



McDIA FELIZ

30 ANOS

PELA VIDA





**McDIA FELIZ**  
**30 ANOS**  
**PELA VIDA**

#### COORDENAÇÃO EDITORIAL

Bianca Provedel e Suéllen Gomes

#### REDAÇÃO

Luciana Bento e Mariana Oliveira

#### EDIÇÃO

Bianca Provedel, Mariana Oliveira e Suéllen Gomes

#### PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

Refinaria Design

#### REVISÃO

Cynthia Azevedo - Expressão Editorial

#### IMPRESSÃO

Zit Gráfica

#### FOTOS E IMAGENS

Acervos do Instituto Ronald McDonald, Allegro Produções Artísticas, instituições e empresas participantes da campanha, pacientes, ex-pacientes e voluntários.

Todos os esforços foram feitos para determinar a origem e a autoria das fotos utilizadas neste livro. Nem sempre isso foi possível, principalmente no caso de fotos obtidas em acervos de parentes ou amigos do biografado. Teremos prazer em creditar esses fotografos caso se manifestem

# AGRADECIMENTOS

Nosso incondicional obrigado a todos aqueles que foram entrevistados e a todos que ajudaram a viabilizar as entrevistas com:

Ana Nicolini, Aida Maria Ribeiro da Silva, Aldo de Luca, Andrea Pontes, Antonio Petrilli, Antônio Rocha, Beatriz Silva Batista, Carlos Cambraia, Carlos Emilio Sartório, Claudio Moura, Darcy Carvalho, Davi Brito, Denise Coelho, Érica Passos, Fabiane Francisca Silva, Fábio Porchat, Francisco Neves, Gabriel Moura, Helen Pedroso, Izaías Colino, Janet Burton, João Paulo Vergueiro, Joseany Salomão Guimarães, Juliana Sá Zonta, Laura Oliveira, Lilian de Paula Vieira, Márcia Arruda Costa, Mário Jorge Carvalheira, Marlene Costa da Silva, Mariza del Claro, Nadim Haddad, Peter Rodenbeck, Regina Cássia Viero, Roberta Fernandes Marinho, Roberto Mack, Ronaldo Marques, Regina Cobo, Rogério Barreira, Sima Ferman, Sônia Neves, Suéllen Séqui, Tupa Gomes, Vicente Odone.

Obrigado a todos os fotógrafos e artistas que cederam os direitos de uso de suas imagens. Agradecimentos especiais aos fotógrafos Breno Martins, Bruno Machado, Edna Motta e ao ilustrador e artista gráfico Hiro Kawahara.

Obrigado a todos os capturados nas imagens que autorizaram a publicação de suas fotos.

Obrigado a toda a equipe do Instituto Ronald McDonald que contribuiu e viabilizou em tempo recorde a produção desta publicação:

Alessandro Velloso, Amanda Bueno, Andressa Bonance, Antonio Lopes, Bianca Provedel, Carla Lettieri, Danielle Basto, Francisco Neves, Helen Pedroso, Ilana Lourenço, Keitt Lomiento, Luiz Costa, Mariana Gomes, Marcos Ramos, Maycon Medeiros, Michelle Barçal, Nínive Gonçalves, Pedro Barros, Sandhia Prates, Suéllen Gomes, Vanusia Oliveira, Vinicius Araújo, Viviane Junqueira.

Muito obrigado!

Aos conselhos científico, de administração, executivo e fiscal.

Aos franqueados e embaixadores.

Aos fornecedores, doadores e membros mantenedores.

A Arcos Dourados e seus funcionários.

A todos que de alguma forma contribuíram e contribuem para o sucesso que é o McDia Feliz.

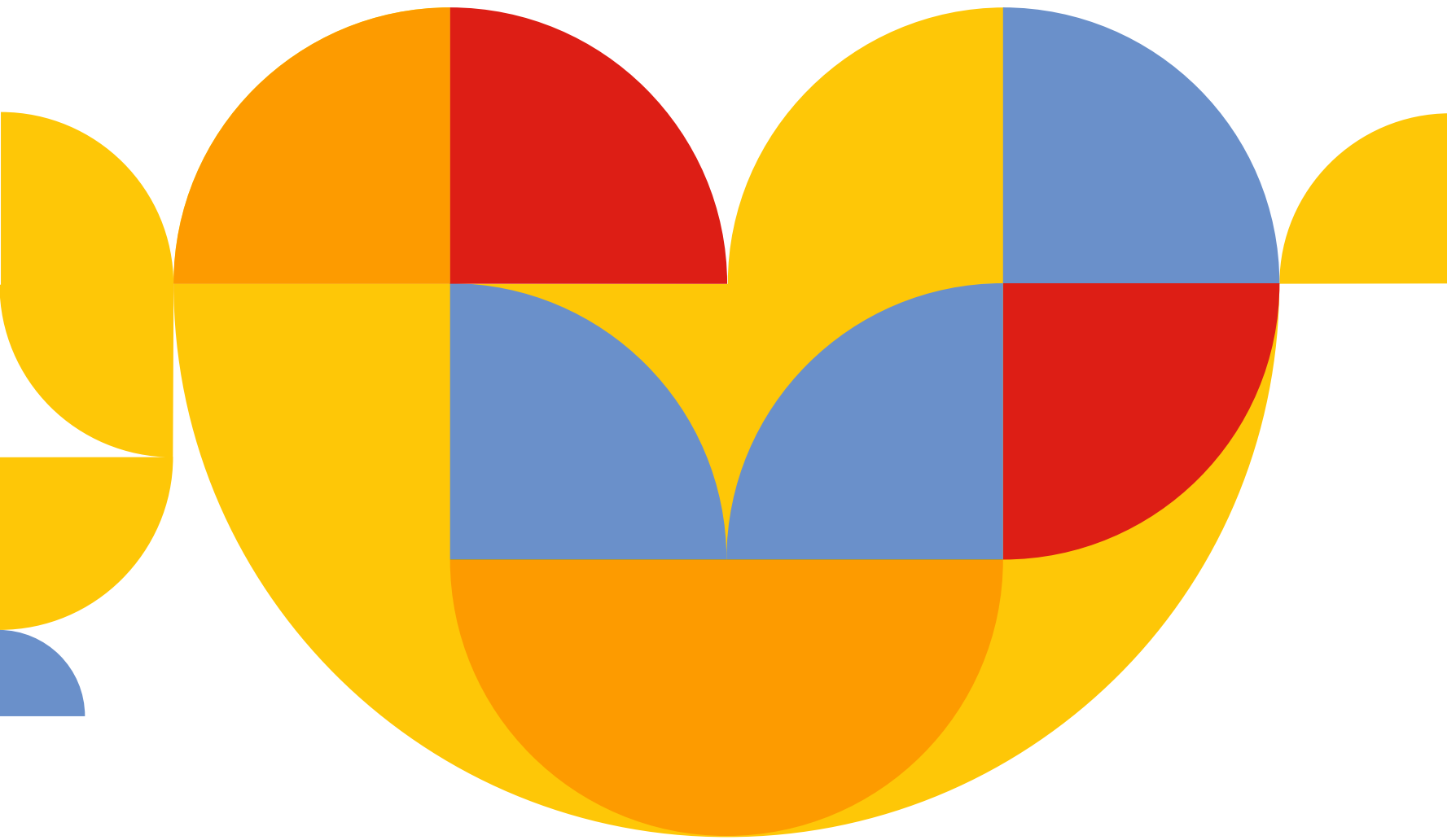
Nossa especial homenagem *in memoriam* a todos que tanto nos ensinaram, mas não puderam estar aqui hoje para receber homenagens e agradecimentos.



# SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	
<b>O MeuDIA FELIZ QUE APRENDEMOS A AMAR</b>	<b>7</b>
CAPÍTULO 2	
<b>O QUE ACONTECE NO DIA</b>	<b>47</b>
CAPÍTULO 3	
<b>OS OUTROS 365 DIAS</b>	<b>89</b>
CAPÍTULO 4	
<b>O IMPACTO NA ONCOLOGIA PEDIÁTRICA</b>	<b>147</b>









**1**



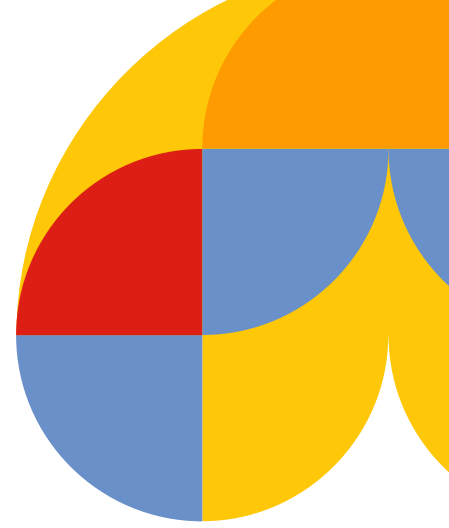
**O McDIA FELIZ  
QUE APRENDEMOS**

**A AMAR**





# O QUE É O McDIA FELIZ



*Dois hambúrgueres, alface, queijo, molho especial, cebola e picles num pão com gergelim. Adicione solidariedade e você tem a receita de uma das maiores campanhas de mobilização e doação do Brasil: o McDia Feliz.*

Anualmente, no último sábado do mês de agosto, milhares de pessoas se dirigem a um restaurante McDonald's para participar: são funcionários e franqueados da rede que vão produzir o Big Mac, clientes, médicos e profissionais de saúde, voluntários, pacientes, ex-pacientes, suas famílias, representantes de instituições de apoio à criança e ao adolescente com câncer e, desde 2018, também pessoas preocupadas com a educação de jovens.

