

PLANO DE AÇÃO 2026

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

Natal

Janeiro/2026

PLANO DE AÇÃO 2026

EQUIPE DE ELABORAÇÃO

Superintendente: Ana Járvis de Melo Campos

Gestora de Recursos Humanos: Anne Karinne Dantas

Gestor da Central de Relacionamento: Fábio Ferreira Silva

Equipe do Desenvolvimento Institucional: Helder Ferreira Coutinho Filho e equipe

Gestor de Tecnologia da Informação e Comunicação: Matheus Silva Lopes

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

Colaboradores da Equipe Técnica:

- Ana Carolina Amorim de Sousa Lopes - Dentista
- Cinthia de Carvalho Moreno - Fisioterapeuta
 - Ester Rayane da Silva Bezerra – Pedagoga
 - Gilvania Guedes Teixeira Vêras - Psicóloga
 - Isabelle Medeiros Resende – Farmacêutica
- Jéssica Kelly de Souza Bezerra França – Coordenadora de Emprego e Renda
 - Keilha Israely Fenandes de Araújo Santana – Assistente Social
- Luis da Costa Nepomuceno Filho – Coordenador do Diagnóstico Precoce
 - Marília Gabriela Nunes de Oliveira – Assistente Social
 - Patrícia Fernanda Gomes Lino Silva - Nutricionista
- Raryane Nascimento dos Santos – Coordenadora Pedagógica
 - Simone de Melo Norat Campos - Dentista

Gestora da SEMAC: Swyslayne Sousa Lima

Gestora Financeira: Telma Lúcia Silva de Araújo

Natal
Janeiro/2026

Sumário

1. APRESENTAÇÃO	9
2. ÁREA ESTRATÉGICA	12
2.1 CAPTAÇÃO DE RECURSOS: DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL E CENTRAL DE DOAÇÕES	12
2.1.1 Objetivo geral.....	16
2.1.2 Objetivos específicos.....	16
2.1.3 Metodologia.....	17
2.1.4 Indicadores e metas	19
2.1.5 Avaliação dos resultados	28
2.2 COMUNICAÇÃO.....	29
2.2.1 Objetivo geral.....	30
2.2.2 Objetivos específicos.....	30
2.2.3 Metodologia.....	30
2.2.4 Indicadores e Metas Setoriais (2026).....	31
2.2.5 Rede de Rádios: Como otimizar?	33
2.2.6 Newsletter: Como otimizar?	35
2.2.7 Eventos de divulgação.....	36
2.2.8 Campanhas publicitárias	39
2.2.9 Resultados Esperados	40
2.3 FINANCEIRO	41
2.3.1 Indicadores e metas	42
2.3.2 Justificativa	42
2.3.3 Ações Operacionais.....	43
2.3.4 Resultados Esperados	44
3. ÁREA DE SUPORTE	45
3.1 SEMAC - Serviços de manutenções, compras, estoque, transporte e hotelaria.....	45
3.1.1 Objetivo geral.....	45
3.1.2 Objetivos específicos.....	45
3.1.3 Indicadores e Metas.....	46

3.1.4	Justificativa.....	47
3.1.5	Plano de Ação 2026.....	47
3.2	TIC – TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	51
3.2.1	Objetivo geral.....	51
3.2.2	Objetivos específicos.....	51
3.2.3	Ações, indicadores e metas.....	52
3.2.4	Considerações finais.....	55
3.3	RH- RECURSOS HUMANOS	55
3.3.1	Contextualização Estratégica	55
3.3.2	Objetivo geral.....	56
3.3.3	Objetivos específicos.....	56
3.3.4	Justificativa.....	56
3.3.5	Indicadores e Metas por Subsistema	57
3.3.6	Plano de Ação.....	1
3.3.7	Considerações Finais	8
4.	ÁREA TÉCNICA: ASSISTÊNCIA SOCIAL, SAÚDE, EDUCAÇÃO E EMPREGO E RENDA	9
4.1	ASSISTÊNCIA SOCIAL – SERVIÇO SOCIAL	9
4.1.1	Objetivo geral.....	9
4.1.2	Objetivos específicos.....	10
4.2	SAÚDE - DIAGNÓSTICO PRECOCE.....	16
4.2.1	Objetivo geral.....	16
4.2.2	Objetivos específicos.....	16
4.2.3	Justificativa	19
4.2.4	Projetos.....	20
4.3	SAÚDE - DISPENSÁRIO DE MEDICAMENTO.....	23
4.3.1	Objetivo geral.....	23
4.3.2	Objetivos específicos.....	23
4.3.3	Indicadores e Metas.....	24
4.3.4	Justificativa	25

4.3.5 Plano de Ação	25
4.4 SAÚDE - FISIOTERAPIA	27
4.4.1 Objetivo geral.....	27
4.4.2 Objetivos específicos.....	27
4.4.3 Indicadores e Metas.....	28
4.4.4 Justificativa	28
4.4.5 Plano de Ação	30
4.5 SAÚDE - NUTRIÇÃO	33
4.5.1 Objetivo geral.....	33
4.5.2 Objetivos específicos.....	33
4.5.3 Indicadores e Metas.....	34
4.5.4 Justificativa	34
4.5.5 Plano de Ação	35
4.6 SAÚDE - ODONTOLOGIA	37
4.6.1 Objetivo geral.....	37
4.6.2 Objetivos específicos.....	37
4.6.3 Indicadores e Metas.....	38
4.6.4 Justificativa	38
4.6.5 Plano de Ação	39
4.7 SAÚDE - PSICOLOGIA.....	40
4.7.1 Objetivo geral.....	40
4.7.2 Objetivos específicos.....	40
4.7.3 Justificativa	41
4.7.4 Indicadores e Metas.....	41
4.7.5 Plano de Ação	42
4.7.6 Evento anual	49
4.8 EDUCAÇÃO – CLASSE DOMICILIAR E CLASSE HOSPITALAR.....	51
4.8.1 Objetivo geral.....	53
4.8.2 Objetivos específicos.....	53

4.8.3 Justificativa	54
4.8.4 Indicadores e Metas	55
4.8.4 Plano de Ação	56
4.8.5 Projetos Financiados para 2026	59
4.9 GERAÇÃO DE TRABALHO E RENDA – CASA DOS OFÍCIOS	63
4.9.1 Objetivo geral	63
4.9.2 Objetivos específicos	64
4.9.3 Indicadores e Metas	64
4.9.4 Justificativa	64
4.9.5 Plano de Ação	65
4.9.6 Projetos 2026	68
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	70

Sumário de Tabelas

Tabela 1 : Comparativo de receitas 2024/2025	13
Tabela 2 : Metas DI e Central de Doações 2026	15
Tabela 3 : Indicadores e metas Objetivo 1 - DI	19
Tabela 4 : Indicadores e metas objetivo 2 - DI.....	20
Tabela 5 : Indicadores e metas objetivo 3 - DI	21
Tabela 6 : Indicadores e metas objetivo 4 – DI	22
Tabela 7 : Indicadores e metas objetivos 5 e 6 - DI.....	22
Tabela 8 : Indicadores e metas objetivos 7 e 8 - DI.....	23
Tabela 9 : Indicadores e metas objetivos 9, 10 e 11 - DI	24
Tabela 10 : Indicadores e metas objetivo 12 - DI.....	25
Tabela 11 : Indicadores e metas objetivo 13 - DI.....	26
Tabela 12 : Indicadores e metas objetivo 14 - DI.....	26
Tabela 13 : Indicadores e metas objetivo 15 – Central de Doações.....	27
Tabela 14 : Prazos de solicitações.....	31
Tabela 15 : Indicadores da Imprensa.....	31
Tabela 16 : Indicadores das Mídias Digitais.....	32
Tabela 17 : Temas para Rádios 2026	34
Tabela 18 : Temas Newsletter 2026	36
Tabela 19 : Eventos internos	37
Tabela 20 : Datas alusivas.....	37
Tabela 21 : Cronograma de Tipologia do Câncer Infantojuvenil	39
Tabela 22 : Indicadores e metas do Financeiro	42
Tabela 23 : Ações e suas derivações.....	43
Tabela 24 : Indicadores, resultados de 2025 e metas administrativas 2026	46
Tabela 25 : Indicadores, resultado de 2025 e metas sociais 2026	47
Tabela 26 : Ações da SEMAC	48
Tabela 27 : Provisão de Recursos Humanos	57
Tabela 28 : Desenvolvimento de Pessoas.....	57
Tabela 29 : Aplicação de Recursos Humanos.....	58
Tabela 30 : Manutenção de Pessoas	58
Tabela 31 : Monitoramento de Pessoas	59
Tabela 32 : Indicadores e metas do Serviço Social 2026	10
Tabela 33 : Ações sistêmicas realizadas pelo Serviço Social	12
Tabela 34 : Projetos em execução	14
Tabela 35 : Metas do Diagnóstico Precoce 2026.....	18
Tabela 36 : Plano das Atividades Diagnóstico Precoce 2026	20

Tabela 37: PRONON- Qualificar para Salvar e Cuidar e Saber	21
Tabela 38: Instituto Ronald Mcdonald (IRM).....	22
Tabela 39: Indicadores e metas do Dispensário de Medicamentos 2026	24
Tabela 40: Planejamento das ações do Dispensário de Medicamentos 2026	25
Tabela 41: Indicadores e metas da Fisioterapia 2026	28
Tabela 42: Indicadores e Metas Nutrição 2026	34
Tabela 43: Planejamento das ações Nutrição 2026	35
Tabela 44: Indicadores e metas Odontologia 2026	38
Tabela 45: Planejamento das ações da Odontologia 2026	39
Tabela 46: Plano de atividades da Odontologia 2026.....	40
Tabela 47: Indicadores e metas da Psicologia 2026	41
Tabela 48: Planejamento das ações Psicologia 2026	42
Tabela 49: Ações - Recanto Cultural 2026	48
Tabela 50: Plano Individual de Trabalho	49
Tabela 51: Indicadores e metas 2026 – AEHD/CDP	55
Tabela 52: Ações AEHD 2026.....	56
Tabela 53: Indicadores e Metas Casa dos Ofícios 2026	64
Tabela 54: Ações da Casa dos Ofícios 2026	65

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.

Ao longo dessa trajetória, o Terceiro Setor vem buscando estratégias e mecanismos que lhes garantam sustentabilidade organizacional, financeira e humana, qualificando e profissionalizando o seu quadro dirigente, de colaboradores, voluntários 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.

Deste modo, 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.

Nesse sentido, 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 concepção tornam-se mais propositivas, parceiras e executoras de políticas sociais, educacionais, ambientais, dentre outras.

Com essas bases e nesse contexto, há 31 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 infante 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 2026, 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.

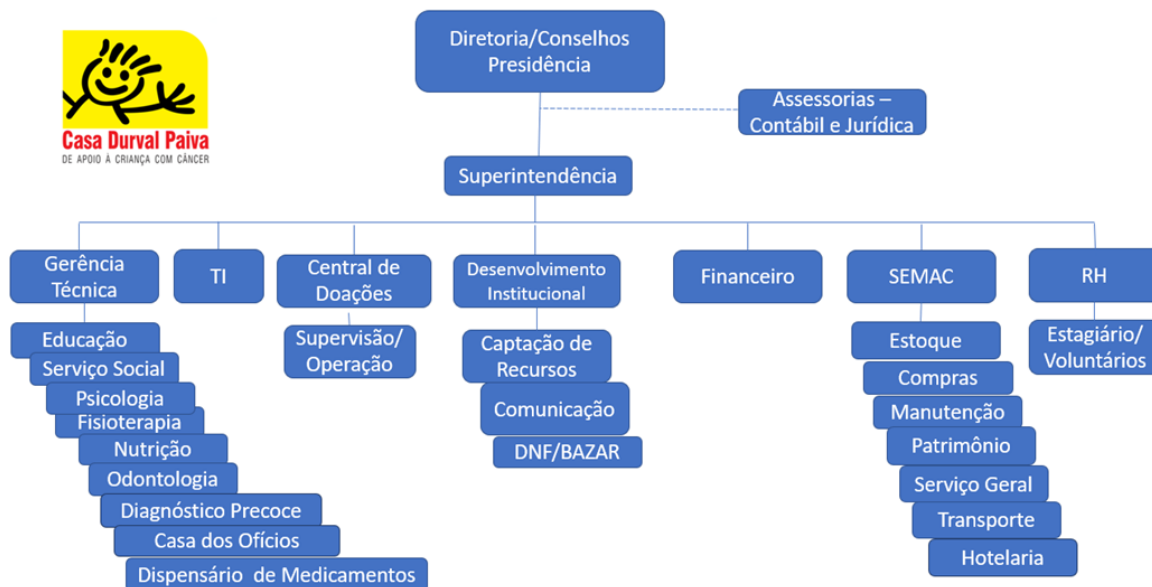
Portanto esta ferramenta tem uma relação clara de causa e efeito com os objetivos que a instituição pretende atingir. Deste modo, entende-se que tal instrumento é fundamental para que sejam organizadas e monitoradas todas as ações necessárias tanto para a conquista dos objetivos da Casa Durval Paiva, 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.

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



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 - DI e a Central de Doações. O DI sendo responsável pela captação com parceiros por meios das estratégias de Campanha Troco, Bazar, parcerias com entidades públicas e privadas, a partir da realização de projetos com e sem recursos incentivados, e ainda, utilizando ferramentas de doações online. E a Central de Doações captando recursos financeiros por meio da doação de pessoas físicas, em sua maioria, mas também de pessoas jurídicas na metodologia de telemarketing. Importante ressaltar, que também compõe as receitas da Casa Durval Paiva, os rendimentos financeiros das aplicações bancárias.

Em 2025, a arrecadação totalizou **R\$ 6.409.853,34**, excluindo os rendimentos financeiros. Desse valor, aproximadamente **74%** foi obtido pela Central de Doações, correspondendo a **R\$ 4.893.329,03**, enquanto o Desenvolvimento Institucional (DI) contribuiu com os **23%** restantes, equivalente a **R\$**

PLANO DE AÇÃO 2026

1.516.524,31 . Acrescido a essa arrecadação, tem-se como receita os rendimentos bancários totalizando **R\$ 210.934,62**, perfazendo **3%** do total da receita do exercício 2025, que fez o montante de **R\$ 6.620.787,96**.

As receitas do Desenvolvimento Institucional (DI) apresentam uma composição diversificada. O Bazar da Casa Durval Paiva liderou a arrecadação, representando 14% do total, com **R\$ 216.639,18**. Em seguida, o Bazar da Receita Federal do Brasil (RFB), tanto dos brinquedos, quanto das mercadorias de Foz do Iguaçu, contribuiu com 23%, equivalente a **R\$ 348.290,68**. Os projetos, incluindo recuperação de custo e emendas parlamentares, foram responsáveis em 2025 por 30% da receita, somando **R\$ 461.867,37**. Já o TROCO, Nota Potiguar e Parcerias apresentando um valor de **R\$ 310.408,85**, correspondendo a 25%. Essas são as estratégias de receitas mais representativas, conforme tabela 1.

Com base nestes dados, e considerando o comparativo realizado entre os anos de 2024 e 2025 (tabela 1), entende-se que ainda existe a necessidade de fortalecer as fontes já existentes e as que conquistamos no ano anterior.

Tabela 1 : Comparativo de receitas 2024/2025

RECEITAS	2024	2025	% EVOLUÇÃO 2024/2025	% TOTAL GERAL 2025/2025
TELEMARKETING	R\$ 5.108.514,16	R\$ 4.893.329,03	-4%	74%
DI				
BAZAR CDP	R\$ 206.041,06	R\$ 216.639,18	5%	3%
BAZAR RFB	R\$ 0,00	R\$ 135.138,87	100%	2%
BAZAR RFB - BRINQUEDOS	R\$ 185.734,34	R\$ 213.151,81	15%	3%
DOAÇÃO ON-LINE	R\$ 26.906,00	R\$ 17.881,24	-36%	0,1%
EMENDAS	R\$ 20.000,00	R\$ 100.000,00	400%	2%
NOTA POTIGUAR	R\$ 92.661,15	R\$ 73.350,70	-20%	1%
OUTROS*	R\$ 31.563,55	R\$ 37.621,99	22%	0,5%
PARCERIAS (Queiroz, Teleperformance, SEBRAE/RN)	0,00	R\$ 166.915,90	100%	2,6%
PASSAPORTES DA FESTA 30 ANOS	0,00	R\$ 123.815,00	100%	2%

PLANO DE AÇÃO 2026

PROCESSOS JUDICIAIS	R\$ 4.936,02	R\$ 0,00	-100%	0%
PROJETOS	R\$ 177.211,38	R\$ 175.000,00	-0,6%	3%
RECUPERAÇÃO DE CRÉDITO	R\$ 102.136,22	R\$ 186.867,37	84%	3%
TROCO	R\$ 105.120,84	R\$ 70.142,25	33%	1%
SUBTOTAL	R\$ 952.310,56	R\$ 1.516.524,31	60%	23%
FINANCEIRO				
RENDIMENTOS BANCÁRIOS	R\$ 470.980,00	R\$ 210.934,62	-56%	3%
TOTAL	R\$ 6.531.804,72	R\$ 6.620.787,96		1%

* 2024 - Casa dos Ofícios, cofrinho e doações identificadas.

A performance de captação de recursos do DI para 2026 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, os objetivos estratégicos da Instituição, o DI e a Central de Doações são responsáveis por:

- Aumentar a arrecadação da CDP;
- 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.

PLANO DE AÇÃO 2026

Tabela 2: Metas DI e Central de Doações 2026

RECEITAS	2025	ACRÉSCIMO	META 2026
TELEMARKETING	R\$ 4.893.329,03	5%	R\$ 5.137.995,48
DI			
BAZAR CDP	R\$ 216.639,18	10%	R\$ 238.000,00
BAZAR RFB	R\$ 135.138,87	260%	R\$ 500.000,00
BAZAR RFB - BRINQUEDOS	R\$ 213.151,81	-80%	R\$ 40.000,00
DOAÇÃO ON-LINE	R\$ 17.881,24	40%	R\$ 30.000,00
EMENDAS	R\$ 100.000,00	100%	R\$ 200.000,00
NOTA POTIGUAR	R\$ 73.350,70	5%	77.018,24
OUTROS*	R\$ 37.621,99	5%	R\$ 39.503,09
PARCERIAS (Queiroz, Teleperformance, SEBRAE/RN)	R\$ 166.915,90	0%	R\$ 166.000,00
PROJETOS	R\$ 175.000,00	100%	350.000,00
TROCO	R\$ 70.142,25	0%	R\$ 70.000,00
SUBTOTAL	R\$ 1.516.524,31		R\$ 1.710.521,33
TOTAL	R\$ 6.620.787,96	1%	R\$ 6.848.516,81

* 2024 - Casa dos Ofícios, cofrinho e doações identificadas.

