

STR A



2022/2024

CRM-PI

CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO PIAUÍ

Planejamento estratégico

PLANO ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL
2022-2024

CRM-PI
Teresina-PI
2022

2022 - Plano Estratégico Institucional 2022/2024

Conselho Regional de Medicina do Estado do Piauí

Conselho Regional de Medicina do Estado do Piauí
Rua Goiás nº 991 - Ilhotas - Teresina/PI / CEP: 64014- 055
Fone: (86) 3216-6100
Disponível em: www.crmipi.org.br

Núcleo Estratégico do CRM:

Dagoberto Barros da Silveira - Presidente
Mírian Perpétua Palha Dias Parente - Vice-Presidente
Ana Cláudia Louçana da Costa Araújo Pires Ferreira - Secretária-Geral
Patrícia Dália Medeiros - 1ª Secretária
Lúcia Maria do Rego Medeiros - 2ª Secretária
Gisleno Feitosa - 1º Tesoureiro
Mariano Lopes da Silva Filho - 2º Tesoureiro
Antônio de Deus Filho - Corregedor
Sérgio Ibiapina Ferreira Costa - Vice-Corregedor

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Conselho Regional de Medicina do Estado do Piauí.

C755p

Plano Estratégico Institucional: 2022-2024. Conselho Regional de Medicina do Estado do Piauí. Teresina-PI: CRM-PI, 2021.

49p.; Il.

ISBN 978-65-00-45360-7

1. Planejamento estratégico. 2. Conselhos de Medicina - Plano estratégico. 3. Período 2022-2024. I. Título.

CDD 658.401 2

Bibliotecário Responsável: Rogério Cunha Teixeira (CRB-3/1077)

2022 CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO PIAUÍ

Presidente
Dagoberto Barros da Silveira

Vice-Presidente
Mírian Perpétua Palha Dias Parente

Secretário-Geral
Ana Cláudia Louçana da Costa Araújo Pires Ferreira

1ª Secretária
Patrícia Dália Medeiros

2º Secretário
Lúcia Maria do Rego Medeiros

1º Tesoureiro
Gisleno Feitosa

2º Tesoureiro
Mariano Lopes da Silva Filho

Corregedor
Antônio de Deus Filho

Vice-Corregedor
Sérgio Ibiapina Ferreira Costa

Conselheiros Titulares

Ana Cláudia Louçana da C. A. Pires
Ferreira

Antônio de Deus Filho

Arquimedes Cavalcante Cardoso

Caetano Cortez Rufino Filho

Dagoberto Barros da Silveira

Elisiário Cardoso da Silva Júnior

Gerardo Vasconcelos Mesquita

Gislano Feitosa

João Araújo dos M. Moura Fé

Jolberto Gonçalves de Carvalho

Leonardo Sérgio Luz

Lia Cruz Vaz da Costa Damásio

Lúcia Maria do Rêgo Medeiros

Mariano Lopes da Silva Filho

Mírian Perpétua Palha Dias Parente

Patrícia Dália Medeiros

Paulo Matheus Pereira Nunes

Raimundo Nogueira de Sá Filho

Rejane Martins Prestes

Ricardo Paranaguá de Carvalho

Sérgio Ibiapina Ferreira Costa

Conselheiros Suplentes

Adriano Pádua Reis

Alberto de A. Burlamaqui do Rego
Monteiro

André Luiz Pinho Sobral

Bruno Ribeiro de Almeida

Elmarene Silva Athayde

José Osvaldo Gomes dos Santos

José Virgílio de Moura Bezerra

Luam Vieira de Almeida Diógenes

Luimar de Jesus Santos

Luiza Ivete Vieira Batista

Marcus Vinícius de Carvalho Souza

Orlando Amorim Leite

Suélleen Moura Lima

Wallace Rodrigues de Holanda Miranda

MENSAGEM DO PRESIDENTE

Planejamento Estratégico é uma visão importante de se pensar a organização em que atuamos; trabalhar para construir toda uma estrutura organizada, estruturada, bem definida, com objetivos, metas, funções e ações claras, justas e lógicas é, sem dúvida, uma forma de gerenciar essa organização e os que dela fazem parte para se atingir, ao final, o melhor propósito, dentro do que se propõe: gerar resultados, atingir objetivos, levar satisfação para os diversos públicos, sejam internos e externos, administrar da melhor forma possível os problemas e/ou crises, entre outras metas.

Pensar, planejar a estrutura organizacional do Conselho Regional de Medicina do Estado do Piauí, passar a demonstrar para os públicos que nele atuam em funções variadas a importância do processo de planejar, de buscar aperfeiçoar os antigos modelos, propor em conjunto possíveis mudanças que venham ao encontro do que se busca alcançar são formas de atingirmos o cumprimento do nosso planejamento, traçado no decorrer de um prazo estabelecido, como o que estamos demonstrando no nosso Planejamento Estratégico.

Assim, é imprescindível que tenhamos sempre em mente trabalhar e pensar este Conselho Regional de Medicina com modelos de Gestão bem estruturados, que tenham como razões a excelência de nossa missão, visão e valores, pensando sempre que para atingirmos os nossos objetivos também termos claro que é preciso agir com tolerância, compreensão, senso de coletividade e de participação, valorizando também as qualidades e competências de cada um no seu exercício profissional.

“Tudo o que não se puder contar como fez, não se deve fazer. Porque, se há razões para não poder contar, essas são as mesmas razões para não fazer” (Kant).

Dagoberto Barros da Silveira
Presidente

APRESENTAÇÃO

“A estratégia é o conjunto de decisões formuladas com o objetivo de orientar o posicionamento da instituição no ambiente, e está relacionada à arte de utilizar adequadamente os recursos físicos, financeiros e humanos...”(OLIVEIRA, 2001). O Planejamento deve, portanto, maximizar os resultados e minimizar as deficiências, utilizando princípios de maior eficiência, eficácia e efetividade.

De acordo com Kaplan e Norton, a estratégia da organização precisa ser comunicada a toda a instituição, a fim de que todos compreendam os caminhos a serem trilhados em longo prazo, possibilitando o alinhamento com as metas setoriais e individuais.

O Planejamento Estratégico é uma atividade que abrange a definição das metas de uma organização, o estabelecimento de uma estratégia global para alcançá-las e o desenvolvimento de uma hierarquia abrangente de planos para integrar e coordenar atividades (TCU - Dicionário de Planejamento e Gestão).

O Plano Estratégico é o documento elaborado durante o processo de planejamento, composto de diversas seções, contendo o resumo e as conclusões de cada fase, incluindo o plano de ação.

O Plano Estratégico do CRM-PI foi desenvolvido para o período de 2022 a 2024, objetivando fortalecer os alicerces que possibilitam o cumprimento de seus papéis legais e institucionais, estabelecendo diretrizes e prioridades a serem implementadas em prol da sociedade e da classe médica.

A fim de tornar mais prática a leitura e a compreensão de todo o seu conteúdo, o plano é, na medida do possível, autoexplicativo em todas as suas seções, inclusive quanto a seu processo de implementação.

SUMÁRIO

MENSAGEM DO PRESIDENTE.....	7
APRESENTAÇÃO.....	8
CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS.....	10
IDENTIDADE	
Partes interessadas.....	14
Modelo de negócios do CRM-PI.....	17
Cadeia de valor.....	18
Missão.....	19
Valores do CRM-PI.....	20
ANÁLISE ESTRATÉGICA	
Análise de ambiente interno - forças.....	23
Análise de ambiente interno - fraquezas.....	24
Análise de ambiente externo - oportunidades.....	26
Análise de ambiente externo - ameaças.....	28
Análise de ambiente externo - ameaças Covid-19.....	30
DIRECIONAMENTO ESTRATÉGICO	
Visão.....	32
Objetivos e estratégias gerais.....	33
OBJETIVOS E ESTRATÉGIAS FUNCIONAIS/TEMÁTICOS	
Objetivos e resultados-chaves.....	37
MAPA ESTRATÉGICO.....	45
PLANO DE AÇÃO ESTRATÉGICO - PAE.....	46

CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS

O processo de Planejamento Estratégico comporta diversas metodologias e modelos de Gestão. Porém, o ponto de partida é comumente a compreensão da situação atual da organização para uma situação futura desejada, que deve ser alcançada a partir de objetivos, metas e ações previstas no plano.

Antes mesmo do início das reuniões de análise estratégica do CRM, a equipe de apoio consultivo iniciou um processo de análise conjunta da documentação necessária a entendimento do contexto organizacional, o que incluiu a leitura dos seguintes documentos:

- Lei 3.268, de 30 de setembro de 1957.
- Regimento Interno.
- Plano Estratégico Institucional (PEI) 2019-2024 do CFM.
- Planejamento Estratégico 2015-2019 do CRM-PI.
- Relatórios de Gestão.
- Relatórios de Auditoria.

Outras iniciativas prévias foram: compreensão do modelo de negócios; do organograma; e da estrutura organizacional e respectivas competências; dos serviços prestados pelo CRM-PI; e a análise do site e seus conteúdos mais relevantes.

As primeiras reuniões foram presenciais e com foco: no nivelamento dos principais conceitos do planejamento estratégico; no esclarecimento dos pontos da metodologia e do processo estratégico; e na definição de um cronograma de trabalho.

Para o planejamento propriamente dito, iniciamos com a etapa de análise dos pontos fortes e pontos de melhoria no ambiente interno (o próprio CRM-PI) e da observância de fatores favoráveis e desfavoráveis no ambiente externo, em nível macro e operacional.

Esta etapa foi realizada a partir da visão dos principais níveis decisórios. No primeiro momento com a participação apenas da Diretoria e, em seguida, com o envolvimento de todos os setores da cadeia de valor.

Concluída a etapa de análise, iniciou-se a formulação da estratégia, com base na revisão da missão, visão e dos valores da Instituição. Durante estas atividades o modelo de negócio também foi revisado e alterado, com a cadeia de valor.

As reuniões seguintes com a Diretoria do CRM-PI foram voltadas ao estabelecimento de objetivos e estratégias alinhados ao modelo de negócios e aos processos principais da cadeia de valor.

CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS

Ainda nesta etapa, a definição de indicadores foi proposta com base nos objetivos estabelecidos, levando-se em conta a disponibilidade, periodicidade e consistência das informações. Este entendimento foi mantido primeiro entre a gerência administrativa e posteriormente validada pela diretoria.

À definição dos indicadores gerais, seguiu-se o desdobramento dos objetivos e estratégias, antes estabelecidos apenas no âmbito geral, para o nível de cada área funcional, facilitando a distribuição de responsabilidades e o posterior delineamento do mapa estratégico, consoante a metodologia *balanced scorecard* (lógica de causa e efeito considerando variadas dimensões).

A etapa de organização e validação do Plano de Ação Estratégico Institucional, que compõe a última seção deste documento, encerrou a fase de elaboração, inaugurando fase de resultados e de realinhamento.

Em razão das incertezas, desencontros e restrições impostas pela pandemia de Covid-19, o cronograma do planejamento passou por diversas alterações, compreensíveis no contexto dos anos de 2020/2021.

O Plano passou por novas adequações no início de 2022, em resposta aos apontamentos de auditoria.