Ao longo de 30 edições, esta campanha se tornou referência para milhões de brasileiros. O McDia Feliz é uma das campanhas corporativas vinculadas a causas sociais de maior sucesso no país. É referência também na sociedade civil, pela mobilização que alcançou e pelo sucesso e impacto na oncologia pediátrica.

Milhares de pacientes e suas famílias têm sido beneficiados pelos proje-

tos financiados com os recursos captados durante o McDia Feliz: projetos ligados ao diagnóstico precoce, encaminhamento adequado, tratamento de qualidade e todo o suporte psicossocial para crianças e adolescentes com câncer no Brasil.

Hoje, os principais hospitais com atendimento gratuito do país especializados no tratamento de crianças e adolescentes com câncer têm ou tiveram projetos beneficiados pela campanha.

Tudo começou com a visão de dois empresários na década de 1980: Gregory Ryan (*in memoriam*) e Peter Rodenbeck, responsáveis pelas franquias do McDonald's no Brasil. Para eles, o sucesso empresarial não se resumia a um bom faturamento, lojas cheias e reconhecimento de marca. Era, bem aos moldes americanos e à essência da marca McDonald's, permeado por uma vontade genuína de retribuir à comunidade. Foi assim que eles resolveram reproduzir por aqui o que já era uma campanha bem-sucedida na América do Norte.

O sonho deles rapidamente se tornou o sonho de muita gente: médicos, voluntários, pais e mães de pacientes que naquela época lutavam contra o tabu que era conviver e tratar crianças com câncer. No Sistema McDonald's, os fornecedores, franqueados e funcionários embarcaram na missão. Na sociedade, artistas, personalidades, atletas, jornalistas e muita gente também quis participar e fazer o bem.

Conheça nas próximas páginas algumas das pessoas e histórias que transformaram o McDia Feliz no sucesso que é hoje. Contagie-se com a motivação, alegria e vontade de ajudar.



# RAÍZES DO McDIA FELIZ



Um conceito cunhado pelo fundador da rede McDonald's, Ray Kroc (*in memoriam*), e o relações públicas Al Golin (*in memoriam*) é essencial para compreender o porquê de a rede dedicar parte de seus esforços a promover ações sociais. O "banco de confiança" faz parte da essência da marca: significa retribuir a confiança da comunidade onde está inserido por meio de ações de valor social, estabelecendo uma relação sólida entre o negócio e seus clientes, que se estende para além das trocas comerciais.

Um dos primeiros exemplos dessa relação com a comunidade é o Shamrock Milkshake. A iniciativa fez parte da mobilização por Kim Hill, uma menina diagnosticada com leucemia em 1971, quando seu pai Fred era jogador de futebol americano no Philadelphia Eagles.

Toda a comunidade se articulou pelo tratamento de Kim, inclusive o McDonald's. A cor do time era verde, a cor do *milkshake* também, porque inicialmente seria comercializado como uma promoção no Dia de São Patrício. O resultado foi um sucesso: o valor integral do produto vendido durante uma semana foi doado e ajudou a viabilizar a compra e reforma de um imóvel próximo ao hospi-

tal onde Kim realizava seu tratamento, de forma a transformá-lo em uma casa de apoio para pacientes e seus acompanhantes que precisam sair de suas cidades de origem para tratar alguma grave enfermidade. Essa "casa longe de casa" na Filadélfia se tornou a primeira Casa Ronald McDonald do mundo, programa da Ronald McDonald House Charities (RMHC) que oferece hospedagem e apoio psicossocial a jovens e suas famílias.

Essa iniciativa foi uma inspiração para diversas outras semelhantes. Dois anos depois, o McDonald's vendeu *milkshakes* laranja – a cor do Chicago Bears para financiar a construção de uma Casa Ronald McDonald em Chicago. E isso se repetiu nas 13 primeiras comunidades onde foram instaladas unidades do programa.

O McDia Feliz seguiu a mesma dinâmica, mas foram inseridos outros ingredientes: um novo produto (seu carro-chefe e recorde de vendas – o Big Mac), a proposta de ser realizado com periodicidade anual e o engajamento de voluntários nos restaurantes.

Uma das versões sobre o surgimento da campanha indica que a primeira edição ocorreu no Canadá em 1977, quando a administração da empresa decidiu destinar um percentual do sanduíche campeão de vendas, o Big Mac, a iniciativas relacionadas à saúde de crianças e adolescentes. A campanha foi um sucesso e arrecadou cerca de US\$ 460 mil.

Rapidamente a ideia se espalhou, tendo o sanduíche Big Mac como referência, já que era um item comum a todos os cardápios no mundo.

Aos poucos, as novas praças onde o McDonald's se estabeleceu passaram a incorporar a campanha a seu calendário anual e a adaptá-la, até mesmo utilizando outros produtos como fonte de doação.

Somente a partir de 2001 a campanha se tornou global, vinculada ao Dia Mundial das Crianças – uma data em novembro estabelecida pela Organização das Nações Unidas para celebrar a infância em todo o mundo.

Atualmente, poucos países ainda realizam a campanha. Em alguns deles, se utilizam outro nome e uma dinâmica semelhante. Em outros, a campanha foi paulatinamente sendo substituída por outras estratégias de doação e engajamento com a comunidade.

# McDIA FELIZ NO MUNDO



★ Em todos os países, os beneficiados foram as Casas Ronald McDonald



A blogueira Fruzi Viszok participa do McDia Feliz na Hungria



Celebridades húngaras se engajam na campanha



McDia Feliz na Austrália



McDia Feliz na Rússia



McDia Feliz no Japão



# McDIA FELIZ NO BRASIL

Quando o primeiro McDia Feliz foi realizado no Brasil, em 1988, o McDonald's já havia fincado sua bandeira em terras brasileiras há quase uma década.

A primeira loja foi aberta em 1979 e está lá até hoje, na Rua Hilário de Gouveia, uma transversal entre a Rua Barata Ribeiro e a Avenida Nossa Senhora de Copacabana, no Rio de Janeiro. À frente da empreitada estava um americano fascinado pelo Brasil, obstinado e genial nos negócios, mas igualmente gentil em palavras e gestos. Peter Rodenbeck, nascido em Grand Rapids, no Michigan. Ele era dono da franquia Realco, responsável por lojas e franqueados do Rio de Janeiro, Centro-Oeste, Norte e Nordeste.

A segunda unidade veio dois anos depois pelas mãos de Gregory Ryan (*in memoriam*), outro americano naturalizado brasileiro, responsável pela operação da Restco, em São Paulo e na região Sul. A loja se localizava na Avenida Paulista. Foi ali que se realizou também o primeiro McDia Feliz no Brasil.

Entre todas as exigências de padronização das franquias McDonald's, sabe-se que a adesão ao McDia Feliz não era uma delas. Segundo Peter, era um sonho poder ir além da alimentação, contribuir e, princi-

palmente, retribuir o que ele e Gregory vinham recebendo da comunidade. Mais do que isso, reflete um sentimento de pertencimento e responsabilidade em relação ao ambiente que cerca o negócio.

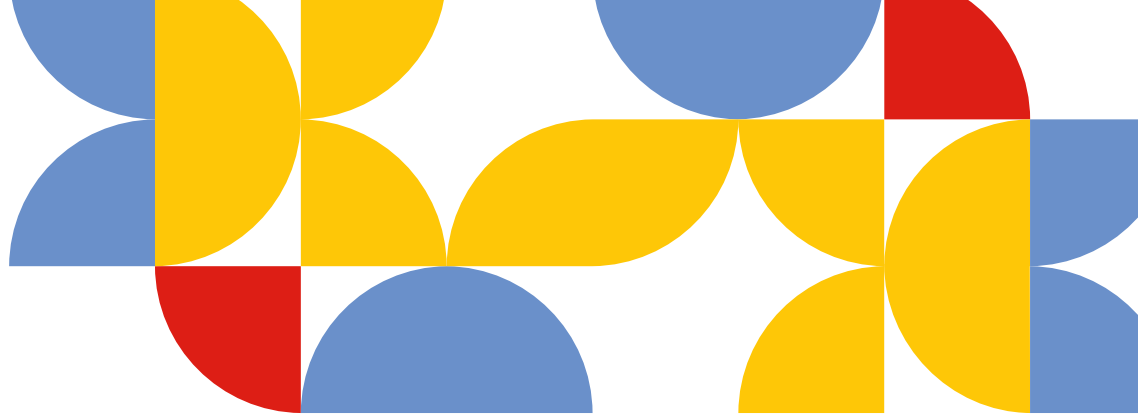
Não se sabe ao certo o que motivou a escolha da primeira instituição que recebeu os recursos da campanha. Somente que a arrecadação foi destinada à Ação Social de São Paulo, um grupo de voluntários do Instituto da Criança do Hospital das Clínicas. Naquela época, o Dr. Vicente Odone já era uma referência em oncologia pediátrica na capital paulista e estava à frente do atendimento no hospital, sendo responsável por casos de crianças em sua maioria muito pobres. Ele queria fazer mais por elas, por isso cultivava há quase uma década a ideia de abordar o McDonald's para ser seu parceiro nessa causa.