A Casa Durval Paiva, referência no acolhimento e tratamento de crianças e adolescentes com câncer e doenças hematológicas crônicas, tem como princípio fundamental a atuação integrada de sua equipe multidisciplinar. O presente plano de ação nasce da necessidade de alinhar esforços, estratégias e práticas que garantam um atendimento humanizado, eficiente e centrado no paciente e em sua família.

A proposta é fortalecer a articulação entre profissionais de diferentes áreas, assistência social, saúde, diagnóstico precoce, educação e geração de renda, promovendo uma abordagem holística que considere não apenas o tratamento clínico, mas também o bem-estar emocional, social e educacional dos assistidos.

Este documento estabelece diretrizes para o trabalho colaborativo, define metas e indicadores da atuação, visando ampliar o impacto positivo das ações da Casa Durval Paiva. Mais do que um plano, trata-se de um compromisso coletivo com a vida, a dignidade e a esperança de cada criança e adolescente que encontra na instituição um espaço de cuidado e acolhimento.

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. Fortalecer a estratégia do ALMOÇO COM PARCEIROS (empresários, imprensa, autoridades, políticos entre outros);
3. Aumentar as receitas oriundas do Bazar do Caquito;
4. Aumentar a captação de recursos por meio de doações online;
5. Aumentar o número de parceiros para a campanha TROCO;
6. Ampliar o valor arrecadado com a campanha TROCO;
7. Aumentar o número de parceiros para a campanha COFRINHO;
8. Ampliar o valor arrecadado com a campanha COFRINHO;
9. Elaborar, submeter e aprovar projetos pelas leis de incentivos fiscais federal, estadual e municipal para captar recursos;
10. Elaborar, submeter e aprovar projetos por meio de editais de empresas privadas;
11. Firmar parcerias através de emendas parlamentares;
12. Captar recursos por meio do Imposto de Renda - IR de pessoas físicas e jurídicas;
13. Adotar a estratégia de Marketing Relacionado à Causa – MRC com leads e prospects da Casa Durval Paiva;
14. Escrever a Casa Durval Paiva em prêmios estaduais, regionais, nacionais e internacionais;
15. Aumentar a eficiência da Central de Doações;
16. Integrar o Desenvolvimento Institucional - DI e a Central de Doações - CD.

2.1.3 Metodologia

Manter o **banco de dados** de parceiros e doadores da Casa Durval Paiva atualizados 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 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 compartilhado 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
- Bazar do Caquito
- Doações On-line
- Campanha TROCO
- Cofres
- Projetos por Leis de Incentivos Fiscais
- Projetos por meio de editais de empresas públicas e privadas;
- Emendas parlamentares
- Destinação de Imposto de Renda
- MRC – Marketing Relacionado à Causa
- Prêmios
- Central de Doações

Em 2026, daremos continuidade ao **Almoço CDP**, uma estratégia de mobilização de pessoas físicas e jurídicas, 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.

O **Bazar do Caquito**, que se destacou em 2025, terá um papel ainda mais importante em 2026. Nossa meta é aumentar significativamente as arrecadações. 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.

Um avanço significativo em 2026 será a ampliação das **doações online**, uma inovação que contribuirá diretamente para a sustentabilidade financeira da Casa Durval Paiva. A estratégia foca na ampliação das doações online como pilar de sustentabilidade para a Casa Durval Paiva, priorizando a modernização dos canais digitais para reduzir barreiras e diversificar a captação. As diretrizes incluem a implementação de Pix e QR Codes de fácil acesso no site, a integração direta entre redes sociais e páginas de conversão, e a valorização das microdoações como porta de entrada para novos doadores. O plano atua de forma sinérgica com a Central de Doações para atrair e converter apoiadores, utilizando uma comunicação objetiva e o monitoramento de indicadores para transformar o engajamento virtual em recursos contínuos e escaláveis.

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. Outro elemento importante é tentar realizar o TROCO por meio de compras com cartão de crédito. Para tanto, tem-se que discutir as questões contábil e tributária da isenção, assim como questões referentes a taxa do cartão.

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.

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 2026, nossa estratégia será priorizar o aumento no volume de projetos inscritos e a mobilização eficaz com os parlamentares para ampliar a captação de emendas.

Além disso, buscaremos ao mesmo tempo expandir parcerias em **Marketing Relacionado à Causa (MRC)** e continuar a promoção de projetos incentivados e não incentivados.

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. Com a adoção de ferramentas de IA – Inteligência Artificial para geração de conteúdos de textos e imagens que contribuam para a captação de recursos com uma abordagem mais assertiva e ágil.

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 2026, 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.

2.1.4 Indicadores e metas

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

Tabela 3: Indicadores e metas Objetivo 1 - DI

INDICADOR	2025	2026
Número de empresas privadas	11	200
Número de empresas públicas	0	10
Número de organizações da sociedade civil	50	100
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	80	200
Número de vereadores de Natal/RN	0	29
Número de deputados estaduais do RN	9	24

Número de deputados federais do RN	1	8
Número de senadores do RN	1	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 documento com os responsáveis pelo cadastro e manutenção;
3. Criar uma régua de relacionamento para cada segmento;
4. Alimentar o documento devidamente e continuamente;
5. Monitorar a evolução/involução do status dos quantitativos de prospects e leads;
6. Melhorar e fortalecer a abordagem e relacionamento com parceiros;
7. Ofertar produtos atrativos para clientes do Bazar (Produtos da Marca – Casa Durval Paiva, parcerias com empresas de confecção, parcerias com empresas de produtos diferenciados);
8. 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 1

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

Objetivo 2: Fortalecer a estratégia do ALMOÇO COM PARCEIROS (empresários, imprensa, autoridades, políticos entre outros).

Tabela 4: Indicadores e metas objetivo 2 - DI

INDICADOR	2025	2026
Número de convidados por segmento (prospects, jornalistas, autoridades e doadores) – 99/mês	979	1.089
Número de confirmados por segmento (prospects, jornalistas, autoridades e doadores) – 30/mês	360	330
Número de presentes por segmento (prospects, jornalistas, autoridades e doadores) – 15/mês	203	165
Número parcerias estabelecidas e resultantes do almoço – 2/mês	8	22

Ações: objetivo 2

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 – anexo 8.

Premissas: objetivo 2

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

Objetivo 3: Aumentar as receitas oriundas do Bazar do Caquito.

Tabela 5: Indicadores e metas objetivo 3 - DI

INDICADOR	2025	2026
Número de contatos realizados	200	480
Número de visitas realizadas	7	48
Quantidade de parceiros para BAZAR DO CAQUITO	4	6
Valor captado BAZAR DO CAQUITO no ano +10%	R\$ 216.639,18	R\$ 238.000,00

Ações: objetivo 3

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

8. Definir critérios de recepção de doações, organização de produtos e modelos de vendas.
9. Criar marca do Caquito de moda praia, lingerie, e ir ampliando para novas peças de vestuário.
 - a. Capacitar mães e acompanhantes em cursos nessas áreas;
 - b. Estabelecer parcerias com estilistas, desenhistas voluntários para criação das peças.

Objetivo 4: Aumentar a captação recursos por meio de doações online.

Tabela 6: Indicadores e metas objetivo 4 – DI

INDICADOR	2025	2026
Número de pessoas alcançadas pela campanha de doação.	157.857	180.000
Número de intenções de doações	-	2.880
Taxa de rejeição	44,07%	30%
Número de doações efetivadas (30 por mês)	-	840 (30%)
Valor arrecadado no ano	R\$ 17.881,24	R\$ 30.000,00

Ações: objetivo 4

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.

Objetivos 5 e 6 : Aumentar o número de parceiros para a campanha TROCO e Ampliar o valorarrecadado com a campanha TROCO.

Tabela 7: Indicadores e metas objetivos 5 e 6 - DI

INDICADOR	2025	2026
Número de contatos realizados	48	240
Número de visitas realizadas (4 empresas por mês)	3	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\$ 70.142,25	R\$ 70.000,00

Ações: objetivos 5 e 6:

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 5 e 6

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

Objetivos 7 e 8: Aumentar o número de parceiros para a campanha COFRINHO e Ampliar o valor arrecadado com a campanha COFRINHO.

Tabela 8: Indicadores e metas objetivos 7 e 8 - DI

INDICADOR	2025	2026
Número de contatos realizados	680	480
Número de visitas realizadas (6 empresas por mês)	97	72
Quantidade de estabelecimento para COFRINHO	130	200
Valor captado COFRINHO no ano	R\$ 4.429,60	R\$ 9.600,00
Quantidade de novas parcerias firmadas	18	20

Ações: objetivos 7 e 8

1. Efetuar disparos de e-mail, seguido de envio via WhatsApp, finalizando com ligações paramarcas visitas;
2. Firmar novas parcerias;
3. Estabelecer cronograma de entrega e coleta com as periodicidades específicas;
4. Estreitar relacionamento com parceiros.

Objetivo 9, 10 e 11: Elaborar, submeter e aprovar projetos pelas leis de incentivos fiscais federal, estadual e municipal para captar recursos; Elaborar, submeter e aprovar projetos por meio de editais de empresas privadas; e firmar parcerias através de emendas parlamentares.

Tabela 9: Indicadores e metas objetivos 9, 10 e 11 - DI

INDICADOR	2025	2026
Número de empresas identificadas com perfil da lei de incentivo	22	50
Número de editais estaduais, nacionais, internacionais com incentivo fiscal	18	15
Número de editais estaduais, nacionais, internacionais esem incentivo fiscal	43	22
Número de projetos elaborados	31	40
Valor total de projetos elaborados (R\$ 180.000 x 40)	R\$ 7.221.706,61	R\$ 7.200.000,00
Número de projetos aprovados	8	24
Valor total de projetos aprovados (30% do elaborado)	R\$ 2.761.239,71	R\$ 2.000.000,00
Valor total arrecadado com projetos (30% do aprovado)	R\$ 340.498,79	R\$ 797.460,94
Número de visitas a parlamentares	65	48
Número de parlamentares parceiros	8	12
Número de emendas parlamentares pactuadas	2	12
Valor de projetos com emendas parlamentares	R\$ 150.000,00	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\$ 100.000,00	R\$ 200.000,00
---	----------------	----------------

Ações: objetivos 9, 10 e 11

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;
7. Buscar novos editais.

Premissas: objetivos 9, 10 e 11

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

Objetivo 12: Captar recursos por meio do IR de pessoas físicas e jurídicas.

Tabela 10: Indicadores e metas objetivo 12 - DI

INDICADOR	2025	2026
Número de pessoas jurídicas destinando IR para CDP	1	10
Valor arrecadado com IR de pessoas jurídica	R\$ 56.529,79	R\$ 200.000,00

Ações: objetivo 12

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

Tabela 11: Indicadores e metas objetivo 13 - DI

INDICADOR	2025	2026
Número de contatos realizados	0	30
Número de visitas realizadas	0	15
Quantidade de parceiros para MRC	0	3
Valor médio captado MRC	0	R\$ 1.000,00

Ações: objetivo 13

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 14: Escrever a Casa Durval Paiva em prêmios estaduais, regionais, nacionais e internacionais.

Tabela 12: Indicadores e metas objetivo 14 - DI

INDICADOR	2025	2026
Números de inscrições em prêmios	8	10
Número de prêmios conquistados	2	5
Valor arrecadado com prêmios	R\$ 1.000,00	R\$ 11.500,00

Ações: objetivo 14

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.

Objetivo 15: Aumentar a eficiência da Central de Doações

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

INDICADOR	2025	2026
TM +5%	34,09	36,00
Quantidade média de doadores mensal + 5%	11.963	12.600
Quantidade de doações anual + 5%	143.556	151.000
Número de novos doadores (28 operadores x 40 = 13.440 ano)	4.562	13.440
Média de arrecadação mensal + 5%	407.777,41	416.666,67
Total arrecadado anual + 5 %	R\$ 4.893.329,03	R\$ 5.137.995,48

Ações: objetivo 15

1. Estabelecer um plano de trabalho que contemple às atividades já desenvolvidas por profissionais da CDP;
2. Criar calendário de campanhas através da sistematização de datas previamente estabelecidas;
3. Potencializar a arrecadação e fidelizar os doadores através de uma sistematização decampanhas mensais;
4. Criar um script, abordagem e acompanhamento para melhor direcionar os atendentes;
5. Utilizar a Inteligência artificial para aprimorar a abordagem da central de doações;
6. Personalização de Campanhas de Doação –
7. Implantar sistema de CRM para mensuração e análise de dados;
8. Implementar telefonia móvel institucional, o que permitirá melhor acompanhamento e controle de abordagem e utilização do tempo do operador, além de assegurar os nossos contatos;
9. Implementar política de reestruturação focada na redução de custo, motivação da equipe e retenção de talentos (política ganha-ganha);
10. Ampliar a carteira de doadores no interior do RN e em outros estados.

Premissas: objetivo 15

- 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.

- Integrar DI e Central de telemarketing, sobretudo, na área de comunicação em mídias sociais e imprensa.

Objetivo 16: Integrar DI e CD

A integração da Central de Doações (CD) e o Desenvolvimento Institucional (DI) representa um passo estratégico rumo à modernização e ao fortalecimento da sustentabilidade financeira da Casa Durval Paiva. Esta união visa otimizar processos e unificar ações que transitam entre ambos os setores, promovendo uma gestão de informações muito mais ágil e eficiente.

Para potencializar essa sinergia, a Casa passará a utilizar ferramentas de Inteligência Artificial para elevar o patamar da captação de recursos. Com o uso de modelos preditivos e IA, a identificação de potenciais doadores e a criação de campanhas personalizadas serão feitas de forma automatizada e inteligente, fortalecendo os laços com quem já apoia a CDP e abrindo portas para novas modalidades de doação.

Através do processamento de dados analíticos por IA, seremos capazes de detectar padrões de comportamento com precisão cirúrgica. Isso permitirá estratégias mais direcionadas, facilitando a construção de relacionamentos duradouros e incentivando a cultura de doações recorrentes, fundamentais para o crescimento contínuo da nossa 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.

2.2 COMUNICAÇÃO

O plano de comunicação da Casa Durval Paiva para 2026, sob o tema "**Porta-vozes da Cura**", assume o desafio de converter a visibilidade institucional em sustentabilidade financeira real. Entendemos que a comunicação não é apenas um canal de difusão, mas o eixo que conecta a conscientização sobre o câncer infantojuvenil à manutenção da excelência nos nossos serviços. Nossa missão é clara: transformar dados de transparência e relatos de impacto em ferramentas de retenção de parceiros e atração de novos doadores, operando um funil de captação que começa na educação e termina na doação recorrente.

Reafirmamos nosso compromisso com o diagnóstico precoce e o cuidado integral através de três frentes táticas: a humanização dos indicadores, a presença multiplataforma e a advocacia social. Em 2026, deixaremos de apenas "estar online" para ocupar espaços digitais e físicos com intencionalidade, priorizando conteúdos que simplifiquem a complexidade do tratamento oncológico e hematológico. Queremos que cada seguidor, colaborador e parceiro compreenda não apenas o que fazemos, mas o impacto direto de sua contribuição no desenvolvimento educacional e na qualidade de vida de nossos pacientes.

Para tanto, adotaremos o modelo dos quatro As, uma ferramenta simples para descrever o processo de avaliação da Casa Durval Paiva e seu conjunto de valores. O objetivo é definir o processo para que a sociedade tome conhecimento da marca (assimilação), perceba seriedade e confiança na instituição (atitude), decida efetivar a contribuição (ação) e opte pela recorrência (ação nova). Para viabilizar essa estratégia, utilizaremos ferramentas práticas como a régua de relacionamento e o calendário temático. Estes servirão de guia para direcionar a Casa a um novo patamar, consolidando processos em 2026 e preparando a transição para o modelo dos 5 As. Essa evolução visa acomodar as mudanças moldadas pela era da conectividade, transformando doadores recorrentes em advogados da causa (apologia) e firmando o legado da instituição no ambiente digital.

Para que a sociedade atue como influenciadora da causa, nossa produção de conteúdo será pautada pela autenticidade radical. Isso significa traduzir desafios diários em narrativas de superação e conquistas compartilhadas, garantindo que o doador se sinta parte integrante da cura, e não um mero espectador. O plano "Porta-vozes da Cura" é, portanto, o mapa para um relacionamento aquecido e perene, onde a transparência gera confiança e a confiança assegura a viabilidade financeira necessária para continuarmos combatendo o câncer infantojuvenil com dignidade e inovação.

Promover o diagnóstico precoce e o cuidado integral a crianças e adolescentes com câncer e doenças hematológicas, assegurando acolhimento digno, qualidade de vida, desenvolvimento educacional, cultural e profissional dos pacientes e familiares, por meio de uma gestão eficiente, sustentável, inovadora e socialmente reconhecida.

2.2.1 Objetivo geral

Operacionalizar a estratégia “Porta-vozes da Cura” ao longo de 2026, transformando a comunicação da Casa Durval Paiva em uma ferramenta ativa de conversão e fidelização, para atingir as metas anuais de visibilidade de marca e sustentabilidade financeira previstas no ciclo do Planejamento Estratégico 2025-2027.

2.2.2 Objetivos específicos

1. Potencializar o impacto da campanha Diagnóstico Precoce;
2. Publicizar as ações e serviços multiprofissionais realizados pela CDP, aumentando a sua visibilidade e propiciando a transparência na aplicação dos recursos;
3. Tracionar a conversão digital e fidelização;
4. Engajar e instrumentalizar stakeholders (Porta-vozes);
5. Expandir a comunicação intersetorial e inovação.

2.2.3 Metodologia

A execução deste plano em 2026 fundamenta-se em uma gestão de comunicação integrada e estratégica, sob responsabilidade da equipe de Desenvolvimento Institucional. A metodologia adota um modelo de comunicação por resultados, subdividido em três eixos operacionais: assessoria de imprensa, marketing digital e gestão de parcerias. O trabalho inicia-se na sinergia intersetorial para a captação de dados e histórias, transformando o cotidiano da Casa em narrativas que alimentam o funil de relacionamento e conversão.

