

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 Campos Rodrigues
Karla Sousa da Motta
Teresa Elizabeth Gurgel de Faria
Fernando Paiva Campos

CONSELHO CONSULTIVO

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

Natal
Abril/2025

COORDENAÇÃO

Superintendente: Ana Jarvis de Melo Campos

EQUIPE DE ELABORAÇÃO

Gestora Financeira: Telma Lúcia Silva de Araújo e equipe
Gestor do Desenvolvimento Institucional: Helder Ferreira Coutinho Filho e equipe
Gestor da Central de Doações: Fábio Ferreira Silva e equipe
Gestora SEMAC: Swyslayne Sousa Lima e equipe
Gestor de Tecnologia da Informação e Comunicação: Matheus Silva Lopes
Gestora de Recursos Humanos: Anne Karinne Dantas e equipe
Gestora Técnica: Maria Neide Borba Maia Filha
Assistentes Sociais: Keillha Israely Fernandes de Araújo e Marília Gabriela Nunes de Oliveira
Coordenador do Diagnóstico Precoce: Luiz da Costa Nepomuceno Filho
Dispensário de medicamento: Isabelle Medeiros Resende
Fisioterapeuta: Cinthia de Carvalho Moreno
Nutricionista: Patrícia Fernanda Gomes Lino Silva
Psicóloga: Gilvania Guedes Teixeira Vera
Dentistas: Simone de Melo Norat Campos e Ana Carolina Amorim de Sousa Lopes
Coordenadora Pedagógica: Raryane Nascimento dos Santos
Coordenadora de geração de renda: Jéssica Kelly de Souza Bezerra França

Natal
Abril/2025

Sumário

1.	APRESENTAÇÃO	4
2.	MISSÃO DA CASA DURVAL PAIVA	12
3.	VISÃO DA CASA DURVAL PAIVA	13
4.	VALORES DA CASA DURVAL PAIVA	13
5.	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DA CASA DURVAL PAIVA	14
6.	INDICADORES, METAS E AÇÕES	14
6.1	SAÚDE	14
6.1.1	Diagnóstico Precoce	14
6.1.2	Atendimentos Multidisciplinares	15
6.2	ASSISTÊNCIA	17
6.2.1	Hotelaria	17
6.2.2	UAN – Unidade de Alimentação Nutricional	17
6.2.3	Habitação	18
6.3	EDUCAÇÃO	18
6.3.1	Educação Básica	18
6.3.2	Educação Profissionalizante	22
6.4	ÁREAS ESTRATÉGICAS	23
6.4.1	Captação	23
6.4.2	Comunicação	25
6.4.3	Financeiro	26
6.5	ÁREAS DE SUPORTE	26
6.5.1	Recursos Humanos	26
6.5.2	Tecnologia da informação e comunicação	28
8.	AVALIAÇÃO DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DA CASA DURVAL PAIVA	28
9.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	30

1. APRESENTAÇÃO

O surgimento de Organizações Não Governamentais – ONG's no Brasil vem desde os anos 70, com o propósito de suprir lacunas não preenchidas pelo Estado, por meio de voluntariado nas áreas de assistência social, cidadania, saúde, esporte e lazer, educação e cultura e outras áreas que compreendem aspectos constitutivos de pessoas e da sociedade. Nas décadas seguintes, houve uma proliferação e o papel dessas organizações passou a ser cada vez mais expressivo, deste modo, coube ao Estado criar mecanismos de diálogo e apoio a essas instituições que exerciam uma função de complementação, quando não substituição, das ações governamentais.

Na década de 90 o cenário de crise nos aspectos sociais, culturais, ambientais, econômicos e políticos, apontou como consequência, múltiplas reformas e ajustes estruturais impostos pelas demandas das sociedades em relação ao poder público. No Brasil, este movimento de reestruturação dos governos e de sua relação com a sociedade e o mercado, denominado de Reforma de Estado, instituiria, segundo Bresser Pereira (2000), a separação das políticas regulatórias – que permaneceriam centralizadas – das atividades de execução e prestação de serviços que passariam a ser descentralizadas.

Nessa perspectiva, Diniz (2001) destaca o Plano Diretor da Reforma do Aparelho do Estado - MARE, o qual propôs a inovação dos instrumentos de política para os serviços sociais, através da implantação de organizações sociais, que, por meio de processos de publicização, produziram bens e serviços públicos não exclusivos do Estado. Assim, desenha-se um cenário de propostas para novas formas de organização do Estado e de sua relação com a sociedade. Daí, surge no Brasil a expressão “terceiro setor”. Para definir terceiro setor, existem, na literatura, algumas expressões como: “organizações sem fins lucrativos”, “organizações voluntárias”, “setor independente”, “organizações não-governamentais”, “filantropia” etc (Bresser Pereira, 1999).

Segundo Franco em “A reforma do Estado e o terceiro setor”, o terceiro setor apresenta também uma grande diversidade interna, segundo a natureza das entidades que o compõem, incluindo-se desde entidades beneficentes de assistência social, organizações não governamentais - ONGs, entidades representativas patronais e profissionais, associações de benefício mútuo até organizações de promoção e luta de interesses sociais, organizações religiosas e partidárias, as quais tem-se as seguintes características em comum: a) estão fora da estrutura formal do Estado; b) não têm fins lucrativos; c) são constituídas por grupos de cidadãos na sociedade civil como pessoas de direito privado; d) são de adesão não-compulsória; e) produzem bens e serviços de uso (interesse) coletivo.

Seguindo essa linha, Farah (2001) compreende que o terceiro setor tem uma atuação complementar às políticas públicas orientadas para a superação de desigualdades estruturais vivenciada no País. Corroborando com a opinião de Farah, Tenório (2000) que reconhece o setor como um importante vetor de mudança e de desenvolvimento social a partir de alianças, e sob

esse aspecto, seria um instrumento de implantação, acompanhamento e avaliação de políticas públicas junto ao Estado.

Com essa nova perspectiva de atuação, o terceiro setor deixa de ser apenas constituído por entidades “filantrópicas” para se tornarem Organizações Sociais que assumem um protagonismo ativo no processo de consolidação do estado democrático de direito, tornando-se propositivas, parceiras e executoras de políticas sociais, educacionais, ambientais, dentre outras. Nessa perspectiva, ressaltam-se os avanços trazidos pela Lei 13.019/2014 – Marco Regulatório das Organizações da Sociedade Civil - MROSC que surge para regulamentar o regime jurídico no que tange as parcerias entre a Administração Pública e as Organizações da Sociedade Civil (OSC), e suas derivações no tocante 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.

