

PLANO DE AÇÃO 2025

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 Jarvis 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 e equipe

Gestor de Tecnologia da Informação e Comunicação: Matheus Silva Lopes

Gestora da Equipe Técnica: Maria Neide Borba Maia Filha e equipe

Gestora da SEMAC: Swyslayne Sousa Lima

Gestora Financeira: Telma Lúcia Silva de Araújo

Natal

Janeiro/2025

PLANO DE AÇÃO 2025

Sumário

1. APRESENTAÇÃO	8
2. ÁREA ESTRATÉGICA	11
2.1 CAPTAÇÃO DE RECURSOS: DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL E CENTRAL DE DOAÇÕES	11
2.1.1 Objetivo geral	14
2.1.2 Objetivos específicos	14
2.1.3 Metodologia	14
2.1.4 Indicadores e metas	17
2.1.5 Avaliação dos resultados	26
2.2 COMUNICAÇÃO	27
2.2.1 Objetivo geral	27
2.2.2 Objetivos específicos	27
2.2.3 Metodologia	28
2.2.4 Indicadores e metas Setoriais	28
2.2.5 Eventos de divulgação	31
2.2.5.1 Eventos internos e Datas Alusivas	31
2.2.6 Campanhas publicitárias	33
2.2.6.1 Diagnóstico Precoce 2025	33
2.2.7 Aniversário da Casa Durval Paiva (30 anos)	37
2.2.8 Desafios para 2025	38
2.2.9 Avaliação e resultados	39
2.3 FINANCEIRO	39
2.3.1 Objetivo geral	39
2.3.2 Objetivos específicos	39
2.3.3 Indicadores e metas	40
2.3.4 Justificativa	40
2.3.5 Ações	40
2.3.6 Resultados	42
3. ÁREA DE SUPORTE	42
3.1 SEMAC – Serviços de manutenção, compras, estoque, transporte, hotelaria e patrimônio	42
3.1.1 Objetivo geral	43
3.1.2 Objetivos específicos	43
3.1.3 Indicadores e metas	43
3.1.4 Justificativa	44

PLANO DE AÇÃO 2025

3.1.5 Ações	45
3.2 TIC – Tecnologia da Informação e Comunicação	47
3.2.1 Objetivo geral	47
3.2.2 Objetivos específicos	47
3.2.3 Ações, indicadores e metas	48
3.2.4 Considerações finais	51
3.3 RH – Recursos Humanos	51
3.3.1 Objetivo geral	52
3.3.2 Objetivos específicos	52
3.3.3 Justificativa	52
3.3.4 Indicadores, metas e ações	53
3.3.4.1 Subsistema de Provisão de Recursos Humanos:	53
3.3.4.2 Subsistema de Desenvolvimento de Pessoas	55
3.3.4.3 Subsistema de Manutenção de Pessoas	59
3.3.4.4 Monitoramento de Pessoas	62
4. ÁREA TÉCNICA	65
4.1 ASSISTÊNCIA SOCIAL	65
4.1.1 Serviço Social	65
4.1.1.1 Objetivo geral	66
4.1.1.2 Objetivos específicos	66
4.1.1.3 Indicadores, metas e ações	67
4.2 SAÚDE	71
4.2.1 Diagnóstico Precoce	71
4.2.1.1 Objetivo geral	71
4.2.1.2 Objetivos específicos	71
4.2.1.3 Indicadores e metas	73
4.2.1.4 Justificativa	73
4.2.1.5 Ações 2025	74
4.2.1.6 Projetos	75
4.2.2 Dispensário de medicamento	76
4.2.2.1 Objetivo geral	76
4.2.2.2 Objetivos específicos	76
4.2.2.3 Indicadores e metas	77
4.2.2.4 Justificativa	78
4.2.2.5 ações	78
4.2.3 Fisioterapia	80
4.2.3.1 Objetivo geral	80

PLANO DE AÇÃO 2025

4.2.3.2	Objetivos específicos	80
4.2.3.3	Indicadores e metas	81
4.2.3.4	Justificativa	81
4.2.3.5	Ações	83
4.2.4	Nutrição	85
4.2.4.1	Objetivo geral	85
4.2.4.2	Objetivos específicos	85
4.2.4.3	Indicadores e metas	86
4.2.4.4	Justificativa	86
4.2.4.5	Ações	87
4.2.5	Odontologia	88
4.2.5.1	Objetivo Geral	88
4.2.5.2	Objetivos Especificos	88
4.2.5.3	Indicadores e metas 2025	89
4.2.5.4	Justificativa	90
4.2.5.5	Ações 2025	90
4.2.5.6	Plano do Carnaval 2025	91
4.2.6	Psicologia	93
4.2.6.1	objetivo geral	93
4.2.6.2	Objetivos especificos	93
4.2.6.3	Justificativa	94
4.2.6.4	Indicadores e metas 2025	94
4.2.6.5	Ações 2025	94
4.2.6.6	Evento anual	100
4.3	EDUCAÇÃO	100
4.3.1	AEHD/CDP – Atendimento Educacional Hospitalar e Domiciliar da Casa Durval Paiva	100
4.3.1.1	Objetivo Geral	103
4.3.1.2	Objetivos Especificos	103
4.3.1.3	Justificativa	104
4.3.1.4	Indicadores e metas 2025	104
4.3.1.5	Ações 2025	106
4.3.1.6	Projetos 2025	109
4.3.2	Educação Profissionalizante e geração de trabalho e renda	112
4.3.2.1	Objetivo geral	113
4.3.2.2	Objetivos específicos	113
4.3.2.3	Indicadores e Metas	114
4.3.2.4	Justificativa	114
4.3.2.4	Ações 2025	115
4.3.2.5	Projetos 2025	118

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	119
-------------------------	-----

PLANO DE AÇÃO 2025

Tabela

Tabela 1: Comparativo de receitas 2023/2024	12
Tabela 2: Metas DI e Central de Doações 2025	13
Tabela 3: DI - Indicadores e metas dos Relacionamentos doadores/parceiros/imprensa	17
Tabela 4: DI - Indicadores e metas do TROCO	18
Tabela 5: DI - Indicadores e metas do COFRINHO.....	18
Tabela 6: DI - Indicadores e metas do MRC	19
Tabela 7: DI - Indicadores e metas de Projetos.....	20
Tabela 8: DI - Indicadores e metas IR.....	21
Tabela 9: DI - Indicadores e metas do Bazar do Caquito.....	21
Tabela 10: DI - Indicadores e metas do Almoço com parceiros	22
Tabela 11: DI - Indicadores e metas de Prêmios	22
Tabela 12: Central de Doações - Indicadores e metas de Doadores.....	23
Tabela 13: DI e Central de Doações - Indicadores e metas TKT Médio	24
Tabela 14: DI e Central de Doações - Indicadores e metas de migração	25
Tabela 15: DI e Central de Doações - Indicadores e metas das Doações Online.....	25
Tabela 16: Indicadores e metas da imprensa 2025.....	29
Tabela 17: Indicadores e metas do marketing 2025	30
Tabela 18: Eventos internos 2025	31
Tabela 19: Datas alusivas 2025.....	31
Tabela 20: Tipologias de câncer por mês	34
Tabela 21: Indicadores e metas do Financeiro	40
Tabela 22: Ações do Financeiro para 2025	40
Tabela 23: Indicadores e metas da SEMAC 2025.....	43
Tabela 24: Indicadores e metas da Hotelaria 2025.....	44
Tabela 25: Ações SEMAC 2025	45
Tabela 26: Indicadores, metas e ações do Serviço Social 2025.....	67
Tabela 27: Indicadores, metas e ações do Serviço Social 2025.....	68
Tabela 28: Indicadores, metas e ações por Projeto 2025	70
Tabela 29: Indicadores e metas do Diagnóstico Precoce 2025.....	73
Tabela 30: Ações do Diagnóstico Precoce 2025	74
Tabela 31: Projeto Qualificar para Salvar– PRONON 2025	75
Tabela 32: Diagnóstico Precoce – IRM 2025.....	76
Tabela 33: Indicadores e metas 2025 – Dispensário de medicamentos	77
Tabela 34: Ações 2025 – Dispensário de medicamentos.....	78
Tabela 35: Indicadores e metas 2025 - Fisioterapia	81
Tabela 36: Ações 2025 - Fisioterapia	83

PLANO DE AÇÃO 2025

Tabela 37: Indicadores e metas 205 - Nutrição	86
Tabela 38: Ações 2025 - Nutrição	87
Tabela 39: Indicadores e metas 2025- Odontologia	89
Tabela 40: Ações 2025 - Odontologia	90
Tabela 41: Ações administrativas 2025 - Odontologia.....	91
Tabela 42: Indicadores e metas 2025 - Psicologia	94
Tabela 43: Ações 2025 – Psicologia	94
Tabela 44: Ações 2025 – Recanto Cultural	100
Tabela 45: Indicadores e metas 2025 – AEHD/CDP	104
Tabela 46: Ações 2025 – AEHD/CDP	106
Tabela 47: Projetos 2025 – AEHD/CDP	109
Tabela 48: Indicadores e metas 2025 – Casa dos Ofícios.....	114
Tabela 49: Ações 2025 – Casa dos ofícios.....	115

PLANO DE AÇÃO 2025

1. APRESENTAÇÃO

As Organizações do Terceiro Setor – ONG's, ao longo da trajetória desse segmento, vêm buscando estratégias e mecanismos que lhes garantam sustentabilidade organizacional, financeira e humana, qualificando e profissionalizando o seu quadro dirigente, de colaboradores e fortalecendo politicamente seu público-alvo, para isso vem estruturando uma governança que permita uma longevidade e uma sustentabilidade mais elástica e duradoura para a organização.

Nessa perspectiva ressalta-se a importância do trabalho articulado e em rede, objetivando o atingimento da agenda 2030 e dos ODS – Objetivos do Desenvolvimento Sustentável, com o intuito 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.

Alinhando-se ao cenário, tanto a Administração Pública, quanto as ONG's 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.

Na esfera desse instrumento, evidencia-se 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 – OSC's, com abrangência nacional, estando em vigor na União, Estados, Municípios e Distrito Federal. Tal dispositivo jurídico 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.

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.

Diante do exposto, 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

PLANO DE AÇÃO 2025

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 cenário que há 30 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 estado entre as 100 melhores ONG’s do Brasil desde 2019. E em 2024 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.

Para 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 soluções, contribuindo com a 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.

Por isso, apresenta-se este plano de ação 2025, considerando o cenário e contexto que envolve a Casa Durval Paiva. Este documento contempla todos os setores da instituição e tem a finalidade de auxiliar e orientar os colaboradores a alcançarem os objetivos e as metas traçadas no planejamento estratégico para o triênio 2025 a 2027, 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, sempre norteado pela finalidade de obter melhores resultados, fornecer segurança, garantir a qualidade dos serviços executados, além de propiciar maior eficiência no desempenho das tarefas.

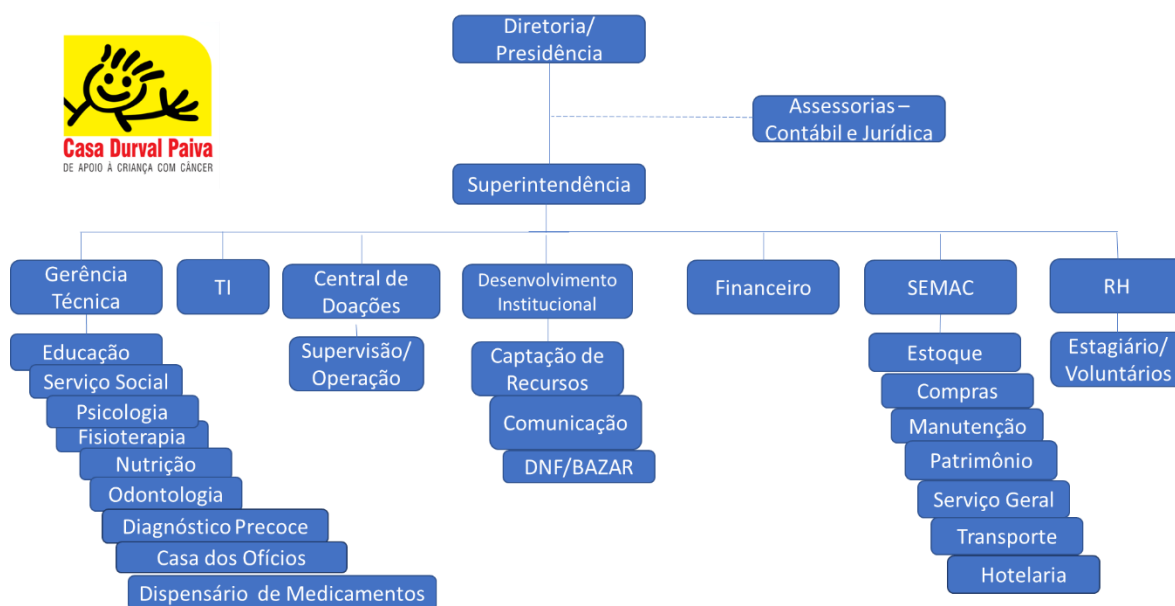
PLANO DE AÇÃO 2025

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. 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, serviço de 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



PLANO DE AÇÃO 2025

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 - Dle 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.

Em 2024, a arrecadação totalizou **R\$ 6.060.824,72**. Desse valor, aproximadamente **84%** foi obtido pela Central de Doações, correspondendo a **R\$ 5.108.514,16**, enquanto o Desenvolvimento Institucional (DI) contribuiu com os **16%** restantes, equivalente a **R\$ 952.310,56**. Acrescido a essa arrecadação, tem-se como receita os rendimentos bancários totalizando **R\$ 432.553,58**, perfazendo **6%** do total da receita do exercício 2024, que totalizou em **6.493.378,30**.

As receitas do Desenvolvimento Institucional (DI) apresentam uma composição diversificada. O Bazar da Casa Durval Paiva liderou a arrecadação, representando 21,64% do total, com **R\$ 206.041,06**. Em seguida, o Bazar da Receita Federal do Brasil (RFB) contribuiu com 19,50%, equivalente a **R\$ 185.734,34**. Os projetos, incluindo recuperação de custo, foram responsáveis em 2024 por 29,33% da receita, somando **R\$ 279.347,60**. A Campanha Troco gerou 11,04%, com **R\$ 105.120,84**, enquanto o programa Nota Potiguar adicionou 9,73%, totalizando **R\$ 92.661,15**. Eventos e vendas pela Casa dos Ofícios arrecadaram **R\$ 23.639,00**, perfazendo 2,48% da receita, e a nova modalidade de Doação Online trouxe 2,83% do total, com **R\$ 26.906,00**. O Cofrinho arrecadou **R\$ 7.924,55** correspondendo a 0,83%. Por fim, emendas parlamentares contribuíram com 2,10%, somando **R\$ 20.000,00**, e os processos judiciais representaram 0,52%, resultando em **R\$ 4.936,02**.

Com base nestes dados, e considerando o comparativo realizado entre os anos de 2023 e 2024 (tabela 1), entende-se que ainda existe a necessidade de fortalecer as fontes já existentes e as que conquistamos no ano anterior.

PLANO DE AÇÃO 2025

Tabela 1: Comparativo de receitas 2023/2024

RECEITAS	2023	2024	EVOLUÇÃO %
TELEMARKETING	R\$ 5.253.265,53	R\$ 5.108.514,16	-0,97%
DI			
OUTROS*	R\$ 75.004,28	R\$ 31.563,55	-58%
TROCO	R\$ 118.024,63	R\$ 105.120,84	-11%
NOTA POTIGUAR	R\$ 69.409,13	R\$ 92.661,15	+33%
BAZAR CDP	R\$ 180.757,03	R\$ 206.041,06	+14%
BAZAR RF	R\$ 374.953,73	R\$ 185.734,34	-49%
RECUPERAÇÃO DE CRÉDITO	R\$ 85.527,38	R\$ 102.136,22	+20%
DOAÇÃO ON-LINE	R\$ 0	R\$ 26.906,00	+100%
PROJETOS	R\$ 904.770,34	R\$ 177.211,38	-80%
EMENDAS	R\$ 130.000,00	R\$ 20.000,00	-85%
PROCESSOS JUDICIAIS	R\$ 3.021,08	R\$ 4.936,02	+63%
SUBTOTAL	R\$ 1.941.467,60	R\$ 952.310,56	-55%
TOTAL	R\$ 7.194.733,13	R\$ 6.060.824,72	-16%

* 2023 - Doações identificadas e não identificadas, Casa dos Ofícios e cofrinho;

* 2024 - Casa dos Ofícios e cofrinho, uma vez que as doações identificadas foram devidamente contabilizadas na rubrica de doações online e não existiu doações não identificadas em 2024.

A performance de captação de recursos do DI para 2025 compreenderá o desenvolvimento de estratégias que ampliem, e que principalmente, 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;

PLANO DE AÇÃO 2025

- Fortalecer as modalidades de captação de recursos financeiros já existentes;
- Ampliar e aperfeiçoar o relacionamento com parceiros/fornecedores/doadores.

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 2025

RECEITAS	2024	ACRÉSCIMO	META 2025
TELEMARKETING	R\$ 5.108.514,16	5%	R\$ 5.400.000,00
DI			
OUTROS*	R\$ 31.563,55	5%	R\$ 33.141,72
TROCO	R\$ 105.120,84	0%	R\$ 105.120,84
NOTA POTIGUAR	R\$ 92.661,15	0%	R\$ 92.661,15
BAZAR CDP	R\$ 206.041,06	10%	R\$ 226.645,16
BAZAR RF	R\$ 185.734,34	155%	R\$ 505.338,52
RECUPERAÇÃO DE CRÉDITO	R\$ 102.136,22	30%	R\$ 132.777,08
DOAÇÃO ON-LINE	R\$ 26.906,00	30%	R\$ 34.977,80
PROJETOS	R\$177.211,38	350%	R\$ 797.451,21
EMENDAS	R\$ 20.000,00	1400%	R\$ 300.000,00
PROCESSOS JUDICIAIS	R\$ 4.936,02	0%	R\$ 4.936,02
SUBTOTAL	R\$ 952.310,56	130%	R\$ 2.233.049,50
TOTAL			R\$ 7.633.049,50

* 2023 - Doações identificadas e não identificadas, Casa dos Oficinas e cofrinho;

PLANO DE AÇÃO 2025

* 2024 - Casa dos Ofícios e cofrinho, uma vez que as doações identificadas foram devidamente contabilizadas na rubrica de doações online e não existiu doações não identificadas em 2024.

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 Caqueto;
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;
17. Aumentar a captação de recursos por meio de doações online;
18. Integrar o Desenvolvimento Institucional - DI e a Central de Doações - CD.

2.1.3 Metodologia

Manter o banco de dados atualizado é essencial para garantir um atendimento personalizado e eficiente a todos os tipos de usuários da instituição. Um registro bem estruturado facilita a gestão de dados relevantes e possibilita um relacionamento assertivo. Para pessoas físicas, as informações

PLANO DE AÇÃO 2025

essenciais incluem: nome, data de aniversário, categoria de doação, endereço virtual, telefone e e-mail. Para pessoas jurídicas, são necessários: CNPJ, endereço virtual, contrato social, certificado digital, endereço, pessoa de contato, função, histórico de compras ou relacionamento, além de outros dados específicos obtidos ao longo das interações com a Casa Durval Paiva. Essas informações devem ser tratadas de forma estratégica e otimizadas por meio de um sistema de planilhas compartilhadas entre todos os membros da equipe.

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:

- Almoço CDP
- Central de Doações
- Projetos por meio de editais de empresas públicas e privadas;
- Projetos por Leis de Incentivos Fiscais
- Emendas parlamentares
- Bazar do Caqueto
- Campanha TROCO
- Cofres
- MRC – Marketing Relacionado à Causa
- Destinação de Imposto de Renda
- Prêmios

Em 2025, daremos continuidade ao Almoço CDP, uma estratégia de mobilização de recursos voltada para fortalecer e expandir parcerias, estreitar o relacionamento com profissionais da imprensa e agradecer aos doadores. O objetivo é prospectar novos parceiros e garantir a sustentabilidade dos serviços, ações, projetos e programas da Casa Durval Paiva.

Para aumentar em 5% as arrecadações da Central de Doações, é fundamental elevar o ticket médio e a média de doadores mensais. Para isso, faremos uma análise individualizada da carteira de cada operador, levando em consideração a modalidade de doação e o valor de cada contribuição. A prioridade será aumentar as doações inferiores a trinta reais, utilizando scripts que evidenciem as necessidades e os serviços realizados pela CDP. Além disso, manteremos um contato constante com os doadores por meio de publicações, telefone, WhatsApp e e-mail marketing, quando possível.

Uma ação estratégica importante para a arrecadação via telemarketing será migrar os doadores de doações em dinheiro para opções mais rentáveis e com menor custo operacional, com foco na fidelização. Essa abordagem visa aumentar o valor médio das doações, sua regularidade e, conseqüentemente, melhorar a previsão da receita mensal.

A captação por meio de projetos e emendas parlamentares será essencial para viabilizar ações mais amplas e impactantes, graças aos recursos substanciais dos financiadores. Em 2025, nossa estratégia será priorizar o aumento no volume de projetos inscritos e a mobilização eficaz com os parlamentares para ampliar a captação de emendas.

PLANO DE AÇÃO 2025

O Bazar do Caquito, que se destacou em 2024, terá um papel ainda mais importante em 2025. Nossa meta é aumentar significativamente as arrecadações e o espaço de vendas. Para isso, será fundamental uma gestão eficiente do estoque e a expansão das parcerias com lojas e grandes magazines, garantindo o recebimento contínuo de produtos não comercializados, sejam por estarem avariados ou fora de estação. A colaboração das empresas será vital para garantir a sustentabilidade e o crescimento do bazar.