A produção multicanal é pautada pela autenticidade radical, onde os conteúdos são adaptados para plataformas digitais, veículos de imprensa (escrita, falada e televisionada) e canais de mídia exterior, incluindo parcerias estratégicas em TVs, rádios, *outdoors*, *busdoors*, *backbus*, telões de LED e mobiliário urbano. Este organismo de divulgação visa não apenas a visibilidade, mas a consolidação da marca, transparência e da prestação de contas como ferramentas de fidelização. Para garantir a eficácia dessa presença, o setor utiliza um modelo de governança de fluxos, assegurando que toda a programação visual e as demandas de conteúdo estejam estritamente alinhadas aos objetivos do Planejamento Estratégico 2025-2027.

Operacionalmente, para manter a qualidade técnica e o foco nas metas de sustentabilidade, a priorização de demandas intersetorial observará critérios de antecedência mínima. Solicitações referentes a eventos devem ser formalizadas com 15 dias de antecedência; demandas de clippings de projetos e contatos de parceria possuem prazo de resposta de 7 dias; enquanto a produção de peças avulsas exige o prazo mínimo de 2 dias úteis. Esse rigor processual permite que a equipe mantenha a atenção plena na

análise de indicadores e na otimização das campanhas, garantindo que a comunicação da Casa Durval Paiva atue, de fato, como porta-voz da cura e motor de viabilidade institucional.

Tabela 14: Prazos de solicitações

Demanda	Prazo mínimo de solicitação	Canal de solicitação	Entrega prevista
Eventos Institucionais	15 dias úteis	E-mail institucional	Cronograma completo de peças e divulgação
Clipping de Projetos	07 dias úteis	E-mail institucional	Relatório de visibilidade
Parcerias e Contatos	07 dias úteis	E-mail institucional	Formalização de propostas e alinhamento de mídia
Peças Avulsas	02 dias úteis	E-mail institucional	Artes para redes sociais, avisos ou materiais pontuais

2.2.4 Indicadores e Metas Setoriais (2026)

Para assegurar o acompanhamento quantitativo e qualitativo do desempenho do Desenvolvimento Institucional, e garantir o alinhamento com as metas de visibilidade e sustentabilidade do triênio 2025-2027, estabelecem-se os indicadores para o ciclo de 2026.

Tabela 15: Indicadores da Imprensa

INDICADOR	2025	META
Nº de envios do boletim semanal via WhatsApp	52	52
Nº de artigos enviados	50	100
Nº de artigos publicados	145	180 (aumento de 25%)
Nº de releases produzidos	114	142 (aumento de 25%)
Nº de clipping	2780	3.058 (aumento de 10%)
Nº de rádios parceiras	190	209 (aumento de 10%)
Nº de entrevistas (Rádio, TV e Portais)	869	955 (aumento de 10%)
Nº de inserções médicas em veículos municipais (foco na campanha Diagnóstico Precoce 2026)	-	128
Nº de inscritos na Newsletter	1874	2061 (aumento de 10%)
Nº de treinamentos	-	10

1. Regionalização da pauta: Estreitar relacionamento com rádios e portais dos municípios previstos no PE para potencializar a campanha de diagnóstico precoce;
2. Mídia Training de Porta-vozes: Capacitar a equipe interna para atuar como fontes oficiais em pautas de saúde e assistência;

3. Identificar novas rádios e estreitar relacionamento com as já cadastradas com confirmações aos superiores, a fim de maximizar as campanhas institucionais;
4. Estabelecer estratégias de divulgação das ações, valorizando parceiros envolvidos;
5. Identificar prêmios jornalísticos para inscrição de artigos e correlacionados;
6. Estabelecer metodologia de divulgação das ações, valorizando parceiros envolvidos;
7. Estreitar relacionamento com novos veículos de comunicação, bem como, profissionais da imprensa, que integram o corpo de colaboradores;
8. 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;
- Responsável pelo acompanhamento e aprovação de novo Layout Anual de boletim;
- Produção de artigos;
- Correção e envio de artigos produzidos pela Equipe Técnica;
- Criação e divulgação de releases;
- Organização e envio do clipping eletrônico;
- Produção de entrevistas e roteiros;
- Atendimento à imprensa;
- Mídia Training;
- Redação de cerimonial;
- Ampliação e retenção da rede de rádios;
- Atualização de maillist.

Tabela 16: Indicadores das Mídias Digitais

INDICADOR	2025	META
Nº de seguidores no Instagram	93.118	116.397 (aumento de 25%)
Nº de seguidores no Facebook	58.720	73.400 (aumento de 25%)
Nº de seguidores no LinkedIn	887	1.108 (aumento de 25%)
Nº de seguidores no Twitter	1.843	2027 (aumento de 10%)
Nº de inscritos no YouTube	582	670 (aumento de 15%)
Nº de inscrito no TikTok	28.400	31.000 (aumento de 10%)
Nº de cliques no Google ADS	33.014	34.664 (aumento de 5%)
Conversão de Leads (Novos cadastros para doação)	-	100
Taxa de Engajamento Média (Comentários/compartilhamentos/curtidas)	3,3%	5%
Alcance total (Acesso às redes sociais)	1.605.057	2.000.300 (aumento de 25%)

Ações:

1. Humanização dos indicadores: Criar campanhas que vinculem o número de seguidores ao alcance das mensagens de diagnóstico (“Se cada seguidor avisar 1 pessoa...”);
2. Otimização de conversão: Implementar botões de doação e formulários de captura de leads integrados às campanhas pagas;
3. Campanha “Porta-vozes”: Produzir conteúdo em que pacientes, familiares e voluntários contem suas histórias, gerando prova social, confiança e solicitando o compartilhamento;

Atividades:

- 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 parceiras, 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.

2.2.5 Rede de Rádios: Como otimizar?

Com o objetivo de contribuir com o fortalecimento e a visibilidade da marca da Casa Durval Paiva, e de forma mais específica:

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

Para tanto, será adotada uma **metodologia** para otimizar a comunicação com as redes de rádios parceiras realizando:

- Mapeamento e Segmentação das Emissoras
 - Renovar contato com as emissoras.

- Produção de Conteúdo
 - Spots publicitários e informativos adaptados para a Campanha do Diagnóstico Precoce;
 - Desenvolvimento de entrevistas com especialistas e representantes da Casa Durval Paiva;
 - Disponibilização de roteiros para locutores e radialistas abordarem a temática em programas ao vivo.
- Implementação
 - Criação de um banco de dados para organização da transmissão dos conteúdos;
 - Estabelecimento de um calendário de veiculação, bem como, datas estratégicas;
 - Envio de materiais e contato direto com as emissoras.
- Engajamento
 - Fornecimento de materiais educativos sobre o câncer infantojuvenil e o trabalho da Casa Durval Paiva;
 - Criação de um quadro colaborativo abordando a temática do câncer infantojuvenil.
- Monitoramento e Avaliação
 - Acompanhamento periódico da adesão das emissoras à campanha;
 - Aplicabilidade de feedbacks com os gestores das rádios;
 - Ajustes nas estratégias de divulgação conforme necessário;
 - Monitoramento, ajustes e avaliação dos resultados.

Tabela 17: Temas para Rádios 2026

JANEIRO	
02	CAMPANHA DIAGNÓSTICO PRECOCE – LEUCEMIA (REFORÇO)
09	ARRECADAÇÃO DE MATERIAL ESCOLAR
16	MÉDICO: LEUCEMIA
23	DIA DO DESAPEGO
30	CAMPANHA DIAGNÓSTICO PRECOCE - TSNC
FEVEREIRO	
06	CONTEÚDO EQUIPE TÉCNICA
13	MÉDICO: TSNC
20	DIA DO DESAPEGO
27	CAMPANHA DIAGNÓSTICO PRECOCE - OSTEOSSARCOMA
MARÇO	
06	CAMPANHA IR
13	MÉDICO: OSTEOSSARCOMA
20	CONTEÚDO EQUIPE TÉCNICA
27	CAMPANHA DIAGNÓSTICO PRECOCE - LINFOMAS
ABRIL	
03	MÉDICO: LINFOMAS

10	DIA MUNDIAL DA HEMOFILIA
17	CONTEÚDO EQUIPE TÉCNICA
24	CAMPANHA DIAGNÓSTICO PRECOCE - NEUROBLASTOMAS

Em 2026, o marketing além de vitrine institucional, se torna também um funil de conversão. O objetivo é transformar seguidores em porta-vozes ativos e doadores recorrentes.

2.2.6 Newsletter: Como otimizar?

Com o objetivo de fortalecer a comunicação institucional da Casa Durval Paiva, ampliando o relacionamento com públicos estratégicos por meio do envio periódico de newsletters informativas e institucionais, propõem-se especificamente:

- Divulgar de forma contínua as ações, projetos, campanhas e resultados da Casa Durval Paiva;
- Reforçar a transparência institucional e a correta aplicação dos recursos captados;
- Manter um canal direto, regular e qualificado de comunicação com doadores, parceiros, imprensa, voluntários e comunidade;
- Estimular o engajamento e a fidelização de apoiadores da causa do câncer infantojuvenil;
- Apoiar estratégias de captação de recursos e mobilização social;
- Fortalecer a identidade institucional e o posicionamento da Casa Durval Paiva;
- Integrar os setores da instituição no compartilhamento de informações relevantes.

Deste modo, utilizar-se-á a seguinte metodologia:

- **Produção de Conteúdo**
 - Desenvolvimento de textos informativos, claros e objetivos, com linguagem acessível;
 - Inserção de conteúdos sobre campanhas ativas, projetos, resultados, histórias de impacto e serviços oferecidos;
 - Inclusão de chamadas para ação (doação, participação em eventos, campanhas e mobilizações);
 - Uso de recursos visuais que reforcem a identidade institucional.
- **Implementação**
 - Definição de periodicidade do envio da newsletters;
 - Criação de um calendário editorial alinhado às ações institucionais e datas estratégicas;
 - Utilização de plataformas adequadas para disparo, organização e automação dos envios;
 - Padronização do layout e identidade visual.
- **Engajamento**
 - Estimular a interação dos leitores por meio de links, formulários e redes sociais;
 - Destacar resultados e impactos gerados a partir do apoio dos doadores e parceiros;

- Personalização de mensagens sempre que possível, fortalecendo o vínculo com o público;
- Divulgação de oportunidades de participação e apoio às ações da instituição.
- **Monitoramento e Avaliação**
 - Acompanhamento de métricas como taxa de abertura, cliques e engajamento;
 - Análise periódica dos resultados para aprimoramento do conteúdo;
 - Coleta de feedbacks dos públicos estratégicos;
 - Ajustes contínuos na estratégia de envio, linguagem e segmentação conforme os dados obtidos.

Tabela 18: Temas Newsletter 2026

FEVEREIRO	
03	DIA MUNDIAL DE COMBATE AO CÂNCER
10	CAMPANHA DP
17	CARNACACC
24	DIA DO DESAPEGO
MARÇO	
03	CAMPANHA DP
10	SETORES PROJETOS RAS
17	CAMPANHA IRPF
24	DIA DO DESAPEGO
31	CAMPANHA DIAGNÓSTICO PRECOCE - LINFOMAS
ABRIL	
07	PÁSCOA
14	DIA MUNDIAL DA HEMOFILIA
21	SETORES PROJETOS RAS
28	DIA DA EDUCAÇÃO PROJETO LEITURA E PROSA

2.2.7 Eventos de divulgação

Vemos na divulgação das ações e serviços uma oportunidade estratégica de fortalecer a marca e garantir a sustentabilidade da instituição. Para 2026, sob o tema de “Porta-vozes da Cura”, buscaremos apoiar cada evento em uma plataforma de engajamento, onde a sociedade compreenda o impacto real de suas contribuições no combate ao câncer infantojuvenil.

2.2.5.1 Eventos internos e datas alusivas

A equipe técnica, responsável pelas atividades finalísticas da CDP, mantém em seu roteiro eventos que visam humanizar o tratamento e celebrar marcos importantes. O DI atua na publicização e apoio desses momentos seguindo o cronograma da Tabela 19. Já a Tabela 20 destaca as datas alusivas que posicionam a Casa como autoridade e influenciadora da causa.

Tabela 19: Eventos internos

EVENTOS COMEMORATIVOS	DATA	RESPONSÁVEL
CarnaCACC	11/02/2026 (quarta)	Nutrição
Páscoa	01/04/2026 (quarta)	Odontologia
Dia das Mães	06/05/2026 (quarta)	Serviço Social
São João	17/06/2026 (quarta)	Dispensário
Aniversário da CDP	11/07/2026 (sábado)	DI
Dia dos Pais	05/08/2026 (quarta)	Fisioterapia
Dia da Criança	06 a 08/10/2026 (terça a quinta)	Educação
Natal	09/12/2026 (quarta)	Psicologia
Feira do Empreendedor e Bazar Natalino	17/11/2026 (terça)	Casa dos Oficinas
Confraternização dos colaboradores	12/12/2026	RH

Tabela 20: Datas alusivas

DATA	O QUE 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
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

PLANO DE AÇÃO 2026

20/04	Aniversário – Fernando Campos
28/04	Dia da Educação
08/05	Dia do Profissional de Marketing
12/05 (Data móvel)	Dia das Mães
12/05	Aniversário – Sandra Boff
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	Dia do Advogado
27/08	Dia do Psicólogo
28/08	Dia Nacional do Voluntariado
31/08	Dia da Nutricionista
13/09	Aniversário – Clara Fernandes (CONSELHEIRA TITULAR)
14/09	Aniversário Karla Motta (CONSELHEIRA TITULAR)
15/09	Dia Mundial de Conscientização sobre Linfomas
18/09	Dia Nacional de Conscientização e Incentivo ao Diagnóstico Precoce do Retinoblastoma
19/09	Dia Mundial do Doador de Medula Óssea
21/09	Dia do Adolescente
22/09	Aniversário – Ibernnon Martins (MEMBRO EFETIVO)
12/10	Dia das Crianças
13/10	Dia Nacional do Fisioterapeuta
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

2.2.8 Campanhas publicitárias

- Almoço – JAN a NOV;
- Dia do Desapego – JAN a DEZ
- Diagnóstico Precoce – JAN a DEZ
- Aniversário da Casa (11/07) – JUL;
- McDia Feliz / Setembro Dourado – AGO e SET;
- DNCCI e Dia de Doar – NOV;

2.2.8.1 Diagnóstico Precoce 2026

Sendo a campanha de maior impacto, em 2026 o mote “Seja um Porta-voz do Câncer Infantojuvenil” guiará a comunicação para que cada cidadão seja um multiplicador de informações sobre os sinais e sintomas. A campanha será massificada em TVs, Rádios, canais digitais e mídia exterior, seguindo o cronograma de tipologias por mês.

Tabela 21: Cronograma de Tipologia do Câncer Infantojuvenil

MÊS	TIPO
JANEIRO	Leucemia
FEVEREIRO	Tumor do Sistema Nervoso Central
MARÇO	Osteossarcoma
ABRIL	Linfoma
MAIO	Neuroblastoma
JUNHO	Câncer dos Tecidos Moles
JULHO	Retinoblastoma
AGOSTO	Tumor de Wilms
SETEMBRO	Setembro Dourado – Mês da Conscientização do Câncer Infantojuvenil
OUTUBRO	Leucemia
NOVEMBRO	Osteossarcoma, Linfoma, Câncer dos Tecidos Moles, Retinoblastoma e Neuroblastoma / DNCCI
DEZEMBRO	Tumor do Sistema Nervoso Central



2.2.8.2 Aniversário da Casa Durval Paiva

Em 2026, a Casa Durval Paiva celebra 31 anos de uma trajetória marcada pela excelência no acolhimento e vanguarda no diagnóstico precoce do câncer infantojuvenil. Mais do que uma data comemorativa, o aniversário da instituição em **11 de julho** será o momento central para consolidar a estratégia "Porta-vozes da Cura".

A campanha de aniversário terá como foco o "Legado e Continuidade", utilizando o depoimento de antigos pacientes (hoje adultos e inseridos na sociedade), doadores de longa data, parceiros participantes da e parceiros estratégicos para humanizar os indicadores de sucesso alcançados nestas três décadas. O objetivo é reforçar a confiança da sociedade potiguar, mostrando que a sustentabilidade financeira da Casa é o que garante que histórias de vida continuem sendo escritas.

Como ação prática, o aniversário será utilizado como um gancho de captação, incentivando os seguidores e parceiros a presentear a instituição através da adesão a novas modalidades de doação recorrente ou participação nos eventos alusivos. A celebração será massificada através de:

1. **Selo Comemorativo:** Aplicação do selo de 31 anos em todas as peças de comunicação do segundo semestre;
2. **Série "Minha História na Casa":** Vídeos curtos para redes sociais com depoimentos de colaboradores e voluntários (os porta-vozes internos);
3. **Evento Institucional:** Alinhado ao cronograma do DI, visando a aproximação com grandes doadores e autoridades.

Desta forma, os 31 anos da Casa Durval Paiva em 2026 servirão como o maior testemunho de que a união entre uma gestão eficiente e uma sociedade engajada é capaz de transformar o cenário da oncologia pediátrica no Rio Grande do Norte.

2.2.9 Resultados Esperados

 R. Professor Clementino Câmara, 234 - Barro Vermelho
Natal/RN - 59030-330

 Fone: +55 84 4006.1600

 www.casadurvalpaiva.org.br

Melhor ONG do NE - 2017
Melhor ONG do Brasil - 2018
Melhor ONG do RN 2021 - 2022 - 2024



- Ampliação da visibilidade da Casa Durval Paiva;
- Aumento da conscientização sobre a importância do diagnóstico precoce do câncer infantojuvenil;
- Maior engajamento das emissoras na causa;
- Maior engajamento com a causa;
- Potencialização de parcerias.

2.3 FINANCEIRO

O planejamento financeiro 2026 visa não apenas garantir a saúde financeira e a execução das ações da Casa Durval Paiva, mas também assegurar a sustentabilidade a longo prazo da instituição. Através da modernização de processos e automação de controles, buscamos liberar tempo operacional da equipe para focar em análise estratégica, garantindo transparência total aos doadores, parceiros e órgãos fiscalizadores.

Importante ressaltar que o Financeiro Tradicional é focado apenas em registrar notas, pagar boletos e dizer "não" para gastos. Era visto como burocracia. Já o financeiro atual é estratégico, atua como Business Partner (Parceiro de Negócio). Utiliza a os dados para dizer: "Não podemos gastar nisso agora, mas se ajustarmos a captação de recursos, poderemos investir naquilo em 3 meses".

Em uma visão moderna, considerando o cenário de 2026, o setor não é apenas "pagar e receber". Ele se divide em cinco funções vitais:

1. Planejamento Financeiro (O Futuro): É a estratégia para guiar a instituição.

- Funções: Orçamento, previsões, análise de viabilidade de projetos, relatórios gerenciais para diretoria.
- Objetivo: Apoiar a Tomada de Decisão e minimizar os custos.