Portanto, superando a fase da caridade, as ONG’s vêm buscando estratégias e mecanismos que lhes garantam sustentabilidade organizacional, financeira e humana, qualificando e profissionalizando o quadro de dirigentes, de colaboradores e fortalecendo politicamente o público-alvo. Assim, vem estruturando uma governança que define responsabilidades e orienta para um processo de tomada de decisão assertivo, e, assim, possibilita uma longevidade para os serviços prestados à sociedade. Nesse cenário, atua a Casa Durval Paiva, objetivando contribuir para o desenvolvimento social do Rio Grande do Norte e do Brasil, minimizando as desigualdades sociais e a falta de assistência integral às crianças, adolescentes e acometidos com câncer e doenças hematológicas crônicas e seus familiares.

Nesse contexto, conforme dados do INCA (2022), a taxa de novos casos de (0-19 anos) é de 7.930 de câncer infantojuvenil no Brasil para os anos de 2023-2025, ver figura 1. No mesmo estudo afirma-se que o câncer é um conjunto de mais de 100 doenças, que têm em comum o crescimento desordenado de células que atingem tecidos e órgãos e podem invadir outras regiões do corpo. Considerado um problema de saúde pública no mundo, exige tratamentos de alto custo e de longa duração. No câncer infantojuvenil (de 0 a 19 anos) o desafio é ainda mais sensível, pois não existem evidências de medidas de prevenção efetivas, são mais raros e, em geral, mais agressivos. No entanto, diferentemente da doença em adultos, possuem grandes chances de cura, com o diagnóstico precoce e acesso rápido ao tratamento de qualidade, as chances de cura podem chegar até 80%.

Figura 1: Panorama do câncer infantojuvenil no Brasil

Estimativa anual das taxas brutas de incidência por 1 milhão de crianças e adolescentes (0-19 anos) e do número de casos novos de câncer segundo sexo. Brasil, 2023-2025

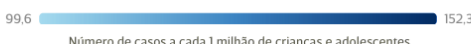
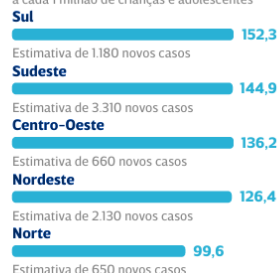
Fonte: INCA, 2022.

Total



Taxa de incidência

a cada 1 milhão de crianças e adolescentes



Fonte: Instituto Desiderata (2022)

No Brasil, o câncer é a 1ª causa de morte por doença infantojuvenil, portanto excluindo as causas externas. Assim, entende-se que o diagnóstico na fase precoce da doença é fundamental para o aumento das chances de cura, além de possibilitar um tratamento menos invasivo, com efeitos colaterais mais tênues, portanto reduzindo os impactos negativos nos pacientes e familiares. Há de se considerar que o Brasil é detentor de um extenso território geográfico, incidindo sobre ele grandes desafios entre regiões, sejam econômicos, sociais e culturais. Diferenças que consequentemente trazem desigualdades, repercutindo negativamente na atuação das instituições em geral, inclusive da Casa Durval Paiva.

Portanto, realizar diagnóstico precoce, continua a fazer parte da missão e da visão da Casa Durval Paiva, porém torna-se um desafio em virtude de fatores como a imprecisão dos sinais e sintomas da doença, o que pode ser confundido com outras enfermidades comuns nessa faixa etária. Por isso, capacitar profissionais da atenção primária da saúde e sensibilizar profissionais da educação básica, objetivando acelerar o diagnóstico e o devido encaminhamento do paciente aos hospitais especializados, torna-se uma das ações prioritárias deste planejamento estratégico.

Como preconizado pelo Ministério da Saúde, pela complexidade inerente ao câncer infantojuvenil, o tratamento deve ser diferenciado. Consoante a esse princípio, a Casa Durval Paiva atua oferecendo um ambiente hospitalareiro, agradável e lúdico, para que a equipe composta por profissionais de diversas matizes, quais sejam: assistência social, saúde, educação, habitação e

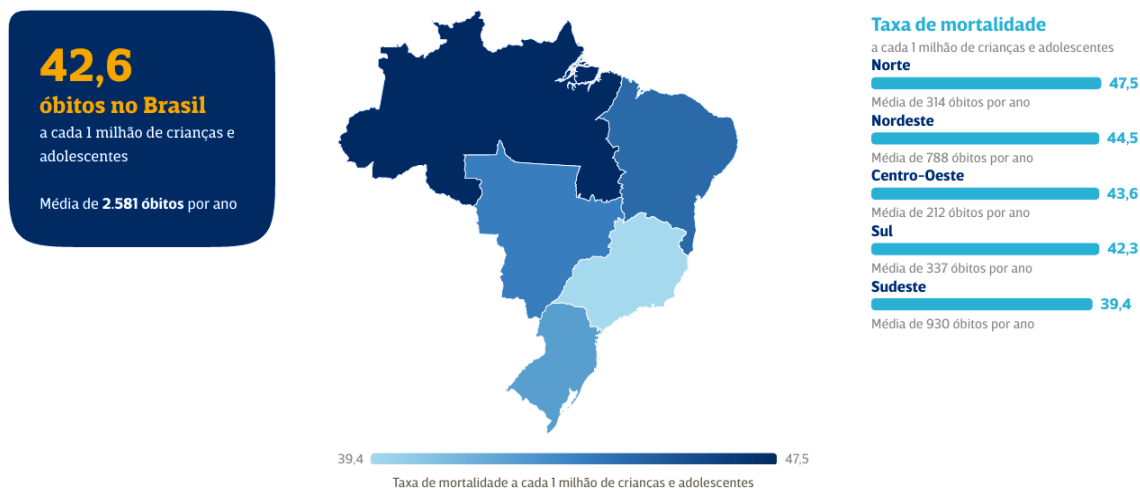
geração de emprego e renda, possam desempenhar suas atividades de forma multidisciplinar e com capacidade para atender aos requisitos e cuidados específicos para a faixa etária em tela. Além de possibilitar acesso a exames e medicamentos, construção e reformas de casas.

Embora esteja no topo da mortalidade infantojuvenil, o câncer em crianças e adolescentes ainda não está na prioridade da agenda da saúde pública. Por isso, a realização de ações que coloquem o tema em evidência é importante para que políticas específicas sejam elaboradas e efetivadas, ver figura 2. Daí a grande importância do trabalho em rede, objetivando atingir as questões da agenda 2030 da ONU e dos ODS – Objetivos do Desenvolvimento Sustentável, na perspectiva de potencializar a multiplicação das ações para o alcance destes, 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.

Figura 2: Mortalidade do câncer infantojuvenil no Brasil

Taxa média de mortalidade por câncer infantojuvenil por 1 milhão de crianças e adolescentes (0-19 anos). Brasil, 2016-2022

Fonte: IBGE, 2022; Sistema de Informações sobre Mortalidade, 2024.