O DI também concentrará esforços na melhoria da performance da Campanha TROCO, uma fonte de arrecadação pouco explorada, mas com grande potencial. A meta é ampliar a busca por novos parceiros e fortalecer os vínculos com os já existentes.

Outra ação relevante será a expansão da campanha de Cofres, com a distribuição em locais de grande circulação. Essa ação, simples, mas eficaz, permitirá a doação de moedas, e será organizada de forma estratégica para garantir seu sucesso. Além disso, buscaremos ao mesmo tempo expandir parcerias em Marketing Relacionado à Causa (MRC) e continuar a promoção de projetos incentivados e não incentivados.

Um avanço significativo em 2025 será a ampliação das doações online, uma inovação que contribuirá diretamente para a sustentabilidade financeira da Casa Durval Paiva.

Para alcançar a sustentabilidade financeira, é essencial que os setores de Desenvolvimento Institucional e Central de Doações atuem de forma integrada e coordenada. Ambos são responsáveis pela captação de recursos, com metodologias distintas, mas com o mesmo objetivo: garantir a continuidade das atividades da Casa Durval Paiva. Essa integração fortalecerá a instituição e assegurará excelência no acolhimento aos beneficiários durante o tratamento. Portanto, em 2025, Desenvolvimento Institucional e Central de Doações seguirão unindo esforços para consolidar os resultados alcançados, implementar novas ações e estabilizar os ganhos.

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.

PLANO DE AÇÃO 2025

2.1.4 Indicadores e metas

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

Tabela 3: DI - Indicadores e metas dos Relacionamentos doadores/parceiros/imprensa

INDICADOR	2024	META
Número de empresas privadas	11	300
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	29
Número de deputados estaduais do RN	1	24
Número de deputados federais do RN	0	8
Número de senadores do RN	0	6

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.

Premissas: objetivo 1

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

PLANO DE AÇÃO 2025

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

Tabela 4: DI - Indicadores e metas do TROCO

INDICADOR	2024	META
Número de contatos realizados	0	240
Número de visitas realizadas (4 empresas por mês)	0	48
Número de visita técnica a CDP (3 visitas por empresa)	0	18
Quantidade de parceiros para TROCO	3	6
Valor captado TROCO no ano	R\$ 109.983,63	R\$ 219.967,26

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.

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: DI - Indicadores e metas do COFRINHO

INDICADOR	2024	META
Número de contatos realizados	192	480

PLANO DE AÇÃO 2025

Número de visitas realizadas (6 empresas por mês)	35	72
Quantidade de estabelecimento para COFRINHO	107	200
Valor captado COFRINHO no ano	R\$ 5.412,55	R\$ 10.825,10
Quantidade de novas parcerias firmadas	8	20

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 entrega e coleta com as periodicidades específicas;
4. Estreitar relacionamento com parceiros.

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

Tabela 6: DI - Indicadores e metas do MRC

INDICADOR	2024	META
Número de contatos realizados	0	240
Número de visitas realizadas	0	24
Quantidade de parceiros para MRC	0	3
Valor médio captado MRC	0	R\$ 1.000,00

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.

PLANO DE AÇÃO 2025

Tabela 7: DI - Indicadores e metas de Projetos

INDICADOR	2024	META
Número de empresas identificadas com perfil da lei de incentivo	9	50
Número de editais estaduais, nacionais, internacionais com incentivo fiscal	2	15
Número de editais estaduais, nacionais, internacionais e sem incentivo fiscal	12	22
Número de projetos elaborados	13	40
Valor total de projetos elaborados (R\$ 180.000 x 40)	R\$ 2.661.998,18	R\$ 7.200.000,00
Número de projetos aprovados	0	24
Valor total de projetos aprovados (30% do elaborado)	0	R\$ 2.000.000,00
Valor total arrecadado com projetos (30% do aprovado)	0	R\$ 797.460,94
Número de visitas a parlamentares	2	48
Número de parlamentares parceiros	1	12
Número de emendas parlamentares pactuadas	1	12
Valor de projetos com emendas parlamentares	R\$ 50.000,00	R\$ 300.000,00
Valor total de emendas parlamentares aprovado	R\$ 150.000,00	R\$ 300.000,00
Valor total arrecadado por emenda parlamentares	R\$ 20.000,00	R\$ 300.000,00

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.

PLANO DE AÇÃO 2025

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: DI - Indicadores e metas IR

INDICADOR	2024	META
Número de pessoas jurídicas destinando IR para CDP	0	10
Valor arrecadado com IR de pessoas jurídica	R\$ 0,00	R\$200.000,00

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: DI - Indicadores e metas do Bazar do Caquito

INDICADOR	2024	META
Número de contatos realizados	0	480
Número de visitas realizadas	0	48
Quantidade de parceiros para BAZAR DO CAQUITO	3	6
Valor captado BAZAR DO CAQUITO no ano	R\$ 209.411,45	R\$ 219.882,02

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;

PLANO DE AÇÃO 2025

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, organização de produtos e modelos de vendas.

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

Tabela 10: DI - Indicadores e metas do Almoço com parceiros

INDICADOR	2024	META
Número de convidados por segmento (prospects, jornalistas, autoridades e doadores) – 99/mês	0	1.089
Número de confirmados por segmento (prospects, jornalistas, autoridades e doadores) – 30/mês	0	330
Número de presentes por segmento (prospects, jornalistas, autoridades e doadores) – 15/mês	0	165
Número parcerias estabelecidas e resultantes do almoço – 2/mês	0	22

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 – passar lista em tempo real para conhecimento dos apresentadores;
7. Emitir relatório de avaliação e resultados.

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: DI - Indicadores e metas de Prêmios

INDICADOR	2024	META

PLANO DE AÇÃO 2025

Números de inscrições em prêmios	4	10
Número de prêmios conquistados	1	5
Valor arrecadado com prêmios	R\$ 0,00	R\$ 11.500,00

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.

Premissas: objetivo 13

- Ferramenta de sistematização dos prêmios

Objetivo 14: Aumentar o número de doadores mensais

Tabela 12: Central de Doações - Indicadores e metas de Doadores

INDICADOR	2024	META
Taxa de rejeição	19%	10%
Taxa de retenção de doadores	81%	90%
Média de doadores mês	14.100	15.000
Média de novos doadores mês (potencial: 20 operadores x 40 FN = 800)	582	700

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.

Premissas: objetivo 14

PLANO DE AÇÃO 2025

- Dispor de um CRM institucional para relacionamento com doadores e parceiros, para atenderas 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: DI e Central de Doações - Indicadores e metas TKT Médio

INDICADOR	2024	META
Ticket médio Bazar CDP	R\$ 17.450,95	R\$ 18.323,50
Ticket médio campanha Troco	R\$ 9.165,30	R\$ 18.330,605
Ticket médio Cofrinho	R\$ 451,04	R\$ 902,09
Ticket médio de doações da central de telemarketing	R\$ 32,00	R\$ 34,00

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.

Premissas: objetivo 15

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

PLANO DE AÇÃO 2025

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

Tabela 14: DI e Central de Doações - Indicadores e metas de migração

INDICADOR	2024	META
Percentual de doações realizadas por meio digital (migração)	5%	7%

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.

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: DI e Central de Doações - Indicadores e metas das Doações Online

INDICADOR	2024	META
Número de pessoas alcançadas pela campanha de doação.	130.658	144.000
Número de intenções de doações	0	2.880 (2%)
Taxa de rejeição	0	70%
Número de doações efetivadas (30 por mês)	4	840 (30%)

PLANO DE AÇÃO 2025

Valor arrecadado no ano (2.100,00/mês)	R\$ 2.016,72	R\$ 2.621,75
--	--------------	--------------

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.

Premissas: objetivo 17

- Ter um site com tagueamento
- Ter um bom equipamento de captação de vídeo e áudio

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.

2.1.5 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.

PLANO DE AÇÃO 2025

2.2 COMUNICAÇÃO

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. E para 2025 teremos como tema: COMUNICANDO ESPERANÇA

2.2.1 Objetivo geral

Fortalecer a visibilidade e a marca 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;

PLANO DE AÇÃO 2025

- 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, a equipe do Desenvolvimento Institucional conta com profissionais dedicados à assessoria de imprensa e marketing, responsáveis pela gestão de mídias sociais e publicidade. Essas frentes têm como missão principal a ampla divulgação das atividades realizadas pela Casa Durval Paiva, utilizando diversos canais de comunicação, como imprensa escrita, falada e televisionada, além das redes sociais.

Os objetivos definidos neste plano de ação foram cuidadosamente elaborados para atender às necessidades específicas da instituição e contribuir para o fortalecimento da sua missão. O plano também foi estruturado para ser flexível, permitindo ajustes conforme as demandas e prioridades evoluem ao longo do tempo.

O avanço nos resultados da comunicação é esperado por meio da ampliação do alcance e engajamento no marketing digital e do fortalecimento do relacionamento com a imprensa, destacando-se pela transparência e pela prestação de contas como pilares fundamentais da metodologia adotada.

Além disso, para garantir a ampla veiculação e divulgação das atividades, a Casa Durval Paiva conta com parcerias estratégicas que abrangem portais, TVs, rádios, mídia exterior, busdoor, outdoor, mobiliário urbano, redes sociais e o site institucional.

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.

2.2.4 Indicadores e metas Setoriais

Para que haja um acompanhamento quantitativo do desempenho do Desenvolvimento Institucional da Casa Durval Paiva, expõe-se, nas tabelas 16 a 20 os indicadores e as metas estabelecidas para o ano de 2025:

2.2.4.1 Imprensa

PLANO DE AÇÃO 2025

Tabela 16: Indicadores e metas da imprensa 2025

INDICADOR	2024	META
Nº de envios do Boletim via WhatsApp	52	52
Nº de artigos enviados à imprensa	79	105
Nº de artigos publicados	116	315
Nº de releases produzidos	116	130
Nº de releases publicados	116	130
Nº Clipping	203	2.000
Nº de rádios	190	200
Nº de entrevistas	409	800
Nº de inscritos na Newsletter	1.721	2.500

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.

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;

PLANO DE AÇÃO 2025

- 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.

2.2.4.2 Marketing

Tabela 17: Indicadores e metas do marketing 2025

INDICADOR	2023	2024	META
Nº de seguidores no Facebook	49.200	51.420	65.000
Nº de seguidores no Instagram	61.795	80.819	100.000
Nº de seguidores no Twitter	1.947	1.915	2.000
Nº de inscritos no Youtube	413	448	1.000
Nº de inscritos no TikTok	6.130	26.200	50.000
Nº de cliques no Google ADS	113.840	66.002	150.000
Nº acessos às redes sociais	2.482.510	2.142.022	3.250.000

Ações:

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

PLANO DE AÇÃO 2025

2.2.5 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.

2.2.5.1 Eventos internos e Datas Alusivas

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. E Na tabela 19 destaca-se as datas alusivas que devem ser realçadas e pulbiicizadas pela Casa Durval Paiva.

Tabela 18: Eventos internos 2025

DATAS COMEMORATIVAS		
DATA	EVENTO	RESPONSÁVEL
26/02/2025 (quarta)	CarnaCACC	Odontologia
16/04/2025 (quarta)	Páscoa	Serviço Social
07/05/2025 (quarta)	Dia das Mães	Dispensário
17/06/2025 (quarta)	São João	Fisioterapia
11/07/2025 (sexta)	Aniversário da Casa - fixo	DI
06/08/2025 (quarta)	Dia dos Pais	Psicologia
07 a 09/10/2025 (ter a sexta)	Dia das Crianças - fixo	Educação
11/12/2025 (quarta)	Natal	Nutrição
02 e 05/12/2025	Feira do Empreendedor e Bazar Natalino - fixo	Casa dos ofícios
13 ou 20/12/2025 (sábado)	Confraternização dos Colaboradores - fixo	RH

Tabela 19: Datas alusivas 2025

DATA	O QUE SE COMEMORA
01/01	Ano Novo
04/01	Dia do Hemofílico
15/01	Aniversário – Sueli Câmara (DIRETORA SOCIAL)
20/01	Dia do Farmacêutico
04/02	Dia Mundial de Combate ao Câncer
13/02 (Data móvel)	Carnaval

PLANO DE AÇÃO 2025

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 TÉCNICA)
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
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

PLANO DE AÇÃO 2025

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 (VICE-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 Campos e Ana Jarvis
25/12	Natal

2.2.6 Campanhas publicitárias

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

- Almoço – JAN a NOV
- Dia do Desapego – JAN a DEZ;
- Doações – JAN a DEZ;
- Diagnóstico Precoce – JAN a DEZ;
- Aniversário da Casa Durval Paiva – 11/07/2025;
- McDia Feliz, conforme calendário;
- Setembro Dourado, conforme calendário - SET;
- DNCCI - NOV;
- Dia de Doar, conforme calendário - NOV;
- Projetos, conforme demanda;

2.2.6.1 Diagnóstico Precoce 2025

PLANO DE AÇÃO 2025

Em se tratando da campanha de maior destaque da CDP, no ano de 2025, 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 da tabela 20, 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 “**Diagnóstico Precoce Faz Histórias!**”.

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
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



PLANO DE AÇÃO 2025

Figura 3: Tumor do sistema nervoso central

Diagnóstico precoce faz histórias

Renato Sanches
Nanananan nanano
nananan nanano

Tumor do Sistema Nervoso Central

SINTOMAS

- Desequilíbrio no andar
- Convulsões
- Dor de cabeça persistente

Procure um médico

casadurvalpaiva.org.br

Casa Durval Paiva
DE APOIO À CRIANÇA COM CÂNCER

30 ANOS
casadurvalpaiva

Figura 4: Osteossarcoma

Diagnóstico precoce faz histórias

Cleber Aguiar
Nanananan nanano
nananan nanano

Osteossarcoma

SINTOMAS

- Calor e vermelhidão no local
- Dor óssea e inchaço

Procure um médico

casadurvalpaiva.org.br

Casa Durval Paiva
DE APOIO À CRIANÇA COM CÂNCER

30 ANOS
casadurvalpaiva

Figura 5: Linfoma

Diagnóstico precoce faz histórias

João Carlos Alves
Nanananan nanano
nananan nanano

Linfoma

SINTOMAS

- Ínguas pelo corpo sem sinais de infecção
- Suor noturno e perda de peso

Procure um médico

casadurvalpaiva.org.br

Casa Durval Paiva
DE APOIO À CRIANÇA COM CÂNCER

30 ANOS
casadurvalpaiva

PLANO DE AÇÃO 2025

Figura 6: Neuroblastoma

Diagnóstico precoce faz histórias

Ana Luísa Rocha

Neuroblastoma

SINTOMAS

- Massa palpável no abdômem
- Irritabilidade e mancha rocha ao redor dos olhos

Procure um médico

casadurvalpaiva.org.br

Casa Durval Paiva
DE APOIO À CRIANÇA COM CÂNCER

30 ANOS
casadurvalpaiva

Figura 7: Câncer dos tecidos moles

Diagnóstico precoce faz histórias

Alessandra França

Câncer dos Tecidos Moles

SINTOMAS

- Desequilíbrio no andar
- Convulsões
- Dor de cabeça persistente

Procure um médico

casadurvalpaiva.org.br

Casa Durval Paiva
DE APOIO À CRIANÇA COM CÂNCER

30 ANOS
casadurvalpaiva

Figura 8: Retinoblastoma

Diagnóstico precoce faz histórias

Marina Lima

Retinoblastoma

SINTOMAS

- Mancha branca no olho
- Estrabismo
- Irritação ocular persistente

Procure um médico

casadurvalpaiva.org.br

Casa Durval Paiva
DE APOIO À CRIANÇA COM CÂNCER

30 ANOS
casadurvalpaiva

PLANO DE AÇÃO 2025

Figura 9: Tumor de Wilms



2.2.7 Aniversário da Casa Durval Paiva (30 anos)

A campanha de 30 anos da Casa Durval Paiva adota um estilo elegante e minimalista, com uma comunicação inspiradora e acolhedora. Diversos eventos interativos, tanto online quanto offline, serão realizados para engajar a comunidade nesse marco especial. Com o tema "Transformando celebração em esperança", a campanha busca celebrar a trajetória e as conquistas da instituição, ao mesmo tempo em que mobiliza recursos para fortalecer sua missão.

O material institucional dos 30 anos será divulgado junto à campanha do Diagnóstico Precoce, ambos sendo veiculados em diversos canais de comunicação, como TV, rádio, internet, outdoor, backbus e mobiliário urbano (figura 9). Empresas parceiras também contribuirão para essa divulgação. Ambas as campanhas seguirão ao longo do ano, com o encerramento previsto para o final de dezembro/2025.



Figura 10: Outdoor comemorativo dos 30 anos CDP

PLANO DE AÇÃO 2025

Ações presenciais:

1. Homenagem na Câmara Municipal de Natal e Assembleia Legislativa do RN pelos 30 anos da instituição;
2. Celebração com Balões na Praça Cívica: A ideia é soltar balões representando cada paciente que foi acolhido pela Casa Durval Paiva e conseguiu alcançar qualidade em seu tratamento – 19/02/2025;
3. Almoço para prospectar parceiros para patrocinar o baile dos 30 anos – MAR/2025;
4. Caminhada pelo Bosque – MAI/2025
5. Baile dos 30 anos da Casa Durval Paiva: Evento beneficente com o objetivo de arrecadar recursos e reforçar a marca da Casa Durval Paiva como referência nacional na excelência do acolhimento – JUL/2025;
6. Publicidade em mídias off-line;
7. Caquito materializado nos eventos;
8. Lançamento do livro de 30 anos CDP – NOV/2025.

Ações digitais:

1. Filtro temático para redes sociais;
2. Publicidade em mídias on-line;
3. Cobertura em tempo real das ações comemorativas.

Ações internas:

1. Selo comemorativo;
2. Papel de fundo das telas institucionais;
3. Fardamento temático.

2.2.8 Desafios para 2025

- Indicar uma nova forma de inscrição para receber o boletim semanal via *WhatsApp* (canal institucional);
- Campanhas 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);
- Elaborar uma Grife/Boutique do Caquito para a venda;
- Criar Instagram para o Bazar do Caquito.

PLANO DE AÇÃO 2025

2.2.9 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.

2.3 FINANCEIRO

O Setor Financeiro é responsável por todo o gerenciamento de recursos financeiros da instituição, sempre buscando minimizar despesas e aumentar receitas. O objetivo principal é garantir a saúde financeira para a execução de suas ações. O planejamento orçamentário e financeiro tem a função de subsidiar a tomada de decisão por parte dos gestores. É de competência do setor financeiro, 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 através do gerenciamento e monitoramento dos 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;

PLANO DE AÇÃO 2025

- Garantir a boa aplicação dos recursos financeiros, tanto do ponto de vista legal, quanto na perspectiva dos valores aportados;
- Apontar estratégias para redução custos operacionais;
- Assegurar que a instituição cumpra todas as regulamentações financeiras e contábeis;
- Apoiar a prestação de contas dos projetos juntos aos executores.

2.3.3 Indicadores e metas

Tabela 21: Indicadores e metas do Financeiro

INDICADORES	METAS
Valores de receitas – previstas x realizadas	Alterar as receitas, para mais ou para menos, em até 10% do valor previsto
Valores de despesas - previstas x realizadas	Alterar as despesas, para mais ou para menos, em até 10% do valor previsto
Processos de pagamento em conformidade com as regras e legislação vigente	100% dos processos em atendimento as normas e leis vigentes
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
Auditar 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 decisão mais consistente e eficiente, além de auxiliar no cumprimento da missão institucional.

2.3.5 Ações

Tabela 22: Ações do Financeiro para 2025

Ação 1: Analisar histórico dos últimos 2 anos para definir previsão de receitas e despesas por rubrica			
QUEM	COMO	QUANDO	CUSTO
	Receitas: Estabelecendo pela média anual por rubrica ou sob demanda dos setores de		

PLANO DE AÇÃO 2025

Gestora Financeira	captação (Central de Doações e Desenvolvimento Institucional)	Outubro/2025	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	Média das receitas e despesas realizadas no trimestre corrente	Trimestral	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
Ação 5: Monitorar receitas por fonte específica			
QUEM	COMO	QUANDO	CUSTO
Gestora Financeira/ Supervisora 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
Ação 6: 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			
QUEM	COMO	QUANDO	CUSTO
Gestora Financeira/ Supervisora Financeira	Construir Planilha de execução físico financeira para monitoramento dos projetos, alimentar planilha de rendimentos bancários e tarifas, construção de relatório de execução para prestação de contas. Disponibilização de extratos bancários e documentações financeiras dos projetos em uma pasta compartilhada com o executor.	Mensalmente ou dependendo da demanda	Não há custos
Ação 7: Enviar mensalmente todos os documentos comprobatórios das movimentações financeiras e contábeis para a empresa terceirizada			

PLANO DE AÇÃO 2025

QUEM	COMO	QUANDO	CUSTO
Gestora Financeira/ Supervisora Financeira	Por meio de publicação de documentos num sistema específico.	Mensalmente	Não há custos
Ação 08: Negociar contratos de prestação de serviços contínuos			
QUEM	COMO	QUANDO	CUSTO
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

3.1 SEMAC – Serviços de manutenção, compras, estoque, transporte, hotelaria e patrimônio

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.

PLANO DE AÇÃO 2025

O plano de ação é uma ferramenta de planejamento, acompanhamento de atividades, definição de metas e objetivos. Isso 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 2024, 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, nos 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.

