

# PLANO DE AÇÃO 2024

## DIRETORIA

**Diretor-Presidente:** Rilder Flávio de Paiva Campos  
**Diretora Vice-Presidente:** Daniella Fernandes Paiva  
**Diretor Administrativo:** Ibernnon Martins Gomes  
**Diretora Técnica:** Rilma de Fátima Paiva Campos Lima  
**Diretora Social:** Sueli Câmara de Almeida

## CONSELHO FISCAL

Clara Fernandes Paiva Fernandes Rodrigues  
Karla Souza da Mota  
Tereza Elizabeth F. de Faria  
Fernando Paiva Campos

## CONSELHO CONSULTIVO

Aldo de Medeiros Lima Filho  
José Alexandre Pereira Pinto  
Sandra Lúcia Vianna Boff

## EQUIPE DE ELABORAÇÃO

**Superintendente:** Ana Járvis de Melo Campos  
**Gestora de Recursos Humanos:** Anne Karinne Dantas  
**Gestor da Central de Relacionamento:** Fábio Ferreira Silva  
**Equipe do Desenvolvimento Institucional:** Helder Ferreira Coutinho Filho, Maurício Manoel de Oliveira Junior e Michelle Phiffer Medeiros dos Santos  
**Gestor de Tecnologia da Informação e Comunicação:** Matheus Silva Lopes  
**Gestora da Equipe Técnica:** Maria Neide Borba Maia Filha  
**Gestora da SEMAC:** Swyslayne Sousa Lima  
**Gestora Financeira:** Telma Lúcia Silva de Araújo

Natal  
Janeiro/2024

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>APRESENTAÇÃO .....</b>	<b>9</b>
<b>2</b>	<b>ÁREA ESTRATÉGICA .....</b>	<b>11</b>
<b>2.1</b>	<b>CAPTAÇÃO DE RECURSOS: DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL E CENTRAL DE DOAÇÕES</b>	<b>11</b>
<b>2.1.1</b>	<b>Objetivo geral.....</b>	<b>14</b>
<b>2.1.2</b>	<b>Objetivos específicos .....</b>	<b>14</b>
<b>2.1.3</b>	<b>Metodologia.....</b>	<b>14</b>
<b>2.1.4</b>	<b>Justificativa .....</b>	<b>16</b>
<b>2.1.5</b>	<b>Indicadores e metas .....</b>	<b>17</b>
2.1.5.1	Ações: objetivo 1: .....	17
2.1.5.2	Premissas: objetivo 1 .....	17
2.1.5.3	Ações: objetivos 2 e 3: .....	18
2.1.5.4	Premissas: objetivos 2 e 3.....	18
2.1.5.5	Ações: objetivos 4 e 5 .....	19
2.1.5.6	Premissas: objetivos 4 e 5.....	19
2.1.5.7	Ações: objetivo 6 .....	19
2.1.5.8	Ações: objetivos 7, 8 e 9 .....	20
2.1.5.9	Premissas: objetivos 7,8 e 9.....	20
2.1.5.10	Ações: objetivo 10 .....	21
2.1.5.11	Ações: objetivo 11 .....	21
2.1.5.12	Ações: objetivo 12 .....	22
2.1.5.13	Premissas: objetivo 12 .....	22
2.1.5.14	Ações: objetivo 13 .....	22
2.1.5.15	Premissas: objetivo 13 .....	23
2.1.5.16	Ações: objetivo 14 .....	23
2.1.5.17	Premissas: objetivo 14 .....	23
2.1.5.18	Ações: objetivo 15 .....	24
2.1.5.19	Premissas: objetivo 15 .....	24
2.1.5.20	Ações: objetivo 16 .....	24
2.1.5.21	Premissas: objetivo 16 .....	25
2.1.5.22	Ações: objetivo 17 .....	25
2.1.5.23	Premissas: objetivo 17 .....	25
<b>2.1.6</b>	<b>Avaliação dos resultados .....</b>	<b>26</b>

2.2	COMUNICAÇÃO .....	26
2.2.1	Objetivo geral.....	26
2.2.2	Objetivos específicos .....	27
2.2.3	Metodologia.....	27
2.2.4	Levantamento das necessidades da comunicação .....	27
2.2.5	Priorização das demandas .....	28
2.2.6	Metas Setoriais .....	29
2.2.6.1	Imprensa.....	29
2.2.6.2	Marketing .....	30
2.2.7	Eventos de divulgação .....	30
2.2.7.1	Eventos internos .....	31
2.2.7.2	Datas alusivas .....	31
2.2.8	Campanhas publicitárias.....	33
2.2.9	Diagnóstico Precoce 2024.....	33
2.2.10	Aniversário da Casa Durval Paiva (29 anos) .....	36
2.2.11	Doações Online .....	37
2.2.12	Desafios para 2024.....	37
2.2.13	Avaliação e resultados .....	37
2.3	FINANCEIRO.....	38
2.3.1	Objetivo geral.....	38
2.3.2	Objetivos específicos .....	38
2.3.3	Indicadores e metas .....	38
2.3.4	Justificativa .....	39
2.3.5	Ações .....	39
2.3.6	Resultados.....	40
3	ÁREA DE SUPORTE À OPERAÇÃO .....	41
3.1	SEMAC – Serviços de manutenções, compras, estoque, transporte e hotelaria. ....	41
3.1.1	Objetivo geral.....	41
3.1.2	Objetivos específicos .....	41
3.1.3	Justificativa .....	42
3.2	RECURSOS HUMANOS .....	45
3.2.1	Objetivo geral.....	46
3.2.2	Objetivos específicos .....	46
3.2.3	Justificativa .....	47

3.2.4	Indicadores e metas 2024 .....	47
3.2.4.1	Provisão de Recursos Humanos .....	47
3.2.4.2	Desenvolvimento de Pessoas .....	47
3.2.4.3	Manutenção de Pessoas .....	48
3.2.4.4	Monitoramento de Pessoas .....	48
3.2.4.5	Parcerias .....	49
3.2.5	Ações .....	50
3.3	TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO .....	52
3.3.1	Objetivo geral .....	52
3.3.2	Objetivos específicos .....	52
3.3.3	Considerações finais .....	54
4	ÁREA TÉCNICA .....	54
4.1	ASSISTÊNCIA SOCIAL .....	54
4.1.1	Objetivo geral .....	55
4.1.2	Objetivos específicos .....	55
4.2	SAÚDE .....	60
4.2.1	Diagnóstico Precoce .....	60
4.2.1.1	Objetivo geral .....	60
4.2.1.2	Objetivos específicos .....	60
4.2.1.3	Justificativa .....	61
4.2.1.4	Ações .....	61
4.2.1.5	Projetos 2024 .....	63
4.2.2	Dispensário de medicamentos .....	64
4.2.2.1	Objetivo geral .....	64
4.2.2.2	Objetivos específicos .....	64
4.2.2.3	Justificativa .....	65
4.2.2.4	Ações .....	65
4.2.3	Fisioterapia .....	67
4.2.3.1	Objetivo geral .....	67
4.2.3.2	Objetivos específicos .....	67
4.2.3.3	Indicadores e metas .....	68
4.2.3.4	Justificativa .....	68
4.2.3.5	Ações 2024 .....	70
4.2.4	Nutrição .....	72

4.2.4.1	Objetivo geral .....	72
4.2.4.2	Objetivos específicos .....	72
4.2.4.3	Justificativa .....	73
4.2.4.4	Ações 2024 .....	74
<b>4.2.5</b>	<b>Odontologia .....</b>	<b>75</b>
4.2.5.1	Objetivo geral .....	75
4.2.5.2	Objetivos específicos .....	75
4.2.5.3	Indicadores e metas 2024.....	76
4.2.5.4	Justificativa .....	76
4.2.5.5	Ações 2024 .....	77
4.2.5.6	Festa Natalina 2024 .....	78
<b>4.2.6</b>	<b>Psicologia .....</b>	<b>80</b>
4.2.6.1	Objetivo geral .....	80
4.2.6.2	Objetivos específicos .....	80
4.2.6.3	Indicadores e metas 2024.....	81
4.2.6.4	Justificativa .....	81
<b>4.3</b>	<b>EDUCAÇÃO .....</b>	<b>84</b>
<b>4.3.1</b>	<b>Educação básica .....</b>	<b>84</b>
4.3.1.1	Objetivo geral .....	85
4.3.1.2	Objetivos específicos .....	85
4.3.1.3	Justificativa .....	86
4.3.1.4	Indicadores e metas 2024.....	87
4.3.1.5	Ações 2024 .....	88
4.3.1.6	Projetos 2024.....	92
<b>4.3.2</b>	<b>Educação Profissionalizante e geração de renda .....</b>	<b>96</b>
4.3.2.1	Objetivo geral .....	96
4.3.2.2	Objetivos específicos .....	96
4.3.2.3	Indicadores e metas 2024.....	97
4.3.2.4	Justificativa .....	97
4.3.2.5	Ações 2024 .....	98
4.3.2.6	Projetos 2024.....	100
<b>5.</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>101</b>



## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Organograma da CDP .....	11
<b>Figura 2:</b> Leucemia .....	34
<b>Figura 3:</b> Tumor do sistema nervoso central .....	34
<b>Figura 4:</b> Osteossarcoma .....	34
<b>Figura 5:</b> Linfoma .....	35
<b>Figura 6:</b> Neuroblastoma .....	35
<b>Figura 7:</b> Câncer dos tecidos moles .....	35
<b>Figura 8:</b> Retinoblastoma .....	36
<b>Figura 9:</b> Tumor de Wkilm's .....	36

## ÍNDICE DE TABELAS

<b>Tabela 1:</b> Comparativo de receitas 2022/2023 .....	12
<b>Tabela 2:</b> Metas DI e Central de Doações 2024.....	13
<b>Tabela 3:</b> Indicadores e metas Objetivo 1 - DI.....	17
<b>Tabela 4:</b> Indicadores e metas objetivos 2 e 3 - DI.....	18
<b>Tabela 5:</b> Indicadores e metas objetivos 4 e 5 - DI.....	18
<b>Tabela 6:</b> Indicadores e metas objetivo 6 - DI .....	19
<b>Tabela 7:</b> Indicadores e metas objetivos 7, 8 e 9 - DI .....	19
<b>Tabela 8:</b> Indicadores e metas objetivo 10 - DI .....	21
<b>Tabela 9:</b> Indicadores e metas objetivo 11 - DI .....	21
<b>Tabela 10:</b> Indicadores e metas objetivo 12 - DI .....	22
<b>Tabela 11:</b> Indicadores e metas objetivo 13 - DI .....	22
<b>Tabela 12:</b> Indicadores e metas objetivo 14 – Central de Doações .....	23
<b>Tabela 13:</b> Indicadores e metas objetivo 15 – Central de Doações .....	23
<b>Tabela 14:</b> Indicadores e metas objetivo 16 – Central de Doações .....	24
<b>Tabela 15:</b> Indicadores e metas objetivo 17 – DI/Central de Doações .....	25
<b>Tabela 16:</b> Indicadores e metas da imprensa 2024 .....	29
<b>Tabela 17:</b> Indicadores e metas do marketing 2024 .....	30
<b>Tabela 18:</b> Eventos internos 2024.....	31
<b>Tabela 19:</b> Datas alusivas 2024 .....	31
<b>Tabela 20:</b> Tipologias de câncer por mês .....	33
<b>Tabela 21:</b> Indicadores e metas 2024 – setor financeiro.....	38
<b>Tabela 22:</b> Ações 2024 - setor financeiro 2024 .....	39
<b>Tabela 23:</b> Indicadores e metas administrativas 2024 - SEMAC.....	41
<b>Tabela 24:</b> Indicadores e metas sociais 2024 - SEMAC.....	42
<b>Tabela 25:</b> Ações 2024 - SEMAC.....	43
<b>Tabela 26:</b> Ações 2024 - RH.....	50
<b>Tabela 27:</b> Ações, indicadores e metas objetivo 1 - TIC .....	52
<b>Tabela 28:</b> Ações, indicadores e metas objetivo 2 - TIC .....	53
<b>Tabela 29:</b> Ações, indicadores e metas objetivo 3 - TIC .....	53
<b>Tabela 30:</b> Ações, indicadores e metas objetivo 4 - TIC .....	53
<b>Tabela 31:</b> Ações, indicadores e metas objetivo 5 - TIC .....	53
<b>Tabela 32:</b> Ações, indicadores e metas objetivo 6 - TIC .....	54
<b>Tabela 33:</b> Indicadores, metas e ações 2024 - Serviço Social .....	56
<b>Tabela 34:</b> Indicadores, metas e ações de projetos 2024 - Serviço Social .....	56
<b>Tabela 35:</b> Indicadores e metas 2024 - Diagnóstico Precoce .....	60
<b>Tabela 36:</b> Ações 2024 - Diagnóstico Precoce .....	61
<b>Tabela 37:</b> Indicador e metas 2024 – Dispensário de medicamentos .....	65
<b>Tabela 38:</b> Ações 2024 – Dispensário de medicamentos .....	65
<b>Tabela 39:</b> Indicadores e metas 2024 – Fisioterapia .....	68
<b>Tabela 40:</b> Ações 2024 - Fisioterapia.....	70
<b>Tabela 41:</b> Indicadores e metas 2024 - Nutrição.....	73
<b>Tabela 42:</b> Ações 2024 - Nutrição .....	74
<b>Tabela 43:</b> Indicadores e metas 2024 - Odontologia.....	76

<b>Tabela 44:</b> Ações 2024 - Odontologia .....	77
<b>Tabela 45:</b> Ações administrativas 2024 - Odontologia .....	78
<b>Tabela 46:</b> Indicadores e metas 2024 - Psicologia .....	81
<b>Tabela 47:</b> Ações 2024 - Psicologia .....	82
<b>Tabela 48:</b> Indicadores e metas 2024 - Educação básica .....	87
<b>Tabela 49:</b> Ações 2024 - setor educacional .....	88
<b>Tabela 50:</b> Projetos 2024 .....	92
<b>Tabela 51:</b> Indicadores e metas 2024 - Casa dos ofícios .....	97
<b>Tabela 52:</b> Ações 2024 - Casa dos ofícios .....	98



## 1 APRESENTAÇÃO

A Lei das Parcerias Lei Federal nº 13.019, de 31 de julho de 2014, alterada em determinados dispositivos pela Lei Federal nº 13.204, de 14 de dezembro de 2015 conhecida como Marco Regulatório das Organizações da Sociedade Civil - OSCs tem abrangência nacional, estando em vigor na União, Estados, Municípios e Distrito Federal, vem estimulando avanços para o regime de mútua cooperação, para a consecução de finalidades de interesse público e recíproco, mediante a execução de atividades ou de projetos previamente estabelecidos em planos de trabalho.

Dessa forma, a Administração Pública e as OSCs passaram a utilizar novos instrumentos jurídicos. Os Termos de Fomento e de Colaboração, nos casos de parcerias com recursos financeiros, e o Acordo de Cooperação, no caso de Parcerias sem recursos financeiros, e suas derivações no que tange ao estabelecimento do lastro legal que orienta a transparência e a boa gestão dos recursos públicos pelo setor não governamental, proporcionando legitimidade, reconhecimento e importância da atuação social dessas instituições.

Em nível do município de Natal/RN, como comprovação desse progresso, foi publicado nas páginas 15 a 89 do Diário Oficial do Município – DOM do dia 24 de maio de 2023, o Manual de Orientação para a Formalização e Prestação de Contas das Parcerias, considerando a missão da Controladoria Geral do Município que é promover o controle interno na Prefeitura Municipal de Natal - PMN para efetividade da gestão municipal.

Alinhando-se a isso, percebe-se que o protagonismo do Terceiro Setor no cenário nacional tem sido cada vez mais relevante, passando por uma transição de ser apenas constituído por entidades “filantrópicas” para se tornarem ONGs – Organizações Sociais sem fins lucrativos que assumem um papel ativo no processo de consolidação do estado democrático de direito. Instituições com essa tendência de concepção tornam-se mais propositivas, parceiras e executoras de políticas sociais, educacionais, ambientais, dentre outras.

Ratificando esse cenário, apresenta-se a primeira pesquisa intitulada “A importância do terceiro setor para o PIB no Brasil, realizada pela FIPE – Fundação Instituto de Pesquisas econômicas e coordenada pela Sitawi Finanças do Bem, publicada em 2023, na qual diz que as OSC’s respondem por 4,27% do PIB brasileiro, o que corresponde a R\$ 423 bilhões – valores de 2022, superando valores como o da indústria automobilística (incluindo ônibus e caminhões) – que detém cerca de 1,73% do PIB do país. As OSC’s também respondem por 5,88% dos postos de trabalho remunerados no Brasil.

Nesse sentido, as ONG’s vêm buscando estratégias e mecanismos que lhes garantam sustentabilidade organizacional, financeira e humana, qualificando e profissionalizando o seu quadro dirigente, de colaboradores e também fortalecendo politicamente seu público alvo. Portanto, estruturando uma governança que permita uma longevidade e uma sustentabilidade mais elástica e duradoura para a organização.

Outro elemento importante nesse avanço é o trabalho articulado e em rede, objetivando o atingimento da agenda 2030 e dos ODS – Objetivos do Desenvolvimento Sustentável, na perspectiva de potencializar a multiplicação das ações para o alcance desses objetivos, seu fortalecimento, monitoramento e acompanhamento pela sociedade civil organizada, inclusive na formulação das políticas públicas, agilidade, impacto social articulado e maior interlocução com as autoridades políticas, governamentais e empresariado. A união dos esforços para consecução desses objetivos demanda muitos desafios que podem ser vencidos no comprometimento, compartilhamento e integração entre os parceiros desta rede. No entanto, para que isso ocorra se faz necessário que os

seus integrantes possuam clareza, domínio e consciência da importância das questões que incidem sobre o contexto da sua atuação social.

Nesse cenário que há 29 anos a Casa Durval Paiva atua no Rio Grande do Norte, dando suporte multidisciplinar para crianças e adolescentes com câncer e doenças hematológicas crônicas e seus familiares, promovendo a qualidade de vida e exercício da cidadania. A Instituição possui fins não econômicos e, por sua transparência na gestão dos recursos e na demonstração de resultados, foi eleita a Melhor ONG do Nordeste em 2017 e a Melhor ONG do Brasil em 2018, e tem estados entre as 100 melhores ONG's do Brasil desde 2019. E em 2022 foi eleita a melhor ONG do Estado, prêmio promovido pelo Instituto DOAR. E tem como missão acolher crianças e adolescente com câncer e doença hematológica crônica e seus familiares, antes, durante e após o tratamento, buscando a cura, contribuindo para o resgate da cidadania, dignidade e qualidade de vida.

No exercício de sua missão oferece hospedagem, transporte, alimentação, doação de roupas, calçados, brinquedos, cestas básicas mensais, medicamentos, exames, passagens e atendimento multidisciplinar, dentre outros. E busca alcançar sua visão de futuro que é ser referência na excelência do acolhimento e nas práticas de promoção do diagnóstico precoce, por isso trabalha incessantemente na sensibilização da população e capacitação dos profissionais da saúde e da educação sobre os sinais e sintomas do câncer infanto juvenil para contribuir com o diagnóstico precoce.

Na procura por dar a melhor assistência, a Casa Durval Paiva também trabalha em redes articuladas entre o Estado e Municípios do RN, iniciativas privadas e outras organizações do terceiro setor, criando novas soluções, corroborando com execução de políticas públicas para melhorar a qualidade de vida das crianças e adolescentes e suas respectivas famílias. A Casa Durval Paiva pauta sua atuação nos valores da Transparência, Resolutividade, Ética, Responsabilidade, Respeito e Compromisso.

Considerando o cenário e contexto que envolve a organização, apresenta-se aqui o plano de ação elaborado para o exercício 2024. Este documento contempla todos os setores da Casa Durval Paiva e tem a finalidade de auxiliar e orientar os colaboradores a alcançarem os objetivos traçados no planejamento estratégico, além de identificar possíveis falhas nos processos e corrigi-las em tempo hábil para evitar efeitos inesperados. Portanto esta ferramenta tem uma relação clara de causa e efeito com os objetivos que a instituição pretende atingir. Deste modo, entende-se que tal instrumento é fundamental para que sejam organizadas e monitoradas todas as ações necessárias tanto para a conquista dos objetivos da Casa Durval Paiva, assim como para sinalizar medidas de correção ou prevenção de problemas.

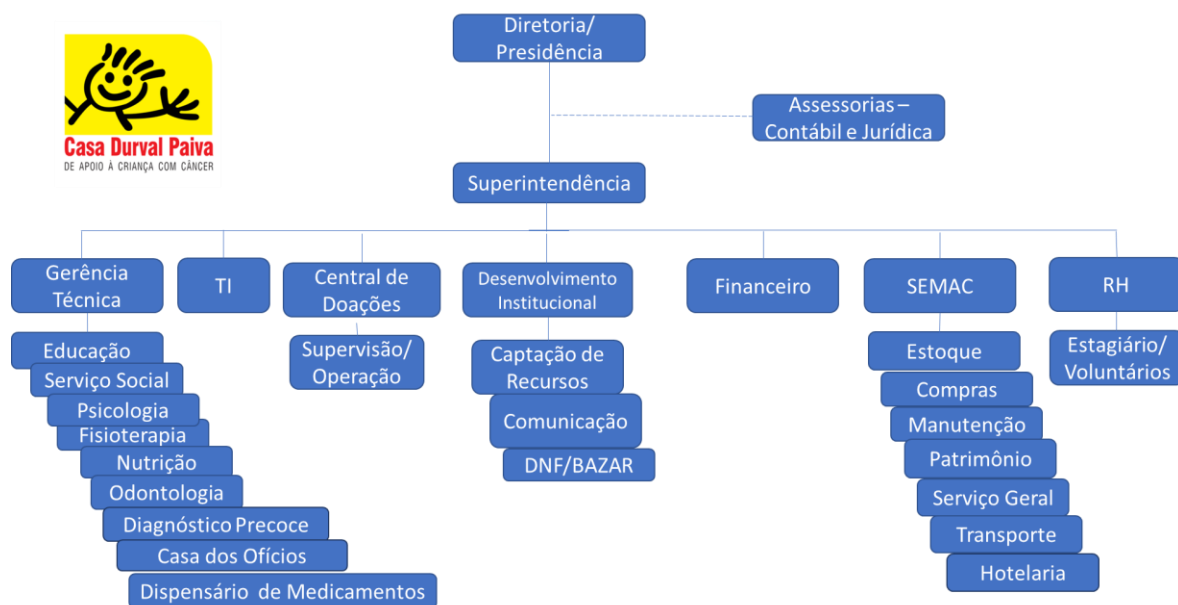
Ressalta-se que para construção do plano de ação da CDP, utilizou-se a metodologia adaptada do 5W2H que são perguntas que orientam as áreas da gestão na elaboração dos planos setoriais. O checklist de perguntas norteadoras é composto assim: O que fazer (what)? Por que (why)? Onde realizar (Where)? Quem é o responsável (who)? Quando deve ser feito (When)? Como será executado (how)? E, por fim, quanto custará a ação (how Much)?

Nesta funcionalidade, o plano de ação mapeia as atividades, e define quem será o responsável pela atividade, qual a periodicidade da execução e quais as razões para a realização da ação. Tudo visando otimizar o planejamento das atividades realizadas pelos setores da Casa Durval Paiva. O plano de ação foi construído com a finalidade de obter melhores resultados, fornecer segurança, garantir a qualidade dos serviços executados, além de propiciar maior eficiência no desempenho das tarefas.

Na medida que o plano é executado e monitorado, pode-se evidenciar proposições diferentes para solucionar os problemas evidenciados ao longo do trajeto, a fim de verificar várias possibilidades e de analisar o melhor custo-benefício e buscar por opções com menor efeito colateral.