Odone havia estudado em Memphis e feito sua especialização em oncologia pediátrica no renomado Saint Jude Children's Research Hospital, uma referência mundial na área. Não por coincidência, na mesma cidade se encontra também uma casa de apoio que se tornou referência: a Casa Ronald McDonald Memphis. O médico ficou fascinado com o funcionamento e profissionalismo da gestão da unidade, comandada como programa global da Ronald McDonald House Charities – braço social do McDonald's que tem como missão promover a saúde e o bem-estar de famílias pelo mundo – para acolher pais e responsáveis que buscam tratamento para seus filhos em hospitais distantes de suas casas ou cidades de origem. A ideia de fazer algo similar no Brasil foi inevitável, afinal, tantas famílias se deslocavam para receber tratamento para seus filhos. Um tratamento longo, extenuante e que precisava de todo o apoio possível para fazer paciente e responsável aderirem por completo, aumentando as chances de cura.

O Dr. Vicente Odone voltou para o Brasil em 1980, um ano depois que o McDonald's havia aberto a primeira loja no Brasil. Ele pensou consigo mesmo: "Ainda não é o momento. Vamos esperar vingar". E assim a ideia ficou adormecida durante quase 10 anos, até que seu amigo Aron Belfer, médico radiologista, o colocasse em contato com Gregory Ryan e falasse das necessidades da instituição.

Os recursos arrecadados no dia 28 de novembro de 1988, cerca de US\$ 900, e doados à Ação Social de São Paulo possibilitaram a infraestrutura para viabilizar os transplantes autólogos de medula (que usavam a





própria medula do próprio paciente) no Instituto da Criança do Hospital das Clínicas. Esse foi o primeiro equipamento do gênero adquirido para um hospital público no Brasil.

O “manual” do McDia Feliz indicava algumas orientações gerais para a campanha: o Big Mac era o carro-chefe, pois era um sanduíche que existia no mundo inteiro, com a mesma receita e as mesmas características, independentemente do país. A ideia naquele momento, pelo menos no Brasil, era fazer a doação do valor total do produto num grande ato de generosidade que possibilitasse um impacto relevante a uma causa social.

Outras decisões estavam a cargo da administração local: data, causa – sempre relacionada a crianças e adolescentes – e qual instituição seria beneficiada, já que ainda não existia uma Casa Ronald McDonald ou outro programa da Ronald McDonald House Charities no Brasil.

Apesar da escolha de um hospital especializado em câncer para a primeira edição, esta não era conscientemente uma diretriz adotada para a campanha. Pelo menos naquele momento.

No ano seguinte, o McDia Feliz não foi realizado em São Paulo por moti-

vos não identificados, mas estreou no Rio de Janeiro beneficiando a Casa do Hemofílico (1989). Herbert José de Souza, o Betinho, estava à frente da campanha. Figura conhecida por sua dedicação à sociedade civil brasileira e à Ação da Cidadania contra a fome, a miséria e pela vida, ele também liderava os esforços em benefício de crianças que, ao fazerem as transfusões de sangue, eram contaminadas por outras doenças, como a Aids. Ele mesmo havia sido acometido pelas duas enfermidades. Este era um tema amplamente coberto pela imprensa e que despertava imensa simpatia da população. O empenho de Betinho, sua atuação com fornecedores do Sistema McDonald’s e a sociedade em geral foi incansável, resultando em mais de US\$ 150 mil de doação.

Em 1990, os líderes das duas franquias brasileiras e suas equipes se reuniram para discutir e planejar o McDia Feliz daquele ano. Era consenso que a campanha deveria envolver as duas empresas, ser realizada na mesma data e com um objetivo comum. Depois de avaliar diversas causas ligadas ao bem-estar e à saúde de crianças e adolescentes, chegou-se à conclusão de que o combate ao câncer era imperativo. Havia muito o que contribuir para essa causa com a arrecadação da campanha: equipamentos, tratamento e casas de apoio. Além disso, existia *expertise* internacional do sistema McDonald’s para atuação nessa área. Nesse mesmo ano, duas organizações foram beneficiadas pela primeira vez: a Associação Paranaense de Apoio à Criança com Neoplasia (APACN), em Curitiba; e no Rio de Janeiro, o Hospital Mario Kreuff.

Em 1991, a campanha já era nacional: 12 instituições foram beneficiadas pelos US\$ 335.931 arrecadados com a venda de 89.059 sanduíches Big Mac. Todas elas relacionadas ao tratamento do câncer. Uma dessas instituições era o Instituto Nacional de Câncer (Inca).

Era ali que um engenheiro civil doava algumas horas de seu dia, entre seu trabalho no Serviço Federal de Processamento de Dados (Serpro), a dedicação à mulher e ao filho e aos momentos de lazer no Tijuca Tênis Clube. Chico e sua mulher Sônia haviam dedicado muitos anos de suas vidas ao tratamento de seu filho mais novo contra a leucemia. Marquinhos havia se tratado no Inca, mas, naquela época, fim dos anos 1980, o tratamento que poderia salvar sua vida não existia no Brasil. Eles decidiram juntar todas as economias e fizeram uma campanha para levantar recursos para levar

seu filho para se tratar no Memorial Hospital em Nova York. As chances eram pequenas, mas somente lá poderiam fazer um transplante de medula não aparentado – quando o doador não é da família. Foi com a ajuda de uma grande rede de amigos que conseguiram juntar o dinheiro por meio de rifas, bingos, doações e até uma partida de futebol beneficente com os craques da época. Com o dinheiro em mãos, tomaram o rumo dos Estados Unidos. Chegando lá, foram encaminhados a uma Casa Ronald McDonald. O mesmo programa que havia encantado o Dr. Vicente Odone alguns anos antes em Memphis, agora servia uma família brasileira em Nova York.

Infelizmente, Marquinhos não resistiu. Ele faleceu no dia 31 de janeiro de 1990. A família juntou os cacos da dor e retornou ao Brasil. Mas toda aquela experiência fez com que não só Chico mas também seus amigos quisessem ajudar outras famílias. Foi assim que ele e sua esposa Sônia se tornaram voluntários na oncologia pediátrica do Inca. Mas Chico queria mais: ele e seus amigos acalentavam o sonho de fundar uma casa de apoio nos moldes da que ele tinha visto nos Estados Unidos.

Em 1991, o Inca foi escolhido para ser beneficiado por uma campanha até então desconhecida da maioria das pessoas: o McDia Feliz. Um burburinho no auditório da instituição chamou a atenção de Chico: artistas como Claudia Jimenez, Guilherme Karam e Jorge Lafon circulavam em meio a uma multidão de curiosos: pacientes, servidores, jornalistas. Era a coletiva de imprensa da campanha que ocorreria dali a alguns dias.

Chico aguardou pacientemente o momento de abordar aquele que era apontado como o mentor de toda aquela agitação: o presidente do McDonald's Brasil. Ele se aproximou e proferiu a pergunta que mudaria a vida de muita gente dali em diante: "Por que não existe uma Casa Ronald McDonald no Brasil?" Surpreso com a pergunta, mas ao mesmo tempo feliz pela audácia e carisma daquele interlocutor, Peter Rodenbeck devolveu a questão: "Você conhece a Casa Ronald McDonald?"

Chico e o grupo de amigos que ajudaram na campanha de Marquinhos fizeram naquele ano um McDia Feliz diferente no restaurante Barra Drive, na Barra da Tijuca. Eles levaram jogadores de futebol, atores, atrizes, cantores e personalidades para demonstrar o apoio à causa. Enfeitaram o restaurante com balões de gás e ofereceram diversas atividades para as crianças. Os voluntários eram em sua maioria os grandes amigos que ajudaram na campanha SOS Marquinhos.

O sucesso foi tanto que tiveram de buscar pães em outra unidade para continuar a festa. O McDia Feliz se transformou numa grande celebração capaz de reunir milhares de pessoas em torno de uma causa.

Peter visitou o restaurante naquele dia, admirado e feliz com o sucesso da iniciativa e com a energia daquele grupo de amigos e voluntários. Ele e Chico continuaram a conversa iniciada no Inca dias antes sobre um sonho em comum: construir uma Casa Ronald McDonald no Brasil.

E o sonho virou realidade com muita luta e os recursos arrecadados pelo McDia Feliz. Em 1994, inaugurou-se a primeira Casa Ronald McDonald da América Latina. Chico foi presidente da Casa Ronald McDonald do Rio de Janeiro por alguns anos e, desde 1999, está à frente do Instituto Ronald McDonald, organização sem fins lucrativos fundada com a missão de promover saúde e qualidade de vida de crianças e adolescentes no Brasil e que coordena a mobilização do McDia Feliz no Brasil para a causa do câncer infantojuvenil.