Fonte: Instituto Desiderata (2022)

Todavia, as ações de advocacy para efetividade da incidência política ainda se mostram tímidas e frágeis, além de necessitar de mais ênfase para empoderamento do papel das instituições buscando o fortalecimento e consolidação de políticas, como por exemplo, de inclusão social para

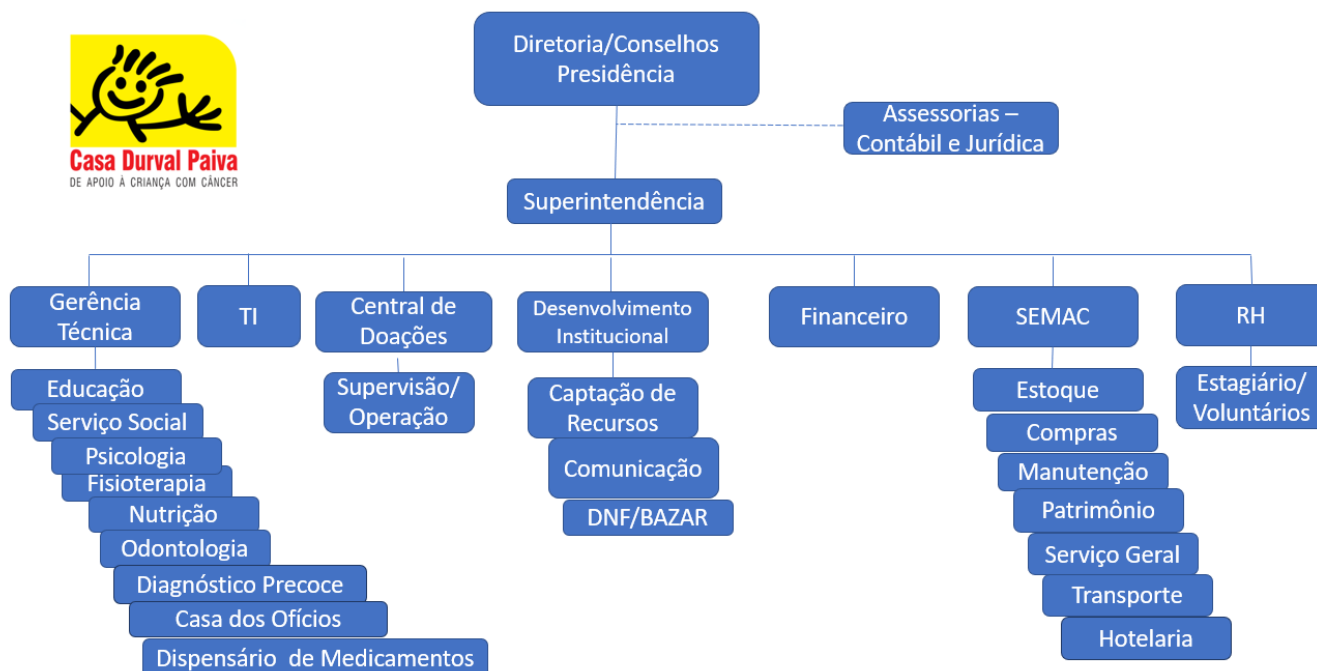
melhoria da qualidade de vida e dignidade dos pacientes portadores de câncer infantojuvenil. As ações das instituições do terceiro setor, somam esforços e conquistas para que se constitua uma realidade melhor para todos.

Assim, alia-se a necessidade de fortalecer a política de voluntariado, ampliando a legitimidade e o reconhecimento da importância da missão social perante a sociedade. Também é notório, pouco ou nenhum domínio, no que concerne a recente Lei do Marco Regulatório do Terceiro Setor frente às mudanças advindas a partir de sua publicação, suas implicações, obstáculos e oportunidades. Iniciativas pontuais e fragmentadas foram desenvolvidas acerca do tema, muitas restritas a iniciativas governamentais.

Importante ainda ressaltar a tendência de interiorização do tratamento especializado no Rio Grande do Norte, a LIGA Norte Riograndense – hospital de referência estadual em câncer, incluindo o câncer infantojuvenil vem implementando estratégia de interiorização dos serviços prestados à população Norte Riograndense, desde consultas, passando pelos exames, até a assistência e tratamento oncológico. Essa ação de um importante ator da rede de apoio a oncologia pediátrica, sinaliza uma possível permanência dos pacientes diagnósticos em seus municípios de origens, se deslocando para o centro especializado mais próximo da sua localidade.

É nesse contexto e nesse cenário que a Casa Durval Paiva está inserida, atuando no Rio Grande do Norte, no suporte integral às necessidades das crianças e adolescentes com câncer e doenças hematológicas crônicas e suas famílias, promovendo a qualidade de vida, o resgate da dignidade e o exercício da cidadania. A Instituição possui fins não econômicos e, por sua transparência na gestão dos recursos e na demonstração de resultados, por 9 anos tem estado entre as Melhores ONG's do Brasil, da região Nordeste e do RN, de acordo com premiação promovida pelo Instituto DOAR. No exercício de sua missão oferece hospedagem, transporte, alimentação, doação de roupas, calçados, brinquedos, cestas básicas mensais, exames, medicamentos, passagens e atendimentos clínicos, garantia da escolarização, geração de renda com a oferta de cursos e oficinas profissionalizante, dentre outros, conforme figura 3.

Figura 3: Organograma da Casa Durval Paiva



Além disso, trabalha incessantemente na sensibilização da população e dos profissionais de saúde acerca dos sinais e sintomas do câncer infantojuvenil para contribuir com o diagnóstico precoce. Em busca de uma melhor assistência, a instituição trabalha em redes articuladas entre o Estado, iniciativas privadas e outras organizações do terceiro setor, criando soluções, corroborando com execução de políticas públicas para melhorar a qualidade de vida das crianças e adolescentes e suas respectivas famílias. Na execução desses serviços de áreas diversas, a instituição atende plenamente as suas 5 diretrizes estratégicas, sendo estas:

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

As diretrizes estratégicas são importantes para orientar e nortear o trabalho desenvolvido por todos os profissionais, alinhados à sua missão institucional e gera impacto social para crianças, adolescentes e seus familiares, com a identificação de casos suspeitos e encaminhamento para o diagnóstico e tratamento, melhorias na qualidade de vida antes, durante e após o tratamento de saúde, com casos de cura. O trabalho desenvolvido e suas ações complementares, tem forte

consonância com os ODS's da Agenda 2030 da ONU: 01 (Erradicação da pobreza); 02 (Fome zero); 03 (Saúde e bem-estar), 04 (Educação de qualidade), 08 (Trabalho consciente e crescimento econômico), 10 (Redução das desigualdades), 11 (Habitação segura – cidades e comunidades sustentáveis) e 12 (Consumo e produção responsáveis).