Importante destacar, que a Casa Durval Paiva é composta por 7 setores responsáveis pelas áreas de gestão, a saber: área estratégica da organização: **1) Desenvolvimento institucional, 2) Central de Doações, responsáveis pela captação de recursos e comunicação e 3) Setor Financeiro;** área de suporte à operação direta com o público alvo: **4) Setor de Recursos Humanos, 5) Setor de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) e 6) Setor SEMAC,** responsável pelas atividades de compras, estoque, patrimônio, manutenção predial e de equipamentos, serviços gerais, hospitalidade e governanta e transporte. E por fim, **7) área técnica,** composta pelos serviços multidisciplinares (saúde, educação, habitação e geração de emprego e renda) da área finalística da Casa Durval Paiva, conforme apresentado na figura 1 – Organograma.

**Figura 1:** Organograma da CDP



A área técnica tem como finalidade prestar os serviços em conformidade com as diretrizes estratégicas da Casa Durval Paiva, quais sejam: Assistência Social e Saúde; Educação Cultura e Arte; Emprego e Renda; Habitação e Desenvolvimento Sustentável. Nesta perspectiva serão estruturados na sequência as ações de cada setor e por área de gestão.

## 2 ÁREA ESTRATÉGICA

### 2.1 CAPTAÇÃO DE RECURSOS: DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL E CENTRAL DE DOAÇÕES

A captação de recursos da Casa Durval Paiva é realizada por dois setores, o Desenvolvimento Institucional e a Central de Doações. O DI sendo responsável pela captação com parceiros por meios das estratégias de Campanha Troco, Bazar, parcerias com entidades públicas e privadas, a partir da



realização de projetos com e sem recursos incentivados, e ainda, utilizando ferramentas de doações online. E a CDP trabalha também à arrecadação financeira por meio da doação de pessoas físicas, em sua maioria, mas também de pessoas jurídicas na metodologia de telemarketing, sendo gerenciada pela Central de Doações.

No ano de 2023, juntos arrecadaram o montante de **R\$ 7.194.733,13**, destes, **73%** refere-se a receita oriunda da Central de Doações, correspondendo a **R\$ 5.253.265,53**, o Desenvolvimento institucional – DI captou **27%** dos recursos financeiros, representado pelo valor de **R\$ 1.941.467,60**. Importante ressaltar que houve um aumento aproximado de 5,4% da arrecadação em relação a 2022, conforme apresentado na tabela 01.

Detalhando as receitas do DI, percebe-se que **47%** dos recursos, ou seja, **R\$ 904.770,34** é originário da rubrica de projetos, a recuperação de crédito via projetos correspondente a **4%** da receita captada pela área do DI, o que representa em valor **R\$ 85.527,38**; as emendas parlamentares correspondem a **7%**, resultando no montante de **R\$ 130.000,00**; Já **14%** da receita desse setor é referente da rubrica de parcerias (Troco, Nota Potiguar, doações identificadas e não identificadas, cofrinhos e outros), perfazendo o valor de **R\$ 262.438,04**; o Bazar da CDP representou **9%** da receita do DI, o que corresponde a **R\$ 180.757,03**; e o Bazar da Receita Federal do Brasil - RFB perpez o valor **R\$ 374.953,73**, correspondendo a **19%** do total da receita do DI.

Com base nestes dados, e considerando o comparativo realizado entre os anos de 2022 e 2023 (tabela 01), entende-se que ainda existe a necessidade de buscar novas fontes de receita e aumentar a arrecadação nas fontes já existentes. Nota-se também que no setor de DI, destaca-se a receita do Bazar da RFB que se caracteriza como eventual, sendo uma normativa do órgão destinar doações somete em ano não eleitoral.

**Tabela 1:** Comparativo de receitas 2022/2023

RECEITAS	2022	2023	EVOLUÇÃO %
TELEMARKETING	R\$ 5.278.639,61	R\$ 5.253.265,53	-0,48%
DI			
OUTROS*	R\$ 349.219,88	R\$ 262.438,04	-24,85
BAZAR CDP	R\$ 161.741,63	R\$ 180.757,03	11,76%
BAZAR RF	R\$ 38.859,88	R\$ 374.953,73	864,89%
RECUPERAÇÃO DE CRÉDITO	R\$ 118.064,53	R\$ 85.527,38	-27,56%
PROJETOS	R\$ 696.946,00	R\$ 904.770,34	29,82%
EMENDAS	R\$ 170.200,00	R\$ 130.000,00	-23,62%
PROCESSOS JUDICIAIS	R\$ 14.000,00	R\$ 3.021,08	-78,42%
SUBTOTAL	R\$ 1.549.031,92	R\$ 1.941.467,60	25,33%

## PLANO DE AÇÃO 2024

<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 6.827.671,53</b>	<b>R\$ 7.194.733,13</b>	<b>5,4%</b>
--------------	-------------------------	-------------------------	-------------

\*Troco, Nota Potiguar, doações identificadas e não identificadas e cofrinho.

A performance de captação de recursos do DI para 2024 compreenderá o desenvolvimento de estratégias que ampliem e fortaleçam a resolução dos nossos desafios, bem como o fortalecimento das ações e metas alinhadas aos objetivos estabelecidos no Planejamento Estratégico. Deste modo, dos 12 objetivos estratégicos da Instituição, o DI e a Central de Doações são responsáveis por:

- Aumentar a arrecadação da CDP;
- Diversificar as modalidades de captação de recursos financeiros;
- Ampliar e aperfeiçoar o relacionamento com doadores/parceiros/fornecedores.

Nessa perspectiva, entende-se que o fortalecimento e o crescimento organizacional proposto pelo planejamento estratégico acontecem através do monitoramento e avaliações contínuas, oriundas de uma comunicação estreita e assertiva com a gestão do Desenvolvimento Institucional, da Central de Doações, a Superintendência e a Diretoria da Casa Durval Paiva, para ajustes na tomada de decisões e aprimoramento de processos internos e/ou externos.

**Tabela 2:** Metas DI e Central de Doações 2024

RECEITAS	2023	META 2024	EVOLUÇÃO %
<b>TELEMARKETING</b>	<b>R\$ 5.253.265,53</b>	<b>R\$ 5.515.200,00</b>	<b>5%</b>
<b>DI</b>			
OUTROS*	R\$ 262.438,04	R\$ 194.796,00	-25,77%
BAZAR CDP	R\$ 180.757,03	R\$ 199.200,00	10,2%
BAZAR RF	R\$ 374.953,73	R\$ 38.000,00	-89,87%
RECUPERAÇÃO DE CRÉDITO	R\$ 85.527,38	R\$ 89.803,75	5%
PROJETOS	R\$ 904.770,34	R\$ 864.000,00	-4,5%
EMENDAS	R\$ 130.000,00	R\$ 640.000,000	392%
PROCESSOS JUDICIAIS	R\$ 3.021,08	R\$ 3.021,08	0%
CAPTAÇÃO DE RECURSOS ON LINE	R\$ 00,00	R\$ 25.200,00	100%
<b>SUBTOTAL</b>	<b>R\$ 1.941.467,60</b>	<b>R\$ 2.054.020,83</b>	<b>6%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 7.194.733,13</b>	<b>R\$ 7.569.220,83</b>	<b>5%</b>

\*Troco, Nota Potiguar, doações identificadas e não identificadas e cofrinho.



## 2.1.1 Objetivo geral

Arrecadar recursos para manter a qualidade dos serviços prestados pela CDP, bem como diversificar as fontes de arrecadação a fim de garantir a sustentabilidade financeira da instituição.

## 2.1.2 Objetivos específicos

1. Sistematizar os cadastros de leads e prospects, com a finalidade de aperfeiçoar o relacionamento com doadores/parceiros/fornecedores/imprensa;
2. Aumentar o número de parceiros para a campanha TROCO;
3. Ampliar o valor arrecadado com a campanha TROCO;
4. Aumentar o número de parceiros para a campanha COFRINHO;
5. Ampliar o valor arrecadado com a campanha COFRINHO;
6. Adotar a estratégia de Marketing Relacionado à Causa – MRC com leads e prospects da Casa Durval Paiva;
7. Elaborar, submeter e aprovar projetos pelas leis de incentivos fiscais federal, estadual e municipal para captar recursos;
8. Elaborar, submeter e aprovar projetos por meio de editais de empresas privadas;
9. Firmar parcerias através de emendas parlamentares;
10. Captar recursos por meio do Imposto de Renda - IR de pessoas físicas e jurídicas;
11. Aumentar as receitas oriundas do Bazar do Caquito;
12. Fortalecer a estratégia do ALMOÇO COM PARCEIROS (empresários, imprensa, autoridades, políticos entre outros);
13. Escrever a Casa Durval Paiva em prêmios estaduais, regionais, nacionais e internacionais;
14. Aumentar o número de doadores mensais;
15. Aumentar ticket médio dos captadores;
16. Priorizar as doações em modalidades menos dispendiosas, tipo migração de formas de pagamento e projetos para recuperação de custos;
17. Captar recursos por meio de doações online;
18. Integrar o Desenvolvimento Institucional - DI e a Central de Doações - CD.

## 2.1.3 Metodologia

Como fator preponderante torna-se necessário a construção de um cadastro que permita um atendimento personalizado e customizado. Um registro bem construído possibilita a gestão de dados relevantes e assertivos, a partir dos seguintes elementos: Nome completo, endereço, telefone, CPF, e-mail e Identidade para pessoa física. Para pessoa jurídica: CNPJ, contrato social, certificado digital, endereço, pessoa de contato, atividade finalística, histórico de compras ou relacionamento, bem como outros dados específicos obtidos ao longo das relações desenvolvidas com a Casa Durval Paiva. Estas informações devem ser tratadas de forma estratégica e otimizada através de um sistema de planilhas compartilhadas.

Nesse sentido, para alcançar os objetivos propostos neste plano, a Casa Durval Paiva utilizará diversas metodologias para captar recursos financeiros, objetivando dar sustentabilidade à organização e, ainda, contribuir para a longevidade desta. Dentre as metodologias, destaque-se:

1. Campanha TROCO
2. COFRINHO

3. MRC – Marketing Relacionado à Causa
4. Projetos por Leis de Incentivos Fiscais
5. Projetos por meio de editais de empresas pública e privadas
6. Emendas parlamentares
7. Destinação de Imposto de Renda
8. Bazar do Caquito
9. ALMOÇO para parceiros, doadores e imprensa
10. PRÊMIOS
11. Central de Telemarketing
12. Doações online

Na perspectiva da Campanha TROCO, o DI irá criar novas estratégias para que esta fonte de arrecadação volte a ter uma melhor performance, uma vez que o advento do PIX e outros fatores, impactaram em um decréscimo de aproximadamente 33% no valor captado de 2022 para 2023, passando de aproximadamente R\$ 192.000,00 para R\$ 128.000,00 respectivamente. Deste modo, tem-se em mente a necessidade de ofertar o TROCO com a modalidade de cartão de crédito, além de ampliar parceiros para essa campanha.

Outra estratégia de arrecadação a ser utilizada é o COFRINHO, que se trata de distribuir cofrinhos em empreendimentos de alta circulação de pessoas e compras varejistas, possibilitando pagamento em dinheiro, doando moedas. A captação também será ampliada por meio de parceria na modalidade de Marketing Relacionado à Causa - MRC. Além de continuar a explorar os Projetos Incentivados e os Não Incentivados.

Esses projetos, assim como as emendas parlamentares vem com intuito de realizar ações de modo mais robusto e significativo, em virtude dos valores aportados pelos financiadores, o que permite solucionar questões que envolvem montantes mais expressivos e assim estender e ampliar as ações da instituição.

E como destaque em 2024, pretende-se elevar ainda mais os valores arrecadados na modalidade Bazar do Caquito, para isso vê-se a importância de firmar parcerias com lojas e grandes magazines, no sentido de receber de modo fixo, os produtos que não serão comercializados, sejam por estarem avariados ou estarem fora da estação. Essa colaboração das empresas é primordial para a sustentabilidade e crescimento do bazar.

Para fortalecer e ampliar parcerias, estreitar relacionamento com profissionais da imprensa e agradecer aos nossos valorosos doadores, em 2024, continuaremos com o ALMOÇO, como meio de abrir as portas da Casa Durval Paiva para visita desses prospects e leads. E como uma coroação de todo o trabalho realizado, buscar-se-á consolidar o reconhecimento da excelência do trabalho realizado pela instituição através de premiações nacionais e internacionais.

Para que tenhamos êxito em aumentar as arrecadações provenientes da Central de doações em 5% é necessário o aumento do ticket médio e aumentar a média de doadores mensais. Para esse fim, estratificamos individualmente a carteira de cada operador, por modalidade de doação e valor; orientando a solicitação de aumento prioritariamente das doações com valores inferiores a trinta reais, para alcançarmos esse objetivo utilizaremos um script que evidencie os serviços realizados na CDP, publicações serão enviadas constantemente aos contribuintes, utilizaremos o telefone, WhatsApp, e-mail marketing.

Outra ação relevante para o crescimento da arrecadação via telemarketing é a migração de doadores da modalidade de doação dinheiro para outras mais rentáveis e com um menor custo

operacional, que essa seja preferencialmente fidelizada, possibilitando o aumento do valor médio doado e sua periodicidade, o que contribuirá para uma previsão mais assertiva da receita mensal.

Seguindo as diretrizes estabelecidas no planejamento estratégico, a Central de Doações realizará ações de estreitamento no relacionamento com os seus contribuintes, priorizando a sua retenção, o cancelamento de cadastro só será realizado em três situações, sendo elas: por solicitação do doador, falecimento ou por impossibilidade de contato nos números cadastrado e e-mail.

Em 2024, adotaremos uma inovação na metodologia de arrecadação, que será a doação online, alinhando-se a estratégia de diversificação na captação de recurso, para incrementar e contribuir com a sustentabilidade financeira da Casa Durval Paiva.

Todavia, os setores do Desenvolvimento Institucional e Central de Doações devem trabalhar em conjunto para o alcance da sustentabilidade financeira da instituição, e assim, a integralização destes é indispensável para o cumprimento de todos os objetivos postos no plano de ação anual. E para que isso ocorra, estes devem trabalhar de forma sistematizada, utilizando ferramentas que favoreçam esta comunhão, otimizando os processos e promovendo a eficiência nas ações estabelecidas.

Esta aproximação é intrínseca à atuação dos dois setores, partindo do ponto de vista que estes são responsáveis pela captação de recursos, mesmo que tenham abordagens e metodologias distintas, mas que cumprem com o seu papel na busca de recursos para garantir a manutenção das atividades da Casa Durval Paiva. Solidificando a sustentabilidade e consequentemente a longevidade da instituição, é necessário arrecadar recursos, os quais proporcionarão aos beneficiários a excelência no acolhimento, adequado ao processo de tratamento.

Assim, no ano de 2024, o Desenvolvimento Institucional e a Central de Doações continuarão de mãos dadas, e ainda mais unidos, seguindo para manter os resultados já conquistados e com novas ações estabelecidas, para que assim seja possível ampliar estes ganhos. Esta integralidade acontece quando o trabalho realizado pelo DI em prospectar novos leads e realizando a publicização das ações da instituição, realizam o subsídio para que a Central de Telemarketing possa realizar o trabalho mais efetivo, direcionado ao público de forma mais segmentada, que por sua vez tem um papel crucial na conversão destes prospects em doadores.

## 2.1.4 Justificativa

Destacam-se as áreas de atuação da missão e visão da Casa Durval Paiva, e também se concretizam como diretrizes estratégicas da instituição, por isso norteiam os escopos dos projetos a serem submetidos para análises dos prospects.

- Saúde e Assistência Social
- Educação, Cultura e Arte
- Habitação
- Geração de Emprego e Renda
- Desenvolvimento Sustentável

Nas áreas elencadas encontram-se as ações de cumprimento da missão e da visão institucional, portanto a melhoria da qualidade de vida dos pacientes e familiares que são acolhidos pela Casa Durval Paiva. O que justifica todas as ações aqui propostas.

**2.1.5 Indicadores e metas**

**Objetivo 1:** Sistematizar os cadastros, com a finalidade de aperfeiçoar o relacionamento com doadores/parceiros/imprensa.

**Tabela 3:** Indicadores e metas Objetivo 1 - DI

INDICADOR	TO	META
Número de empresas privadas	0	500
Número de empresas públicas	0	80
Número de organizações da sociedade civil	0	30
Número de autoridades das prefeituras municipais do RN (Prefeito, Sec. Saúde, Sec. Comunicação, Sec. Educação, Sec. Assit. Social - 4° e 5° USARP) – 54 municípios x 5 secretarias	0	270
Número de vereadores de Natal/RN	0	26
Número de deputados estaduais do RN	0	24
Número de deputados federais do RN	0	8
Número de senadores do RN	0	6

**2.1.5.1 Ações: objetivo 1:**

1. Criar uma planilha com os segmentos (imprensa, órgãos públicos, empresários, parlamentares, autoridades, organizações da sociedade civil, tipo: FIERN; FECOMÉRCIO; CONSEC; entre outros);
2. Compartilhar planilha com os responsáveis pelo cadastro e manutenção;
3. Criar uma régua de relacionamento para cada segmento;
4. Alimentar a planilha devidamente e continuamente;
5. Monitorar a evolução/involução do status dos quantitativos de prospects e leads.

**2.1.5.2 Premissas: objetivo 1**

- Utilizar a matriz GUT – Gravidade, Urgência e Tempo
- Utilizar o google
- CRM para utilizar a régua de relacionamento

**Objetivos 2 e 3:** Aumentar o número de parceiros para a campanha TROCO e Ampliar o valor arrecadado com a campanha TROCO.



**Tabela 4:** Indicadores e metas objetivos 2 e 3 - DI

INDICADOR	T0	META
Número de contatos realizados	0	480
Número de visitas realizadas (4 empresas por mês)	0	48
Número visita técnica a CDP (3 visitas por empresa)	0	18
Quantidade de parceiros para TROCO	3	6
Valor captado TROCO no ano	R\$ 128.000,00	R\$ 128.000,00

## 2.1.5.3 Ações: objetivos 2 e 3:

1. Identificar as empresas entidades e associações que tenham o perfil do TROCO;
2. Efetuar disparos de e-mail, seguido de envio de mensagem via WhatsApp, finalizando com ligações para marcar visitas;
3. Elaborar cronograma de visitas às empresas;
4. Estabelecer novas parcerias para TROCO (Redes de Farmácias, hotéis, CDL, postos de Gasolina, Sindicatos);
5. Elaborar proposta de abordagem e contrato para a parceria;
6. Viabilizar o TROCO via cartão de crédito;
7. Estabelecer cronograma de visitas técnicas para os operadores de caixas dos parceiros;
8. Divulgar a campanha nos meios de Comunicação;
9. Estreitar relacionamento com parceiros.

## 2.1.5.4 Premissas: objetivos 2 e 3

- Adequação do sistema de venda para doação em cartão de crédito

**Objetivos 4 e 5:** Aumentar o número de parceiros para a campanha COFRINHO e Ampliar o valor arrecadado com a campanha COFRINHO.

**Tabela 5:** Indicadores e metas objetivos 4 e 5 - DI

INDICADOR	T0	META
Número de contatos realizados	0	480
Número de visitas realizadas (4 empresas por mês)	0	48
Quantidade de estabelecimento para COFRINHO	16	50
Valor captado COFRINHO no ano	R\$ 4.000,00	R\$ 12.500,00



## 2.1.5.5 Ações: objetivos 4 e 5

1. Efetuar disparos de e-mail, seguido de envio via WhatsApp, finalizando com ligações para marcar visitas;
2. Firmar novas parcerias;
3. Estabelecer cronograma de visitas técnicas para os operadores de caixas dos parceiros;
4. Estabelecer cronograma de entrega e coleta com as periodicidades específicas;
5. Estreitar relacionamento com parceiros.

## 2.1.5.6 Premissas: objetivos 4 e 5

- Comprar cofrinhos

**Objetivo 6:** Adotar a estratégia de Marketing Relacionado à Causa – MRC com leads e prospects da Casa Durval Paiva.

**Tabela 6:** Indicadores e metas objetivo 6 - DI

INDICADOR	T0	META
Número de contatos realizados	0	480
Número de visitas realizadas	0	48
Quantidade de parceiros para MRC	0	6
Valor médio captado MRC	0	R\$ 1.000,00

## 2.1.5.7 Ações: objetivo 6

1. Efetuar disparos de e-mail, seguido de envio de mensagem via WhatsApp, finalizando com ligações para marcar visitas;
2. Firmar novas parcerias;
3. Estreitar relacionamento com parceiros.

**Objetivo 7, 8 e 9:** Elaborar, submeter e aprovar projetos pelas leis de incentivos fiscais federal, estadual e municipal para captar recursos; Elaborar, submeter e aprovar projetos por meio de editais de empresas privadas; e firmar parcerias através de emendas parlamentares.

**Tabela 7:** Indicadores e metas objetivos 7, 8 e 9 - DI

INDICADOR	T0	META
Número de empresas identificadas com perfil da lei de incentivo	3	50

Número de editais estaduais, nacionais, internacionais com incentivo fiscal	8	15
Número de editais estaduais, nacionais, internacionais e sem incentivo fiscal	7	22
Número de projetos elaborados	15	40
Valor total de projetos elaborados (R\$ 180.000 x 40)	R\$ 3.478.554,61	R\$ 7.200.000,00
Número de projetos aprovados	10	25
Valor total de projetos aprovados (30% do elaborado)	R\$ 2.746.395,63	R\$ 2.160.000,00
Valor total arrecadado com projetos (40% do aprovado)	R\$ 904.770,34	R\$ 864.000,00
Número de visitas a parlamentares	4	48
Número de parlamentares parceiros	5	12
Número de emendas parlamentares pactuadas	3	12
Valor de projetos com emendas parlamentares	R\$ 160.000,00	R\$ 640.000,00
Valor total de emendas parlamentares aprovado	R\$ 230.000,00	R\$ 640.000,00
Valor total arrecadado por emenda parlamentares	R\$ 160.000,00	R\$ 640.000,00

**2.1.5.8 Ações: objetivos 7, 8 e 9**

1. Identificar as empresas que sejam potenciais financiadoras de projetos de lei de incentivo, empresas e parlamentares;
2. Elaborar propostas/projetos a serem submetidos;
3. Acompanhar a execução dos projetos aprovados;
4. Estabelecer estratégias de divulgação das ações, valorizando parceiros;
5. Definir estratégias de feedback para os parceiros;
6. Visitar gabinetes dos legisladores e estreitar relacionamento.

**2.1.5.9 Premissas: objetivos 7,8 e 9**

- Equipe multidisciplinar mais engajada na execução dos projetos em conformidade com cada ditame;
- Utilizar ferramentas de controle do projeto estabelecidas pela CDP.

**Objetivo 10:** Captar recursos por meio do IR de pessoas físicas e jurídicas.

**Tabela 8:** Indicadores e metas objetivo 10 - DI

INDICADOR	T0	META
Número de pessoas físicas destinando IR para CDP	05	25
Número de pessoas jurídicas destinando IR para CDP	01	10
Valor arrecadado com IR de pessoas físicas	R\$ 8.547,15	R\$ 25.000,00
Valor arrecadado com IR de pessoas jurídica	R\$100.000,00	R\$200.000,00

## 2.1.5.10 Ações: objetivo 10

1. Contactar Conselho de contadores;
2. Sensibilizar pessoas físicas e jurídicas para destinarem IR para Casa Durval Paiva;
3. Rastrear valor arrecadado com IR.

**Objetivo 11:** Aumentar as receitas oriundas do Bazar do Caquito.

**Tabela 9:** Indicadores e metas objetivo 11 - DI

INDICADOR	T0	META
Número de contatos realizados	0	480
Número de visitas realizadas	0	48
Quantidade de parceiros para BAZAR DO CAQUITO (2 por bimestre)	2	6
Valor captado BAZAR DO CAQUITO no ano	R\$ 180.000,00	R\$ 207.500,00

## 2.1.5.11 Ações: objetivo 11

1. Identificar as empresas, entidades e associações que tenham o perfil do BAZAR DO CAQUITO;
2. Efetuar disparos de e-mail, seguido de mensagem via WhatsApp, finalizando com ligações para marcar visitas;
3. Elaborar cronograma de visitas as empresas;
4. Estabelecer novas parcerias para BAZAR DO CAQUITO;
5. Elaborar proposta de abordagem e contrato para a parceria;
6. Divulgar a campanha nos meios de comunicação;
7. Estreitar relacionamento com parceiros;
8. Definir critérios de recepção de doações, armazenagem de produtos e modelos de vendas.

