissionais (%)		
Desenvolver cultura de foco em resultados	Resultado (R\$)	13	João 2023
	Crescimento da Receita (%)		
	Colaboradores Envolvidos (%)		

## PARTICIPANTES DOS COMITÊS

Ação/Comitê		Coordenador	Membros do Comitê
1	Captação	Alencar	Fernanda, Rosinha, Rosane, Marcello
2	Fidelização	José Carlos	Angélica, Márcia, Roger, Rosane, Joice
3	Outras Fontes	Sérgio	Andréa, Fátima, Alexandre, Sílvio
4	Custos	Fátima	Alencar, Gilberto, Ivan, Priscila
5	Comunicação	Diretor de Comunicação (Edgar)	Anelori, Luana, Eliane, Rosina, Patrick, Cristina P
6	Qualidade do Ensino-Aprendizagem	Direção Pedagógica (Anelori)	Maria Tereza, Mirian, Daniel Soares, Rosa Ely, JB Aguiar
7	Inovação	Supervisão Pedagógica (SSP) (Mirian)	Anelori, Ianne, Cida, Ana Paula, Cristiane, Márcia
8	Modelo de Gestão	Laura	Maria Luiza, Cristina P, Ianne, Eder, Alexandre, Candice
9	Relacionamento Socioambiental	Maria Tereza	Demétrio, Eunice, Roger, Marina
10	Filantropia	Coordenador da Comissão de Filantropia (Candice)	Denise, Fátima, Daniel S, Anelori, Fernanda
11	Infraestrutura	Diretor de Patrimônio (Demetrio)	Alexandre, Sílvio, Ronaldo, Martin, José Carlos
12	Satisfação e Qualificação	Adriana	Maria Fernanda, Júlia, Juliette, Izaías
13	João 2023	Presidente (Laura)	Alencar, José Carlos, Sérgio, Fátima, Edgar, Anelori, Mirian, Maria Tereza, Candice, Demetrio, Adriana

# Comitê: CAPTAÇÃO

Objetivo(s)	Indicador(es)	Metas
Conquistar novos alunos	Novos Alunos (N)	180 até mar/18
	Ocupação (%)	94,4% em mar/18; 95,5% em mar/19

## SUGESTÕES DE AÇÕES DE MELHORIA

Mídias sociais (mostrar o que temos)

Canal Youtube

Associação dos amigos

Evento "traga um amigo para a escola"

Nova unidade de Educação Infantil

Seminários internos

Valorização dos talentos

Antecipar matrículas

Propaganda de apoio às matrículas

Tornar visível informações sobre o período de matrícula

Mensalidade competitiva com o mercado

Recaptura de alunos que saíram

Ampliação do turno integral (JL)

Revisar limites de alunos por turma (alunos gostam de turmas maiores)

Buscar maior conhecimento dos concorrentes (o q oferecem, mensalidades)

Crescer em outras regiões, mantendo modelo/espço

O que vende escola é o boca a boca. Pensar em forma de incentivar o boca a boca.

Repensar critério de seleção: ordem de chegada?

Revisar os descontos para professores, fidelidade, segundo filho

# Comitê: FIDELIZAÇÃO

Objetivo(s)	Indicador(es)	Metas
Aumentar a retenção de alunos	Retenção de Alunos (%)	94,5% em mar/18; 95,5% em mar/19
Aumentar a satisfação dos pais e alunos	Pais Satisfeitos (%)	75% em dez/17
	Alunos Satisfeitos (%)	75% em dez/17

## SUGESTÕES DE AÇÕES DE MELHORIA

Fortalecimento, articulação e vínculos com a comunidade: esportes, arte, música, saúde, coral, APJ, associação de amigos

Processo de entrada, acompanhamento e saída de alunos (rotina)

Diretoria Social

Fidelização pelo conteúdo (PPP)

Informação curricular

Revelar o currículo vivo (pais bem informados são pais parceiros; transmite segurança às famílias)

Comunicar e "vender" a proposta pedagógica

Canal de comunicação para solução de impasses e maior agilidade

Promover projetos que potencializem diferentes conhecimentos dos estudantes, fazendo com que sejam protagonistas em intercâmbios - entre estudantes e professores

Trabalhar motivos de saídas

Trabalhar grupos (alunos e famílias) que incentivam as saídas

Fidelizar através da maior interação entre famílias

Fomentar o pertencimento

# Comitê: OUTRAS FONTES

Objetivo(s)	Indicador(es)	Metas
Gerar outras fontes de receita	Crescimento da Receita com Fontes Extracurriculares (%)	10% para 17/2; 17,5% para 18/1; 25% para 18/2