Figura 4: Diretrizes estratégicas da Casa Durval Paiva e seus ODS's



Reiterando a consonância da Casa Durval Paiva com os ODS's da agenda 2030 da ONU, apresenta-se a correlação das diretrizes estratégicas da instituição, as quais contemplam todas as necessidades sociais, econômicas, de saúde e ambientais básicas de seu público-alvo, com os serviços, as ações e os projetos desenvolvidos na Casa, como segue na tabela 1.

Tabela 1: ODS's x Serviços da Casa Durval Paiva

ODS	SERVIÇOS DA CASA DUVAL PAIVA	SETOR RESPONSÁVEL
ODS 01 – Erradicação da pobreza	Oferta de cursos profissionalizantes e oficinas para geração de emprego e renda	Casa dos Ofícios
ODS 10 – Redução das desigualdades	Realização de eventos para venda dos produtos confeccionados por mães e acompanhantes	
	Oferta de espaço e materiais de salão de beleza para mães e acompanhantes para geração de renda	

	Atendimentos socioassistenciais e encaminhamentos para a rede de proteção social	Serviço social
ODS 02 – Fome zero	Entrega de cestas básicas às famílias atendidas	Nutrição
	Oferta de 5 refeições diárias para todos os acolhidos e acompanhantes	
ODS 08 – Trabalho decente e crescimento econômico	Oferta de cursos profissionalizantes e oficinas para geração de emprego e renda	Casa dos Ofícios
	Realização de eventos para venda dos produtos confeccionados por mães e acompanhantes	
	Oferta de espaço e materiais de salão de beleza para mães e acompanhantes para geração de renda	
ODS 03 – Saúde e bem-estar	Atendimentos e procedimentos com equipe multiprofissional de saúde (Fisioterapia, psicologia, odontologia, nutrição, farmácia);	Equipe Técnica
	Realização de capacitações para profissionais de saúde acerca dos sinais e sintomas do câncer infantojuvenil	Diagnóstico Precoce
	Encaminhamento dos acolhidos para a rede de saúde pública/privada para realização de procedimentos médicos e exames	Serviço social
	Construção ou reforma de casas em condições insalubres de moradia	
	Distribuição de medicamentos adjuvantes ao tratamento e de material de higiene pessoal aos acolhidos	Dispensário de medicamentos
	Distribuição de suplementos alimentares aos acolhidos	Nutrição
ODS 04 – Educação de qualidade	Oferta de classe hospitalar e domiciliar para crianças e adolescentes com câncer (Educação infantil, ensino fundamental e médio)	Educação Básica
	Atividades pedagógicas extracurriculares (passeio terapia, oficinas de desenho e pintura, oficina de musicalização, projetos culturais)	
	Preparatório para ENEM/IFRN	

ODS 11 - Cidades e comunidades sustentáveis	Construção ou reforma de casas em condições insalubres e inseguras de moradia	Serviço social
ODS 12 – Produção e consumo conscientes	Coleta de lixo eletrônico	Desenvolvimento Institucional
	Recebimento de roupas, calçados, utensílios, equipamentos eletrônicos e móveis para reutilização ou revenda	
	Projetos de conscientização sobre o desperdício e reaproveitamento de alimentos	Nutrição

Para orientar a Casa Durval Paiva em sua atuação, apresenta-se neste, o planejamento estratégico construído por representação de todos os níveis e todos os setores da instituição. O objetivo deste, é ampliar os horizontes do corpo funcional, pois, em geral, as pessoas têm uma mentalidade mais operacional e focam apenas na entrega, sem analisar os impactos de suas ações para o negócio da entidade. Criar e estimular os indivíduos para uma cultura de planejamento é rever a rotina de cada setor, e isto não significa deixar o operacional de lado, mas o ato de parar e pensar, auxilia a direcionar a equipe a permanecer conectada com os objetivos organizacionais. A conduta não deve ser apenas de reação, mas sim, crítica e analítica.

Para tanto, foi considerado o cenário e o contexto exposto, para construção desse planejamento estratégico, aspectos do ambiente externo de ordem política, econômica, social, cultural e ambiental, e os elementos derivados destes, foram elencados e analisados com a finalidade de se identificar as oportunidades e as ameaças que podem surgir para a Casa Durval Paiva nos próximos triênio - 2025 a 2027. E ainda, foi analisado de forma crítica e madura, os aspectos que caracterizam o ambiente interno da Casa Durval Paiva, tanto naquilo que fortalece a organização, como em elementos que fragilizam à operação da entidade. A partir dessa análise de oportunidades e ameaças, forças e fraquezas, passou-se a rediscutir a missão, visão, valores, diretrizes estratégicas, objetivos estratégicos com seus respectivos indicadores, metas e ações. Importante ressaltar, que este planejamento estratégico será desdobrado em um plano de ação operacional para cada setor, deste modo fundamentado e alinhado às atividades do dia a dia da instituição.

2. MISSÃO DA CASA DURVAL PAIVA

Acolher crianças e adolescentes com câncer e doença hematológica crônica e outras doenças de convívio compatível e seus familiares, antes, durante e após o tratamento, buscando a cura, contribuindo para o resgate da cidadania, dignidade e qualidade de vida.

3. VISÃO DA CASA DURVAL PAIVA

Ser referência nacional na excelência do acolhimento e nas práticas de promoção do diagnóstico precoce.

4. VALORES DA CASA DURVAL PAIVA

- **Transparência:** Tornar evidente para todos os stakeholders (beneficiários, doadores, parceiros, voluntários, conselheiros, diretoria, fornecedores, colaboradores e comunidade em geral) as ações realizadas na instituição, bem como à aplicação/destinação dos recursos financeiros e não financeiros aportados na CDP.
- **Resolutividade:** Atuar com efetividade e integralidade na prestação dos serviços; com proatividade nas soluções de problemas, seja com pacientes e acompanhantes, seja com doador, seja com parceiros ou fornecedores, objetivando alcançar a satisfação dos beneficiários no atendimento de suas demandas.
- **Ética:** Agir com lisura, respeitando as leis, as normas institucionais, os códigos específicos da profissão, e manter uma conduta ilibada, não prejudicando a outrem por meio de seu exercício profissional nem agindo visando o benefício próprio.
- **Responsabilidade:** Operar com capacidade e consciência quanto aos atos que pratica no ambiente de trabalho, e especificamente, em relação às atividades que desempenha na CDP.
- **Respeito:** Agir com respeito as normas estabelecidas na instituição, tratando a própria instituição com zelo, atenção e consideração, bem como as pessoas que circundam (pacientes, acompanhantes, visitantes, doadores, diretores, conselheiros e demais colaboradores).
- **Compromisso:** Atuar em conformidade com as atribuições assumidas com a instituição em relação às atividades que desempenha, visando atender a missão e a visão institucional.
- **Inovação:** Criar um "solo fértil" onde novas ideias podem germinar, crescer e florescer, impulsionando a organização em direção ao futuro e à sustentabilidade. Para tanto, busca constantemente ideias, soluções e aprimoramentos em seus processos, serviços e modelos de negócio, estimulando um ambiente onde a criatividade, a experimentação,

o aprendizado contínuo e a disposição para correr riscos são ativamente incentivados, reconhecidos e recompensados.

5. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DA CASA DURVAL PAIVA

1. Contribuir para o aumento do índice de diagnósticos precoces de câncer e doenças hematológicas infantojuvenis;
2. Melhorar a qualidade de vida de pacientes, desde a fase de investigação, passando pelo tratamento, incluindo os cuidados paliativos até a cura/óbito;
3. Garantir hospedagens apropriadas aos assistidos;
4. Contribuir com a segurança alimentar durante e após a hospedagem;
5. Propiciar habitações mais adequadas às necessidades dos pacientes e familiares;
6. Garantir o processo de escolarização (curricular)/formação (complementar) de crianças e jovens atendidos;
7. Ofertar atividades de incentivo artístico e cultural para o público-alvo da Casa;
8. Promover o desenvolvimento de competências e habilidades profissionais para pacientes e acompanhantes para geração de renda;
9. Diversificar as modalidades de captação de recursos financeiros;
10. Ampliar a captação de recursos para dar sustentabilidade para Instituição;
11. Fortalecer a visibilidade e a marca institucional;
12. Garantir uma gestão eficiente dos recursos financeiros;
13. Gerenciar as pessoas para atender com excelência os *stakeholders*;
14. Aprimorar a infraestrutura e os sistemas de informação, garantindo segurança, eficiência e inovação tecnológica;
15. Monitorar e atualizar processos por área de gestão.

6. INDICADORES, METAS E AÇÕES

6.1 SAÚDE

6.1.1 Diagnóstico Precoce

6.1.1.1 Objetivo Estratégico 1: Contribuir para o aumento do índice de diagnósticos precoces de câncer e doenças hematológicas infantojuvenis.

Indicador	Resultado Anual 2024 (Base)	Meta 2025	Meta 2026	Meta 2027	Meta Trienal (2025-2027)
Número de capacitações e sensibilização	72	76	79	83	238/triênio

s realizadas					
Número de profissionais capacitados e sensibilizados	2.140	2.247	2.359	2.477	7.084/triênio
Número de municípios alcançados com ações de diagnóstico precoce	13	14	15	16	45/triênio
UBS'S	148	155	163	171	487/triênio
Tempo médio entre suspeita e diagnóstico	5	3	2	1	Média 2 meses/anos
<ul style="list-style-type: none"> Ações <ul style="list-style-type: none"> Expandir o programa de capacitação para todo o RN; Desenvolver materiais educativos e campanhas; Fortalecer parceria com secretarias de saúde, assistência social e educação dos municípios do RN; Realizar eventos e palestras; Realizar ações para o Setembro Dourado. 					

6.1.2 Atendimentos Multidisciplinares

7. 6.1.2.1 Objetivo Estratégico 2: Melhorar a qualidade de vida de pacientes, desde a fase de investigação, passando pelo tratamento, incluindo os cuidados paliativos até a cura/óbito.

Indicador	Resultado Anual 2024 (Base)	Meta 2025	Meta 2026	Meta 2027	Meta Trienal (2025–2027)
-----------	-----------------------------	-----------	-----------	-----------	--------------------------

Número de assistidos (pacientes e familiares)	953	1.001	1.051	1.103	Média de 1.052 assistidos/ano
Número de pacientes assistidos	500	525	551	579	Média 551 assistidos/ano
Número de atendimentos multiprofissionais	15.463	16.236	17.048	17.900	51.184/triênio
Número de exames realizados	448	470	494	519	Média 494/ano
Taxa de adesão às atividades terapêuticas e recreativas (%)	ND	70%	80%	85%	85%
Índice de satisfação dos pacientes e familiares (%)	ND	85%	85%	85%	≥ 85%
Número de ações educativas e de promoção da saúde realizadas	22 ações	24 ações	24 ações	24 ações	Total: 72

- **Ações**

- Oferecer suporte biopsicossocial contínuo aos pacientes e famílias;
- Garantir acesso regular a medicamentos, exames e tratamentos especializados;
- Promover oficinas terapêuticas, culturais, recreativas e esportivas;
- Realizar campanhas educativas sobre cuidados com a saúde e prevenção;
- Fortalecer o vínculo com instituições de saúde parceiras;
- Implementar sistema de escuta ativa e avaliação da experiência dos usuários;
- Acompanhar indicadores de adesão, evasão e engajamento dos beneficiários;
- Implementar pesquisa de satisfação com os usuários dos serviços;
- Integrar ações de saúde com atividades pedagógicas e sociais da instituição.

6.2 ASSISTÊNCIA

6.2.1 Hotelaria

6.2.1.1 Objetivo Estratégico 3: Garantir hospedagens apropriadas aos assistidos.

Indicador	Resultado Anual 2024 (Base)	Meta 2025	Meta 2026	Meta 2027	Meta Trienal (2025-2027)
Número de hospedagens realizadas	11.550	12.128	12.734	13.371	38.232/triênio
Número de hóspedes atendidos	841	883	927	974	Média de 928 hóspedes/ano
Índice de satisfação dos hóspedes (%)	ND	85%	85%	85%	≥ 85%
<ul style="list-style-type: none">• Ações<ul style="list-style-type: none">○ Manter e aprimorar a infraestrutura de hospedagem;○ Oferecer serviços de apoio e acolhimento;○ Otimizar a gestão de leitos e recursos;○ Implantar pesquisa de satisfação;○ Monitorar a satisfação dos hóspedes.					

6.2.2 UAN – Unidade de Alimentação Nutricional

6.2.2.1 Objetivo Estratégico 4: Contribuir com a segurança alimentar durante e após a hospedagem.

Indicador	Resultado Anual 2024 (Base)	Meta 2025	Meta 2026	Meta 2027	Meta Trienal (2025-2027)
Número de cestas básicas distribuídas	3.435	3.607	3.787	3.976	11.370/triênio

Número de refeições fornecidas	42.277	44.391	46.610	48.941	139.942/triênio
<ul style="list-style-type: none"> Ações <ul style="list-style-type: none"> Fortalecer parcerias com doadores de insumos; Buscar novas parcerias para ampliar quantidade de alimentos doados; Entregar cestas básicas as famílias assistidas; Fornecer cinco refeições diárias aos assistidos hospedados. 					