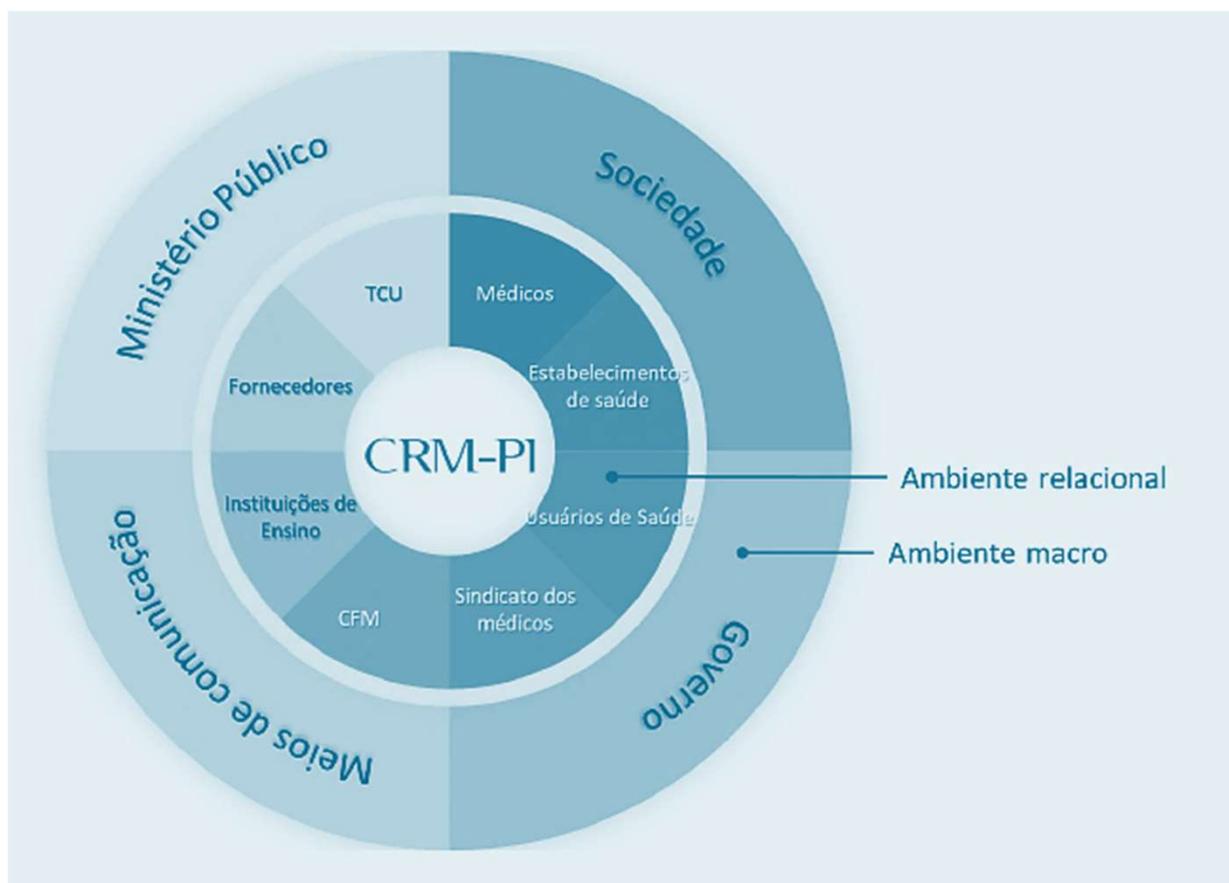
IDENTIDADE



Identidade

- Partes Interessadas
- Modelo de negócios
- Cadeia de valor
- Missão
- Valores

PARTES INTERESSADAS



Partes interessadas ou *stakeholders* são todos os “atores” (pessoas, instituições, grupos, órgãos governamentais etc.) que de alguma forma afetam ou são afetados pela organização, seja de modo favorável ou não.

Neste contexto, reconhecer e mapear as partes interessadas é “identificar pessoas e organizações passíveis de serem impactadas ou de impactarem o CRM-PI, documentando informações relevantes, bem como seus interesses e expectativas. Esta iniciativa contribui para minimizar resistências, facilitar o relacionamento ou mesmo obter colaboração.

Na representação acima é possível visualizar os principais *stakeholders* do CRM-PI distribuídos conforme os ambientes. Elementos no ambiente macro são caracterizados pelo menor grau de influência e impacto enquanto a presença na esfera relacional simboliza maior interação. O valor gerado bem como o retorno esperado na relação com cada stakeholders estão representados no quadro Partes Interessadas, na próxima seção.

PARTES INTERESSADAS

AMBIENTE	PARTE INTERESSADA	VALORES GERADOS ¹	RETORNO ESPERADO ²
Macro	Sociedade / usuários dos serviços de saúde	<ul style="list-style-type: none"> Garantir a maior qualidade dos profissionais (competência profissional). Apurar denúncias contra médicos, instaurando processos, em caso de infração comprovada. Disponibilizar informação quanto a devida habilitação e cadastro em especialidade médica. Definir e fiscalizar condutas pertinentes aos médicos, evitando que determinadas ações coloquem em risco a vida das pessoas. Aproximar da sociedade os serviços de saúde. Fomentar políticas públicas de saúde e a formação médica. 	<ul style="list-style-type: none"> Respeito e credibilidade institucional. Reconhecimento de sua importância.
	Poder público nas esferas estadual e municipal	<ul style="list-style-type: none"> Regularidade de atuação. Informações qualificadas. Contribuição no debate de questões relacionadas à saúde. 	<ul style="list-style-type: none"> Cooperação e atenção com eventuais demandas solicitadas pelo CRM-PI.
	Veículos de comunicação (imprensa)	<ul style="list-style-type: none"> Informar corretamente e com segurança sobre aspectos de interesse público a toda a sociedade. 	<ul style="list-style-type: none"> Atenção e publicização das informações de interesse da classe médica e de toda a sociedade.
	Ministério Público	<ul style="list-style-type: none"> Regularidade de atuação. Informações qualificadas. contribuição no debate de questões relacionadas à Saúde e à Medicina. Parceria em atuações. 	<ul style="list-style-type: none"> Cooperação e atenção com eventuais demandas solicitadas pelo CRM-PI.
Relacional	Conselho Federal de Medicina	<ul style="list-style-type: none"> Contribuir para o perfeito desempenho ético da Medicina e pelo bom conceito da profissão dos que a exercem legalmente na respectiva unidade federativa. Contribuir para a missão do CFM como órgão supervisor da ética profissional, julgador e disciplinador da classe médica em sua jurisdição. 	<ul style="list-style-type: none"> Regulação, padronização, integração, execução e apoio institucional (administrativo, jurídico, tecnológico, financeiro, entre outros). Informações qualificadas. Elaboração de subsídio e de conteúdo ético e técnico-científico em Saúde e Medicina.
	Médicos	<ul style="list-style-type: none"> Defesa de princípios e aperfeiçoamento das práticas médicas e da Medicina. Regulação; Zelo, promoção, prestígio e boa conceituação da profissão médica. Valorização e defesa da dignidade da classe médica. 	<ul style="list-style-type: none"> Respeito e partparafiscal;.Respeito às normas e princípios do exercício icipação institucional. Contribuição o legal, ético e técnico da prestação de serviços médicos. Apoio e sugestões da classe médica nas atividades finalísticas do CRM-PI.

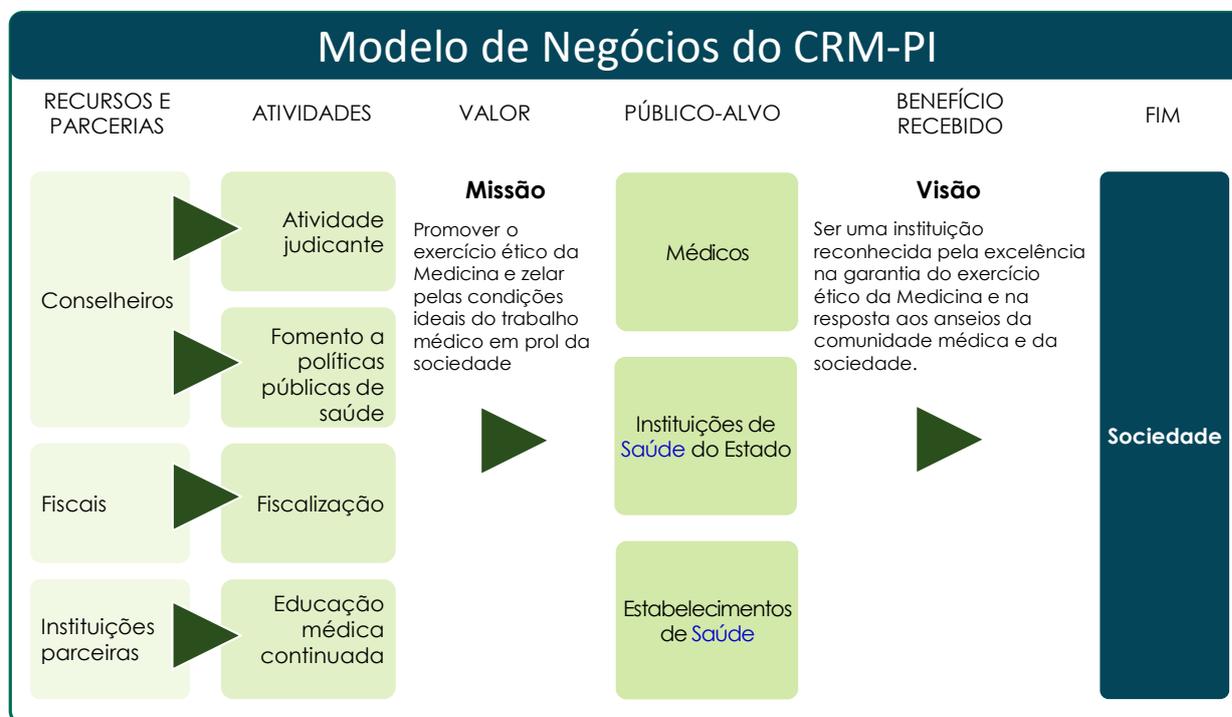
PARTES INTERESSADAS

AMBIENTE	PARTE INTERESSADA	VALORES GERADOS ¹	RETORNO ESPERADO ²
Relacional	Prestadores de serviço médico (públicos e privados)	<ul style="list-style-type: none"> Regulação, orientação e fiscalização das condições para o exercício da Medicina. 	<ul style="list-style-type: none"> Recolhimento do tributo devido anualmente (Contribuição de Fiscalização Profissional). Respeito às normas e princípios do exercício legal, ético e técnico da prestação de serviços médicos.
	Entidades médicas (associações, sociedades, sindicatos etc.)	<ul style="list-style-type: none"> Informações qualificadas. Contribuição no debate de questões relacionadas à Saúde e à Medicina. Parceria em atuações. 	<ul style="list-style-type: none"> Oportunidades de melhoria; questões de ética e técnica médica. Parceria em atuações.
	Órgãos de controle, fiscalização e regulamentação	<ul style="list-style-type: none"> Regularidade de atuação. Informações qualificadas. Contribuição no debate de questões relacionadas à Saúde e à Medicina. parceria em atuações. 	<ul style="list-style-type: none"> Informações e orientações seguras. Tratamento justo em auditorias operacionais e de conformidade. Reciprocidade em atuações.
	Instituições voltadas à formação médica	<ul style="list-style-type: none"> Melhoria de imagem por acreditação. Informações qualificadas. contribuição no debate de questões relacionadas à Saúde e à Medicina. parceria em atuações. 	<ul style="list-style-type: none"> Oportunidades de melhoria. Posicionamento em questões de ética e técnica médica. Parceria em atuações.
	Fornecedores de produtos e serviços	<ul style="list-style-type: none"> Valor financeiro e imagem. 	<ul style="list-style-type: none"> Produtos e serviços de qualidade, a preços justos e compatíveis com a realidade do CRM-PI.
Interno	Equipes internas	<ul style="list-style-type: none"> Ambiente, clima, carga de trabalho, equipamentos e informação adequados. Ganhos condizentes. Clareza quanto às atribuições. Tratamento justo e humano. 	<ul style="list-style-type: none"> Comprometimento com a missão e a visão do CRM-PI. Exercício ético, eficaz e eficiente de acordo com o cargo e a função que exerce.
	Conselheiros delegados membros de comissões e câmaras técnicas	<ul style="list-style-type: none"> Gestão comprometida com a eficácia e eficiência no cumprimento das atribuições do CRM-PI. Transparência e participação. 	<ul style="list-style-type: none"> Respeito e participação institucional. Cooperação com o CRM-PI em sua atuação operacional.