2. O Caixa (O presente): Cuida do dinheiro que entra e sai diariamente.

- Funções: Contas a pagar, contas a receber, gestão do fluxo de caixa diário e acompanhamento das doações pelas diversas modalidades de captação.
- Objetivo: Garantir a Liquidez (ter dinheiro na conta para honrar compromissos).

3. Controladoria Interna: É o "passado e o presente". Fiscaliza tudo o que aconteceu de forma oficial e legal.

- Funções: Acompanhamento de balancetes mensais, prestação de contas mensais dos projetos, Balanço patrimonial, DRE, cumprimento de normas contábeis, gestão de custos.
- Objetivo: Garantir a Veracidade dos dados e proteger o patrimônio.

4. Fiscal e Tributário (A Lei): É o "compliance". Garante que a entidade opere dentro da lei, pagando o mínimo de impostos possível de forma legal, munindo a contabilidade (terceirizada) de todas as informações necessárias.

- Funções: Apuração de impostos (IR, CSLL, PIS, COFINS, e os novos CBS/IBS da Reforma), entrega de obrigações acessórias.
- Objetivo: Garantir a Regularidade e evitar multas.

5. Controladoria e Contabilidade (O Registro): É o "passado e o presente". Registra tudo o que aconteceu de forma oficial e legal. Na Casa Durval Paiva é terceirizada.

- Funções: Balanço patrimonial, DRE, cumprimento de normas contábeis, gestão de custos.
- Objetivo: Garantir a Veracidade dos dados e proteger o patrimônio.

2.3.1 Indicadores e metas

Tabela 22: Indicadores e metas do Financeiro

INDICADOR	META 2026
Varição Orçamentária	Receitas \pm 10% / Despesas \pm 10%.
Eficiência Operacional	Reduzir tarifas bancárias em 5% via renegociação digital.
Auditar receitas e despesas de cada exercício	100% das receitas e despesas auditadas interna (mensalmente) e externamente (anualmente)
Conformidade (Compliance)	100% dos processos.
Prestação de Contas	100% aprovadas sem ressalvas pelos financiadores.
Publicizar demonstrações contábeis e financeiras dos exercícios anteriores	100% dos relatórios do exercício sendo publicados no site, ministério público e outros veículos

2.3.2 Justificativa

Para que a instituição possa expandir seu impacto social e acolher mais beneficiários, a saúde financeira é um pré-requisito inegociável. Este plano de ação justifica-se pela necessidade de transformar dados financeiros em inteligência estratégica, garantindo que cada recurso captado seja aplicado com máxima eficiência. Um planejamento robusto oferece a previsibilidade necessária para que a gestão possa inovar e crescer, assegurando que as atividades finalísticas nunca sejam interrompidas por falta de suporte financeiro.

2.3.3 Ações Operacionais

Tabela 23: Ações e suas derivações

AÇÃO	QUEM	COMO	QUANDO
1. Planejamento Orçamentário	Equipe Financeiro	Analisar histórico (2024-2025) e definir previsão de receitas/despesas por rubrica e centro de custo. Validar com Captação e demais setores da entidade.	Outubro/2026
2. Realinhamento do orçamento	Equipe Financeiro	Comparar Orçado x Realizado e ajustar as projeções para os trimestres seguintes, considerando inflação e entrada de novos projetos.	Trimestralmente
3. Gestão de Receitas	Equipe Financeiro	Via sistema de contas a receber das diversas modalidades de captação de recursos financeiros	Diariamente
4. Gestão de Despesa	Equipe Financeiro	Via sistema de contas a pagar com autorização eletrônica	Diariamente
5. Conciliação e Receitas e Despesas	Supervisora Financeira	Automatizar a baixa: Importação automática do arquivo de retorno (CNAB) do banco para o sistema, conciliando doações e cartão de crédito. Conciliar despesas pagas com saídas de banco	Diariamente
6. Prestação de Contas	Equipe Financeiro	Geração de relatórios padronizados do sistema, anexando extratos digitais em nuvem para o executor.	Mensal

AÇÃO	QUEM	COMO	QUANDO
7. Gestão de Contratos	Equipe Financeiro	Renegociar contratos de serviços contínuos utilizando o IPCA acumulado como teto e cotar novos fornecedores anualmente.	Mês de aniversário
8. Gestão de Convênios	Equipe Financeiro	Monitorar a execução físico-financeira diretamente no software de gestão, garantindo a execução em conformidade com os ditames legais	Execução do Projeto
9. Gestão de Compliance	Gestora Financeira	Analisar criteriosamente TODOS os processos de RECEITA e DESPESA com e sem restrição, verificando a confiabilidade das informações em consonância com a Lei e as regras da entidade.	Mensalmente
10. Contabilidade (Terceirizada)	Equipe Financeiro	Inserção de dados no sistema gestão, acessado pela contabilidade. Integração contábil digital: Exportação de dados do financeiro direto para a contabilidade.	Mensalmente

2.3.4 Resultados Esperados

Com a execução deste plano, projeta-se alcançar os seguintes resultados ao final do exercício financeiro:

- **Eficiência Operacional:** Atendimento ágil e resolutivo às demandas das atividades-fim e de manutenção, assegurando que a operação nunca pare por entraves burocráticos.
- **Compliance Rigoroso:** Garantia de conformidade total nos processos de pagamento e registros, respeitando as normas internas e a legislação vigente para o Terceiro Setor.
- **Confiabilidade na Prestação de Contas:** Aprovação integral das contas junto aos financiadores e parceiros, eliminando riscos de glosas ou devoluções de recursos.
- **Sustentabilidade Financeira:** Consolidação de um fluxo de caixa saudável e compatível com a realidade da instituição, permitindo planejamento e segurança a longo prazo.
- **Transparência e Governança:** Clareza total na aplicação dos recursos para os stakeholders (doadores, conselho e sociedade), fortalecendo a credibilidade da marca CDP.

- Segurança da Informação: Gestão documental (física e digital) organizada e segura, cumprindo rigorosamente os prazos legais de guarda e arquivamento.
- Sinergia Institucional: Atuação como parceiro estratégico das demais áreas, facilitando o cumprimento da missão institucional através de processos financeiros fluidos.

3. ÁREA DE SUPORTE

3.1 SEMAC - Serviços de manutenções, compras, estoque, transporte e hotelaria

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

O Plano de ação é uma ferramenta de planejamento, acompanhamento de atividades, definição de metas e objetivos. 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 2025, contendo alterações de indicadores para melhor atingir os objetivos.

3.1.1 Objetivo geral

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

3.1.2 Objetivos específicos

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

3.1.3 Indicadores e Metas

Tabela 24: Indicadores, resultados de 2025 e metas administrativas 2026

INDICADOR	RESULTADO 2025	META 2026
Custo de combustível - Mensageiros	R\$ 129.817,60	R\$ 145.000,00
Custo de combustível - Motoristas		
Custo de manutenção geral	R\$ 142.570,44	R\$ 165.000,00
Custo de manutenção ar-condicionado	R\$ 1.660,00	R\$ 6.600,00
Custo de manutenção elevador	R\$ 14.710,96	R\$ 21.000,00
Custo de manutenção veículos	R\$ 21.712,98	R\$ 26.000,00
Custo de material de limpeza	R\$ 30.257,52	R\$ 33.000,00
Custo de material de expediente/pedagógico	R\$ 21.688,52	R\$ 24.000,00
Custo de transporte – táxi/uber	R\$ 15.755,50	R\$ 17.500,00
Nº de viagens/translado	1.686 viagens	1.770 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 25: Indicadores, resultado de 2025 e metas sociais 2026

INDICADOR	RESULTADO 2025	META
Nº de hospedagens	6.450	7.095
Nº de hóspedes	620	682
Nº de visitas	507	557
Nº doadores não financeiros	1041	1.145

3.1.4 Justificativa

As metas dos indicadores para o ciclo de 2026 foram estabelecidas com base em uma análise rigorosa do desempenho operacional e social da Instituição ao longo de 2025. Para garantir um planejamento assertivo e financeiramente sustentável, aplicamos diferentes critérios de ajuste conforme a natureza de cada conta.

3.1.5 Plano de Ação 2026

No grupo de **custos administrativos**, as projeções refletem tanto a busca por eficiência quanto a necessidade de adequação aos preços de mercado:

- **Combustível:** Mantendo o foco na otimização de rotas, estabelecemos uma meta de R\$ 145.000,00 o que representa um acréscimo de 10% em relação ao gasto real de 2025.
- **Manutenção Predial e Equipamentos:** Devido ao desgaste natural e à valorização dos serviços técnicos, aplicamos um acréscimo de 10% sobre o realizado, fixando a meta em R\$ 218.600,00. Ressalta-se que a meta para esta despesa está em conformidade com plano orçamentário.
- **Material de Limpeza:** Visando uma política de consumo consciente e revisão de estoque, a meta foi estabelecida para R\$ 33.000,00, aumento de 10% frente ao exercício anterior.
- **Material de Expediente/pedagógico:** As metas foram equalizadas para refletir a realidade operacional. Observou-se um acréscimo de 10% neste item, variação esta que acompanha o ritmo de execução dos projetos ativos e a demanda administrativa da instituição.
- **Transporte (Táxi/uber):** Já para o transporte terceirizado, a meta de R\$ 17.500,00 prevê uma margem de segurança de 10% em relação ao utilizado em 2025, visando cobrir a alta demanda de deslocamentos externos.

PLANO DE AÇÃO 2026

- **Logística (Viagens/Translado):** Com o aumento da demanda interna, a meta foi elevada em 5%, totalizando 1.770 viagens anuais (média de 147 viagens/mês).

É importante ressaltar que as oscilações nos custos (reduções ou acréscimos) estão diretamente vinculadas à dinâmica dos projetos ativos. Essa flexibilidade permite a recuperação de custos e o remanejamento estratégico de recursos, garantindo que as metas do plano de ação sejam atingidas e que as necessidades emergenciais da instituição sejam supridas sem comprometer a operação.

Os indicadores que mensuram o impacto direto no atendimento aos usuários apresentam um crescimento linear e sólido. Para as métricas de **Hospedagens, Hóspedes, Visitas e Doadores não financeiros**, aplicamos um acréscimo padrão de 10% sobre os resultados de 2025. Este aumento é essencial para acompanhar a expansão dos serviços e fortalecer o diagnóstico precoce.

O acompanhamento mensal destes indicadores permitirá correções de rota ágeis, garantindo que o desenvolvimento da Instituição ocorra sem comprometer o equilíbrio orçamentário, sempre priorizando a excelência no atendimento aos nossos usuários.

A SEMAC desempenha um papel estratégico na operação da instituição. O setor é responsável pela logística de transporte de pacientes para diversas unidades de saúde — como hospitais, clínicas e o Hemonorte — além de gerenciar o deslocamento de profissionais para capacitações e a distribuição de materiais educativos. Sua atuação abrange ainda a captação de doações, o suprimento de insumos essenciais e a gestão da infraestrutura, garantindo um ambiente acolhedor e leitos adequados às necessidades dos assistidos. Com foco em eficiência e funcionalidade, a SEMAC assegura o cumprimento da missão institucional, conforme detalhado nas ações da Tabela 26.

Tabela 26: Ações da SEMAC

AÇÃO: Realizar cotações/compras para todos os setores da instituição.				
COMO	QUANDO	LOCAL	CUSTO	RESPONSÁVEL
Solicitar aos fornecedores	Janeiro a dezembro	E-mail/Whatsapp	\$	Compras
Solicitar autorização	Janeiro a dezembro	Sistema Ecogestão	\$	Gestor (a) administrativo
Requerer a compra	Janeiro a dezembro	E-mail/Whatsapp	\$	Compras
AÇÃO: Gerenciar materiais do almoxarifado para fluidez nos serviços.				

COMO	QUANDO	LOCAL	CUSTO	RESPONSÁVEL
Controlar validade dos produtos	Janeiro a dezembro	Sistema Ecogestão	\$	Estoque
Solicitar compra quando estoque estiver baixo	Mensalmente	Sistema Ecogestão	\$	Estoque
Receber/Conferir mercadoria	Janeiro a dezembro	CDP	\$	Estoque
Lançar no sistema	Janeiro a dezembro	Sistema Ecogestão	\$	Estoque
Receber/Realizar a entrega aos setores nas sextas, após solicitação.	Semanalmente	Sistema Ecogestão	\$	Estoque
Dar baixa no sistema	Janeiro a dezembro	Sistema Ecogestão	\$	Estoque
AÇÃO: Monitorar entradas, saídas e movimentações do patrimônio da instituição.				
COMO	QUANDO	LOCAL	CUSTO	RESPONSÁVEL
Receber solicitação/conferir e dar baixa	Janeiro a dezembro	Sistema Ecogestão	\$	Patrimônio
Conferir os imobilizados	Janeiro a dezembro	CDP/ Sistema Ecogestão	\$	Patrimônio
Dar entrada no bem e fixar placa	Janeiro a dezembro	Sistema Ecogestão	\$	Patrimônio
AÇÃO: Garantir as condições de segurança e conservação do imóvel/equipamentos.				
COMO	QUANDO	LOCAL	CUSTO	RESPONSÁVEL
Solicitar aos fornecedores	Janeiro a dezembro	E-mail/Whatsapp	\$	Manutenção

PLANO DE AÇÃO 2026

Solicitar autorização	Janeiro a dezembro	Sistema Ecogestão	\$	Manutenção
Solicitar serviço	Janeiro a dezembro	CDP	\$	Manutenção
AÇÃO: Disponibilizar traslado para os profissionais que atuam no diagnóstico precoce do câncer infantojuvenil, aos projetos da instituição e nas demandas externas.				
COMO	QUANDO	LOCAL	CUSTO	RESPONSÁVEL
Receber/agendar as solicitações	Janeiro a dezembro	Sistema Ecogestão	\$	Transporte
Solicitar pagamento do combustível	Mensalmente	Sistema Ecogestão	\$	Gestor (a) administrativo
AÇÃO: Realizar o traslado das mães e pacientes para os tratamentos/exames em hospitais e órgãos de saúde.				
COMO	QUANDO	LOCAL	CUSTO	RESPONSÁVEL
Levar/Buscar os paciente e acompanhantes	Janeiro a dezembro	Hospitais/órgãos de saúde		Motorista
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	Janeiro a dezembro	CDP/ ecogestão	\$	Recepcionista
Realizar agendamentos	Janeiro a dezembro	Planilha no drive	\$	Recepcionista

Realizar Check-in e Check-out	Janeiro a dezembro	CDP/ ecogestão	\$	Governanta
Fornecer peças cama e banho	Janeiro a dezembro	CDP	\$	Governanta
Orientar e conduzir as mães para atividades e idas aos hospitais	Janeiro a dezembro	CDP	\$	Governanta
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 pela infraestrutura de TI, gestão de dados dos sistemas institucionais, administração da rede lógica e de comunicação, suporte técnico, manutenção de hardwares e softwares, gerenciamento do patrimônio tecnológico e promoção da inovação em tecnologia da informação e comunicação. Além disso, o setor atua no desenvolvimento de estratégias que apoiam a resolução de demandas institucionais. A TIC detém o conhecimento dos sistemas utilizados na Casa Durval Paiva e está preparada para administrar imprevistos, bem como oferecer suporte contínuo aos colaboradores sempre que necessário.

3.2.1 Objetivo geral

Manter e aperfeiçoar a infraestrutura tecnológica, a gestão de dados e os processos institucionais, assegurando o correto funcionamento dos sistemas de informação e comunicação, bem como a implantação de novas tecnologias que apoiem as atividades da instituição.

3.2.2 Objetivos específicos

1. Gerenciar estrategicamente os dados e a infraestrutura do Ecogestão, Ecoadoações e site institucional;

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;
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 a infraestrutura do Ecogestão, Ecodoações e site institucional

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
Realizar manutenção técnica do site (Plugins e APIs) para prevenir quebras de integração	% de componentes revisados e funcionais	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
-------	-----------	------	---------	-------------

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

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
Verificar e atualizar os firmwares dos aparelhos IP e do servidor de telefonia (PABX IP).	% de dispositivos com firmware na versão estável.	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
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
Realizar limpeza física e organização dos Racks de rede e servidores.	Racks limpos	4	Trimestral	TIC

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	90%	Até 48 Horas	TIC
Realizar manutenção corretiva de hardware/software quando identificado um problema	% de problemas resolvidos	90%	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
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

3.3.1 Contextualização Estratégica

O Plano de Ação de Recursos Humanos para o exercício de 2026 consolida a atuação do RH da Casa Durval Paiva como uma área estratégica, orientada por dados, indicadores e boas práticas de gestão de pessoas, em consonância com a missão institucional e com os desafios contemporâneos do terceiro setor.

Este plano considera aspectos essenciais para o fortalecimento da governança de pessoas, tais como: provisão e retenção de talentos, desenvolvimento de competências técnicas e comportamentais, integração e alinhamento funcional, clima organizacional, qualidade de vida no trabalho, controle de indicadores de desempenho, conformidade legal e mitigação de riscos trabalhistas.

O documento foi estruturado de forma a permitir uma visão sistêmica e integrada dos subsistemas de Recursos Humanos — provisão, desenvolvimento, aplicação, manutenção e monitoramento —

evidenciando como cada um contribui diretamente para a sustentabilidade institucional, a eficiência operacional e a qualidade dos serviços prestados pela Casa Durval Paiva.

Nesse contexto, o plano também incorpora o uso estratégico de ferramentas tecnológicas, a padronização de processos, o acompanhamento contínuo de indicadores e a atuação colaborativa com as lideranças, elementos fundamentais para uma gestão de pessoas mais eficiente, preventiva e alinhada aos objetivos organizacionais.

Dessa forma, a contextualização estratégica do Plano de Ação de RH 2026 estabelece as bases conceituais e operacionais que nortearão as análises, metas e ações ao longo do exercício, assegurando coerência, foco no negócio do RH e aderência às diretrizes institucionais.

3.3.2 Objetivo geral

Planejar, implementar e monitorar ações estratégicas de Recursos Humanos que promovam a atração, o desenvolvimento, a retenção e o engajamento de pessoas, assegurando um ambiente de trabalho ético, colaborativo, sustentável e alinhado aos valores, à missão e aos objetivos institucionais da Casa Durval Paiva.