Inauguração da Casa Ronald McDonald Rio de Janeiro

# O PRIMEIRO McDia Feliz

## UM RELATO EMOCIONAL

Havia uma grande expectativa da sociedade sobre o McDia Feliz porque, naquela época, falar de câncer era um tabu. As pessoas imaginavam que o câncer, assim como a Aids, era contagioso. Existia um medo muito grande de interagir com pessoas com a doença e havia um desalento em relação às chances de cura daquelas crianças carequinhas. Era improvável que aqueles pequenos pacientes se curassem da doença e, por isso, muitas pessoas se recusavam a ajudar.

Os ventos começaram a mudar quando o McDonald's anunciou que dedicaria a primeira edição da campanha para a Ação Solidária de São Paulo, que atuava na parte de oncologia do Instituto da Criança do Hospital das Clínicas. A cobertura da imprensa foi massiva. Saiu em muitos jornais, despertando o interesse de pessoas solidárias e curiosas.

Os funcionários estavam mais motivados do que nunca para fazer tudo funcionar na mais perfeita ordem, apesar do movimento acima do normal. Todos estavam muito empenhados em transmitir credibilidade – afinal era a primeira vez que os clientes viam uma doação daquele tipo – e também preparados para explicar como funcionava o transplante de medula óssea e o tratamento de crianças e adolescentes com câncer. Estes foram conhecimentos adquiridos em conversas com médicos, promovidas pelo McDonald's para mobilizar e capacitar os profissionais para a campanha.

Havia muito respeito entre aqueles que estavam do lado de dentro e do lado de fora do balcão.

Nas ruas, os voluntários faziam o que sabiam de melhor: convidavam as pessoas a participar, entregavam panfletos feitos à mão. Explicavam: bastava comprar um Big Mac.

A grande festa de solidariedade transcorreu com muita alegria ao longo do dia, com a participação mais que especial do personagem Ronald McDonald, que percorreu cada um dos restaurantes da capital paulista para animar a festa.

Foi uma grande celebração e, no fim, todos comemoraram o sucesso da primeira de muitas edições que estavam por vir.



“ Foi uma grande festa porque não se falava em câncer. De repente tinha a lanchonete mais badalada do país falando sobre isto. Foi um agente transformador no nosso país: poder falar sobre a doença e ajudar crianças com câncer. Veio pra mostrar que seria uma batalha muito grande, mas que juntos poderíamos fazer melhor. ”

### DARCY CARVALHO

A voluntária mais antiga da campanha, começou em 1988 e continua até hoje no Itaci, instituição participante do McDia Feliz



“ Quando o cliente chegava no restaurante eu tinha que explicar que toda a venda do Big Mac era para ajudar as crianças com câncer. Isso tinha que ser falado antes de o cliente comprar outro produto. Foi cansativo, afinal todo McDia Feliz começa muito cedo pra quem trabalha no restaurante e vai até tarde. A verdade é que quando termina esse dia, você está super satisfeito e contente. O primeiro McDia Feliz – principalmente em comparação com que é hoje no Brasil com uma força tremenda – foi muito diferente. Começou muito fraco no sentido de que as pessoas ainda estavam conhecendo, mas a ideia era sempre superar. Foi crescendo de forma espantosa. Hoje o McDia Feliz faz parte do calendário e é um dia muito especial. ”

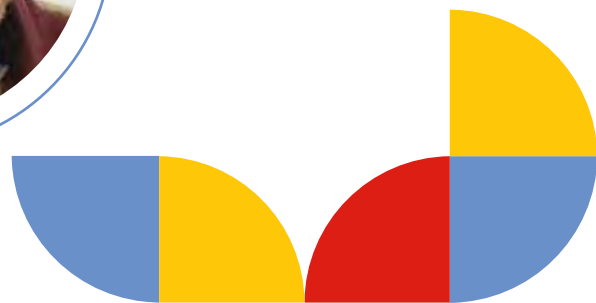
**ROGÉRIO BARREIRA**

Gerente assistente do McDonald's do Shopping Morumbi em 1988.  
Hoje é presidente da divisional Noland da Arcos Dourados, sediada no México

“ No primeiro McDia Feliz, eu fui a muitos restaurantes em São Paulo. Não lembro se foram 15, 20 ou mais. Passei em todos eles! Eu lembro que comecei cedo de manhã e terminei às 8h30 da noite na Henrique Schaumann com um show. Foi muito legal! Desde o primeiro já foi uma festa. ”

**CARLOS CAMBRAIA**

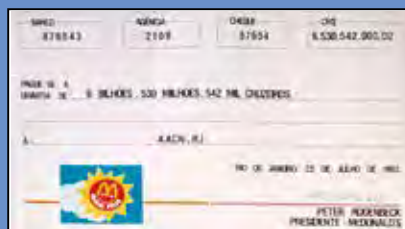
Intérprete do Ronald McDonald, hoje dirige outros atores que incorporam o personagem



# PRIMEIRA EDIÇÃO DA CAMPANHA



LOGOMARCAS  
E MATERIAIS DE CAMPANHA



# FUNCIONÁRIOS DO McDONALD'S E DO INSTITUTO RONALD McDONALD



São Paulo (2017)



Funcionários do Instituto (2008)



Cuiabá (2003)



Curitiba (2018)



Campo Grande (2013)

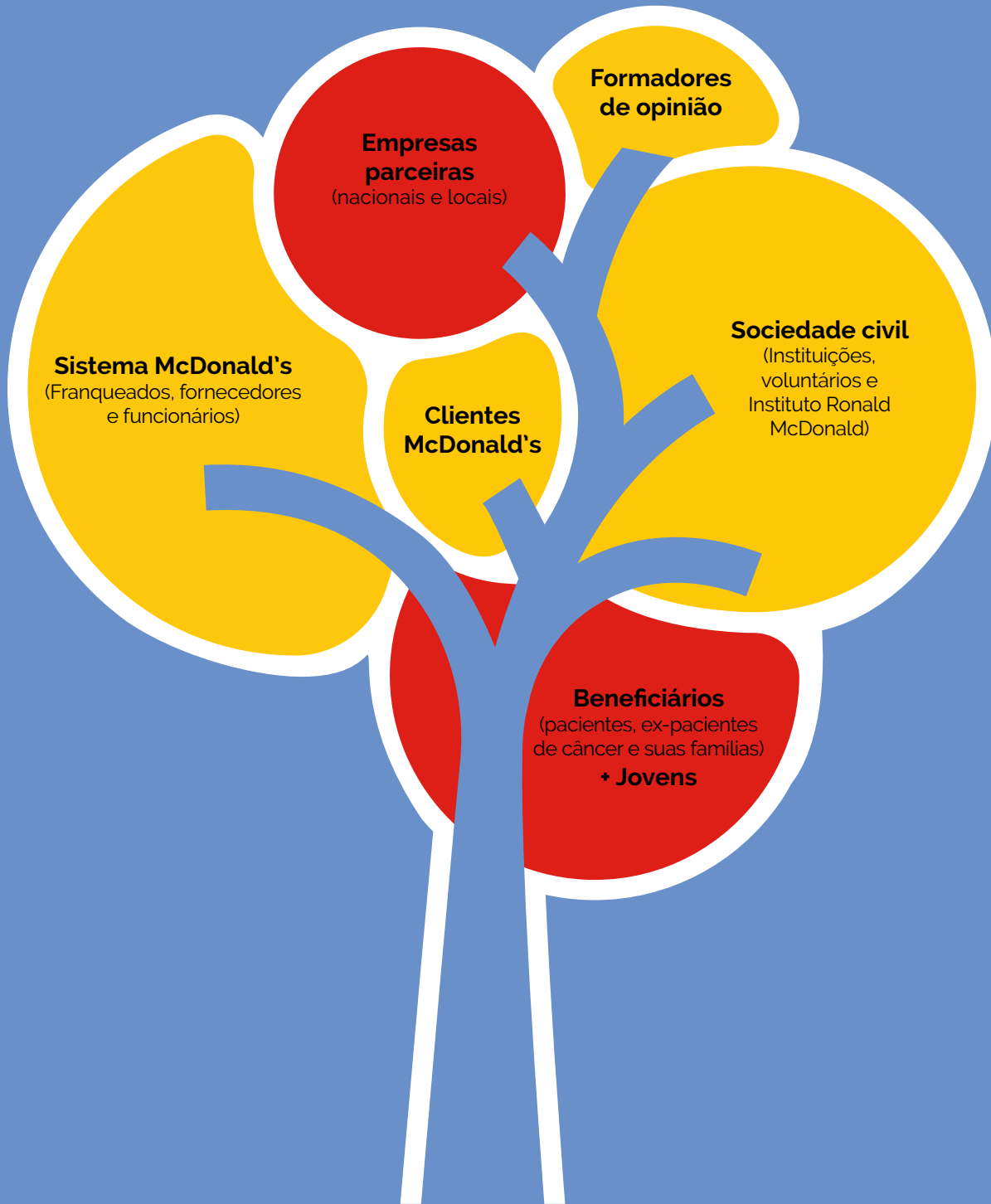


Funcionários do Instituto Ronald McDonald (2018)



Curitiba (2018)

# Atores do McDIA FELIZ





# Premiações

Reconhecimentos concedidos ao McDia Feliz por sua transparência e impacto à sociedade.



1999

## PRÊMIO DE CIDADANIA DO PENSAMENTO NACIONAL DAS BASES EMPRESARIAIS (PNBE)

O **McDia Feliz** recebeu o prêmio como o **mais importante** evento em favor de crianças e adolescentes com câncer no Brasil.