3.1.3 Indicadores e metas

Para estabelecer as metas de 2025, tomou-se como parâmetro os resultados alcançados em 2024, conforme apresentado nas tabelas 23 e 24.

Tabela 23: Indicadores e metas da SEMAC 2025

INDICADOR	RESULTADO 2024	META 2025
Custo de combustível - Motoristas	R\$ 54.160,33, sendo R\$ 37.821,45 (projetos)	(+10%) R\$ 59.576,36
Custo de combustível – Mensageiros – Mossoró	R\$ 15.941,73	(-20%) R\$ 12.753,38

PLANO DE AÇÃO 2025

Custo de combustível – Mensageiros – Currais Novos	R\$ 21.666,07	(-20%) R\$ 17.332,85
Custo de combustível – Mensageiros – Natal/N	R\$ 42.904,42	(-20%) R\$ 34.323,53
Custo de combustível - Mensageiros	R\$ 80.512,22	(-20%) R\$ 64.409,76
Custo de combustível TOTAL	R\$ 134.672,55	(-10%) R\$ 123.986,12
Custo de manutenção predial e equipamentos (incluindo veículos)	R\$ 129.923,25	(+10%) Até R\$142.915,57
Custo de material de limpeza	R\$ 32.681,70	(+10%) Até R\$ 35.949,87
Custo de material de expediente	R\$ 6.998,87	(+10%) R\$ 7.920,00
Custo de transporte - táxi	R\$ 13.413,25	Até R\$ 14.413,25
Nº de viagens/translado	1.673 viagens	1.834 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% de conformidade
Tempo da cotação compras/serviços	Obter cotação em 10 dias úteis da data do pedido	10 dias

Tabela 24: Indicadores e metas da Hotelaria 2025

INDICADOR	RESULTADO 2024	META 2025
Nº de hospedagens	11.550	12.738
Nº de hóspedes	841	910
Nº de visitas	1.602	1.762
Nº doadores não financeiros	1.032	1.135

3.1.4 Justificativa

As metas dos indicadores estão baseadas nos resultados obtidos no ano de 2024. No qual foram mensuradas e analisadas, dessa forma atribuindo metas para o ano de 2025. Com base nos resultados de janeiro a dezembro de 2024, realizamos análise, para maioria dos indicadores atribuímos 10% em cima do resultado. Todavia, para a despesa de combustível para mensageiros, em concordância com o gestor da

PLANO DE AÇÃO 2025

central de doações, definiu-se uma redução de 20% do valor efetivado em 2024. Em relação a despesas com combustível, ressalta-se que do total de R\$ 50.160,33, R\$ 37.821,45 foi pago com recursos de projetos. Sendo R\$ 8.313,85 do Projeto IRM – Diagnóstico Precoce Currais Novos; R\$ 600,00 – IRM – Diagnóstico Precoce Santa Cruz e Japi; R\$ R\$ 10.360,72 foi pago com recurso da Teleperformance – Projeto Vida; R\$ 4.021,12 com recurso do PRONON – Qualificar para Salvar; e R\$ 14.525,76 despesa atribuída ao projeto PRONON – Diagnóstico Precoce Parnamirim.

O indicador de manutenção, material de limpeza e expediente, foi realizado um acréscimo de 10% em cima do resultado anual 2024. Tendo em vista que os custos desses indicadores, destacando a manutenção e material de limpeza, vem subindo.

Com a performance da parte da hotelaria, houve um acréscimo de 10% para cada indicador, sendo eles: hospedagens, hóspedes, visitas e doadores.

Os indicadores apresentados, são importantes para visualizar o desenvolvimento da Casa, acompanhar mensalmente para identificar possíveis ajustes e tomadas de decisões necessárias, no intuito de não impactar negativamente no orçamento. Dessa forma, visando atingir resultados cabíveis na intenção de favorecer o diagnóstico precoce, os usuários e a funcionalidade da instituição.

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 25, apresenta-se as ações que serão realizadas pelo setor:

3.1.5 Ações

Tabela 25: Ações SEMAC 2025

AÇÃO: Realizar cotações/compras para todos os setores da instituição.				
COMO	QUANDO	LOCAL	CUSTO	RESPONSÁVEL
Solicitar aos fornecedores	JAN a DEZ	E-mail/Wpp	\$	Compras
Solicitar autorização	JAN a DEZ	Ecogestão	\$	Gestora
Requerer a compra	JAN a DEZ	E-mail/Wpp	\$	Compras
AÇÃO: Gerenciar materiais do almoxarifado para fluidez nos serviços.				
COMO	QUANDO	LOCAL	CUSTO	RESPONSÁVEL
Controlar validades dos produtos	JAN a DEZ	Ecogestão	\$	Estoque
Solicitar compra quando estoque estiver baixo	Mensalmente	Ecogestão	\$	Estoque
Receber/Conferir mercadoria	JAN a DEZ	CDP	\$	Estoque
Lançar no sistema	JAN a DEZ	Ecogestão	\$	Estoque

PLANO DE AÇÃO 2025

Receber/Realizar a entrega aos setores nas sextas, após solicitação.	Semanalmente	Ecogestão	\$	Estoque
Dar baixa no sistema	JAN a DEZ	Sistema Ecogestão	\$	Estoque
AÇÃO: Monitorar entradas, saídas e movimentações do patrimônio da instituição.				
COMO	QUANDO	LOCAL	CUSTO	RESPONSÁVEL
Receber solicitação/conferir e dar baixa	JAN a DEZ	Ecogestão	\$	Patrimônio
Conferir os imobilizados	JAN a DEZ	CDP/ Ecogestão	\$	Patrimônio
Dar entrada no bem e fixar placa	JAN a DEZ	Ecogestão	\$	Patrimônio
AÇÃO: Garantir as condições de segurança e conservação do imóvel/equipamentos.				
COMO	QUANDO	LOCAL	CUSTO	RESPONSÁVEL
Solicitar aos fornecedores	JAN a DEZ	E-mail/Wpp	\$	Manutenção
Solicitar autorização	JAN a DEZ	Ecogestão	\$	Manutenção
Solicitar serviço	JAN a DEZ	CDP	\$	Manutenção
AÇÃO: Disponibilizar translado 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	JAN a DEZ	Ecogestão	\$	Transporte
Solicitar pagamento do combustível	Mensalmente	Ecogestão	\$	Gestor (a) administrativo
AÇÃO: Realizar o translado 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	JAN a DEZ	Hospitais/órgãos de saúde		Motorista
AÇÃO: Assegurar a higienização de todos os ambientes da Casa melhor receber/atender a todos.				
COMO	QUANDO	LOCAL	CUSTO	RESPONSÁVEL
Limpeza nos ambientes	Diariamente	CDP	\$	Auxiliar de serviços gerais
AÇÃO: 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	JAN a DEZ	CDP/ Ecogestão	\$	Recepcionista
Realizar agendamentos	JAN a DEZ	Ecogestão	\$	Recepcionista
Realizar Check-in e Check-out	JAN a DEZ	CDP/ Ecogestão	\$	Governanta
Fornecer peças cama e banho	JAN a DEZ	CDP	\$	Governanta

PLANO DE AÇÃO 2025

Orientar e conduzir as mães para atividades e idas aos hospitais	JAN a DEZ	CDP	\$	Governanta
AÇÃO: Relacionamento com os fornecedores				
COMO	QUANDO	LOCAL	CUSTO	RESPONSÁVEL
Convidando para conhecer a Casa.	1 vez no mês	CDP	-	SEMAC

Com o 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 TIC – Tecnologia da Informação e Comunicação

O setor de TIC desempenha um papel fundamental na Casa Durval Paiva, sendo responsável pelas áreas: Infraestrutura da TI; Gestão de Dados ligados a sistemas institucionais; Gestão de rede lógica e de comunicação; Suporte técnico; Manutenção de hardwares e softwares; Gerenciamento do patrimônio tecnológico; Inovação em tecnologia da informação e comunicação. 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.

3.2.1 Objetivo geral

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

3.2.2 Objetivos específicos

1. Gerenciar estrategicamente os dados e das informações inseridas no Ecogestão, no Ecodoações e no site da instituição;
2. Contribuir para melhoria dos fluxos de processos e relatórios dos sistemas institucionais;
3. Gerenciar a rede lógica, monitorando a segurança dos dados que trafegam pelos sistemas da instituição;
4. Realizar backups dos dados institucionais;
5. Monitorar o sistema de telefonia analógica e digital (IP), para que todos os setores possam ter acesso adequado;
6. Realizar manutenção preventiva e corretiva dos hardwares e softwares da Casa;
7. Oferecer suporte técnico – hardwares e softwares para os colaboradores da instituição;
8. Gerenciar o estoque de informática da Casa Durval Paiva;
9. Responsabilizar-se pelo patrimônio e parque tecnológico da instituição;

PLANO DE AÇÃO 2025

10. Apontar a adoção para novas tecnologias que incrementem valor aos serviços e processos organizacionais.

3.2.3 Ações, indicadores e metas

Objetivo 1: Gerenciar estrategicamente os dados e das informações inseridas no Ecogestão, no Ecodoações e no site da instituição

AÇÕES	INDICADOR	META	PERÍODO	RESPONSÁVEL
Realizar auditorias periódicas nos dados inseridos no Ecogestão, Ecodoações e site	% de dados auditados e corrigidos	100%	Mensal	TIC
Implementar uma rotina de verificação e atualização dos dados inseridos	% de dados atualizados no sistema	100%	Mensal	TIC

Objetivo 2: Contribuir para melhoria dos fluxos de processos e relatórios dos sistemas institucionais

AÇÕES	INDICADOR	META	PERÍODO	RESPONSÁVEL
Realizar o mapeamento dos processos institucionais existentes para identificar gargalos, redundâncias e ineficiências.	% de processos mapeados e analisados	80%	Anual	TIC/CDP
Coletar feedback contínuo dos colaboradores sobre os processos e sistemas, para identificar áreas de melhoria	% de feedbacks coletados	100%	Trimestre	TIC

Objetivo 3: Gerenciar a rede lógica, monitorando a segurança dos dados que trafegam pelos sistemas da instituição

AÇÕES	INDICADOR	META	PERÍODO	RESPONSÁVEL
Implementar sistemas de monitoramento contínuo de tráfego de dados	% de tráfego monitorado em tempo real	100%	Contínuo	TIC
Realizar auditorias de segurança periódicas nos sistemas de rede	% de auditorias realizadas	100%	Contínuo	TIC
Bloquear tentativas maliciosos de acesso garantindo a segurança da rede	% tentativas bloqueadas	100%	Contínuo	TIC

PLANO DE AÇÃO 2025

Objetivo 4: Realizar backups dos dados institucionais

AÇÕES	INDICADOR	META	PERÍODO	RESPONSÁVEL
Realizar rotina mensal de backup dos dados institucionais em nuvens	% de dados cobertos por backup	100%	Contínuo	TIC
Verificar a integridade dos backups periodicamente	% de backups verificados com sucesso	100%	Trimestralmente	TIC
Armazenar backups em locais seguros e distintos (Físicos e na nuvem)	% de dados armazenados em locais seguros	100%	Mensal	TIC

Objetivo 5: Monitorar o sistema de telefonia analógica e digital (IP), para que todos os setores possam ter acesso adequado

AÇÕES	INDICADOR	META	PERÍODO	RESPONSÁVEL
Implementar telefonia IP configurando a central telefônica e disponibilizando o serviço	% terminais de redes configurados	100%	Anual	TIC
Realizar manutenção corretiva sob demanda	% de atendimentos realizados	100%	Contínuo	TIC

Objetivo 6: Realizar manutenção preventiva e corretiva dos hardwares e softwares da Casa

AÇÕES	INDICADOR	META	PERÍODO	RESPONSÁVEL
Implementar ferramenta de chamados para a TIC	Número de ferramentas implementadas	1	Conforme disponibilidade	TIC
Realizar manutenção corretiva sob demanda	% de falhas corrigidas	100%	Até 48 Horas	TIC
Realizar manutenção preventiva atualizando os drivers e firmwares dos dispositivos de hardware	% de dispositivos com drivers atualizados	100%	Semestral	TIC
Realizar inspeções e testes regulares nos hardwares para identificar possíveis falhas	% de hardwares inspecionados e testados	100%	Trimestral	TIC

PLANO DE AÇÃO 2025

Objetivo 7: Oferecer suporte técnico – hardwares e softwares para os colaboradores da instituição

AÇÕES	INDICADOR	META	PERÍODO	RESPONSÁVEL
Implementar ferramenta de chamados para a TIC	Número de ferramentas implementadas	1	Conforme disponibilidade	TIC
Realizar atendimento técnico para resolução de problemas de hardware e software	% de chamados resolvidos	100%	Até 48 Horas	TIC
Realizar manutenção corretiva de hardware/software quando identificado um problema	% de problemas resolvidos	100%	Até 48 Horas	TIC

Objetivo 8: Gerenciar o estoque de informática da Casa Durval Paiva

AÇÕES	INDICADOR	META	PERÍODO	RESPONSÁVEL
Realizar inventários periódicos do estoque de equipamentos	% de itens inventariados corretamente	100%	Semestral	TIC
Realizar o controle de estoque de equipamentos de informática	% de itens de informática registrados (entrada e saída) no sistema	100%	Trimestral	TIC

Objetivo 9: Responsabilizar-se pelo patrimônio e parque tecnológico da instituição

AÇÕES	INDICADOR	META	PERÍODO	RESPONSÁVEL
Estabelecer um controle de entrada e saída de equipamentos	% de equipamentos registrados nas movimentações	100%	Contínuo	TIC
Atualizar as informações do controle patrimonial	% de equipamentos atualizados	100%	Contínuo	TIC

Objetivo 10: Apontar a adoção para novas tecnologias que incrementem valor aos serviços e processos organizacionais

AÇÕES	INDICADOR	META	PERÍODO	RESPONSÁVEL
Avaliar processos e sistemas, analisado a sua eficiência, robustez e se eles já estão obsoletos	% de processos	100%	Anual	TIC

PLANO DE AÇÃO 2025

Propor o upgrade de processos e sistemas (hardware e software), demonstrando o custo e retorno com a implantação	% de sugestões apresentadas	50%	Anual	TIC
--	-----------------------------	-----	-------	-----

3.2.4 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. Ao longo do processo de planejamento.

3.3 RH – Recursos Humanos

Atualmente, o Recursos Humanos da CDP tem se consolidado como função estratégica, deixando de ser visto apenas como responsável por demandas burocráticas para assumir um papel crucial no alinhamento das pessoas aos objetivos organizacionais, impulsionando a inovação, a performance e o crescimento sustentável da instituição.

Essa transformação é essencial para enfrentar os desafios de um mercado cada vez mais dinâmico e competitivo, onde o capital humano se torna um diferencial competitivo decisivo. Desde 2020, o RH vem acompanhando indicadores e mensurando seus resultados para avaliar o desempenho das suas ações e contribuir para a tomada de decisão mais assertiva.

É importante destacar que as ferramentas tecnológicas desempenham um papel essencial nesse processo, fornecendo suporte e dados para tomadas de decisão sobre a gestão de pessoas. Assim, a integração entre tecnologia, colaboradores, planejamento de RH e estratégias organizacionais, potencializa os resultados institucionais.

O RH da CDP tem desenvolvido uma atuação, que inclui processos de recrutamento e seleção alinhados à cultura organizacional, treinamento e desenvolvimento de colaboradores visando à excelência, e avaliação de desempenho para identificar pontos fortes e áreas que necessitam de aprimoramento.

Outro aspecto relevante é o acompanhamento do clima organizacional, realizado por meio de pesquisas que orientam intervenções para corrigir ou mitigar efeitos prejudiciais no ambiente de trabalho. Isso inclui preparar e engajar a equipe em direção aos objetivos organizacionais, adotando práticas que fortaleçam a sustentabilidade, a longevidade e as ações institucionais.

Por fim, a análise de indicadores de desempenho do RH é crucial para medir a eficiência dos processos, avaliar o sucesso das atividades desenvolvidas e verificar sua contribuição para o alcance dos objetivos organizacionais.

PLANO DE AÇÃO 2025

3.3.1 Objetivo geral

Desenvolver, implementar e monitorar ações na área de RH que atendam às necessidades relacionadas à gestão de pessoas, promovendo a longevidade, sustentabilidade e um ambiente de trabalho colaborativo e de valorização contínua.

3.3.2 Objetivos específicos

- Provisionar (**recrutar e selecionar**) pessoas (colaboradores, voluntários, estagiários e oficineiros) para atender com eficiência cada área da organização alinhados à missão institucional;
- **Treinar e desenvolver** pessoas para atuarem com excelência e alinhadas aos objetivos institucionais;
- **Aplicar e socializar** os valores culturais da organização com colaboradores, estagiários, voluntários, por meio dos instrumentos e ferramentas (Folder Institucional, Programa de Apadrinhamento, Manuais de Procedimento, Plano Individual do Trabalho, Cartilha da Lei Geral de Processamento de Dados);
- **Manter uma equipe** qualificada, engajada e comprometida com a Casa Durval Paiva, através uma remuneração adequada e compatível com o mercado; promovendo um clima organizacional estimulante e acolhedor; e reconhecendo o potencial das pessoas de maneira justa;
 - Controlar o turnover, implementando estratégias de retenção e criando ações para melhorar a experiência dos colaboradores, reduzindo a rotatividade;
 - Promover ações de Qualidade de vida no trabalho.
- **Monitorar** a atuação das pessoas envolvidas com a operação da Casa, realizando a avaliação do desempenho destas e fornecendo adequadamente o feedback.
 - Tratar e monitorar o ponto eletrônico de forma eficaz, garantindo o cumprimento da jornada de trabalho;
 - Controlar o absenteísmo e implementar ações corretivas para reduzir faltas e melhorar o engajamento;
 - Acompanhar as reclamações trabalhistas, identificando e tratando possíveis problemas de forma preventiva, garantindo a conformidade legal e minimizando riscos para a organização.

3.3.3 Justificativa

O ambiente organizacional cada vez mais competitivo exige a criação de tecnologias avançadas para melhorar processos. Nesse cenário, é imprescindível adotar práticas que favoreçam a seleção e retenção de talentos, capacitação em novas habilidades, reconhecimento de desempenhos eficazes e estimulação do comprometimento por meio de ações bem estruturadas.

PLANO DE AÇÃO 2025

O plano de ação se configura como um documento essencial para o planejamento de trabalho, voltado para atingir resultados desejados e resolver problemas, contribuindo para um clima organizacional mais harmônico e produtivo.

Além disso, a estruturação dos indicadores e metas com base nos subsistemas de Recursos Humanos permite uma análise mais precisa e segmentada, auxiliando no aprimoramento contínuo das estratégias adotadas pelo setor.

A integração dos subsistemas de provisão, aplicação, desenvolvimento, manutenção e monitoramento de recursos humanos possibilita um acompanhamento mais eficiente dos processos de recrutamento, desenvolvimento e gestão de pessoas, assegurando que as iniciativas de RH estejam alinhadas com os objetivos institucionais e contribuam diretamente para o crescimento sustentável da Casa Durval Paiva.

PLANO DE AÇÃO 2025

3.3.4 Indicadores, metas e ações

3.3.4.1 Subsistema de Provisão de Recursos Humanos:

Subsistema responsável por identificar, atrair e selecionar talentos para a instituição, buscando assegurar o preenchimento das vagas de forma eficiente e com alta qualidade. Para isso, são monitorados indicadores e metas que avaliam sua eficácia.

ASSUNTO	INDICADORES	METAS	COMO MEDIR
Recrutamento	Nº de currículos recebidos	Receber pelo menos 30 currículos por vaga aberta para cargos operacionais	Registrar a quantidade de total de currículos recebidos em cada processo seletivo.
		Receber pelo menos 15 currículos por vaga aberta para cargos técnicos	Registrar a quantidade de total de currículos recebidos em cada processo seletivo.
	Nº de estagiários	Contratar pelo menos 20 estagiários por ano	Registrar o número de estagiários formalmente admitidos.
	Nº de voluntários	Captar pelo menos 30 voluntários por ano	Registrar o número de voluntários formalmente admitidos.
Seleção	Tempo médio de preenchimento das vagas	Reduzir para no máximo 15 dias o tempo médio do processo seletivo	Calcular a média de dias entre a abertura da vaga e a admissão do colaborador.

