

Planejamento Estratégico SMCC-24/25

Faz bem estar aqui



Atualizado em 03.02.26



As Diretrizes do SMCC

Propósito – Visão de Futuro – Valores

Propósito



Proporcionar aos associados a cultura do bem estar, condições de lazer, qualidade de vida, atividades esportivas, sociais e culturais, em harmonia com a natureza, entendendo o valor do ser humano e das relações humanas

Visão de Futuro

Ser reconhecido como o melhor clube de campo do sul do Brasil, com excelência em infra estrutura e na qualidade de suas atividades e serviços



Valores



Ética | Agir em conformidade com os valores, regras e condutas estabelecidas

Tradição e História | Preservação da cultura e da história do Santa Mônica para contribuir na formação das novas gerações

Harmonia | As atividades sociais, esportivas e recreativas como ferramenta de contribuição para a cidadania e o desenvolvimento integral do ser humano

Segurança e Sociabilidade | A percepção da segurança como base para a sociabilidade em todas as suas manifestações

Inovação | A certeza de que a reinvenção é o elo para a sobrevivência

Respeito | Incentivar relações positivas entre as pessoas considerando as suas necessidades, assim como ao patrimônio e à natureza

Transparência | Informar atos de gestão de forma clara, no momento adequado, através de todos os canais de comunicação

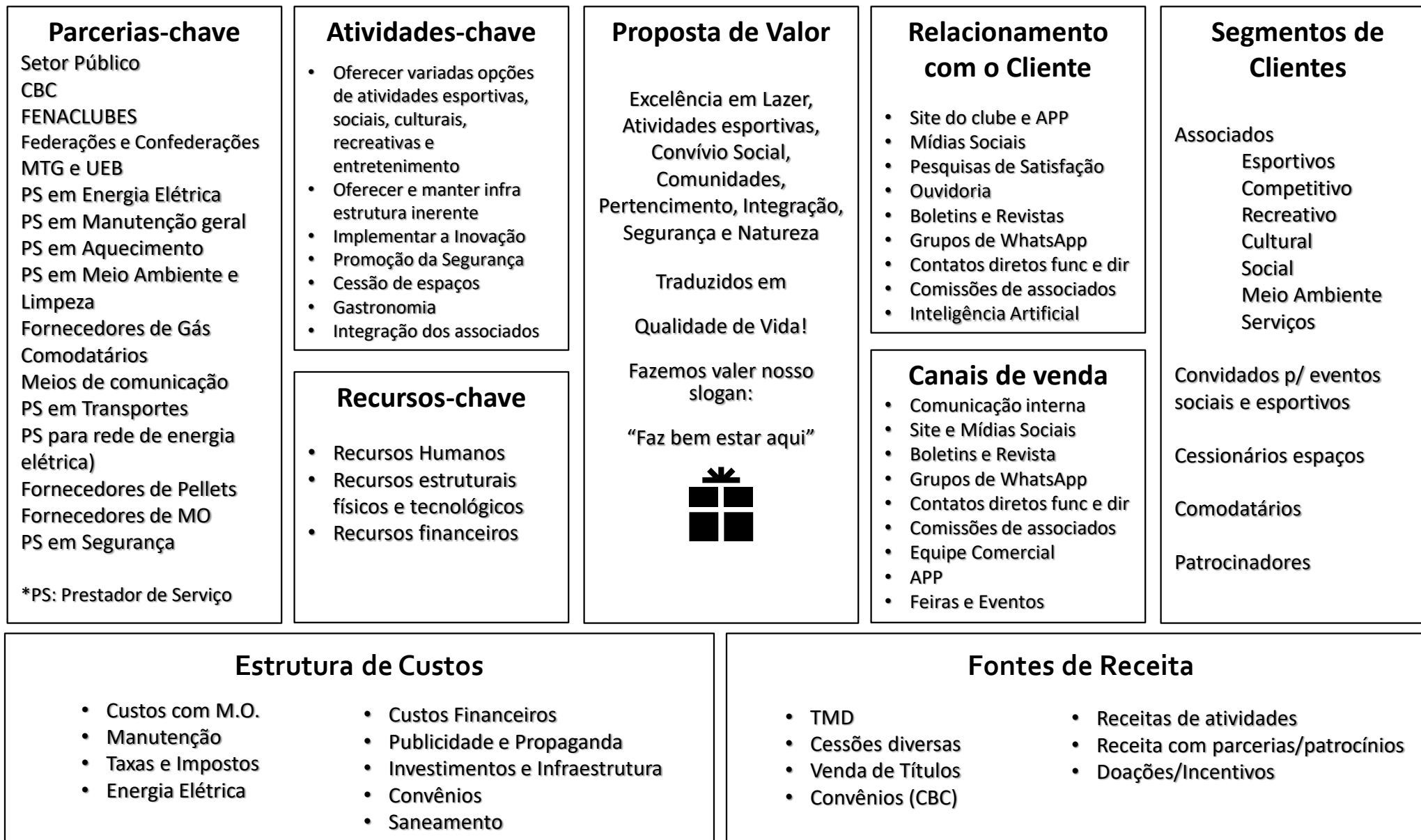
Sustentabilidade | Maximizar e potencializar o uso de recursos com responsabilidade