2005

## PRÊMIO RACINE

Foi agraciado com o prêmio em reconhecimento às ações que contribuem para a **transformação das condições de saúde** da sociedade brasileira.

## PRÊMIO ABERJE RIO DE JANEIRO

O **McDia Feliz** recebeu o prêmio promovido pela Associação Brasileira de Comunicação Empresarial, na categoria **Relacionamento com a Comunidade**.



2011

## CAMPANHA MAIS RECONHECIDA PELOS CONSUMIDORES

Segundo a pesquisa exclusiva da GFK para o Consumidor Moderno.



2017

## PRÊMIO ABCR 2017

O **Instituto Ronald McDonald** foi vencedor como **Melhor Evento de Captação** com a campanha **McDia Feliz**.

# PARCERIAS

\* Veja no capítulo 2 outros parceiros nacionais e locais que fazem a diferença no McDia Feliz.

*O McDia Feliz só é possível graças ao trabalho de empresas e pessoas parceiras da causa. Um dos parceiros mais antigos da campanha é Carlos Cambraia, diretor artístico da Allegro Produções Artísticas. Desde a primeira edição da campanha, ele participa (seja como ator ou, mais recentemente, como diretor) viabilizando a performance do personagem Ronald McDonald sem qualquer custo. Desde 1988, 1.205 apresentações foram realizadas em lançamento de campanhas, aberturas, visitas a restaurantes e desfiles motorizados.*

“ O McDia Feliz começou como uma coisa pequena e hoje é a maior campanha contra o câncer em crianças e adolescentes no Brasil. A evolução foi estupenda. A atuação do Ronald foi importante para abrilhantar o McDia Feliz. Ele é um personagem querido pelas crianças e pelos adultos, uma personificação da marca: carismático, comunicativo. É a cara do McDonald's e do McDia Feliz. ”

**CARLOS CAMBRAIA**

Diretor artístico da Allegro Produções





*Outras grandes empresas colaboram para o sucesso da campanha. A Ticket Serviços doa a fabricação e distribuição de tickets, que são responsáveis por, em média, 66% da arrecadação da campanha.*

“ Para a Ticket é um orgulho poder apoiar o Instituto Ronald McDonald há 12 anos. Nos engajamos na causa, pois reforça nossa conexão sustentável e é uma forma de multiplicar a solidariedade e contribuir para uma das iniciativas sociais mais conhecidas do país, o combate ao câncer infantojuvenil. Temos como um de nossos pilares a promoção de programas em prol do bem-estar e da qualidade de vida e transacionamos mais de 2 bilhões de refeições nos 45 países onde atuamos. Dentro desse volume, mais de 11 milhões de unidades de Ticket Restaurante são para o McDia Feliz. Em 2018, doamos 1 milhão de *vouchers* e a distribuição contou com uma grande operação e o empenho logístico de gestão, impressão e distribuição de cada um deles. Com essa parceria, levantamos a mesma bandeira e cada *voucher* pode transformar um Big Mac em sonhos. ”

**DENISE COELHO**

Superintendente de marketing da Ticket Serviços



*A Coca-Cola é uma parceira mundial do McDonald's e do Sistema Ronald McDonald House Charities, representado no Brasil pelo Instituto Ronald McDonald e mostra há muito tempo o engajamento e comprometimento com o McDia Feliz.*

“ Apoiar o Instituto e as Casas Ronald McDonald é uma honra para todos nós da Coca-Cola, não só no Brasil como no mundo inteiro. E o McDia feliz é realmente um dia especial para nós. Além de doarmos toda a bebida consumida nesse dia, conseguimos envolver e tocar o coração de todos os funcionários da empresa por essa causa tão nobre e linda. Há 30 anos estamos juntos nessa jornada, que venham os próximos 30! ”

**LUCAS FIÚZA**

Gerente sênior de Key Accounts da Coca-Cola Brasil

# SOCIEDADE

*Ao longo de seus 30 anos, o McDia feliz conquistou reconhecimento no Brasil e no mundo. Não é para menos! A campanha inaugurou uma nova forma de captar recursos no Brasil, baseada num modelo americano de engajamento da comunidade e doação de empresários. Foi inovadora em muitos aspectos, inspirando diversas outras iniciativas semelhantes.*

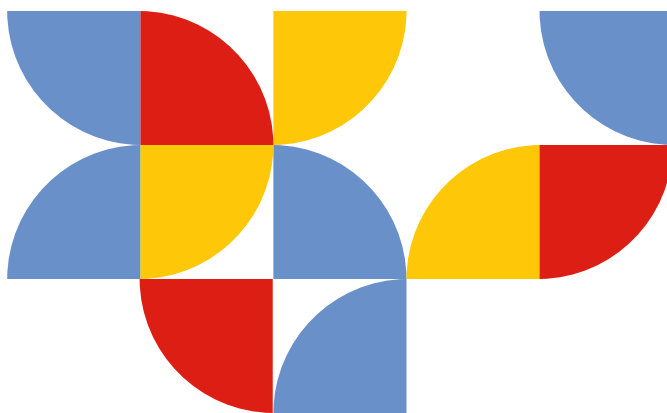
“ O McDia Feliz promove algo muito importante, mas ainda muito pouco desenvolvido no país: a cultura de doar. Ao estimular as pessoas a irem às lojas e se engajarem nas causas apoiadas pela campanha, o McDia Feliz ajuda a construir o hábito nelas, nas famílias e em toda a sociedade, de fazer gestos de solidariedade. Já são gerações de brasileiros que, nesses 30 anos, e por causa do McDia Feliz, ajudaram a fazer um país melhor. Que bom!”

**JOÃO PAULO VERGUEIRO**

Diretor executivo da Associação Brasileira de Captadores de Recursos (ABCR)



Bianca Provedel, do Instituto Ronald McDonald, com o Prêmio ABCR





*O poder público também se transformou num parceiro para o McDia Feliz. Em algumas cidades, como Botucatu, no interior de São Paulo, a campanha já tem a cara da cidade e entrou para o calendário oficial do município. O projeto de lei do vereador Izaías Colino foi aprovado por unanimidade.*

“ O McDia Feliz já faz parte da cidade. Sempre que o mês de agosto vem se aproximando, já se percebe um alvoroço da sociedade civil, que se organiza em seus segmentos para contribuir com a campanha. Esse alvoroço se justifica pelo tamanho e importância que a data ganhou em Botucatu. A inclusão no calendário municipal demonstra o respeito e a importância que o evento tem para a cidade, é um reconhecimento simbólico, que deveria acontecer em todas as cidades onde existe a campanha. Aqui, representa um ato de esperança e solidariedade. Isto porque, a cada ano que passa, tem proporcionado progressos nas instalações do Hospital de Câncer Infantil, melhorando equipamentos médicos, adquirindo alguns de ponta, salvando vidas e acolhendo nossas crianças e suas famílias. ”

**IZAÍAS COLINO**

Vereador e presidente da Câmara Municipal na cidade de Botucatu

## MAIS CONTRIBUIÇÕES DO PODER PÚBLICO

A isenção do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) tem se tornado, ano a ano, uma importante manifestação do apoio dos governos estaduais à causa do câncer infantojuvenil. As instituições participantes do McDia Feliz solicitam isenção, de forma que todo imposto arrecadado com o Big Mac pode ser doado aos projetos beneficiados pela campanha nos estados onde há isenção.

# VOLUNTARIADO



*Voluntários sempre foram a alma do McDia Feliz. Muita coisa mudou desde a primeira edição da campanha, mas são eles que mobilizam, correm atrás de atrações, convencem os clientes a fazer a doação. Sempre com dedicação e simpatia.*

“ No começo, como eram poucas lojas, as únicas pessoas que trabalhavam dentro dos restaurantes eram os funcionários. Ninguém podia adentrar aquele espaço. Eu tive a ideia de voluntariar um monte de gente e ir à luta, em vez de ficar nas lojas, como acontece hoje. Eu tive a ideia de os voluntários envolverem as pessoas, levarem até as lojas para comer o Big Mac. Mandei fazer uma faixa e espalhamos de um lado a outro da rua, aqui perto em Pinheiros, coloquei sem pedir autorização para a Prefeitura nem para ninguém. Lógico que fui multada em função disso. Deu muita confusão! Mas muita gente viu. Acabou sensibilizando as pessoas a irem comer o Big Mac. Nós fomos amadurecendo as ideias para transformar no sucesso que é hoje em dia. Hoje temos quase 400 voluntários. Quanto mais, melhor, porque vai ficando uma semente plantada. ”

#### **DARCY CARVALHO**

Voluntária há mais de 30 anos, participou do primeiro McDia Feliz



*Uma nova geração de voluntários está começando cedo. Incentivados por pais, professores, amigos e familiares, eles vestem a camisa do McDia Feliz.*