## SUGESTÕES DE AÇÕES DE MELHORIA

Cursos de formação (interno e externo)
Locação de espaços para publicidade (com regras)
Locação de espaços físicos (salas, quadras, eventos, estacionamento)
Atividades esportivas para a comunidade escolar
Ampliação das oficinas (arte, culinária, marcenaria, mosaico)
Cartão fidelidade/convênios/parceria
Eventos/apresentações artísticas (música, teatro, cinema comentado, atividades culturais)
Jantares/almoços para campanhas específicas; bazares
Incentivos fiscais, Lei Rouanet, LIC
Crowdfunding
Oficinas de alunos e ex-alunos (teatro, música, cinema)
Curso de formação (CETREIN) para pais e profissionais
Visitas orientadas
Horários esportivos para pais
Publicidades externas
Curso de especialização (parceria com universidade)
Núcleo audiovisual (canal Youtube)
Editores para produção e publicação dos conteúdos e projetos do João
Associação (e doações) de Ex-Pais/Alunos
Parcerias para financiar investimentos em infraestrutura (vide modelo Santa Casa)
Parte dos alunos do Pé de Feijão pagar alguma mensalidade



# Comitê: CUSTOS

Objetivo(s)	Indicador(es)	Metas
Otimizar os custos	Custo Fixo (%)	a definir

# Comitê: COMUNICAÇÃO

Objetivo(s)	Indicador(es)	Metas
Ser uma instituição mais conhecida e reconhecida	Share of Mind (%)	a definir
	Nível/Série/Ano com Lista de Espera (%)	40% em mar/18; 60% em mar/19
Melhorar a eficácia da comunicação	Oportunidades (N)	a definir

## SUGESTÕES DE AÇÕES DE MELHORIA

Estabecer o ponto de equilíbrio entre o "pudor excessivo" e o mercantilismo. O que não "macula" a essência do João?

Qualificar o boca-a-boca como forma principal de divulgação: cadastros da comunidade escolar, cadastros de ex-alunos e amigos, uso de mídias sociais (TV Youtube, Facebook, App da escola)

Mídia externa (espontânea e paga)

Assessoria de imprensa

Publicação de pesquisas e trabalhos dos profissionais do João

Padronização dos processos da comunicação (atendimento/apresentação do colégio)

Informar a comunidade sobre a escola (comunicação interna)

Melhorar canais externos

Reafirmar as posições da escola

Monitoramento das redes sociais (atribuição de resposta dependendo da matéria)

Vídeo institucional com patrocínio de postagem

Comunicação alternativa

Ações presenciais (encontros humanos)

Recepção aos pais (informar sobre o João)

Comunicação externa tradicional ?

Temos que assumir e comunicar que somos uma escola laica

Temos que "apresentar" o João à comunidade de Porto Alegre (é quase que desconhecido)

## Comitê: QUALIDADE DO ENSINO-APRENDIZAGEM

Objetivo(s)	Indicador(es)	Metas
Qualificar processos de ensino-aprendizagem	Aprovação nos Processos Seletivos (%)	75% até abr/18; 80% abr/20
	Alunos com Desempenho Aprovado (%)	a definir

### SUGESTÕES DE AÇÕES DE MELHORIA

Avaliação 360 graus
Continuidade dos seminários de estudos
Participação de professores e equipe técnica em eventos científicos
Participação da equipe de apoio em seminários, estudos e reuniões
Percepção do aluno em seu processo de aprendizagem (autoavaliação; ouvir o aluno)
Processo de feedback aos professores
O ensino-aprendizagem para além dos muros da escola: aprendizagem cidadã
Produções científicas
Política de inclusão
Período de reuniões (4.a feira: planejamento, estudo, alunos...)
Experiências significativas (exploração do tema, "falação" do momento vivido)
1 período de planejamento para professores
Apoiar a formação continuada do professor, qualificando o profissional
Apoio pedagógico, para alunos com dificuldade (PAB) e alunos que apresentam facilidade (desafiar sempre)
Família-escola-aluno na busca da qualidade da educação
Repensar o significado da média 6
Dar continuidade ao trabalho que já é focado na disciplina escolar
Foco nas questões formativas no EM
Precisamos descrever, comunicar e assumir mais claramente nossa proposta pedagógica
Maior ambiente de escuta e de opinião para professores
Maior integração entre Etapas
Ter uma equipe de professores full time
Proposta pedagógica também deve conter "limites"