Comprometimento | Estar presente e gerir de forma a contribuir com a perenidade do Clube

BUSINESS MODEL CANVAS

SANTA MÔNICA CLUBE DE CAMPO

Revisado em Mar/2024



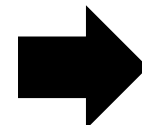
Os Pilares de Crescimento

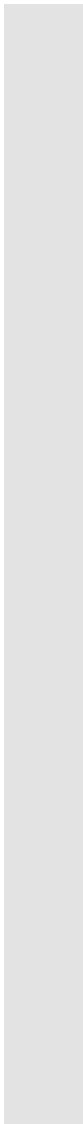


Os Pilares são as **Estratégias Centrais** que moldam o planejamento estratégico do clube;

Os **vinte Objetivos Estratégicos** definidos visam atender, direta ou indiretamente, aos 3 Pilares de Crescimento definidos para o Santa Mônica.

Os Pilares de Crescimento do Santa Mônica Clube de Campo 2024/25

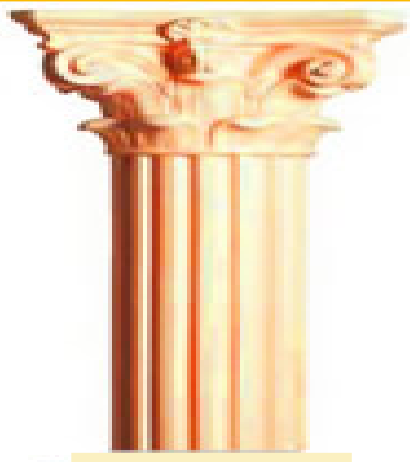




O significado que está contido em cada Pilar

1

Transformação com Inovação



Receita

- ✓ Novo Modelo de Negócio, novos formatos de Receita
- ✓ Gestão 4.0 com B.I.*

Atenção ao Associado

- ✓ Criar Área Inteligência de Mercado
- ✓ Visão em “W” – todos estão incluídos

Estrutura

- ✓ Novos formatos para o Entretenimento
- ✓ Novos espaços para Novas Atividades

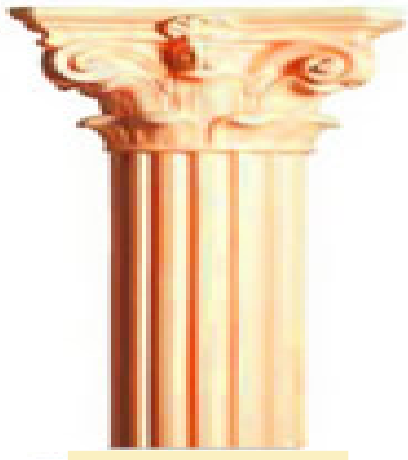
Inteligência Artificial

- ✓ Smart+ : Uso massivo da IA** e IAGen em todas as áreas do clube

*Business Intelligence

**Inteligência Artificial

2 Marketing Vigoroso



Comunicação

- ✓ Concierge Físico e Digital
- ✓ Rádio SM + Sonorização no clube
- ✓ Painel eletrônico gigante: "A Vida no SM"
- ✓ Uso intensivo da IAGen na criação das campanhas