“ Quando eu tinha nove anos, eu estava no primeiro ano e meu irmão estava começando o ensino médio. O colégio onde estudávamos, o Ciman – Octogonal, tinha um professor que dava aula de ética e cidadania e organizava a participação do colégio nas atividades do McDia Feliz. Começou vendendo tíquetes antecipados e logo passou a envolver os alunos no voluntariado, com atividades de programação lúdica, doação de Big Mac a crianças carentes e orfanatos e venda de produtos promocionais. Os alunos mais velhos, como o meu irmão, tinham mais responsabilidades: saíam pelas ruas, lidavam com dinheiro, preenchiam formulários de controle do que estavam vendendo. Eu era uma criança muito ativa e curiosa. Vi meu irmão fazer e quis fazer também. Perturbei o professor Leonardo Eustáquio até ele deixar. Venci pelo cansaço. Ele indicou alguém para ficar comigo e ficamos das 10 da manhã até as 10 da noite. Minha mãe teve que ir me buscar porque eu não queria ir embora. Quando alguém me perguntava o que eu estava fazendo ali, eu dizia: 'Eu gosto de ajudar as crianças que precisam mais do que eu'. Segui voluntário até o fim do ensino médio, assumindo mais responsabilidades conforme fui ficando mais velho. Tenho muito orgulho de tudo o que conquistamos, porque o restaurante onde trabalhávamos batia o recorde de vendas ano após ano. Hoje, tenho 24 anos, estudo publicidade e propaganda. Em virtude de meus compromissos com a faculdade e com o trabalho, não sou mais voluntário no restaurante. Mas faço questão de todos os anos ir ao McDonald's comer um Big Mac e garantir que minha doação vai ajudar as crianças da Abrace. ”

**GABRIEL MOURA**

Estudante e apoiador do McDia Feliz em Brasília



# INSTITUTO RONALD McDONALD

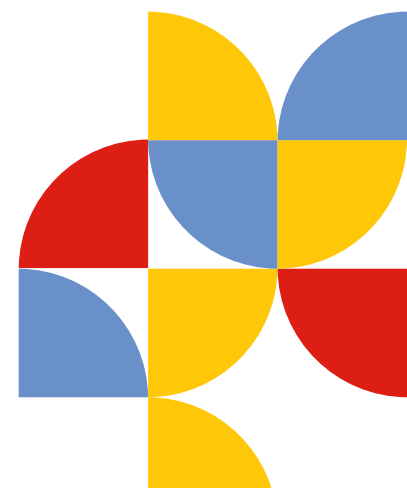


*À frente do McDia Feliz desde 2001, o Instituto Ronald McDonald montou uma equipe que profissionalizou o McDia Feliz, ajudando-o a se tornar a referência que é hoje. Tudo isso exigiu muitos esforços daqueles que estavam envolvidos com a campanha desde o começo.*

“Aqui no Rio, quem tomava conta de tudo era o McDonald's junto com a Publicom, assessoria de imprensa que prestava serviços naquela época. Havia aquela parte que às vezes não aparece, que é para onde vai o recurso de cada localidade, qual é o projeto, e depois o controle desse projeto. Era tudo muito incipiente. Ai nós assumimos esse compromisso com o McDonald's no Brasil inteiro a partir de 2001. O McDia Feliz começou a crescer e hoje é o primeiro lugar na América e está entre os maiores no mundo. Uma vez eu fui a uma conferência mundial do McDonald's, nós éramos o terceiro do mundo. Eu perguntei para Estados Unidos, Inglaterra, França, Japão.... Eu lembro que o cara do Japão ficou surpreso quando mostrei os nossos resultados em dólar. Deve ter pensado: mais um brasileiro maluco!”

**ROBERTO MACK**

Fundador do Instituto Ronald McDonald e ex-gerente geral







*Atualmente, o McDia Feliz é uma campanha consolidada, mas continua surpreendendo e mobilizando, mesmo aqueles que já trabalham com causas sociais.*

“ Eu não tinha noção da magnitude da campanha antes de entrar no Instituto Ronald McDonald. Quando eu entrei, peguei o início do planejamento, fiz um processo de integração e acompanhei alguns comitês regionais e aquilo começou a me chamar a atenção sobre como era organizado. O meu primeiro McDia Feliz no Instituto foi muito marcante. Eu queria poder conhecer a campanha, estava explorando esse processo. Daí vim com a minha família: minha irmã, meu marido, minha filha com três aninhos, todo mundo de camiseta. Nós chegamos às 7 horas da manhã e já fomos interagindo com os hóspedes da Casa Ronald McDonald Rio de Janeiro, foi a primeira interação da minha filha com o meu trabalho. E teve muito a ver com o momento que a gente estava de falar sobre família: aproximando famílias. Mexeu muito comigo, foi uma coisa muito forte. Foi um dia de descoberta. Em termos de mobilização, eu acho que estamos muito confortáveis para dizer atualmente que o McDia Feliz se tornou a maior campanha de mobilização de voluntários e instituições do terceiro setor no Brasil. ”

**HELEN PEDROSO**

Gerente geral do Instituto Ronald McDonald desde 2016

# INSTITUIÇÕES



*O McDia Feliz, como é hoje, é liderado localmente pela força das instituições participantes. Cada uma delas tem um papel especial para levantar as necessidades das crianças de sua região ou cidade e mobilizar voluntários, empresários, poder público e doadores em torno da causa do câncer infantojuvenil. Saiba mais sobre como tudo começou na APACN, uma das primeiras instituições participantes do McDia Feliz.*

“ A APACN foi a primeira instituição a participar do McDia Feliz em Curitiba, em 1990. Eu fazia parte da instituição praticamente desde que começou, então nosso grupo foi trabalhar na campanha. Foi uma grande festa! Eu lembro que aqui a primeira loja era do franqueado Márcio Moreira, estava lotada, era muita gente. Tudo era novidade, alegria, era participativo. Era muito gratificante para a APACN. Algumas das voluntárias continuam conosco até hoje. ”

#### **MARIZA DEL CLARO**

Presidente da APACN, sobre a emoção de participar do primeiro McDia Feliz de sua cidade como voluntária

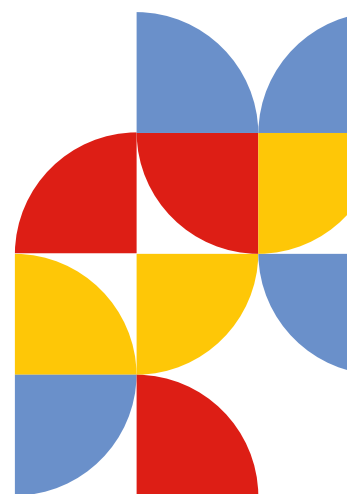


*Em 2018, pela primeira vez, a Fundação São Francisco Xavier, instituição que administra o Hospital Márcio Cunha em Ipatinga, Minas Gerais, participou do McDia Feliz. Mesmo depois de tantos anos desde a primeira edição, a campanha continua acolhendo novos projetos relevantes para o aumento das chances de cura do câncer infantojuvenil.*

“Esse ano foi a primeira vez que o Hospital Márcio Cunha participou do McDia Feliz com um projeto. E a presença da instituição durante o evento foi muito boa! Vivenciamos momentos de doação e alegria. Por se tratar de um projeto da unidade de Oncologia Pediátrica que atende à região, as pessoas se sentiram empenhadas em contribuir com um projeto que faz parte de uma instituição conhecida. E a recepção foi excelente! Tanto durante a venda antecipada de tiquetes quanto no dia do evento, muitas pessoas compareceram nos restaurantes para participar do McDia Feliz. Quando nos unimos para praticar o bem nos sentimos pessoas melhores. E cada vez mais temos que nos cercar de pessoas que estão dispostas a ajudar umas às outras, pois, por meio da ajuda mútua, vamos conseguir melhorar o mundo em que vivemos. Esse evento serviu para que os colaboradores se unissem ainda mais e se engajassem em um projeto tão grandioso como é o McDia Feliz.”

**LUÍS MÁRCIO ARAÚJO RAMOS**

Diretor executivo da Fundação São Francisco Xavier



# OS BENEFICIÁRIOS



*O McDia Feliz só faz sentido por eles e para eles: as famílias e os pacientes que bravamente lutam pela vida. Saiba como a campanha pode curar.*

“ Marquinhos ficou doente aos dois anos. Ele foi diagnosticado com leucemia em 1983. Eu tinha 30 anos e meu outro filho, seis anos. Fizemos de tudo para curá-lo, inclusive uma campanha que nos permitiu buscar ajuda fora do Brasil. Apesar de todos os nossos esforços, depois de seis anos de luta, Marquinhos não resistiu. Voltamos para o Brasil e, logo depois, eu e Chico começamos a atuar no Inca como voluntários. Lá vimos as mães pedindo uma maca para dormir, pois se voltassem para seus lares não teriam como retornar para dar continuidade ao tratamento e nem teriam outro lugar perto para ficar se saíssem do hospital. Foi lá que conhecemos o diretor do Hospital, Dr. Marcos Moraes, que nos disse que precisava de uma casa de apoio para aquelas famílias que vinham de longe para ficar durante a fase do tratamento, que já era um sonho dele. A partir daí resolvemos fundar a Associação de Apoio à Criança com Neoplasia, com o objetivo principal de buscar uma casa para essa finalidade. No ano de 1991, o McDia Feliz iria beneficiar o Inca, e como voluntários dessa instituição, eu e o Chico inauguramos os papéis de anfitriões de restaurante: éramos responsáveis por todas as atividades fora do balcão e, com a ajuda de nossos amigos, os mesmos que tinham ajudado na campanha do Marquinhos, desenvolvemos brincadeiras, ginástica rítmica e até a visita dos jogadores do Vasco. Foi um sucesso! Foi nesse dia que conhecemos melhor o Peter [Rodenbeck], que ficou encantado com nosso grupo e quis conversar com o Chico sobre a possibilidade de trazer um projeto internacional para o Brasil, a Casa Ronald McDonald. Como não houve sequência na ideia, seguimos com nosso sonho de construir uma casa de apoio sem o McDonald's. Mas, para nossa surpresa, o Peter respondeu ao contato anunciando que a arrecadação do McDia Feliz de 1993 seria para nossa instituição construir a primeira Casa Ronald McDonald da América Latina. Refizemos nossa estrutura e embarcamos no projeto. Com o resultado da campanha, começamos a procurar imóveis que pudessem atender aos requisitos para ser uma Casa Ronald McDonald. Finalmente encontramos a casa da Rua Pedro Guedes, onde inauguramos em 1994 a primeira Casa Ronald McDonald da América Latina, a 162ª no mundo. Nossa casa já tem 24 anos e por aqui já passaram quase três mil crianças em tratamento. ”