3.3.3 Objetivos específicos

- Assegurar o provimento de pessoas (colaboradores, estagiários, voluntários e oficinairos) de forma qualificada, ágil e alinhada à cultura organizacional;
- Fortalecer as competências técnicas, comportamentais e institucionais por meio de ações estruturadas de treinamento e desenvolvimento;
- Consolidar a aplicação dos valores organizacionais e das políticas internas junto a todos os públicos internos;
- Promover práticas, reconhecimento e qualidade de vida no trabalho compatíveis com o mercado e com a realidade institucional;
- Reduzir índices de rotatividade e absenteísmo, fortalecendo estratégias de retenção e engajamento;
- Garantir a conformidade legal e a mitigação de riscos trabalhistas por meio do controle eficaz de jornada, documentação e processos;
- Aprimorar continuamente a experiência do colaborador, desde o ingresso até o desligamento.

3.3.4 Justificativa

PLANO DE AÇÃO 2026

O Plano de Ação de RH 2026 fundamenta-se na necessidade de consolidar práticas de gestão de pessoas cada vez mais estratégicas, integradas e orientadas por indicadores. A experiência adquirida ao longo dos anos evidenciou a importância do planejamento estruturado, da mensuração de resultados e da atuação preventiva frente aos desafios relacionados ao clima organizacional, ao desenvolvimento de competências e à conformidade legal.

A organização sistemática dos subsistemas de Recursos Humanos — provisão, desenvolvimento, aplicação, manutenção e monitoramento — possibilita uma visão integrada dos processos, favorecendo a tomada de decisão, a priorização de ações e o alinhamento com o planejamento institucional.

Assim, o plano de 2026 visa não apenas dar continuidade às ações exitosas, mas também aprimorá-las, incorporando uma abordagem mais analítica, preventiva e estratégica, capaz de sustentar o crescimento institucional e a qualidade dos serviços prestados pela Casa Durval Paiva.

3.3.5 Indicadores e Metas por Subsistema

Tabela 27: Provisão de Recursos Humanos

INDICADOR	META 2026
Currículos por vaga operacional	≥ 30 currículos por vaga
Currículos por vaga técnica	≥ 15 currículos por vaga
Estagiários admitidos	≥ 20 no ano
Voluntários captados	≥ 20 no ano
Tempo médio de fechamento de vagas -seleção	≤ 15 dias

Tabela 28: Desenvolvimento de Pessoas

INDICADOR	META 2026
Execução do plano de capacitação	≥ 50% do planejado

PLANO DE AÇÃO 2026

Treinamentos realizados	≥ 20 no ano
Treinamentos avaliados a satisfação	100%
Treinamentos avaliados a aprendizagem	≥ 80% dos treinamentos

Tabela 29: Aplicação de Recursos Humanos

INDICADOR	META 2026
Integrações realizadas	100% dos colaboradores/voluntários e estagiários integrados
Entrega de documentos institucionais	100% receberem os documentos institucionais (manuais, folder, cartilhas, PIT)
Programa de apadrinhamento	100% de adesão
Satisfação com a integração	100%
Descrições de cargos	100% da revisão anual

Tabela 30: Manutenção de Pessoas

INDICADOR	META 2026
Participação na pesquisa de clima	≥ 80% de participação
Avaliação de desempenho	≥ 80% dos colaboradores avaliados
Turnover anual	≤ 20 de desligamentos
Despesa média mensal com pessoal	Até R\$ 210.000,00

PLANO DE AÇÃO 2026

Ações de bem-estar	≥ 80%
Satisfação nas ações de bem-estar	≥ 80%

Tabela 31: Monitoramento de Pessoas

INDICADOR	META 2026
Tratamento do ponto eletrônico	100% de colaboradores com o ponto tratado
Redução do absenteísmo	≥ 70% em relação a 2025
Digitalização dos dossiês funcionais dos colaboradores.	100% digitalizados
Arquivo físico e digital	100% de dossiês completos e atualizados
Arquivo morto	100% de documentos arquivados

3.3.6 Plano de Ação

SUBSISTEMA	AÇÃO	RESPONSÁVEL	ESTRATÉGIA DE EXECUÇÃO	PERIODICIDADE	CUSTO SE APLICÁVEL
Provisão de Recursos Humanos	Divulgação das vagas	Gestor de RH/DI	Publicação nas redes sociais, parcerias com Universidades.	Conforme demanda	Não se aplica
	Triagem de currículos	Gestor de RH	Filtrar currículos conforme os requisitos da vaga e arquivar os não selecionados em pastas específicas.	Após encerramento da divulgação da vaga	Não se aplica
	Definição das etapas e metodologias do processo seletivo (Anexo 1)	Gestor de RH	Avaliação através de testes técnicos, práticos e psicológicos, entrevistas coletivas e individuais de acordo com o perfil.	Após encerramento da triagem dos currículos	Não se aplica
	Captação de estagiários	Gestor de RH	Enviar e-mail para as instituições de ensino superior solicitando a divulgação das vagas	Semestralmente	Não se aplica
	Seleção de voluntários	Gestor de RH	Divulgação das vagas nas redes sociais da instituição	Semestralmente	Não se aplica
	Feedback aos candidatos aprovados	Gestor de RH	Comunicar aprovação, e os próximos passos para a admissão	Após finalização do processo de seleção	Não se aplica
	Feedback aos candidatos reprovados	Gestor de RH	Enviar e-mail padrão informativo da não aprovação oferecendo um retorno construtivo	Após finalização do processo de seleção	Não se aplica

	Tempo médio de fechamento de vagas	Gestor de RH	Reduzir o tempo médio de preenchimento das vagas para, no máximo, 20 dias corridos, desde a abertura da vaga até a conclusão do processo seletivo.	Monitoramento mensal do tempo médio de preenchimento das vagas, considerando os processos seletivos concluídos no período.	Não se aplica
--	------------------------------------	--------------	--	--	---------------

SUBSISTEMA	AÇÃO	RESPONSÁVEL	ESTRATÉGIA DE EXECUÇÃO	PERIODICIDADE	CUSTO SE APLICÁVEL
Desenvolvimento de Pessoas	Execução do Plano de Capacitação (Anexo 2)	Gestor de RH	Planejamento e execução do plano de capacitação conforme diagnóstico de necessidades, com definição de prioridades.	Durante o ano	R\$ 19.700,00
	Pílulas do Conhecimento	Gestor de RH	Minitreinamentos de 10 minutos para operadores de telemarketing.	Quinzenalmente	Não se aplica
	Café com líderes	Gestor de RH	Reunião com líderes para alinhamento de estratégias e capacitações.	Mensalmente	Não se aplica
	Reunião de sábado	Gestor de RH	Palestras com temas diversos para toda a equipe.	Mensalmente	Não se aplica
	Treinamentos Realizados	Gestor de RH	Articulação com palestrantes, internos e externos; prospecção de capacitações.	Durante o ano	Custo do plano de capacitação
	Treinamentos avaliados	Gestor de RH	Através de formulário no <i>google forms</i> .	Após cada treinamento	Não se aplica

	Treinamentos com relatório de aprendizagem	Gestor de RH	Relatório emitido pelos ministrantes.	Antes e após cada treinamento	Não se aplica
--	--	--------------	---------------------------------------	-------------------------------	---------------

SUBSISTEMA	AÇÃO	RESPONSÁVEL	ESTRATÉGIA DE EXECUÇÃO	PERIODICIDADE	CUSTO SE APLICÁVEL
Aplicação de Recursos Humanos	Apresentação das instalações, setores e equipes para colaboradores	Gestor de RH	Registrar a participação na integração por meio de listas de presença ou relatórios de Onboarding.	No primeiro dia de trabalho	Não se aplica
	Apresentação formal na reunião de sábado	Gestor de RH	Apresentar o novo colaborador na reunião de Sábado	Na reunião de sábado	Não se aplica
	Envio de documentos institucionais	Gestor de RH	Realizar checklist dos documentos admissionais: Manual do colaborador, Folder Admissional, Cartilha LGDP, contrato	No primeiro dia de trabalho	Não se aplica
	Programa Apadrinhamento	Gestor de RH	Acompanhamento da efetividade do Programa de Apadrinhamento por meio da análise dos formulários de bate-papo entre padrinho e apadrinhado.	No primeiro dia de trabalho	Não se aplica
	Satisfação com a integração	Gestor de RH	Aplicar pesquisa de satisfação com o acolhimento, clareza de	Final da prorrogação do contrato de experiência	Não se aplica

PLANO DE AÇÃO 2026

			informações e suporte recebido.		
	Descrição de cargos	Gestor de RH	Revisar as descrições de cargos, garantindo que reflitam as responsabilidades e competências atuais.	Anualmente	Não se aplica

SUBSISTEMA	AÇÃO	RESPONSÁVEL	ESTRATÉGIA DE EXECUÇÃO	PERIODICIDADE	CUSTO SE APLICÁVEL
Manutenção de Pessoas	Pesquisa de Clima organizacional	Gestor de RH	Sensibilização dos colaboradores por meio de cartazes informativos sobre os objetivos e a importância da pesquisa de clima, seguida da aplicação de questionário eletrônico via <i>Google Forms</i> .	Novembro	Não se aplica
	Avaliação de desempenho	Gestor de RH	Comunicação prévia informativa sobre a importância da ferramenta para o desenvolvimento profissional.	Julho	Não se aplica
	Admissões	Auxiliar de RH	Registrar todas as admissões no sistema	Conforme contratações	Conforme orçamento financeiro
	Demissões	Auxiliar de RH	Registrar os desligamentos no sistema	Conforme demissões	Conforme orçamento financeiro
	Relatório de Turnover	Gestor de RH	Elaboração e análise periódica do relatório de	Semestralmente	Não se aplica

 R. Professor Clementino Câmara, 234 - Barro Vermelho
Natal/RN - 59030-330

 Fone: +55 84 4006.1600

 www.casadurvalpaiva.org.br

Melhor ONG do NE - 2017
Melhor ONG do Brasil - 2018
Melhor ONG do RN 2021 - 2022 - 2024



			turnover, com registro dos desligamentos, identificação das causas e acompanhamento dos indicadores para subsidiar ações de retenção.		
	ASO – Atestados de saúde Ocupacional	Auxiliar de RH	Agendamento e realização dos exames conforme o cronograma de exames periódicos, bem como na admissão e no desligamento dos colaboradores, em conformidade com a legislação vigente.	Conforme cronograma de exames periódicos e sempre que houver admissão ou desligamento de colaboradores.	Conforme orçamento financeiro
	Informações para folha de pagamento	Auxiliar de RH	Alimentação mensal da planilha de informações para a folha de pagamento, com o registro das variáveis, tais como: convênio supermercado, mudanças de faixa etária dos planos, inclusões e exclusões, adicional noturno, informações de repasse de projetos, faltas e comissionamento.	Até o dia 25 de cada mês, exceto comissões	Não se aplica
	Conferência da Folha de pagamento	Gestor de RH	Conferência da folha de pagamento antes do envio das informações à	Mensalmente	Não se aplica

			contabilidade e nova verificação após o retorno da folha processada, assegurando a correção dos lançamentos, benefícios e descontos.		
	Ações de bem-estar para colaboradores	RH	Articulação com profissionais e parceiros, com o objetivo de viabilizar a oferta de práticas integrativas, palestras e atividades que promovam o bem-estar	Mensalmente	R\$ 100,00
	Satisfação das ações de bem-estar	RH	Aplicação de questionário no <i>google forms</i>	Após as ações	Não se aplica

SUBSISTEMA	AÇÃO	RESPONSÁVEL	ESTRATÉGIA DE EXECUÇÃO	PERIODICIDADE	CUSTO SE APLICÁVEL
Monitoramento de Pessoas	Tratamento do Ponto	Auxiliar de RH	Inserir atestados, afastamentos, declarações, verificando faltas e atrasos	Diariamente	Não se aplica
	Elaboração relatório do Ponto	RH	Extração, consolidação e análise dos registros de ponto, para acompanhamento de jornadas, horas extras e inconsistências.	Mensalmente	Não se aplica
	Absenteísmo monitoramento contínuo	Auxiliar de RH	Através do tratamento no ponto eletrônico	Diariamente	Não se aplica

	Relatório de Absenteísmo	Gestor de RH	Consolidação, análise e acompanhamento sistemático dos registros de faltas e afastamentos, para subsidiar decisões e ações de gestão de pessoas.	Mensalmente	Não se aplica
	Digitalização dos dossiês funcionais dos colaboradores.	Auxiliar de RH	Digitalizar os documentos físicos existentes nos dossiês funcionais e inseri-los no sistema de gestão, assegurando organização, integridade das informações e acesso facilitado aos registros	Diariamente	Não se aplica
	Coleta de assinaturas dos documentos funcionais e trabalhistas dos colaboradores.	Auxiliar de RH	Coleta e conferência das assinaturas dos documentos funcionais e trabalhistas dos colaboradores, assegurando conformidade legal e organização	Diariamente	Não se aplica
	Arquivamento físico e digital	Auxiliar de RH	Organização e arquivamento dos documentos funcionais garantindo fácil acesso, e segurança das informações.	Mensalmente	Não se aplica
	Arquivo Morto	Auxiliar de RH	Classificação, organização e revisão periódica dos documentos, com encaminhamento ao arquivo morto.	Anualmente	Não se aplica

	Reclamações Trabalhistas	Gestor de RH	Atuação preventiva com foco no cumprimento da legislação e na orientação às lideranças, visando reduzir riscos e reclamações trabalhistas.	Diariamente	Não se aplica
--	-----------------------------	--------------	--	-------------	---------------

3.3.7 Considerações Finais

O Plano de Ação de Recursos Humanos 2026 reafirma o compromisso da Casa Durval Paiva com uma gestão de pessoas estratégica, ética e humanizada. Alinhado aos aprendizados de 2025, o plano direciona esforços para o fortalecimento institucional, a valorização das pessoas e a sustentabilidade das ações sociais, consolidando o RH como agente essencial para o alcance dos objetivos organizacionais.

Este documento deverá ser monitorado continuamente, permitindo ajustes ao longo do exercício, de modo a garantir sua efetividade e aderência às demandas institucionais.

4. ÁREA TÉCNICA: ASSISTÊNCIA SOCIAL, SAÚDE, EDUCAÇÃO E EMPREGO E RENDA

4.1 ASSISTÊNCIA SOCIAL – 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 onco-hematológicos. Possui um caráter inclusivo, interventivo e educativo, tendo como foco o processo curativo a partir do acompanhamento do paciente e de seu núcleo 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 diz que, crianças e adolescentes “gozam de todos os direitos fundamentais inerentes à pessoa humana, sem prejuízo da proteção integral de que trata esta lei, assegurando-lhes, por lei ou por outros meios, todas as oportunidades e facilidades, a fim de lhes facultar o desenvolvimento físico, mental, moral, espiritual e social, em condições de liberdade e de dignidade”.

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

4.1.1 Objetivo geral

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

4.1.2 Objetivos específicos

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

O avanço das tecnologias e ampliação do acesso à informação vem 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 base para a definição das metas de 2026 reside na análise do último triênio, compreendendo os anos de 2023, 2024 e 2025. Essa abordagem retrospectiva é crucial, pois permite identificar tendências, avaliar a eficácia das ações passadas e estabelecer um ponto de partida realista para o crescimento. Dessa forma, realizou-se a média trienal, com acréscimo estratégico de 10%, conforme a tabela 1.

Tabela 32: Indicadores e metas do Serviço Social 2026

INDICADORES	METAS 2026	AÇÕES
Atendidos (pacientes e familiares) atendidos	845	Acolher e acompanhar os beneficiários
Atendimentos realizados	3.300	Atender socialmente as crianças, adolescentes e familiares

Procedimentos	4.447	Sistematizar procedimentos interventivos durante atendimento
Artigos produzidos	22	Produzir mensalmente artigos
Entrevistas/Veiculações realizadas	65	Gerar conteúdos em conformidade com as atividades do setor e da Casa
Exames realizados	365	Solicitar autorização e encaminhar para rede privada
Cadastros novos	80	Realizar cadastros
Rotinas administrativas	928	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 33.

Tabela 33: Ações sistêmicas realizadas pelo Serviço Social

NOME	OBJETIVO	INDICADORES	METAS	AÇÕES	CUSTOS	PERÍODO DE 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
REUNIÃO COM RESPONSÁVEIS E ACOMPANHANTES	Orientar sobre as dinâmicas institucionais inerentes aos responsáveis pelos pacientes hospedadas na Casa Durval Paiva.	Número de participantes durante as reuniões.	Participação de 90% dos responsáveis hospedados durante cada reunião.	Reuniões semanais, facilitadas por assistente social e nutricionista, com os acompanhantes hospedados.	-	12 meses
REUNIÃO DE FORTALECIMENTO DE VÍNCULOS	Promover ações sócio informativas ao público que reside em Natal/RN, e realizar a entrega de cesta básica mensal destes usuários, promovendo a	Número de participantes durante as reuniões.	Participação de 90% dos públicos que reside em Natal/RN.	Reunião mensal de cunho informativo.	-	12 meses

	segurança alimentar familiar.					
ESTÁGIO SUPERVISIONADO	Contribuir com a formação acadêmica de estudantes em bacharelado em Serviço Social.	Número de estudantes supervisionados.	04 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 50 pacientes e 50 acompanhantes.	-	-	1 mês

Em relação aos projetos coordenados pelo setor de Serviço Social, o quadro 2 indica os projetos em execução:

Tabela 34: Projetos em execução

NOME	OBJETIVO	INDICADORES	METAS	AÇÕES	CUSTOS	PERÍODO DE 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.	07 famílias beneficiadas com obras para garantia e melhoria habitacional.	Visitas domiciliares 420; Cestas Básicas 420; Construção de 02 casa; Reforma de 05 casas.	R\$ 229.579,79	12 meses
UNIDOS PARA CUIDAR	Promover a inclusão social e fortalecer os laços interpessoais entre as famílias assistidas pela Casa Durval Paiva, promovendo a integração e convivência comunitária, fomentando a autonomia, com	Número de crianças e adolescentes atendidos.	Atender 40 crianças e adolescentes.	Realização de grupos de convivência, reunião de fortalecimento de vínculos e atendimentos psicológicos.	R\$ 100.000,00	4 meses

	destaque para a cidadania.					
--	-------------------------------	--	--	--	--	--

4.2 SAÚDE - DIAGNÓSTICO PRECOCE

O Setor de Diagnóstico Precoce da Casa Durval Paiva atua na conscientização e identificação dos sinais e sintomas do câncer infantojuvenil, promovendo campanhas educativas e ações de alerta que valorizam o diagnóstico precoce como fator determinante para o sucesso do tratamento e aumento das chances de cura.