¹ No Planejamento Estratégico Institucional (PEI) 2019-2024 do Conselho Federal de Medicina - CFM, o “valor gerado” é apresentado como “benefício gerado”. Optamos por utilizar o termo “valor” em razão do alinhamento com o conceito de modelo de negócios, apresentado na próxima seção.

² Id. ibid. Neste documento, utilizamos “retorno esperado” em substituição à expressão “benefício retornado” adotada no PEI 2019-2024 do CFM.

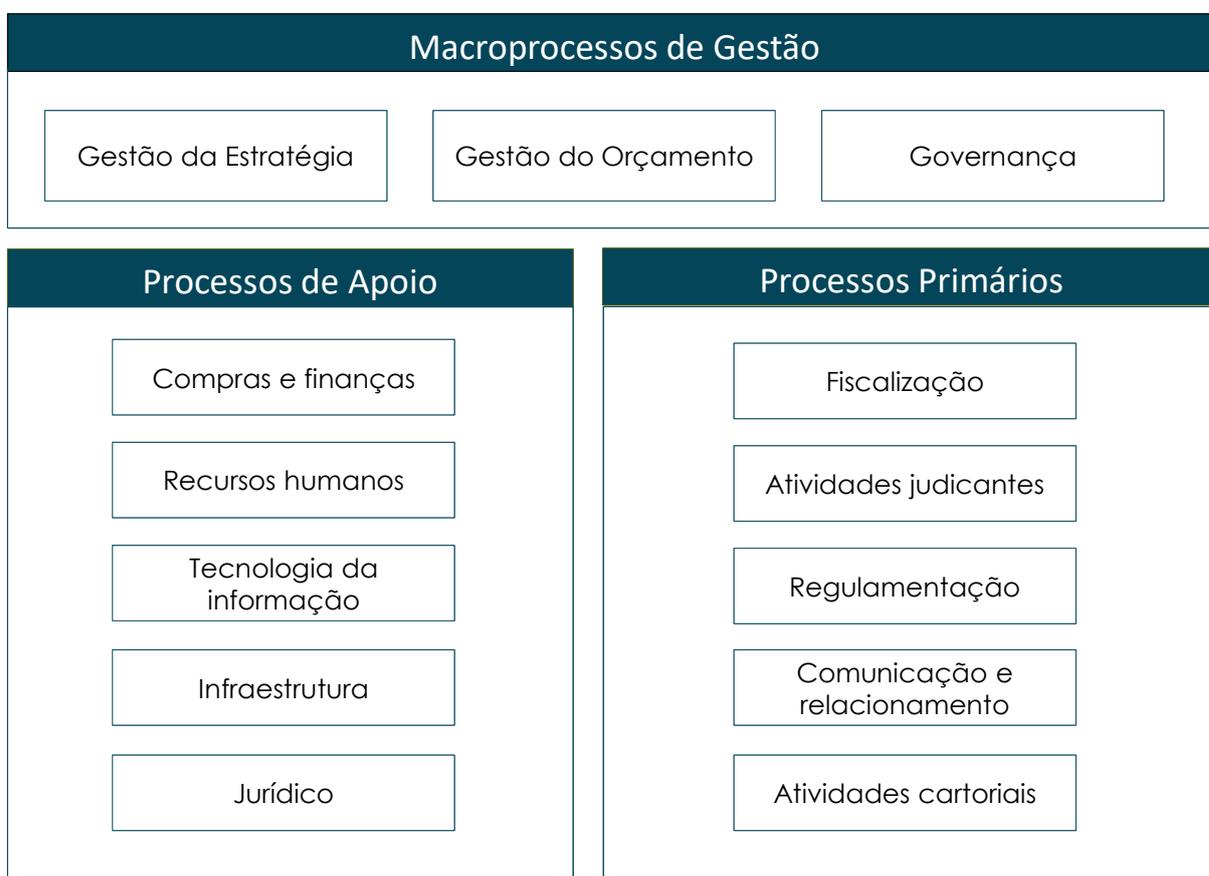
MODELO DE NEGÓCIOS DO CRM-PI



O quadro Modelo de Negócios descreve o padrão operacional do CRM-PI, estando completamente alinhado ao modelo de negócios do CFM e conforme disciplina a Lei 3.268. Os quadros da primeira coluna representam os recursos ou “capitais” necessários a cada processo destinado a gerar valor (segunda coluna). Desta forma, cumprindo sua missão, o CRM-PI alcança diversos públicos e, em última instância, realiza a visão de gerar valor à sociedade como um todo.

¹ Modelo de negócios é a forma como a organização cria, entrega e captura valor”. Uma organização cria valor quando é capaz de solucionar determinados problemas de certo público ou mesmo de toda a sociedade; entrega valor quando empreende esforços para cumprir o que se propõe e captura valor, quando obtém retorno (lucros, reconhecimento, validação etc.) em relação ao esforço empreendido. Apesar de a definição de negócios estar diretamente associada a empresas e à geração de lucro, o conceito de modelo aqui proposto refere-se ao seu modo de operar, ou seja, como a organização coordena seus recursos e esforços no cumprimento do propósito para a qual foi criada.

CADEIA DE VALOR



A cadeia de valor é a representação interrelacional das atividades de uma organização. Em outras palavras, é uma ferramenta estratégica que permite compreender melhor o negócio auxiliando a entrega de mais valor aos clientes ao menor custo possível. É composta de macroprocessos¹ segmentado em:

Macroprocessos de Gestão: voltados ao monitoramento e controle gerenciais, dos demais processos da organização, sem relação direta com a entrega de valor.

Macroprocessos de Apoio: voltados ao suporte dos processos primários e de gestão, facilitando o alcance de metas; não há entrega de valor diretamente ao cliente.

Macroprocessos Primários: responsáveis por participar da entrega de valor diretamente ao cliente. Representam atividades encadeadas executadas por diversas áreas.

¹ O macroprocesso é uma coleção de processos que guardam alguma similaridade entre si. Podem ser constituídos por processos encadeados ou por processos paralelos (ou pelas duas possibilidades). Normalmente os macroprocessos devem estar vinculados à missão e seu modelo de negócios.

MISSÃO

Compreensão da missão

A principal função da missão é manter todos unidos em torno de um único ideal, atuando como força motivadora e propósito final de todas as pessoas que trabalham para o êxito da organização.

MISSÃO ORGANIZACIONAL DO CRM-PI

Promover o exercício ético da Medicina e zelar pelas condições ideais do trabalho médico em prol da sociedade.

Alinhamento institucional

Apesar de relativa independência, os Conselhos Regionais, participam de um sistema mais amplo, coordenado pelo Conselho Federal de Medicina. Desta forma, a missão do CRM-PI deve estar institucionalmente alinhada à missão do CFM.

MISSÃO ORGANIZACIONAL DO CFM

O Conselho Federal de Medicina é um órgão supervisor da ética profissional em toda a República e, ao mesmo tempo, julgador e disciplinador da classe médica, cabendo-lhe zelar e trabalhar com todos os meios ao seu alcance pelo perfeito desempenho ético da Medicina e pelo prestígio e bom conceito da profissão e dos que a exercem legalmente.

VALORES DO CRM-PI

FUNÇÃO DOS VALORES

Os valores de uma organização são o conjunto de princípios éticos que formam o seu código de conduta e estofo moral. Representam a filosofia que direciona as ações e posturas da organização e devem ser respeitados enquanto a empresa busca cumprir sua missão e atingir os objetivos de sua visão. Os valores organizacionais podem ser entendidos como “as regras do jogo”.

1 Ética

Todos os que têm um papel ativo no âmbito do CRM-PI (funcionários, conselheiros, médicos etc.) devem pautar suas ações conforme valores morais e normas de comportamento e de relacionamento adotados tanto no ambiente de trabalho, como no exercício de qualquer atividade direta e indiretamente relacionada aos objetivos institucionais.

2 Competência

Todos devem buscar a competência necessária para o melhor exercício de suas funções e atribuições, contribuindo para a realização efetiva de nossa proposta de valor, bem como para a satisfação de todas as partes interessadas.

3 Disciplina

A disciplina representa tanto a ação firme no cumprimento do nosso propósito, sob quaisquer circunstâncias, quanto o seu rigor na observância no correto exercício da atividade profissional. A observância sistemática de nossos propósitos resultará no cumprimento das normas a que estamos submetidos, bem como das normas que alcançam os profissionais médicos.

4 Transparência

Todas as ações do CRM-PI devem seguir claras, transparentes, de modo a assegurar às partes interessadas pleno acesso à informação, bem como a justificativa e a compreensão dos atos que as alcançam.

5 Cidadania

Respeitar e responder tempestivamente aos anseios da sociedade, contribuindo no que estiver ao alcance do CRM-PI, para a prática da Medicina mais segura, responsável e humana.

ANÁLISE ESTRATÉGICA



Análise Estratégica

- Análise de ambiente interno - forças
- Análise de ambiente interno - fraquezas
- Análise de ambiente externo - oportunidades
- Análise de ambiente externo - ameaças

ANÁLISE DE AMBIENTE INTERNO - FORÇAS

FORÇAS	
Setores	Variáveis
Tesouraria	<ul style="list-style-type: none">• Organização contábil e financeira.• Qualificação dos servidores em diferentes áreas.• Balizamento de atos tendo por base diretrizes do CFM.• Contratação de servidor para o departamento de pessoal.• Disponibiliza os dados no portal de transparência.
Secretaria	<ul style="list-style-type: none">• Gentileza no atendimento. Clareza na identificação dos setores.• Tempo integral no atendimento aos clientes.• Convivência de profissionais com longo tempo de experiência no setor com novos funcionários.• Rapidez na resolução das demandas.• Equipamentos adequados para a emissão de certidões de registro.• Sistema que facilita a atualização de dados de PJ.• Horário estendido por causa dos dois turnos de seis horas.
Gestão de pessoas	<ul style="list-style-type: none">• Engajamento dos funcionários.• Valorização dos funcionários a seu setor.• Qualificação dos funcionários.• Ambiente saudável.• Comprometimento do funcionário.• Cumprimento das metas.
Corregedoria	<ul style="list-style-type: none">• Recebimento de denúncias, facilitadas e c/ transparência.• Apuração dos fatos constantes na denúncia.• Análise dos fatos da denúncia, com colheita de provas.• Orientação dos conselheiros em trabalhar os processos.• Denúncias formais.• Excelência do quadro de assessoria jurídica.• Funcionamento em regime de seis horas, permanecendo aberto das 07h30 às 17h30.• Tratamento cordial e humano para com denunciantes, denunciados, advogados, consulentes e demais pessoas que demandam o setor de processos.• Agilidade no recebimento de denúncia, instauração de sindicância, designação de conselheiro, autuação do processo e digitalização.
Fiscalização	<ul style="list-style-type: none">• Contribui muito para a análise da situação de assistência à saúde local.• Sistemas modernos e informatizados.• Agilidade no cumprimento de demandas urgentes.
Comunicação	<ul style="list-style-type: none">• Credibilidade do CRM-PI com todos os setores da imprensa.• O CRM-PI é requisitado como fonte segura para diversas questões ligadas à saúde
Jurídico	<ul style="list-style-type: none">• Apoio aos conselheiros na observância das normas pertinentes e ao andamento dos processos administrativos.• Êxito nas demandas judiciais, dentro do prazo previsto na legislação.
Tecnologia da informação	<ul style="list-style-type: none">• Pessoal para suporte em primeiro nível.• Infraestrutura de TI (cabamento estruturado, velocidade de tráfego de dados, tempo reduzido de respostas dos sistemas).• Relacionamento com os demais setores.