PLANO DE AÇÃO 2025

- Ações para provisão de Recursos Humanos

AÇÃO	QUEM?	COMO?	QUANDO?	CUSTO SE APLICÁVEL
Divulgação das vagas, conforme perfil definido na descrição do cargo	RH/DI	Publicar em sites, redes sociais, universidades e parcerias institucionais.	Sempre que houver vaga aberta	Sem custo
Contratação de estagiários	RH/DI	Enviar e-mail para Instituições de Ensino de Ensino Superior parceiras e divulgar nas redes sociais da instituição.	Semestralmente	Sem custo
Captação de voluntários	RH/DI	Divulgar nas redes sociais da instituição.	Semestralmente	Sem custo
Triagem de currículos	Gestor RH	Filtrar currículos recebidos com base nos critérios definidos para a vaga. Separar candidatos que atendem aos requisitos e arquivar currículos não selecionados para futuras oportunidades.	Após encerramento da divulgação da vaga	Sem custo
Definição das etapas e metodologias do processo seletivo	Gestor RH/Gestor da área	Definir métodos de avaliação: testes técnicos, provas práticas, entrevistas coletivas e entrevistas individuais, testes psicológicos de acordo com o perfil da vaga.	Após encerramento da triagem dos currículos	Sem custo
Entrevista coletiva (se aplicável)	Gestor de RH	Realizar dinâmica em grupo para avaliação de comportamentos e habilidades.	Quando for definido como etapa do processo	Sem custo
Entrevista individual	Gestor de RH	Aplicar roteiro estruturado para avaliar habilidades técnicas, experiência, fit cultural. (anexo 1)	Sempre	Sem custo
Provas de conhecimentos específicos (se aplicável)	Gestor de RH/Gestor da área	Aplicar testes, provas e estudo de caso para medir os conhecimentos técnicos.	Quando necessário	Sem custo

PLANO DE AÇÃO 2025

Testes psicológicos (se aplicável)	Psicólogo organizacional	Aplicar testes padronizados, como testes de personalidade, raciocínio lógico, atenção concentrada ou inteligência emocional, conforme a necessidade do cargo.	Quando necessário	Sem custo
Provas práticas (se aplicável)	Gestor da área	Avaliar na prática a capacidade do candidato de executar atividades essenciais ao cargo. Aplicável a funções que exigem demonstração práticas, como ASG, dentistas e auxiliares de manutenção.	Quando necessário	Sem custo
Feedback aos candidatos aprovados	Gestor de RH	Comunicar aos candidatos aprovados através de e-mail e Whatsapp, orientando sobre próximos passos para o processo de admissão.	Após finalização da seleção	Sem custo
Feedback aos candidatos não aprovados	Gestor de RH	Enviar-e-mail padrão informando a não aprovação, oferecendo um retorno construtivo.	Após finalização da seleção	Sem custo

3.3.4.2 Subsistema de 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	COMO MEDIR
Plano de Capacitação Anual – anexo 2	% de treinamentos executados conforme o planejamento anual	Executar pelo menos 80% das capacitações previstas no plano anual	Monitorar a implementação do plano e avaliar eficácia das ações e registrar os treinamentos aplicados.
Número de treinamentos avaliados	% de treinamentos que passaram por avaliação	Avaliar pelo menos 100% dos treinamentos realizados	Aplicar formulário via <i>Google Forms</i> – para colaboradores avaliarem o treinamento.

PLANO DE AÇÃO 2025

Avaliação de aprendizagem pelos palestrantes	% de treinamentos avaliados quanto à aprendizagem	Avaliar 80% dos treinamentos através da avaliação de aprendizagem	Ministrante aplica método de aprendizagem nos treinamentos
--	---	---	--

- Ações do Subsistema de desenvolvimento de pessoas**

AÇÃO	QUEM?	COMO?	QUANDO?	CUSTO SE APLICÁVEL
Levantamento de Necessidades Individuais de Capacitação	RH/Colaboradores/Líderes	Aplicação de um questionário para que cada colaborador identifique suas necessidades individuais de desenvolvimento.	10/2024	Sem custo
Elaboração do Plano de Capacitação	Gestor RH	Análise dos dados levantados e definição das capacitações prioritárias para 2025.	11/2024	Sem custo
Execução do Plano de Capacitação	Gestor RH	Realização dos treinamentos conforme as necessidades identificadas.	Durante o ano	Provisão estimada R\$ 20.400,00
Pílulas do Conhecimento	RH/Supervisores	Minitreinamentos de 10 minutos para operadores de telemarketing.	Quinzenalmente	Sem custo
Café com Líderes	RH/Superintendente	Reunião mensal com líderes para capacitação e alinhamento de estratégias.	Mensalmente	Sem custo
Reunião de Sábado	Gestor de RH	Palestras com temas diversos para toda a equipe.	Último sábado do mês	Sem custo
Elaboração/Revisão do formulário de avaliação de treinamentos	Gestor de RH	Criar questionário no <i>Google Forms</i> para medir satisfação, aprendizado e aplicabilidade do treinamento.	Sob demanda	Sem custo
Aplicação da avaliação com os participantes	Gestor de RH	Disponibilizar o link ao final do treinamento e incentivar a participação.	Após cada treinamento	Sem custo

PLANO DE AÇÃO 2025

Coletar e analisar os resultados	Gestor RH	Consolidar as respostas e identificar oportunidades de melhoria.	Até 5 dias após o treinamento	Sem custo
Avaliação de aprendizagem	RH / Palestrantes	O palestrante aplicará testes, dinâmicas ou questionamentos ao final do treinamento para medir o aprendizado dos participantes.	No dia do treinamento	Sem custo
Apresentação de resultados	Gestor de RH	Elaborar relatório com os dados coletados e compartilhar com os gestores para melhorias futuras.	Mensalmente	Sem custo

3.3.4.3 Subsistema de Aplicação de Recursos Humanos

Esse subsistema é responsável por alocar e integrar os colaboradores nas funções para as quais foram contratados, garantindo que desempenhem suas atividades de forma eficiente e alinhada aos objetivos organizacionais.

ASSUNTO	INDICADORES	METAS	COMO MEDIR
Integração organizacional	% de novos colaboradores, estagiários e voluntários participando do processo de integração	100% dos novos colaboradores, estagiários e voluntários realizem a integração nos primeiros 30 dias	Registrar a participação na integração por meio de listas de presença ou relatórios de Onboarding.
	% de satisfação com a integração	Obter pelo menos 85% de satisfação dos novos colaboradores	Aplicar pesquisa de integração com perguntas sobre acolhimento, clareza de informações e suporte recebido.
Disponibilização de materiais institucionais	% de novos colaboradores que receberam os materiais institucionais (Folder Institucional, Manuais,	Garantir que 100% dos novos colaboradores recebam os materiais institucionais no primeiro dia de trabalho	Registrar e conferir assinatura de recebimento ou envio digital dos documentos.

PLANO DE AÇÃO 2025

	Cartilha LGPD) PIT -Plano Individual de trabalho		
Programa de Apadrinhamento	% de novos colaboradores que recebem acompanhamento do programa	Atingir 100% de adesão ao Programa de Apadrinhamento para novos colaboradores	Acompanhar a adesão e efetividade do Programa de Apadrinhamento por meio da análise dos formulários de bate-papo entre padrinho e apadrinhado.
Descrição de Cargos e Salários	% de cargos com descrições atualizadas	Atualizar 100% das descrições de cargos anualmente	Revisar e documentar as descrições de cargos anualmente.
	% de colaboradores cientes das descrições de seus cargos, por meio do PIT	Garantir que 100% dos colaboradores tenham ciência das descrições de seus cargos	Obter confirmação dos colaboradores sobre o conhecimento das descrições de seus cargos, por e-mail.

- **Ações do subsistema de aplicação de Recursos Humanos**

AÇÃO	QUEM?	COMO?	QUANDO?	CUSTO SE APLICÁVEL
Apresentação das instalações, setores e equipe	Gestor de RH	Realizar tour guiado com explicação dos setores e apresentação aos gestores e equipes.	No primeiro dia de trabalho	Sem custo
Disponibilização de materiais institucionais	Gestor de RH	Entregar manual do colaborador, cartilha LGPD, folder institucional e Plano Individual de Trabalho (PIT).	No primeiro dia de trabalho	Sem custo
Nomeação de padrinho da equipe	Gestor de RH	Escolher um padrinho para acompanhar o novo colaborador por 30 dias	No primeiro dia de trabalho	Sem custo
Acompanhamento do padrinho	Padrinho	Realização de bate-papo semanal entre padrinho e apadrinhado, registrado em formulário.	A partir do primeiro dia de trabalho	Sem custo

PLANO DE AÇÃO 2025

Apresentação formal na reunião de sábado	Gestor de RH	Apresentar o novo colaborador para toda a equipe na reunião de sábado.	Último sábado do mês	Sem custo
Revisão e atualização das descrições de cargos	Gestor de RH	Revisar e documentar as descrições de cargos, garantindo que reflitam as responsabilidades e competências atuais.	Anualmente	Sem custo

3.3.4.3 Subsistema de Manutenção de Pessoas

É uma área da gestão de recursos humanos que se concentra em reter talentos dentro da organização, visando reduzir a rotatividade de pessoal (turnover).

ASSUNTO	INDICADORES	METAS	COMO MEDIR
Pesquisa de Clima Organizacional	Participação dos colaboradores	80% de participação dos colaboradores	Aplicar questionário pelo <i>Google Forms</i>
Avaliação de desempenho	Colaboradores com desempenho avaliado	80% dos colaboradores avaliados	Aplicar avaliação baseada em competências predefinidas utilizando o <i>Google Forms</i>
Admissões	Número de novas contratações	Até 15 novas contratações anual	Através de uma planilha para facilitar a análise e o acompanhamento das movimentações.
Demissões (turnover)	Número de desligamentos	Máximo de 20 desligamentos anual	Através de uma planilha para facilitar a análise e o acompanhamento das movimentações.
Entrevistas de Desligamento	Desligamentos com entrevista	100% dos desligamentos com entrevista	Através de questionário estruturado.
Despesa com Pessoal (folha de pagamento)	Média mensal de despesas	Manter média mensal de R\$ 200.000,00	Monitorar e ajustar conforme planejamento orçamento anual.

PLANO DE AÇÃO 2025

Promoção do bem-estar (Práticas integrativas e complementares (Reiki, Jhorei, Acupuntura, Kerenbeu, Ventosa e Eletroterapia)	Número de sessões realizadas	Realizar 30 sessões anuais	Registro mensal das sessões realizadas.
	Percentual de colaboradores participantes	Alcançar 50% de participação dos colaboradores	Lista de presença dos colaboradores nas sessões.
	Nível de satisfação dos participantes	Obter 80% de satisfação dos participantes	Aplicação de questionários de satisfação após as sessões
Promoção do bem-estar (Palestras sobre qualidade de vida, gestão das emoções, inteligência emocional, assédio moral e sexual)	Número de palestras realizadas	Realizar 4 palestras anual	Registro das palestras realizadas no ano.
	Percentual de participação dos colaboradores	Garantir 80% de participação dos colaboradores	Lista de presença em cada palestra.
	Nível de satisfação dos participantes	Obter 80% de satisfação dos participantes	Aplicação de questionários de satisfação.
SIPAT (Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho)	Número de atividades realizadas	Realizar no mínimo de 7 atividades durante a semana voltadas para o colaborador	Registro das atividades programadas e realizadas – Cronograma.
	Nível de satisfação dos participantes	Obter 80% de satisfação dos participantes	Aplicação de questionários de satisfação.

PLANO DE AÇÃO 2025

- Ações do Subsistema de Manutenção de Pessoas

AÇÃO	QUEM?	COMO?	QUANDO?	CUSTO SE APLICÁVEL
Pesquisa de clima organizacional	Gestor de RH	Desenvolver e aplicar questionário pelo <i>Google Forms</i>	Anualmente no mês de novembro	Sem custo
Avaliação de Desempenho	Gestor de RH/Gestor de cada área	Aplicar as avaliações utilizando o <i>Google Forms</i>	Anualmente no mês de julho	Sem custo
Admissões	Gestor de RH	Registrando as contratações no sistema e em uma planilha	Conforme as contratações	Variável
Demissões (Turnover)	Gestor de RH	Registrar todos os desligamentos em planilha para análise e acompanhamento de turnover	Conforme ocorrências	Conforme plano orçamentário
ASO – Atesta do Saúde Ocupacional	Gestor de RH	Agendar exames de saúde ocupacional na admissão e demissão dos colaboradores	Conforme entrada e saída dos colaboradores	Conforme plano orçamentário
Planilha de informações para folha	Auxiliar de RH	Alimentar a planilha mensalmente, inserindo informações variáveis como convênio supermercado, mudança de faixa etária de plano de saúde, inclusão e exclusão de plano de saúde, adicional noturno, informações de repasse de projetos e comissionamento.	Até o dia 25 do mês, exceto as comissões	Sem custo
Envio das informações para a folha	Gestor RH/Auxiliar de RH	Através do sistema ONVIO da contabilidade	Dia 01 do mês	Sem custo

PLANO DE AÇÃO 2025

Promoção do Bem-Estar (Práticas Integrativas e Complementares)	Gestor de RH/Voluntários	Registrar em lista de presença sessões de práticas como Reiki, Jhorei, Acupuntura, Kerenbeu, Ventosa e Eletroterapia	Semanalmente	Sem custo
SIPAT (Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho)	Gestor RH/Cipeiros	Planejar e executar atividades voltadas para a saúde e segurança dos colaboradores, registrando a programação e a participação	Anualmente em data a ser definida	Sem custos

3.3.4.4 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	COMO MEDIR
Gestão do Ponto	% de colaboradores com o ponto tratado	100% dos colaboradores que registram o ponto com os dados de ponto gerenciados mensalmente	Monitorar mensalmente o tratamento do ponto, incluindo horas trabalhadas, horas extras, faltas e atestados.
Absenteísmo	% de ausência	Reduzir em 70% as ausências calculadas em 2025	Calcular a taxa de absenteísmo mensalmente, comparando com os dados de 2024, para identificar reduções.
Gestão de Documentação	% de dossiês completos e atualizados	100% dos dossiês dos colaboradores completos e atualizados	Realizar auditorias trimestrais nos dossiês individuais para verificar a completude e atualização dos documentos.
	% de cadastros completos e atualizados no sistema	100% dos cadastros de colaboradores completos e atualizados no sistema	Realizar verificações mensais no sistema para assegurar que todos os campos obrigatórios dos cadastros estejam preenchidos e atualizados.

PLANO DE AÇÃO 2025

Arquivo Morto	% de documentos arquivados corretamente	100% dos documentos arquivados conforme as diretrizes estabelecidas	Realizar auditorias trimestrais no arquivo morto para verificar a conformidade do arquivamento físico e digital.
Reclamações Trabalhistas	Nº de reclamações trabalhistas judiciais	Manter 0 (zero) reclamações trabalhistas	Monitorar continuamente o número de reclamações trabalhistas judiciais registradas.

- **Ação de Subsistema de Monitoramento**

AÇÃO	QUEM?	COMO?	QUANDO?	CUSTO SE APLICÁVEL
Tratamento diário do ponto	Auxiliar de RH	Monitorar o registro do ponto, inserindo atestados, declarações, informações de INSS, verificando faltas, atrasos e esquecimentos.	Diariamente	Sem custo
Elaboração Mensal do Relatório do ponto	Gestor de RH	Compilar dados de ponto para identificar horas excedentes, ausências, atrasos e outros desvios, avaliando a conformidade com as políticas da instituição e da legislação.	Mensalmente, até o quinto dia útil do mês seguinte	Sem custo
Absenteísmo – Monitoramento contínuo	Gestor de RH	Acompanhar pelo sistema de ponto mensalmente as taxas de ausência dos colaboradores, comparando-as com os dados de 2024, visando uma redução de 70%.	Mensalmente	Sem custo
Coleta e Assinatura de Documentos	Auxiliar de RH	Garantir que recibos de pagamento, rescisões, avisos de férias e cartões de ponto sejam assinados e datados pelos colaboradores.	No momento de emissão de cada documento.	Sem custo

PLANO DE AÇÃO 2025

Arquivamento Físico e Digital	Auxiliar de RH	Organizar documentos em pastas físicas e digitalizá-los para armazenamento eletrônico, assegurando fácil acesso e segurança.	Contínuo, com revisões semestrais.	Sem custo
Gestão do Arquivo Morto	Auxiliar de RH	Classificar e armazenar documentos inativos de forma organizada, tanto fisicamente quanto digitalmente, conforme as diretrizes estabelecidas.	Contínuo, com auditoria anual.	Sem custo
Gestão de documentos	Auxiliar de RH	Manter todos os documentos dos colaboradores atualizados e devidamente arquivados, assegurando conformidade com a legislação trabalhista.	Contínuo, com auditoria anual.	Sem custo

4. ÁREA TÉCNICA

Seguindo tem-se o plano de ação desenvolvido para a equipe multidisciplinar da Casa Durval Paiva. Nosso objetivo é aprimorar a assistência integral e humanizada às crianças e adolescentes com câncer e doenças hematológicas crônicas e suas famílias, promovendo um atendimento de qualidade e efetivo.

Comprometidos com a excelência no atendimento e na promoção da qualidade de vida dos usuários da Casa Durval Paiva. A colaboração e a integração da equipe técnica é fundamentais para alcançar os objetivos institucionais. Juntos, faremos a diferença na vida de muitos.

4.1 ASSISTÊNCIA SOCIAL

4.1.1 Serviço 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 oncohematológicos. 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 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 – Estatuto da Criança e do Adolescente 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”.

PLANO DE AÇÃO 2025

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”.

4.1.1.1 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.

4.1.1.2 Objetivos específicos

- Oportunizar escuta qualificada às crianças e adolescentes com câncer e doenças hematológicas e suas famílias;
- Levantar informações socioeconômicas, visando inserção em serviços, projetos e programas que visem superação do contexto de vulnerabilidade social;
- Garantir o acesso de crianças, adolescentes e suas famílias aos serviços ofertados pela instituição;
- Proporcionar 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 oncohematológico 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 condicionando novas e distintas dinâmicas sociofamiliares. Tais mudanças reverberaram também, e com potencial impacto, na vida das crianças e adolescentes com doenças hematológicas e com câncer, desde a fase do diagnóstico até o processo de tratamento.

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 2025, a partir da análise dos dados do último triênio, 2022, 2023 e 2024.

4.1.1.3 Indicadores, metas e ações

Tabela 26: Indicadores, metas e ações do Serviço Social 2025

INDICADORES	METAS	AÇÕES
Famílias atendidas	436	Acolher e acompanhar os beneficiários
Atendimentos realizados	3.680	Atender socialmente as crianças, adolescentes e familiares
Procedimentos realizados ¹	5.250	Sistematizar procedimentos interventivos durante atendimento
Artigos produzidos ²	21	Produzir mensalmente artigos
Entrevistas realizadas ³	30	Realizar entrevistas a partir de escala
Exames realizados	200	Solicitar e exames
Cadastros novos ⁴	60	Realizar cadastros
Rotinas administrativas	700	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 sistemáticas e intersetoriais que possibilitam o acesso aos direitos sociais, e melhoria na qualidade de vida dos pacientes, como descritos na tabela 27.

¹ A meta anterior era 7.000 procedimentos, no entanto, ao levar em consideração a média realizada no último triênio, viu-se que não estava sendo atingido. Dessa forma, em conformidade com o quantitativo de procedimentos realizados nesse período (somando os anos de 2022, 2023 e 2024 até o mês de novembro e dividindo por 3) obteve-se o valor de 4.769. Nesse sentido, a meta estipulada para 2025 foi reduzida em 25%.

² Levando em consideração que uma profissional do setor entrará de férias em fevereiro/2025, o quantitativo que seria de 22 (um por profissional e por mês) se reduz para 21, visto que a outra profissional não estará em período de gozo de férias no ano de 2025.

³ A média do triênio 2022, 2023 e 2024 resultou em 28 entrevistas, dessa forma, a meta foi reduzida de 60 entrevistas para 30, ao qual almeja-se superá-la. Ressalta-se que no ano de 2024 a meta não foi atingida, visto que o setor estava em funcionamento com uma assistente social durante os primeiros 6 meses.

⁴ Meta estabelecida com base da média dos 3 últimos anos.

PLANO DE AÇÃO 2025

Tabela 27: Indicadores, metas e ações do Serviço Social 2025

NOME	OBJETIVO	INDICADORES	METAS	AÇÕES	CUSTOS	VIGÊNCIA
GRUPO DE MÃOS DADAS	Fomentar a participação dos acompanhantes, pessoas de referência, nos serviços e ações ofertados pela instituição.	Número de participantes durante as oficinas.	Adesão de 50% do quantitativo dos acompanhantes que frequentam a Casa Durval Paiva.	Oficinas temáticas, psicossociais, semanais para acompanhantes e/ou pessoas de referência.	-	12 meses
INTERVENÇÕES DE FORTALECIMENTO DE VÍNCULOS	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 intervenções de fortalecimento de vínculo.	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\$ 100.000,00	12 meses
REUNIÃO DE FORTALECIMENTO DE VÍNCULOS COM	Orientar sobre as dinâmicas institucionais inerentes aos	Número de participantes durante as reuniões.	Participação de 90% dos responsáveis hospedados	Reuniões semanais, facilitadas por assistente social	-	12 meses

PLANO DE AÇÃO 2025

OS RESPONSÁVEIS HOSPEDADOS	responsáveis pelos pacientes hospedados na Casa Durval Paiva.		durante cada reunião.	e nutricionista, com os acompanhantes hospedados.		
ESTÁGIO SUPERVISIONADO	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
VISITAS DOMICILIARES	Levantamento <i>in loco</i> da realidade sociofamiliar e comunitária dos assistidos.	Número de famílias visitadas.	100% dos pacientes ativos, residentes no Estado do RN, recebem visitas domiciliares.	Realizar visitas domiciliares aos pacientes ativos residentes nos municípios do Rio Grande Norte.	-	12 meses
ORGANIZAÇÃO DE EVENTO	Proporcionar convivência comunitária aos pacientes em tratamento onco hematológico.	Número de famílias integrantes.	Participação 60 pacientes e 60 acompanhantes.	Atividade de lazer, em alusão a Páscoa.	-	1 mês

PLANO DE AÇÃO 2025

Tabela 28: Indicadores, metas e ações por Projeto 2025

NOME	OBJETIVO	INDICADORES	METAS	AÇÕES	CUSTOS	VIGÊNCIA
PROJETO VIDA	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\$ 200.000,00	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 precoce 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 2025, o setor de Diagnóstico Precoce da Casa Durval Paiva continuará empenhado em aprimorar suas ações e impactar positivamente a identificação precoce do câncer infantojuvenil. Com base no desempenho obtido em 2024 (ver a Tabela 29), nosso planejamento segue o método de projeção linear⁵, projetando um aumento de 5% em todas as atividades realizadas, reforçando o compromisso com a ampliação do alcance e a eficácia das nossas iniciativas.