**Objetivo 12:** Fortalecer a estratégia do ALMOÇO COM PARCEIROS (empresários, imprensa, autoridades, políticos entre outros).

**Tabela 10:** Indicadores e metas objetivo 12 - DI

INDICADOR	T0	META
Número de convidados por segmento (prospects, jornalistas, autoridades e doadores) – 200/mês	0	2.200
Número de confirmados por segmento (prospects, jornalistas, autoridades e doadores) – 80/mês	0	880
Número de participantes por segmento (prospects, jornalistas, autoridades e doadores) – 20/mês	0	220
Número parcerias estabelecidas e resultantes do almoço – 2/mês	0	22

#### 2.1.5.12 Ações: objetivo 12

1. Elaborar lista de convidados com antecedência de 30 dias – emitir o save the date!
2. Realizar convites de forma presencial com antecedência de 10 dias;
3. Efetuar uma confirmação 02 dias antes do evento;
4. Enviar a relação final para presidência até à 11h da véspera do evento;
5. Estabelecer fluxo de visita com viés estratégico - GUT;
6. Monitorar a presença;
7. Emitir relatório de avaliação e resultados – anexo 8.

#### 2.1.5.13 Premissas: objetivo 12

- Régua de relacionamento
- Ferramenta de controle de convidados, confirmados, presentes por segmento

**Objetivo 13:** Escrever a Casa Durval Paiva em prêmios estaduais, regionais, nacionais e internacionais.

**Tabela 11:** Indicadores e metas objetivo 13 - DI

INDICADOR	T0	META
Números de inscrições em prêmios	5	10
Número de prêmios conquistados	2	5
Valor arrecadado com prêmios	R\$11.500,00	R\$25.000,00

#### 2.1.5.14 Ações: objetivo 13

1. Visualizar possibilidades de premiações em área da gestão, transparência, marketing, publicidade e propaganda, impacto social;
2. Efetuar leitura rigorosa dos critérios e buscar atendê-los;
3. Sistematizar as premiações anuais.



2.1.5.15 Premissas: objetivo 13

- Ferramenta de sistematização dos prêmios

**Objetivo 14:** Aumentar o número de doadores mensais

**Tabela 12:** Indicadores e metas objetivo 14 – Central de Doações

INDICADOR	TO	META
Taxa de rejeição	19%	10%
Taxa de retenção de doadores	81%	90%
Média de doadores mês	14.100	17.000
Número de novos doadores (24 operadores x 40 = 11.520)	7.320	9.000

2.1.5.16 Ações: objetivo 14

1. Criar calendário de campanhas através da sistematização de datas previamente estabelecidas;
2. Potencializar a arrecadação e fidelizar os doadores através de uma sistematização de campanhas mensais;
3. Implantar sistema de CRM para mensuração e análise de dados;
4. Ampliar a carteira de doadores no interior do RN e em outros estados.

2.1.5.17 Premissas: objetivo 14

- Dispor de um CRM institucional para relacionamento com doadores e parceiros, para atender as áreas de captação da CDP;
- Obter um sistema de contato institucional por mensagem eletrônica (WhatsApp);
- Ter um site que permita recepcionar doadores online com mais eficiência (acompanhar a jornada do usuário na plataforma);
- Integrar DI e Central de telemarketing, sobretudo, na área de comunicação em mídias sociais e imprensa.

**Objetivo 15:** Aumentar ticket médio dos captadores por meio da melhoria do relacionamento com doadores e parceiros.

**Tabela 13:** Indicadores e metas objetivo 15 – Central de Doações

INDICADOR	TO	META
Ticket médio Bazar	R\$ 15.000,00	R\$ 17.300,00
Ticket médio Troco	R\$ 10.700,00	R\$ 10.700,00



Ticket médio Cofrinho	R\$ 350,00	R\$ 1.000,00
Ticket médio de doadores online	0	R\$ 2.100,00
Ticket médio de doadores da central de telemarketing	R\$ 30,92	R\$ 33,00
Percentual de doadores satisfeitos	0	90%
Percentual de parceiros satisfeitos	0	90%

**2.1.5.18 Ações: objetivo 15**

1. Melhorar a abordagem e relacionamento com os doadores e parceiros;
2. Fortalecer relacionamento com doadores e parceiros existentes;
3. Ofertar produtos atrativos para clientes do Bazar (Produtos da Marca – Casa Durval Paiva, parcerias com empresas de confecção, parcerias com empresas de produtos diferenciados);
4. Monitorar e mensurar os estados mais propícios a realizar doações e com maior valor financeiro;
5. Segmentar a carteira de parceiros fora do estado;
6. Avaliar a satisfação dos parceiros e doadores e fazer as intervenções necessárias para melhorar continuamente a abordagem e o relacionamento com esses atores.

**2.1.5.19 Premissas: objetivo 15**

- Dispor de um CRM institucional para relacionamento com doadores e parceiros, para atender as áreas de captação da CDP;
- Ter instrumentais de Avaliação de Satisfação para o doador e para o parceiro.

**Objetivo 16:** Priorizar as doações em modalidades menos dispendiosas, tipo migração de formas de pagamento e projetos para recuperação de custos.

**Tabela 14:** Indicadores e metas objetivo 16 – Central de Doações

INDICADOR	TO	META
Percentual de doações realizadas por meio digitais (migração)	5%	7%

**2.1.5.20 Ações: objetivo 16**

1. Criar um script, abordagem e acompanhamento para melhor direcionar os atendentes;
2. Direcionar os doadores a realizarem suas doações por meio digital (focando em cartão de crédito e pix);
3. Disseminar conteúdos digitais direcionados a educar e sensibilizar doadores acerca da modalidade de doação online, por meio da publicização em plataforma de anúncios;
4. Estabelecer um plano de trabalho que contemple às atividades já desenvolvidas por profissionais da CDP;

5. Inserir nos projetos, quando permitido, cobertura de custos com despesas operacionais correntes da CDP.

### 2.1.5.21 Premissas: objetivo 16

- Dispor de um CRM institucional para relacionamento com doadores e parceiros, para atender as áreas de captação da CDP;
- Obter um sistema de contato institucional por mensagem eletrônica (WhatsApp);
- Investimento financeiro para cada finalidades.

**Objetivo 17:** Captar recursos por meio de doações online.

**Tabela 15:** Indicadores e metas objetivo 17 – DI/Central de Doações

INDICADOR	T0	META
Número de pessoas alcançadas pela campanha de doação.	0	144.000
Número de intenções de doações	0	2.880 (2%)
Taxa de rejeição	92%	70%
Número de doações efetivadas (30 por mês)	0	840 (30%)
Valor arrecadado no ano (2.100,00/mês)	0	R\$ 25.200,00

### 2.1.5.22 Ações: objetivo 17

1. Aplicar R\$ 1.000,00/mês em campanhas de doação;
2. Criar Campanhas de doação online;
3. Produzir conteúdo;
4. Monitorar, avaliar e aprimorar continuamente as campanhas.

### 2.1.5.23 Premissas: objetivo 17

- Ter um site com tagueamento

**Objetivo 18:** Integrar DI e CD

A integração da Central de Doações e o Desenvolvimento Institucional representa um passo significativo em direção à modernização e ao fortalecimento da sustentabilidade financeira da Casa Durval Paiva. Essa ação visa otimizar o trabalho, priorizando uma abordagem integrada, pois há diversas ações que perpassam entre ambos setores, promovendo uma gestão mais eficiente de informações, em prol do crescimento da instituição.

A captação de recursos ganhará uma abordagem mais estratégica, por meio da identificação de potenciais doadores e a criação de campanhas específicas, para fortalecer os laços com aqueles que apoiam a CDP, inclusive, abrindo possibilidades para novas formas de doação.

Através de dados analíticos, será possível identificar padrões de doação, possibilitando estratégias mais direcionadas e eficazes, facilitando a criação de relações duradouras com doadores, incentivando contribuições recorrentes.

## 2.1.6 Avaliação dos resultados

Os resultados são apurados mensalmente por meio do acompanhamento das metas alcançadas no período em relação às metas previstas neste plano. Ao final do exercício anual, observa-se a performance da área de captação de recursos. Importante salientar que, esta pasta está diretamente ligada a pasta de execução orçamentária e financeira da Casa Durval Paiva, considerando possível adequação no plano orçamentário a depender dos resultados alcançados.

## 2.2 COMUNICAÇÃO

### TEMA 2024: COMUNICANDO ESPERANÇA E AMOR

A Casa Durval Paiva sempre teve como missão promover o bem-estar e oferecer suporte integral às crianças e adolescentes em tratamento contra o câncer, bem como, às suas famílias. Nossa comunicação desempenha um papel fundamental nesse propósito, pois é através dela, que transmitimos nossos valores, objetivos e necessidades, estabelecendo conexões significativas com nossos públicos.

Ao retomarmos as bases estratégicas da comunicação da Casa Durval Paiva, reafirmamos nosso compromisso em fortalecer laços, disseminar informações relevantes e sensibilizar a sociedade para a causa do combate ao câncer infantojuvenil.

Neste plano de ação, delineamos estratégias claras e objetivas para potencializar nossa comunicação em diversos canais e momentos-chave. Desde a ampliação de nossa presença online, até a promoção de eventos e campanhas de conscientização, nosso objetivo é criar um impacto positivo e duradouro.

Para alcançarmos nossas metas, concentraremos esforços na produção de conteúdo autêntico e envolvente, capaz de inspirar e mobilizar. Além disso, investiremos na capacitação de nossa equipe, garantindo que estejamos alinhados com as melhores práticas. É crucial destacar que a transparência será o pilar de nossa comunicação.

Queremos que nossos públicos conheçam não apenas nossas conquistas, mas também os desafios que enfrentamos diariamente, pois a confiança mútua é fundamental.

Por fim, este plano de ação representa um compromisso renovado com nossa missão e valores. Estamos confiantes de que, ao fortalecermos nossa comunicação, estaremos contribuindo de forma significativa para o bem-estar das crianças e famílias que acolhemos.

Juntos, vamos continuar transformando vidas e fazendo a diferença.

### 2.2.1 Objetivo geral

Fortalecer a visibilidade institucional da Casa Durval Paiva

## 2.2.2 Objetivos específicos

- Veicular amplamente a campanha do diagnóstico precoce do câncer infantojuvenil na perspectiva de alertar sobre a temática;
- Publicizar as ações e serviços multiprofissionais realizados pela CDP, aumentando a sua visibilidade e propiciando transparência na aplicação dos recursos;
- Reforçar um canal de comunicação próximo das pessoas através das redes sociais;
- Envolver a comunidade, voluntários e doadores;
- Diversificar as modalidades de captação de recursos financeiros;
- Ampliar e aperfeiçoar o relacionamento com os *stakeholders*;
- Estabelecer processos de comunicação intersetorial.

## 2.2.3 Metodologia

Para alcançar os objetivos traçados para a área de Comunicação, compõem a equipe do Desenvolvimento Institucional: Assessoria de imprensa e Marketing (Mídias Sociais e Publicidade), as quais são responsáveis pela publicização das atividades realizadas na Casa Durval Paiva, em toda a imprensa escrita, falada e televisionada, bem como, nas redes sociais.

Foi realizado um processo de levantamento das principais necessidades para a comunicação interna da Casa, envolvendo uma abordagem multifacetada, que incluiu análise de dados internos e consultas diretas aos colaboradores. Essa abordagem nos permitiu obter uma visão abrangente e precisa das áreas que mais necessitam de apoio.

Cada objetivo foi cuidadosamente elaborado para atender a uma necessidade específica e contribuir para o avanço da missão da Casa Durval Paiva. Reconhecemos que as necessidades podem evoluir, ao longo do tempo, e nosso plano de ação foi projetado para se ajustar a essas mudanças de maneira ágil e eficaz.

Como resultados para os objetivos definidos, ao longo deste plano de ação, projetamos um crescimento médio de 30%, nos números relacionados ao marketing digital e de, aproximadamente, 20% nos dados da Imprensa, pois a transparência e a prestação de contas são valores centrais em nossa metodologia.

Por fim, para veicular e divulgar amplamente as atividades, a CDP conta a parceria de portais, TVs, rádios, mídia exterior, *Busdoor*, *Outdoor*, mobiliário urbano, redes sociais e site institucional.

## 2.2.4 Levantamento das necessidades da comunicação

O levantamento das demandas de comunicação dos setores organizacionais da CDP foi realizado a partir de uma consulta direta com os gestores de cada área para entender as principais demandas institucionais. A análise apontou áreas de melhoria, tais quais:

- Compartilhamento de informações internas



**Problemática:** fluxo de informação falho ou inexistente – durante a realização de ações ou eventos, não há circulação de informações necessárias para o conhecimento dos colaboradores envolvidos ou não.

**Solução:** os colaboradores devem realizar a comunicação de ações/eventos, através da ferramenta oficial da instituição (e-mail), com tempo hábil para conhecimento e/ou providências de todos os envolvidos. Além disso, uma comunicação geral para todos os colaboradores da CDP, preferencialmente, de forma semanal.

- Cultura organizacional | Cultura de pertencimento

**Problemática:** Falta de engajamento dos colaboradores nas ações, entendimento da amplitude do seu fazer na instituição e entender a atuação do outro.

**Solução:** Realização de momentos de compartilhamento de informações, referente aos colaboradores e seus respectivos setores, para o entendimento geral, que o trabalho realizado é pensado em prol de uma única causa.

- Falta de comunicação visual no espaço físico da CDP

**Problemática:** Subutilização e posicionamento do quadro de avisos em local de baixo fluxo, onde nem todos os colaboradores circulam diariamente.

**Solução:** Troca de local do quadro, para um local de circulação de todos os colaboradores (espaço do ponto) e alimentação periódica do mesmo, por todos os setores envolvidos em ações.

- Sinalização interna da instituição

**Problemática:** Ausência de orientação visual, sobre a localização dos setores/espacos, para visitantes.

**Solução:** Instalação de placas de sinalização pelos corredores da instituição.

### 2.2.5 Priorização das demandas

A priorização de solicitação de peças/material de comunicação e programação visual para as ações será feita observando-se o alinhamento das ações previstas, com os objetivos pré-estabelecidos pelo Desenvolvimento Institucional:

- Eventos: envio do cronograma de peças, com prazo mínimo de 15 dias, antes da data de realização da ação, via e-mail;
- Clippings de projetos: prazo mínimo de 7 dias, a partir da solicitação, via e-mail;
- Solicitação de parceria/contato: prazo mínimo de 7 dias, a partir da solicitação, via e-mail;
- Peças avulsas: prazo mínimo de 2 dias, a partir da solicitação, via e-mail.



## 2.2.6 Metas Setoriais

Para que haja um acompanhamento quantitativo do desempenho do Desenvolvimento Institucional da Casa Durval Paiva, expõe-se, nas tabelas abaixo, os indicadores e as metas estabelecidas para o ano de 2024:

### 2.2.6.1 Imprensa

**Tabela 16:** Indicadores e metas da imprensa 2024

INDICADOR	T0	META
Nº de envios do Boletim via WhatsApp	52	52
Nº de artigos enviados à imprensa	100	105
Nº de artigos publicados	300	315
Nº de releases produzidos	120	130
Nº de releases publicados	120	130
Nº Clipping	1500	2000
Nº de rádios	180	200
Nº de entrevistas	750	900
Nº de inscritos na Newsletter	1200	1600

#### 2.2.6.1.1 Ações

1. Identificar novas rádios e estreitar relacionamento com as já cadastradas, a fim de maximizar a divulgação do conteúdo produzido pelos colaboradores e campanhas institucionais;
2. Maximizar o alcance dos conteúdos produzidos, a fim de alcançar meios de comunicação em todos os municípios do RN;
3. Acompanhar o alcance dos releases publicados, dando maior ênfase nos canais que ainda não são parceiros da instituição;
4. Criar uma estratégia de divulgação dos artigos produzidos pela equipe técnica, com foco em aumentar o interesse do público.
5. Estabelecer estratégias de divulgação das ações, valorizando parceiros envolvidos;
6. Estreitar relacionamento com novos veículos de comunicação, bem como, profissionais da imprensa, que integram o corpo de colaboradores;
7. Difundir os canais existentes na instituição, gerando mais proximidade e interesse no público em assinar e receber o conteúdo gerado.

#### 2.2.6.1.2 Atividades

- Criação e envio do Boletim eletrônico e *WhatsApp* semanal;

- Correção e envio de artigos produzidos pela Equipe Técnica;
- Criação e divulgação de Releases;
- Organização e envio do clipping eletrônico;
- Produção de entrevistas e roteiros;
- Atendimento à imprensa;
- Mídia Training;
- Produção e apresentação de lives;
- Redação de cerimonial;
- Ampliação da rede de rádios;
- Atualização de Maillist.

## 2.2.6.2 Marketing

**Tabela 17:** Indicadores e metas do marketing 2024

INDICADOR	T0	META
Nº de seguidores no Facebook (~30%)	49.200	64.000
Nº de seguidores no Instagram (~30%)	61.795	80.000
Nº de seguidores no Twitter (~30%)	1.947	2.500
Nº de inscritos no Youtube (~30%)	413	550
Nº de inscritos no TikTok (~30%)	6.130	8.000
Nº de cliques no Google ADS (~30%)	113.840	150.000
Nº acessos às redes sociais (~30%)	2.482.510	3.250.000

### 2.2.6.2.1 Ações

1. Gerenciamento das redes sociais;
2. Criação, revisão de conteúdo, atualização e acompanhamento;
3. Planejamento e acompanhamento as campanhas pagas;
4. Levantamento de dados e definição de personas;
5. Análise da concorrência para identificação de oportunidades;
6. Identificação de oportunidades para parcerias, atração de novos doadores e apoiadores;
7. Elaboração e otimização de estratégias para atrair tráfego orgânico;
8. Análise de métricas e indicadores;
9. Construção de relatórios de resultados para validar as ações realizadas.

## 2.2.7 Eventos de divulgação

Vemos na divulgação das ações e serviços uma grande oportunidade de continuarmos a existir e garantir a sustentabilidade da instituição. Para isso, precisamos mostrar todas as atividades

executadas pela CDP, entendendo que a sociedade precisa ter conhecimento do que fazemos e como elas podem contribuir e colaborar conosco, em prol do combate ao câncer infantojuvenil.

## 2.2.7.1 Eventos internos

A equipe técnica, responsável pelas atividades finalísticas da CDP, tem em seu roteiro de atividades, eventos que visam comemorar e abrilhantar as datas chaves do calendário. Desse modo, visando organizar a publicização dos eventos internos e divulgá-los nos meios adequados, o Desenvolvimento institucional segue o cronograma oficial na tabela 18.

**Tabela 18:** Eventos internos 2024

DATAS COMEMORATIVAS		
DATA	EVENTO	RESPONSÁVEL
07/02/2024 (quarta)	CarnaCACC	Serviço Social
27/03/2024 (quarta)	Páscoa	Dispensário
08/05/2024 (quarta)	Dia das Mães	Fisioterapia
19/06/2024 (quarta)	São João	Psicologia
11/07/2024 (quinta)	Aniversário da Casa - fixo	DI
07/08/2024 (quarta)	Dia dos Pais	Nutrição
08 a 10/10/2024 (ter a quinta)	Dia das Crianças - fixo	Educação
11/12/2024 (quarta)	Natal	Odontologia
02 e 07/12/2024	Bazar Natalino - fixo	Casa dos ofícios
14/12/2024 (sábado)	Confraternização dos Colaboradores - fixo	RH

## 2.2.7.2 Datas alusivas

**Tabela 19:** Datas alusivas 2024

DATA	O QUE SE COMEMORA
01/01	Ano Novo
04/01	Dia do Hemofílico
15/01	Aniversário – Sueli Câmara (DIRETORA)
20/01	Dia do Farmacêutico
04/02	Dia Mundial de Combate ao Câncer
13/02 (Data móvel)	Carnaval
15/02	Dia Internacional de Luta contra o Câncer Infantil
22/02	Dia do Auxiliar de Serviços Gerais
04/03	Aniversário – Rilma de Fátima (DIRETORA)
04/03	Aniversário – Aldo de Medeiros (CONSELHEIRO SUPLENTE)
08/03	Dia Internacional da Mulher
14/03	Aniversário – Tereza Elizabeth (CONSELHEIRA TITULAR)
21/03	Dia Internacional da Síndrome de Down
31/03 (Data móvel)	Páscoa

## PLANO DE AÇÃO 2024

07/04	Dia Mundial da Saúde
08/04	Dia Mundial de Luta Contra o Câncer
17/04	Dia Mundial da Hemofilia
20/04	Aniversário - Fernando Campos (CONSELHEIRO SUPLENTE)
28/04	Dia da Educação
08/05	Dia do Profissional de Marketing
12/05 (Data móvel)	Dia das Mães
12/05	Aniversário – Sandra Boff (MEMBRO EFETIVO)
13/05	Dia Nacional do Cozinheiro
15/05	Dia do Assistente Social
20/05	Dia do Pedagogo
03/06	Dia do Profissional do RH
14/06	Dia Mundial do Doador de Sangue
19/06	Dia Mundial de Conscientização sobre a Doença Falciforme
04/07	Dia do Operador de Telemarketing
09/07	Dia do Oncologista
19/07	Dia da Caridade
22/07	Aniversário – José Alexandre (MEMBRO EFETIVO)
25/07	Dia do Motorista
27/07	Dia do Pediatra
11/08 (Data móvel)	Dia dos Pais
11/08	Dia do Advogado
27/08	Dia do Psicólogo
28/08	Dia Nacional do Voluntariado
31/08	Dia da Nutricionista
13/09	Aniversário – Clara Fernandes (CONSELHEIRA TITULAR)
14/09	Aniversário – Karla Motta (CONSELHEIRA TITULAR)
15/09	Dia Mundial de Conscientização sobre Linfomas
18/09	Dia Nacional de Conscientização e Incentivo ao Diagnóstico Precoce do Retinoblastoma
19/09	Dia Mundial do Doador de Medula Óssea
21/09	Dia do Adolescente
22/09	Aniversário – Ibernnon Martins (MEMBRO EFETIVO)
12/10	Dia das Crianças
13/10	Dia Nacional do Fisioterapeuta e do Terapeuta Ocupacional
15/10	Dia do Professor
18/10	Dia do Médico
19/10	Dia do Profissional da Tecnologia da Informação
25/10	Dia do Dentista
22/11	Aniversário – Daniella Paiva (DIRETORA)
23/11	Dia Nacional de Combate ao Câncer Infantojuvenil
27/11	Dia Nacional de Combate ao Câncer



(Data móvel)	Dia de Doar
05/12	Dia Internacional do Voluntário
13/12	Aniversário de Rilder e Ana Jarvis
25/12	Natal

## 2.2.8 Campanhas publicitárias

As campanhas publicitárias visam apresentar para a sociedade Norte Riograndense os aspectos desenvolvidos pela Casa Durval Paiva, tanto nas questões institucionais, quanto referentes a causa que abraça. Deste modo, evidenciam-se as seguintes campanhas:

- Almoço
- Aniversário da Casa Durval Paiva;
- Dia de Doar, conforme calendário;
- Dia do Desapego;
- Diagnóstico Precoce;
- DNCCI.
- Doações;
- Mc Dia Feliz, conforme calendário;
- Projetos;
- Setembro Dourado, conforme calendário;

## 2.2.9 Diagnóstico Precoce 2024

Em se tratando da campanha de maior destaque da CDP, no ano de 2024, vamos trabalhar de modo mais detalhado e aprofundado, para que todos possam saber os principais sinais e sintomas da doença.