# Comitê: INOVAÇÃO

Objetivo(s)	Indicador(es)	Metas
Garantir inovações pedagógicas	Inovações Ativas (N)	Dez/17: 33; Jun/18: 33; Dez/18: 36

## SUGESTÕES DE AÇÕES DE MELHORIA

Escola em tempo integral (turma piloto, multi-idades)

Horário diferenciado: 9-15h

Novo Ensino Médio - Novo formato com as mudanças legais

Práticas pedagógicas com turmas mistas (5.o e 6.o anos; 7.o com 8.o ano)

Fóruns de discussão / Semana acadêmica / Aluno monitor

Aplicação de recursos tecnológicos

Interdisciplinas

Tecnologia/espço e tempo mais orgânicos

Rede com outros alunos do mundo

Ressignificação de ambientes

Espço de pesquisa (professor e aluno)

Profissionalizar os processos de inovação de ensino-aprendizagem

Ter coragem/ousadia (protagonismo do professor)

Novo ensino médio (núcleos de trabalho a partir de projetos de pesquisa)

Espaços de compartilhamento de aprendizagem

Estética e ética juntos ao pensar os espaços

Projeto de tablet (laboratório móvel)

Para inovarmos precisamos dar mais margem aos erros. Erro faz parte da aprendizagem.

Parcerias com Universidades e Escolas estrangeiras, com linha pedagógica similar

# Comitê: MODELO DE GESTÃO

Objetivo(s)	Indicador(es)	Metas
Qualificar o modelo de gestão	Satisfação com o Modelo de Gestão (%)	75% em dez/17

## SUGESTÕES DE AÇÕES DE MELHORIA

Conselho Deliberante: forma de eleição; tempo de gestão; qualificação dos conselheiros	Rever pauta das reuniões do Conselho (pauta muito fechada e operacional)
Ideia/sugestão de representante de turma	Formação para ser Conselheiro antes da escolha
Estrutura jurídica da Fundação (Filiais, Cetrein, núcleo audiovisual)	Regra para ser Conselheiro: após x anos no Colégio
Representante pedagógico na Fundação	Deve haver uma regra para cargo de Diretor
Tornar a ponte Administrativo-Pedagógico-Fundação mais proveitosa	Maior e melhor preparação dos conselheiros para exercício da função
Especialização para profissionais do João promovida pelo Cetrein	Conselho precisa entender e acreditar na proposta pedagógica
Feedback para funcionários	Atualizar Regimento e Estatuto
Trabalhar liderança na reunião do C.A.	Ter um Conselho Consultivo, incluindo externos
Revisar e simplificar organograma atual (Fundação+Instituto)	Maior descentralização na Gerência Administrativa (é cultura do Colégio)
Avaliação dos setores	Avaliação da Diretoria deveria ser uma atribuição do Conselho
Continuidade do Planejamento Estratégico	Conselheiro Suplente deveria, automaticamente, tornar-se titular
Dificuldade na tomada de decisão (quem decide?); Fundação x Escola	Avaliar implantação de Diretoria Executiva
Realização de pesquisas de opinião em todos os segmentos (buscar feedback; ter periodicidade)	Definir e comunicar claramente responsabilidades do Conselho e da Diretoria
Eleição para Direção das Unidades, para oxigenar e fortalecer a proposta democrática da escola	Implantar sistema de BI (Business Intelligence) para suprir gestores com informações gerenciais
Repensar critério de seleção de conselheiros	Definir e agilizar os processos de trabalho

# Comitê: RELACIONAMENTO SOCIOAMBIENTAL

Objetivo(s)	Indicador(es)	Metas
Desenvolver ações socioambientais	Ações Socioambientais (N)	a definir

## SUGESTÕES DE AÇÕES DE MELHORIA

Conscientização ecológica da comunidade escolar

Otimização do uso de: água, energia elétrica, materiais escolares, materiais de construção, materiais de consumo

Comunicação interna e externa em meio eletrônico / app do colégio

Transporte solidário

Acessibilidade em todos os ambientes

Plano Diretor / Construções ecológicas

Fontes alternativas: energia solar/eólica, água/cisterna

Filantropia - manutenção

Qualificar campanhas de cunho humanitário

SECOM Serviço comunitário / voluntariado: creche Boa Esperança, inclusão digital, oficinas