6.2.3 Habitação

6.2.3.1 Objetivo Estratégico 5: Propiciar habitações mais adequadas às necessidades dos pacientes e familiares.

Indicador	Resultado Anual 2024 (Base)	Meta 2025	Meta 2026	Meta 2027	Meta Trienal (2025-2027)
Número de casas construídas	4	4	4	5	13/triênio
Número de casas reformadas	7	7	8	8	23/triênio
<ul style="list-style-type: none"> Ações <ul style="list-style-type: none"> Fortalecer e buscar novas parcerias para custear programas habitacionais; Construir casas para assistidos; Reformar casas de assistidos; Melhorar a qualidade de moradia através de reformas. 					

6.3 EDUCAÇÃO

6.3.1 Educação Básica

6.3.1.1 Objetivo Estratégico 6: Garantir o processo de escolarização (curricular)/formação (complementar) de crianças e jovens atendidos.

Indicador	Resultado Anual 2024	Meta 2025	Meta 2026	Meta 2027	Meta Trienal (2025- 2027)

	(Base)				
Número de alunos nas classes hospitalar e domiciliar	175	215	226	237	Média de 226 Alunos/ano
Número de atendimentos da classe domiciliar/hospitalar	3.027	3.178	3.337	3.504	10.020/triênio
Número de Kits escolares distribuído	70	74	78	82	237/triênio
Taxa de permanência escolar durante o tratamento (%)	ND	75%	80%	85%	≥ 85%
Percentual de alunos que permanecem na escola após o tratamento	ND	75%	80%	85%	≥ 85%

Nível de satisfação das famílias com o suporte educacional (%)	ND	85%	85%	85%	≥ 85%
Número de capacitações pedagógicas realizadas com a equipe	4 capacitações	4 capacitações	4 capacitações	4 capacitações	12 capacitações
<ul style="list-style-type: none"> Ações <ul style="list-style-type: none"> Assegurar a continuidade dos estudos durante o tratamento, por meio de atendimento domiciliar e hospitalar; Fortalecer a articulação com escolas de origem, secretarias de educação e professores responsáveis; Ampliar e diversificar as atividades pedagógicas conforme faixa etária e nível de ensino; Capacitar continuamente a equipe pedagógica e voluntários; Acompanhar o progresso escolar dos alunos atendidos com registros e avaliações periódicas; Incentivar práticas lúdicas e interativas que favoreçam a aprendizagem; Disponibilizar recursos educacionais e tecnológicos adequados ao perfil dos estudantes; Envolver as famílias no processo educacional, promovendo o vínculo e a corresponsabilidade. 					

6.3.1.2 Objetivo Estratégico 7: Ofertar atividades de incentivo artístico e cultural para o público-alvo da Casa.

Indicador	Meta Anual 2024 (Base)	Meta 2025	Meta 2026	Meta 2027	Meta Trienal 2025–2027
Número de oficinas culturais/artísticas realizadas	48	48	48	48	144/triênio

Número de participantes nas oficinas	120	140	150	160	Média de 150 alunos/ano
Número de apresentações culturais realizadas (internas e externas)	6	8	8	8	24/triênio
Número de projetos culturais inscritos em editais e leis de incentivo	2	2	2	2	6/triênio
Número de parcerias para ações culturais firmadas	4	5	5	5	15/triênio
Participação do público externo em eventos culturais promovidos	ND	0	100	100	200/triênio
Percentual de satisfação dos participantes nas atividades culturais	ND	85%	85%	85%	Média: 85%
<ul style="list-style-type: none"> Ações <ul style="list-style-type: none"> Elaborar e submeter projetos culturais a editais e leis de incentivo (Lei Rouanet, Lei Câmara Cascudo etc.); Realizar oficinas contínuas nas áreas de música, teatro, pintura, dança e literatura; Organizar apresentações culturais internas e externas para estimular a expressão artística dos participantes; Firmar parcerias com grupos artísticos, escolas de arte e instituições culturais; Realizar eventos abertos ao público com exposição dos trabalhos desenvolvidos nas oficinas; Aplicar pesquisas de satisfação com os participantes das atividades culturais. 					

6.3.2 Educação Profissionalizante

6.3.2.1 Objetivo Estratégico 8: Promover o desenvolvimento de competências e habilidades profissionais para pacientes e acompanhantes.

Indicador	Meta Anual 2024 (Base)	Meta 2025	Meta 2026	Meta 2027	Meta Trienal 2025-2027)
Número de alunos atendidos	132	139	146	153	Média de 146 alunos/ano
Número de oficinas/cursos realizados	78	86	95	105	286/triênio
Percentual de concluintes em relação aos inscritos	90%	90%	90%	90%	Média de 90% concluintes / ano
Número de eventos e exposição externas	15	16	17	19	52/triênio
Renda gerada por participações em ações de comercialização	R\$ 23.694	R\$ 24.879	R\$ 26.123	R\$ 27.429	R\$ 78.431/triênio
Grau de satisfação dos participantes (via avaliação)	ND	85%	85%	85%	Média 85%

• Ações

- Ampliar a oferta de cursos e oficinas;
- Desenvolver estratégias para garantir a permanência e conclusão dos cursos;
- Estabelecer e fortalecer parcerias com instituições de ensino, empresas e organizações

sociais;

- Participar de feiras, eventos e bazares para divulgar e comercializar produtos confeccionados pelos beneficiários;
- Ofertar oficinas voltadas para empreendedorismo, marketing e gestão de pequenos negócios;
- Realizar avaliações de satisfação com os participantes ao final das capacitações;
- Acompanhar os egressos para incentivar a continuidade da produção e inserção no mercado de trabalho.

6.4 ÁREAS ESTRATÉGICAS

6.4.1 Captação

6.4.1.1 Objetivo Estratégico 9: Diversificar as modalidades de captação de recursos financeiros.

Indicador	Resultado Anual 2024 (Base)	Meta 2025 +5%	Meta 2026 +10%	Meta 2027 +10%	Meta Trienal (2025-2027)
Nº de ações para prospecção de novas parcerias	11	11	11	11	33/triênio
Nº Projetos Matrizes em consonância com as diretrizes estratégicas e ODS's	5	5	5	5	15/triênio
Nº de parcerias para o Bazar	3	6	8	10	Média 8/triênio
Nº de parcerias para o TROCO	3	8	10	12	Média 9/triênio
Nº de premiações	3	3	3	3	Média 3/triênio

% de diversificação de fontes	ND	nenhuma fonte maior que 70%	nenhuma fonte maior que 60%	nenhuma fonte maior que 50%	Nenhuma fonte maior que 50%
<ul style="list-style-type: none"> ○ Ações <ul style="list-style-type: none"> ○ Realizar almoço mensalmente para parceiros e doadores; ○ Elaborar Projetos matrizes para prospectar recursos por meio de editais de empresas públicas e privadas com o apoio de Leis de Incentivos Fiscais e Emendas Parlamentares; ○ Relacionar-se com vereadores, deputados estaduais, deputados federais e senadores da república para proposição de Emendas parlamentares; ○ Firmar parcerias com pessoas físicas e jurídicas para doações de produtos a serem comercializados pelo Bazar do Caquito; ○ Estabelecer parcerias com empresas de varejo (supermercados, farmácias, etc) para Campanha TROCO; ○ Implementar CRM de doadores com relatório de impacto personalizado; ○ Desenvolver campanhas digitais segmentadas; ○ Participar de premiações para fortalecer a visibilidade institucional. 					