ANÁLISE DE AMBIENTE INTERNO - FRAQUEZAS

FRAQUEZAS	
Setores	Variáveis
Tesouraria	<ul style="list-style-type: none"> • Necessidade de treinamento em outros centros. • Orçamento limitado. • Reduzir a inadimplência. • Setor de compras sobrecarregados. • Falta de reciclagem da contabilidade. • Liberação de jetons no julgamentos dos processos ético profissionais. • Disponibilizar os boletos de pagamentos no portal.
Secretaria	<ul style="list-style-type: none"> • Controle de atividade individual. O que cada um faz. • Controle de qualidade de documentos recebidos. • Serviços não informatizados. • A solicitação dos serviços cartorários só pode ser feita pelo médico presencialmente. • Acesso a serviços no site do CRM. • Atraso nas alterações do tipo de inscrição de provisório para definitiva. • Falta equipamentos para agilizar a digitalização e fotografia. • Médico precisa aguardar a carteira para uma seção solene. • Diplomas ainda com utilização de carimbo. • Bloqueio de certidões. • Dados desatualizados de PF e PJ nos sistemas do CRM. • Processos de documentação dos médicos não digitalizados.
Gestão de pessoas	<ul style="list-style-type: none"> • Atendimento entre 12h e 14h. • Qualificação das pessoas. • Contratação de serviços de limpeza. • Não atendimento em tempo integral. • Organização dos processos de trabalho.
Corregedoria	<ul style="list-style-type: none"> • A dificuldade de adequar à denúncia apresentada. • Cumprimento dos prazos para a conclusão dos trabalhos judicantes. • Dificuldade em formar as câmaras de sindicâncias onde ocorre o julgamento. • Desatualização cadastral das partes (endereços e telefones). • Conselheiros têm dificuldade em redigir seus relatórios. • Dificuldade para participação na realização de sindicâncias nas regionais (seccionais). • Extrapolação dos prazos no caso das sindicâncias (180 dias) e demora excessiva nos processos ético-profissionais. • Insuficiência do espaço físico, móveis e de equipamentos da sala de audiência. • Suspensão ou cancelamento por participação do processo em etapa anterior ou por suspeição. • Conselheiros que desconhecem o processo que será julgado durante a seção. • Capacitações insuficientes, comprometendo a eficiência do setor.
Fiscalização	<ul style="list-style-type: none"> • Quantidade reduzida de fiscais e tablets. • Seccionais não contribuem diretamente com a fiscalização. • Indisponibilidade de tempo dos conselheiros para contribuir com as fiscalizações. • A resolução que rege a fiscalização tem itens questionáveis pelos fiscais e conselheiros e não permite alteração na inserção dos dados. • Muitas empresas sem fiscalização. • Fiscais não treinados no uso do tablet utilizado para fiscalização. • Check- list complexo, dificultando o tempo de fiscalização, com muitos itens a serem preenchidos. • Uso de muitos papéis em pasta para serem averiguados a cada solicitação.
Comunicação	<ul style="list-style-type: none"> • Setor de comunicação utilizado mais em seu contexto operacional do que estratégico.
Jurídico	<ul style="list-style-type: none"> • Dificuldade na operacionalização do Sistema de Gestão da Dívida Ativa atrasando o processo administrativo tributário e o consequente recebimento de valores relativos às anuidades em atraso.
Contabilidade	<ul style="list-style-type: none"> • Subutilização de ferramentas do sistema na geração de informações necessárias a tomada de decisão. • Desconhecimento do processo de contratação e pagamento por parte dos prestadores de serviços, gerando atrasos e insatisfações. • Classificação inadequada das contas contábeis e centro de custos, gerando retificações e retrabalhos.
Serviços gerais	<ul style="list-style-type: none"> • Número de colaboradores insuficiente para o volume de tarefas.

ANÁLISE DE AMBIENTE INTERNO - FRAQUEZAS

FRAQUEZAS	
Setores	Variáveis
Compras	<ul style="list-style-type: none">• Muitos processos de compras para poucos funcionários e muitos sistemas.• Ineficiência no uso do pregão eletrônico pelo setor de compras.
Tecnologia da informação	<ul style="list-style-type: none">• Datacenter como ambiente de trabalho, sujeito ao constante fluxo de pessoas.• Parque tecnológico defasado (estações de trabalho, servidores, interconectores) e sem suporte dos fabricantes, o mesmo ocorre no caso do Office.
Financeiro	<ul style="list-style-type: none">• Sistema do banco utilizado atualmente não mostra o nome dos clientes, só os dados bancários, o que aumenta o risco de erros.• 2º tesoureiro não tem assinatura eletrônica da CEF, e resulta em utilização de diversos cheques e demora nos pagamentos.• Aceitação de depósitos através de cheques.• Não integração entre o SISCON.NET e O sistema do banco (ERP), gerando retrabalho.• Jetons e diárias chegam com pouca antecedência, atrasando pagamentos.• Notas fiscais chegam com atraso ao setor, retardando pagamentos.• Inadimplência de jurisdicionado e dificuldade do setor para cobrar.• Liberação de jetons no julgamento dos processos éticoprofissionais.• Geração manual de boletos.

ANÁLISE DE AMBIENTE EXTERNO - OPORTUNIDADES

AMBIENTE MACRO	
Variável favorável	Oportunidade
<ul style="list-style-type: none">• Tecnologia para atendimento e videoconferências fáceis e acessíveis.	<ul style="list-style-type: none">• Permitiria agilizar o atendimento e o processo decisório, otimizando agendas e reduzindo custos e esforços.
<ul style="list-style-type: none">• Desenvolvimento de tecnologias de automação, <i>omnichannel</i> etc. para integração dos canais de atendimento.	<ul style="list-style-type: none">• Possibilitaria dar mais agilidade ao atendimento do CRM-PI aumentando a satisfação com respostas mais ágeis às demandas solicitadas.
<ul style="list-style-type: none">• Tecnologia para assinatura digital.	<ul style="list-style-type: none">• Agilizaria todos os tipos de processo que ainda necessitariam hoje de deslocamento ou envio físico.
<ul style="list-style-type: none">• Tecnologia para prescrição on-line.	<ul style="list-style-type: none">• Ampliaria a prática da telemedicina.
<ul style="list-style-type: none">• Tecnologia para digitalização e Gestão de documentos.	<ul style="list-style-type: none">• Agilizaria o fluxo dos processos e facilitaria o acesso a documentos.
<ul style="list-style-type: none">• Nova legislação sobre licitações.	<ul style="list-style-type: none">• Flexibilizará o processo e aumentará os limites de compras;
<ul style="list-style-type: none">• Lei 13.989/2020 que autoriza a telemedicina.	<ul style="list-style-type: none">• Facilita o atendimento, embora tenha como desafio a implementação de sistema que resguarde eficientemente o médico, mantendo a qualidade do atendimento.

¹ Maternidade Dona Evangelina Rosa.

ANÁLISE DE AMBIENTE EXTERNO - OPORTUNIDADES

AMBIENTE OPERACIONAL	
Variável favorável	Oportunidade
<ul style="list-style-type: none">Apoio do CFM em pautas de maior complexidade para os CRMs.	<ul style="list-style-type: none">A credibilidade do CFM reduz o esforço e energia gasta pelos CRMs na solução da pauta.
<ul style="list-style-type: none">Articulação com o Ministério Público e poder executivo do Estado e de municípios.	<ul style="list-style-type: none">Atendimento a demandas de assistência à saúde à sociedade, ex.: reforma e ampliação da MDER.¹
<ul style="list-style-type: none">Lei nº 13.989/2020, que autoriza a Telemedicina.	<ul style="list-style-type: none">Apresenta-se como uma solução legal para a continuidade da prestação do serviço.
<ul style="list-style-type: none">Liderança do CRM-PI no Fórum Interinstitucional Permanente de Saúde do Estado do Piauí.	<ul style="list-style-type: none">Torna o CRM-PI protagonista em pautas de saúde pública em prol da classe médica e da sociedade.
<ul style="list-style-type: none">Intercâmbio com os demais CRMs.	<ul style="list-style-type: none">Compartilhamento de soluções para problemas comuns.
<ul style="list-style-type: none">Compras nacionais licitadas pelo próprio CFM.	<ul style="list-style-type: none">Dispensa o processo licitatório em nível estadual e reduz o preço de aquisição.
<ul style="list-style-type: none">Aumento das denúncias e fiscalização em hospitais.	<ul style="list-style-type: none">Pode resguardar a sociedade e propiciar um ambiente de trabalho adequado e equipado ao médico.
<ul style="list-style-type: none">Implantação do EPEP.	<ul style="list-style-type: none">Partes e conselheiros terão acesso aos autos a necessidade de se deslocar até o Conselho, reduzindo também custos com pape, correios etc.
<ul style="list-style-type: none">Programa SIEM.	<ul style="list-style-type: none">Permite generalização de normas os CRMs, que podem criar resoluções compatíveis c/ cada realidade, observando critérios estabelecidos pelo CFM.

¹ Maternidade Dona Evangelina Rosa.

ANÁLISE DE AMBIENTE EXTERNO - AMEAÇAS

AMBIENTE MACRO	
Variável desfavorável	Ameaça
<ul style="list-style-type: none">Exercício do papel fiscalizador do fiscalizador do CRM-PI, com estabelecimentos públicos de saúde;	<ul style="list-style-type: none">Constantes desgastes com o Poder Executivo no âmbito estadual e municipal;
<ul style="list-style-type: none">Crise econômica e inflação decorrente da escassez/desabastecimento;	<ul style="list-style-type: none">Aumenta os custos para os estabelecimentos de saúde e compromete;
<ul style="list-style-type: none">Entrada em vigor da LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados);	<ul style="list-style-type: none">A adequação é complexa e requer elevados investimentos;
<ul style="list-style-type: none">Crescimento de crimes cibernéticos baseado em técnicas de engenharia social.	<ul style="list-style-type: none">O descarte inadequado de documentos inservíveis oferece informações valiosas para <i>hackers</i> sobre terceiros.

ANÁLISE DE AMBIENTE EXTERNO - AMEAÇAS

AMBIENTE OPERACIONAL	
Variável desfavorável	Ameaça
<ul style="list-style-type: none"> Constantes tentativas de exercício de atividades médicas por profissionais de outras áreas. 	<ul style="list-style-type: none"> Aumenta as demandas para verificação do exercício ilegal da profissão e põe em risco a saúde da sociedade.
<ul style="list-style-type: none"> Agressões a médicos praticadas por pacientes e familiares em estabelecimentos de saúde. 	<ul style="list-style-type: none"> Representa risco de estresse e de integridade física dos profissionais.
<ul style="list-style-type: none"> Pressões aos médicos do Interior do Estado para fornecimento de Atestado de Óbito sem exame ou atendimento ao paciente. 	<ul style="list-style-type: none"> Constrangimento e risco ao profissional, já que essa prática fere o Código de Ética Médica.
<ul style="list-style-type: none"> Inconsistências no Sistema de Gestão da Dívida Ativa (SGDA). 	<ul style="list-style-type: none"> Dificuldades na operacionalização do sistema e na prestação do serviço.
<ul style="list-style-type: none"> Aumento das demandas judiciais ajuizadas por médicos p/ o exercício da Medicina sem Revalida. 	<ul style="list-style-type: none"> Além de gerar risco à população, e ferir dispositivos legais, sobrecarrega o setor jurídico dos CRMs.
<ul style="list-style-type: none"> Programa SIEM generalizando normas para todos os CRMs. 	<ul style="list-style-type: none"> Exige atualização nas normas específicas da educação e atenção constante.
<ul style="list-style-type: none"> Manual de Procedimentos Administrativos – PJ, com diretrizes sem considerar as especificidades locais. 	<ul style="list-style-type: none"> O aumento do volume de exigências sobrecarrega alguns setores e aumenta o risco de inconformidades.
<ul style="list-style-type: none"> Complexidade da legislação educacional que disciplina os estabelecimentos de ensino que ofertam cursos relacionados à Medicina. 	<ul style="list-style-type: none"> Tornam mais lentos determinados avanços que poderiam beneficiar toda a sociedade.
<ul style="list-style-type: none"> Aprimoramento dos procedimentos de controle externo, com observância de novos aspectos previstos em legislação. 	<ul style="list-style-type: none"> Responsabiliza o CRM por demandas que extrapolam sua competência e comprometem o planejamento do órgão.
<ul style="list-style-type: none"> Resoluções defasadas, que não acompanharam a evolução tecnológica. O mesmo ocorre em relação às medicações. 	<ul style="list-style-type: none"> sendo este um dos critérios para a aquisição de produtos e serviços, dificulta a identificação e contratação.
<ul style="list-style-type: none"> Pressões não fundamentadas do Ministério Público junto ao CRM-PI. 	
<ul style="list-style-type: none"> Escassez de fornecedores comprometidos com a sustentabilidade ambiental. 	