Em 2025, o setor de Diagnóstico Precoce da Casa Durval Paiva dará continuidade às suas ações estratégicas, com foco na ampliação do alcance e no fortalecimento das atividades relacionadas ao diagnóstico precoce do câncer infantojuvenil. Entre as iniciativas previstas está a conclusão do projeto **PRONON "Qualificar para Salvar"**, que ainda abrange 44 municípios a serem alcançados. Desses, 10 pertencem à 5ª Unidade Regional de Saúde Pública (URSAP) e 34 à 6ª URSAP.

⁵ A **projeção linear** é uma abordagem simples e amplamente usada para estimar metas futuras com base em um crescimento constante. Ela se baseia na ideia de que os valores futuros seguem uma tendência linear ao longo do tempo, com uma taxa de crescimento fixa.

PLANO DE AÇÃO 2025

Para garantir a execução dentro do cronograma, está planejada uma média de atividades em 8 municípios por mês, envolvendo capacitações de profissionais de saúde. Além de sensibilizações em instituições de ensino, promovendo maior disseminação do conhecimento e fortalecimento da rede de apoio.

O Instituto Ronald McDonald (IRM), reconhecido por seu compromisso com a saúde e o bem-estar de crianças e adolescentes, tem sido um grande parceiro no apoio a projetos de sensibilização e capacitação realizados pela Casa Durval Paiva. Em 2024, essa parceria resultou em ações significativas nos municípios de **Currais Novos** e na **Grande Natal**, onde foram capacitadas **337 pessoas**. Essas atividades tiveram como foco a qualificação de profissionais e a sensibilização da comunidade para a identificação dos sinais e sintomas do câncer em crianças e adolescentes.

Para 2025, objetiva-se ampliar ainda mais o impacto desse trabalho. A Casa Durval Paiva, com o apoio do IRM, planeja realizar **180 capacitações** nos municípios de **Bodó, Cerro Corá, Lagoa Nova e Natal**. Essas ações visam fortalecer a rede de apoio e garantir que mais profissionais e comunidades estejam preparados para oferecer um atendimento humanizado e possam realizar o diagnóstico precoce do câncer infantojuvenil.

Outra ação inovadora que será implementada é o **Dia Dourado**, uma atividade mensal que buscará manter o espírito de conscientização da Campanha Setembro Dourado ao longo de todo o ano. Nessa iniciativa, o coordenador do Diagnóstico Precoce ou membros da equipe técnica visitarão instituições de educação e/ou saúde para realizar sensibilizações sobre os principais sinais e sintomas do câncer infantojuvenil. Essas visitas terão um formato dinâmico e adaptado às características das instituições, incluindo palestras, rodas de conversa ou oficinas interativas, além da distribuição de materiais educativos e da divulgação dos serviços da Casa Durval Paiva.

Essas ações serão realizadas de maneira integrada e planejada, garantindo que tanto a finalização do projeto PRONON, quanto a implementação do Dia Dourado alcancem os resultados esperados. Com isso, espera-se capacitar e sensibilizar um número significativo de profissionais e comunidades, promovendo maior visibilidade para a instituição e contribuindo para diagnósticos mais rápidos e eficazes. Além disso, a iniciativa do Dia Dourado reforçará a identificação precoce dos sinais e sintomas do câncer infantojuvenil, ampliando o engajamento da sociedade na luta contra essa doença.

O cronograma das atividades prevê a conclusão do PRONON e do IRM até o final de 2025, com ações planejadas mensalmente para garantir sua execução em todas as localidades-alvo. Paralelamente, o Dia Dourado será realizado de forma contínua, promovendo conscientização e sensibilização em diferentes pontos do estado. Com essas iniciativas, o setor de Diagnóstico Precoce reafirma seu compromisso em liderar ações transformadoras, consolidando a Casa Durval Paiva como referência estadual no combate ao câncer infantojuvenil e fortalecendo a rede de apoio e conscientização em benefício das crianças e adolescentes atendidos.

PLANO DE AÇÃO 2025

4.2.1.3 Indicadores e metas

Tabela 29: Indicadores e metas do Diagnóstico Precoce 2025

INDICADOR	2024	METAS 2025
Nº de Profissionais da Saúde capacitados por ano;	950	959 ¹¹
Nº Estudantes de medicina e enfermagem	79	85
Nº de Profissionais sensibilizados por ano;	1.296	1.360
Nº de UBS	170	175
Nº de municípios Sensibilizados/Capacitados por ano	14	48 ¹¹
Nº de sensibilizações/capacitações por ano	61	65
Nº de eventos por ano/Fórum	0	02
Nº de artigos produzidos	05	12
Nº de lives	01	05
Nº de entrevistas diagnósticas	45	50 ¹²

¹¹ O valor da meta não foi utilizando o método de projeção linear, foi planejado de acordo com os municípios listados nos projetos do PRONON e do Instituto Ronald McDonald.

¹² Com base na casuística do INCA (2022), estima-se 130 novos casos/ano no RN, e para Casa Durval Paiva, em torno de 40% do total dos casos anuais.

4.2.1.4 Justificativa

O planejamento para 2025 no setor de Diagnóstico Precoce da Casa Durval Paiva reflete o compromisso da instituição em ampliar e fortalecer ações voltadas ao diagnóstico precoce do câncer infantojuvenil. O embasamento metodológico se apoia na projeção linear, com um aumento de 5% nas metas em relação ao desempenho de 2024. Essa abordagem é essencial para acompanhar as crescentes demandas regionais e atender de forma mais abrangente as comunidades do estado, principalmente nas regiões da 5ª e 6ª URSAP, ainda não completamente alcançadas.

A continuidade do projeto PRONON "Qualificar para Salvar" e a implementação do "Dia Dourado" são ações estratégicas que visam potencializar o impacto das atividades educativas e de

PLANO DE AÇÃO 2025

sensibilização. O PRONON, ao alcançar os 44 municípios restantes, e o Dia Dourado, com sua abordagem mensal e dinâmica, fortalecem o vínculo com instituições de saúde e educação, promovendo a identificação precoce dos principais sinais e sintomas do câncer infantojuvenil e a divulgação dos serviços oferecidos pela Casa Durval Paiva.

Além disso, os indicadores projetados para 2025 evidenciam o compromisso com a expansão das atividades, como o aumento no número de profissionais de saúde capacitados, estudantes sensibilizados, municípios atendidos e UBS envolvidas. A meta de produção de artigos mensais e participação em eventos e entrevistas reforça o papel do setor como referência técnica e educativa no enfrentamento do câncer infantojuvenil.

A integração dessas ações e metas justifica-se pela necessidade de reduzir o tempo entre os primeiros sintomas e o início do tratamento especializado, melhorando, assim, os prognósticos e a qualidade de vida das crianças e adolescentes diagnosticados. O investimento em capacitação e sensibilização é uma estratégia consolidada para ampliar o alcance das ações e fortalecer a rede de atenção e cuidado.

Em suma, o planejamento para 2025 não apenas consolida as conquistas obtidas em 2024, mas também estabelece um horizonte de impacto ampliado e contínuo, reafirmando o compromisso da Casa Durval Paiva em liderar ações transformadoras no combate ao câncer infantojuvenil.

4.2.1.5 Ações 2025

Tabela 30: Ações do Diagnóstico Precoce 2025

Atividade	Financiador	Periodicidade	Coordenação	Gestão Técnica
Capacitação dos Profissionais da Saúde	PRONON / IRM	Semanal	Luiz Nepomuceno	Neide Filha
Sensibilização dos Colaboradores da Casa Durval Paiva	CASA DURVAL PAIVA	Mensal	Luiz Nepomuceno	
Sensibilização Profissionais da Educação	CASA DURVAL PAIVA	Mensal	Luiz Nepomuceno e Equipe Técnica	
Dia Dourado	CASA DURVAL PAIVA	Mensal (Última Sexta-Feira do Mês)	Luiz Nepomuceno e Equipe Técnica	
Setembro Dourado	CASA DURVAL PAIVA	Anual	Envolvimento de Toda Equipe Técnica	

PLANO DE AÇÃO 2025

DNCCI	CASA DURVAL PAIVA	Anual	Envolvimento de Toda Equipe Técnica
Lives	CASA DURVAL PAIVA	Por demanda	Luiz Nepomuceno e Neide Filha
Entrevistas	CASA DURVAL PAIVA	Por demanda	Luiz Nepomuceno e Neide Filha
Artigos	CASA DURVAL PAIVA	Mensal	Luiz Nepomuceno

4.2.1.6 Projetos

PROJETO: Qualificar para Salvar

FINANCIADOR: PRONON – 810 profissionais a serem capacitados (de 1.120 capacitados no projeto todo).

Tabela 31: Projeto Qualificar para Salvar– PRONON 2025

Capacitação	VIGÊNCIA	LOCAL	CUSTO	RESPONSÁVEL
Híbrida nos municípios	19/07/2024 até 19/06/2025	5ª URSAP e 6ª URSAP	R\$ 719.694,92	Luiz Nepomuceno/ Neide Filha
Fórum	19/02/2025 e 19/05/2025	5ª URSAP e 6ª URSAP		Luiz Nepomuceno/ Neide Filha/Equipe Técnica

(*) Municípios que irão receber a capacitação contemplados pelo projeto Qualificar para Salvar/ PRONON:

5ª USARP – Sítio Novo, Campos Redondo, Coronel Ezequiel, Senador Elói de Souza, Barcelona, Ruy Barbosa, Lagoa de Velhos, São Tomé, São Pedro, e Santa Maria.

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, Lucrecia, 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, Tabuleiro Grande, Tenente Ananias, Umarizal, Venha Ver e Viçosa.

PLANO DE AÇÃO 2025

PROJETO: Diagnóstico precoce do câncer infanto juvenil

FINANCIADOR: IRM - 180 Profissionais a serem capacitados

Tabela 32: Diagnóstico Precoce – IRM 2025

	VIGÊNCIA	LOCAIS	CUSTO	RESPONSÁVEL
Capacitações e Sensibilizações	30/01/2025 até 31/12/2025	Bodó Cerro Corá Lagoa Nova Natal	R\$ 66.479,50	Luiz Nepomuceno/ Neide Filha/Equipe Técnica

O Plano de Ação para 2025 do setor de Diagnóstico Precoce da Casa Durval Paiva reflete um compromisso estratégico com a ampliação e qualificação das iniciativas voltadas ao diagnóstico precoce do câncer infantojuvenil. Com atividades cuidadosamente planejadas, periodicidade definida e responsabilidades claras, o plano busca integrar capacitações, sensibilizações e campanhas educativas de forma sistemática e eficiente.

A continuidade do projeto PRONON "Qualificar para Salvar", em paralelo à implementação do inovador **Dia Dourado**, assegura um alcance ampliado e constante das ações ao longo do ano. A periodicidade mensal e o formato dinâmico das sensibilizações promovem um engajamento consistente, reforçando o vínculo com profissionais da saúde, da educação e com a sociedade em geral.

Além disso, o fortalecimento das ações educativas, como a produção de artigos, realização de lives e entrevistas, complementa o impacto direto das capacitações, promovendo maior visibilidade para a instituição e contribuindo para a disseminação de conhecimento técnico e científico.

Com base nas metodologias adotadas e na integração dos esforços entre equipe técnica e parceiros, o Plano de Ação consolida-se como uma estratégia abrangente e eficiente, reafirmando o compromisso da Casa Durval Paiva em liderar a luta contra o câncer infantojuvenil e em promover transformações positivas na qualidade de vida das crianças e adolescentes atendidos.

4.2.2 Dispensário de medicamento

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;

PLANO DE AÇÃO 2025

- 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;
- 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;
- Participar das sensibilizações da campanha do diagnóstico precoce juntamente com a equipe e multidisciplinar;
- Participar das ações de divulgação da CDP e da causa do diagnóstico precoce, promovendo uma maior visibilidade da causa e da CDP.

4.2.2.3 Indicadores e metas

Tabela 33: Indicadores e metas 2025 – Dispensário de medicamentos

INDICADOR	METAS 2023	REALIZADA 2023	METAS 2024	REALIZADA 2024	METAS 2025
Nº de Atendidos	672	247	672	206	226
Nº de Atendimentos	1.992	1.388	1.440	1.277	1.404
Valor aplicado em R\$	28.800,00	26.203,56	26.400,00	21.924,36	26.400,00
Valor dispensado em R\$	39.528,00	41.100,00	42.000,00	48.587,40	53.446,14
Valor de doações	N/A	2.207,52	5.400,00	7.985,56	8.784,00
Nº artigos produzidos	11	9	11	11	11
Nº de entrevistas	21	14	21	8	10
Nº palestras/Sensibilizações ministradas	12	6	12	7	10
Doações	5	6	10	11	12

PLANO DE AÇÃO 2025

Evento CDP	1	1	1	1	1
Projetos	1	1	1	1	1

Na tabela 33 estão expressas as metas por indicador para o ano de 2025. Para tanto, tomou-se como base o histórico dos resultados alcançados em 2023 e 2024.

4.2.2.4 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 2024 o número de atendidos foi de 56 usuários, coerente com a meta para o ano, por isso, a meta para 2025 foi estabelecida considerando os resultados anteriores. Os indicadores de: atendimentos, número de entrevista e palestras, também tiveram suas metas alcançadas em 2024, portanto servindo de base para a meta de 2025.

4.2.2.5 ações

Tabela 34: Ações 2025 – Dispensário de medicamentos

AÇÃO: Assistência farmacêutica				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Dispensação de medicamentos	Diariamente	Dispensário	R\$3.500,00	Farmacêutico
AÇÃO: Controle de estoque				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Aquisição de medicamento para atender a demanda;	Quinzenal	Phospodont Bezerra Cia da fórmula Não havendo nos distribuidores parceiros. Fazer a cotação em três fornecedores e	R\$2.200,00	Farmacêutica

PLANO DE AÇÃO 2025

		comprar no de menor valor.		
Controle de validade e organização dos medicamentos estocados	Quinzenal	Dispensário	\$	Farmacêutica
Controle temperatura e umidade com isso garantindo a estabilidade dos medicamentos e a segurança da eficácia.	Diariamente	Dispensário	\$	Farmacêutica
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	Farmacêutica
AÇÃO: Divulgação da instituição				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Entrevistas	bimestrais	Rádios interiores e Natal	\$	Farmacêutica
Produção de artigos	Mensal	CDP	\$	Farmacêutica
Reunião equipe multidisciplinar	Semanal	CDP	\$	Equipe multidisciplinar
AÇÃO: Diagnóstico Precoce do câncer infantojuvenil				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Participação em palestras e ações de sensibilização/capacitação sobre sinais e sintomas do câncer infantojuvenil.	Janeiro a dezembro	Externo/ interno CDP	\$	Equipe multidisciplinar

PLANO DE AÇÃO 2025

AÇÃO: Ampliar e aperfeiçoar o relacionamento com doadores/parceiros/fornecedores				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Contato com os parceiros fornecedores e laboratórios para conseguir doação de medicamentos, dentre outros. .	Mensal e sempre que se fizer necessário	CDP	\$	Farmacêutica
AÇÃO: Participação nos projetos CDP				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Quando o projeto escrito for aprovado.	Projeto aprovado	CDP	\$ Conforme descrito no edital do projeto	Farmacêutico

4.2.3 Fisioterapia

4.2.3.1 Objetivo geral

Melhorar a qualidade de vida de crianças e adolescentes 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

- Acolher os pacientes e seus familiares;
- Realizar atendimento fisioterapêutico dos pacientes e contribuir, através da reabilitação, com a melhora principalmente dos aspectos físicos (mobilidade, força muscular, coordenação motora, equilíbrio, etc.) e da qualidade de vida;
- Oferecer cuidados paliativos aos pacientes 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, seus resultados e impacto social;
- Organizar, promover e participar de eventos institucionais.

4.2.3.3 Indicadores e metas

Tabela 35: Indicadores e metas 2025 - Fisioterapia

Indicadores	Resultados 2023	Resultados 2024(a)	Metas 2025(b)
Nº de pacientes atendidos	97	95	96
Nº de atendimentos	527	477	502
Nº de artigos produzidos	11	11	11
Nº de entrevistas concedidas	59	14	15(c)
Nº de palestra ministradas	0	0	6(d)
Nº de eventos organizados	2	1	1(e)

(a) Resultados referentes ao número de pacientes atendidos e número de atendimentos foram projetados considerando a média de janeiro/2024 a novembro/2024.

(b) As metas para 2025 foram definidas através de médias entre os resultados de 2023 e os projetados de 2024.

(c) Houve uma mudança no perfil das entrevistas de rádios dos interiores nos últimos anos. Normalmente é feita apenas a gravação de áudio que é enviado pela assessoria de imprensa e veiculado nas rádios. A meta é referente a essas entrevistas, bem como às que acontecem de forma presencial.

(d) Não foram ministradas palestras relacionadas ao diagnóstico precoce em 2023 nem 2024. A meta foi baseada na possível necessidade da caravana do diagnóstico precoce e ações do setembro dourado.

(e) Em 2023 e 2024 foram organizados os eventos estabelecidos para o setor, respectivamente páscoa e Dia das Mães, e, como integrante da Comissão Interna de Prevenção de Acidentes e Assédio (CIPA), a Semana Interna de Prevenção de Acidentes (SIPAT, em 2022). Para 2024 foi desconsiderada a SIPAT. O evento de responsabilidade do setor será a Festa Junina.

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. Além disso há influência da dimensão física nas dimensões emocional, social e espiritual, e vice-versa.

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 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

PLANO DE AÇÃO 2025

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 2025

4.2.3.5 Ações

Tabela 36: Ações 2025 - 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 para controle da dor, etc).	Conforme horário do profissional.	R\$ 44.929,00*
Reunião de equipe multidisciplinar	Fisioterapeuta, gestora e demais integrantes da equipe multidisciplinar	São discutidos casos clínicos e intervenções multidisciplinares, além do compartilhamento de informações pertinentes à equipe e planejamento de eventos.	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 assessoria de imprensa para veiculação em rádios.	Conforme escala	R\$ 0,00
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 assessoria de imprensa.	Mensalmente	R\$ 0,00

PLANO DE AÇÃO 2025

Participação nas ações da Campanha do Diagnóstico Precoce	Fisioterapeuta, coordenador 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 (festa junina)	Fisioterapeuta	Buscar parcerias para alimentação, decoração e apresentações culturais. Reunir-se com os demais setores envolvidos direta ou indiretamente com o evento. Apresentar planejamento à gestora e superintendente para aprovação e ajustes; Público-alvo: 35 pacientes com seus acompanhantes; Ações propostas: lanche com comidas típicas, trio sanfoneiro e apresentação de quadrilha.	Maio/2025	R\$ 0,00 **

*O custo foi baseado no Referencial Nacional de Procedimentos Fisioterapêuticos para 2024, sendo calculado pelo valor médio dos procedimentos, diminuído em 15%, e multiplicado pela quantidade de atendimentos conforme meta (R\$ 89,50 x 502). Os demais custos (energia elétrica, água, combustível e ação de outros profissionais) não foram calculados.

** A meta é realizar o evento 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 oferece 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;

PLANO DE AÇÃO 2025

- Distribuir mensalmente cestas básicas as famílias assistidas;
- Controlar os estoques;
- Realizar trabalho de educação nutricional e interdisciplinar (educando para nutrir);
- Participar de projetos;
- Supervisionar estagiários;
- Acompanhar voluntários;
- Participar da sensibilização da campanha do diagnóstico precoce juntamente com a equipe multidisciplinar;
- Produzir artigos;
- Participar de reuniões;
- Realizar rotinas administrativas;
- Participar das entrevistas;
- Estabelecer parcerias para redução de custos.

4.2.4.3 Indicadores e metas

Tabela 37: Indicadores e metas 205 - Nutrição

INDICADOR	RESULTADO 2024	META 2025
Nº de Atendidos	436	496
Nº de Atendimentos	2.675	2.808
Nº de Atendimentos em grupo	12	12
Nº de Refeições	43.139	43.477
Nº Cestas Básicas distribuídas	3.495	3.495
Valor de doações recebidas em gêneros alimentícios	R\$ 119.360,83	R\$ 125.328,87
Valor aplicado	R\$ 415.752,91	R\$ 517.400,00
Nº artigos publicados	12	12
Nº de entrevistas/rádios veiculadas	24	24

(*) O valor de referência para alcançar a meta em 2025 é referente aos números alcançados em 2024 dividido por 12.

(*) Em 2024 não alcançamos o número de refeições sugeridos, mesmo com um número grande de refeições ofertadas na obra e na CDP, por esse motivo a meta de 2025 será com base no resultado alcançado em 2023.

4.2.4.4 Justificativa

Oferecer aos pacientes e acompanhantes alimentação balanceada com objetivo de atingir as necessidades nutricionais diárias, 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.