6.4.1.2 Objetivo Estratégico 10: Ampliar a captação de recursos para dar sustentabilidade para Instituição.

Indicador	Resultado Anual 2024 (Base)	Meta 2025 +5%	Meta 2026 +10%	Meta 2027 +10%	Meta Trienal (2025-2027)
Valor captado CD	R\$ 5.108.514,16	R\$ 5.363.939,87	R\$ 5.632.136,86	R\$ 5.913.743,70	R\$ 16.909.820,43
Valor captado DI	R\$ 952.310,56	R\$ 1.047.541,62	R\$ 1.152.295,78	R\$ 1.267.525,36	R\$ 3.467.362,75
Valor captado ET	R\$ 512.505,05	R\$ 563.756	R\$ 620.131	R\$ 682.144	R\$ 1.866.031
<ul style="list-style-type: none"> ● Ações <ul style="list-style-type: none"> ○ Desenvolver novas estratégias de captação; ○ Identificar e prospectar potenciais doadores; ○ Fortalecer relacionamento com doadores e parceiros; ○ Ampliar as receitas das atuais parcerias; ○ Diversificar fontes de receita. 					

6.4.2. Comunicação

6.4.2.1 Objetivo Estratégico 11: Fortalecer a visibilidade institucional e a marca institucional

Indicador	Resultado Anual 2024 (Base)	Meta 2025	Meta 2026	Meta 2027	Meta Trienal (2025–2027)
Nº de seguidores nas redes sociais (total)	174.987	227.483	295.728	384.446	30% de aumento/ano
Nº de acessos às redes sociais	2.412.375	3.136.087	4.076.913	5.299.987	30% de aumento/ano
Taxa de engajamento nas redes sociais (%)	ND	3%	6%	9%	Média de 6%/ano
Nº de matérias/publicações na imprensa	2.079	2.182	2.292	2.406	Média 2.293/ano
Nº de releases	112	200	200	200	Média 200/ano
Nº de parceiros de mídia/veículos apoiadores	189	198	208	218	Média 208/ano
Nº de campanhas institucionais realizadas	14	14	14	14	Média 14/ano
Nº de eventos cobertos pela comunicação	20	20	20	20	Média 20/ano
Índice de lembrança espontânea da marca	ND	Aumentar 5%	Aumentar 5%	Aumentar 10%	Aumentar 20%/triênio
Alcance de mídias tradicionais (TV, rádio, jornais)	ND	Aumentar 5%	Aumentar 5%	Aumentar 10%	Aumentar 20%/triênio
Ações: <ul style="list-style-type: none"> ○ Consolidar e expandir a presença digital da Casa Durval Paiva nas plataformas online; ○ Estabelecer parcerias e fortalecer o relacionamento com a imprensa e veículos de comunicação; ○ Aumentar a produção de conteúdo humanizado (histórias de pacientes e famílias); ○ Criar Observatório Digital; ○ Padronizar e sistematizar os processos de comunicação interna e externa; ○ Desenvolver campanhas institucionais integradas aos objetivos estratégicos da CDP; ○ Monitorar, avaliar e otimizar continuamente os canais e ações de comunicação. 					

6.4.3 Financeiro

6.4.3.1 Objetivo Estratégico 12: Garantir uma gestão eficiente dos recursos financeiros.

Indicador	Resultado Anual 2024 (Base)	Meta 2025	Meta 2026	Meta 2027	Meta Trienal (2025-2027)
Percentual de conformidade com o orçamento	81%	90%	90%	90%	Média de 90%/ano
Percentual de conformidade nos processos de pagamento	ND	90%	90%	90%	90%
Percentual de conformidade em prestação de contas	ND	90%	90%	90%	90%
Percentual de conformidade em auditorias	ND	90%	90%	90%	90%
<ul style="list-style-type: none"> Ações <ul style="list-style-type: none"> Analisar histórico de receitas e despesas e elaborar plano orçamentário; Gerenciar processos de pagamentos em conformidade com as necessidades e legislações; Acompanhar continuamente a execução do orçamento; Auditar processos de pagamentos; Acompanhar prestações de contas e balanços anuais. 					

6.5 ÁREAS DE SUPORTE

6.5.1 Recursos Humanos

6.5.1.1 Objetivo Estratégico 13: Gerenciar as pessoas para atender com excelência os stakeholders

Indicador	Resultado Anual 2024	Meta 2025	Meta 2026	Meta 2027	Meta Trienal (2025-2027)

	(Base)				
Nº de Processos Seletivos	17	10	10	10	10% de Processos seletivos realizados
Percentual de treinamentos executados conforme o planejamento anual	80%	80% de treinamentos executados	80% de treinamentos executados	80% de treinamentos executados	80% de treinamentos executados
Percentual de nível de satisfação dos colaboradores	80%	80% dos colaboradores satisfeitos	80% dos colaboradores satisfeitos	80% dos colaboradores satisfeitos	80% dos colaboradores satisfeitos
Percentual de processos administrativos em conformidade com as diretrizes institucionais e CLT	80%	100% de conformidade	100% de conformidade	100% de conformidade	100% de conformidade
<ul style="list-style-type: none"> Ações <ul style="list-style-type: none"> ○ Recrutar e selecionar colaboradores; ○ Treinar e qualificar equipe; ○ Realizar atividades que contribuam para um bom clima organizacional; ○ Cumprir os protocolos legais e morais. 					

6.5.2 Tecnologia da informação e comunicação

6.5.2.1 Objetivo Estratégico 14: Aprimorar a infraestrutura e os sistemas de informação, garantindo segurança, eficiência e inovação tecnológica.