ANÁLISE DE AMBIENTE EXTERNO - AMEAÇAS COVID-19

CONTEXTO COVID-19	
Variável desfavorável	Consequências
<ul style="list-style-type: none"> • Escassez de profissionais da saúde especializados para a linha de frente no combate à Pandemia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Exige do CRM-PI identificação da demanda e articulação com instituições envolvidas na formação.
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de EPI para os médicos do Estado e de municípios durante a pandemia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Impõe aos médicos e outros profissionais maior risco de infecção.
<ul style="list-style-type: none"> • Restrições impostas pela pandemia para a continuidade do tratamento de outras enfermidades e de ações de saúde preventiva. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumenta os riscos dos pacientes que necessitam de assistência eletiva ou necessitam de tratamento continuado.
<ul style="list-style-type: none"> • Sistema do CFM não funciona em ambiente web. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sistemas off-line inviabilizam o trabalho em home office.
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de regulamentação para telefiscalização. 	<ul style="list-style-type: none"> • Retardada e/ou compromete o cronograma de fiscalizações devido ao aumento do risco biológico. A telefiscalização ampliaria o alcance e reduziria custos.
<ul style="list-style-type: none"> • Imposição de afastamento social. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fechamento temporário ou definitivo de estabelecimentos de saúde ameaçando sua sustentabilidade econômica e financeira. • Dificuldade em solucionar as correções de irregularidades achadas em razão do endividamento das empresas. • Reduz as receitas próprias do CRM-PI.
<ul style="list-style-type: none"> • Celeuma em torno de situações e opiniões discordantes entre profissionais médicos no contexto da pandemia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Torna o ambiente mais confuso, dificultando ainda mais a compreensão e aumentando a desinformação e insegurança para toda a sociedade.
<ul style="list-style-type: none"> • Ausência de legislação específica para regulamentação de atividades e procedimentos durante a pandemia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Limita a atuação de profissionais e a atividade dos estabelecimentos de saúde.
<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de consultas ao CRM-PI em razão da Covid-19. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboração de novos pareceres como resposta às consultas, passando a fazer parte das normas do CRM-PI.
<ul style="list-style-type: none"> • Atuação mais frequente do CRM-PI, participando de mais decisões e debates. 	<ul style="list-style-type: none"> • Visibilidade institucional junto a sociedade.
<ul style="list-style-type: none"> • Resolução CFM 2278/2020 que autoriza a realização de atos instrutórios por meio de videoconferência. 	<ul style="list-style-type: none"> • Possibilita dar andamento às sindicâncias e processos éticos de forma não presencial, desde que preserve o sigilo e a segurança do rito processual das audiências.
<ul style="list-style-type: none"> • Denúncias e solicitações de fiscalização por médicos em relação a equipamentos cujo uso não é exigido pela Anvisa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Demandas que não podem ser atendidas nem possuem resposta satisfatória.

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO



VISÃO

Compreensão da visão

Visão representa aquilo que a organização pretende ser no futuro. São as intenções e a direção que se pretende seguir. Projeta a ideia de como será nos próximos três, cinco ou dez anos. É voltada para uso interno. Deve ser escrita de forma clara, sintética e inspiradora e ser específica para a organização, ou seja, deve distingui-la das demais.

VISÃO ORGANIZACIONAL DO CRM-PI

Ser uma instituição reconhecida pela excelência na garantia do exercício ético da Medicina e na resposta aos anseios da comunidade médica e da sociedade.

Alinhamento institucional

Apesar de relativa independência, os Conselhos Regionais, participam de um sistema mais amplo, coordenado pelo Conselho Federal de Medicina. Desta forma, a visão do CRM-PI deve estar institucionalmente alinhada à visão do CFM.

VISÃO ORGANIZACIONAL DO CFM

Desempenhar nacional e internacionalmente suas funções com excelência para manter-se como um importante e reconhecido agente social em questões relacionadas à Saúde e à Medicina, além de ser instrumento de valorização e de defesa da dignidade profissional do médico e do ser humano.

OBJETIVOS E ESTRATÉGIAS GERAIS

ATIVIDADE JUDICANTE		
OBJETIVOS	ESTRATÉGIAS	INDICADORES
<ul style="list-style-type: none"> Cumprimento dos prazos dos ritos de 100% das demandas de atividade judicante. 	<ul style="list-style-type: none"> Treinar sistematicamente todos os conselheiros para aquisição de competências específicas da atividade judicante. Desenvolver Programa de Estágio para estudantes de Direito em apoio à atividade judicante. Descentralizar o processo judicante envolvendo profissionais como delegados das seccionais. 	<ul style="list-style-type: none"> % de demandas de atividade judicante cumpridas no prazo.

FISCALIZAÇÃO		
OBJETIVOS	ESTRATÉGIAS	INDICADORES
<ul style="list-style-type: none"> Fiscalizar ao menos uma UBS e UPA de cada município do Estado, alcançando 120 estabelecimentos em 2022. Fiscalizar 100% dos hospitais do Estado em 2023. Fiscalizar 100% das UTI's do Estado em 2024. Solucionar 100% das pendências nos registros provisórios das pessoas jurídicas. 	<ul style="list-style-type: none"> Dividir a demanda de fiscalização entre sete equipes formadas por conselheiros e colaboradores. Destacar uma equipe exclusiva para o setor de fiscalização, segregando do setor de atendimento à pessoa jurídica. 	<ul style="list-style-type: none"> Nº de UBS/UPA fiscalizadas. Nº de Hospitais fiscalizadas. Nº de UTI's fiscalizadas.
<ul style="list-style-type: none"> 100% do processo iniciados a partir de 2022, totalmente atualizados quanto aos prazos e trâmites. 	<ul style="list-style-type: none"> Remodelar o processo e a rotina de acompanhamento dos processos de fiscalização. 	<ul style="list-style-type: none"> % de processos atualizados quanto aos prazos e trâmites. Índice de implementação de determinações e recomendações.

OBJETIVOS E ESTRATÉGIAS

EDUCAÇÃO CONTINUADA		
OBJETIVOS	ESTRATÉGIAS	INDICADORES
<ul style="list-style-type: none"> Promover a formação continuada em ao menos cinco especialidades básicas prioritárias por ano até 2024. 	<ul style="list-style-type: none"> Elaboração de calendário anual de capacitações. Oferta de cursos envolvendo os aspectos bioéticos da pesquisa. Inovar nas plataformas de realização dos cursos on-line. Realizar diagnóstico para levantar a necessidade de capacitações. Ampliar a oferta de cursos, fóruns e seminários para o interior. Implantar método de avaliação da formação e promover correções conforme o feedback. 	<ul style="list-style-type: none"> Quantidade de capacitações nas especialidades básicas ofertadas por ano. % de satisfação dos participantes.
<ul style="list-style-type: none"> Alcançar 90% de satisfação com os cursos de formação continuada. 		

FOMENTO ÀS POLÍTICAS PÚBLICAS DE SAÚDE		
OBJETIVOS	ESTRATÉGIAS	INDICADORES
<ul style="list-style-type: none"> Resolver ao menos 70% das demandas apresentadas no Fórum Interinstitucional Permanente em Saúde dentro dos prazos. 	<ul style="list-style-type: none"> Proposição de cooperação com informações estratégicas dos demais órgãos com assento no Fórum Interinstitucional Permanente em Saúde. Implantar comitê de gerenciamento de resoluções. Desenvolver um Sistema de Informações Estratégicas da Saúde. Desenvolver e implantar solução de gerenciamento de projetos, ações e resultados. Desenvolver um site associado ao portal do CRM/PI, para exposição das ações do Fórum com incentivo à participação da sociedade. 	<ul style="list-style-type: none"> % de demandas solucionadas no Fórum. Número de acessos ao site do Fórum.
<ul style="list-style-type: none"> Implementar em 100% a transparência e participação da sociedade. 		

OBJETIVOS E ESTRATÉGIAS FUNCIONAIS E TEMÁTICOS



OBJETIVOS E RESULTADOS-CHAVES

TRANSPARÊNCIA		
OBJETIVO	RESULTADO	INICIATIVA
Atender completamente os requisitos da Lei 12.527/2011, que regula o acesso à informação.	<ul style="list-style-type: none"> 100% das informações atualizadas dentro dos prazos legais definidos na Lei 12.527/2011. 	<ol style="list-style-type: none"> Definir objetos, processos, rotinas e prazos para atualização das informações no Portal e respectivos responsáveis. Implementar planilha de controle de atualizações dos dados. Definir o acompanhamento das publicações e conformidades à comissão de governança. Retirar as seções ou itens que fogem das atribuições e responsabilidades do CRM. Ajustar a apresentação dos relatórios de atendimento do E-SIC nos moldes apresentados no Portal da Transparência do CFM.
Atender aos requisitos da Resolução CFM 2.286/2020, que regula a prestação de contas no Portal da Transparência.	100% das informações definidas na Resolução CFM 2.286/2020 atualizadas conforme os prazos prescritos.	<ol style="list-style-type: none"> Incluir na seção Prestação de Contas os itens: 1. Relatório de Gestão anual; 2. rol de responsáveis; 3. balanços anuais comparados: orçamentário, financeiro e patrimonial; 4. Variações patrimoniais e de fluxo de caixa comparadas e anuais.

LGPD		
OBJETIVO	RESULTADO	INICIATIVA
Padronizar práticas para promover a proteção aos dados pessoais de todo usuário dos serviços do CRM-PI, de acordo com os parâmetros internacionais existentes.	100% das práticas padronizadas e disseminadas entre os colaboradores do CRM/PI.	<ol style="list-style-type: none"> Adotar uma Política de Segurança da Informação, política de classificação da informação e política de proteção de dados pessoais ou instrumentos similares. Nomear o encarregado da proteção de dados.
Promover a aderência à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).	100% de aderência à Lei Geral de Proteção de Dados - LGPD.	<ol style="list-style-type: none"> Instituir a composição de um Comitê Gestor de Segurança da Informação e Proteção de Dados Pessoais. Avaliar um modelo para governança no tratamento de dados. Adotar rotina de atualização sobre as mais recentes decisões da Autoridade Nacional de Proteção de Dados - quanto ao impacto do descumprimento às leis de proteção de dados. Realizar levantamento para subsidiar a elaboração de um Plano de Ação de adequação à LGPD. Elaborar e aprovar Plano de Ação e aplicá-lo com o objetivo do cumprimento das exigências previstas na LGPD. Capacitar funcionários de várias áreas para que possam acompanhar, sugerir e adotar medidas que viabilizem a aplicação do Plano de Ação.