A campanha é massificada em diversos veículos de comunicação, como TVs, Rádio, digital, publicidade (outdoor, backbus, mobiliário urbano), mídias em empresas parceiras, seguindo o cronograma abaixo, onde, a cada mês, um tipo de câncer recebe destaque quanto aos seus principais sinais e sintomas (figuras 1 a 8). Este ano, o mote da campanha é “Game Over no Câncer Infantojuvenil!”.

**Tabela 20:** Tipologias de câncer por mês

MÊS	TIPO
JAN	Leucemia
FEV	Tumor do Sistema Nervoso Central
MAR	Osteossarcoma
ABR	Linfoma
MAI	Neuroblastoma
JUN	Câncer dos Tecidos moles
JUL	Retinoblastoma

## PLANO DE AÇÃO 2024

AGO	Tumor de Wilms
SET	Setembro Dourado – Mês de Conscientização do Câncer Infantojuvenil)
OUT	Leucemia
NOV	DNCCI – Dia Nacional de Combate ao Câncer Infantojuvenil
DEZ	Tumor do Sistema Nervoso Central

**Figura 2: Leucemia**



**Figura 3: Tumor do sistema nervoso central**



**Figura 4: Osteossarcoma**





Figura 5: Linfoma



Figura 6: Neuroblastoma



Figura 7: Câncer dos tecidos moles





Figura 8: Retinoblastoma



Figura 9: Tumor de Wilms



#### 2.2.10 Aniversário da Casa Durval Paiva (29 anos)

Para esse evento vislumbramos a seguintes ações:

**Presencial:** Promoveremos uma cerimônia de aniversário, onde contaremos com a presença dos financiadores dos projetos vigentes, em 2024, além de autoridades e parceiros da CDP. Em seguida, como de costume, um momento para os “parabéns” oficial, com bolo, doces e buffet para os presentes, incluindo pacientes e acompanhantes, acompanhado de um pocket show. Sendo esse um momento para confraternizar.

Na ocasião, vamos promover, ainda, um sarau, onde serão apresentados poemas e poesias produzidas pelos pacientes, durante o projeto “Leitura e Prosa”.

#### On-line:

- Mini kit festa contendo bolo de aniversário e docinhos, personalizado com a marca da CDP, produzidos pelas mães e acompanhantes, que participaram de cursos da Casa. Juntamente com um convite impresso para o dia 11, contendo um QR Code, que direciona para um vídeo comemorativo com os pacientes acolhidos, que será postado no YouTube da CDP;



- Sarau online: Uma série com pacientes apresentando poemas e poesias de própria autoria, durante o projeto “Leitura e Prosa”;
- Peças publicitárias e criação de filtro comemorativo, bem como, adesivos e figurinhas;
- Durante todo o mês, as redes sociais da CDP estarão voltadas para a celebração dos 29 anos;
- Kits de agradecimento, personalizado com a marca da CDP, contendo docinhos produzidos pelas mães e acompanhantes que participaram de cursos da Casa. Ele será entregue como agradecimento pela presença no evento físico.

### 2.2.11 Doações Online

No ano de 2024, vamos iniciar uma nova modalidade de captação: a doação online, como maneira de aumentar o leque de opções para as pessoas contribuírem com o trabalho realizado pela Casa Durval Paiva, vamos monetizar as redes sociais, transformando seguidores em doadores, através de anúncios no Instagram e Facebook.

Esses anúncios serão voltados para a doação e através de um botão no site, conseguiremos mensurar o quanto está sendo arrecadado a partir destes anúncios pagos.

### 2.2.12 Desafios para 2024

- Criar padrão de comunicação entre os colaboradores da CDP;
- Criar de grupo de WhatsApp com TODOS os colaboradores da CDP;
- Indicar uma nova forma de inscrição para receber o boletim semanal via WhatsApp (canal institucional);
- Monetizar as redes sociais: Campanha para captar doação (via tráfego pago)
- Ter uma conta institucional no *WhatsApp* com o número da CDP (4006.1600), para campanha Facebook ADS, voltada para possíveis doadores contatarem os operadores (treinamento fornecido pelo DI junto a eles, usando base de dados dos doadores já fidelizados);
- Diversificar o avatar do Caquito CDP, em consonância com as datas comemorativas;
- Elaborar uma Grife/Boutique do Caquito para a venda.

### 2.2.13 Avaliação e resultados

Mensalmente, são produzidos relatórios pela equipe do Desenvolvimento Institucional, através deles, verificamos o nosso alcance na mídia, mensurando indicadores como: triagem do clipping, entrevistas, matérias, inscritos nas redes sociais e seus engajamentos, doações, além das inserções em TV, rádios e, ainda, da mídia exterior, de acordo com as parcerias firmadas com veículos de comunicação.

Ao fim de cada mês, são realizadas reuniões de avaliação dos indicadores e se eles estão caminhando ao encontro ou não das metas, avaliaremos os resultados obtidos de modo a fazer as mudanças necessárias, caso percebamos que a estratégia adotada não está tendo o resultado esperado, isso nos permitirá o real controle das ações e assim poderemos nos aproximar das pessoas, doadores ou não, parceiros ou não, para que a sociedade possa saber ainda mais, como a Casa Durval Paiva desempenha a sua missão e como todos podem se engajar e contribuir com a causa do câncer infantojuvenil.

Além disso, em relação ao item 4.1 “LEVANTAMENTO DE NECESSIDADES DE COMUNICAÇÃO”, ao final de 2024, para acompanhar e mensurar a efetividade das soluções indicadas pelo Desenvolvimento Institucional, será lançada uma pesquisa “NECESSIDADES DE COMUNICAÇÃO”, onde será gerado um relatório qualitativo e quantitativo do trabalho, bem como, coletar alguma outra necessidade que possa surgir.

## 2.3 FINANCEIRO

O Setor Financeiro é responsável por uma ampla gama de atividades relacionadas a recursos financeiros da instituição. Gerenciar eficientemente estes recursos para minimizar riscos, inclui monitorar receitas e despesas, controlar os investimentos e os riscos, com base no planejamento orçamentário e financeiro, garantindo que a instituição tenha saúde financeira para a execução de suas ações. E ainda lhe compete divulgar os resultados através de prestação de contas aos órgãos competentes e à sociedade.

Aqui apresenta-se este plano de ação com a finalidade de informar e documentar as funções do setor. A composição deste plano de ação tem como elementos essenciais a missão da instituição, suas estratégias e controle financeiro, um planejamento tributário adequado às demandas do terceiro setor, bem como as ideias de crescimento para o futuro, e o objetivo geral a ser alcançado.

### 2.3.1 Objetivo geral

Garantir que a instituição tenha saúde financeira para a execução de suas ações, ou seja, coordenar despesas e gerenciar/monitorar os recursos financeiros a serem aplicados nas atividades de suporte e atividades finalísticas da Casa Durval Paiva de forma assertiva e responsável.

### 2.3.2 Objetivos específicos

- Elaborar o plano orçamentário e financeiro anual da Casa Durval Paiva;
- Acompanhar as despesas mensalmente e ajustar quando o for caso;
- Garantir a boa aplicação dos recursos financeiros, tanto do ponto de vista legal, quanto na perspectiva dos valores aportados;
- Assegurar que a instituição cumpra todas as regulamentações financeiras e contábeis;
- Apoiar a prestação de contas dos projetos juntos aos executores;
- Reduzir os custos operacionais.

### 2.3.3 Indicadores e metas

**Tabela 21:** Indicadores e metas 2024 – setor financeiro

INDICADORES	METAS
Valores de receitas – previstas x realizadas	Alterar as receitas, para mais ou para menos, em até 20% do valor previsto
Valores de despesas - previstas x realizadas	Alterar as despesas, para mais ou para menos, em até 15% do valor previsto

Processos de pagamento em conformidade com as regras e legislação vigente	100% dos processos em atendimento as normas e leis vigentes
Receitas em rubricas voltadas para atividade finalística da CDP	Aumentar em 10% a aplicação de receitas em atividades fins.
Processos de receitas e despesas de projetos em conformidade com edital e regras dos financiadores ou intermediários	100% da aplicação das despesas em conformidade com as diretrizes dos editais
Auditare receitas e despesas de cada exercício	100% das receitas e despesas auditadas interna (mensalmente) e externamente (anualmente)
Publicizar demonstrações contábeis e financeiras dos exercícios anteriores	100% dos relatórios do exercício sendo publicados no site, ministério público e outros veículos

#### 2.3.4 Justificativa

O planejamento de receitas e despesas no setor financeiro, possibilita ao gestor estabelecer as metas financeiras de curto, médio e longo prazo, que são estratégicos para alcançar os objetivos. A instituição não consegue crescer se não tiver condições de financiar suas ações. Este planejamento também possibilita uma tomada de decisões mais consistente e eficiente, além de auxiliar no cumprimento da missão institucional.

#### 2.3.5 Ações

**Tabela 22: Ações 2024 - setor financeiro 2024**

Ação 1: Analisar histórico dos últimos 2 anos para definir previsão de receitas e despesas por rubrica			
QUEM	COMO	QUANDO	CUSTO
Gestora Financeira	Receitas: Estabelecendo pela média anual por rubrica ou sob demanda dos setores de captação (Central de Doações e Desenvolvimento Institucional)	Outubro/2023	Não há custos
	Despesas: Estabelecendo a média anual por rubrica, acrescido dos indicadores de inflação ou de demandas específicas e estratégicas encaminhadas pela Diretoria		
Ação 2: Em caso de contextos atípicos, realinhar o plano orçamentário, trimestralmente			
QUEM	COMO	QUANDO	CUSTO
Gestora Financeira	Fazendo uma média das receitas e despesas realizadas no ano corrente	Trimestralmente	Não há custos
Ação 3: Aportar receitas e despesas de acordo com os convênios/contratos estabelecidos			
QUEM	COMO	QUANDO	CUSTO
Gestora Financeira	Monitorando a planilha de execução físico financeira de projetos para que esteja de acordo com os valores estabelecidos.	Durante a execução do Projeto	Não há custos
Ação 4: Gerenciar processos de pagamento, controlando receitas financeiras e despesas a serem pagas			
QUEM	COMO	QUANDO	CUSTO

Gestora Financeira	Pelo sistema de controle de pagamento e extratos bancários	Diariamente	Não há custos
<b>Ação 5:</b> Monitorar receitas por fonte específica diariamente			
<b>QUEM</b>	<b>COMO</b>	<b>QUANDO</b>	<b>CUSTO</b>
Gestora Financeira/Superadora Financeira	Verificando extratos bancários por conta corrente, cartão de crédito e boletos, da Central de Doações, bem como de Parcerias Troco, atualizando no sistema de controle de receitas. Efetuar a baixa diária de doações recebidas via bancos no sistema de arrecadação e lançar no sistema de gestão.	Diariamente	Não há custos
<b>Ação 6:</b> Auxiliar os executores de projetos na prestação de contas, bem como informá-los dos saldos bancários e alimentar planilha de movimentação bancária de cada projeto			
<b>QUEM</b>	<b>COMO</b>	<b>QUANDO</b>	<b>CUSTO</b>
Gestora Financeira	Disponibilizando extratos bancários e documentações financeiras dos projetos, bem como atualizar planilha de rendimentos e tarifas, e construir relatório de execução físico financeiro.	Mensalmente ou dependendo da demanda	Não há custos
<b>Ação 7:</b> Enviar mensalmente todos os documentos comprobatórios das movimentações financeiras e contábeis para a empresa terceirizada			
<b>QUEM</b>	<b>COMO</b>	<b>QUANDO</b>	<b>CUSTO</b>
Gestora Financeira/Superadora Financeira	Por meio de publicação de documentos num sistema específico.	Mensalmente	Não há custos
<b>Ação 08:</b> Negociar contratos de prestação de serviços contínuos			
<b>QUEM</b>	<b>COMO</b>	<b>QUANDO</b>	<b>CUSTO</b>
Gestora Financeira	verificar sempre os índices que são usados para a renovação desses contratos de forma a deixar o mesmo com o menor percentual de reajuste possível	Mensalmente	Não há custos

### 2.3.6 Resultados

Ao final do exercício financeiro e contábil, ou seja, mensal ou anualmente. E ainda em conformidade com os prazos estabelecidos para prestação de contas dos projetos, deseja-se que o setor financeiro obtenha os resultados:

- Atender com eficiência e eficácia todas as demandas dos setores, tanto as atividades fins, quanto as atividades de manutenção da Casa Durval Paiva;
- Ter todos os processos de pagamento em conformidade com as normas da instituição e com a legislação vigente para ONG's;
- Garantir que a prestação de contas dos projetos esteja em conformidade com as normas dos financiadores;
- Garantir que a sustentabilidade financeira seja efetiva e compatível com a realidade da instituição;



- Dar transparência a aplicação financeira da CDP, especialmente, para os stakeholders da organização;
- Resguardar os documentos comprobatórios em arquivo digital e físico e de acordo com os prazos estabelecidos em Lei;
- Manter bom relacionamentos com todos os setores da instituição, fazendo cumprir a missão desta.

### 3 ÁREA DE SUPORTE À OPERAÇÃO

#### 3.1 SEMAC – Serviços de manutenções, compras, estoque, transporte e hotelaria.

O setor atua na área meio da Casa Durval Paiva e é composto pelos serviços de administração de materiais e patrimônio (compras, estoque, patrimônio); Higienização e limpeza; Logística de pacientes e demandas internas da instituição; Gestão da Hotelaria (Governanta e Recepção); manutenção predial e de equipamentos.

O Plano de ação é uma ferramenta de planejamento, acompanhamento de atividades, definição de metas e objetivos. O mesmo consiste em objetivos geral, específicos, indicadores, metas mensais e anual, ações, justificativas e resultados esperados.

Os dados a seguir são com base no ano de 2023, contendo alterações de indicadores para melhor atingir os objetivos.

##### 3.1.1 Objetivo geral

Gerir o time e as atividades que são realizadas pelo setor, para atender as demandas da instituição, objetivando a melhor entrega no serviço e atendimento aos pacientes, familiares e colaboradores. E assim, garantir a fluidez das ações pertinentes a compras, estoque, patrimônio, manutenções, logística, higienização, hotelaria e recepção.

##### 3.1.2 Objetivos específicos

- Disponibilizar traslado para os profissionais que atuam no diagnóstico precoce do câncer infantojuvenil, aos projetos da instituição e nas demandas externas;
- Realizar o traslado das mães e pacientes para os tratamentos/exames em hospitais e órgãos de saúde;
- Garantir as condições de segurança e conservação do imóvel/equipamentos;
- Realizar cotações/compras para todos os setores da instituição;
- Gerenciar materiais do almoxarifado para fluidez nos serviços;
- Monitorar entradas, saídas e movimentações do patrimônio da instituição;
- Assegurar a higienização de todos os ambientes da Casa melhor receber/atender a todos;
- Proporcionar qualidade no acolhimento, suporte e hospedagem aos pacientes e acompanhantes.

**Tabela 23:** Indicadores e metas administrativas 2024 - SEMAC

INDICADOR	RESULTADO 2023	META 2024
Custo de combustível - Mensageiros	R\$ 43.477,33	Até R\$ 66.000,00

## PLANO DE AÇÃO 2024

Custo de combustível - Motoristas	R\$ 51.070,32	Até R\$ 66.000,00
Custo de manutenção predial e equipamentos (incluindo veículos)	R\$ 47.840,34	Até R\$ 60.000,00
Custo de material de limpeza e expediente	R\$ 37.375,26	Até R\$ 28.800,00
Custo de transporte - táxi	R\$ 6.406,10	Até R\$ 9.000,00
Nº de viagens/translado	1.614 viagens	1.614 viagens
Quantidade mínima de estoque	No mínimo 5 unidades por item (manutenção) em estoque	No mínimo 5 unidades por item (manutenção) em estoque
% alocação do patrimônio	100% do patrimônio em conformidade com a alocação definida	100% em conformidade
Tempo da cotação compras/serviços	Obter cotação em 10 dias úteis da data do pedido	10 dias

**Tabela 24:** Indicadores e metas sociais 2024 - SEMAC

INDICADOR	RESULTADO 2023	META 2024
Nº de hospedagens	9.817 hospedagens	10.798 hospedagens
Nº de hóspedes	704 hospedes	774 hóspedes
Nº de visitas	1.436 visitantes	1.579 visitantes
Nº doadores não financeiros	943 doadores	1.037 doadores

### 3.1.3 Justificativa

Fundamentado no ano de 2023, analisamos e mensuramos os indicadores, sendo atribuído metas para o ano de 2024. Assim, com base nos resultados obtidos de janeiro a dezembro de 2023, realizamos análise dos custos dos combustíveis para os mensageiros e motoristas, como também, os indicadores do custo de transporte.

O indicador de custo de manutenção e custo com transporte foi realizado um acréscimo em cima do resultado anual 2023. Já os custos com materiais de limpeza e expediente foi feito uma redução.

Também houve um acréscimo de 10% para os indicadores de hospedagens, hóspedes, visitas e doadores. No translado, verificamos que podemos permanecer com a mesma meta, pois estamos amadurecendo as rotas e agendamentos para chegar até 100 viagens. Assim, podemos realizar esse plano com assertividade, e direcionamento. Os indicadores apresentados, são importantes para atingirmos resultados cabíveis na intenção de favorecer o diagnóstico precoce, os usuários e a

funcionalidade da instituição. Através do indicador e metas podemos realizar o acompanhamento do setor e realizar tomadas de decisões com base nos resultados.

A SEMAC tem sua relevância para garantir o tratamento dos pacientes na condução desses para os vários órgãos da saúde (hospitais, Hemonorte, clínicas, entre outros); na logística de profissionais para capacitações e distribuição de cartilhas; na coleta de doações não financeiras; para garantir os abastecimentos de materiais necessários ao andamento das atividades da Casa; bem como um ambiente agradável; no acolhimento e acomodação dos pacientes e acompanhantes em leitos adequado às necessidades. O setor contribui em boa parte na instituição trazendo eficiência, conforto e funcionalidade para atender todo requisito e objetivo da instituição. Na tabela 24 apresenta-se as ações que serão realizadas pelo setor:

**Tabela 25: Ações 2024 - SEMAC**

<b>AÇÃO: Realizar cotações/compras para todos os setores da instituição.</b>				
<b>COMO</b>	<b>QUANDO</b>	<b>LOCAL</b>	<b>CUSTO</b>	<b>RESPONSÁVEL</b>
Solicitar aos fornecedores	Janeiro a dezembro	E-mail	\$	Compras
Solicitar autorização	Janeiro a dezembro	Sistema Ecogestão	\$	Gestor (a) administrativo
Requerer a compra	Janeiro a dezembro	E-mail	\$	Compras
<b>AÇÃO: Gerenciar materiais do almoxarifado para fluidez nos serviços.</b>				
<b>COMO</b>	<b>QUANDO</b>	<b>LOCAL</b>	<b>CUSTO</b>	<b>RESPONSÁVEL</b>
Controlar validade dos produtos	Janeiro a dezembro	Sistema Ecogestão	\$	Estoque
Solicitar compra quando estoque estiver baixo	Mensalmente	Sistema Ecogestão	\$	Estoque
Receber/Conferir mercadoria	Janeiro a dezembro	CDP	\$	Estoque
Lançar no sistema	Janeiro a dezembro	Sistema Ecogestão	\$	Estoque
Receber/Realizar a entrega aos setores nas sextas, após solicitação.	Semanalmente	Sistema Ecogestão	\$	Estoque
Dar baixa no sistema	Janeiro a dezembro	Sistema Ecogestão	\$	Estoque

## PLANO DE AÇÃO 2024

<b>AÇÃO:</b> Monitorar entradas, saídas e movimentações do patrimônio da instituição.				
COMO	QUANDO	LOCAL	CUSTO	RESPONSÁVEL
Receber solicitação/conferir e dar baixa	Janeiro a dezembro	Sistema Ecogestão	\$	Patrimônio
Conferir os imobilizados	Janeiro a dezembro	CDP/ Sistema Ecogestão	\$	Patrimônio
Dar entrada no bem e fixar placa	Janeiro a dezembro	Sistema Ecogestão	\$	Patrimônio
<b>AÇÃO:</b> Garantir as condições de segurança e conservação do imóvel/equipamentos.				
COMO	QUANDO	LOCAL	CUSTO	RESPONSÁVEL
Solicitar aos fornecedores	Janeiro a dezembro	E-mail	\$	Manutenção
Solicitar autorização	Janeiro a dezembro	Sistema Ecogestão	\$	Manutenção
Solicitar serviço	Janeiro a dezembro	CDP	\$	Manutenção
<b>AÇÃO:</b> Disponibilizar traslado para os profissionais que atuam no diagnóstico precoce do câncer infantojuvenil, aos projetos da instituição e nas demandas externas.				
COMO	QUANDO	LOCAL	CUSTO	RESPONSÁVEL
Receber/agendar as solicitações	Janeiro a dezembro	Sistema Ecogestão	\$	Transporte
Solicitar pagamento do combustível	Mensalmente	CDP	\$	Gestor (a) administrativo
<b>AÇÃO:</b> Realizar o traslado das mães e pacientes para os tratamentos/exames em hospitais e órgãos de saúde.				
COMO	QUANDO	LOCAL	CUSTO	RESPONSÁVEL
Levar/Buscar os paciente e acompanhantes	Janeiro a dezembro	Hospitais/órgãos de saúde		Motorista
<b>AÇÃO:</b> Assegurar a higienização de todos os ambientes da Casa melhor receber/atender a todos.				
COMO	QUANDO	LOCAL	CUSTO	RESPONSÁVEL



## PLANO DE AÇÃO 2024

Limpeza nos ambientes	Diariamente	CDP	R\$ 1.100,00	Auxiliar de serviços gerais
<b>AÇÃO:</b> Proporcionar qualidade no acolhimento, suporte e hospedagem aos pacientes e acompanhantes.				
COMO	QUANDO	LOCAL	CUSTO	RESPONSÁVEL
Recepcionar e lançar no sistema a entrada e saída	Janeiro a dezembro	CDP/ ecogestão	\$	Recepcionista
Realizar agendamentos	Janeiro a dezembro	Planilha no drive	\$	Recepcionista
Realizar Check-in e Check-out	Janeiro a dezembro	CDP	\$	Governanta
Fornecer peças cama e banho	Janeiro a dezembro	CDP	\$	Governanta
Orientar e conduzir as mães para atividades e idas aos hospitais	Janeiro a dezembro	CDP	\$	Governanta
<b>AÇÃO:</b> Relacionamento com os fornecedores				
COMO	QUANDO	LOCAL	CUSTO	RESPONSÁVEL
Convidando para conhecer a Casa.	1 vez no mês	CDP	-	SEMAC

Através desse plano de ação podemos exibir uma comparação ao que planejamos com o que efetivamente foi executado. Esperamos atingir as metas e chegar em novos patamares maiores nos anos seguintes.

### 3.2 RECURSOS HUMANOS

O papel estratégico do RH engloba várias ações, que contribuem, ativamente, para o sucesso da instituição. Cada vez mais, o tradicional setor de Recursos Humanos da Casa Durval Paiva, muitas vezes, relacionado apenas às demandas burocráticas, dá lugar ao RH estratégico, que assume um papel de protagonismo. Assim, o setor caminha lado a lado aos objetivos do negócio, apoiando a alta liderança nos principais desafios, para alcançar os melhores resultados.

Nesse sentido, vale ressaltar, que as ferramentas tecnológicas são fundamentais para um RH estratégico e elas dão o suporte e os dados necessários para uma tomada de decisão mais acertada sobre a gestão de pessoas. Afinal, o que há de mais importante dentro de uma organização são as pessoas, logo, a conexão entre tecnologia, colaboradores, planejamento do RH e planejamento estratégico da organização promovem um resultado extraordinário para a instituição.