4.2.1 Objetivo geral

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

4.2.2 Objetivos específicos

- 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;
- Melhorar a qualidade de vida de pacientes diagnosticados;
- Elaborar artigos mensais;
- Participar de entrevistas.

Para o ano de 2026, o setor de Diagnóstico Precoce da Casa Durval Paiva seguirá comprometido em fortalecer suas ações e ampliar o impacto na identificação precoce do câncer infantojuvenil. Considerando o desempenho alcançado em 2024 e 2025 (conforme apresentado na Tabela 35), o planejamento para 2026 foi construído com base no método de projeção linear exclusivamente para as capacitações, sensibilizações e o número de municípios atendidos, estimando um crescimento de aproximadamente 5% nessas atividades. Essa abordagem reforça nosso compromisso com a expansão do alcance, a qualificação das estratégias e a eficácia das iniciativas desenvolvidas em prol das crianças, adolescentes e famílias atendidas.

Em 2025, o setor de Diagnóstico Precoce da Casa Durval Paiva deu continuidade às ações previstas e concluindo as atividades previstas do projeto PRONON “Qualificar para Salvar” planejadas para o ano. No total, foram realizadas 09 capacitações em 09 municípios da 5ª Unidade Regional de Saúde Pública e 22 capacitações, contemplando 33 municípios da 6ª URSAP. Todas as atividades foram direcionadas às equipes da atenção básica de saúde, fortalecendo a atuação dos profissionais de saúde na identificação precoce de sinais e sintomas oncológicos. As capacitações, disseminaram o

conhecimento, contribuindo para o fortalecimento da rede de apoio no enfrentamento do câncer infantojuvenil.

E o início do Projeto Cuidar e Saber – PRONON 2026/2028, que representa uma importante expansão das ações formativas no âmbito do diagnóstico precoce do câncer infantojuvenil. As metas apresentadas referem-se ao período bienal de 2026 e 2028, estando o ano de 2026 compreendido como o primeiro ciclo de execução do projeto. A proposta prevê contemplar 3.140 profissionais da Estratégia Saúde da Família (ESF) e Agentes Comunitários de Saúde (ACS), 195 profissionais das Unidades de Pronto Atendimento (UPA) e 28 profissionais da área de Física Médica e equipes atuantes em radioterapia e medicina nuclear. As atividades serão distribuídas em 65 municípios, organizadas em 103 turmas, abrangendo as Regionais de Saúde I, II, III, VII e VIII, fortalecendo de forma ampla e integrada a capacidade de detecção precoce do câncer infantojuvenil em todo o território assistido.

Sendo assim, para 2026, foi planejado o encerramento do **Projeto Qualificar para Salvar - PRONON 2024/2026** com a previsão de executar **08 turmas** para **340 profissionais** em **05 municípios**. Já para o primeiro ano de execução do **Projeto Cuidar e Saber – PRONON 2026/2028**, está previsto o cumprimento de aproximadamente 20% das metas bienais do projeto, correspondendo à fase inicial de implementação e consolidação das ações formativas. Para este período, estima-se a capacitação de cerca de **628 profissionais da ESF e ACS, 39 profissionais das UPAs e 5 profissionais** da área de Física Médica e equipes atuantes em radioterapia e medicina nuclear. As ações deverão abranger aproximadamente **13 municípios**, organizados em cerca de **20 turmas**, distribuídas nas Regionais de Saúde.

Importante ressaltar que o Cuidar e Saber depende primeiramente da captação dos recursos e assinatura do termo junto ao Ministério da Saúde. Ainda vale realçar que o ano de 2026 é “ano eleitoral”, onde as prefeituras estarão envolvidas em campanhas eleitorais, o que pode impactar na execução do projeto. Todavia, a equipe estará dedicada à mobilização territorial, articulação intersetorial e execução das capacitações iniciais, estabelecendo as bases técnicas e operacionais necessárias para o alcance integral das metas previstas até 2028.

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 2025, essa parceria resultou em ações significativas nos municípios de Bodó, Cerro Corá, Lagoa Nova e Natal, durante os meses de julho e setembro, onde foram capacitadas 366 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 2026, a meta é ampliar ainda mais o impacto desse trabalho. A Casa Durval Paiva, com o apoio do IRM, planeja realizar **06 capacitações** nos municípios de Carnaúba dos Dantas, São Vicente,

Acari, Florânia, Tenente Laurentino Cruz e Natal, com a estimativa de capacitar **180 profissionais da Atenção Básica**. 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.

Essas ações serão realizadas de maneira integrada e planejada, 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.

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.

Tabela 35: Metas do Diagnóstico Precoce 2026

INDICADOR	RESULTADOS	METAS 2025	RESULTADOS	METAS 2026
	2024		2025	
Nº de Profissionais da Saúde capacitados por ano;	950	959	1.603	1.192 ¹
Nº Estudantes de medicina e enfermagem	79	85	68	80
Nº de Profissionais sensibilizados por ano;	1.296	1.360	1.540	1.600
Nº de UBS	170	175	166	180
Nº de municípios Sensibilizados/Capacitados por ano	14	48 ²	46	50
Nº de sensibilizações/capacitações por ano	61	65	92	90
Nº de eventos por ano/Fórum	0	02	02	02
Nº de artigos produzidos	05	12	12	12
Nº de entrevistas diagnósticas	39	50	52	55
Nº de entrevistas/veiculações			37	50

¹ Quantitativo de 20% da meta geral para profissionais do Projeto do PRONON Cuidar e Saber; Acrescido do PRONON Qualificar para Salvar e Projeto do IRM.

4.2.3 Justificativa

O Plano de Ação de 2026 do Setor de Diagnóstico Precoce da Casa Durval Paiva fundamenta-se na premissa crítica de que o diagnóstico precoce do câncer infantojuvenil é o fator determinante para aumentar as taxas de cura, reduzir a morbidade associada aos tratamentos e oferecer uma melhor qualidade de vida às crianças, adolescentes e suas famílias. No entanto, o principal obstáculo a essa identificação rápida reside, frequentemente, na desinformação e na falta de capacitação direcionada dos profissionais que compõem a primeira linha de atendimento no Sistema Único de Saúde. Diante desse desafio, nosso setor assume um papel estratégico e transformador, e o plano para 2026 representa um passo evolutivo calculado, construído sobre uma base sólida de resultados e projetado para uma expansão sistêmica e eficaz do nosso impacto.

Este planejamento não parte do zero, mas se alicerça no desempenho comprovado de 2024 e 2025. A bem-sucedida execução do projeto "Qualificar para Salvar", que culminou na realização de 41 capacitações em 42 municípios das 5ª e 6ª URSAPs, validou nossa metodologia e demonstrou a receptividade e a necessidade de formação contínua por parte das equipes da Atenção Básica de Saúde. Esta é uma abordagem responsável que assegura a sustentabilidade das ações, permitindo uma ampliação do alcance de forma orgânica e gerenciável, garantindo a consolidação dos ganhos já obtidos.

Reconhecemos, porém, que para criar uma verdadeira rede de vigilância eficaz, é necessário ir além e aprofundar nossa atuação. É com este intuito que planejamos o "Projeto Cuidar e Saber", financiado através do MS/PRONON para o biênio 2026/2028, uma iniciativa ambiciosa que representa uma significativa expansão qualitativa e quantitativa. Cobrimos, assim, todo o percurso: da suspeita inicial na comunidade e na unidade básica, passando pelo atendimento em urgências, até o suporte no diagnóstico por imagem. Levar este projeto para 65 municípios, distribuídos por cinco Regionais de Saúde, é um esforço deliberado para descentralizar e democratizar o conhecimento, transformando todo o território estadual em uma rede coesa e preparada para a detecção precoce.

Paralelamente, damos continuidade e ampliamos uma parceria de alto impacto com o Instituto Ronald McDonald. Os frutos colhidos em 2025, com 366 pessoas capacitadas em quatro municípios, comprovam a sinergia dessa aliança. Para 2026, elevamos nossa meta 6 municípios para serem sensibilizados e capacitados, expandindo as ações para novas localidades da região do Seridó e Capital do Rio Grande do Norte.

Em síntese, as ações planejadas para 2026 são parte de uma estratégia integrada e sinérgica, como pode ser observado na Tabela 36. Cada capacitação, cada sensibilização, é um investimento na criação de um ecossistema de alerta e cuidado. O resultado final que perseguimos transcende os números de pessoas treinadas ou municípios visitados; é a concretização de diagnósticos mais rápidos, a redução do tempo entre os primeiros sinais e o tratamento especializado e, em última

instância, o aumento das chances de cura com menos sequelas. Portanto, justificamos este plano como uma resposta embasada, necessária e urgente ao chamado da sociedade, reafirmando o compromisso da Casa Durval Paiva em liderar, inovar e consolidar-se como a principal referência estadual na articulação de uma rede fortalecida e consciente no combate ao câncer infantojuvenil, em benefício de todas as crianças e adolescentes que confiam em nosso trabalho.

Tabela 36: Plano das Atividades Diagnóstico Precoce 2026

PLANO DE AÇÃO DAS ATIVIDADES				
Atividade	Financiador	Periodicidade	Coordenação	Gestão Técnica
Capacitação dos Profissionais da Saúde	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	
Campanhas Publicitárias	CASA DURVAL PAIVA	Por demanda	Luiz Nepomuceno e Neide Filha	
Setembro Dourado	CASA DURVAL PAIVA	Anual	Envolvimento de Toda Equipe Técnica	
DNCCI	CASA DURVAL PAIVA	Anual	Envolvimento de Toda Equipe Técnica	
Entrevistas	CASA DURVAL PAIVA	Por demanda	Luiz Nepomuceno e Neide Filha	
Artigos	CASA DURVAL PAIVA	Mensal	Luiz Nepomuceno	

4.2.4 Projetos

Os projetos executados pelo Setor de Diagnóstico Precoce da Casa Durval Paiva são fundamentais para o atingimento das metas estabelecidas, pois cada ação realizada contribui

diretamente para os indicadores definidos e fortalece o compromisso institucional com resultados mensuráveis e transparentes.

Apresentam-se, a seguir, as metas relacionadas aos projetos previstos para 2026. O projeto PRONON “Qualificar para Salvar” teve seu prazo estendido até 19 de julho de 2026, assegurando a continuidade de suas ações essenciais, com destaque para a realização do XXI Fórum do Diagnóstico Precoce em Natal (ver tabela 37). Essa prorrogação garante a manutenção e a ampliação do alcance das iniciativas ao longo do ano, fortalecendo o impacto das atividades. A periodicidade mensal e o formato dinâmico das campanhas de sensibilização promovem engajamento constante junto aos profissionais da saúde e da educação, além de reforçar o vínculo com a sociedade em geral.

Cabe ressaltar que, ao final de novembro de 2025, foi submetida ao Ministério da Saúde uma nova proposta ao programa PRONON, intitulado “Projeto Cuidar e saber”. O projeto ainda se encontra em fase de captação de recursos, e por isso o plano de ação poderá sofrer ajustes e complementações conforme sua habilitação, garantindo alinhamento às metas institucionais e à expansão das atividades planejadas.

- **FINANCIADOR:** PRONON - Projeto Qualificar Para Salvar – Realização do XXI Fórum do Diagnóstico Precoce em Natal - 120 Participantes

Tabela 37: PRONON- Qualificar para Salvar e Cuidar e Saber

	VIGÊNCIA	LOCAIS	INVESTIMENTO	RESPONSÁVEL
Fórum	19/07/2024 até 19/07/2026	V e VI URSAP	R\$ 164.034,31	Luiz Nepomuceno/ Neide Filha/Equipe Técnica

- **FINANCIADOR:** PRONON - Projeto Cuidar e Saber

Projeto do PRONON: Cuidar e Saber

	VIGÊNCIA	URSAP	CUSTO	RESPONSÁVEL
Capacitações	2026 até 2028	I, II, III, IV, VI, VII e VIII	R\$ 2.305.257,42	Luiz Nepomuceno/ Neide Filha/Equipe Técnica

A parceria histórica e frutífera com o Instituto Ronald McDonald (IRM) demonstrou, em 2025, seu valor com a capacitação de 366 pessoas. Para 2026, mantivemos a meta no projeto para 180 capacitados, porém elevamos o número de municípios para realização das capacitações, como pode

ser vista na tabela 38. Essa Projeção é justificada pela demanda crescente e pela confiança construída, permitindo que levaremos sensibilização e conhecimento técnico a comunidades ainda não alcançadas, fortalecendo o elo comunitário que é vital para o diagnóstico precoce.

- **FINANCIADOR:** IRM – Capacitação do diagnóstico precoce

Tabela 38: Instituto Ronald Mcdonald (IRM).

Capacitação para o Diagnóstico Precoce do Câncer Infantojuvenil

	VIGÊNCIA	LOCAIS	INVESTIMENTO	RESPONSÁVEL
Capacitações e Sensibilizações	30/01/2026 até 31/12/2026	Carnaúba dos	R\$ 88.233,40	Luiz Nepomuceno/ Neide Filha/Equipe Técnica
		Dantas		
		São Vicente		
		Acari		
		Florânia		
		Ten Laurentino		
		Cruz		
Natal				

O Plano de Ação para 2026 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.

Além disso, o fortalecimento das ações educativas, como a produção de artigos, realização de 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.

4.3 SAÚDE - DISPENSÁRIO DE MEDICAMENTO

O Dispensário da Casa Durval Paiva desempenha um papel essencial no cuidado integral às crianças e adolescentes em tratamento contra o câncer e doenças hematológicas. Mais do que entregar medicamentos, o setor promove a dispensação farmacêutica humanizada, na qual o farmacêutico orienta pacientes e acompanhantes sobre a forma correta de utilização, esclarece dúvidas e acompanha o estado de saúde durante o processo.

4.3.1 Objetivo geral

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

4.3.2 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;
- 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.

4.3.3 Indicadores e Metas

Tabela 39: Indicadores e metas do Dispensário de Medicamentos 2026

INDICADOR	METAS	REALIZADA	METAS	REALIZADA	METAS	REALIZADA	METAS
	2023		2024		2025		2026
Nº de Atendidos	672	247	672	206	226	245	250
Nº de Atendimentos	1.992	1.388	1.440	1.277	1.404	1.595	1.565
Valor aplicado em R\$	28.800,00	26.203,56	26.400,00	21.924,36	26.400,00	27.614,82	36.000,00
Valor dispensado em R\$	39.528,00	41.100,00	42.000,00	48.587,40	53.446,14	47.161,56	50.000,00
Valor de doações	N/A	2.207,52	5.400,00	7.985,56	8.784,00	8.927,50	9.000,00
Nº artigos produzidos	11	9	11	11	11	11	11
Nº de entrevistas/Veiculações	21	14	21	8	10	25	30
Nº palestras/Sensibilizações ministradas	12	6	12	7	10	5	6
Doações	5	6	10	11	12	11	12
Evento CDP	1	1	1	1	1	1	1
Participação em atividades interdisciplinares					10	21	10
Projetos	1	1	1	1	1	0	0

Na tabela 39 estão expressas as metas por indicador para o ano de 2026. Para tanto, tomou-se como base o histórico dos resultados alcançados em 2023, 2024 e 2025 e acrescentando 5% no último resultado.

4.3.4 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 2025 o número de atendidos foi de 238 usuários, coerente com a meta para o ano, por isso, a meta para 2026 foi estabelecida considerando os resultados anteriores. Os indicadores de: atendimentos também tiveram suas metas alcançadas em 2025, portanto servindo de base para a meta de 2026, número de entrevista e palestras, não tiveram suas metas alcançadas em 2025, portanto dados se mantém para a meta de 2026.

4.3.5 Plano de Ação

Tabela 40: Planejamento das ações do Dispensário de Medicamentos 2026

AÇÃO: Assistência farmacêutica				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Dispensação de medicamentos	Diariamente	Dispensário	R\$ 80.816,09	Farmacêutico
AÇÃO: Controle e monitoramento 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 comprar no menor valor.	R\$ 27.091,14	Farmacêutica
Controle de validade e organização dos medicamentos estocados	Quinzenal	Dispensário	\$	Farmacêutica
Controle temperatura e umidade com isso garantindo a estabilidade dos medicamentos e a	Diariamente	Dispensário	\$	Farmacêutica

segurança da eficácia.				
AÇÃO: Articulação com a rede				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Contato com as secretarias de saúde do estado e municípios dos pacientes assistidos	Quando se fizer necessário	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
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. . Continuidade na parceria com a Prorede (Plataforma de doação de medicamentos)	Mensal e sempre que se fizer necessário	CDP	\$	Farmacêutica

4.4 SAÚDE - FISIOTERAPIA

O Setor de Fisioterapia da Casa Durval Paiva desempenha um papel essencial no cuidado integral às crianças e adolescentes em tratamento contra o câncer e doenças hematológicas. Sua atuação vai além da reabilitação física, oferecendo suporte para a recuperação funcional, prevenção de complicações e promoção da qualidade de vida dos pacientes.

4.4.1 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.

4.4.2 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;
- Executar e/ou coordenar projetos.

4.4.3 Indicadores e Metas

Tabela 41: Indicadores e metas da Fisioterapia 2026

Indicadores	Resultados 2024	Resultados 2025	Metas 2026 ^(a)
Nº de pacientes atendidos	89	85	87
Nº de atendimentos	471	496	484
Nº de artigos produzidos	11	11	11
Nº de entrevistas/veiculações	15	36	40 ^(b)
Nº de palestra ministradas	0	1	1 ^(c)
Nº de eventos organizados	1	1	1 ^(d)

^(a)As metas para 2026 foram definidas através de médias entre os resultados de 2024 e 2025.

^(b)O indicador, a partir de 2025, considerou o número de veiculações de áudios e entrevistas gravadas, portanto será a base para a meta de 2026.

^(c)Não foram ministradas palestras relacionadas ao diagnóstico precoce em 2023 nem 2024. Foi feita apenas 1 palestra sobre Outubro Rosa em 2025. A meta foi baseada na possível necessidade da caravana do diagnóstico precoce e ações do setembro dourado.

^(d)Em 2024 e 2025 foram organizados os eventos estabelecidos para o setor (Dia das Mães e festa junina, respectivamente). Para 2026 o evento de responsabilidade do setor será comemoração do Dia dos Pais.

4.4.4 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 também refletir sobre as possibilidades no futuro, como mercado de trabalho, constituição de família, prática de esportes ou atividades de lazer, etc.