OBJETIVOS E RESULTADOS-CHAVES

GESTÃO DA ESTRATÉGIA E GOVERNANÇA		
OBJETIVO	RESULTADO	INICIATIVA
Utilização de ERP para a Gestão do CRM/PI.	<ul style="list-style-type: none"> ERP 100% implantado e com utilização efetiva. 	15. Concluir a implantação do ERP.
Aplicar este Planejamento Estratégico Institucional nas ações do CRM/PI.	<ul style="list-style-type: none"> Planejamento revisado e publicado. 	16. Publicar a versão revisada do planejamento estratégico no Portal da Transparência. 17. Apresentar à toda a equipe do CRM documento revisado do Planejamento Estratégico Institucional - PEI para obtenção de novas sugestões e contribuições.
Implementar modelo de Gestão da estratégia para acompanhamento da execução do PEI.	<ul style="list-style-type: none"> Planejamento monitorado mensalmente e a cada ciclo. 	18. Instituir o Núcleo Estratégico e capacitar seus membros na metodologia de OKR - Objetivos e Resultados-Chaves. 19. Pesquisar e contratar sistema para a Gestão dos projetos estratégicos com usuários para todos os participantes do núcleo estratégico.
Implementar a Gestão de documentos conforme previsto na Resolução CFM 2.279/20.	<ul style="list-style-type: none"> Gestão de documentos 100% implementada. 	20. Nomear a Comissão Permanente de Avaliação Documental (portaria 05 e 17 de 2019) no termos dos artigos 9º a 14, do Decreto 10.148/2019. 21. Elaborar e apresentar relatório, circunstanciado, com análise do impacto da utilização dos instrumentos de Gestão de documentos de atividade fim, conforme §2º do artigo 1º da Resolução CFM 2279/20.

RECUPERAÇÃO DO CRÉDITO		
OBJETIVO	RESULTADO	INICIATIVA
Reduzir a inadimplência do exercício corrente.	<ul style="list-style-type: none"> Reduzir a inadimplência anual para 10% em 2022 e em 7,5% em 2023. 	22. Segmentar a carteira de devedores, estabelecendo ações e prazos para efetivação com base no status do devedor. 23. Oferecer meios de recebimento alternativos e práticos para pagamento da anuidade.
Reduzir a inadimplência geral.	<ul style="list-style-type: none"> Reduzir para 20% a inadimplência em 2022 e para 15% em 2023. 	24. Desenvolver campanha despertando para a necessidade de estar com a anuidade em dia. 25. Desenvolver benefício adicional para rever a política de cobrança da instituição criando diversas instâncias conforme a situação do inadimplente.
Prevenir-se contra impactos orçamentários decorrentes da renúncia de receitas.	<ul style="list-style-type: none"> Impacto da renúncia de receitas dentro do previsto. 	26. Demonstrar que a renúncia de receita foi considerada na Previsão Orçamentária Anual e que as isenções não afetarão as metas previstas, inclusive evidenciando todas as operações nos registros contábeis.

OBJETIVOS E RESULTADOS-CHAVES

ATENDIMENTO CARTORIAL - PESSOA FÍSICA		
OBJETIVO	RESULTADO	INICIATIVA
Inscriver corretamente todos os médicos do Estado do Piauí.	<ul style="list-style-type: none"> 100% dos processos de inscrição dos médicos completas e com erro zero. 	27. Acessar sistemas.cfm.org.br/inconsistenciapf/admin para identificar e solucionar todas as inconsistências existentes no cadastro de médicos do CRM-PI. 28. Rever o processo de inscrição e correção das informações, visando prevenir ou sanar as situações impostas por decisões judiciais.
Avaliar a satisfação dos médicos e usuários com a qualidade do atendimento e com o cumprimento dos compromissos e prazos.	<ul style="list-style-type: none"> Sistemáticas de avaliação do atendimento 100% implementadas. 01 Publicação anual com os resultados da pesquisa. 	29. Desenvolver atendimento por multicanais, com menu e informações prévias. 30. Implantar sistema de avaliação do atendimento on-line e presencial. 31. Estabelecer prazos de retorno para as demandas dos clientes. 32. Implementar pesquisa anual para coleta das percepções dos médicos e da sociedade. 33. Publicar periodicamente os resultados da avaliação no portal do CRM/PI.
Assegurar o cumprimento dos compromissos e prazos para solução das demandas dos usuários.	<ul style="list-style-type: none"> 100% das demandas dos usuários cumpridas dentro dos prazos acordados ou previstos em normativas. 	34. Identificar as demandas em atraso assim como todas as razões que provocam o descumprimento dos prazos acordados ou previstos, prevendo soluções para esse fim (mapa de problemas). 35. Modelar rotinas e processos e/ou instrumentos que assegurem o cumprimento dos prazos.
Implantar o atendimento on-line a partir do Portal de Serviço (CRM Virtual).	<ul style="list-style-type: none"> 100% dos serviços cartoriais do Catálogo/Carta disponíveis on-line. 	36. Diagnosticar os gaps para a implantação de todos os serviços no Portal de Serviço. 37. Implantação de todo os serviços no Portal.

ATENDIMENTO PESSOA JURÍDICA		
OBJETIVO	RESULTADO	INICIATIVA
Assegurar a qualificação das equipes do atendimento.	<ul style="list-style-type: none"> 100% dos colaboradores capacitados e atualizados. 	38. Elaborar e implementar um plano permanente de capacitação das equipes de atendimento.
Promover ajustes nos procedimentos e sanar dúvidas relacionadas aos processos.	<ul style="list-style-type: none"> 100% dos procedimentos ajustados e 100% das dúvidas saneadas. 	39. Demandar a equipe de tecnologia do CFM para sanar dúvidas e ajustar procedimentos.
Inscriver corretamente todos os estabelecimentos de saúde onde atua o médico e anotar os seus responsáveis legalmente.	<ul style="list-style-type: none"> 100% dos processos de inscrição dos médicos completos e com erro zero. 	40. Digitalizar os processos no sistema DMD do Conselho Federal. 41. Identificar e solucionar inconsistências atuais a partir do https://sistemas.cfm.org.br/inconsistenciapj . 42. Rever o processo de cadastro de pessoa jurídica.

OBJETIVOS E RESULTADOS-CHAVES

FISCALIZAÇÃO		
OBJETIVO	RESULTADO	INICIATIVA
Concluir os cadastros dos estabelecimentos públicos.	<ul style="list-style-type: none"> 100% dos cadastros concluídos até 2022. 	43. Acionar o Fórum Interinstitucional de Saúde Pública, estabelecendo como uma de suas demandas. 44. Reiterar ofícios solicitando as informações para cadastro dos estabelecimentos públicos.
Agilizar o processo de registro das fiscalizações.	<ul style="list-style-type: none"> 100% das fiscalizações realizadas já registradas. 	45. Determinar que todos os conselheiros façam registros diretamente no tablet. 46. Fiscalizar e notificar estabelecimentos não cadastrados.

PROCESSO, SINDICÂNCIA E PARECERES		
OBJETIVO	RESULTADO	INICIATIVA
Cumprir os prazos para instauração das sindicâncias e trâmites internos.	<ul style="list-style-type: none"> Realizar 100% das sindicâncias dentro do prazo preestabelecido. 	47. Negociar a disponibilidade diária dos conselheiros corregedores para despachar os processos. 48. Rever processos internos para cumprir os prazos, conforme previsão legal.
Melhorar a satisfação dos profissionais e dos demandantes com o atendimento e tratamento das respostas.	<ul style="list-style-type: none"> Alcançar o índice de satisfação dos profissionais e demandantes de, no mínimo, 70%, com o atendimento relacionado aos processos e sindicâncias. 	49. Implementar sistemática de avaliação do atendimento aos profissionais e demandantes em processos e sindicâncias. 50. Desenvolver e implementar padrão de atendimento.
Manter os dados dos envolvidos no processo sob o máximo sigilo.	<ul style="list-style-type: none"> Alcançar e manter em 0% o vazamento de informações sigilosas dos processos. 	51. Armazenar em local seguros os processos éticos profissionais. 52. Fornecer os processos somente às partes interessadas, conforme padrão pré-estabelecido. 53. Limitar o acesso aos processos somente aos funcionários devidamente autorizados.

OBJETIVOS E RESULTADOS-CHAVES

CONTABILIDADE		
OBJETIVO	RESULTADO	INICIATIVA
Envolver todos os setores na elaboração do orçamento anual.	<ul style="list-style-type: none"> Implantar o orçamento colaborativo a partir de 2022. 	54. Desenvolver metodologia de elaboração do orçamento conforme o Plano Estratégico e os Planos de Gestão.
Diminuir a necessidade de revisão das demonstrações contábeis.	<ul style="list-style-type: none"> Demonstrações entregues dentro dos prazos e sem erros a partir de 2022. 	55. Implantar o setor de controladoria. 56. Automatizar a conciliação bancária.
Reduzir ao máximo os erros e correções da folha de pagamento.	<ul style="list-style-type: none"> Reduzir em 50% os erros na elaboração da Folha a partir de 2022. 	57. Integrar e implantar sistemas fortes.
Acabar com as multas geradas por erros e omissões.	<ul style="list-style-type: none"> Reduzir a R\$ 0,00 as multas decorrentes de erros e omissões a partir de 2022. 	58. Modelar os processos e rotinas do setor.
Manter a regularidade da situação fiscal junto aos órgãos.	<ul style="list-style-type: none"> 100% das certidões negativas em situação regular e atualizadas. 	59. Definir rotinas de verificação das possíveis pendências junto à Secretaria da Fazenda Nacional e outros órgãos, a fim de tornar sempre disponíveis as certidões negativas.

ASSESSORIA JURÍDICA		
OBJETIVO	RESULTADO	INICIATIVA
Prevenir gastos e danos, erros e falhas com os processos administrativos.	Diminuição de litígios e problemas relacionados à legislação, aferindo inicialmente o momento T0.	60. Analisar e revisar instrumentos contratuais legais, bem como elaborar instrumentos e atos administrativos, convênios e acordos. 61. Assessorar e acompanhar Processos Ético-Profissionais do exercício da Medicina sob a responsabilidade do CRM-PI. Identificar boas práticas relacionadas a litígios já incorridos pelo órgão.

COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL		
OBJETIVO	RESULTADO	INICIATIVA
Fortalecer a imagem e percepção de valor do CRM/PI junto aos médicos e à sociedade.	<ul style="list-style-type: none"> Aumentar em 25% as percepções positivas dos médicos, instituições e sociedade em relação à pesquisa Tempo Zero - T0. 	62. Implantar o Planejamento Anual de comunicação com foco em resultados. 63. Planejar e realizar pesquisa anual para avaliação da imagem e percepção de valor junto aos profissionais, instituições e sociedade, e estabelecer padrões após a primeira pesquisa (Tempo Zero - T0).

OBJETIVOS E RESULTADOS-CHAVES

TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO		
OBJETIVO	RESULTADO	INICIATIVA
Inovar com soluções que facilitem os processos internos do CRM/PI.	<ul style="list-style-type: none"> Contratar e implementar uma solução tecnológica inovadora ao ano. A partir de 2022. 	64. Fazer levantamento da necessidade de implantação de soluções tecnológicas com base em indicadores de cada setor.
Reduzir os prazos de atendimento a demandas internas do CRM/PI.	<ul style="list-style-type: none"> Cumprir em 100% os prazos previstos ou negociados com cada setor a partir de 2022. 	65. Elaborar orçamento de TIC para os próximos três anos com base nas demandas previstas no plano.
Implantar Política de Segurança da Informação - PSI;	<ul style="list-style-type: none"> PSI 100% implementada até dez de 2022. 	66. Elaborar e formalizar a PSI, com orientações mais amplas e demais procedimentos necessários para manutenção da segurança da informação. 67. Implementar a PSI.
Reforçar a segurança do datacenter.	<ul style="list-style-type: none"> Projeto de segurança 100% implantado. 	68. Realizar diagnóstico especializado sobre a atual situação do datacenter. 69. Desenvolver e implantar projeto de segurança do datacenter, inclusive com controle de temperatura, umidade etc.
Manter equipamentos atualizados e com excelentes condições operacionais.	<ul style="list-style-type: none"> Renovar 25% dos equipamentos atuais. 	70. Renovar o parque de equipamentos anualmente em pelo menos 25%.
Assegurar disponibilidade de conexão, elevando a tolerância a falhas.	<ul style="list-style-type: none"> FailOver em operação. Dois links em operação. 	71. Contratar 2 (dois) links de fibra ótica dedicados de, no mínimo, 100 Mbps com 8 IP's fixos públicos (cada) para atender às demandas da instituição. 72. Instalar no firewall um FailOver, para quando um link cair o outro assumir automaticamente, sendo transparente para o usuário.
Disponibilizar ferramentas de produtividade atualizadas.	<ul style="list-style-type: none"> 100% das versões do OFFICE atualizadas. 	73. Atualizar licenças do OFFICE 2010, por versões mais atuais.