## SÔNIA NEVES

Presidente voluntária da Casa Ronald McDonald Rio de Janeiro



*O acolhimento em instituições de apoio à criança e ao adolescente com câncer pode mudar a vida de uma família. Conheça a história de Davi.*

“ Quando eu tinha 15 anos fui diagnosticado com Linfoma de Hodgkin e um sarcoma pulmonar em estágio 4. Eu morava (e ainda moro) com meu pai e minha mãe, um vigia e uma costureira, e meus dois irmãos em Manaus. No Hospital Cecom, meu tratamento incluiu dois meses de quimioterapia e, como evoluiu, três meses de sessões de radioterapia. Minha maior dificuldade era a questão financeira: não tínhamos condição de pagar transporte, medicação. O GACC foi essencial na minha recuperação, porque, quando uma pessoa tem câncer, ela fica sem chão. Lá eles me ensinaram a acreditar, me ofereceram ajuda muitas vezes para voltar pra casa, para os remédios e auxílio psicológico. Tem muita gente que luta, luta e não consegue, mas eu consegui. É motivo de muita alegria vencer. Hoje eu quero retribuir: aprendi no GACC a tocar violão e ensino crianças e adolescentes a tocar esse mesmo instrumento, aos sábados, no projeto “Alegria é o melhor remédio”. Já toquei junto com o coral da instituição no McDia Feliz. Além disso, estou quase no fim do curso técnico de enfermagem. Um dia quero ser socorrista e, quem sabe, conseguir uma vaga no Samu. ”

**DAVI BRITO**

25 anos, ex-paciente



# LINHA DO TEMPO

*Os primeiros anos da campanha McDia Feliz foram marcados pela experimentação de estratégias que fariam a campanha ser um sucesso no país.*

Nesse período, diversas instituições receberam os recursos da campanha, até que se decidisse, após 1990, seguir com a ideia de se dedicar exclusivamente à causa do câncer infantojuvenil. Após uma reunião executiva antes do McDia Feliz daquele ano, chegou-se à conclusão de que indubitavelmente as crianças e os adolescentes deveriam ser beneficiados com a arrecadação da campanha. Além disso, depois de estudar como agia o câncer e o que poderia ser feito para combatê-lo, deduziu-se que com investimento adequado seria possível alcançar bons resultados de cura. Investir em outras enfermidades naquele momento acabaria por reduzir a doação para todos, o que, por conseguinte, também diminuiria o impacto das ações. Sem falar que, no exterior, já havia *expertise* sobre a atuação com crianças e adolescentes com câncer.

O cancelamento do McDia Feliz em 1992 foi inevitável. O Brasil estava afundado numa profunda crise econômica e institucional que requeria cautela. O grupo de voluntários da Tijuca, aqueles que trabalharam na campanha SOS Marquinhos, estava decidido a seguir em frente. Foi nesse ano que inauguraram a Associação de Apoio à Criança com Neoplasia (AACN).



“ O McDia Feliz era uma coisa que não se via com muita frequência no Brasil. Hoje já existem muitas atividades comunitárias, tem muitos jovens envolvidos socialmente no Brasil de uma forma maravilhosa. É uma experiência única ver as pessoas se inserirem num movimento social. É uma festa! Eu sinto satisfação em ver que está com o mesmo espírito. A cada ano que vou, vejo que está o mesmo. E isto é muito bom. ”

**PETER RODENBECK**

Fundador do McDonald's no Brasil

Em 1993, Chico e seus amigos convocaram Peter Rodenbeck e toda a equipe do McDonald's para uma reunião, na qual apresentaram tudo o que já haviam feito: projeto da casa de apoio, estrutura organizacional, manuais de funcionamento e voluntariado. O projeto estava caminhando e eles queriam entender se ainda havia interesse em sonhar juntos. Todo o esforço valeu a pena: alguns meses mais tarde, Peter anunciou que a arrecadação do McDia Feliz daquele ano seria destinada à fundação da primeira Casa Ronald McDonald da América Latina.

Chico e seus amigos foram responsáveis pelo estabelecimento de uma das maiores inovações da campanha, que só cresceu em relevância com o tempo. Como o McDia Feliz ocorria aos sábados, muitas empresas estavam fechadas, o que freava o aumento das vendas. Dessa forma, surgiu a ideia de vender antecipadamente um ticket que desse direito ao funcionário de participar mesmo não indo trabalhar naquele dia. A ação foi sucesso imediato, representando até os dias de hoje uma parcela significativa da venda de Big Mac para a campanha.

No dia 24 de outubro de 1994, inaugura-se a Casa Ronald McDonald Rio de Janeiro, a primeira do Brasil e da América Latina. A data foi escolhida por um significado especial: nesse mesmo dia, a Casa Ronald McDonald Filadélfia – a primeira do mundo – comemorava 20 anos de existência.



Lançamento no Rio de Janeiro (1998)

Foi nesse período que se decidiu pelo último sábado do mês de agosto para a realização da campanha. A princípio era uma decisão meramente de negócios tomada pelo departamento de marketing, uma vez que aquele era um dia, historicamente, de movimento fraco. Os voluntários e as pessoas atuantes na campanha logo apoiaram a escolha pois agosto era um mês sem férias escolares, sem festas regionais ou nacionais significativas, além de ser uma época do ano com clima favorável na maior parte do Brasil. O McDia Feliz segue sendo realizado no mesmo período desde então, com exceção de 2004, quando houve a tentativa de alinhar a data do Brasil com a de outros países, em novembro, por conta da celebração do Dia Mundial das Crianças. A mudança, no entanto, não funcionou e logo no ano seguinte voltou a ser como era. Hoje, o McDia Feliz é considerado o dia do ano de maior movimento nos restaurantes McDonald's.

Cerca de 10 anos depois da primeira edição do McDia Feliz, a campanha já era um sucesso e continuava crescendo com a expansão da Rede McDonald's no Brasil. Tanto que o departamento de marketing da empresa, responsável por organizar a campanha anualmente, já não dava conta das demandas relacionadas à seleção das organizações participantes e destinação dos recursos. Era preciso dar um passo adiante, contratar profissionais que entendessem e pudessem se dedicar integralmente ao trabalho: seleção de projetos e geração de impacto na oncologia pediátrica. Foi assim, com o apoio do McDonald's, sociedade civil e de franqueados da rede, que nasceu o Instituto Ronald McDonald, em 1999. Desde então, Francisco Neves, o Chico, está à frente de suas ações.

“ O McDia Feliz no Brasil me mostrou o poder da solidariedade do povo brasileiro. Nunca havia presenciado uma mobilização tão forte e genuína em benefício de uma causa social. Participar do McDia Feliz me fez ter orgulho de ser parte do Sistema McDonald's. ”

**SERGIO ALONSO**

Presidente da Arcos Dorados - Divisão Brasil entre 2003 e 2008





“ Nos quatro anos em que estive encarregado da operação da Arcos Dourados no Brasil, uma das minhas principais motivações para o crescimento do negócio foi ver o quanto podíamos colaborar com o Instituto Ronald McDonald para ajudar meninas e meninos no Brasil a ter uma vida melhor. Muito obrigado ao Instituto Ronald McDonald por sua liderança e por me permitir ser parte desta história. O melhor ainda está por vir. ”

**MARCELO RABACH**

Presidente da Arcos Dorados - Divisão Brasil entre 2008 e 2011



Em 2001, o Instituto Ronald McDonald passou a coordenar nacionalmente o McDia Feliz. Já havia uma equipe pequena, mas estruturada, para assumir o planejamento e a execução de ações pela cura do câncer infantojuvenil, inaugurando um período de grande profissionalização e crescimento. Regina Cobo, uma das amigas da família Neves que já estava envolvida com a causa desde a campanha SOS Marquinhos e também já havia atuado em todas as edições da campanha desde 1991, assumiu esse desafio como responsável pela captação de recursos da entidade. No ano seguinte, a campanha passou às mãos de Ana Nicolini, encarregada de trabalhar o engajamento da comunidade, dos voluntários, das instituições e também dos funcionários McDonald's.