Gestão de Dados

- ✓ Transformar a Experiência do associado
- ✓ Personalização dos Dados 1P1 para maximizar a fidelização
- ✓ Ouvir melhor/Empatia Humana + Suporte Tecnológico com IA
- ✓ Banco de Dados – um só lugar

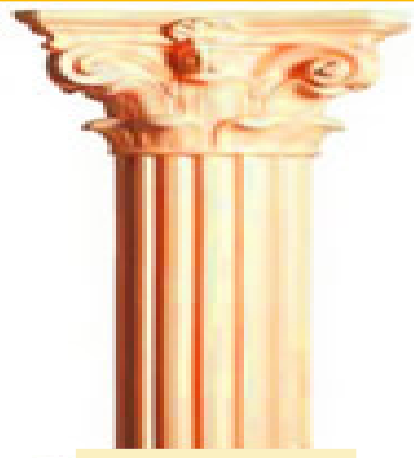
Entretenimento

- ✓ Entretenimento Xmídia
- ✓ Novos modelos: Arena de Games e Gamificação

Vendas

- ✓ Novo modelo de Vendas fortalecendo a marca
- ✓ Experiências Imersivas (vendas e esportes)
- ✓ Eventos Pop-up em locais estratégicos
- ✓ Participação em Feiras e Eventos

3 Tripla Sustentabilidade



Ambiental

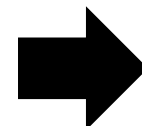
- ✓ Gestão Ambiental responsável e visível
- ✓ Eleger os ODS para os próximos 2 anos
- ✓ Atuação educativa com a cadeia de fornecedores para redução da pegada de carbono + ações sustentáveis
- ✓ Adoção da Economia Circular
- ✓ Contabilizar os impactos Intangíveis (KPIs)

Social

- ✓ Ampliar as ações de Responsabilidade Social visando crianças, mulheres e Idosos
- ✓ Contabilizar os impactos Intangíveis (KPIs)

Governança

- ✓ Os 7 Elementos da Governança do SMCC*
- ✓ Contabilizar os impactos Intangíveis (KPIs)



* Os 7 Elementos da Governança do SMCC

1. **Estrutura Organizacional Clara (não formal)**
 - **Definir Papéis e Responsabilidades:** Especificar claramente os papéis e responsabilidades de cada conselho administrativo e dos associados. Isso inclui a definição de competências, autoridades e limites de decisão
2. **Transparência e Comunicação (Usando o BI)**
 - **Relatórios Regulares:** Produzir relatórios financeiros e operacionais regulares e disponibilizá-los aos associados. Isso inclui balanços, demonstrações de resultados, e relatórios de atividades.
3. **Manter canais de comunicação (usando diferentes recursos)**
 - Estabelecer canais de comunicação eficientes para que os associados possam tirar dúvidas, apresentar sugestões e cobrar informações sobre as atividades do clube, promovendo o diálogo e a transparência.
4. **Controles Internos e Auditoria (Via Controladoria)**
 - **Sistema de Controle Interno:** Desenvolver e manter um sistema robusto de controle interno para prevenir fraudes e garantir a integridade dos registros financeiros.
5. **Participação e Inclusão dos Associados**
 - **Consulta aos Associados:** Criar mecanismos para que os associados possam expressar suas opiniões e participar ativamente nas decisões do clube. Isso pode incluir pesquisas, comitês consultivos, e plataformas de feedback (Typeform). **(Ouvidoria, Comissões de Associados)**
6. **Planejamento Estratégico e Monitoramento**
 - **Planejamento Estratégico:** Desenvolver um plano estratégico de longo prazo com metas claras e mensuráveis. Revisar e atualizar este plano regularmente.
 - **Indicadores de Desempenho:** Estabelecer KPIs (indicadores-chave de desempenho) para monitorar o progresso em relação aos objetivos estratégicos e operacionais. Relatar regularmente esses indicadores aos associados. **(Via BI)**
7. **Gestão de Riscos**
 - **Identificação de Riscos:** Implementar um processo para identificar, avaliar e mitigar riscos potenciais que possam impactar o clube. Isso inclui riscos financeiros (inadimplência), operacionais, acidentes em eventos, reputacionais e legais.
 - **Plano de Contingência:** Desenvolver planos de contingência para lidar com crises e emergências, garantindo que o clube possa responder de maneira eficaz a situações imprevistas.