PLANO DE AÇÃO 2025

4.2.4.5 Ações

Tabela 38: Ações 2025 - Nutrição

Ação: Atendimento clínico				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Orientação dietoterápica Avaliação antropométrica	Diariamente	Setor de nutrição	-	Nutricionista
Ação: Gestão de UAN				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Supervisão: controle higiênico sanitário do setor, produção de refeições, controle de segurança alimentar Elaboração de cardápios: diário, coffe break, e almoço com parceiros Controle de pessoal: treinamento de equipe, e capacitação para manipuladores de alimentos.	Diariamente	Setor de nutrição	-	Nutricionista
Ação: Controle de estoque				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Distribuição de cesta básica	Semanal	Setor de nutrição	-	Nutricionista
Doação de alimentos	Semanal	Setor de nutrição	Diminuição de desperdício	Nutricionista
Ação: Busca por parceiros				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Captação para doadores de gêneros alimentícios	Mensal	Sociedade/ RN	Redução de custo	Nutricionista
Ação: 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
Ação: educativa de combate ao CA infantojuvenil				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL

PLANO DE AÇÃO 2025

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
Supervisão de estágio Orientar, planejar e avaliar o trabalho desenvolvido pelos estagiários estudantes de Nutrição.	Diário	CDP	Fev - nov	Nutricionista
Ação: Qualificação profissional de colaboradores da UAN				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Buscar parceria	Jan/fev	UNI/RN UNP SESC	Redução de custo	Nutricionista
Ação: Organização de evento – Festa do Natal				
COMO	QUANDO	AONDE		META
Proporcionar convivência comunitária aos pacientes.	Dezembro 2025	Buscar parcerias	Captar recursos	150 pacientes e 150 acompanhantes

4.2.5 Odontologia

4.2.5.1 Objetivo Geral

Proporcionar melhores condições de saúde bucal, às crianças e adolescentes, além de seus familiares, diagnosticando, prevenindo e tratando os efeitos colaterais na cavidade oral dos pacientes, oncológicos e hematológicos crônicos, evitando possíveis infecções advindas do protocolo de tratamento, que podem aumentar o risco de mortalidade destes, contribuindo para uma melhoria da qualidade de vida, antes, durante e após o tratamento, assim como também nas práticas do diagnóstico precoce.

4.2.5.2 Objetivos Específicos

- Garantir saúde bucal aos pacientes oncológicos e hematológicos crônicos, diagnosticando, prevenindo e tratando possíveis infecções advindas do protocolo de tratamento que podem

PLANO DE AÇÃO 2025

umentar o risco de morbidade /mortalidade destes pacientes, contribuindo para uma melhoria da 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;
- Ressaltar às famílias assistidas, da importância da saúde bucal em tratamento, das visitas regulares ao serviço odontológico;
- Contribuir no Diagnóstico Precoce do Câncer Infante 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 o projeto educação e sorriso;
- Captar doadores para o setor odontológico.

4.2.5.3 Indicadores e metas 2025

Tabela 39: Indicadores e metas 2025- Odontologia

Indicadores	Resultados 2023	Resultados 2024	Metas 2025 ^(a)	
			Anuais	Mensal
Nº de pacientes e acompanhantes atendidos	262	248	280	24
Nº de atendimentos	1849	1594	1894	158
Nº de procedimentos	4528	4146	4337	362
Nº de artigos produzidos	20	14	22	2
Nº de entrevistas concedidas	19	8	10 ^(b)	-
Nº de palestra ministradas	3	5	4	-

(a) As metas para 2025 foram definidas através de médias entre os resultados de 2023 e 2024. Isso não vale para o número de artigos, tendo em vista que as profissionais realizam 1 por mês, sendo retirado da contagem os meses de férias. O número de artigos diminuiu comparado ao ano de 2024, devido o desligamento da profissional anterior em abril e a nova profissional ter iniciado em setembro, cumprindo seu tempo de experiência.

(b) O número de entrevistas diminuiu comparado ao ano de 2023 em virtude da mudança de processo, em que as entrevistas passaram a ser gravadas e não presencial.

PLANO DE AÇÃO 2025

4.2.5.4 Justificativa

Contribuir com práticas de promoção ao diagnóstico precoce, alertando sobre os sinais e sintomas do câncer 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 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 2025

Tabela 40: Ações 2025 - Odontologia

AÇÃO	QUANDO	AONDE	RESPONSÁVEL
Atendimento odontológico	Segunda a Sexta	Hospital	Simone
Atendimento odontológico	Quarta a Sexta	CDP	Rebeca
AÇÃO	QUANDO	AONDE	RESPONSÁVEL
Educação e Sorriso	2ª's terças-feiras do mês	Classe Hospitalar	Simone Equipe pedagogia
Educação e Sorriso	4ª's segundas – feiras do mês	Classe Domiciliar	Rebeca Equipe de pedagogia
Preceptoria aos residentes e estudantes de odontologia	Segunda a Sexta	Hospital CDP	Simone Rebeca
Reunião da equipe técnica	Quarta-feira 13:30-14:30	CDP	Simone Rebeca
Entrevistas: rádios e TV's	Bimestral	Rádios locais e CDP	Simone Rebeca
Produção de artigos	Mensalmente	CDP	Simone Rebeca
Reunião de colaboradores	Mensalmente	CDP	Simone Rebeca
Participação em palestras	Janeiro a dezembro	-	Simone Rebeca

PLANO DE AÇÃO 2025

Tabela 41: Ações administrativas 2025 - Odontologia

ATIVIDADE	PERÍODO	LOCAL	RESPONSÁVEL
Esterilização dos instrumentais	A cada dois dias	CDP	Rebeca
Lavagem e selamento de instrumentais	Diário	CDP	Rebeca
Teste Microbiológico	Semanal	CDP	Rebeca
Teste Radiométrico – Raio X	A cada 2 anos (2024)	CDP	Simone Rebeca
Relatório Mensal e Anual	Jan-Dez	CDP	Simone Rebeca
Plano de ação	Anual	CDP	Simone Rebeca
Levantamento de estoque e compra de insumos	Trimestral	CDP	Rebeca
Vigilância Sanitária - COVISA	Anual	CDP	Simone Rebeca

4.2.5.6 Plano do Carnaval 2025

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

Objetivo:

Proporcionar alegria e descontração, promover o bem-estar, esquecer os desafios da doença e do tratamento criando memórias positivas e fortalecendo o espírito das crianças, estimular a interação social, entre si, com os familiares, com a equipe médica em um ambiente acolhedor, humanizar o tratamento, quebrando a rotina hospitalar e conscientizar a sociedade a importância de apoiar esses pacientes.

Metodologia:

- **Planejamento e execução:** de janeiro a fevereiro de 2025
- ✓ Público - alvo: pacientes ativos e acompanhantes (a definir número de pessoas)
- ✓ Data do evento: 26/02/2025 (quarta-feira)
- ✓ Local: CDP
- ✓ Horário: 15h
- ✓ Tema: a definir

PLANO DE AÇÃO 2025

- **Pré- Evento:**

Dia 25/02/2025 - terça-feira

- ✓ Traslados das doações: SEMAC - motoristas
- ✓ Preparação de comidas: cachorro-quente, frituras, sobremesas: Nutrição e Casa dos ofícios
- ✓ Montagem do evento: às 14hs na CDP
- ✓ Decoração: Jéssica, Wagner e Rebeca.
- ✓ Arrumar mesas e cadeiras: Equipe técnica (a definir).
- ✓ Instalação dos equipamentos audiovisuais: Matheus e DI.

- **Evento:**

Dia 26/02/2025 – Quarta-feira

- ✓ Equipe de cozinha: a definir
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: DI.
Função: Cobertura do evento e registro fotográficos.
- ✓ Equipe fiscalização: A definir.
Função: Receber as atrações, acompanhar os horários dos serviços, acompanhar posicionamento da equipe, limpeza do ambiente, demandar soluções.

OBS: Vestimenta – a definir.

- **Pós-Evento:**

Dia 26/02/2025 – Quarta - Feira

- ✓ Desmontagem da decoração
- ✓ Desmontagem das mesas
- ✓ Desmontagem dos equipamentos audiovisuais
- ✓ Desmontagem cozinha
- ✓ Acompanhar desmontagens e suporte geral

Programação

Sugestões:

Rainha e rei do carnaval

Desfile de fantasias com premiação de melhor fantasia

4.2.6 Psicologia

4.2.6.1 objetivo geral

Oferecer suporte terapêutico a crianças, adolescentes e suas famílias durante todo o processo de adoecimento oncohematológico, desde o diagnóstico até internações hospitalares, cirurgias, recidivas, eventos adversos, cuidados paliativos e pós-óbito, com foco na promoção da qualidade de vida do paciente e de seus familiares, atuando na reorganização emocional e colaborando com a equipe multidisciplinar para fortalecer as práticas que contribuem para o aumento dos índices de diagnóstico precoce do câncer infantojuvenil.

4.2.6.2 Objetivos específicos

- Garantir escuta qualificada e acolhimento psicológico individualizado e/ou em grupo, além de oferecer psicoterapia de apoio a crianças, adolescentes com câncer ou doenças hematológicas e suas famílias;
- Ampliar o acesso ao suporte psicológico, identificando e acompanhando casos de maior vulnerabilidade;
- Contribuir para a campanha de sensibilização sobre diagnóstico precoce, destacando o papel do suporte emocional para pacientes e famílias no enfrentamento do tratamento oncológico;
- Conceder entrevistas às mídias sociais da Casa Durval Paiva, bem como aos veículos de informação local e nacionalmente;
- Produzir materiais técnicos e artigos para disseminar boas práticas no atendimento psicológico oncológico e hematológico;
- Garantir a execução eficiente das rotinas do setor, atendendo às demandas e prazos estabelecidos para o pleno funcionamento das atividades;
- Fortalecer a atuação interdisciplinar, promovendo o alinhamento entre Psicologia e equipe multiprofissional para um cuidado integrado;
- Garantir a qualidade dos registros psicológicos, assegurando a confidencialidade e o acompanhamento contínuo dos pacientes;
- Supervisionar estagiários e voluntários, preparando-os para a atuação no contexto oncológico e hematológico;
- Planejar e organizar, com o auxílio da equipe, o evento designado para o setor;
- Coordenar ações para o Recanto Cultural.

PLANO DE AÇÃO 2025

4.2.6.3 Justificativa

O setor de Psicologia desempenha um papel essencial no cuidado integral de pacientes e suas famílias durante o enfrentamento do adoecimento oncohematológico. A atuação vai além do suporte emocional, contribuindo para o diagnóstico precoce por meio de sensibilização e promoção da saúde mental, essencial para a adesão ao tratamento e para o bem-estar geral. Ao oferecer acolhimento, intervenções terapêuticas individuais e grupais, além de estratégias educativas e preventivas, o setor promove um atendimento inter e transdisciplinar, assegurando que os aspectos emocionais e sociais sejam abordados de forma integrada às demais dimensões do cuidado.

4.2.6.4 Indicadores e metas 2025

Tabela 42: Indicadores e metas 2025 - Psicologia

INDICADORES	RESULTADOS 2024	META ANUAL 2025	META MENSAL
Nº de pacientes atendidos	150	165	15
Nº de acompanhantes atendidos	191	210	20
Nº de profissionais atendidos	08	09	0,8
Nº de atendimentos	1.199	1.318	120
Nº atendidos em grupo	265	291	27
Nº de artigos	6	11	11**

(*) Resultado de 2024, acrescido de 10%.

(**) Meta anual dividido por 11 meses, já que tem 1 mês de férias.

4.2.6.5 Ações 2025

Tabela 43: Ações 2025 – Psicologia

Objetivo	Garantir escuta qualificada e acolhimento psicológico individualizado e/ou em grupo, além de oferecer psicoterapia de apoio a crianças, adolescentes com câncer ou doenças hematológicas e suas famílias			
Ação	Como	Frequência	Responsável	Custo
Atendimento individual aos pacientes online e/ou presencial (crianças e adolescentes)	Oferecer suporte psicológico durante todo o tratamento oncológico ou hematológico (diagnóstico, internações hospitalares, cirurgias, recidivas, cuidados	Diário (busca ativa ou agendamento)	Psicóloga	Não há

PLANO DE AÇÃO 2025

	paliativos e pós-óbito), auxiliando o paciente no enfrentamento do adoecimento.			
Atendimento individual online e/ou presencial à pais e acompanhantes, incluindo acolhimento e orientação	Oferecer suporte psicológico durante todo o tratamento oncológico ou hematológico (diagnóstico, internações hospitalares, cirurgias, recidivas, cuidados paliativos e pós-óbito), auxiliando a família no enfrentamento do adoecimento.	Diário (busca ativa ou agendamento)	Psicóloga	Não há
Grupo Lúdico para Crianças	Ofertar ao paciente, até 11 anos de idade, um espaço terapêutico no qual possa se expressar e trabalhar dificuldades interpessoais em grupo, abordando temas de saúde mental.	Semanal (sextas-feiras)	Psicóloga	Não há
Grupo de Adolescentes	Ofertar um espaço terapêutico para os adolescentes, de 11 a 18 anos de idade, trabalhando temáticas de saúde mental e trabalhando em grupo questões interpessoais acerca dos temas propostos.	Semanal (quintas-feiras)	Psicóloga	Não há
Grupo para familiares e acompanhantes (Grupo de Mãos Dadas)	Reduzir a angústia da ansiedade causada pelo adoecimento oncológico/hematológico e promover melhor integração entre os familiares, favorecendo a convivência diária e a troca de experiências entre os participantes. Aborda temas acerca da	Semanal (quartas-feiras)	Psicóloga e Assistente Social	Não há

PLANO DE AÇÃO 2025

	saúde, assistência social e educação.			
--	---------------------------------------	--	--	--

Objetivo	Ampliar o acesso ao suporte psicológico, identificando e acompanhando casos de maior vulnerabilidade			
Ação	Como	Frequência	Responsável	Custo
Visitas hospitalares	Realizar visitas aos pacientes hospitalizados, em atendimento ambulatorial ou internados, na Policlínica da Liga Contra o Câncer.	Semanal (Terças-feiras)	Psicóloga, Assistente Social, Coordenador a Pedagógica e Dentista.	Não há
Visitas domiciliares	Realizar visitas no domicílio dos pacientes, de modo a dar suporte e avaliar condições de saúde mental.	Conforme a demanda.	Psicóloga e Assistente Social	Não há

Objetivo	Contribuir para a campanha de sensibilização sobre diagnóstico precoce, destacando o papel do suporte emocional para pacientes e famílias no enfrentamento do tratamento oncológico			
Ação	Como	Frequência	Responsável	Custo
Sensibilizações do Diagnóstico Precoce	Participar de forma ativa da campanha de sensibilização sobre o diagnóstico precoce, fazendo falas compatíveis com o fazer psicológico.	Conforme a demanda.	Psicóloga e equipe multiprofissional.	Não há

Objetivo	Conceder entrevistas às mídias sociais da Casa Durval Paiva, bem como aos veículos de informação local e nacionalmente			
Ação	Como	Frequência	Responsável	Custo
Entrevistas	Conceder entrevistas aos meios de comunicação (rádios, canais de televisão, etc), sobre temas relacionados ao setor de Psicologia da Casa Durval Paiva com o objetivo de informar e dar visibilidade à instituição e sua causa.	Conforme demanda.	Psicóloga	Não há

PLANO DE AÇÃO 2025

Objetivo	Produzir materiais técnicos e artigos para disseminar boas práticas no atendimento psicológico oncológico e hematológico			
Ação	Como	Frequência	Responsável	Custo
Artigos	Elaborar artigos com temáticas voltadas ao fazer psicológico diante do adoecimento oncológico/hematológico de crianças e adolescentes e os demais temas que os cercam.	Mensal	Psicóloga	Não há
Palestras Educativas	Realizar palestras educativas e informativas aos familiares e sociedade, através de falas coerentes com a ética e técnica psicológicas.	Sempre que houver demanda.	Psicóloga	Não há

Objetivo	Garantir a execução eficiente das rotinas do setor, atendendo às demandas e prazos estabelecidos para o pleno funcionamento das atividades			
Ação	Como	Frequência	Responsável	Custo
Relatórios	Redigir relatórios acerca das atividades do setor de Psicologia como forma dar visibilidade ao trabalho exercido pelo setor, para a instituição e para a sociedade.	Mensal e anual.	Psicóloga	Não há
Rotinas Administrativas	Planejamento e registro das atividades a serem realizadas pelo setor de Psicologia, como também registro dos atendimentos sejam eles individuais ou grupais.	Diário.	Psicóloga	Não há

Objetivo	Fortalecer a atuação interdisciplinar, promovendo o alinhamento entre Psicologia e equipe multiprofissional para um cuidado integrado			
Ação	Como	Frequência	Responsável	Custo

PLANO DE AÇÃO 2025

Reuniões	Participar das reuniões com a equipe técnica, equipe multiprofissional e com os colaboradores da Casa Durval Paiva, promovendo o diálogo em equipe e contribuindo com o olhar da Psicologia sobre cada tema pertinente.	Semanal (quartas-feiras)	Equipe multiprofissional.	Não há
----------	---	--------------------------	---------------------------	--------

Objetivo	Garantir a qualidade dos registros psicológicos, assegurando a confidencialidade e o acompanhamento contínuo dos pacientes			
Ação	Como	Frequência	Responsável	Custo
Registros em Prontuário	Registrar a evolução dos atendimentos psicológicos individuais, em grupo, de busca ativa e abordagens hospitalares nos prontuários, assegurando a documentação adequada e atualizada para o acompanhamento integral dos pacientes.	Diário.	Psicóloga	Não há
Sigilo	Assegurar o sigilo das informações obtidas nos atendimentos psicológicos, respeitando os princípios éticos e legais, exceto em situações previstas em lei.	Diário.	Psicóloga	Não há
Documentos Psicológicos	Elaborar documentos e relatórios psicológicos que atendam aos critérios técnicos e éticos exigidos pela profissão	Conforme demanda.	Psicóloga	Não há

Objetivo	Supervisionar estagiários e voluntários, preparando-os para a atuação no contexto oncológico e hematológico			
Ação	Como	Frequência	Responsável	Custo

PLANO DE AÇÃO 2025

Supervisão de Estágio em Psicologia	Orientar, planejar e avaliar o trabalho desenvolvido pelos estagiários estudantes de Psicologia.	Diário (quando houver estagiários)	Psicóloga	Não há
Suporte aos Voluntários	Acompanhar as atividades realizadas pelos voluntários destinados ao setor de Psicologia.	Diário (quando houver voluntários)	Psicóloga	Não há

Objetivo	Planejar e organizar, com o auxílio da equipe, o evento designado para o setor			
Ação	Como	Frequência	Responsável	Custo
Evento	Planejamento e organização do evento designado para o setor, com suporte da equipe.	Anual.	Psicóloga	Não há

Objetivo	Coordenar ações para o Recanto Cultural			
Ação	Como	Frequência	Responsável	Custo
Oficina do Recanto Cultural	Possibilitar o contato dos pacientes com a arte e a cultura local através da exposição e oficinas ministradas pelos artistas participantes.	Mensal	Psicóloga	Não há
Contato com artistas e demais organizações	Fazer contato e manter organizações que possibilitem a execução das oficinas pelos artistas participantes, além de manter organizações que possibilitem a exposição das obras cedidas pelos artistas.	Conforme demanda.	Psicóloga	Não há

PLANO DE AÇÃO 2025

Tabela 44: Ações 2025 – Recanto Cultural

MÊS	ARTISTA	TÉCNICA
Janeiro	Francisco Eduardo	Pintura em tela
Fevereiro	Jussara Di Medeiros	Arte de Adesivar
Março	Gilson Miguel	Arte em Retalhos
Abril	Ana Rique	Aquarela
Maio	Francisco Martins	Contação de história
Junho	Leila Lima	Fotografia
Julho	Dulci Cunha	Aquarela
Agosto	Marcelo Medeiros	Fotografia
Setembro	A definir	—
Outubro	A definir	—
Novembro	A definir	—
Dezembro	A definir	—

OBS.: O cronograma pode sofrer alterações no decorrer das atividades

4.2.6.6 Evento anual

No ano de 2025, o setor de Psicologia assumiu a responsabilidade pela organização e planejamento do evento em celebração ao **Dia dos Pais**, programado para o dia **6 de agosto**. Sob a coordenação do serviço de Psicologia e com o suporte de outras áreas, o evento será cuidadosamente planejado para garantir uma execução alinhada aos objetivos institucionais, proporcionando um momento significativo e especial.

4.3 EDUCAÇÃO

4.3.1 AEHD/CDP – Atendimento Educacional Hospitalar e Domiciliar da Casa Durval Paiva

O setor educacional da Casa Durval Paiva, ao longo desses 30 anos acolhendo crianças e adolescentes em situação de adoecimento, seja com câncer ou doenças hematológicas graves, passou por

PLANO DE AÇÃO 2025

mudanças significativas saindo de aulas de reforço realizadas por trabalho voluntário no ano de 1998, até a sua regulamentação e reconhecimento junto a Secretaria Estadual de Educação, com a prestação de serviço educacional dentro da modalidade de Educação Especial, com a cessão de professores do ensino público estadual desde o ano de 2008, com o primeiro termo de cooperação técnica assinado entre as duas instituições: Secretaria Estadual de Educação, e a Casa Durval Paiva.

É importante que atualmente o serviço educacional prestado pela Casa Durval Paiva tem reconhecimento nacional fundamentado nos seguintes documentos oficiais:

- Constituição Federal de 1988 no “**Art.205**: A educação é um direito de todos e dever do Estado e da Família.”
- Estatuto da Criança e do adolescente - ECA de 1990 - no “**Art.3º**: A criança e o adolescente gozam de todos os direitos fundamentais inerentes à pessoa humana.”
- Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional – LDB de 1996 – Lei nº13176 no “**Art.4º**: É assegurado atendimento educacional, durante o período de internação, ao aluno da educação básica internado para tratamento de saúde em regime hospitalar ou domiciliar por tempo prolongado.”
- Política Nacional de Educação Especial na perspectiva da inclusão (PNEEPEI) de 2008, com o objetivo de “contribuiu para o fortalecimento dos direitos relacionados à classe hospitalar, ao definir responsabilidades para a educação de crianças e adolescentes hospitalizados.”
- Núcleo de Atendimento Educacional Hospitalar e Domiciliar - NAEHD-SUESP/RN 2010 com o objetivo de “garantir o direito à educação, por meio do acompanhamento educacional hospitalar e domiciliar (casas de apoio) a estudantes em tratamento de saúde, impossibilitados de frequentar a escola e matriculados na Educação Básica.
- Lei nº 6365/2012 no seu “**Art.1º**: fica criado no Município de Natal o Programa Classe Hospitalar com o objetivo de instalar nas dependências físicas de hospitais o serviço de atendimento educacional, coordenado e definido pela Secretaria Municipal de Educação.
- Lei Nº 10.320/2018 no seu “**Art.1º**: fica criado, no âmbito do Estado do Rio Grande do Norte, o Programa de Atendimento Educacional Hospitalar e Domiciliar, cujo objetivo é assegurar, em caráter complementar, o direito à educação de crianças e adolescentes matriculados na Rede Básica de Ensino.
- 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.