Humanizar o entorno da escola (escola assumir sua responsabilidade social)

Retomar o Plano Diretor (organização do espaço socioambiental)

Prédios com energia solar

Ações/experiências socioambientais (envolvendo a comunidade): plantios, cisternas, separação do lixo

Campanha de conscientização socioambiental; interlocução com os funcionários

Revitalizar projeto de trânsito (transitar)

# Comitê: FILANTROPIA

Objetivo(s)	Indicador(es)	Metas
Desenvolver ações socioambientais	Conformidade com a Legislação (%)	100% em dez/17

# Comitê: INFRAESTRUTURA

Objetivo(s)	Indicador(es)	Metas
Melhorar a infraestrutura	Nível da Infraestrutura (N)	a definir

## SUGESTÕES DE AÇÕES DE MELHORIA

Execução do Plano Diretor (por partes)	Publicidade no muro da escola (Rua Orfanotrófio)
Parte elétrica (gerador, ar condicionado)	Estruturas cobertas para dias de chuva
Melhorar acesso à internet, wi-fi	Estacionamento (estruturas com bloquetes de concreto)
Sala dos professores: tamanho e mobiliário (única)	Execução do projeto da horta
Teatro/Auditório (Lei Rouanet)	Acústica da sala do grupo de música e ventilador
Catraca com crachá na portaria	Banheiros: refeitório, campão e infantil
Avaliar aparência da cantina	Climatização das salas
Ampliar estacionamento	Mobiliário adequado / equipamentos multimídia
Setorizar reformas	Quadras cobertas
Mutirão de pais	Mais salas de entrevistas
Canteiro central na frente da escola (identificação e divulgação)	Sala dos professores (infantil e 1.o-5.o)
Placa na fachada externa (luminosa?)	Joãozinho Legal: passar para o espaço do 1.o ao 5.o ano (sala de Educação Física e música do Infantil)
Lixo: separação efetiva	Efetivação das salas de ambiente
Biblioteca demanda mais pessoas para atendimento	Falta um espaço para exposições
Não deveríamos ter reduzido os laboratórios	Piscina
Salas de 6.o e 8.o com infra escassa	Evitar remendinhos
Salas de atendimento aos pais	



# Comitê: SATISFAÇÃO E QUALIFICAÇÃO

Objetivo(s)	Indicador(es)	Metas
Qualificar os profissionais	Profissionais com Desempenho Aprovado (%)	a definir
Melhorar a satisfação dos públicos internos	Profissionais Satisfeitos (%)	a definir
	Retenção de Profissionais (%)	a definir

## SUGESTÕES DE AÇÕES DE MELHORIA

Ouvidoria interna - escuta dos funcionários / formulário / caixinha (pesquisa com foco qualitativo)	Encontros de representação de grupos
Plano de cargos e salários	Política de relações humanas
Plano de Carreira (problema da aposentadoria; pode-se ficar até cansar)	Valorização de funcionários (plano de capacitação permanente, aniversários, implantação de plano de cargos e salários)
Oportunidade de qualificação continuada	Seminários para todas as áreas
Práticas de integração de RH	Hora para planejamento
APJ (P:profissionais)	Estágio e pesquisa para profissionais
Revitalizar Associação de Professores	Previdência privada
Sala dos professores. Espaços de convivência compartilhado com os funcionários	Possibilitar maior ambiente de escuta e de opinião para professores
Melhorar comunicação interna	Maior integração entre Etapas
Melhorar integração de equipes	Professores poderiam ter uma renda extra através da oferta de cursos extracurriculares
Espaço integrado para profissionais	

# Comitê: JOÃO 2023

Objetivo(s)	Indicador(es)	Metas
Desenvolver cultura de foco em resultados	Resultado (R\$)	a definir
	Crescimento da Receita (%)	a definir
	Colaboradores Envolvidos (%)	a definir

# **PARTE 3**

# **PRÓXIMOS PASSOS**

# PROJETO JOÃO 2023: ROTINA DE EXECUÇÃO

- Execução das Ações (via Comitês).
- Medição dos Indicadores.
- Report do status dos indicadores e ações através de SIG (planilha) e Gestão à Vista.
- Ações contínuas de comunicação para os diferentes públicos.
- Revisão anual do Planejamento Estratégico.
- Alinhamento com o Orçamento.
- Coordenação através do Comitê do Projeto João 2023.



Acesse o site e conheça mais:  
[www.beringer.com.br](http://www.beringer.com.br)