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

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

4.4.5 Plano de Ação

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\$ 45.936,00*
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
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 (Dia dos Pais)	Fisioterapeuta	Buscar parcerias para alimentação, ações e lembrancinhas. Reunir-se com os demais setores envolvidos direta ou indiretamente	Agosto/2026	R\$ 0,00 **

		com o evento. Apresentar planejamento à gestora e superintendente para aprovação e ajustes; Público-alvo: 10 pais/acompanhantes;		
Coordenação do Projeto Bem-me-quer	Fisioterapeuta	Coordenar as ações do projeto que tem como objetivo oferecer PICS ao tratamento dos pacientes com câncer e doenças hematológicas crônicas atendidas pela Casa Durval Paiva, permitindo um incremento na qualidade do atendimento multidisciplinar e contribuir para a qualidade de vida dos acolhido pela instituição.	A definir	R\$ 101.728,00

*O custo foi baseado no Referencial Nacional de Procedimentos Fisioterapêuticos para 2025, sendo calculado pelo valor médio dos procedimentos, diminuído em 10% (conforme valores do EcoGestão), e multiplicado pela quantidade de atendimentos conforme meta (R\$ 95,50 x 481). Os demais custos (energia elétrica, água, combustível e ação de outros profissionais) não foram calculados.

** A meta é realizar o evento sem custo.

4.5 SAÚDE - NUTRIÇÃO

O serviço de Nutrição e Dietética da Casa Durval Paiva (CDP) é responsável pela produção e fornecimento diário de refeições através da Unidade de Alimentação e Nutrição (UAN), garantindo qualidade higiênico-sanitária para pacientes, acompanhantes e colaboradores. Além disso, oferece assistência nutricional individual e coletiva, com atendimento clínico e doações mensais de cestas básicas, leite e suplementos.

A gestão da UAN envolve controle higiênico-sanitário, planejamento de compras, elaboração de cardápios, administração de custos e estoque, além da articulação com doadores e parceiros para arrecadação de gêneros alimentícios. O responsável técnico coordena tanto as funções administrativas quanto as atividades clínicas, incluindo avaliação nutricional, prescrição dietética e acompanhamento da evolução dos pacientes.

Em parceria com a classe domiciliar, o setor desenvolve o projeto “Educando para Nutrir”, que incentiva crianças e adolescentes com câncer e doenças hematológicas a adotarem hábitos alimentares saudáveis, reforçando a importância de uma alimentação equilibrada como parte do tratamento.

4.5.1 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.

4.5.2 Objetivos específicos

- Promover educação nutricional aos pacientes através de atendimentos e acompanhamento sistemático;
- Gerenciar e produzir as refeições diárias para os comensais (pacientes, acompanhantes, colaboradores);
- Gerenciar o controle higiênico sanitário da UAN;
- Distribuir mensalmente cestas básicas as famílias assistidas;
- Controlar os estoques;
- Realizar trabalho de educação nutricional e interdisciplinar (educando para nutrir);
- Participar de projetos;
- Supervisionar estágio;
- Acompanhar o desenvolvimento dos voluntários;
- Participar na sensibilização da campanha do diagnóstico precoce juntamente com a equipe multidisciplinar;

- Produzir artigos;
- Participar de reuniões;
- Realizar rotinas administrativas;
- Participar das entrevistas;
- Buscar parcerias redução de custos.

4.5.3 Indicadores e Metas

Tabela 42: Indicadores e Metas Nutrição 2026

INDICADOR	VALORES ALCANÇADOS 2025	META 2026
Nº de Atendidos	400	282
Nº de Atendimentos	2.713	3.000
Nº de Atendimentos em grupo	12	12
Nº de Refeições	42.066	43.500
Nº Cestas Básicas distribuídas	3.429	3.540
Valor aplicado em cestas básicas	R\$ 350.504,20	R\$ 388.000,00
Valor aplicado na UAN	R\$ 110.124,78	R\$ 124.300,00
Valor de doações recebidas em gêneros alimentícios	R\$ 151.283,67	R\$ 100.000,00
Nº artigos publicados	12	12
Nº de entrevistas/veiculações	36	40

4.5.4 Justificativa

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

4.5.5 Plano de Ação

Tabela 43: Planejamento das ações Nutrição 2026

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 e desperdícios de alimentos 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 infantil juvenil				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Projeto educando para nutrir	Mensal	Em parceria com a classe pedagógica	-	Nutricionista
Sensibilização diagnóstico precoce/ Palestras em escolas e UBS	Jan a dez	Escolas da rede pública, e UBS's Municípios/RN	-	Equipe multidisciplinar
Reunião multidisciplinar	Semanal	CDP	-	Equipe multidisciplinar
Supervisão de estágio Orientar, planejar e avaliar o trabalho desenvolvido pelos estagiários estudantes de Nutrição.	Diário	CDP	Fev - nov	Nutricionista
Qualificação profissional de colaboradores: curso profissionalizante para colaboradores da UAN				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
Buscar parceria	Mensalmente	UNI/RN UNP SESC	Redução de custo	Nutricionista
Organização de evento –				
COMO	QUANDO	AONDE		META
Proporcionar convivência comunitária aos pacientes.	FEV/2026	Buscar parcerias	Captar recursos	Participação pacientes e acompanhantes

4.6 SAÚDE - ODONTOLOGIA

O Setor de Odontologia da Casa Durval Paiva integra o cuidado multidisciplinar oferecido às crianças e adolescentes em tratamento contra o câncer e doenças hematológicas. Sua atuação é voltada para a prevenção, diagnóstico e tratamento das alterações bucais, que podem surgir tanto em decorrência da doença quanto dos efeitos colaterais das terapias.

4.6.1 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.

4.6.2 Objetivos específicos

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

4.6.3 Indicadores e Metas

Tabela 44: Indicadores e metas Odontologia 2026

INDICADORES	RESULTADOS 2024	RESULTADOS 2025	METAS ANUAIS 2026	METAS MENSAL 2026
Nº de pacientes atendidos	246	213	223	18
Nº de acompanhantes atendidos	72	93	98	8
Nº de atendimentos	1.521	1.702	1.787	149
Nº de procedimentos	3.946	3.734	3.920	326
Nº de artigos produzidos	14	16	22	2
Nº de entrevistas/veiculações concedidas	8	33	40	3
Nº de palestra ministradas	5	1	1	-
Projeto educação e sorriso	11	10	24	2

(a) Acrescido de 5% do resultado de 2025.

4.6.4 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.

4.6.5 Plano de Ação

Tabela 45: Planejamento das ações da Odontologia 2026

AÇÃO	QUANDO	AONDE	RESPONSÁVEL
Atendimento odontológico	Segunda a Sexta	Hospital	Simone
Atendimento odontológico	Terça, Quarta e Quinta	Consultório odontológico da Durval Paiva	Ana Carolina
Educação e Sorriso	2ª's terças-feiras do mês	Classe Hospitalar LIGA POLICLÍNICA	Simone Equipe pedagogia
Educação e Sorriso	4ª's terças – feiras do mês	Classe Domiciliar CDP	Ana Carolina Equipe de pedagogia
Preceptorial aos residentes e estudantes de odontologia	Segunda a Sexta	Hospital CDP	Simone Ana Carolina
Reunião da equipe técnica	Quarta-feira 13:30-14:30	CDP	Simone Ana Carolina
Entrevistas: rádios e TV's	Bimestral (de acordo com a escala)	Rádios locais e CDP	Simone Ana Carolina
Produção de artigos	Mensalmente	CDP	Simone Ana Carolina
Reunião de colaboradores	Mensalmente	CDP	Simone Ana Carolina
Participação em palestras	Janeiro a Dezembro	-	Simone Ana Carolina
Organização de evento (a definir)	Anual	-	Ana Carolina Simone

A tabela 45 apresentada, evidencia a rotina organizada e sistemática do setor, destacando tanto atividades operacionais quanto administrativas, todas essenciais para garantir a qualidade e segurança dos serviços prestados pela Casa Durval Paiva.

Tabela 46: Plano de atividades da Odontologia 2026

ATIVIDADE	PERÍODO	LOCAL	RESPONSÁVEL
Esterilização dos instrumentais	A cada dois dias	CDP	Ana Carolina
Lavagem e selamento de instrumentais	Diário	CDP	Ana Carolina
Teste Microbiológico	A cada 15 dias	CDP	Ana Carolina
Teste Radiométrico – Raio X	A cada 2 anos (2027)	CDP	Simone Ana Carolina
Relatório Mensal e Anual	Jan-Dez	CDP	Simone Ana Carolina
Plano de ação	Anual	CDP	Simone Ana Carolina
Levantamento de estoque e compra de insumos	Trimestral	CDP	Ana Carolina
Vigilância Sanitária - COVISA	Anual	CDP	Simone Ana Carolina
Organização de estoque de materiais	Semanal	CDP	Ana Carolina
Registro dos atendimentos e atividades no sistema (Ecogestão)	Diariamente	CDP	Ana Carolina Simone

4.7 SAÚDE - PSICOLOGIA

O Setor de Psicologia da Casa Durval Paiva oferece suporte emocional e psicológico às crianças e adolescentes em tratamento contra o câncer e doenças hematológicas, bem como aos seus familiares. A atuação junto a equipe busca promover o bem-estar, fortalecer vínculos e auxiliar na adaptação às demandas do tratamento.

4.7.1 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.

4.7.2 Objetivos específicos

- Garantir escuta qualificada e acolhimento psicológico individualizado, além de oferecer psicoterapia de apoio a crianças, adolescentes com câncer ou doenças hematológicas e suas

famílias ao longo de todas as fases do tratamento, incluindo internações, cirurgias, recidivas, eventos adversos, cuidados paliativos e pós-óbito

- 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.

4.7.3 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.

4.7.4 Indicadores e Metas

Tabela 47: Indicadores e metas da Psicologia 2026

INDICADORES	RESULTADOS 2025	META ANUAL 2026*	META MENSAL 2026
Nº de pacientes atendidos	151	165	15

Nº de acompanhantes atendidos	193	212	19
Nº de profissionais atendidos	5	6	0,5
Nº de atendimentos	1.267	1.355	123
Nº de atendidos em grupo	323	355	32
Nº de artigos	11	11	1
Nº de entrevistas/veiculações	37	40	3,7

(*) Resultado de 2025, acrescido de 10%.

(**) Meta anual dividido por 11 meses, excluindo mês de férias;

4.7.5 Plano de Ação

Tabela 48: Planejamento das ações Psicologia 2026

Objetivo	Garantir escuta qualificada e acolhimento psicológico individualizado desde o diagnóstico, oferecendo psicoterapia de apoio a crianças, adolescentes com câncer ou doenças hematológicas e suas famílias ao longo de todas as fases do tratamento, incluindo internações, cirurgias, recidivas, eventos adversos, cuidados paliativos e pós-óbito;			
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 paliativos e pós-óbito), auxiliando o paciente no enfrentamento do adoecimento.	Diário (busca ativa ou agendamento)	Psicóloga	Não há

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	Semanal (quartas-feiras)	Psicóloga e Assistente Social	Não há

	acerca da 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, Assistentes Sociais, Coordenadora 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

Entrevistas	Conceder entrevistas às mídias sociais da Casa Durval Paiva, bem como aos veículos de informação local e nacionalmente	Conforme a demanda.	Psicóloga	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 às mídias sociais da Casa Durval Paiva, bem como aos veículos de informação local e nacionalmente	Conforme a demanda.	Psicóloga	Não há

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.	Conforme a 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
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 a demanda.	Psicóloga	Não há

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

Tabela 49: Ações - Recanto Cultural 2026

Mês	Artista	Técnica
Janeiro	Carolina Viegas	Aquarela
Fevereiro	Jussara Di Medeiros	Arte de adesivar
Março	Marcelo Medeiros	Fotografia
Abril	Ana Rique	Aquarela

Maio	Gilson Miguel	Arte em retalhos
Junho	Dulci Cunha	Aquarela
Julho	Francisco Eduardo	Pintura em tela
Agosto	Jhennifer Felix	Desenho realista
Setembro	Leila Lima	Fotografia
Outubro	Graça Sabino	Aquarela
Novembro	Fernando Anez	Aquarela
Dezembro	Drucilla Fernandes	Pintura em tela

4.7.6 Evento anual

A Comemoração de Natal, agendada para 09 de dezembro de 2026, ficará sob responsabilidade da Psicologia, contando com o apoio da equipe técnica e das demais equipes da Casa Durval Paiva. A ação tem como objetivo promover um momento significativo de encerramento do ano para pacientes e acompanhantes, cheio de cuidado e presença.

Tabela 50: Plano Individual de Trabalho

Atividades	Objetivos	Frequência
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 paliativos e pós-óbito), auxiliando o paciente no enfrentamento do adoecimento.	Diário (busca ativa ou agendamento).
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).
Grupo Lúdico para crianças	Ofertar ao paciente, até 11 anos de	Sextas-feiras 10h

	idade, um espaço terapêutico no qual possa se expressar e trabalhar dificuldades interpessoais em grupo, abordando temas de saúde mental.	às 11:30.
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.	Quintas-feiras 10h às 11:30.
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 saúde, assistência social e educação.	Quartas-feiras 10h às 11:30.
Projeto Recanto Cultural	Possibilitar o contato dos pacientes com a arte e a cultura local através da exposição e oficinas ministradas pelos artistas participantes.	Mensal (terceira e quarta semana do mês).
Visitas hospitalares	Realizar visitas aos pacientes hospitalizados, em atendimento ambulatorial ou internados, na Policlínica da Liga Contra o Câncer.	Terças-feiras 9h às 12h.
Visitas domiciliares	Realizar visitas no domicílio dos pacientes, de modo a dar suporte e avaliar condições de saúde mental.	Sempre que houver demanda.
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.
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.	Sempre que houver demanda.
Artigos	Elaborar artigos com temáticas voltadas ao fazer psicológico diante do adoecimento oncológico/hematológico	Mensal.

	de crianças e adolescentes e os demais temas que os cercam.	
Supervisão de estágio	Orientar, planejar e avaliar o trabalho desenvolvido pelos estagiários estudantes de Psicologia.	Semanal.
Acompanhamento de voluntários	Acompanhar as atividades realizadas pelos voluntários destinados ao setor de Psicologia.	Sempre que houver demanda.
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 13:30 às 14:30).
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.
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.
Evento	Planejamento e organização do evento designado para o setor, com suporte da equipe.	Anual.

4.8 EDUCAÇÃO – CLASSE DOMICILIAR E CLASSE HOSPITALAR

Ao longo de seus 30 anos de história, o setor educacional da Casa Durval Paiva tem se dedicado ao acolhimento e à garantia do direito à educação de crianças e adolescentes em tratamento contra o câncer e outras doenças hematológicas graves. Essa trajetória passou por importantes transformações, iniciando em 1998 com aulas de reforço oferecidas por voluntários, até alcançar sua regulamentação junto à Secretaria Estadual de Educação.

A partir de 2008, com a assinatura do primeiro Termo de Cooperação Técnica entre a Secretaria Estadual de Educação e a Casa Durval Paiva, o serviço educacional passou a integrar oficialmente a modalidade de Educação Especial, contando com a cessão de professores da rede pública estadual para atuação na instituição.

Atualmente, o atendimento educacional da Casa Durval Paiva possui reconhecimento nacional, respaldado pelos 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 ao 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 (PNEPEI) 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.

No AEHD – CDP (Atendimento Educacional Hospitalar e Domiciliar da Casa Durval Paiva), o 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 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.

Para assegurar os direitos educacionais dos estudantes, além do acesso à educação básica, continuaremos oferecendo orientações e apoio aos alunos interessados em participar dos exames do IFRN e do ENEM. Assim como nos anos anteriores, será realizada a solicitação de aplicação da

“prova especial” na Casa Durval Paiva, conforme previsto nos editais dos exames. Essa solicitação deve ser efetuada no ato da inscrição, mediante apresentação de parecer pedagógico e laudo médico devidamente assinados.

Da mesma forma, manteremos a oferta do cursinho preparatório para o IFRN/ENEM, realizado semanalmente na Casa Durval Paiva, sempre às sextas-feiras pela manhã. As aulas serão ministradas por professores da rede estadual, com o propósito de reduzir as dificuldades de aprendizagem nos conteúdos essenciais das áreas de Língua Portuguesa, Matemática e História.

Ressaltamos ainda a realização da “Campanha de Arrecadação de Material Escolar”, cujo objetivo é montar kits escolares destinados aos pacientes beneficiários da instituição que estão matriculados na educação básica. A iniciativa visa diminuir o impacto financeiro das famílias na aquisição dos itens básicos utilizados pelos estudantes. A campanha ocorre anualmente em parceria com o setor de Desenvolvimento Institucional da CDP e, para 2026, teve início em dezembro de 2025. As arrecadações seguirão durante todo o mês de janeiro de 2026, com previsão de montagem e entrega dos kits em fevereiro, durante a primeira reunião pedagógica com os pais.

Por fim, enfatizamos a continuidade dos projetos sociais Leitura e Prosa, que se configuram como atividades extracurriculares essenciais para a ampliação de conhecimentos e fortalecimento da estrutura pedagógica do serviço educacional, por meio da aquisição de materiais pedagógicos e tecnológicos, além da contratação de profissionais responsáveis pela condução das oficinas.

4.8.1 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.

4.8.2 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;
- 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.

4.8.3 Justificativa

O setor de Atendimento Educacional Hospitalar e Domiciliar da Casa Durval Paiva tem como propósito promover um impacto significativo na trajetória dos beneficiários, reconhecendo em cada aluno um sujeito de direitos e deveres que precisam ser respeitados. Nessa perspectiva, reforça-se a relevância da educação e garante-se o acesso aos direitos educacionais dos pacientes por meio das Classes Hospitalar e Domiciliar, em conformidade com o que estabelece a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional.

Cumprindo 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)

Amparados pela legislação que orienta a educação especial, cabe a esses espaços elaborar estratégias que garantam a continuidade do percurso escolar, assegurando que os alunos possam

desenvolver e construir seus conhecimentos, mesmo não contando com os recursos tradicionais disponíveis na escola regular.

Nesse sentido, torna-se essencial acompanhar o estudante desde o momento de sua chegada, apoiando-o até que alcance autonomia para seguir seu próprio caminho e atuar como protagonista de sua trajetória. Assim, as ações desenvolvidas no setor são fortalecidas, alinhando-se à missão e à visão da Instituição.