Objetivos Estratégicos na metodologia BSC – Balanced Scorecard

Planejamento Estratégico do Santa Mônica Clube de Campo – 2024/25



Os Pilares

1
**TRANSFORMAÇÃO
COM INOVAÇÃO**

2
**MARKETING
VIGOROSO**

3
**TRIPLA
SUSTENTABILIDADE**

Objetivos da Perspectiva Financeira

**1- Obter Finanças
Superavitárias**

**2 – Estabelecer o
Novo Modelo de
Negócio**

**3 – Impulsionar
Crescimento em
Vendas**

Objetivos da Perspectiva Associados

**1 – Implantar a
Visão em “W”**
Todos estão incluídos

**2 – Buscar Eficácia
na Comunicação**

**3 – Ampliar o
Convívio Social**

4 – Ouvir o Sócio
Empatia Humana com
Suporte Tecnológico

Objetivos da Perspectiva Processos Internos

**1 – Introduzir
Campanha Branding
e Experiência do
Cliente**

**2 – Estruturar área
de Inteligência de
Mercado**

**3 – Dando início a
um Novo Ciclo no
SM**

**4 – Incrementar a
Gestão 4.0**

**5 – Readequar a
Estrutura de
Segurança**

**6 – Projeto SM26
para a Gastronomia**

**7 – Gestão
Ambiental
Responsável e
Visível**

**8 – Ações para um
Esporte
Transformador**

**9 – Reestruturar a
Diretoria
Administrativa**

Objetivos da Perspectiva Crescimento e Aprendizado

**1 – Gestão e
Desenvolvimento
de Pessoas**

**2 – Governança
Corporativa e
Responsabilidade
Social**

**3 – Projetos de
Infraestrutura
Física**

**4 – Criar o Centro
SM de Tecnologia e
Informação**

F ←
A ←
P ←
C ←

Planejamento Estratégico do Santa Mônica Clube de Campo – 2024/25

Os Pilares

1
**TRANSFORMAÇÃO
COM INOVAÇÃO**

2
**MARKETING
VIGOROSO**

3
**TRIPLA
SUSTENTABILIDADE**

Objetivos da Perspectiva Financeira

**1- Obter Finanças
Superavitárias**

**2 – Estabelecer o
Novo Modelo de
Negócio**

**3 – Impulsionar
Crescimento em
Vendas**

Objetivos da Perspectiva Associados

**1 – Implantar a
Visão em “W”**
Todos estão incluídos

**2 – Buscar Eficácia
na Comunicação**

**3 – Ampliar o
Convívio Social**

4 – Ouvir o Sócio
Empatia Humana com
Suporte Tecnológico

Objetivos da Perspectiva Processos Internos

**1 – Introduzir
Campanha Branding
e Experiência do
Cliente**

**2 – Estruturar área
de Inteligência de
Mercado**

**3 – Dando início a
um Novo Ciclo no
SM**

**4 – Incrementar a
Gestão 4.0**

**5 – Readequar a
Estrutura de
Segurança**

**6 – Projeto SM26
para a Gastronomia**

**7 – Gestão
Ambiental
Responsável e
Visível**

**8 – Ações para um
Esporte
Transformador**

**9 – Reestruturar a
Diretoria
Administrativa**

Objetivos da Perspectiva Crescimento e Aprendizado

**1 – Gestão e
Desenvolvimento
de Pessoas**

**2 – Governança
Corporativa e
Responsabilidade
Social**

**3 – Projetos de
Infraestrutura
Física**