Além disso, o RH da CDP vem desenvolvendo uma atuação estratégica com a finalidade de manter o cuidado desde a seleção e contratação, adequados à cultura da CDP, como também, o processo de treinamento e capacitação dos colaboradores, visando a entrega de resultados de excelência, assim como a avaliação de desempenho que busca analisar a performance dos colaboradores identificando pontos forte e pontos que carecem de acompanhamento.

Outro ponto a destacar, é o acompanhamento do clima organizacional, por meio de pesquisa de clima com ao propósito de nortear as ações necessárias para intervenções que corrijam ou minimizem os efeitos nocivos ao dia a dia da Instituição. Nisso se faz necessário, preparar e engajar a equipe na direção dos objetivos organizacionais, adotando práticas para fortalecer a sustentabilidade, longevidade e o fortalecimento das ações institucionais, estabelecendo parcerias que agreguem valor a instituição.

Ademais, por meio da análise dos indicadores estabelecidos, que permitem medir a performance dos processos da área de Recursos Humanos, tais como, os níveis de desempenho, o sucesso das atividades desempenhadas no setor e sua contribuição para alcançar os objetivos organizacionais.

### 3.2.1 Objetivo geral

Desenvolver, aplicar e acompanhar ações na área de RH, considerando as necessidades em relação a gestão de pessoas, contribuindo assim, para a longevidade, sustentabilidade e o fortalecimento das ações institucionais.

### 3.2.2 Objetivos específicos

- Recrutar potenciais candidatos que serão selecionados para as vagas em aberto dentro da instituição, no menor tempo e com a melhor qualidade;
- Selecionar voluntários comprometidos com a causa;
- Firmar parcerias com faculdades para admissão de estagiários;
- Integrar e qualificar a equipe, de modo que as entregas tenham alto padrão de qualidade, evitando retrabalho;
- Acompanhar a política salarial implementada com base nos fatores internos correlacionados a valores de mercado assegurando um tratamento equitativo;
- Identificar as competências que devem ser desenvolvidas para a realização de cada uma das atividades dos profissionais;
- Monitorar o processo de rotinas administrativas e trabalhistas, afim de que todo processo esteja funcionando adequadamente, identificando e corrigindo práticas que possam incorrer em riscos para instituição;
- Manter na Instituição bons colaboradores através de estratégias de reconhecimento, oferta de benefícios institucionais e ações de integração ao ambiente de trabalho;
- Identificar e avaliar a performance técnica e comportamental e relacioná-la com a cultura da instituição;
- Promover uma análise no ambiente de trabalho através de pesquisa de clima, para identificar pontos fortes e de melhoria.

- Fortalecer à cultura interna de resolutividade, capacitando e treinando os colaboradores para aumentar a eficácia dos objetivos institucionais;
- Mobilizar os gestores das áreas de RHs de outras empresas para aderirem as ações da CDP.

### 3.2.3 Justificativa

Com o ambiente organizacional cada vez mais competitivo, exigindo a criação de tecnologias cada vez mais avançadas para a melhorias dos processos, esse novo cenário exige um conjunto de práticas para selecionar e reter talentos, para capacitar pessoas em novos conhecimentos e habilidades, para recompensar desempenhos e comportamentos eficazes, estimulando o comprometimento das pessoas através de ações bem definidas e estruturadas.

O plano de ação se constitui como um **documento utilizado para fazer um planejamento de trabalho, necessário para atingimento de um resultado desejado ou para a resolução de problemas**, o que resultará em um clima organizacional mais ameno e agradável.

### 3.2.4 Indicadores e metas 2024

#### 3.2.4.1 Provisão de Recursos Humanos

É o subsistema responsável por encontrar e trazer para a instituição os melhores talentos do mercado.

ASSUNTO	INDICADORES	METAS
Recrutamento e seleção	Nº de currículos recebidos	Mínimo de 30 currículos por vaga ofertada.
		Mínimo de 15 currículos por vaga ofertada para cargos de gestão ou especificação técnica.
	Nº de processos seletivos	Até 15 processos de seleção realizados no ano de 2024
Apadrinhamento	Nº de colaboradores acolhidos através do programa de apadrinhamento	100% dos colaboradores admitidos participem do programa de apadrinhamento

#### 3.2.4.2 Desenvolvimento de Pessoas

Esse subsistema é o responsável por identificar as competências que devem ser desenvolvidas para a realização de cada uma das atividades dos profissionais e buscar melhores formas de capacitação da equipe.

ASSUNTO	INDICADORES	METAS
Treinamento	Nº de Treinamentos e capacitações	30 Treinamentos e Capacitações realizadas no ano de 2024

## PLANO DE AÇÃO 2024

e capacitações	Nº de Participantes	Média de 40 participantes por capacitação
Avaliação do treinamento	% satisfação do treinamento	Analisar 100% dos treinamentos realizados em 2024
Avaliação de aprendizagem	% de treinamentos com relatório de desempenho da aprendizagem	80% dos treinamentos sendo avaliado por relatório de desempenho a ser encaminhado pelo ministrante

### 3.2.4.3 Manutenção de Pessoas

Focar nas melhores estratégias para reter os colaboradores

ASSUNTO	INDICADORES	METAS
Pesquisa de clima organizacional	% de colaborador	No mínimo 80% dos colaboradores respondendo o questionário.
Avaliação de desempenho	% de colaborador	Avaliar o desempenho de 80% do time.
Turnover	Nº de admitidos (colaboradores)	Até 15 admissões realizadas no ano de 2024
	% admissões	Permanecer com número de admissões igual ou inferior a 20% do total da folha de pagamento - <b>R\$ 40.000,00</b>
	Nº de demitidos (colaboradores)	Até no máximo 15 demissões no ano
	% demissões	Permanecer com número de admissões igual ou inferior a 20% do total da folha de pagamento - <b>R\$ 40.000,00</b>
	Nº de voluntários	Até 50 adesões de voluntários em 2024
	Nº de Estagiários	Até 30 admissões de estagiários em 2024

### 3.2.4.4 Monitoramento de Pessoas

Tem o objetivo de manter todas as informações dos colaboradores em ordem e organizadas. Utilizado para evidenciar aspectos a obediência à legislação trabalhista, além da seriedade das políticas internas.

ASSUNTO	INDICADORES	METAS
Gestão do ponto	% de funcionários (78 registram o ponto)	100% dos colaboradores com os dados do ponto (horas trabalhas, excedentes, faltas, atestados...) gerenciados mensalmente



## PLANO DE AÇÃO 2024

Absenteísmo	% de ausência	Reduzir em 70% as ausências- Calculadas em 2023
-------------	---------------	--

### 3.2.4.5 Parcerias

Contactar com RHs de empresas privadas para formalizar parcerias para fortalecimento das ações institucionais.

ASSUNTO	INDICADORES	METAS
Parcerias com empresas	Nº de RHs contactados	Mínimo de 1 empresa contactadas por mês
	Nº de parcerias formalizadas	Mínimo de 5 parcerias formalizadas no ano de 2024

## PLANO DE AÇÃO 2024

**Tabela 26:** Ações 2024 - RH

AÇÃO	QUEM?	COMO?	QUANDO?	CUSTO? PROVISÃO
Realizar triagem dos currículos enviados ao e-mail: <a href="mailto:selecao@casadurvalpaiva.org.br">selecao@casadurvalpaiva.org.br</a>	Gestor RH	Triar currículo de acordo com o perfil estabelecido para vaga	1ª etapa da seleção	-
Manter o número de processos seletivos de acordo com a meta	Gestor RH	Contabilizando o número de processos	Mensalmente	-
Realizar o apadrinhamento	Gestor da área	Realizando o apadrinhamento no momento da admissão/acolhimento	Início da admissão, durante 30 dias	-
Elaborar plano de Capacitação	Gestor de RH	Realizar levantamento das necessidades de treinamentos e capacitações da equipe	Dezembro 2023 para implementação a partir de janeiro de 2024	R\$ 6.000,00
Ministrar palestras, aulas presenciais e aulas on-line, temas pré-definidos.	Ministrante	Aplicando plano de aula/palestra/minicurso/treinamentos	Anual	-
Monitorar o número de participantes dos treinamentos e capacitações	Gestor de RH	Através da lista de presença	Até 10 dias após o treinamento	-
Avaliar os treinamentos	Gestor de RH	Mensurar os treinamentos através de questionário emitido pelo google forms	Até 10 dias após o treinamento	-
Avaliar o nível de Aprendizagem	Ministrante do Treinamento	Aplicar testes teóricos ou práticos para medir quais competências e habilidades foram adquiridas.	Anual	-
Realizar Pesquisa de clima	Gestor de RH	Através da plataforma Google forms	Novembro	-
Avaliar o desempenho do time	Gestor de RH	Através da plataforma Google forms	Julho	-
Monitorar as despesas com Pessoal	Gestor de RH	Acompanhar através da folha de pagamento as despesas com pessoal	mensalmente	-

## PLANO DE AÇÃO 2024

Realizar levantamento de número de admissões e demissões dos colaboradores	Gestor RH	Através de relatório emitido pelo sistema.	Trimestralmente	-
Realizar levantamento de número de adesões de voluntários	Gestor de RH	Através de relatório emitido pelo sistema.	Mensalmente	-
Realizar levantamento de número de admissão de Estagiários	Gestor de RH	Através de relatório emitido pelo sistema.	Mensalmente	-
Realizar a gestão do ponto	Auxiliar de RH	Através do Sistema do ponto – Aplicar estratégias junto com os gestores para reduzir o absenteísmo.	Mensalmente	-
Realizar levantamento de Absenteísmo	Auxiliar de RH	Através de relatório emitido pelo Sistema do ponto	Mensalmente	-
Monitorar as Reclamações trabalhista	Gestor RH	Realizar levantamento quantitativo das reclamações trabalhista	Anualmente	-
Convidar e formalizar parcerias com outros RHs	Gestor de RH	Através de e-mail e contato telefônico e reuniões presenciais	trimestral	-

Ressalta-se que este plano de ação, envolve TODO O TIME. As ações, podem ser realizadas em consonância com as demandas de cada setor, sendo verificando com o líder imediato, período mais adequado.

## 3.3 TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

O setor de TIC desempenha um papel fundamental na Casa Durval Paiva, sendo responsável pela gestão do parque tecnológico e pela implementação de estratégias que otimizam as atividades da instituição. Sua responsabilidade abrange a manutenção dos equipamentos, oferecendo suporte técnico sempre que necessário. Além disso, o setor é encarregado de desenvolver estratégias eficazes para resolver questões institucionais. A TIC detém o conhecimento dos sistemas utilizados na Casa Durval Paiva, e está pronta para administrar quaisquer imprevistos ou oferecer suporte aos colaboradores quando necessário.

### 3.3.1 Objetivo geral

Manter e aperfeiçoar processos, garantindo o correto funcionamento dos sistemas de informação e comunicação e a implantação de novas tecnologias.

### 3.3.2 Objetivos específicos

- Sistematizar manutenção preventiva de software e hardware;
- Criar política de backup em nuvem;
- Aumentar o Índice de Automação de Processos;
- Promover a sustentabilidade ambiental;
- Desenvolver novo site institucional;
- Automatizar o atendimento via WhatsApp.

**Objetivo 1:** Sistematizar manutenção preventiva de software e hardware.

**Tabela 27:** Ações, indicadores e metas objetivo 1 - TIC

Ações	INDICADOR	Meta	Período	Ator
Realizar manutenção por setor de todos os equipamentos e softwares	Número de setores atendidos	Um setor a cada mês	Mensal	Técnico de informática
	Número de equipamentos avaliados	Dez equipamentos por mês	Mensal	Técnico de informática
	Número de softwares atualizados	Dez equipamentos por mês	Mensal	Técnico de informática



## PLANO DE AÇÃO 2024

### Objetivo 2: Criar política de backup em nuvem

**Tabela 28:** Ações, indicadores e metas objetivo 2 - TIC

Ações	INDICADOR	Meta	Período	Ator
Configurar rotinas de backup – google drive	Número de computadores configurados	Todos os computadores da instituição	Março/24	Técnico de informática
Capacitar os usuários para utilização da ferramenta	Número de usuários capacitados	Todos os usuários que utilizam computadores	Março/24	Técnico de informática

### Objetivo 3: Aumentar o Índice de Automação de Processos

**Tabela 29:** Ações, indicadores e metas objetivo 3 - TIC

Ações	INDICADOR	Meta	Período	Ator
Reduzir o uso de planilhas, migrando as informações para o sistema de gestão, conforme disponibilidade das funcionalidades	Número de planilhas migradas	Todas as planilhas, conforme disponibilidade do sistema	2024	Técnico de informática

### Objetivo 4: Promover a sustentabilidade ambiental

**Tabela 30:** Ações, indicadores e metas objetivo 4 - TIC

Ações	INDICADOR	Meta	Período	Ator
Destinar para a reciclagem os equipamentos a serem descartados	Redução de resíduos eletrônicos	Todos os equipamentos a serem descartados	2024	Técnico de informática

### Objetivo 5: Desenvolver novo site institucional

**Tabela 31:** Ações, indicadores e metas objetivo 5 - TIC

Ações	INDICADOR	Meta	Período	Ator
Analisar proposta de desenvolvedores	Número de proposta	3	Jan/2024	Técnico de informática

Avaliar gateway de pagamento	Número de avaliações	3	Jan/2024	Técnico de informática
Coordenar as etapas do desenvolvimento do site	Número de etapas concluídas	3	Janeiro a junho/24	Técnico de informática

**Objetivo 6:** Automatizar o atendimento via WhatsApp

**Tabela 32:** Ações, indicadores e metas objetivo 6 - TIC

Ações	INDICADOR	Meta	Período	Ator
Configurar aparelho com WhatsApp institucional (4006-1600)	Número de aparelho configurados	1	Março	Técnico de informática
Criar bot de atendimento – primeiro contato	Número de aparelho configurados	1	Março	Técnico de informática

### 3.3.3 Considerações finais

Este plano de ação de TIC foi desenvolvido com o objetivo de fortalecer nossas operações de tecnologia da informação, impulsionando a eficiência, a segurança e a inovação em toda a organização.

## 4 ÁREA TÉCNICA

### 4.1 ASSISTÊNCIA SOCIAL

O Serviço Social atua na Casa de Apoio à Criança com Câncer Durval Paiva desde 1997 e funciona como porta de entrada no acolhimento e cadastro dos pacientes onco-hematológicos. Possui um caráter inclusivo, interventivo e educativo, tendo como foco o processo curativo a partir do acompanhamento do paciente e de seu grupo familiar, principalmente no que diz respeito às questões socioeconômicas. As principais atividades realizadas pelo setor são:

- Acolhimento;
- Entrevista social/Cadastro dos pacientes;
- Orientações quanto aos direitos e benefícios;
- Articulação e encaminhamento à Rede Socioassistencial para acesso às políticas públicas;
- Análise socioeconômica do grupo familiar;
- Visitas domiciliares;
- Agendamento de exames/consultas;

- Intervenções multidisciplinares;
- Palestras/Rodas de conversa de cunho socioeducativo;
- Promover ações educativas de combate ao câncer infantojuvenil.

O setor desenvolve diversas ações voltadas à criança e ao adolescente e seus acompanhantes, tendo como alicerce o bem-estar desses sujeitos. No que tange ao acesso aos direitos, o artigo 3º do ECA diz que, crianças e adolescentes “gozam de todos os direitos fundamentais inerentes à pessoa humana, sem prejuízo da proteção integral de que trata esta lei, assegurando-lhes, por lei ou por outros meios, todas as oportunidades e facilidades, a fim de lhes facultar o desenvolvimento físico, mental, moral, espiritual e social, em condições de liberdade e de dignidade”.

A atuação do Serviço Social está diretamente ligada a missão institucional de “Acolher crianças e adolescente com câncer e doença hematológica crônica e seus familiares, antes, durante e após o tratamento, buscando a cura, contribuindo para o resgate da cidadania, dignidade e qualidade de vida” e a visão de “Ser referência na excelência do acolhimento e nas práticas de promoção do diagnóstico precoce”.

#### 4.1.1 Objetivo geral

Proporcionar acolhimento, atendimento e acompanhamento social aos pacientes da Casa de Apoio à Criança com Câncer Durval Paiva e aos seus respectivos familiares.

#### 4.1.2 Objetivos específicos

- Oportunizar escuta qualificada às crianças e adolescentes com câncer e doenças hematológicas e suas famílias;
- Garantir o acesso de crianças, adolescentes e suas famílias aos serviços ofertados pela instituição;
- Levantar informações socioeconômicas, visando inserção em serviços, projetos e programas que visem superação do contexto de vulnerabilidade social;
- Propiciar o acesso dos pacientes e do seu núcleo familiar aos direitos sociais;
- Fomentar o acesso de crianças, adolescentes e suas famílias à Rede de Socioassistencial;
- Contribuir com o tratamento onco-hematológico dos pacientes;
- Possibilitar a autonomia e participação de crianças, adolescentes e pessoas de referência a partir da dimensão pedagógica do Serviço Social.

O avanço das tecnologias e ampliação do acesso à informação vem condicionado novas e distintas dinâmicas sociofamiliares. Tais mudanças reverberaram também, e com potencial impacto, nas crianças e adolescentes com doenças hematológicas e com câncer, desde a fase do diagnóstico até o processo de tratamento.

## PLANO DE AÇÃO 2024

Tal contexto trouxe novas dimensões interventivas para o Serviço Social da Casa de Apoio a Criança com Câncer Durval Paiva: número e o perfil dos novos cadastrados, temporalidade de frequência dos pacientes na instituição, tempo de atendimento social e realização de procedimentos a partir das demandas apresentadas e o número de cestas básicas entregues.

A partir do exposto, prospecta-se indicadores, metas e ações para o ano de 2024, a partir da análise dos dados do último triênio, 2021 a 2023, acrescido da porcentagem anual dos novos pacientes:

**Tabela 33:** Indicadores, metas e ações 2024 - Serviço Social

INDICADORES	METAS	AÇÕES
Pacientes e familiares atendidos	780 pacientes e familiares atendidos	Acolher e acompanhar os beneficiários
Atendimentos realizados	3.680 atendimentos realizados	Atender socialmente as crianças, adolescentes e familiares
Procedimentos	7.000 procedimentos realizados	Sistematizar procedimentos interventivos durante atendimento
Artigos produzidos	22 artigos produzidos	Produzir mensalmente artigos
Entrevistas realizadas	60 entrevistas realizadas	Realizar entrevistas a partir de escala
Exames realizados	390 exames realizados	Solicitar e exames
Cadastros novos	80 cadastros novos	Realizar cadastros
Rotinas administrativas	1.020 rotinas administrativa	Desenvolver rotinas administrativas

Para além das atividades de acolhimento, atendimento e acompanhamento social aos pacientes da Casa de Apoio à Criança com Câncer Durval Paiva e seus respectivos familiares, o setor também desenvolve ações sistêmicas que possibilitam o acesso aos direitos sociais, e melhoria na qualidade de vida dos pacientes, como descritos na tabela 34:

**Tabela 34:** Indicadores, metas e ações de projetos 2024 - Serviço Social



## PLANO DE AÇÃO 2024

	OBJETIVO	INDICADORES	METAS	AÇÕES	CUSTOS	PERÍODO DE VIGÊNCIA
<b>GRUPO DE MÃOS DADAS</b>	Fomentar a participação dos acompanhantes, pessoas de referência, nos serviços e ações ofertados pela instituição	Número de participantes durante as oficinas	Adesão de 40% do quantitativo dos acompanhantes que frequentam a Casa Durval Paiva	Oficinas temáticas, psicossociais, semanais para acompanhantes e/ou pessoas de referência		12 meses
<b>INTERVENÇÕES GRUPAIS - CESTA BÁSICA</b>	Garantir o direito a alimentação de crianças e adolescentes com câncer e doenças hematológicas crônicas, residentes na cidade de Natal/RN	Número de benefícios eventuais – cestas básicas - entregues	70% das famílias acompanhadas, residentes da capital, participando mensalmente das reuniões	Entrega de cestas básicas condicionadas a intervenções grupais – palestras, rodas de conversa, oficinas, entre outras - que pautem temas transversais a segurança alimentar e nutricional	R\$ 107.100,00	12 meses
<b>REUNIÃO COM RESPONSÁVEIS</b>	Orientar sobre as dinâmicas institucionais inerentes aos responsáveis pelos pacientes	Número de participantes durante as reuniões	Participação de 90% dos responsáveis hospedados durante cada reunião	Reuniões semanais, facilitadas por assistente social e nutricionista, com os		12 meses

## PLANO DE AÇÃO 2024

	hospedados na Casa Durval Paiva			acompanhantes hospedados	
<b>ESTÁGIO SUPERVISIONADO</b>	Contribuir com a formação acadêmica de estudantes em bacharelado em Serviço Social	Número de estudantes supervisionados	02 alunos em campo de estágio	Supervisão semanal de campo atrelada a disciplina curricular Tópicos em serviço Social	12 meses
<b>VISITAS DOMICILIARES</b>	Levantamento <i>in loco</i> da realidade sociofamiliar e comunitária dos assistidos	Número de famílias visitadas	100% dos pacientes ativos, residentes no Estado, recebem visitas domiciliares	Realizar visitas domiciliares aos pacientes ativos residentes nos municípios do Rio Grande Norte	12 meses
<b>ORGANIZAÇÃO DE EVENTO</b>	Proporcionar convivência comunitária aos pacientes em tratamento onco-hematológico	Número de famílias integrantes	Participação 50 pacientes e 50 acompanhantes	Atividade de lazer, em alusão ao carnaval, CarnaCACC	01 mês

Quanto aos projetos, o setor coordenará em 2024:

NOME	OBJETIVO	INDICADORES	METAS	AÇÕES	CUSTOS	PERÍODO DE VIGÊNCIA
<b>PROJETO UNIDOS PARA CUIDAR</b>	Oferecer as crianças e adolescentes espaço de convívio e	Número de participantes	Adesão de 30 crianças e adolescentes e	Grupos de convivência semanal para	R\$ 100.000,00	12 meses

## PLANO DE AÇÃO 2024

	desenvolvimento de habilidades.	durante as oficinas	30 acompanhantes que frequentam a Casa Durval Paiva	crianças e adolescentes; Reunião com responsáveis Visitas domiciliares; Articulação com a rede de ensino e a rede socioassistencial		
<b>PROJETO VIDA</b>	Promover qualidade de vida e o resgate da cidadania, através da melhoria e garantia de uma habitação segura e saudável.	Números de casas construídas e reformadas	10 famílias beneficiadas com obras para garantia e melhoria habitacional	Visitas domiciliares; Construção de 04 casas; Reforma de 06 casas	R\$ 245.000,00	12 meses

### 4.2 SAÚDE

#### 4.2.1 Diagnóstico Precoce

##### 4.2.1.1 Objetivo geral

Contribuir para o aumento do índice de diagnósticos precoces de câncer infantojuvenil, através de ações educativas.

##### 4.2.1.2 Objetivos específicos

- Contribuir para o aumento do índice de diagnóstico precoces de câncer e doenças hematológicas infantojuvenil;
- Melhorar a qualidade de vida de pacientes diagnosticados;
- Promover ações educativas de combate ao câncer infantojuvenil;
- Capacitar profissionais da área da saúde e educação sobre sinais e sintomas;
- Sensibilizar parceiros/fornecedores e público interno (funcionários, voluntários, usuários) sobre o diagnóstico precoce;
- Promover uma melhor articulação com a rede de atenção e cuidado do câncer infantojuvenil;
- Elaborar artigos mensais;
- Participar de entrevistas.

Para o ano de 2024, apresenta-se como prospecção os indicadores, metas e ações a serem realizados conforme **Tabela 1**. A definição da meta anual estabelecida para o ano em tela, se deu a partir da análise da média obtida do último triênio (2021 a 2023).

Importante registrar que com a ampliação da ação das capacitações sobre diagnóstico precoce do câncer infanto juvenil para mais municípios no interior do estado e por entender a relevância do impacto desta ação, foi incluído novos indicadores: nº de profissionais sensibilizados, nº de Unidades Básicas de Saúde (UBSs), nº de profissionais da área de educação e da área da assistência social capacitados e nº de estudantes de medicina e enfermagem.