Assim sendo, vimos a necessidade de renomear o serviço educacional da instituição, saindo de SAP (Serviço de Atendimento Pedagógico) para AEHD – CDP (Serviço de Atendimento Educacional Hospitalar e Domiciliar da Casa Durval Paiva).

Dentro do serviço educacional ofertado, dispomos de uma rotina de atividades curriculares e extra curriculares diversificadas em dois espaços: na classe hospitalar localizada no setor de pediatria do hospital Liga Contra o Câncer, unidade Policlínica; e na classe domiciliar, localizada na Casa Vida da Casa Durval

PLANO DE AÇÃO 2025

Paiva, acontecendo nos dois turnos (matutino e vespertino), de segunda a sexta-feira, presencial ou remoto, buscando estabelecer uma rotina educativa paralela a rotina hospitalar, a fim de possibilitar o desenvolvimento integral dos estudantes.

Paralelo ao acolhimento de estudantes oncológicos e hematológicos, também faz parte do atendimento educacional hospitalar e domiciliar da instituição, alunos com deficiências/transtornos associados a comorbidades de base, onde para 2024 tivemos um número de 27.

A negativa da Secretaria Estadual de Educação, sobre a solicitação de um aditivo ao termo de cooperação técnica para estruturação de uma Sala de Recurso Multifuncional (SRM) na CDP, a fim de oferecer um suporte educação complementar aos estudantes nessa condição, no contraturno das atividades curriculares e cessão de um profissional da educação especial, qualificado para atender essa demanda, nos obrigou a repensar e buscar outras estratégias de atendimento educacional especializado para esse público. Com isso, elaboramos junto ao setor de projetos da CDP o projeto intitulado “INCLUIRMAIS: IMPLANTAÇÃO DE SALA DE RECURSOS MULTIFUNCIONAIS NA CASA DURVAL PAIVA” inscrito no edital do programa Criança Esperança aguardando seleção para 2025.

Com a proposta de atendimento educacional integral, buscamos estabelecer articulações para estreitar a comunicação com as escolas 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 hospitalar e domiciliar da instituição.

Para garantir os direitos dos estudantes, além da educação básica, daremos continuidade as orientações e suporte aos alunos interessados em realizar os exames do IFRN e ENEM, com a solicitação para aplicação da “prova especial” na Casa Durval Paiva como foi solicitado nos anos anteriores. A aplicação da prova especial está prevista nos editais dos exames e deve ser solicitada no ato da inscrição mediante apresentação de parecer pedagógico e laudo médico assinado. Como também, continuaremos com a oferta do cursinho preparatório IFRN/ENEM semanal, acontecendo na Casa Durval Paiva, as sextas-feiras pela manhã, ministrado pelos professores do estado, visando minimizar as dificuldades de aprendizagem nos conteúdos de base voltados para áreas do conhecimento: Língua Portuguesa, Matemática e História.

Destacamos também a “Campanha de Arrecadação de material escolar”, com o objetivo de montar kits escolares para distribuir entre os pacientes beneficiários da instituição matriculados na educação básica, para minimizar o impacto financeiro das famílias na aquisição dos itens básicos utilizados na sala de aula pelos seus filhos. A campanha de arrecadação de material escolar acontece anualmente em parceria com o setor de Desenvolvimento Institucional da CDP, e para 2025 ela foi iniciada em dezembro de 2024 junto a SICOOB Potiguar, que vem fazendo a mobilização juntos aos colabores deles nas seis agências de créditos existentes no estado. A campanha se estenderá pelo mês de janeiro de 2025, com a previsão de montagem e entrega dos kits escolares no mês de fevereiro na 1ª reunião pedagógica com os pais.

Nos últimos dois anos, a “Campanha de arrecadação”, nos possibilitou montar e distribuir 134 kits escolares, com um impacto financeiro de mais de R\$ 29.000,00 contribuindo com a vida financeira de quase 400 famílias. Assim, além de proporcionar apoio prático as famílias que enfrentam situações de adoecimento grave, como é o caso do câncer, a iniciativa alinha-se aos Objetivos de Desenvolvimento

PLANO DE AÇÃO 2025

Sustentável – ODS da Agenda 2030 da ONU, contribuindo para construção de um futuro mais igualitário e sustentável.

Por fim, destacamos a execução dos projetos sociais: Conectando Saberes; e Leitura e Prosa como ações complementares as atividades extracurriculares de fundamental importância para ampliar conhecimentos, e manter a estrutura pedagógica do serviço educacional com a aquisição de material pedagógico, material tecnológico e contratação de profissionais para as oficinas.

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, sobre a importância do papel da escola durante o processo de adoecimento do aluno;
- Estabelecer uma rotina educativa paralela a rotina hospitalar, a fim 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, a fim 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;
- Orientar os estudantes interessados em participar dos exames de seleção para o IFRN e ENEM, e garantir o seu acesso aos exames;

PLANO DE AÇÃO 2025

- 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 setor de atendimento educacional hospitalar e domiciliar da Casa Durval Paiva, busca promover uma transformação significativa na vida dos sujeitos beneficiários do serviço, observando em cada educando, um cidadão que tem direitos e deveres a serem assegurados. Diante do exposto, a 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:

Cumpra 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)

Respaldo 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 2025

Tabela 45: Indicadores e metas 2025 – AEHD/CDP

INDICADORES	RESULTADOS jan. a nov. 2024	META 2025
Nº de Atendidos: atividades curriculares/ extracurriculares	177	186
Nº de Atendidos: atividades curriculares (afastados da escola)	65	69

PLANO DE AÇÃO 2025

Nº de Atendimentos/Frequência – curricular e extracurricular	2.800	2.940
Nº de estudantes no cursinho preparatório	11	12
Nº de estudantes com deficiências/transtornos	27	28
Nº de estudantes (prova ENEM)	4	5
Nº de estudantes (prova IFRN)	1	2
Nº de estagiários (graduação)	3	4
Nº de estagiários (especialização)	1	2
Nº artigos produzidos	11	12
Nº de entrevistas	27	28
Nº palestras/Sensibilizações ministradas	9	10
Nº de Live	2	3
Nº projetos executados	0	2
Nº de eventos	10	11
Nº de kits escolares	70	74
Valor aplicado:	R\$ 387.634,56	R\$ 802.997,18
Arrecadação não financeira -Professores cedidos SEEC/SUESP/RN: R\$ 311.772,72 (5 prof. X R\$5.196,21 X 12) -Campanha de arrecadação de material escolar: R\$ 17.775,10 (70 kits X R\$253,93) -Programa Nacional de alimentação escolar – PNAE: R\$1.422,22 (178 X R\$7,99 – pct leite 200g) Fonte: SEEC/ASSECOM	R\$ 330.970,04	R\$311.772,72 SEEC/RN R\$109.933,68* SME R\$ 18.790,82*kit escolar

PLANO DE AÇÃO 2025

Projetos Palco dos sentimentos	R\$ 56.664,52	R\$218.500,00* EDP R\$144.000,00* COMDICA (*a prospectar)
---	---------------	---

Para calcular a métrica das metas previstas para o ano 2025, utilizamos a técnica estatística da projeção linear, utilizando a seguinte fórmula: **Meta 2025 = Valor de 2024 x (1+0,05)**. Exceto para os indicadores: “valor aplicado”, “arrecadação não financeira” e “projetos”.

Buscamos fundamentar as métricas dentro da estatística básica, na tentativa de prever resultados possíveis de atingir, pois, de acordo com o teórico da estatística básica, Pedro Moretin (2023), “a projeção linear é uma técnica estatística que utiliza dados históricos para prever valores futuros. Na ciência de dados, esses modelos são frequentemente utilizados como uma linha de base para comparação com modelos mais complexos, devido à sua simplicidade e facilidade de interpretação.”

4.3.1.5 Ações 2025

Tabela 46: Ações 2025 – AEHD/CDP

AÇÃO	ATIVIDADE	RESPONSÁVEL	PERÍODO
Acolhimento e orientação ao aluno e a família	<ul style="list-style-type: none"> - Preencher ficha cadastral; - Apresentar termo de orientação pedagógica pelo responsável; - Enviar dos documentos de orientação à escola; - Solicitar ao responsável a declaração de matrícula atualizada; - Articulação com a escola. 	Coordenadora Pedagógica - Sandra Fernandes	Diário
Artigos de opinião; Entrevistas em rádio e TV; Gestão de projetos sociais	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar conteúdos sobre as ações do setor educacional para publicação em jornais, blogs e página da Instituição; 	Coordenadora Pedagógica - Sandra Fernandes Professoras Classe Domiciliar: - Patrícia Marques – Pedagoga -CDP - Keila Gomes – Pedagoga/SEEC	Mensal Trimestral Semestral

PLANO DE AÇÃO 2025

	<ul style="list-style-type: none"> - Dar entrevistas em rádios, emissoras de TVs e live sobre temas educacionais; - Elaborar relatório técnico qualitativo e financeiro para apresentar aos órgãos financiadores. - Prestação de contas dos projetos. 		
Atividade Curricular	<ul style="list-style-type: none"> -Elaborar o projeto pedagógico anual; -Atendimento pedagógico individualizado; - Planejamento semanal, bimestral e anual das atividades; - Marcação dos atendimentos pedagógicos com os alunos; 	Professoras Classe Domiciliar (CDP): <ul style="list-style-type: none"> - Keila Gomes – Pedagoga/SEEC - Ronnan Cunha Prof. História/SEEC - Licya Teles – Pedagoga/SEEC - Fernando Prof. Matemática/SEEC - Xênia Maria – Professora Prof. Física/SEEC 	Diário
Atividades Extracurriculares	<ul style="list-style-type: none"> - Projetos Temáticos; - Passeio Terapia; -Oficina de Desenho; - Arte em movimento; - Cursinho preparatório IFRN/ENEM. 	Professores: <ul style="list-style-type: none"> - Patrícia Marques Pedagoga CDP; - Manoel Patrício Monitor CDP; - Daniel – Analista de marketing CDP - Keila Gomes – Pedagoga/SEEC - Ronnan Cunha Prof. História/SEEC - Fernando Prof. Matemática/SEEC 	Diário Semanal
Atividades Inter e Multidisciplinar	<ul style="list-style-type: none"> - Educação e Sorriso; - Educando para Nutrir; -Intervenção Interdisciplinar; -Participar da reunião multidisciplinar no hospital - Acompanhar as atividades na classe hospitalar 	Dentistas: <ul style="list-style-type: none"> - Rebeca - CDP - Simone Norah – CPD Nutricionista: <ul style="list-style-type: none"> - Patrícia Lino - CDP Pedagoga: <ul style="list-style-type: none"> Sandra Fernandes 	Mensal Semanal

PLANO DE AÇÃO 2025

Reunião pedagógica	- Jornada Pedagógica com os professores	Equipe Pedagógica - Sandra Fernandes Coordenadora Pedagógica - Patrícia Marques – Pedagoga -CDP - Keila Gomes – Pedagoga/SEEC Ronnan Cunha Prof. de História/ SEEC - Licya Teles Pedagoga/SEEC - Fernando Prof. Matemática/SEEC - Xênia Maria – Professora Prof. De Física/SEEC	Semestral fevereiro e julho
Reunião pedagógica com os pais	Orientar os pais e acompanhantes sobre os direitos e deveres educacionais durante o tratamento médico dos seus filhos.	Equipe Pedagógica - Sandra Fernandes Coordenadora Pedagógica - Patrícia Marques – Pedagoga -CDP - Keila Gomes – Pedagoga/SEEC	Semestral março e agosto
Mostra Pedagógica	Exposição das atividades construídas ao longo do 1º semestre letivo do setor educacional.	Toda Equipe Pedagógica	Anual (mês de julho)
Eventos	Coordenar as ações em comemoração ao Dia das Crianças na Casa Durval Paiva no mês de outubro; FESTA DAS CRIANÇAS 2025 -Público-alvo: 50 crianças e adolescentes -Horário: 14 as 17h (pode sofrer alteração) AÇÕES: A definir -Coparticipação nos demais eventos da Instituição;	Toda Equipe Pedagógica	Anual 07 a 09 de outubro

PLANO DE AÇÃO 2025

Campanha de arrecadação de material escolar	de de	-Comunicar a campanha junto ao DI; -Montar os kits escolares; -Distribuir os kits escolares para as famílias mediante apresentação da declaração de matrícula escolar atualizada.	-Helder Coutinho Gestor do DI - Danielle Assessora de imprensa - Sandra Fernandes Coordenadora pedagógica	Anual
---	-------	---	---	-------

4.3.1.6 Projetos 2025

Tabela 47: Projetos 2025 – AEHD/CDP

OBJETIVO	INDICADORES	METAS	AÇÕES	CUSTOS
PROMOVER ALFABETIZAÇÃO LETRAMENTO DIGITAL DE CRIANÇAS ADOLESCENTES ASSISTIDOS PELA CDP.	A O E 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. Curso/ Supervisão de Aplicadores ABA Mostra Pedagógica	Valor do convênio: R\$ 218.500,00 EDP Renováveis
<div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> <p>PROJETO CONECTANDO SABERES</p> </div>				
<div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> <p>Tempo de vigência: 12 meses Data do início: Data do término:</p> </div>				

PLANO DE AÇÃO 2025

OBJETIVO	INDICADORES	METAS	AÇÕES	CUSTOS
<p>CONTRIBUIR COM A CONTINUIDADE DO PROCESSO DE ESCOLARIZAÇÃO, ATRAVÉS DE ATIVIDADES PEDAGÓGICAS COMPLEMENTARES DE INCENTIVO À LEITURA, PRODUÇÃO TEXTUAL E SUPORTE PSICOPEDAGÓGICO.</p> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; margin: 10px auto; width: fit-content;"> <p>PROJETO LEITURA E PROSA</p> </div> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; margin: 10px auto; width: fit-content;"> <p>Tempo de vigência: 12 meses Data do início: Data do término:</p> </div>	<p>35 crianças e adolescentes assistidos pela CDP;</p>	<p>100% do público-alvo envolvidos; nas oficinas.</p>	<p>Oficina de leitura e produção textual;</p> <p>Atendimento psicopedagógico;</p> <p>Atendimento de um bibliotecário;</p> <p>Passeio terapia;</p>	<p>Valor do convênio: R\$ 144.000,00</p> <p>COMDICA</p>

PLANO DE AÇÃO 2025

OBJETIVO	INDICADORES	METAS	AÇÕES	CUSTOS
GARANTIR O DIREITO A EDUCAÇÃO BÁSICA, ASSEGURANDO O PROCESSO DE ESCOLARIZAÇÃO DAS CRIANÇAS ADOLESCENTES HOSPITALIZADOS, EM SITUAÇÃO DE TRATAMENTO DE SAÚDE ASSISTIDA NA CASA DURVAL PAIVA.	65 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;	Valor do convênio: R\$109.933,68 (a prospectar) 2 professoras: R\$ 4.580,57 x 12
<div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; text-align: center;"> TERMO DE COOPERAÇÃO TÉCNICA – SME – NATAL/RN </div>				
<div style="border: 1px dashed black; padding: 5px;"> Tempo de vigência: Data do início: 10.02.2025 Data do término: </div>				

PLANO DE AÇÃO 2025

OBJETIVO	INDICADORES	METAS	AÇÕES	CUSTOS
OPORTUNIZAR PREPARAÇÃO ALUNOS PARA REALIZAÇÃO DO IFRN E ENEM, OFERECENDO SUPORTE EDUCACIONAL E PSICOSSOCIAL AO LONGO DO PERÍODO QUE PRECEDE A REALIZAÇÃO DO EXAME.	A DOS PARA Adolescentes concluintes do 9º ano (E.F); e 3ª série (E.M.) assistidos pela CDP.	80% do público-alvo inscrito no ENEM 2026;	Orientar e Inscrever os alunos nos exames solicitando a realização de prova especial; Ministrar aulas semanais de Língua Portuguesa, Matemática e História; Acompanhar a aplicação dos Exames na CDP.	Valor do convênio: R\$ 164.900,52 3 professores SEEC: R\$ 4.580,57 x 12
		80% do público-alvo inscrito no IFRN 2026;		
		90% do público-alvo participando das aulas no curso preparatório;		
		50% do público ingressando no Ensino Técnico e Superior		
<div style="border: 1px dashed black; padding: 10px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> <p>CURSINHO PREPARATÓRIO IFRN/ENEN 2024</p> </div>				
<div style="border: 1px dashed black; padding: 10px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> <p>Tempo de vigência: 8 MESES</p> <p>Data do início: 01.04.2025</p> <p>Data do término: 30.10.2025</p> </div>				

4.3.2 Educação Profissionalizante e geração de trabalho e 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 vulnerabilidade 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 profissionalizante, que fomenta o empreendedorismo, garantindo o exercício pleno de cidadania, erradicação da pobreza e inclusão social, alinhados aos objetivos de desenvolvimento sustentáveis da ONU, como os ODS 4 - educação de qualidade e o ODS 8 - trabalho decente e crescimento econômico. O setor

PLANO DE AÇÃO 2025

oferece oportunidades de capacitação e qualificação profissional em áreas de atuação, tais como Programa Vida, Moda e Arte; Programa Florescer (Beleza e estética); Programa Pontes para o Futuro (Gastronomia e Tecnologia), todos com bases nos conceitos do empreendedorismo, 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, a saber: recursos financeiros de projetos sociais contemplados em editais, parceria com o SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial, através do programa Educação para o Bem, na qual fomentam cursos profissionalizantes; parceria com o SENAI – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial pelo programa de gratuidade da FIERN – Federação da Indústria do Rio Grande do Norte que também oferecem curso de profissionalizantes, assim como parceira de profissionais voluntários (pessoa física) que ministram cursos e doam seu tempo e conhecimento para o crescimento social.

O setor atua diretamente na geração de renda dos participantes, com a continuidade das capacitações, promove o empreendedorismo através de estandes de vendas em eventos culturais, feiras de artesanatos, feiras de negócios, feira do empreendedor, como também no salão de beleza da CDP. Pois cada produto artesanal 50% do faturamento é destinado ao participante que fez a peça, e no salão 90% do valor do serviço é destinado ao profissional que fez o serviço, 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 atendimentos do salão de beleza;
- Fomentar parcerias com oficineiros, docentes e especialistas da educação profissionalizante.

4.3.2.3 Indicadores e Metas

Tabela 48: Indicadores e metas 2025 – Casa dos Ofícios

INDICADOR	Realizado 2024	Meta 2025
Avaliações / acolhimentos / encaminhamentos	32	45
Nº de Alunos/Atendidos	135	140
Nº de Frequência/Atendimentos	1.871	1.500
Nº de Oficinas/Cursos	78	70
Nº de Inscritos em oficinas/cursos	603	500
Nº de Concluintes em oficinas/cursos	545	400
Nº de Estandes de vendas de artesanatos	15	12
Valor Faturado em Produtos/Serviços	R\$ 23.694,00	R\$ 15.000,00
Valor médio da geração de renda por produtor/empreendedor	R\$ 1.128,29	R\$ 1.200,00
Eventos	12	10

Fonte: dados setoriais

4.3.2.4 Justificativa

A Casa dos Ofícios em 2025 continuará a promover a geração de trabalho e renda, fator importante durante e pós o tratamento do paciente, incentivando 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, onde será trabalhado pela equipe multidisciplinar questões como autoestima e a autoimagem, oferecendo uma nova perspectiva de vida para essas mulheres, além de desenvolver a ocupação do ócio com atividades manuais e terapêuticas, despertando o empoderamento feminino e a independência financeira, subsídios para o desenvolvimento econômico e social.

Será desenvolvido as atividades de empreendedorismo de forma sistemática, através do Projeto Mulheres Empreendedoras empoderadas da Faculdade Estácio, trabalhando mensalmente atividades de preparação para a Feira do Empreendedor da Casa Durval Paiva, que acontece uma vez ao ano.

De acordo com as demandas, as atividades 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 49, os indicadores apontam a meta a ser alcançada, de acordo com a análise dos resultados de 2024, como o indicador de **nº Avaliações / acolhimentos** houve uma diminuição para a meta de 2025 pois está relacionado aos novos casos que chegam na instituição. Os indicadores de **Nº de Alunos/Atendidos**

PLANO DE AÇÃO 2025

sofreram uma baixa em relação ao resultado anual de 2024, porém o resultado mensal permanece. **Nº de Atendimentos/Frequência**, houve uma projeção de 15% a mais para a meta de 2025, conforme os resultados de 2024. **Nº de Inscritos em oficinas/cursos, Nº de Concluintes** permanece a meta de 2024, conforme os resultados. **Nº oficinas/cursos**, houve um aumento de 22% para a meta de 2025. **Nº de Estandes de vendas de artesanatos, Valor Faturado em Produtos/Serviços**, as metas de 2024 houve um aumento de 19% para 2025.