4.8.4 Indicadores e Metas

Tabela 51: Indicadores e metas 2026 – AEHD/CDP

INDICADORES	RESULTADOS 2025	META 2026
Nº de Atendidos (alunos e acompanhantes)	249	261
Nº de Atendidos: alunos em atividades curriculares/ extracurriculares	196	205
Nº de Atendidos: atividades curriculares (afastados da escola)	50	73
Nº de estudantes com deficiências/transtornos	27	30
Nº de Atendimentos/Frequência – curricular e extracurricular	2.888	3.087
Nº de estudantes no cursinho preparatório	12	13
Nº de estudantes (prova ENEM)	6	5
Nº de estudantes (prova IFRN)	1	2
Nº artigos produzidos	9	11
Nº de entrevistas/veiculações	11	15
Nº palestras/Sensibilizações ministradas	10	10
Nº projetos executados	1	3
Nº de eventos	2	2

Nº de kits escolares	64	73
Arrecadação não financeira	R\$ 509.700,00 SEEC/RN	R\$ 509.700,00 SEEC/RN
-Professores cedidos SEEC/SUESP/RN: R\$ 311.772,72 (5 prof. X R\$ 8.495,00 X 12)		

OBS: Para a definição das metas previstas para o ano de 2026, foi considerado um acréscimo de 5% em relação aos valores de 2025. Exceto para os indicadores: “arrecadação não financeira” e “projetos”.

4.8.4 Plano de Ação

Tabela 52: Ações AEHD 2026

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 - Raryane Nascimento	Diário
Artigos de opinião; Entrevistas em rádio e TV; Gestão de projetos sociais	- Elaborar conteúdos sobre as ações do setor educacional para publicação	Coordenadora Pedagógica - Raryane Nascimento	Mensal Trimestral Semestral

	<p>em jornais, blogs e página da Instituição;</p> <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. 	<p>Professoras Classe Domiciliar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ester Rayane - Pedagoga -CDP - Keila Gomes – Pedagoga/SEEC 	
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; 	<p>Professoras Classe Domiciliar (CDP):</p> <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. 	<p>Professores:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ester Rayane 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	- Educação e Sorriso; - Educando para Nutrir; - Intervenção Interdisciplinar; - Participar da reunião multidisciplinar no hospital - Acompanhar as atividades na classe hospitalar	Dentistas: - Ana Carolina- CDP - Simone Norah – CPD Nutricionista: - Patrícia Lino - CDP Pedagoga: - Raryane Nascimento	Mensal Semanal
Reunião pedagógica	- Jornada Pedagógica com os professores	Equipe Pedagógica - Raryane Nascimento Coordenadora Pedagógica - Ester Rayane – 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 - Raryane Nascimento Coordenadora Pedagógica - Ester Rayane – 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	Toda Equipe Pedagógica	Anual 06 a 08 de outubro

	<p>-Público-alvo: 50 crianças e adolescentes</p> <p>-Horário: 14 as 17h (pode sofrer alteração)</p> <p>AÇÕES: A definir</p> <p>-Coparticipação nos demais eventos da Instituição;</p>		
Campanha de arrecadação de material escolar	<p>-Comunicar a campanha junto ao DI;</p> <p>-Montar os kits escolares;</p> <p>-Distribuir os kits escolares para as famílias mediante apresentação da declaração de matrícula escolar atualizada.</p>	<p>-Helder Coutinho Gestor do DI - Danielle Assessora de imprensa -Raryane Nascimento Coordenadora pedagógica</p>	Anual

4.8.5 Projetos Financiados para 2026

4.8.5.1 Conectando Saberes

OBJETIVO	INDICADORES	METAS	AÇÕES	CUSTOS
----------	-------------	-------	-------	--------

PROMOVER ALFABETIZAÇÃO LETRAMENTO DIGITAL DE CRIANÇAS E 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\$ 174.800,00 Atlas Schindler e EDP Renováveis
<div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; text-align: center;"> PROJETO CONECTANDO SABERES </div>				
<div style="border: 1px dashed black; padding: 5px;"> Tempo de vigência: 12 meses Data do início: Data do término: </div>				

4.8.5.2 Criança Esperança

OBJETIVO	INDICADORES	METAS	AÇÕES	CUSTOS
----------	-------------	-------	-------	--------

Implantar o Serviço de Atendimento Educacional Especializado - AEE para atender às peculiaridades de crianças e adolescentes com câncer e doenças hematológicas crônicas que apresentam demandas para educação especial,

40 Crianças e Adolescentes assistidos pela CDP;

100% do público-alvo envolvidos; nos atendimentos.

Estruturar uma sala de recursos multifuncionais para crianças e adolescentes acolhidos pelo serviço de apoio pedagógico da Casa Durval Paiva;

Valor do convênio: R\$ 200.000,00

UNESCO/ PROGRAMA CRIANÇA ESPERANÇA

PROJETO CRIANÇA ESPERANÇA

Tempo de vigência: 12 meses

Data do início:

Data do término:

Contratar profissionais especializados na implantação do Serviço;

Proporcionar estratégias e metodologias de aprendizagem especializadas às características de cada aluno do Serviço Educacional Hospitalar e Domiciliar;

Promover o desenvolvimento de habilidades neuropsicomotoras, socioemocionais e a

criatividade das crianças e adolescentes com deficiências ou transtornos globais do desenvolvimento e transtornos específicos da aprendizagem.

4.8.5.3 Leitura e Prosa (Finalização)

OBJETIVO	INDICADORES	METAS	AÇÕES	CUSTOS
CONTRIBUIR COM A CONTINUIDADE DO PROCESSO DE ESCOLARIZAÇÃO, ATRAVÉS DE ATIVIDADES PEDAGÓGICAS COMPLEMENTARES DE INCENTIVO À LEITURA, PRODUÇÃO TEXTUAL E SUPORTE PSICOPEDAGÓGICO.	35 crianças e adolescentes assistidos pela CDP;	100% do público-alvo envolvidos; nas oficinas.	Oficina de leitura e produção textual; Atendimento psicopedagógico; Atendimento de um bibliotecário; Passeio terapia;	Valor do convênio: R\$ 144.000,00 FIA/ COMDICA RN

**PROJETO
LEITURA E
PROSA**

Tempo de vigência: 12
meses

Data do início:
08.05.2025

Data do término:
08.05.2026

4.9 GERAÇÃO DE TRABALHO E RENDA – CASA DOS OFÍCIOS

A Casa dos Ofícios é um setor estratégico da Casa Durval Paiva voltado para a capacitação profissional e geração de renda de pacientes e familiares. Criada inicialmente como sala de artes, em 2018 evoluiu para uma área de educação profissionalizante, alinhada aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU (ODS 4 e ODS 8), promovendo cidadania, inclusão social e combate à pobreza.

O setor oferece cursos e oficinas em quatro áreas principais, artes, beleza, gastronomia e tecnologia/empreendedorismo, possibilitando renda autônoma e inserção no mercado de trabalho. Suas atividades são sustentadas por parcerias com SENAC, SENAI, SEBRAE RN, projetos sociais e voluntários.

Além da formação, o setor promove o empreendedorismo ativo por meio de estandes em eventos e do salão de beleza da instituição. O modelo de remuneração garante autonomia e dignidade: 50% das vendas de produtos artesanais retornam ao produtor e 90% dos serviços de beleza ao profissional. Dessa forma, adolescentes, jovens, pais e acompanhantes conquistam maior independência financeira, fortalecem a renda familiar e melhoram sua qualidade de vida.

4.9.1 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.

4.9.2 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 geração de renda familiar através das vendas dos estandes e atendimentos do salão de beleza;
- Promover anualmente a Feira do empreendedor da CDP;
- Fomentar parcerias com oficinairos, docentes e especialistas da educação profissionalizante.

4.9.3 Indicadores e Metas

Tabela 53: Indicadores e Metas Casa dos Ofícios 2026

INDICADOR	META 2025	REALIZADO 2025	META 2026
Avaliações / acolhimentos / encaminhamentos	45	43	45
Nº de Alunos/Atendidos	140	130	140
Nº de Frequência/Atendimentos	1.500	1.963	1.650
Nº de Oficinas/Cursos	70	67	70
Nº de Inscritos em oficinas/cursos	500	505	500
Nº de Concluintes em oficinas/cursos	400	437	400
Nº de Estandes de vendas de artesanatos	12	11	12
Valor Faturado em Produtos/Serviços	R\$ 15.000,00	R\$ 20.323,00	R\$ 16.500,00
Valor médio da geração de renda por produtor/empreendedor	R\$ 1.200,00	R\$ 1.354,87	R\$ 1.200,00
Eventos	10	10	10
Nº entrevistas/veiculações		8	10

Fonte: dados setoriais

4.9.4 Justificativa

A Casa dos Ofícios em 2026 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 1, os indicadores apontam a meta a ser alcançada, de acordo com a análise dos resultados de 2025, como o indicador de nº Avaliações / acolhimentos houve uma leve diminuição para a meta de 2026 de 45 para 40, assim como os indicadores de Nº de Alunos/Atendidos sofreram uma baixa em relação ao resultado anual de 2025. Nº de Atendimentos/Frequência, houve uma projeção de 10% a mais para a meta de 2026, conforme a meta de 2025. Nº de Inscritos em oficinas/cursos, Nº de Concluintes permanece a meta de 2025, conforme os resultados. Nº de oficinas/cursos, houve uma leve redução para a meta de 2026. Nº de Estandes de vendas de artesanatos, Valor Faturado em Produtos/Serviços, as metas de 2024 houve um aumento de 10% para 2025.

4.9.5 Plano de Ação

Tabela 54: Ações da Casa dos Ofícios 2026

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
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\$	Jéssica Kelly França
Ação: Gestão de estoque de materiais				
COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL

<p>Recebimento e triagem de materiais que chegam do DONAFI; Acompanhar usos dos insumos nas oficinas e cursos; Solicitar compras de materiais e insumos para oficinas e curso;</p> <p>Doação de material para alunos, em casos esporádicos. Organização do almoxarifado de matérias e despesa da cozinha.</p>	Semanalmente, Trimestralmente.	Casa dos Ofícios	R\$	Jéssica Kelly França
---	-----------------------------------	---------------------	-----	----------------------

Ação: Relacionamento e Parcerias

COMO	QUANDO	AONDE	CUSTO	RESPONSÁVEL
<p>Manter relacionamento e parceria om sistema S, SENAI, SENAC e SEBRAE.</p> <p>Conseguir contatos de especialistas, professores e profissional específicos para ministrar, oficinas e cursos de forma voluntária ou de baixo custo;</p>	Semanal, mensal,	Casa dos Ofícios	RS	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.	Novembro /2026	Rua pública, em frente a CDP	Jéssica Kelly França e equipe envolvida
--	----------------	------------------------------	---

4.9.6 Projetos 2026

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\$ 148.000,00 (AGUARDANDO LIBERAÇÃO DO RECURSO)
Tempo de Vigência: 12 Meses			Oficina de Empreendedorismo	

AÇÃO
CONTINUADA DO
PROJETO PONTES
PARA O FUTURO

OBJETIVO	INDICADORES	METAS	AÇÕES	CUSTOS
Proporcionar oportunidades de capacitação, geração de trabalho e renda, na área da beleza, saúde e/ou administração.	Qualificação de 20 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.
Tempo de Vigência: 12 meses				

MODA, VIDA E
ARTE

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	CDP E PARCEIRA DE VOLUNTÁRIOS
Tempo de Vigência: 12 meses				

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em 2026, espera-se que a Casa Durval Paiva possa desempenhar suas atividades com avanços, 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.

Anexo 1: Subsistema de Provisão de Recursos Humanos – Etapas do processo seletivo

RECRUTAMENTO		
AÇÃO	RESPONSÁVEL	DATA
Preenchimento do Formulário de requisição de pessoal	RH	
Criação do anúncio para vaga - Requisitos	RH	
Publicação da vaga nas mídias Sociais	DI	

SELEÇÃO		
AÇÃO	RESPONSÁVEL	DATA
Triagem de Currículos	RH	
Agendar entrevista com os candidatos selecionados pela análise dos currículos	RH	
Entrevista Coletiva	RH	
Entrevista Individual	RH	
Prova de conhecimentos específicos	RH/GESTOR DA ÁREA	
Prova prática	RH/GESTOR DA ÁREA	
Testes psicológicos	PSICÓLOGA ORGANIZACIONAL (VOLUNTÁRIA)	
Apresentação do resultado final	RH	
Feedback aos candidatos aprovados	RH	
Feedback aos candidatos não aprovados	RH	

Anexo 2: Cronograma de Capacitações em 2026

CAPACITAÇÕES PARA SETORES E CARGOS ESPECÍFICOS				
SETOR/CARGO	CAPACITAÇÃO/TREINAMENTO	HORAS	Nº PARTICIPANTES	PROVISÃO ORÇAMENTÁRIA
Todo time	Diagnóstico Precoce	20h	90	Não se aplica
Todo time	IA – Inteligência Artificial	40h	90	R\$ 2.000,00
Equipe Técnica	Media training	20h	13	R\$ 1.000,00
Gestor de TI	Governança de TI	40h	01	R\$ 3.000,00
Gestor de DI	Gestão de Projetos	40h	01	R\$ 5.000,00
Coord. de Projetos	Leis de incentivo com ênfase em imposto de renda	20h	01	R\$ 1.500,00
Analista de MKT	Tráfego pago	20h	01	R\$ 1.000,00
ASG	Limpeza e higienização	20h	6	R\$ 800,00
Auxiliar de RH	Departamento Pessoal	40h	1	R\$ 800,00
Governantas	Formação de governanta	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

Gestor de Telemarketing/ Gestor de DI	Gestão estratégica de Pessoas	360h	02	R\$ 1.500,00
TOTAL				R\$ 19.700,00

CRONOGRAMA REUNIÃO DE SÁBADO			
TEMA CENTRAL: "CUIDAR PARA ACOLHER: EXCELÊNCIA COMEÇA EM MIM"			
TEMAS		DATA	PALESTRANTE
01	AUTOCUIDADO E SAÚDE EMOCIONAL (JANEIRO BRANCO) OBJETIVO: Fortalecer o equilíbrio emocional do colaborador, reconhecendo que cuidar de si é essencial para acolher com empatia, paciência e sensibilidade.	31/01	Júlia Carmo
02	GESTÃO DO TEMPO, PRIORIDADES E RESOLUTIVIDADE OBJETIVO: Desenvolver a capacidade de organizar demandas, gerenciar o tempo e agir com resolutividade, garantindo eficiência no trabalho e qualidade no atendimento a pacientes, acompanhantes e doadores.	28/02	
03	ÉTICA NO FAZER DIÁRIO OBJETIVO: Consolidar atitudes éticas nas pequenas e grandes ações, reforçando a confiança, a responsabilidade e a credibilidade institucional.	28/03	
04	ETIQUETA INSTITUCIONAL OBJETIVO: Vestir, Higiene, Comer, Falar e Agir	25/03	
05	SIGILO, LGPD E PROTEÇÃO DAS PESSOAS ATENDIDAS E RELACIONADAS À INSTITUIÇÃO OBJETIVO: Garantir o uso responsável, ético e legal das informações, protegendo dados pessoais e sensíveis de crianças, famílias, colaboradores, doadores, voluntários e estagiários, assegurando dignidade, segurança, confidencialidade e bem-estar em todas as relações institucionais.	30/05	
06	COMUNICAÇÃO CLARA, RESPEITOSA E EMPÁTICA OBJETIVO: Reduzir ruídos, prevenir falhas no cuidado e fortalecer relações por meio de uma comunicação assertiva e humanizada.	27/06	

07	TRILHA PARQUE DAS DUNAS OBJETIVO: Promover o bem-estar físico e emocional dos colaboradores por meio do contato com a natureza, incentivando autocuidado, integração e equilíbrio emocional, com reflexos positivos no acolhimento de crianças, famílias, acompanhantes e doadores.	25/07	
08	DIVERSIDADE E RESPEITO ÀS DIFERENÇAS OBJETIVO: Promover um ambiente inclusivo que valorize diferentes culturas, histórias e realidades, garantindo acolhimento equitativo	29/08	
09	COOPERAÇÃO ENTRE OS SETORES OBJETIVO: Fortalecer a atuação integrada entre áreas, compreendendo que o cuidado com as crianças é resultado do esforço coletivo.	26/09	
10	RESOLUÇÃO DE CONFLITOS COM RESPONSABILIDADE OBJETIVO: Desenvolver a capacidade de lidar com divergência de forma madura, respeitosa e focada na solução.	31/10	
11	PROPÓSITO INSTITUCIONAL OBJETIVO: Reforçar o senso de pertencimento e o compromisso coletivo com nossa missão institucional de cuidar bem das nossas crianças	28/11	

PÍLULAS DE CONHECIMENTO

Periodicidade: Quinzenal (1ª e 3ª sexta-feira) - Duração: 10 minutos – nos dois turnos

Nº	TEMA	DATA	INSTRUTOR
01	Rotina dos beneficiários	23/01	Neide Filha
02	Rotina da alimentação e nutrição – Nutrição no tratamento oncológico	06/02	Patrícia Lino
03	Transporte das famílias para consulta e tratamento – Logística e cuidado	20/02	Swyslayne
04	Rotina dos beneficiários	06/03	Marília Gabriela
05	Impactos observados no acompanhamento contínuo dos assistidos	20/03	Marília Gabriela

06	Rotina dos beneficiários	10/04	Simone Norat
07	Sustentação financeira das atividades atuais – Como as doações mantêm a Casa e qual sua importância.	24/04	Telma Lúcia
08	Quanto custa cuidar? Custos reais do cuidado em curso	08/05	Telma Lúcia
09	Atuação diária da Central de doações - O operador como elo do cuidado	22/05	Ana Jarvis
10	Transparência nas ações e uso dos recursos – Prestação de contas	05/06	Helder Coutinho
11	Parcerias de cuidado humanizado no cotidiano – Humanização no atendimento	19/06	Gilvânia Guedes
12	Rotina dos beneficiários	03/07	Cinthia Moreno
13	Campanhas e projetos em execução	24/07	Viviane Moura
14	Rotina dos beneficiários	07/08	Raryane Nascimento
15	Desenvolvimento Institucional e Central de Doações: Conexão Estratégica para a Sustentabilidade da Casa Durval Paiva	21/08	Helder Coutinho
16	Ações setembro Dourado – conscientização do câncer infantojuvenil	04/09	Luiz da Costa
17	Vivência Institucional e Impacto Social - Conexão com a Missão (Depoimentos de Crianças e Mães Acompanhantes)	18/09	Keilha Israelly
18	Vivência Institucional e Impacto Social - Conexão com a Missão (Depoimentos de Crianças e Mães Acompanhantes)	09/10	Gilvânia Guedes
19	Resultados parciais do ano de 2026 – impactos alcançados	23/10	Neide Filha
20	Somos Parte da Mesma Missão (Dinâmica de Integração Institucional)	13/11	Jéssica Kelly