OBJETIVOS E RESULTADOS-CHAVES

FINANCEIRO		
OBJETIVO	RESULTADO	INICIATIVA
Eliminar os erros no processo de pagamento.	<ul style="list-style-type: none"> Processos financeiros mapeados, modelados e implementados. 	74. Modelar o processo completo de pagamento. 75. Rever o processo de organização e arquivamento da documentação.
Adequar processos de solicitação e autorização de Atos de Concessão.	<ul style="list-style-type: none"> Atos de Concessão com 100% de conformidade. 	76. Implementar o controle e a operacionalização dos pagamentos através do Sistema de Passagens e Diárias - SISPAD. 77. Repartir as funções entre os diretores para evitar a solicitação de verba para si próprio, seguindo o princípio da Segregação de Funções.

CONTRATOS		
OBJETIVO	RESULTADO	INICIATIVA
Controlar os prazos contratuais	<ul style="list-style-type: none"> Prazos contratuais incluídos e controlados a partir do sistema Implanta. Rotinas definidas. 	78. Definição de rotina e processo para prorrogação dos contratos de prestação continuada com tabela de prazos de antecedência. 79. Emissão de documentos informando o gestor o fim do prazo do contrato. 80. Inclusão dos contratos no módulo de contrato do sistema implanta.

COMPRAS		
OBJETIVO	RESULTADO	INICIATIVA
Otimizar o processo de compras do CRM/PI.	<ul style="list-style-type: none"> Reduzir falhas do processo de compras a zero; Realizar todos os processos de compras dentro dos prazos. 	81. Analisar lacunas (GAP Analysis) entre performance atual e performance ideal, para obter maior produtividade e eficiência no setor. 82. Modelar o processo de compras (rever procedimentos, tais como garantia contratual, conta vinculada, limite do número de páginas no processo, arquivamento de documentos, inclusão do mapa de risco, dos Estudos Técnicos Preliminares etc. 83. Realizar treinamento referente à nova Lei de Licitações n. 14.133/2021 (que já está em vigência desde janeiro/2021) para a equipe de contratações.
Melhorar o controle das etapas do processo de compras.	<ul style="list-style-type: none"> Funções de autorização, aprovação, execução, controle e contabilização totalmente segregadas. 	84. Identificar os principais processos e funções com potencial conflito de interesses, redefinindo e implementando as atribuições condizentes com os princípios da segregação de funções.
Implementar a Dispensa Eletrônica.	<ul style="list-style-type: none"> Inclusão de 100% dos processos de dispensa através do módulo Dispensa Eletrônica. 	85. Capacitar a equipe de compras para operar através do módulo Dispensa Eletrônica, do portal www.compras.gov.br .

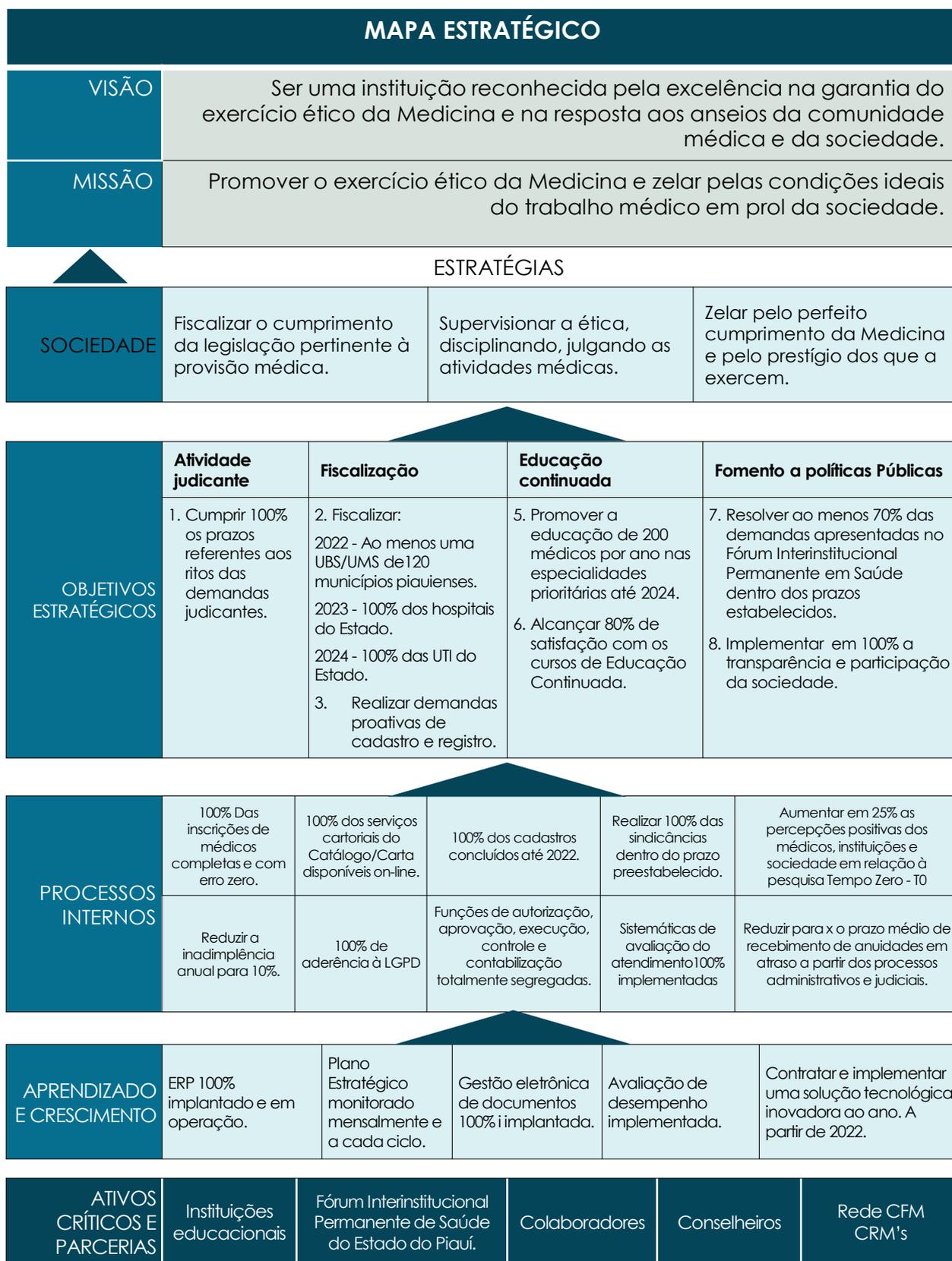
OBJETIVOS E RESULTADOS-CHAVES

GESTÃO DE PESSOAS		
OBJETIVO	RESULTADO	INICIATIVA
Adotar os canais institucionais para comunicação oficial interna ou externa.	Canais institucionais 100% implementados.	86. Emitir portaria proibindo o uso do e-mail e WhatsApp pessoal para tratativas oficiais do CRM.
Assegurar a competência da equipe de colaboradores.	100% dos colaboradores capacitados.	87. Realizar Levantamento da Necessidade de Treinamento (LNT) e atualizar anualmente; 88. Elaborar e implementar Plano de Capacitação a partir dos meios disponíveis (principalmente gratuitos), tais como o sítio da ENAP, CFM etc.
Implementar e acompanhar a Avaliação de Desempenho.	Realizar a primeira Avaliação de Desempenho em 2022.	89. Levantar o impacto orçamentário da Avaliação de Desempenho para o CRM/PI. 90. Capacitar os colaboradores que estarão envolvidos com o processo enquanto avaliadores. 91. Realizar os ciclos semestrais de avaliação e acompanhamento a partir do sistema contratado. 92. Aprovar e implementar o Projeto de Avaliação de desempenho. 93. Implementar as promoções decorrentes.
Adequar-se às normas do E-Social.	E-social enviado corretamente e dentro do prazo.	94. Analisar lacunas atuais em relação à conformidade (rotinas e processos) com o e-social, inclusive quanto à observância dos prazos e demandas.

MAPA ESTRATÉGICO



MAPA ESTRATÉGICO



PLANO DE AÇÃO ESTRATÉGICO



OBJETIVOS E RESULTADOS-CHAVES

COD.	AÇÃO	CICLO	TEMÁTICA	LÍDER	CONCLUSÃO	INVESTIM
1	Definir objetos, processos, rotinas e prazos para atualização das informações no Portal e respectivos responsáveis.	2º T /22	Transparência	Secretário-Geral	maio /22	0,00
2	Implementar planilha de controle de atualizações dos dados.	2º T /22			maio /22	0,00
3	Definir o acompanhamento das publicações e conformidades à Comissão de Governança.	2º T /22			maio /22	0,00
4	Retirar as seções ou itens que fogem das atribuições e responsabilidades do CRM.	2º T /22			maio /22	0,00
5	Ajustar a apresentação dos relatórios de atendimento do E-SIC nos moldes apresentados no Portal da Transparência do CFM.	2º T /22			maio /22	0,00
6	Incluir na seção Prestação de Contas os itens: 1. Relatório de Gestão anual; 2. rol de responsáveis; 3. balanços anuais comparados: orçamentário, financeiro e patrimonial; 4. Variações patrimoniais e de fluxo de caixa comparadas e anuais.	2º T /22			abr. /22	0,00
7	Adotar uma Política de Segurança da Informação, política de classificação da informação e política de proteção de dados pessoais ou instrumentos similares.	2º T /22	LGPD	Secretário-Geral	jul. /22	0,00
8	Nomear o encarregado da proteção de dados.	2º T /22			abr. /22	0,00
9	Instituir a composição de um Comitê Gestor de Segurança da Informação e Proteção de Dados Pessoais.	2º T /22			abr. /22	0,00
10	Avaliar um modelo para governança no tratamento de dados.	2º T /22			abr. /22	0,00
11	Adotar rotina de atualização sobre as mais recentes decisões da Autoridade Nacional de Proteção de Dados - ANPD e de disseminação da informação quanto ao impacto do descumprimento às leis de proteção de dados.	2º T /22			Permanente	0,00
12	Realizar levantamento para subsidiar a elaboração de um Plano de Ação de adequação à LGPD.	2º T /22			abr. /22	0,00
13	Elaborar e aprovar Plano de Ação e aplicá-lo com o objetivo do cumprimento das exigências previstas na LGPD.	2º T /22			abr. /22	0,00
14	Capacitar funcionários de várias áreas para que possam acompanhar, sugerir e adotar medidas que viabilizem a aplicação do Plano de Ação.	2º T /22			A cada seis meses	0,00
15	Concluir a implantação do ERP.	4º T/22	GESTÃO DA ESTRATÉGIA E GOVERNANÇA	Secretário-geral	out./22	0,00
16	Publicar a versão revisada do Planejamento Estratégico no Portal da Transparência.	2º T/22			maio /22	0,00
17	Apresentar a toda a Equipe do CRM documento revisado do Planejamento Estratégico Institucional - PEI para obtenção de novas sugestões e contribuições.	2º T/22			jun. /22	0,00
18	Instituir o Núcleo Estratégico e capacitar seus membros na metodologia de OKR - Objetivos e Resultados-Chaves.	3º T/22			jul. /22	0,00
19	Pesquisar e contratar sistema para a Gestão dos projetos estratégicos com usuários para todos os participantes do núcleo estratégico.	1º T/23		jan. /23	0,00	
20	Nomear a Comissão Permanente de Avaliação Documental (Portaria 05 e 17 de 2019) no termos dos artigos 9º a 14, do Decreto 10.148/2019.	2º T/22		Presidência	0,00	
21	Elaborar e apresentar Relatório circunstanciado, com análise do impacto da utilização dos instrumentos de Gestão de documentos de atividade fim, conforme §2º do artigo 1º da Resolução CFM 2279/20.	3º T/22		Secretário-geral	jul. /22	0,00