O número de UBSs, está em conformidade com os dados levantados através de consulta no site CNES/Datasus e que serão contempladas no projeto financiado (PRONON/MS) em 2024. Por achar oportuno e importante e ampliando o olhar para que outros profissionais que trabalhem, diretamente, com crianças e adolescentes, também sejam capacitados, foi incluído o indicador de nº de profissionais da Educação e Assistência Social capacitados.

**Tabela 35:** Indicadores e metas 2024 - Diagnóstico Precoce

INDICADOR	2021	2022	2023	METAS
Nº de Profissionais da Saúde capacitados por ano;	1.168	1.654	1.643	1.488



Nº de Profissionais da Educação capacitados por ano;	00	00	00	100
Nº de Profissionais da Assistência Social capacitados por ano;	00	00	36	36
Nº Estudantes de medicina e enfermagem	00	00	235	235
Nº de Profissionais sensibilizados por ano;	00	00	00	300
Nº de UBS	00	00	284	316
Nº de municípios Sensibilizados/Capacitados por ano	09	05	19	56
Nº de sensibilizações/capacitações por ano	57	60	56	58
Nº de eventos por ano/Fórum	01	01	01	02
Nº de artigos produzidos	11	11	11	11
Nº de lives	11	11	11	11
Nº de entrevistas diagnósticas	42	47	55	48
Nº divulgações em mídias e redes sociais	67	42	76	61

### 4.2.1.3 Justificativa

Ser eficaz no planejamento sobre a importância do diagnóstico precoce infantojuvenil e expandindo as informações com intuito de sensibilizar toda uma população sobre os sinais e sintomas, para o aumento do índice de diagnósticos precoces de câncer infantojuvenil e doenças hematológicas, resgatando a sua cidadania, dignidade e qualidade de vida e sendo referência nacional no acolhimento e nas práticas de promoção do diagnóstico precoce.

### 4.2.1.4 Ações

**Tabela 36:** Ações 2024 - Diagnóstico Precoce

AÇÃO: Promover ações educativas de combate ao câncer infanto juvenil				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Capacitações dos	Mensal	CDP	\$	Rilvana /Equipe Técnica

profissionais da rede de educação, saúde e assistência social				
Campanhas publicitárias	semanal	Rádio/TV/mídias sociais	-	Rilvana/DI/Imprensa
Fórum (DNCCI)	Novembro			Rilvana
Capacitação sobre câncer infantojuvenil com público interno e externo (colaboradores, voluntários, parceiros, fornecedores)	Mensal	No auditório da CDP	-	Rilvana
Lives	Mensal	Mídias sociais	-	Rilvana/DI
Parcerias com as Universidades particulares e a federais do RN com capacitações para doutorandos e enfermeirandos	Início de cada semestre	Nas Próprias universidades ou CDP	<b>Transporte/traslado</b>	Rilvana/Neide/Equipe Técnica
Diagnóstico precoce Itinerário para o Interior do Estado (saúde e Educação)	Início de janeiro até dezembro	Realizar cronograma por regionais saúde e educação	<b>Transporte, Alimentação e hospedagens se necessário</b>	Rilvana/Neide/Equipe Técnica
<b>AÇÃO: Campanha Setembro Dourado</b>				
Mobilização dos gestores estaduais e municipais para ações educativas sobre o	Setembro	Municípios, mídia, imprensa	-	Rilvana/Neide/Equipe Técnica

diagnóstico precoce do câncer infantojuvenil				
<b>AÇÃO:</b> Divulgar os serviços prestados pela Casa Durval Paiva				
Entrevistas	Mensal	imprensa	-	Rilvana/DI
Artigos	Mensal	Imprensa e redes sociais	-	Rilvana/Assessoria de imprensa

### 4.2.1.5 Projetos 2024

**PROJETO:** Capacitação dos profissionais da ESF, Estudantes de medicina.

**FINANCIADOR:** PRONON – 600 profissionais a serem capacitados

<b>AÇÃO:</b> Capacitação para o Diagnóstico Precoce do Câncer Infantojuvenil em Parnamirim				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Aulas dialogadas com equipe docente para os profissionais de saúde.	setembro/2022 a 27/07/2024	Parnamirim, Ceará Mirim, Taipu, Pureza e São Gonçalo do Amarante	R\$ 106.909,39	Rilvana/Equipe Técnica

**FINANCIADOR:** PRONON Projeto Qualificar para salvar - 1400 profissionais a serem capacitados

**5ª USARP** – São Bento do Trairi, Jaçana, Lajes Pintada, Sítio Novo, Campos Redondo, Coronel Ezequiel, Tangará, São José do Campestre, Senador Elói de Souza, São Paulo Potengi, Barcelona, Ruy Barbosa, Lagoa de Velhos, São Tomé, São Pedro, Bom Jesus, Santa Maria, Serra Caiada, Boa Saúde.

**6ª USARP** - Água Nova, Alexandria, Antônio Martins, Almino Afonso, Coronel João Pessoa, Doutor Severiano, Encanto Francisco Dantas, Frutuoso Gomes, Itaú, João Dias, José da Penha, Lucrécia, Luís Gomes, Major Sales, Marcelino Vieira, Martins, Olho d'água dos Borges, Paraná, Patu, Pau dos Ferros, Pilões, Portalegre, Rafael Fernandes, Rafael Godeiro, Riacho da Cruz, Riacho de Santana, Rodolfo Fernandes, São Francisco do Oeste, São Miguel, Serrinha dos Pintos, Severiano Melo, Taboleiro Grande, Tenente Ananias, Umarizal, venha Ver e Viçosa.

<b>AÇÃO:</b> Projeto Qualificar para Salvar				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Aulas híbridas com equipe docente		5ª e 6ª USARP		

para os profissionais de saúde.	Vigência de 01 ano a partir da abertura da conta movimento		R\$ 719.694,92	Rilvana/Equipe Técnica
Fórum	Final do Projeto	Nas duas USARP'S		

**FINANCIADOR:** IRM - 180 Profissionais a serem capacitados

AÇÃO: Capacitação para o Diagnóstico Precoce do Câncer Infantojuvenil				
COMO	TÉRMINO VIGÊNCIA	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Aulas dialogadas com equipe docente para os profissionais de saúde.	31/12/2024	Currais Novos	R\$ 63.951,00	Rilvana/Equipe Técnica

### 4.2.2 Dispensário de medicamentos

#### 4.2.2.1 Objetivo geral

Melhorar a qualidade de vida de pacientes diagnosticados, além de contribuir para obtenção do diagnóstico precoce do câncer infantojuvenil.

#### 4.2.2.2 Objetivos específicos

- Acolher crianças e adolescente com câncer e doença hematológica crônica promovendo condições para o uso do medicamento de forma correta e segura; antes, durante e após o tratamento, buscando a cura e a qualidade de vida;
- Contribuir para o aumento do índice de diagnósticos precoces de câncer e doenças hematológicas infantojuvenil;
- Prestar assistência básica na distribuição de medicamentos;
- Garantir aquisição e qualidade dos medicamentos buscando melhor preço, prazo e agilidade na entrega;
- Evitar o desperdício dos medicamentos controlando ambiente, temperatura e prazos de validade;
- Participar na sensibilização da campanha do diagnóstico precoce juntamente com a equipe multidisciplinar;



- Auxiliar na divulgação da prestação dos serviços da CDP, e mais especificamente, na dispensação de medicamentos e na articulação com a rede de atendimento;
- Ampliar e aperfeiçoar o relacionamento com doadores/parceiros/fornecedores;
- Garantir a boa aplicação dos recursos financeiros;
- Participar dos projetos executados pela CDP.

**Tabela 37:** Indicador e metas 2024 – Dispensário de medicamentos

INDICADOR	METAS 2023	REALIZADA	METAS 2024
Nº de Atendidos	56	24	56
Nº de Atendimentos	166	142	166
Valor aplicado em R\$	2.400,00	2.183,68	2.200,00
Valor dispensado R\$	3.294,00	3.425,00	3.500,00
Nº artigos produzidos	11	9	11
Nº de entrevistas	21	14	21
Nº Palestras/Sensibilizações ministradas	12	6	12
Doações	5	6	10
Evento CDP - Páscoa	1	1	1
Projetos	1	1	1

### 4.2.2.3 Justificativa

A assistência farmacêutica aos pacientes assistidos se faz importante pois favorece a adesão e melhor resultado ao tratamento devido a dispensação e orientação sobre o uso correto das medicações proporcionando uma melhor qualidade de vida em conformidade com a missão institucional.

Durante o ano de 2023 houve uma diminuição do número de atendidos; atendimentos; número de entrevista; palestras, dentre outros em função da licença maternidade do farmacêutico no período de 22/08/2023 à 19/12/2023 e em seguida as férias. O setor voltou a funcionar a partir do dia 01/02/2024.

Total das doações recebidas em medicamentos e insumos no ano de 2023 foi no valor de R\$ 2.207,52.

### 4.2.2.4 Ações

**Tabela 38:** Ações 2024 – Dispensário de medicamentos

AÇÃO: Assistência farmacêutica				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Dispensação de medicamentos	Diariamente	Dispensário	R\$3.300,00	Farmacêutico

AÇÃO: Controle de estoque				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Aquisição de medicamento para atender a demanda;  Controle de validade e organização dos medicamentos estocados.	Quinzenal	Phospodont  Bezerra  Cia da fórmula  Não havendo nos distribuidores parceiros. Fazer a cotação em três fornecedores e comprar no de menor valor.	R\$2.500,00	Farmacêutico
Controle temperatura e umidade com isso garantindo a estabilidade dos medicamentos e a segurança da eficácia.	Diariamente	Dispensário	\$	Farmacêutico
AÇÃO: Articulação com a rede				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Contato com as secretarias de saúde do estado e municípios dos pacientes assistidos	Semanalmente	CDP	Custo depende da medicação específica e em especial as de alto custo	Farmacêutico
AÇÃO: Divulgação da instituição				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Entrevistas	Bimestral	Rádios interiores e Natal	\$	Farmacêutico
Produção de artigos	Mensal	CDP	\$	Farmacêutico
Reunião equipe multidisciplinar	Semanal	CDP	\$	Equipe multidisciplinar
AÇÃO: Diagnóstico Precoce do câncer infantojuvenil				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL

Participação em palestras de sensibilização/capacitação sobre sinais e sintomas do câncer infantojuvenil.	Janeiro a dezembro	Escolas UBS parceiros	\$	Equipe multidisciplinar
Participação do GT (grupo de trabalho câncer infantojuvenil).	Janeiro a dezembro	Externo/ interno CDP	\$	Instituições do terceiro setor de câncer infantojuvenil/ estado - RN/município do RN.
<b>AÇÃO:</b> Ampliar e aperfeiçoar o relacionamento com doadores/parceiros/fornecedores				
<b>COMO</b>	<b>QUANDO</b>	<b>AONDE</b>	<b>CUSTO</b>	<b>RESPONSÁVEL</b>
Contato com os parceiros fornecedores e laboratórios para conseguir doação de medicamentos, dentre outros.	Mensal e sempre que se fizer necessário	CDP	\$	Farmacêutico
<b>AÇÃO:</b> Participação nos projetos CDP				
<b>COMO</b>	<b>QUANDO</b>	<b>AONDE</b>	<b>CUSTO</b>	<b>RESPONSÁVEL</b>
Quando o projeto escrito for aprovado.	Projeto aprovado	CDP	\$	Farmacêutico

### 4.2.3 Fisioterapia

#### 4.2.3.1 Objetivo geral

Melhorar a qualidade de vida de pacientes diagnosticados com câncer e doenças hematológicas crônicas, além de contribuir com o diagnóstico precoce do câncer infanto-juvenil e fortalecer a visibilidade institucional.

#### 4.2.3.2 Objetivos específicos

- Realizar atendimento fisioterapêutico dos pacientes e contribuir, através da reabilitação, com a melhora dos aspectos físicos (mobilidade, força muscular, coordenação motora, equilíbrio, etc) e qualidade de vida;
- Oferecer cuidados paliativos aos pacientes sem possibilidades terapêuticas de cura, e seus familiares, para que tenham alívio do sofrimento, qualidade de vida e de morte;
- Promover ações educativas de combate ao câncer infanto-juvenil (diagnóstico precoce) seja por meio de palestras, sensibilizações ou rodas de conversa;

- Participar de reuniões com a equipe multidisciplinar para alinhamento, discussão de casos clínicos e contribuição com a atenção integral ao paciente;
- Divulgar as ações institucionais e do setor de fisioterapia através de entrevistas para rádios e TVs, e publicação de artigos;
- Elaborar relatórios com dados quantitativos e qualitativos para demonstrar a atuação do setor;
- Organizar, promover e participar de eventos institucionais.

### 4.2.3.3 Indicadores e metas

**Tabela 39:** Indicadores e metas 2024 – Fisioterapia

Indicadores	Resultados 2022	Resultados 2023	Metas 2024 <sup>(a)</sup>
Nº de pacientes atendidos	85	97	91
Nº de atendimentos	392	527	460
Nº de artigos produzidos	11	11	11
Nº de entrevistas concedidas	65	59	62
Nº de palestra ministradas	0	0	6 <sup>(b)</sup>
Nº de eventos organizados	2	2	1 <sup>(c)</sup>

<sup>(a)</sup> As metas para 2024 foram definidas através de médias entre os resultados de 2022 e 2023.

<sup>(b)</sup> Não foram ministradas palestras relacionadas ao diagnóstico precoce em 2022 nem 2023. A meta foi baseada na possível necessidade da caravana do diagnóstico precoce e ações do setembro dourado.

<sup>(c)</sup> Em 2022 e 2023 foram organizados os eventos estabelecidos para o setor (bazar natalino e páscoa, respectivamente) e também, como integrante da Comissão Interna de Prevenção de Acidentes e Assédio (CIPA), a Semana Interna de Prevenção de Acidentes (SIPAT). Para 2024 foi desconsiderada a SIPAT.

### 4.2.3.4 Justificativa

O câncer e seu tratamento, muitas vezes agressivo, podem causar deficiências em estruturas ou funções corporais e prejudicar a realização de atividades e participação em situações do contexto de vida dos pacientes. Dessa forma o paciente pode ter várias alterações que comprometem o aspecto físico e a execução de atividades como se alimentar e se vestir de forma independente, caminhar, brincar, escrever, praticar esportes, etc.

A fisioterapia é fundamental na reabilitação de crianças e adolescentes, pois além de prevenir complicações, atua no manejo dos sintomas como dor e fadiga e reabilita as funções comprometidas, promovendo as condições adequadas para retornar à rotina, como voltar à escola e brincar com amigos, e também refletir sobre as possibilidades no futuro, como mercado de trabalho, constituição de família, prática de esportes ou atividades de lazer, etc.

Por se tratar de uma doença grave, ameaçadora da vida, os pacientes com câncer devem ter uma abordagem de cuidados paliativos. A fisioterapia contribui com técnicas específicas para que o paciente tenha conforto, alívio do sofrimento e controle de sintomas, qualidade de vida. Nos casos



em que não há possibilidade terapêutica de cura, a fisioterapia também contribui para que o paciente tenha uma morte digna.

Um fator que deve ser ressaltado é que todas as ações do setor de fisioterapia acontecem de forma integrada com os outros profissionais da equipe para que o paciente seja atendido na sua integralidade.

## PLANO DE AÇÃO 2024

### 4.2.3.5 Ações 2024

**Tabela 40:** Ações 2024 - Fisioterapia

AÇÃO	QUEM?	COMO?	QUANDO?	CUSTO?
Atendimento fisioterapêutico	Fisioterapeuta	Conforme agendamento da recepção ou busca ativa. Dados da consulta fisioterapêutica (história clínica, queixa, exame físico e exames complementares) são lançados no sistema. Caso tenha demanda para reabilitação, são marcados os dias de atendimento onde o paciente e acompanhante são orientados sobre a conduta. O plano de tratamento terapêutico é elaborado e executado até o momento da alta (alongamentos; exercícios de mobilidade, resistidos, para melhora da estabilidade; treino de marcha; tratamento da dor, etc).	Conforme horário do profissional.	R\$ 38.244,40*
Reunião de equipe multidisciplinar	Fisioterapeuta, gestor e demais integrantes da equipe multidisciplinar	São discutidos casos clínicos e intervenções multidisciplinares, além do compartilhamento de informações pertinentes à equipe.	Conforme demanda.	R\$ 0,00
Entrevistas para rádio e TV	Fisioterapeuta e Assessora de Imprensa	Ir ao estúdio da instituição ou emissoras de rádio e TV, conforme escala; gravar áudio, via celular, e enviar para assessora de imprensa para veiculação em rádios.	Conforme escala	R\$ 0,00

### PLANO DE AÇÃO 2024

Redação de artigo para mídia impressa e digital	Fisioterapeuta e Assessora de Imprensa	Definir tema a ser tratado, ler artigos e livros, elaborar artigo e enviar para assessora de imprensa.	Mensalmente	R\$ 0,00
Participação nas ações da Campanha do Diagnóstico Precoce	Fisioterapeuta, coordenadora do Diagnóstico Precoce e gestora da equipe multidisciplinar.	Sensibilizar profissionais de saúde e população em geral através de palestras, rodas de conversa sobre sinais e sintomas do câncer infanto-juvenil.	Conforme demanda	R\$ 0,00
Elaboração de relatório mensal	Fisioterapeuta	Emitir relatório gerado pelo sistema, elaborar relatório qualitativo e enviar para gestora e superintendente.	Mensalmente	R\$ 0,00
Elaboração de relatório anual	Fisioterapeuta	Elaborar relatório consolidado e enviar para gestora e superintendente.	Anualmente	R\$ 0,00
Elaboração de plano de ação anual	Fisioterapeuta	Elaborar plano de ação alinhado com os objetivos da instituição e enviar para superintendente e gestora da equipe técnica.	Anualmente	R\$ 0,00
Organização de evento**	Fisioterapeuta	Buscar parcerias para alimentação, decoração e atrações (ações para os usuários). Reunir-se com demais setores envolvidos direta ou indiretamente com o evento. Apresentar planejamento à gestora e superintendente para aprovação e ajustes.	A definir	R\$ 0,00

\*O custo foi baseado no Referencial Nacional de Procedimentos Fisioterapêuticos para 2023, sendo calculado pelo valor médio dos procedimentos, diminuído em 15%, e multiplicado pela quantidade de atendimentos conforme meta (R\$ 83,14 x 460). Os demais custos (energia elétrica, água, combustível e ação de outros profissionais) não foram calculados.

\*\*Até o momento não foi definido o evento pelo qual o setor de fisioterapia será responsável, mas a meta é realizar sem custo.

### 4.2.4 Nutrição

O serviço de nutrição e dietética da Casa Durval Paiva – CDP é composto por áreas como a produção de alimentos (cozinha), que abrange uma Unidade de Alimentação e Nutrição – UAN, com a finalidade de fornecer refeições diárias, bem como assegurar a qualidade higiênico sanitária das refeições servidas aos pacientes, acompanhantes e colaboradores. E também oferecer assistência nutricional, individual e coletiva, aos pacientes e familiares beneficiados pela organização, através de atendimento clínico e de doação mensal de cesta básica, leite e suplemento em pó.

A gestão da UAN demanda tarefas como: gestão de pessoas, controle higiênico-sanitário, planejamento de compras, elaboração de cardápios, garantir a qualidade de gêneros alimentícios, administração de centro de custo e controle de estoque, e ainda em outros âmbitos, como a contatação de doadores/parceiros para equilíbrio financeiro da CDP, através de parcerias para arrecadação de gêneros alimentícios.

Além das funções administrativas e supervisão do processo operacional, o responsável técnico - RT também desenvolve atividades gerenciais na área clínica, como definição, planejamento, organização, supervisão e avaliação das atividades de assistência nutricional aos pacientes; baseado em dados clínicos, bioquímicos, antropométricos e dietéticos; elaboração da prescrição de planejamento alimentar com base nas diretrizes do diagnóstico nutricional; registros em prontuário referentes à prescrição dietética e evolução nutricional de cada paciente.

Em conjunto com a classe domiciliar da CDP, o setor de nutrição do qual é coordenado por profissional nutricionista, desenvolve o Projeto "Educando para Nutrir", que tem como principal objetivo motivar as crianças e adolescentes portadores de câncer e doenças hematológicas a adquirirem um hábito alimentar saudável, promovendo educação alimentar aos usuários, e explanando sobre a importância e valor nutricional de uma alimentação balanceada como extensão do tratamento.

#### 4.2.4.1 Objetivo geral

Melhorar a qualidade de vida de pacientes diagnosticados, além de contribuir para o aumento do índice de diagnósticos precoces de câncer e doenças hematológicas infantojuvenil.

#### 4.2.4.2 Objetivos específicos

- Promover educação nutricional aos pacientes através de atendimentos e acompanhamento sistemático;
- Gerenciar e produzir as refeições diárias para os comensais (pacientes, acompanhantes, colaboradores);
- Gerenciar o controle higiênico sanitário da UAN;
- Distribuir mensalmente cestas básicas as famílias assistidas;



- Controlar os estoques;
- Realizar trabalho de educação nutricional e interdisciplinar (educando para nutrir);
- Participar de projetos;
- Supervisionar estágio;
- Acompanhar voluntários;
- Participar na sensibilização da campanha do diagnóstico precoce juntamente com a equipe multidisciplinar;
- Produzir artigos;
- Participar de reuniões;
- Realizar rotinas administrativas;
- Participar das entrevistas;
- Buscar por parceiros para redução de custos;
- Acompanhar os indicadores metas.

**Tabela 41:** Indicadores e metas 2024 - Nutrição

INDICADOR	RESULTADOS 2023	META 2024
Nº de Atendidos	811	892
Nº de Atendimentos	2.386	2.624
Nº de Atendimentos em grupo	11	11
Nº de Refeições	43.477	47.825
Nº Cestas Básicas distribuídas	2.881	3.169
Valor de doações recebidas em gêneros alimentícios	R\$94.184,97	R\$ 103.603,47
Valor aplicado em economia*	R\$ 304.321,21	R\$ 334.753,33
Nº artigos publicados	8	11
Nº de entrevistas/rádios veiculadas	4	22

O valor de referência para alcance da meta em 2024 foi acrescido em 10% sobre os resultados alcançados em 2023. Dados de janeiro até o mês de outubro, novembro e dezembro foi com base no cálculo da média anual.

#### 4.2.4.3 Justificativa

Oferecer aos pacientes e acompanhantes alimentação balanceada com objetivo de atingir as necessidades nutricionais diária, informando-os que os alimentos fazem parte do tratamento com a finalidade de proporcionar saúde, bem estar e aumentar a resposta terapêutica em consequentemente a cura. Sabendo que muitas famílias não possuem condições sociais para se manter.