4.3.2.4 Ações 2025

Tabela 49: Ações 2025 – Casa dos ofícios

Ação: Acolhimento				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Acolhimento dos usuários; Encaminhamentos para cursos; cadastro/matrícula do aluno para participar das oficinas e cursos.	diariamente	Casa dos Ofícios	R\$	Jéssica Kelly França
Ação: Gestão Educação Empreendedora				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
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)
Ação: Realização de Oficinas/Cursos profissionalizantes				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL

PLANO DE AÇÃO 2025

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)
Ação: Coordenação Executiva de Projetos				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
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\$ 180.000,00	Jéssica Kelly França
Ação: Gestão de estoque de materiais				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Recebimento e triagem de materiais que chegam do DOANAFI; Acompanhar usos dos insumos nas oficinas e cursos; Solicitar compras de materiais e insumos para oficinas e curso; 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
Ação: Relacionamento e Parcerias				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL

PLANO DE AÇÃO 2025

Manter relacionamento e parceria com sistema S, SENAI e SENAC. Conseguir contatos de especialistas, professores e profissional específicos para ministrar, oficinas e cursos de forma voluntária ou de baixo custo;	Semanal, mensal,	Casa dos Ofícios	RS 1.500,00*	Jéssica Kelly França
Ação: Eventos				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Organizar decorações dos eventos nas datas comemorativas como: carnaval, páscoa, Dia das Mães, São João, Dia dos Pais e Natal.	mensal	Casa dos Ofícios		Jéssica Kelly França (e equipe envolvida)
Ação: Feira do Empreendedor				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Evento com proposta de venda dos produtos feitos pelas mães, sendo resultados dos cursos ofertados durante o ano letivo.	Dezembro /2025	via pública, em frente a 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);

PLANO DE AÇÃO 2025

4.3.2.5 Projetos 2025

SEGUINDO EM FRENTE

OBJETIVO	INDICADORES	METAS	AÇÕES	CUSTOS
Fortalecer autonomia dos participantes, estimulando o ingresso na vida profissional enquanto projeto de vida, e através da qualificação profissional, subsidiar mudanças socioeconômicas no âmbito familiar e comunitário.	210 beneficiários, entre adolescentes, jovens e seus pais e acompanhantes.	70% dos alunos com frequência mínima de 75%	Oficina de Desenvolvimento Pessoal; oficina de empreendedorismo; Oficina sobre Cultura da Paz; Capacitação Técnicas de Vendas; Capacitação para processos seletivos e entrevistas de emprego; Curso de Informática Básica; Curso de Marketing Digital; Curso de Cabelereiro profissional.	R\$ 180.000,00
Tempo de Vigência: 12 Meses			Oficina de Empreendedorismo	

EDUCAÇÃO PARA O BEM-SENAC

OBJETIVO	INDICADORES	METAS	AÇÕES	CUSTOS
Proporcionar oportunidades de capacitação, geração de trabalho e renda, na área da beleza, saúde ou administração.	Qualificação de 15 mães/acompanhantes por curso.	80% de capacitados	Cursos de profissionalizantes para o mercado de trabalho (cuidador, cabelereiro, camareira, recepcionista)	R\$ 50.000,00 (pelo projeto) CDP – contrapartida com passagens, lanche, espaço e alunos.

PLANO DE AÇÃO 2025

Tempo de Vigência: 12 meses				
------------------------------------	--	--	--	--

MODA, VIDA E ARTE- CORREIROS

OBJETIVO	INDICADORES	METAS	AÇÕES	CUSTOS
Proporcionar oportunidades de capacitação em costura criativa, através da customização dos fardamentos dos carteiros.	Capacitação de 15 mães/acompanhantes em costura criativa.	80% de capacitados	Oficinas de costura criativa em bolsas	
Tempo de Vigência: 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 2025, 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.

PLANO DE AÇÃO 2025

ANEXO 1: Subsistema de Provisão de Recursos Humanos – ROTEIRO DE ENTREVISTA

1ª ETAPA: ROTEIRO A SER APLICADO PARA CARGOS DE NÍVEL ESTRATÉGICO, TÁTICOS E OPERACIONAIS

HISTÓRICO FAMILIAR E VIDA SOCIAL

- Me fale um pouco sobre você.
- Quem mora com você? Você tem irmãos? Quantos?
- Tem filhos? Com quem eles ficam?
- Como você descreveria sua situação financeira? (Como mantêm as despesas de casa, da família)
- O que faz nas horas de lazer?
- Como está de saúde hoje? Toma ou já tomou medicamento controlado? Faz ou fez algum tipo de tratamento? Já sofreu algum acidente?
- Participa de alguma religião? Qual? Existe algum impedimento religioso com relação aos horários, dias, uniformes, maquiagens, etc.?
- Descreva 2 valores morais que você aprendeu com seus pais, ou com quem te criou?
- Quais as suas principais características pessoais que você mais gosta em si mesma?
- O que você gostaria de desenvolver mais em você?
- Quais teus planos para daqui a 3 anos?

HISTÓRICO EDUCACIONAL

- Por que escolheu esta formação? Ou qual a formação deseja fazer?
- O que pretende fazer quando terminar o curso? (se ainda estiver cursando)

HISTÓRICO PROFISSIONAL

- Fale sobre suas últimas experiências. (3 últimas)
- Descreva as atribuições no último trabalho. (ver se no currículo tem tudo atualizado e/ou se precisa atualizar alguma que tenha mais importância para a vaga em questão)
- Qual o motivo da saída de cada um deles.
- Qual dessas experiências você mais se identificou? E a que menos se identificou? Por quê?
- Se estiver trabalhando, qual o motivo de querer sair deste trabalho?
- Por que quer trabalhar na Nacional? O que sabe sobre nossa Empresa?
- Como você soube da vaga? O que mais lhe atraiu ou lhe chamou atenção?
- Qual sua expectativa com relação à vaga para qual está participando?

PLANO DE AÇÃO 2025

- Qual o maior desafio que você acredita ser para assumir essa vaga em questão?
- Se você for admitido, o que você pode agregar para a empresa?
- Que qualificações você tem que o fariam ser bem-sucedido aqui? Você se contrataria?
- O que é mais importante para você no trabalho?
- O que lhe irrita no ambiente de trabalho?
- Já assumiu uma tarefa que não era sua função? Como se saiu?
- Já teve algum conflito com colega de trabalho?
- Como você lida com algum imprevisto no trabalho?
- Qual foi a mudança em sua rotina de trabalho que mais lhe impactou?
- Descreva seu melhor gestor:
- Qual sua disponibilidade de horário? Existe alguma restrição quanto aos horários que a vaga exige?
- Qual sua pretensão salarial mínima?

2ª ETAPA: ROTEIRO A SER APLICADO PARA CARGOS DE NÍVEL ESTRATÉGICO E LIDERANÇA

- Qual é o seu estilo gerencial?
- Descreva uma situação na qual você teve um problema difícil e como o resolveu.
- Como gerente, o que você procura ao contratar funcionários?
- Você já precisou demitir alguém? Como você abordou a situação?
- Qual a tarefa mais difícil como gerente ou coordenador?
- Descreva algumas tarefas em que você já trabalhou sob pressão.
- Descreva alguma situação de trabalho que o tenha irritado.
- Fale de algum objetivo que você não conseguiu atingir em seu último emprego.
- Você poderia descrever alguma situação em que seu trabalho foi criticado?
- O que você aprendeu nos seus erros?
- Que tendências importantes você antecipa na nossa área?
- Por que você está deixando a empresa atual?
- Descreva o seu ambiente ideal de trabalho.
- Olhando para trás, como você vê a antiga empresa que trabalhou?
- Como você acha que seus subordinados o veem?
- O que você acha do seu ex-chefe?
- Com que tipo de pessoas você tem dificuldade para trabalhar?
- Quanto tempo levaria para você fazer uma contribuição significativa à nossa empresa?
- Se eu falasse com seu ex-chefe, o que ele diria sobre seus principais pontos positivos e negativos?
- Quanto você acha que deveria receber para esse cargo?
- Se você pudesse começar tudo de novo o que você faria diferente em sua carreira?

PLANO DE AÇÃO 2025

- Que tipo de leitura você aprecia?
- O que mais o motiva?
- Dê dois exemplos de sua criatividade.
- Quais são suas metas em longo prazo?

PLANO DE AÇÃO 2025

ANEXO 2: Subsistema de Desenvolvimento de Pessoas – PLANO DE CAPACITAÇÃO 2025

1. APRESENTAÇÃO

Este projeto visa apresentar a proposta do **Plano de Capacitação** para os colaboradores da **Casa de Apoio à Criança com Câncer Durval Paiva**, com foco no aprimoramento contínuo da equipe. O plano tem como objetivo guiar as ações de capacitação ao longo de 2025, buscando desenvolver as competências do corpo funcional da instituição e promover o crescimento pessoal e profissional de seus colaboradores. Através de treinamentos e capacitações, pretende-se proporcionar o aprendizado de novos conhecimentos e técnicas, que serão diretamente aplicados nas rotinas de trabalho, contribuindo para a excelência no atendimento e na gestão das atividades da instituição.

2. OBJETIVO GERAL

Estabelecer as diretrizes para capacitação dos colaboradores com vistas ao desenvolvimento de aprendizagem, visando assim, melhorar o desempenho profissional nas áreas técnica, administrativa e operacional.

2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Permitir aos colaboradores o desenvolvimento e aquisição de novos conhecimentos, habilidades e atitudes;
- Incentivar o repasse de conhecimentos adquiridos pelos colaboradores em ações concretas, para os demais interessados;
- Promover desenvolvimento de competências de gestão dos colaboradores da Casa Durval Paiva, especialmente para os líderes de equipes e seus liderados;
- Elevar os níveis de qualidade e eficiência dos serviços desenvolvidos pelos colaboradores;
- Contribuir para o crescimento profissional e pessoal dos colaboradores visando a melhoria do clima organizacional e da qualidade dos serviços prestados.

3. JUSTIFICATIVA

Atualmente as organizações do primeiro, segundo e terceiro setor têm sofrido mudanças significativas em suas rotinas organizacionais. Essas mudanças podem ser observadas principalmente nas políticas de gestão de pessoas, como, por exemplo, a preocupação com o desenvolvimento e o desempenho dos colaboradores no exercício da sua profissão, de forma que seja possível obter melhores resultados para o cumprimento de metas e objetivos institucionais.

PLANO DE AÇÃO 2025

O plano de capacitação se constitui um dos instrumentos de desenvolvimento de recursos humanos, sob a perspectiva do desafio de efetivar as ações de capacitação, aperfeiçoamento e qualificação a serem desenvolvidas como forma de qualificar os serviços através da melhoria do desempenho dos funcionários.

4. METODOLOGIA

Com a finalidade de possibilitar a melhoria na qualidade das atividades desenvolvidas pelos colaboradores da Casa Durval Paiva, as ações de capacitação poderão ser desenvolvidas na modalidade presencial, semipresencial ou a distância.

As capacitações internas, onde os instrutores serão funcionários da instituição, que detêm conhecimentos específicos aprofundados e as habilidades necessárias para ministrar treinamentos para os demais colegas. Além de capacitações externas realizadas em parcerias com instituições públicas ou privadas sob a coordenação direta da gestão de recursos humanos da CDP.

Para isso, as ações foram elaboradas em quatro etapas:

1ª ETAPA:

- Levantamento de Necessidades de Capacitação da Equipe, preenchido por gestores (trata-se de um mapeamento realizado pelo gestor, sobre as necessidades de desenvolvimento de sua equipe)

2ª ETAPA:

- Elaboração e apresentação do Plano de Capacitação - O plano de capacitação deverá ser apresentado à Diretoria da Casa Durval Paiva, com vistas à aprovação.

3ª ETAPA:

- Implementação e Operacionalização do Plano de Capacitação.

4ª ETAPA:

- Avaliação e acompanhamento das ações de capacitação.

5. PÚBLICO-ALVO

- Colaboradores da Casa de Apoio à Criança com Câncer Durval Paiva.

PLANO DE AÇÃO 2025

6. AÇÕES A SEREM DESENVOLVIDAS

Cursos presenciais e à distância, treinamentos, seminários, congressos, palestras que contribuam para a atualização profissional e o desenvolvimento dos colaboradores, ministrados por instrutores próprios ou contratados para realização dos cursos.

7. RESULTADOS ESPERADOS

- Equipe mais qualificada e aderente as atividades que desenvolve;
- Maior comprometimento do colaborador com as ações institucionais;
- Serviços de excelência.

8. DIAGNÓSTICO E NECESSIDADES DE CAPACITAÇÃO

Para realização do plano de capacitação, na 1ª etapa foi elaborado questionário de levantamento de necessidades de capacitação, com a finalidade de gerar informações para elaboração de diagnóstico de necessidade de treinamento. Assim, identificar necessidades que carecem de capacitação e/ou atualização de conhecimentos/habilidades para gerar melhorias no desempenho das atribuições.

Além disso, o setor de recursos Humanos orientou como deveria ocorrer o preenchimento do instrumento, enfatizando a necessidade de estabelecer, neste momento, um diálogo envolvendo gestores e equipe. Os dados obtidos a partir desse levantamento fundamentarão as ações propostas pelo setor de recursos humanos da instituição.

9. PLANO DE CAPACITAÇÃO

O plano de capacitação reuniu às necessidades evidenciadas nos levantamentos, as quais apontaram para ações que priorizem a aquisição de conhecimentos, promovendo, ações e estratégias de aprendizagem que possibilitem aos colaboradores o aprimoramento de competências que agreguem valor à instituição e valor social ao colaborador, atendendo a padrões de qualidade requeridos pela missão da Casa Durval Paiva, bem como o atendimento de excelência aos seus usuários.

Diante do mapeamento para levantamento das necessidades de capacitações realizada com gestores e a equipe de profissionais da Instituição, apresenta-se as reais demandas identificadas para capacitação.

PLANO DE AÇÃO 2025

CAPACITAÇÕES 2025				
PÚBLICO-ALVO: Conforme demanda				
SETOR/CARGO	CAPACITAÇÃO/TREINAMENTO	HORAS	Nº PARTICIPANTES	PROVISÃO ORÇAMENTÁRIA
Todo o time	Diagnóstico Precoce/Tipologias	20h	90	-
Todo time	IA	40h	90	R\$ 5.000,00
Equipe Técnica	Média training	20h	13	-
Gestor de TI	Governança de TI	20h	01	R\$ 3.000,00
Gestor de DI	Gestão de Projetos Inglês	40h	01	R\$ 5.000,00
Coord. De Projetos	Festival ABCR	18h	01	R\$ 2.500,00
	Leis de incentivo com ênfase em imposto de renda	20h		
	Inglês	40h		
Analista de MKT	Tráfego pago	20h	01	R\$ 1.000,00
Auxiliar de serviços Gerais	Limpeza e higienização	20h	6	R\$ 800,00
Governantas	Formação de governanta – planejamento e operação	20h	5	R\$ 2.000,00
Cozinheira Aux. De Cozinha	Etiqueta a mesa	20h	3	R\$ 500,00
Operadores de telemarketing	Técnicas negociação e Persuasão	20h	23	R\$ 600,00
TOTAL				R\$ 20.400,00

- O cronograma poderá sofrer alterações visando adequar a oferta das ações de capacitações.
- A previsão orçamentaria poderá sofrer mudanças de acordo com a demanda.

PLANO DE AÇÃO 2025

CRONOGRAMA REUNIÃO DE SÁBADO			
PÚBLICO-ALVO: Todos os colaboradores			
	TEMAS	DATA	PALESTRANTE
01	GESTÃO DAS EMOÇÕES: Minhas emoções e o impacto na vida do outro / janeiro Branco	25/01	Gilmar Cardoso
02	QUALIDADE DE VIDA: Saúde Física, Mental e Emocional	22/02	Rodrigo Fortunato
03	GESTÃO DO TEMPO: Como vencer procrastinação	29/03	
04	RESOLUTIVIDADE: Como ser resolutivo no ambiente de trabalho	26/04	
05	TRABALHO EM EQUIPE: Como otimizar a relação interpessoal no cenário corporativo	31/05	
06	GESTÃO DA COMUNICAÇÃO: Comunicação não violenta	28/06	
07	PENSAMENTO CRÍTICO: Como desenvolver e aplicá-lo na solução de problemas complexos	26/07	
08	EDUCAÇÃO FINANCEIRA: Como criar um planejamento financeiro	30/08	
09	DIVERSIDADE E INCLUSÃO – Humanização das relações no ambiente corporativo	27/09	
10	ASSÉDIO MORAL E SEXUAL	25/10	
11	MOTIVAÇÃO: Como identificar e explorar seu verdadeiro potencial no trabalho e na vida pessoal	29/11	

CRONOGRAMA CAFÉ COM LÍDERES 2025		
PÚBLICO-ALVO: Todos os líderes de processos		
	ASSUNTO	DATA
01	Reunião de Planejamento - Foco em apresentar objetivos, metas, tarefas fundamentais e espaço para os líderes apontarem desafios e dificuldades	31/01
02	Reunião de alinhamento – Discutir performance, expectativas, eventos importantes, objetivos e afins	28/02
03	Reunião de alinhamento - Discutir os avanços rumo ao objetivo traçado para o trimestre	28/03
04	Reunião de alinhamento - Feedback com os líderes	25/04
05	Reunião de alinhamento – Performance dos liderados	30/05
06	Balanco dos resultados alcançados no 1º semestre	27/06
07	Reunião de alinhamento – Ideias e soluções	25/07
08	Proposta de melhorias – Espaço para propor ideias e melhorias nos processos institucionais	29/08
09	Reunião de alinhamento - Feedback os líderes	26/09

PLANO DE AÇÃO 2025

10	Acompanhamento dos indicadores e metas	31/10
11	Balço 2025 e perspectivas para 2026	29/11

PÍLULAS DE CONHECIMENTO			
PÚBLICO-ALVO: Central de Doação			
Fazer uma exposição dialogada de 10´ 2 vezes por mês			
	TEMA	DATA	PALESTRANTE
1	Atuação da Fisioterapia – Qual a importância do setor da fisioterapia da Casa Durval Paiva?	14/01	Cinthia Moreno
2	Atuação da Fisioterapia – Quais serviços são oferecidos?	31/01	Cinthia Moreno
3	Atuação do Diagnóstico Precoce - Qual o papel da coordenação do Diagnóstico Precoce da Casa Durval Paiva?	28/02	Luiz Nepomuceno
4	Atuação do Diagnóstico Precoce – Quais as ações realizadas pela coordenação do DP?	28/03	Luiz Nepomuceno
5	Atuação do DI – Coordenação de Projetos – Qual o papel da coordenação de projetos?	11/04	Viviane Moura
6	Atuação do DI – Coordenação de Projetos – Qual a importância da atuação da coordenação de projetos?	25/04	Viviane Moura
7	Atuação do DI – Coordenação de Projetos – Quais os projetos desenvolvidos pela Casa?	09/05	Viviane Moura
8	Atuação do DI- Assessoria de Imprensa	30/05	Michelle Phiffer
9	Atuação do DI- Assessoria de Imprensa	06/06	Michelle Phiffer
10	Atuação do DI – Mídias Sociais	20/06	Alice Karine
11	Atuação do DI – Mídias Sociais	04/07	Alice Karine
12	Atuação do DI – Qual o papel do DI da Casa Durval Paiva?	25/07	Helder Coutinho
13	Atuação do DI – Qual a relação do DI com a Central de doações?	08/08	Helder Coutinho
14	Atuação do SEMAC – Quais as áreas? quais serviços?	29/08	Swyslayne Sousa
15	Atuação do SEMAC – Quais as áreas? quais serviços?	12/09	Swyslayne Sousa
16	Atuação do Financeiro – Qual a importância?	26/09	Telma Lucia
17	Atuação do Financeiro – Quais serviços?	10/10	Telma Lucia
18	Atuação do setor de Tecnologia da Informação?	24/10	Matheus Lopes
19	Atuação do setor de Tecnologia da Informação?	07/11	Matheus Lopes

PLANO DE AÇÃO 2025

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO			
PÚBLICO-ALVO: Diretores, conselheiros, gestores e colaboradores			
TEMA		DATA	PALESTRANTE
1	Planejamento Estratégico	1º Semestre	A definir

10. INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E OS SETORES

10.1. IA no RH:

- **Recrutamento e seleção:** Automatizando a triagem de currículos, ajudando a escolher candidatos mais alinhados com as vagas.
- **Entrevistas iniciais:** Sistemas de IA podem realizar entrevistas por chat, perguntando aos candidatos e, em seguida, fornecendo sugestões sobre os mais adequados para a vaga.
- **Gestão de desempenho:** A IA pode analisar os dados de desempenho dos colaboradores e sugerir treinamentos personalizados, ajudando no desenvolvimento da equipe.
- **Folha de pagamento e benefícios:** Automatizando cálculos e processos, o que melhora a eficiência e reduz erros.

10.2. IA no FINANCEIRO:

- **Análise de dados:** apresentar dados para tomada de decisão.

10.3. IA no DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL:

- **Identificar calendários de prospecções:** apresentar datas de fazer contatos;
- **Identificar conteúdos de projetos com maiores impactos sociais:** apresentar projetos mais adequados;

10.4. IA na SEMAC:

- **Logística de transporte:** apresentar rotas mais rápidas e com menores custos;
- **Compras:** apresentar orçamentos inteligentes com base em históricos;
- **Patrimônio:** Identificar impactos de deslocamentos, descartes e novas aquisições.

10.4. IA na EQUIPE TÉCNICA:

Atendimentos mais ágeis: apresentar procedimentos com base no histórico dos pacientes, para agilizar o atendimento, além de ser mais assertivo