OBJETIVOS E RESULTADOS-CHAVES

COD.	AÇÃO	CICLO	TEMÁTICA	LÍDER	CONCLUSÃO	INVESTIM
22	Segmentar a carteira de devedores, estabelecendo ações e prazos para a efetivação com base no status do devedor.	4º T/22	RECUPERAÇÃO DE CRÉDITO	1º Secretário	out. /22	0,00
23	Oferecer meios de recebimento alternativos e práticos para pagamento da anuidade.	1º T/23		1º Secretário	jan. /23	0,00
24	Desenvolver campanha despertando para a necessidade de estar com a anuidade em dia.	3º T/22		1º Secretário	jul. /23	0,00
25	Desenvolver benefício adicional para rever a política de cobrança da instituição criando diversas instâncias conforme a situação do inadimplente.	3º T/22		Tesoureiro	jul. /23	0,00
26	Demonstrar que a renúncia de receita foi considerada na Previsão Orçamentária Anual e que as isenções não afetarão as metas previstas, inclusive evidenciando todas as operações nos registros contábeis.	2º T/22		Tesoureiro	jun. /22	0,00
27	Acessar sistemas.cfm.org.br/inconsistenciapf/admin para identificar e solucionar todas as inconsistências existentes no cadastro de médicos do CRM-PI.	2º T/22	ATENDIMENTO CARTORIAL - P. FÍSICA	Secretário-Geral	jun. /22	0,00
28	Rever o processo de inscrição e correção das informações, visando prevenir ou sanar as situações impostas por decisões judiciais.	3º T/22			ago. /22	0,00
29	Desenvolver atendimento por multicanais, com menu e informações prévias.	3º T/22			jul. /22	0,00
30	Implantar sistema de avaliação do atendimento on-line e presencial.	3º T/22			jul. /22	0,00
31	Estabelecer prazos de retorno para as demandas dos clientes;	3º T/22			ago. /22	0,00
32	Implementar pesquisa anual para coleta das percepções dos médicos e da sociedade.	3º T/22		jul. /22	0,00	
33	Publicar periodicamente os resultados do CRM/PI. da Avaliação de Desempenho no portal.	2º T/22		1º Secretário	jun. /22	0,00
34	Identificar as demandas em atraso, assim como todas as razões que provocam o descumprimento dos prazos acordados ou previstos, prevendo soluções para esse fim (mapa de problemas).	3º T/22		Secretário-Geral		0,00
35	Modelar rotinas e processos e/ou implantar instrumentos que assegurem o cumprimento dos prazos.	3º T/22				0,00
36	Diagnosticar os gaps para implantação de todos os serviços no Portal de Serviço.	3º T/22			ago. /22	0,00
37	Implantação de todos os serviços no Portal.	3º T/22	set. /22		0,00	
38	Elaborar e implementar um Plano permanente de Capacitação das equipes de atendimento.	1º T/23	ATENDIMENTO CARTORIAL - P. JURÍDICA	2º Secretário	fev. /23	0,00
39	Demandar a equipe de Tecnologia do CFM para sanar dúvidas e ajustar procedimentos.	2º T/22			Recorrente	0,00
40	Digitalizar os processos no Sistema DMD do Conselho Federal.	2º T/22			jun. /22	0,00
41	Identificar e solucionar inconsistências atuais a partir do https://sistemas.cfm.org.br/inconsistenciapj .	2º T/22			jun. /22	0,00
42	Rever o processo de cadastro de pessoa jurídica.	2º T/22			jun. /22	0,00

OBJETIVOS E RESULTADOS-CHAVES

COD.	AÇÃO	CICLO	TEMÁTICA	LÍDER	CONCLUSÃO	INVESTIM
43	Acionar o Fórum Interinstitucional de Saúde Pública, estabelecendo como uma de suas demandas o auxílio na mobilização dos estabelecimentos públicos.	4º T/22	FISCALIZAÇÃO	2º Secretário	out. /22	0,00
44	Reiterar ofícios solicitando as informações para cadastro dos estabelecimentos públicos.	3º T/22			jul. /22	0,00
45	Determinar que todos os conselheiros façam registros diretamente no tablet.	2º T/22			jun. /22	0,00
46	Fiscalizar e notificar estabelecimentos não cadastrados.	2º T/22			jun. /22	0,00
47	Negociar a disponibilidade diária do conselheiro corregedor para despachar os processos.	2º T/22	PROCESSO E SINDICÂNCIA	Corregedoria	jun. /22	0,00
48	Rever processos internos para reduzir os prazos, conforme previsão legal.	2º T/22			jun. /22	0,00
49	Implementar sistemática de avaliação do atendimento aos profissionais e demandantes em processos e sindicâncias.	3º T/22			jun. /22	0,00
50	Desenvolver e implementar padrão de atendimento.	3º T/22			jul. /22	0,00
51	Armazenar em local seguros os processos éticos profissionais.	3º T/22			set. /22	0,00
52	Fornecer os processos somente as partes interessadas, conforme padrão preestabelecido.	3º T/22			set. /22	0,00
53	Limitar o acessos aos processos somente aos funcionários devidamente autorizados.	3º T/22	CONTABILIDADE	1º Tesoureiro	set. /22	0,00
54	Desenvolver metodologia de elaboração do orçamento conforme o Plano Estratégico e os planos de Gestão.	1º T/23			jan. /23	0,00
55	Implantar o setor de controladoria.	1º T/23			jan. /23	0,00
56	Automatizar a conciliação bancária.	3º T/22			ago. /22	0,00
57	Integrar sistema Fortes e Implanta.	3º T/22			ago. /22	0,00
58	Modelar os processos e rotinas do setor.	4º T/22		0,00		
59	Definir rotinas de verificação das possíveis pendências junto à Secretaria da Fazenda Nacional e outros órgãos, a fim de tornar disponível sempre as certidões negativas.	2º T/22		abr. /22	0,00	
60	Identificar CRM/UF com maior êxito na operacionalização do Sistema de Gestão da Dívida Ativa e manter intercâmbio.	3º T/22	ASSESSORIA JURÍDICA	Assessor Jurídico	jul. /22	0,00
61	Obter ajuda junto ao CFM quanto à operacionalização do sistema.	3º T/22			jul. /22	0,00
62	Implantar o planejamento anual de comunicação com foco em resultados.	3º T/22	COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL	1º Secretário	jul. /22	0,00
63	Planejar e realizar pesquisa anual para avaliação da imagem e percepção de valor junto aos profissionais, instituições e sociedade e estabelecer padrões após a primeira pesquisa (Tempo Zero - T0).	1º T/23		1º Secretário	jan. /23	0,00

OBJETIVOS E RESULTADOS-CHAVES

COD.	AÇÃO	CICLO	TEMÁTICA	LÍDER	CONCLUSÃO	INVESTIM
64	Fazer levantamento da necessidade de implantação de soluções tecnológicas com base em demandas de cada setor.	3º T/22	TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO - TIC	Secretário-Geral	set. /22	0,0
65	Elaborar orçamento de TIC para os próximos três anos com base nas demandas previstas no plano.	1º T/23			jan. /23	0,0
66	Elaborar e formalizar a Política de Segurança da Informação, com orientações mais amplas e demais procedimentos necessários para manutenção da segurança da informação.	3º T/22				0,0
67	Implementar a PSI.					0,0
68	Realizar diagnóstico especializado sobre a atual situação do datacenter.	3º T/22				0,0
69	Desenvolver e implantar projeto de segurança do datacenter, inclusive com controle de temperatura, umidade etc.					R\$ 3.000
70	Renovar o parque de equipamento anualmente em pelo menos 25%.					30.000,00
71	Contratar 2 (dois) links de fibra ótica dedicado de, no mínimo, 100 Mbps com 8 IP's fixos públicos (cada) para atender às demandas da instituição.					0,0
72	Instalar no firewall um <i>Failover</i> , para que quando um link caia o outro assuma automaticamente, sendo transparente para o usuário.	2º T/22				5.000,00
73	Atualizar licenças do OFFICE 2010, por versões mais atuais.	1º T/23				10.000,00
74	Modelar o processo completo de pagamento.	3º T/22			FINANCEIRO	Tesoureiro
75	Rever o processo de organização e arquivamento da documentação.	3º T/22		0,0		
76	Implementar o controle e a operacionalização dos pagamentos através do Sistema de Passagens e Diárias – SISPAD.	2º T/22		0,0		
77	Repartir as funções entre os diretores para evitar a solicitação de verba para si próprio, seguindo o princípio da Segregação de Funções.	2º T/22		Mai /22		
78	Definição de rotina e processo para prorrogação dos contratos de prestação continuada com tabela de prazos de antecedência.	4º T/22	CONTRATOS	Tesoureiro	Out /22	0,0
79	Emissão de documentos informando ao gestor o fim do prazo do contrato.	4º T/22			Out /22	0,0
80	Inclusão dos contratos no módulo de contrato do sistema implanta.	3º T/22			Jul /22	0,0

OBJETIVOS E RESULTADOS-CHAVES

COD.	AÇÃO	CICLO	TEMÁTICA	LÍDER	CONCLUSÃO	INVESTIM	
81	86. Analisar lacunas (GAP Analysis) entre <i>performance</i> atual e <i>performance</i> ideal, para obter maior produtividade e eficiência no setor.	3º T/22	COMPRAS	Tesoureiro	Ago. /22	0,00	
82	Modelar o processo de compras (rever procedimentos, tais como garantia contratual, conta vinculada, limite do número de páginas no processo, arquivamento de documentos, inclusão do mapa de risco, dos Estudos Técnicos Preliminares etc.						0,00
83	Realizar treinamento referente à nova Lei de Licitações n. 14.133/2021 (que já está em vigência desde janeiro/2021) para a equipe de contratações.				anulmente	15.000,00	
84	Identificar os principais processos e funções com potencial conflito de interesses, redefinindo e implementando as atribuições condizentes com os princípios da segregação de funções.	3º T/22			jul. /22	0,00	
85	Capacitar a Equipe de compras para operar através do módulo Dispensa Eletrônica, do portal www.compras.gov.br .	4º T/22			out. /22	10.000,00	
86	Emitir portaria proibindo o uso do e-mail e WhatsApp pessoal para tratativas oficiais do CRM.	2º T/22	GESTÃO DE PESSOAS	Secretário-Geral		0,00	
87	Realizar Levantamento da Necessidade de Treinamento (LNT) e atualizar anualmente.	4º T/23			out. /23	0,00	
88	Elaborar e implementar Plano de Capacitação a partir dos meios disponíveis (principalmente gratuitos), tais como o sítio da ENAP, CFM etc.	3º T/22			set. /22	0,00	
89	Calcular o impacto orçamentário da Avaliação de Desempenho para o CRM/PI.	1º T/23			jan. /23	0,00	
90	Capacitar os colaboradores que estarão envolvidos com o processo enquanto avaliadores.	1º T/23			jan. /23	0,00	
91	Realizar os ciclos semestrais de Avaliação de Desempenho e acompanhamento a partir do sistema contratado.	1º T/23			jan. /23	0,00	
92	Aprovar e implementar o projeto de Avaliação de Desempenho.	3º T/22			jul. /22	0,00	
93	Implementar as promoções conforme o Plano de Cargos com base nas avaliações de desempenho decorrentes.	1º T/23			jan. /23	0,00	
94	Analisar lacunas atuais em relação à conformidade (rotinas e processos) com o e-social, inclusive quanto à observância dos prazos e demandas.	1º T/23			jan. /23	0,00	