### 4.2.4.4 Ações 2024

**Tabela 42:** Ações 2024 - Nutrição

<b>Ação:</b> Atendimento clínico				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Orientação dietoterápica Avaliação antropométrica	Diariamente	Setor de nutrição	-	Nutricionista
<b>Ação:</b> Gestão de UAN				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
<b>Supervisão:</b> controle higiênico sanitário do setor, produção de refeições, controle de segurança alimentar  <b>Elaboração de cardápios:</b> diário, coffe break, e almoço com parceiros  <b>Controle de pessoal:</b> treinamento de equipe, e capacitação para manipuladores de alimentos.	Diariamente	Setor de nutrição	-	Nutricionista
<b>Ação:</b> Controle de estoque				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Distribuição de cesta básica	Semanal	Setor de nutrição	-	Nutricionista/ assistente administrativo
Doação de alimentos	Semanal	Setor de nutrição	Diminuição de desperdício	Nutricionista
<b>Ação:</b> Busca por parceiros				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Captação para doares de gêneros alimentícios	Mensal	Sociedade/ RN	Redução de custo	Nutricionista
<b>Ação:</b> Divulgação dos serviços da casa				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Produção de artigos/ entrevistas a rádios e TV's	Mensal	Rádios e estúdios/RN	-	Nutricionista
<b>Ação:</b> educativa de combate ao CA infanto juvenil				

COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Projeto educando para nutrir	Mensal	Em parceria com a classe pedagógica	-	Nutricionista
Sensibilização diagnóstico precoce/ Palestras em escolas e UBS	Jan a dez	Escolas da rede pública, e UBS's Municípios/RN	-	Equipe multidisciplinar
Reunião multidisciplinar	Semanal	CDP	-	Equipe multidisciplinar
<b>Novas parcerias:</b> atividade física para acompanhantes – Universidades				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Atividade De Educação Física para acompanhantes	Semanal	CDP	-	Nutricionista
Supervisão de estágio Orientar, planejar e avaliar o trabalho desenvolvido pelos estagiários estudantes de Nutrição.	Diário	CDP	Fev - nov	Nutricionista
<b>Qualificação profissional de colaboradores:</b> curso profissionalizante para colaboradores da UAN				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Buscar parceria	-	Hotel SENAC Barreira Roxa	Redução de custo	Nutricionista

#### 4.2.5 Odontologia

##### 4.2.5.1 Objetivo geral

Melhorar a qualidade de vida de pacientes diagnosticados, além de ser referência no acolhimento e nas práticas de promoção do diagnóstico precoce.

##### 4.2.5.2 Objetivos específicos

- Proporcionar melhores condições de saúde bucal aos pacientes oncológicos e hematológicos crônicos, diagnosticando, prevenindo e tratando possíveis infecções que podem aumentar o risco de morbidade /mortalidade destes pacientes;
- Oferecer tratamento técnico odontológico aos pacientes e acompanhantes: limpeza, orientação de escovação, aplicação tópica de flúor, laser profilaxia, raspagem de tártaro, restaurações, exodontias, rx odontológico, laserterapia.
- Oferecer cuidados paliativos aos pacientes sem possibilidades terapêuticas de cura, e seus familiares, para que tenham alívio do sofrimento, qualidade de vida e de morte;

- Ressaltar às famílias assistidas, da importância da saúde bucal no tratamento, das visitas regulares ao serviço odontológico;
- Contribuir no Diagnóstico Precoce do Câncer Infanto Juvenil, alertando os pacientes e acompanhantes e a sociedade, em geral, sobre a prevenção do câncer;
- Contribuir junto a nutrição aos pacientes e acompanhantes da importância de uma alimentação saudável, o que contribui para a saúde bucal;
- Contribuir junto ao setor pedagógico com a ação Educação e Sorriso;
- Captar doadores para o setor odontológico;

### 4.2.5.3 Indicadores e metas 2024

**Tabela 43:** Indicadores e metas 2024 - Odontologia

Indicadores	Resultados 2022	Resultados 2023 <sup>(b)</sup>	Metas 2024 <sup>(a)</sup>	
			Anuais	Mensal
Nº de pacientes atendidos	246	235	264	22
Nº de atendimentos	1542	1564	1709	142
Nº de procedimentos	4255	3921	4480	373
Nº de artigos produzidos	15	20	20	2
Nº de entrevistas concedidas	21	19	21	-
Nº de palestra ministradas	2	3	2	-

(a) As metas para 2024 foram definidas através de médias entre os resultados de 2023 e 2023.

(b) As metas referentes a média dos meses janeiro a outubro.

### 4.2.5.4 Justificativa

Contribuir com práticas de promoção ao diagnóstico precoce, alertando sobre os sinais e sintomas do câncer infanto-juvenil e acolher todos os pacientes oncológicos e hematológicos crônicos e seus acompanhantes, garantindo a saúde bucal por meio da promoção, prevenção e tratamento odontológico. O serviço odontológico irá alertar a importância da saúde bucal como indispensável para o prognóstico do tratamento e saúde geral do usuário, sendo enfático por meio de palestras, entrevistas, artigos, ações e no próprio atendimento hospitalar e ambulatorial. Irá



buscar um tratamento de excelência, atendendo o paciente em sua integralidade, de forma inter e transdisciplinar.

### 4.2.5.5 Ações 2024

**Tabela 44:** Ações 2024 - Odontologia

AÇÃO	QUANDO	AONDE	RESPONSÁVEL
Atendimento odontológico	Segunda a Sexta	Hospital	Simone
Atendimento odontológico	Segunda a Sexta	Consultório odontológico da Durval Paiva	Karina
AÇÃO	QUANDO	AONDE	RESPONSÁVEL
Educação e Sorriso	2ªs terças-feiras do mês	Classe Hospitalar LIGA POLICLÍNICA	Simone Equipe pedagogia
Educação e Sorriso	3ªs segundas-feiras do mês	Classe Domiciliar CDP	Karina Equipe de pedagogia
Supervisão aos residentes e estagiários curriculares e extracurriculares de odontologia	Segunda a Sexta	Hospital CDP	Simone Karina
Reunião da equipe técnica	Quarta-feira 13:30-14:30	CDP	Simone Karina
Entrevistas: rádios e TV's	Bimestral	Rádios locais e CDP	Simone Karina
Produção de artigos	Mensalmente	CDP	Simone Karina
Reunião de colaboradores	Mensalmente	CDP	Simone Karina
Participação em palestras	Janeiro a dezembro	-	Simone Karina
Reunião de sensibilização da Campanha do Diagnóstico Precoce	Janeiro a dezembro	CDP	Simone Karina

**Tabela 45:** Ações administrativas 2024 - Odontologia

AÇÃO	QUANDO	AONDE	RESPONSÁVEL
Esterilização dos instrumentais	Diário	CDP	Karina
Teste Microbiológico	Semanal	CDP	Karina
Controle de qualidade do Raio X odontológico	A cada 2 anos (2024)	CDP	Simone Karina
Levantamento radiométrico do RX odontológico	A cada 4 anos (2026)	CDP	Simone Karina
Relatório Mensal e Anual	Jan-Dez	CDP	Simone Karina
Plano de ação	Anual	CDP	Simone Karina
Levantamento de estoque e compra de insumos	Trimestral	CDP	Simone Karina
Vigilância Sanitária - COVISA	Anual	CDP	Simone Karina

#### 4.2.5.6 Festa Natalina 2024

Este plano de ação ainda está a ser finalizado após definição dos detalhes do evento a serem definidos no decorrer do ano.

#### *Objetivo da Festa*

Celebrar o Natal na essência dos princípios cristãos, oferecendo às crianças, adolescentes e familiares da Casa Durval Paiva, um momento de alegria, agradecimento e esperança.

#### *Metodologia da festa*

- **Planejamento e execução:** de fevereiro a dezembro de 2024
- ✓ Público -alvo: 300 pessoas (pacientes e acompanhantes) + 10%
- ✓ Data do evento: 11/12/2024 - quarta-feira
- ✓ Local: A definir
- ✓ Horário: 09:00 as 12:00
- ✓ Tema: Natal Encantado

- **Pré- Evento:**

**Dia 09/12/2024 - Segunda- feira**

- ✓ Treinamento equipe para realizar o plano de ação do evento: Equipe Técnica
- ✓ Translado das doações: SEMAC- motoristas

**Dia 10/12/2024 - Terça- feira**

- ✓ Traslados das doações: SEMAC- motoristas
- ✓ Montagem das marmitinhas, preparação dos cachorros-quentes: Nutrição
- ✓ Fritura dos salgados: Casa dos ofícios: Nutrição
- ✓ Montagem do evento: às 13hs
  - ✚ Decoração: Jéssica, Wagner
  - ✚ Arrumar mesas e suporte geral:
  - ✚ Arrumar presentes, cestas e credenciamento:
  - ✚ Instalação dos equipamentos audiovisuais:

- **Trans-Evento:**

**Dia 11/12/2024- Quarta**

- ✓ 8:00h Equipe Recepção: a definir  
Função: Acompanhar traslado dos convidados, realizar credenciamento de todos que vão participar do evento, categorizar através do sistema os pacientes, acompanhantes, fornecedores e colaboradores. (A definir quem vai nos ônibus, e as demais ir na frente para ADEPOL)
- ✓ Equipe cozinha: Nutrição
- ✓ Função: realizar distribuição do buffet para a equipe de servir, apenas a equipe de cozinha terá acesso ao buffet.
- ✓ Equipe de servir: A definir  
Função: servir os convidados do evento através da logística de mapeamento de mesas, seguir as recomendações da líder da cozinha, nutricionista Patrícia.
- ✓ Equipe de Mídia e Cerimonial: Imprensa.  
Função: Cobertura do evento e registro fotográficos.
- ✓ Equipe fiscalização: A definir.  
Função: Receber os parceiros das atrações, acompanhar os horários dos serviços, acompanhar posicionamento da equipe, limpeza do ambiente, demandar soluções.

OBS: Vestimenta – a definir.

• **Pós-Evento:**

**Dia 12/12/2024 – Quinta - Feira**

- ✓ Desmontagem da decoração:
- ✓ Desmontagem das mesas:
- ✓ Desmontagem da ala presentes, cestas e credenciamento:
- ✓ Desmontagem dos equipamentos audiovisuais:
- ✓ Desmontagem cozinha:
- ✓ Acompanhar retorno dos convidados no ônibus:
- ✓ Acompanhar desmontagens e suporte geral:

*Programação das Atrações: a definir*

<b>PROGRAMAÇÃO:</b>	8h às 9:30h	Credenciamento: equipe de recepção
	8:30 às 9:30h	Abertura de boas-vindas
	às 9h:30	Entrada do papai Noel
	9:45h às 10:45h	Apresentações
	10:45 às 11h	Sorteio
	10:30h às 11h	Apresentação do trabalho anual realizado pela CDP
	11h às 11:15s	Sorteio de cestas natalinas e premiação da mãe do ano
	11h às 11:30h	Apresentação
	11:30h às 12hs	Fechamento: Agradecimento e entrega de cestas

**4.2.6 Psicologia**

**4.2.6.1 Objetivo geral**

O setor de psicologia visa acolher e acompanhar pacientes e familiares em suas demandas emocionais e psicológicas que sejam determinantes para seu bem-estar diário no tratamento oncológico ou hematológico, e para além dele, avaliando e aplicando intervenções que melhor o auxiliem, promovendo assim uma melhoria na qualidade de vida de maneira geral.

**4.2.6.2 Objetivos específicos**

- Proporcionar escuta qualificada, acolhimento psicológico e psicoterapia de apoio às crianças e adolescentes com câncer e doenças hematológicas e suas famílias;
- Estimular o acesso de crianças, adolescentes e suas famílias as atividades grupais existentes;



- Conceder suporte ao setor de Psicologia da Policlínica – LIGA;
- Contribuir com o tratamento oncohematológico dos pacientes;
- Possibilitar a autonomia e participação de crianças, adolescentes e pessoas de referência.
- Participar de projetos;
- Supervisionar estágio;
- Acompanhar voluntários;
- Participar na sensibilização da campanha do diagnóstico precoce juntamente com a equipe multidisciplinar;
- Produzir artigos;
- Participar de reuniões;
- Realizar rotinas administrativas;
- Participar das entrevistas;
- Acompanhar os indicadores metas.

### 4.2.6.3 Indicadores e metas 2024

**Tabela 46:** Indicadores e metas 2024 - Psicologia

Indicadores	Resultados 2021	Resultados 2022	Resultados 2023	Meta (a) 2024
Nº de pacientes atendidos	254	268	400	$254+268+400=922/3=307+10\%=338$
Nº de atendimentos	1141	908	1349	$1141+908+1349=3398/3=1133+10\%=1246$
Nº de grupos (crianças, adolescentes e mães/acompanhantes)	-	-	85	$3 \text{ (grupos)} \times 3 \text{ (semanas)} = 9 \times 11 \text{ meses} = 99$
Nº artigos	-	-	11	11

<sup>(a)</sup> As metas para 2024 foram definidas através de médias entre os resultados de 2021, 2022 e 2023, retirados do sistema Ecogestão, mais 10%.

### 4.2.6.4 Justificativa

Contribuir com práticas do diagnóstico precoce e possibilitar qualidade na saúde mental por meio da promoção, prevenção e tratamento psicológico. O serviço de psicologia irá alertar a importância da saúde mental como indispensável para saúde geral do usuário e familiar, sendo ativo por meio de palestras, entrevistas, artigos, ações e até nos atendimentos individuais e/ou grupais. Irá buscar um tratamento de excelência, atendendo o paciente e sua família em sua integralidade, de forma inter e transdisciplinar.

## PLANO DE AÇÃO 2024

Tendo em vista a avaliação anual do Setor de Psicologia de 2023 e seus aprendizados, algumas mudanças foram feitas para melhor atender o público no ano de 2024

**Tabela 47:** Ações 2024 - Psicologia

ATIVIDADES	OBJETIVOS	PERÍODO
Atendimento individual aos pacientes online e/ou presencial (crianças/adolescentes)	Oferecer suporte psicológico durante todo o tratamento (diagnóstico, internações hospitalares, cirurgias, recidivas, pós-óbito, etc) auxiliando o paciente no enfrentamento da doença.	Diário (busca ativa ou agendamento)
Atendimento individual online e/ou presencial e orientação a pais e/ou acompanhantes	Oferecer suporte psicológico durante todo o tratamento (diagnóstico, internações hospitalares, cirurgias, recidivas, pós-óbito, etc) auxiliando a família no enfrentamento da doença.	Diário (busca ativa ou agendamento)
Grupo lúdico (crianças)	Propiciar ao paciente, até 11 anos de idade, um espaço terapêutico onde possa se expressar e trabalhar dificuldades interpessoais, além de abordar temas da saúde mental.	Sextas-feiras 10h às 11:30h.
Grupo de adolescentes	Propiciar um espaço terapêutico para os adolescentes (11 a 18 anos de idade) e levar informações acerca de saúde mental.	Quintas-feiras 10h às 11:30h.
Grupo de mãos dadas	Reduzir a angústia e ansiedade causada pela doença; promover melhor integração entre os familiares favorecendo a convivência diária e a troca de experiências entre os participantes, além de abordar temas da saúde, assistência social e educação.	Quartas-feiras 10 às 11:30h.
Projeto Recanto Cultural	Possibilitar o contato dos pacientes com a arte e cultura local através de exposições e oficinas.	Terceira e quarta semana do mês
Visitas hospitalares e domiciliares	Realizar visitas aos pacientes internados e em atendimento ambulatorial na Policlínica.  Realizar visitas domiciliares, quando necessário.	Terças-feiras 9 às 12h.

## PLANO DE AÇÃO 2024

Palestras educativas	Realizar palestras de cunho educativo/informativo aos pais e a sociedade.	Anual
Entrevistas	Conceder entrevistas às rádios e TVs parceiras, sobre temas relacionados ao setor de psicologia da CDP.	Anual
Artigos	Elaborar artigos com temas voltados ao setor de psicologia da CDP.	Mensal
Supervisão de estágio	Orientar, planejar e avaliar o trabalho desenvolvido pelos estagiários estudantes de Psicologia.	Semanal
Acompanhamento dos voluntários	Acompanhar as atividades realizadas pelos voluntários do setor.	Semanal
Reuniões	Reuniões com a equipe técnica, com a equipe multiprofissional e com colaboradores.	Semanal e mensal.
Rotinas administrativas	Planejamento das diversas atividades, registro dos atendimentos e das atividades.	Diário

### 4.3 EDUCAÇÃO

#### 4.3.1 Educação básica

A Lei de Diretrizes e Base da Educação Nacional (LDB – 9394/96) no seu Art.2º, assegura que “A educação, dever da família e do Estado, inspirada nos princípios de liberdade e nos ideais de solidariedade humana, tem por finalidade o pleno desenvolvimento do educando, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho.”

A Casa Durval Paiva, assume o compromisso com as políticas públicas de educação e inclusão social, e por isso, há 29 anos vem desenvolvendo diversas ações que visam a promoção do desenvolvimento integral dos beneficiários. Dessa forma, a oferta a continuidade da escolarização de crianças e adolescentes, estudantes da educação básica, público alvo da instituição, não poderia deixar de fazer parte desse contexto.

O serviço educacional da Casa Durval Paiva, teve início no ano de 1998, através do trabalho voluntariado, por meio das aulas de reforço para os pacientes assistido em idade escolar, afim de dar apoio aos conteúdos escolares.

Alguns anos depois, em 2008, esse serviço foi oficializado junto à Secretaria Estadual de Educação e Cultura do RN – SEEC/RN e passou a ter como parceiro a Subcoordenadoria de Educação Especial – SUESP/RN, com o primeiro Termo de cooperação Técnica assinado entre a Secretaria Estadual de Educação e a Casa Durval Paiva.

A partir do ano de 2018, após a regulamentação da **Lei 10.320/2018**, é instituído no Estado a criação do Programa de Atendimento Educacional Hospitalar e Domiciliar nas unidades da Rede Estadual de Saúde para assessoramento técnico as classes hospitalares e domiciliares no RN. Assim, por meio da Portaria **Portaria -SEI Nº 533/2022**, que “estabelece orientações e normativas para a implementação e funcionamento do Programa de Atendimento Educacional Hospitalar e Domiciliar do RN”, institui o NAEHD/RN como Unidade Educativa INEP nº 24084473.

Atualmente, o setor educacional da Casa Durval Paiva, dispõe de uma rotina de atividades curriculares e extra curriculares diversificadas nas classes hospitalar (Policlínica); e domiciliar (CDP), que buscam estabelecer uma rotina educativa paralela a rotina hospitalar, a fim de possibilitar o desenvolvimento integral dos beneficiários.

Mediante a oferta do serviço educacional, buscamos estabelecer articulações para estreitar a comunicação com as escolas comuns onde os alunos estão matriculados, para envio de todo material avaliativo. E como não menos importante, o engajamento dos pais para o fortalecimento desse vínculo entre aluno, escola e o acompanhamento pedagógico realizados pelas classes hospitalares.

Levando em consideração os indicadores apresentados no tópico anterior, apresentamos o indicador voltado para o “cursinho preparatório IFRN/ENEM”, que não estava previsto nos indicadores de 2022. O cursinho preparatório, que teve duração de 5 meses, e foi planejado para 2023 pelos professores da SEEC/RN, diante das dificuldades de aprendizagem apresentadas pelos



estudantes do 9º ano (E.F), e da 3ª série (E.M.), que demonstraram interesse em prestar os exames. Em 2024, daremos continuidade, e vimos a necessidade de início para 1º bimestre letivo, tendo em vista contemplar mais áreas do conhecimento.

O ensino híbrido será continuado em 2024, combinando a mediação presencial com propostas de ensino online, na intenção de ampliar o atendimento para aqueles pacientes transplantados; em manutenção; e aqueles que ficam nas pausas das medicações e ainda não tem autorização médica para voltar para escola presencial.

Com o crescente número de alunos com deficiências/transtornos, atualmente 22, que fazem tratamento oncológico, vimos a necessidade de inserir esse dado como um indicador do serviço educacional em 2024. Diante disso, buscamos junto a SEEC/RN, a proposta de um aditivo ao Termo de Cooperação, para estruturação de uma Sala de Recurso Multifuncional (SRM) na CDP, a fim de oferecer um suporte educação complementar aos estudantes nessa condição, no contra turno das atividades curriculares, com a cessão de um profissional da educação especial, qualificado para atender essa demanda.

As Salas de Recursos Multifuncionais são espaços onde se realiza o Atendimento Educacional Especializado – AEE, mediado por uma profissional da educação especial. O Ministério da Educação, com o objetivo de apoiar as redes públicas de ensino na organização e na oferta do AEE e contribuir com o fortalecimento do processo de inclusão educacional nas classes comuns de ensino, instituiu o Programa de Implantação de Salas de Recursos Multifuncionais, por meio da Portaria Nº. 13, de 24 de abril de 2007.

Por fim, destacamos a execução dos projetos “Palco dos Sentimentos” com oficinas de teatro e musicalização; e “Conectando Saberes” com atividades voltadas para o uso da tecnologia, como ações complementares as atividades extracurriculares.

#### 4.3.1.1 Objetivo geral

O principal objetivo das ações desenvolvidas pelo Setor Educacional, é contribuir para o desenvolvimento cognitivo, afetivo e social do aluno, minimizando as perdas educacionais ocasionadas pelas dificuldades de acesso à escola, ou pelo afastamento escolar em função do tratamento. E assim, evitar a evasão escolar, garantir a inclusão no processo educacional durante o tratamento, e a reinserção social do aluno, após a alta médica, com qualidade de vida, corroborando com os objetivos de 1 a 4, 8 e 11 do planejamento estratégico da Instituição.

#### 4.3.1.2 Objetivos específicos

- Garantir a continuidade do processo de escolarização curricular e ou complementar, mesmo durante o período de tratamento médico;
- Orientar a família sobre a sua corresponsabilidade e dever com a educação do seu filho;
- Orientar as instituições de ensino de regular, sobre a importância do papel da escola no processo de adoecimento do aluno.

- Estabelecer uma rotina educativa paralela a rotina hospitalar, afim de possibilitar a inclusão e desenvolvimento integral do sujeito;
- Garantir as condições para acesso, participação e permanência dos estudantes com deficiência e acessibilidade em todas as suas dimensões;
- Promover ações com foco na melhoria da qualidade da educação que contemplem os estudantes com deficiência;
- Promover o desenvolvimento e a construção do conhecimento por meio das atividades curriculares e extracurriculares, para todos os alunos assistidos, em idade escolar obrigatória (a partir dos 4 anos de idade);
- Oferecer atendimento pedagógico curricular de forma híbrida, afim de contemplar os alunos que não podem participar das aulas presenciais;
- Sensibilizar a comunidade escolar da rede estadual, municipal e particular de ensino acerca do diagnóstico precoce;
- Mobilizar parceria com a SME afim de trazer professores de áreas específicas para atender alunos do Educação Infantil;
- Estruturar uma Sala de Recurso Multifuncional (SRM) em parceria com a SEEC.
- Orientar os estudantes interessados em participar dos exames de seleção para o IFRN e ENEM, e garantir o seu acesso aos exames;
- Estruturar aulas no cursinho preparatório para os estudantes que irão participar das seleções do IFRN e ENEM em parceria com a SEEC/RN;
- Estabelecer parceria com as bancas examinadoras FUNCERN E INEP para aplicação de “prova especial” para estudantes com câncer.

### 4.3.1.3 Justificativa

O trabalho desenvolvido no setor educacional da CDP, busca promover uma transformação significativa na vida de todos os sujeitos assistidos, pois observa em cada educando, um cidadão que tem direitos e deveres a serem assegurados.

Diante do exposto, a CDP dá fundamental importância a educação e assegura os direitos educacionais dos pacientes por meio das Classes Hospitalar e Domiciliar, conforme orienta a Lei de Diretrizes e Base da Educação Básica:

Cumprir às classes hospitalares e ao atendimento pedagógico domiciliar elaborar estratégias e orientações para possibilitar o acompanhamento pedagógico-educacional do processo de desenvolvimento e construção do conhecimento de crianças, jovens e adultos matriculados ou não nos sistemas de ensino regular, no âmbito da educação básica e que encontram-se impossibilitados de frequentar a escola, temporária ou permanentemente e, garantir a manutenção do vínculo com as escolas por meio de um currículo flexibilizado e/ou adaptado, favorecendo seu

ingresso, retorno ou adequada integração ao seu grupo escolar correspondente, como parte do direito de atenção integral. (BRASIL, MEC, 2002).

Respalado pelas leis que regem a educação especial, cumpre a estes espaços organizar estratégias que possibilitem a continuidade do processo de escolarização afim de oportunizar o desenvolvimento e construção do conhecimento dos alunos, mesmo não dispondo dos meios comuns, como na escola regular.

Dessa forma, é imprescindível acompanhar o aluno desde a sua chegada até que possa caminhar com autonomia trilhando seu caminho e sendo agente transformador da sua própria história. E assim, desenvolver as ações no setor corroborando com a missão e a visão da Instituição.