**4 – Criar o Centro
SM de Tecnologia e
Informação**

F

A

P

C

P. E. do Santa Mônica Clube de Campo – 2024/25: Relação Objetivos X Pilares

Os Pilares

1

TRANSFORMAÇÃO
COM INOVAÇÃO

2

MARKETING
VIGOROSO

3

TRIPLA
SUSTENTABILIDADE

Objetivos da Perspectiva Financeira

- 1
3

1- Obter Finanças Superavitárias
- 1
2
3

2 – Estabelecer o Novo Modelo de Negócio
- 1
2

3 – Impulsionar Crescimento em Vendas

Objetivos da Perspectiva Associados

- 1
2
3

1 – Implantar a Visão em “W”
Todos estão incluídos
- 1
2

2 – Buscar Eficácia na Comunicação
- 2
3

3 – Ampliar o Convívio Social
- 1
2
3

4 – Ouvir o Sócio
Empatia Humana com Suporte Tecnológico

Objetivos da Perspectiva Processos Internos

- 1
2

1 – Introduzir Campanha Branding e Experiência do Cliente
- 1
2
3

2 – Estruturar área de Inteligência de Mercado
- 1
2

3 – Dando início a um Novo Ciclo no SM
- 1
2
3

4 – Incrementar a Gestão 4.0
- 1
3

5 – Readequar a Estrutura de Segurança
- 1
2
3

6 – Projeto SM26 para a Gastronomia
- 2
3

7 – Gestão Ambiental Responsável e Visível
- 1
2
3

8 – Ações para um Esporte Transformador
- 1
3

9 – Reestruturar a Diretoria Administrativa

Objetivos da Perspectiva Crescimento e Aprendizado

- 1
2
3

1 – Gestão e Desenvolvimento de Pessoas
- 2
3

2 – Governança Corporativa e Responsabilidade Social
- 1
2

3 – Projetos de Infraestrutura Física
- 1
2
3

4 – Criar o Centro SM de Tecnologia e Informação



P. E. do Santa Mônica Clube de Campo – 2024/25: Relação Causa e Efeito



PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO SMCC - BSC 2024/2025

Pilares

1

TRANSFORMAÇÃO
COM INOVAÇÃO

2

MARKETING
VIGOROSO

3

TRIPLA
SUSTENTABILIDADE



Financeira

1- Obter Finanças
Superavitárias

2 – Estabelecer o Novo
Modelo de Negócio

3 – Impulsionar
Crescimento
em Vendas

Associados

1 – Implantar a
Visão em “W”
Todos estão incluídos

2 – Buscar Eficácia
na Comunicação

3 – Ampliar o
Convívio Social

4 – Ouvir o Sócio
Empatia Humana com
Suporte Tecnológico

Processos Internos

1 – Introduzir Campanha
Branding e Experiência
do Cliente

2 – Estruturar área de
Inteligência de Mercado

3 – Dando Início a um
Novo Ciclo no SM

4 – Incrementar
a Gestão 4.0

5 – Readequar a
Estrutura
de Segurança

6 – Projeto SM26
para a Gastronomia

7 – Gestão Ambiental
Responsável e Visível

8 – Ações para um
Esporte Transformador

9 – Reestruturar a Diretoria
Administrativa

Crescimento e Aprendizado

1 – Gestão e
Desenvolvimento
de Pessoas

2 – Governança
Corporativa e
Responsabilidade Social

3 – Projetos de
Infraestrutura Física

4 – Criar o Centro
SM de Tecnologia e
Informação

F

A

P

C