Indicador	Resultado Anual 2024 (Base)	Meta 2025	Meta 2026	Meta 2027	Meta Trienal (2025–2027)
% na resolução de demandas TI	ND	90%	90%	90%	Média de 90%/ano
% de disponibilidade e desempenho dos sistemas	ND	98%	98%	98%	Média de 98%/ano
% de conformidade com políticas de backup e segurança	ND	80%	90%	95%	Média de 88%/ano
Revisar e aprimorar processos institucionais	ND	80%	90%	95%	Média de 88%/ano
Ações <ul style="list-style-type: none"> Garantir suporte técnico eficiente e proativo aos usuários; Implementar soluções que reforcem a segurança da informação e a integridade dos dados; Estimular a adoção de novas tecnologias para otimização dos processos institucionais; Modernizar continuamente a infraestrutura de redes, equipamentos e sistemas.					

8. AVALIAÇÃO DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DA CASA DURVAL PAIVA

A partir da definição dos indicadores, metas e ações para cada objetivo estratégico da Casa Durval Paiva, é importante verificar se o desenvolvimento do negócio e os processos que a entidade planejou estão no caminho certo, além de averiguar se estão alinhados aos valores que norteiam a cultura da instituição. Assim, nesta seção, serão apresentados os métodos para aferir os resultados alcançados em cada ano deste triênio.

Visando monitorar se às atividades previstas para o triênio 2025 a 2027 estão sendo efetivadas, além de garantir que tais atividades estejam sendo desenvolvidas de acordo com os parâmetros definidos neste planejamento estratégico, foi estabelecido um processo de acompanhamento com base no plano de ação operacional setorial e no relatório setorial operacional e financeiro mensal. Cada setor, estrutura às atividades anuais específicas e inerentes a área sob a sua responsabilidade, direcionando para as ações e objetivos estratégicos do planejamento institucional. Em cada plano de ação setorial são evidenciadas métricas específicas, tais como: custos, tempo de execução, recursos financeiros, recursos materiais e humanos necessários, entre outros.

Na medida em que o plano de ação setorial anual está sendo colocado em prática, o gestor de cada área deve se certificar de que todas as atividades estão sendo desenvolvidas em conformidade com o planejado, ou, se necessário, proceder com os ajustes, isto será feito pela análise dos relatórios setoriais mensais. Mais do que avaliar, o gestor de área deve observar se é necessária alguma mudança de curso, e se os parâmetros de alguma atividade precisa ser repensada.

A garantia do andamento das atividades ajuda a estabelecer padrões de desempenho que indiquem o progresso rumo aos objetivos de longo prazo, avalia o desempenho das pessoas e fornece insumos para a formulação de feedbacks. Outro ponto fundamental é observar se as atividades estão consistentes com a missão, visão e valores da Casa Durval Paiva, uma vez que estão diretamente relacionados com o clima organizacional e a imagem corporativa da organização.

Avaliar a capacidade de alcançar os objetivos estratégicos e identificar possíveis gargalos e barreiras a serem superados, é um mecanismo fundamental para corrigir rumos e rotas. Analisar a força de trabalho e as ideias e ações a serem implementadas, é importante para mensurar o quanto a Casa Durval Paiva é capaz de atingir o que foi estabelecido para o período. Na comparação entre dados de desempenho e os padrões estabelecidos é possível visualizar ou antecipar possíveis gargalos no dia a dia corporativo.

Portanto, acompanhar o planejamento estratégico é uma forma de garantir que as equipes estejam fazendo um bom trabalho, empenhadas em manter o progresso e com registros adequados para que possam ser avaliadas, servindo de parâmetros para tomada de decisão. Por isso, é determinante realizar um monitoramento estratégico e uma avaliação do planejamento de forma sistemática e constante, uma vez que possibilita fazer investimentos, contratar pessoal, buscar ferramentas tecnológicas, montar parcerias, entre muitas outras soluções. Esse monitoramento incentiva a Casa Durval Paiva à melhoria contínua; fornece dados sobre o impacto das atividades, dá subsídios e informações para tomada de decisão. Também permite a revisão de processos, à medida que a instituição percebe que é preciso modificar atividades, relacionamentos internos e externos, abordagens com o doador e o beneficiário, entre outras correções.

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O planejamento estratégico para o triênio 2025 a 2027 da Casa Durval Paiva foi construído de forma compartilhada e tomou-se como base as oportunidades e ameaças do ambiente externo, e as características das forças e fraquezas do ambiente interno da organização. Nessa perspectiva, constatou-se que a organização precisa ter um processo flexível e contínuo de planejamento estratégico, pois quanto mais complexo e dinâmico os cenários e contextos da instituição, maior a quantidade de informações necessárias para a tomada de decisão.

A execução da estratégia e a gestão do desempenho organizacional devem estar refletidos no dia a dia da Casa Durval Paiva, assim é possível utilizar os recursos da organização com mais eficácia e eficiência e ainda, concebendo um modelo operacional mais harmonioso e acolhedor. Essa estruturação - composta pela formatação e desenvolvimento do portfólio dos serviços, pela modelagem dos processos de negócio da organização, pela criação de um sistema de gestão da qualidade, pelo estabelecimento de controles internos, pela adoção de uma metodologia alinhada com a estratégia da organização e considerando a todo momento as ferramentas e melhores práticas de gestão existentes, direciona para decisões de investimentos mais assertivas, sustentáveis e saudáveis.

Todas as iniciativas elencadas foram apoiadas e motivadas pelo setor de RH – Recursos Humanos, pois sem essa orientação aos colaboradores da organização, o alcance dos objetivos estratégicos da Casa Durval Paiva, torna-se muito mais difícil. Sem motivação, raramente existe proatividade, e o esforço envolvido nas mudanças e transformações pode ser comprometido. Na verdade, esse é o início de um longo trabalho, o desenvolvimento de ferramentas de gestão do desempenho organizacional, acompanhamento e divulgação, deve receber especial atenção, assim como o desenvolvimento do modelo operacional da organização, pois são fatores que são críticos para evolução e fortalecimento institucional.

A gestão baseada na liderança, no controle e na visão analítica, com suas técnicas de mapeamento da organização, sua visão sistêmica aliada à visão por processos e a construção da rede social da organização, são recursos existentes para gestão efetiva de organizações ágeis e flexíveis. Essas características só são desenvolvidas na sua plenitude em organizações que possuem suas estruturas alinhadas a estratégia. E isto, influencia diretamente a maneira como a organização lida com mudanças e transformações, iniciadas por motivos externos ou internos.

As organizações bem-sucedidas entendem que o processo de mudança é lento e gradual. Atalhos apenas criam uma ilusão de redução no prazo. Todavia, espera-se, que, além dos fatores citados anteriormente, o sucesso da efetividade deste planejamento estratégico que está diretamente ligado ao empenho dos colaboradores que devem ser constantemente motivados para o alcance dos objetivos da organização, de fato aconteça. Acredita-se ainda, que o planejamento estratégico para o triênio 2025 a 2027 da Casa Durval Paiva, possa ser utilizado como um guia para cada colaborador/voluntário, bem como seja um parâmetro a ser seguido e perseguido por todos.