### 4.3.1.4 Indicadores e metas 2024

**Tabela 48:** Indicadores e metas 2024 - Educação básica

INDICADOR	RESULTADO 2023	META 2024
Nº de Atendidos: Classe Domiciliar/Hospitalar – CURRICULAR/EXTRACURRICULAR (híbrido)	179	184
Nº de Atendidos: Classe Domiciliar/Hospitalar – CURRICULAR (híbrido)	73	82
Nº de Atendimentos/Frequência: CURRICULAR/EXTRARRICULAR	2.357	2.280
Nº de atendimentos/ Frequência: CURRICULAR	730	876
Nº de estudantes no cursinho preparatório	12	14
Nº de estudantes com deficiências/ transtornos	22	26
Nº de estudantes: Prova/ENEM	05	06
Nº de estudantes: Prova/ IFRN	03	04
Nº de estagiários: Graduação	11	13
Nº de estagiários: Especialização	01	02
Nº artigos produzidos	12	12
Nº de entrevistas	39	46
Nº Palestras/Sensibilizações ministradas	02	03
Nº de Live	01	03
Nº Projetos	00	02
Nº de Eventos	01	01
Nº de Kits Escolares	64	69
Valor dos Kits Escolares: (R\$175,50 x 64 = 11.232,00)	11.232,00	12.109,50
Valor Aplicado	341.307,20	641.579,41
Arrecadação não Financeira: (professores cedidos – Fonte: SEEC/ASSECOM)	271.307,20	271.307,20 SEEC/RN

		56.292,21* SRM/SEEC
		90.480,00* SME
Projetos	0,00	218.500,00* EDP

#### 4.3.1.5 Ações 2024

**Tabela 49:** Ações 2024 - setor educacional

AÇÕES			
AÇÃO	ATIVIDADE	RESPONSÁVEL	PERÍODO
Acolhida e orientação ao aluno/paciente e acompanhante	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Preenchimento da ficha cadastral;</li> <li>- Assinatura do termo de orientação pedagógica pelo responsável;</li> <li>- Envio dos documentos de orientação à escola;</li> <li>- Declaração de recebimento dos documentos pela instituição;</li> <li>- Solicitar ao responsável declaração de matrícula atualizada;</li> <li>- Contato com a escola regular para orientações iniciais.</li> </ul>	<b>Coordenadora Pedagógica</b> <b>– CDP</b> - Sandra Fernandes	Diário
Execução de Projetos; Artigos; Entrevistas; Prestação de contas dos projetos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaboração de conteúdos sobre ações do setor educacional para publicação em jornais, blogs e página da Instituição;</li> <li>- Dar entrevistas em rádios, TVs sobre temas educacionais;</li> <li>- Dar suporte educacional na execução das atividades;</li> </ul>	<b>Coordenadora Pedagógica</b> <b>– CDP</b> - Sandra Fernandes <b>Professoras Classe Domiciliar:</b> - Patrícia Marques – Pedagoga -CDP - Keila Gomes – Pedagoga/SEEC	Diário Mensal Trimestral Semestral



	- Elaborar relatório técnico qualitativo e financeiro para apresentar aos órgãos financiadores.		
Atividade Curricular:	<p>-Projetos pedagógico Anual;</p> <p>Acompanhamento pedagógico individualizado;</p> <p>- Planejamentos semanal, bimestral e anual das atividades;</p>	<p><b>Professoras Classe Domiciliar (CDP):</b></p> <p>- Patrícia Marques – Pedagoga -CDP</p> <p>- Keila Gomes – Pedagoga/SEEC</p> <p>- Ronnan Cunha Prof. História/SEEC</p> <p><b>Professoras Classe Hospitalar (Policlínica):</b></p> <p>- Licya Teles – Pedagoga/SEEC</p> <p>- Mônica Pedagoga/SEEC</p> <p>- Fernando Prof. Matemática/SEEC</p> <p>- Xênia Maria – Professora Prof. Física/SEEC</p>	Diário
Atividades Extracurriculares:	<p>- Oficina de Desenho;</p> <p>- Arte em movimento.</p> <p>- Passeio Terapia;</p> <p>- Cursinho preparatório IFRN/ENEM.</p> <p><b>Projeto Conectando Saberes:</b></p> <p>- Oficina de Informática;</p> <p>- Oficina de Capacitação;</p> <p>- Mini curso Tecnologia Assistiva</p>	<p><b>Professores:</b></p> <p>- Manoel Patrício – Monitor CDP;</p> <p>- Helder – analista de marketing.</p> <p>- Patrícia Marques – Pedagoga CDP</p> <p>- Keyla Gomes Pedagoga/SEEC</p> <p>-Fernando Cabral Prof. Matemática/SEEC</p> <p><b>Professores de Informática (Projeto Conectando Saberes):</b></p> <p>- A contratar</p> <p><b>Professor de Tecnologia Assistiva</b></p> <p>- A contratar</p>	Semanal
Atividades Inter e Multidisciplinar:	<p>- Educação e Sorriso;</p> <p>- Educando para Nutrir;</p> <p>-Intervenção Interdisciplinar;</p>	<p><b>Dentistas:</b></p> <p>- Karina - CDP</p> <p>- Simone Norah – CPD</p> <p><b>Nutricionista:</b></p>	Mensal

	Passeio Terapia;	- Patrícia Lino - CDP <b>Pedagoga:</b> Sandra Fernandes - CDP	
Reuniões Pedagógicas;	- Jornada Pedagógica com as professoras para organização dos planos de atividades;	<b>Coordenadora Pedagógica – CDP</b> - Sandra Fernandes  <b>Professoras Classe Domiciliar:</b> - Patrícia Marques – Pedagoga -CDP - Keila Gomes – Pedagoga/SEEC Ronnan Cunha Prof. de História/ SEEC <b>Professoras Classe Hospitalar (Policlínica):</b> - Licya Teles Pedagoga/SEEC - Fernando Prof. Matemática/SEEC - Xênia Maria – Professora Prof. De Física/SEEC	Semestral março e julho
Reuniões pedagógica com os pais;	Reunir pais e acompanhantes para orientar sobre os direitos e deveres educacionais dos pacientes assistidos;	<b>Pedagógica – CDP</b> - Sandra Fernandes <b>Professoras Classe Domiciliar:</b> - Patrícia Marques – Pedagoga -CDP - Keila Gomes – Pedagoga/SEEC <b>Assistente Social</b> Keilha Israely	Semestral março e agosto
Mostra Cultural e Pedagógica;	Exposição de todas as atividades realizadas nas Classes durante o ano letivo.	<b>Toda Equipe Pedagógica</b>	Anual Mês de novembro
Eventos	Organização da festa das crianças assistidos pela CDP, que para esse ano acontecerá em 3 dias.	<b>Toda Equipe Pedagógica</b>	Anual 08 a 10 de outubro

	<p>Coparticipação nos demais eventos da Instituição</p> <p><b>FESTA DAS CRIANÇAS 2024</b> -Público alvo: 50 crianças e adolescentes</p> <p>-Horário: 14 as 17h (pode sofrer alteração)</p> <p><b>AÇÕES:</b> <b>08.10.2024 (terça-feira)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recreação</li> <li>• Sugestão de local: Vila do brincar, Diverte recreação</li> </ul> <p>(Obs.: buscar parceria)</p> <p><b>09.10.2024 (QUARTA-FEIRA)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Um dia de cinema</li> <li>• Sugestão de local: Midway, Partage Norte Shopping</li> </ul> <p>(Obs.: buscar parceria)</p> <p><b>10.10.2024 (QUINTA-FEITA)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Festa para 50 participantes (crianças e adolescentes);</li> <li>• bolo, salgados, doces, lancheiras, suco, decoração;</li> <li>• Sugestão de local: Game Station.</li> </ul> <p>(Obs.: buscar parceria)</p>		
Kits Escolares	<p>Campanha de arrecadação e distribuição de material escolar para os alunos assistidos pela Instituição e regulamente matriculado na escola.</p>	<p><b>Assessoria de Imprensa</b> - Michelle Phiffer</p> <p><b>Marketing</b> - Helder</p> <p><b>Coordenadora Pedagógica</b> – CDP - Sandra Fernandes</p>	<p>Anual Mês de Janeiro</p>

		<b>Professoras Classe Domiciliar:</b> - Patrícia Marques – Pedagoga -CDP - Keila Gomes – Pedagoga/SEEC <b>Assistente Social</b> Keilha Israely	
--	--	--	--

4.3.1.6 Projetos 2024

**Tabela 50: Projetos 2024**

OBJETIVO	INDICADORES	METAS	AÇÕES	CUSTOS
<b>PROMOVER A ALFABETIZAÇÃO DIGITAL DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES ASSISTIDOS PELA CDP.</b>	<b>A O E</b> 40 Crianças e Adolescentes assistidos pela CDP;  10 Professores das classes hospitalar e domiciliar.	100% do público alvo envolvidos; nas oficinas.  100% dos professores envolvidos na capacitação	Oficina de informática;  Capacitação sobre tecnologia assistiva  Palestra sobre a cultura digital.	<b>Valor do convênio: R\$ 218.500,00</b>  <b>Parcela: a prospectar</b>
<div> <div> <b>PROJETO CONECTANDO SABERES</b> </div> <div> <b>Tempo de vigência:</b> 12 meses  <b>Data do início:</b>   <b>Data do término:</b> </div> </div>				



OBJETIVO	INDICADORES	METAS	AÇÕES	CUSTOS
GARANTIR O DIREITO A EDUCAÇÃO BÁSICA, ASSEGURANDO O PROCESSO DE ESCOLARIZAÇÃO DAS CRIANÇAS E ADOLESCENTES HOSPITALIZADOS, EM SITUAÇÃO DE TRATAMENTO DE SAÚDE ASSISTIDA NA CASA DURVAL PAIVA.	69 Crianças e Adolescentes assistidos pela CDP afastados da escola.	100% do público alvo matriculado na escola regular;  100% do público alvo participando do atendimento curricular;  0% de evasão escolar;  100% do público alvo, após a alta médica, reinserido a escola	Atendimento curricular individualizado para Educação Infantil;	<b>Valor do convênio: R\$90.480,00</b>  <b>(a prospectar)</b>  <b>2 professoras: R\$ 3.480,00 x 13</b>
<div> <div>TERMO DE COOPERAÇÃO TÉCNICA – SME – NATAL/RN</div> <div> <p><b>Tempo de vigência:</b></p> <p><b>Data do início:</b> 09.03.2024</p> <p><b>Data do término:</b></p> </div> </div>				

OBJETIVO	INDICADORES	METAS	AÇÕES	CUSTOS
OPORTUNIZAR A PREPARAÇÃO DOS ALUNOS PARA REALIZAÇÃO DO ENEM, OFERECENDO SUPORTE EDUCACIONAL E PSICOSSOCIAL AO LONGO DO PERÍODO QUE PRECEDE A REALIZAÇÃO DO EXAME.	Adolescentes concluintes do 9º ano (E.F) e 3ª série (E.M.) assistidos pela CDP afastados da escola.	80% do público alvo inscrito no ENEM 2025;  100% do público alvo participando das aulas no curso preparatório;  50% do público ingressando no Ensino Superior	Orientar e inscrever os alunos solicitando a realização de prova especial;	<b>Valor do convênio: R\$ 69.282,72</b>  <b>2 professores SEEC: R\$ 4.330,17 x 13</b>

**CURSINHO  
PREPARATÓRI  
O IFRN/ENEN  
2024**

**Tempo de vigência: 8  
MESES**

**Data do início:  
01.04.2024**

**Data do término:  
30.10.2024**

OBJETIVO	INDICADORES	METAS	AÇÕES	CUSTOS
OFERTAR ATENDIMENTO EDUCACIONAL ESPECIALIZADO (AEE) E CONTRIBUIR COM O FORTALECIMENTO DO PROCESSO DE INCLUSÃO EDUCACIONAL PARA ESTUDANTES COM DEFICIÊNCIA/TRANSTORNOS ASSITIDOS PELA CDP	22 estudantes com deficiências/ transtornos participantes do serviço educacional ofertado pela CDP.	100% do público nessa condição atendido	Atendimento Educacional Especializado completar para cada condição e dificuldade de aprendizagem apresentação, ofertado pela manhã.  Estímulos educacionais específicos.	<b>Valor do convênio:</b> <b>R\$ 56.292,21</b>  <b>1 professora de educação especial SEEC</b> <b>R\$ 4.330,17 x 13</b>
<div>SALA DE RECURSO MULTIFUNCIONAL (SRM/SEEC)</div>				
<div> <p><b>Tempo de vigência: 12 meses</b></p> <p><b>Data do início:</b> 01.03.2024</p> <p><b>Data do término:</b></p> </div>				

### 4.3.2 Educação Profissionalizante e geração de renda

A Casa dos Ofícios, atua na Casa de Apoio à Criança com Câncer Durval Paiva como um setor de capacitação profissional para geração de trabalho e renda dos assistidos, visto que durante e após o tratamento hospitalar toda a família é impactada de alguma forma, na precariedade das condições econômicas, sociais e culturais.

Em 2018 o setor deixa de ser apenas uma sala de artes, para também ser uma área de educação profissional, que fomenta o empreendedorismo, garantindo o exercício pleno de cidadania, erradicação da pobreza e inclusão social, oferecendo oportunidades de capacitação e qualificação profissional em quatro áreas de atuação, tais como artes, beleza e estética, gastronomia e tecnologia da informação, através de cursos e oficinas que geram renda de maneira autônoma, propiciando aos mesmos a potencialidade de suas atividades produtivas para inserção no mercado de trabalho.

Para o desenvolvimento dessas atividades, contamos com algumas parcerias e apoio de recursos dos projetos sociais contemplados em editais, tais como projeto Pontes para o futuro com a inclusão produtiva mediante o desenvolvimento de competências para o mundo do trabalho e formação cidadã.

O setor atua diretamente na geração de renda dos participantes, através da continuidade das capacitações, fomenta o empreendedorismo com a participação em estandes de artesanatos, assim como o funcionamento do salão de beleza, proporcionando autonomia de adolescentes, jovens, seus pais e acompanhantes, para o mercado de trabalho, auferindo no incremento da renda, promovendo dignidade e qualidade de vida.

#### 4.3.2.1 Objetivo geral

Promover o desenvolvimento de competências e habilidades para geração de trabalho e renda dos pacientes, acompanhantes e núcleo familiar assistidos pela instituição, contribuindo para a capacitação e qualificação profissional, resgate da cidadania e qualidade de vida.

#### 4.3.2.2 Objetivos específicos

- Mobilizar à adesão dos usuários, para se envolverem nos serviços oferecidos;
- Capacitar e qualificar os participantes em atividades profissionalizantes;
- Desenvolver atividades vinculadas a economia criativa e de incentivo à arte e cultura;
- Promover incremento da renda familiar através das vendas dos estandes e atendimento do salão de beleza;
- Formar parcerias com oficineiros, docentes e especialistas da educação profissionalizante.



### 4.3.2.3 Indicadores e metas 2024

**Tabela 51:** Indicadores e metas 2024 - Casa dos ofícios

INDICADOR	Meta anual 2024	Meta mensal 2024
Avaliações / acolhimentos / encaminhamentos	60	5
Nº de Alunos/Atendidos	130	15
Nº de Atendimentos/Frequência	1.300	126
Nº de Oficinas/Cursos	55	5
Nº de Inscritos em oficinas/cursos	500	50
Nº de Concluintes em oficinas/cursos	400	40
Nº de Estandes de vendas de artesanatos	8	1
Valor Faturado em Produtos/Serviços	R\$ 12.000,00	R\$ 1.000,00
Valor médio geração de renda por produtor/empreendedor	R\$ 1.200,00	R\$ 100,00
Eventos	5	1

Fonte: dados setoriais

### 4.3.2.4 Justificativa

A Casa dos Ofícios promove a geração de trabalho e renda, fator importante durante e pós o tratamento do paciente, incentiva o protagonismo feminino, pois o público que mais utiliza o serviço do setor são mulheres, sejam mães ou pacientes, fomenta o empreendedorismo através da economia criativa, gastronomia, informática, assim como na área de beleza e estética. Essas atividades passam a ser um momento oportuno para o autocuidado, sendo trabalhado pela equipe multidisciplinar questões como autoestima e a autoimagem, oferecendo uma nova perspectiva de vida para essas mulheres, além de desenvolverem a ocupação do ócio com atividades manuais e terapêuticas, despertando o empoderamento feminino e a independência financeira, subsídios para o desenvolvimento econômico e social.

De acordo com as demandas, as atividades acima têm crescido positivamente, e com isso há a necessidade de mapeamento dos registros e do crescimento a longo prazo, de forma como apresentado na tabela 1, os indicadores apontam a meta a ser alcançada, de acordo com a análise dos resultados de 2023, como o indicador de **nº Avaliações / acolhimentos** houve uma diminuição para a meta de 2024 pois está relacionado aos novos casos que chegam na instituição. Os indicadores de **Nº de Alunos/Atendidos**, **Nº de Atendimentos/Frequência**, **Nº de Inscritos em oficinas/cursos**, **Nº de Concluintes em oficinas/cursos**, **Nº de Estandes de vendas de artesanatos**, **Valor Faturado**

em Produtos/Serviços, as metas para 2024 foram duplicadas devido aos elevados resultados de 2023.

### 4.3.2.5 Ações 2024

**Tabela 52:** Ações 2024 - Casa dos ofícios

<b>Ação: Acolhida</b>				
<b>COMO</b>	<b>QUANDO</b>	<b>AONDE</b>	<b>CUSTO</b>	<b>RESPONSÁVEL</b>
Acolhimento dos usuários recém cadastrados, assim como os antigos também; Avaliação de perfil profissional e disponibilidade para cursos; Para participar das oficinas e cursos será feito o cadastro/matricula do aluno no sistema da Casa dos ofícios;	diariamente	Casa dos Ofícios	R\$	Jéssica Kelly França
<b>Ação: Gestão Educação Profissionalizante</b>				
<b>COMO</b>	<b>QUANDO</b>	<b>AONDE</b>	<b>CUSTO</b>	<b>RESPONSÁVEL</b>
Planejamento e validação do cronograma de atividades; Mobilização, inscrição e adesão dos usuários aos cursos e oficinas; Monitoramento, acompanhamento pedagógico e avaliação dos resultados dos cursos e oficinas.	mensalmente, e semestral e anual	Casa dos Ofícios	R\$	Jéssica Kelly França (e equipe do projeto Pontes para o futuro)
<b>Ação: Oficinas/Cursos de Geração de trabalho e renda</b>				
<b>COMO</b>	<b>QUANDO</b>	<b>AONDE</b>	<b>CUSTO</b>	<b>RESPONSÁVEL</b>

Promover a capacitação profissional de paciente, seus pais e núcleo familiar para incremento e/ou aumento da renda, através das oficinas e cursos nas áreas de artes, beleza e estética, gastronomia, informática e gestão de negócios.	Diariamente, semanalmente	Casa dos Ofícios	R\$	Jéssica Kelly França (e equipe de instrutores contratados)
<b>Ação: Coordenação Executiva de Projeto Financiada</b>				
<b>COMO</b>	<b>QUANDO</b>	<b>AONDE</b>	<b>CUSTO</b>	<b>RESPONSÁVEL</b>
Gerir as atividades do projeto; Selecionar e contratar instrutores para os cursos que são financiados pelo projeto; Elaborar relatório técnico qualitativo e financeiro para apresentar aos órgãos financiadores.	diariamente	Casa dos Ofícios	R\$ 361.029,42	Jéssica Kelly França
<b>Ação: Gestão de estoque de materiais</b>				
<b>COMO</b>	<b>QUANDO</b>	<b>AONDE</b>	<b>CUSTO</b>	<b>RESPONSÁVEL</b>
Controlar usos dos insumos nas oficinas e cursos; Recebimento e triagem de materiais que chegam do DONAFI; Doação de material para alunos, em casos esporádicos. Organização do almoxarifado de matérias e despensa da cozinha.	Semanalmente, Trimestralmente.	Casa dos Ofícios	R\$	Jéssica Kelly França
<b>Ação: Firmar Parcerias</b>				
<b>COMO</b>	<b>QUANDO</b>	<b>AONDE</b>	<b>CUSTO</b>	<b>RESPONSÁVEL</b>
Conseguir contatos de especialistas, professores e profissional específicos para ministrar, oficinas e	Semanal, mensal,	Casa dos Ofícios	RS 1.500,00*	Jéssica Kelly França

curso de forma voluntária ou de baixo custo;				
<b>Ação: Eventos</b>				
<b>COMO</b>	<b>QUANDO</b>	<b>AONDE</b>	<b>CUSTO</b>	<b>RESPONSÁVEL</b>
Organizar decorações dos eventos nas datas comemorativas como: carnaval, páscoa, dia das mães, dia dos pais, dia das crianças e natal.	mensal	Casa dos Ofícios		Jéssica Kelly França (e equipe envolvida)
<b>Ação: Feira do Empreendedor</b>				
<b>COMO</b>	<b>QUANDO</b>	<b>AONDE</b>	<b>CUSTO</b>	<b>RESPONSÁVEL</b>
Espaço para apresentar serviços e/ou produtos em Stands para exposição e venda, de acordo com as atividades e cursos executados durante o ano.	Agosto /2024	pátio da CDP		Jéssica Kelly França e equipe envolvida

(\*) Valor médio anual, para utilizar possivelmente com profissionais, que cobrem hora/aula (sendo até R\$50,00 1h/aula, resultando aprox. 30 horas, sendo 3 horas por dia, equivale a 10 dias);

### 4.3.2.6 Projetos 2024

#### PROJETO PONTES PARA O FUTURO

<b>OBJETIVO</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>METAS</b>	<b>AÇÕES</b>	<b>CUSTOS</b>
Promover a capacitação profissional de adolescente e jovens e seus pais acompanhantes, em situação de vulnerabilidade socioeconômica, possibilitando sua	20 adolescentes e jovens e 30 pais acompanhantes;	100% das atividades realizadas  75% dos pais frequentando as atividades  90% dos alunos satisfeitos	Realizar 08 cursos num período de 11 meses	<b>R\$ 361.029,42</b>



inserção no mercado de trabalho a partir de iniciativas empreendedoras de geração de emprego e renda.				
<b>Tempo de Vigência:</b> 24 meses				

**PROJETO  
FLORESCER**

OBJETIVO	INDICADORES	METAS	AÇÕES	CUSTOS
Proporcionar oportunidades de capacitação, geração de trabalho e renda, na área da beleza e estética.	Qualificação de 40 mães/acompanhantes na área da beleza.	80% de capacitados	oficinas de customização de bolsas, almofadas, encosto de pescoço, tampa olhos e entre outros	<b>AGUARDANDO APROVAÇÃO</b>
<b>Tempo de Vigência:</b> 12 meses				

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do plano de ação apresentado, espera-se que a Casa Durval Paiva possa desempenhar suas atividades, ao longo de 2024, com tranquilidade, organização e fluidez, e assim acolher seus pacientes e familiares com primazia e eficiência.

Destaca-se a importância de mensurar e acompanhar os indicadores e metas de todos os setores da instituição, desde as áreas estratégicas: captação de recursos; financeira e comunicação, passando pelo apoio e suporte do RH; SEMAC e TIC, até a realização das atividades na área da assistência social, saúde, educação, trabalho e renda, e habitação.

Esta ferramenta possibilita que a instituição possa cumprir sua missão e avançar para realização de sua visão com passos mais seguros e eficientes, portanto estimulando a todos os atores envolvidos num clima harmonioso e produtivo.

Diretores, colaboradores, voluntários, doadores, parceiros e, sobretudo, nossos meninos e meninas e familiares, podem ter a convicção de estarem amparados por uma instituição, sólida, séria e com alto senso do dever a ser cumprido. E caso, surjam variáveis que venham a impactar o andamento das ações planejadas, estas em tempo hábil e de forma bastante ágil, podem ser repensadas em forma e conteúdo, tendo como pressuposto básico, a garantia da continuidade do ano.