Ana havia sido contratada para trabalhar com o voluntariado corporativo, mas, diante de vários entraves para o desenvolvimento dessa área, aceitou o desafio de liderar a mobilização para o McDia Feliz. Seu período na linha de frente da campanha, que se estendeu até 2005, foi marcado por uma grande sistematização: ela foi responsável por uniformizar a nomenclaturas, revisar manuais, registrar e avaliar tudo referente aos processos do McDia Feliz. Embora não estivesse diretamente envolvida com a execução da campanha nos anos seguintes, Ana Nicolini foi a gestora da área de mobilização social, responsável pelo McDia Feliz na organização. Ela esteve no Instituto até 2018, quando se desligou.

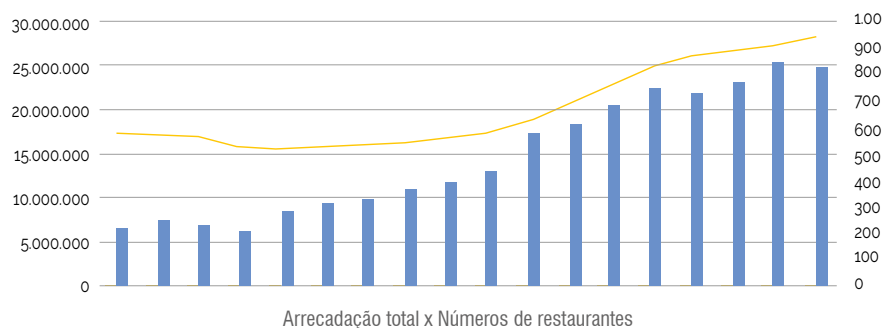
Esse período foi marcado por uma intensa profissionalização da campanha e pelo estrondoso crescimento da arrecadação. Da parte do Instituto Ronald McDonald, houve um esforço da coordenação da campanha em aplicar diversas ferramentas de marketing no planejamento e estabelecimento de metas. Desde 2007, há um calendário de encontros para a organização, troca de experiências e reconhecimento de melhores práticas. Durante esse período, houve uma participação muito positiva das instituições e do Instituto Ronald McDonald para construir as melhores estratégias e alcançar resultados.

Bianca Provedel, que assumiu a função de conduzir a campanha a partir de 2006, foi a profissional que mais tempo ficou à frente da campanha, por 10 anos. Atualmente, ela supervisiona o trabalho como coordenadora de mobilização social e desenvolvimento institucional.

Da parte do McDonald's, também houve mudanças que impactaram positivamente o crescimento. Em 2007, a Arcos Dourados se tornou a franqueada máster do McDonald's na América Latina e Caribe. A empresa coordenava em âmbito nacional as decisões referentes ao McDiaFeliz no Sistema McDonald's. Foi em 2007 que a campanha arrecadou pela primeira vez uma cifra superior a R\$ 10 milhões. Ao todo, foram R\$ 10.179.768,00 arrecadados com a venda de 1.430.760 sanduíches Big Mac em 539 restaurantes. A quantia foi destinada a projetos de 32 instituições de todo o Brasil.

Com o crescimento da arrecadação, o Instituto Ronald McDonald criou o Fundo Nacional, uma dedução de um percentual do valor arrecadado com a venda de Big Mac pela instituição participante, de forma a financiar outras iniciativas relevantes em regiões onde não existiam restaurantes McDonald's ou não se realizava o McDia Feliz.

### Crescimento da arrecadação e expansão de restaurantes entre 2001 e 2018



“ Fazer algo pelos demais é maravilhoso e o Instituto me deu esta oportunidade. Jamais me esquecerei desta experiência: o sorriso de uma criança que sabe que estamos ajudando. É um carinho na alma que levarei por toda a minha vida. Felicidades para o McDia Feliz por muitos anos mais! ”

**JOSÉ VALLEDOR**

Presidente da Arcos Dourados - Divisão Brasil entre 2011 e 2015



Este é um período de crescimento e reconhecimento da campanha. Nacionalmente, o McDia Feliz se torna referência como causa corporativa e na mobilização de recursos.

A campanha entra numa nova fase de padronização e alinhamento internacional, desta vez com a América Latina, por orientação da Arcos Dourados. A identidade visual passa a ser a mesma para toda a América Latina e Caribe, onde a franquia está presente. Uma das principais mudanças de visibilidade da campanha foi trocar a celebridade que fazia o papel de padrinho nacional pela imagem de uma criança curada do câncer. Essa mudança reflete um novo *status* de reconhecimento, já colhendo os frutos de seus 25 anos de existência no Brasil.



O engajamento com as instituições também entrou em um novo momento, com a criação da Gincana McDia Feliz. Todas as instituições tinham tarefas de administração, engajamento e divulgação a cumprir em troca de pontos: preenchimento de formulários, metas de venda, presença na imprensa. Ao fim da campanha, aquelas com a maior pontuação ganhavam um reconhecimento financeiro para ser adicionado ao valor financiado pelo Instituto Ronald McDonald para o projeto beneficiado pelo McDia Feliz.

“ Ao ver o empenho e entrega dos nossos funcionários e franqueados, a mobilização dos voluntários e a solidariedade de nossos clientes e fornecedores, sinto um imenso orgulho de representar uma empresa que promove a iniciativa que se tornou a maior campanha de mobilização e arrecadação de recursos por meio de investimento social privado no Brasil: o McDia Feliz. Acredito que um dos segredos do sucesso está na alta credibilidade que a campanha conquistou ao abordar uma preocupação genuína de nossos clientes com o futuro da sociedade: seja ao cuidar da saúde da criança com câncer e do bem-estar de sua família ou ao oferecer uma educação de qualidade para quando se tornam jovens. Os excelentes resultados das últimas edições demonstram a alta relevância da causa na vida das pessoas. ”

**PAULO CAMARGO**

Presidente da Arcos Dorados - Divisão Brasil desde 2015

O McDia Feliz continua crescendo em alcance e arrecadação. Em 2013, foram vendidas 1.771.407 unidades de Big Mac em 755 restaurantes em todo o Brasil. Ao todo, foram R\$ 20.565.185,77. Desde então, a campanha nunca arrecadou menos de R\$ 20 milhões.

Outro marco importante para o McDia Feliz foi o início do financiamento dos projetos do Programa Diagnóstico Precoce. Até então, a campanha beneficiava os projetos do Programa Atenção Integral (pesquisa, construção e reforma de unidades médicas e casas de apoio) e os programas globais (Casa Ronald McDonald e Espaço da Família Ronald McDonald). Com o crescimento do Diagnóstico Precoce, que capacita profissionais de saúde para suspeitar do câncer em estágios iniciais aumentando as chances de cura, a campanha passou também a compor os valores que viabilizam os cursos em todo o Brasil.

O Troféu Atitude de Ouro passou a reconhecer e premiar as melhores práticas das instituições participantes da campanha no que diz respeito a comunicação, engajamento e arrecadação. Ao todo, foram 14 categorias que incluem premiação ao Rei do Facebook, Digital Influencer, Orgulho de Ser Voluntário, entre outros.

O ano de 2018 marcou uma importante mudança no McDia Feliz no Brasil: a entrada de uma nova causa social, que foi beneficiada com 30% da arrecadação da campanha: a educação. Além de ações em benefício de crianças e adolescentes com câncer, a campanha também colaborou com a educação para vencer o desafio de diminuir o desemprego juvenil no país.



**1988**

São Paulo recebe o 1º McDía Feliz no Brasil. A arrecadação de US\$ 986 foi destinada à Ação Solidária de São Paulo

**2018**

Pela primeira vez, o McDía Feliz beneficiou outra causa além da cura do câncer infantojuvenil. Representada pelo Instituto Ayrton Senna, a campanha também beneficiou a educação de jovens

**1990**

1º McDía Feliz em nível nacional. Duas instituições foram beneficiadas: a APACN em Curitiba e o Hospital Mario Kreuff no Rio de Janeiro

**2017**

Primeira edição do Troféu Atitude de Ouro, que premia boas práticas das instituições participantes

**1991**

Participação dos voluntários da Tijuca em campanha que teve o Inca como uma das instituições beneficiadas

**2016**

Programa Diagnóstico Precoce passou a ser financiado pelo McDía Feliz

**1992**

Não houve McDía Feliz por causa da profunda crise econômica instalada no Brasil

**2013**

Campanha ultrapassou a marca de R\$ 20 milhões em arrecadação

**1993**

Início da venda de tiquetes antecipados. A arrecadação desse McDía Feliz em todo o Brasil foi usada para fundar a Casa Ronald McDonald Rio de Janeiro

**2007**

Arcos Dourados se torna franqueada máster da marca McDonald's no Brasil, A campanha ultrapassou pela primeira vez a cifra de R\$ 10 milhões

**1994**

Inauguração da primeira Casa Ronald McDonald do Brasil no Rio de Janeiro

**2003**

Estabelecimento do fundo nacional

**1995**

Definição de que a campanha ocorreria em agosto (com exceção do ano de 2004)

**2001**

Instituto Ronald McDonald passa a coordenar o McDía Feliz

**1998**

McDía Feliz alcançou a marca de 1 milhão de Big Mac vendidos

**1999**

Fundação do Instituto Ronald McDonald



Curitiba (1990)



Barra da Tijuca (1991)



Vitória (1991)



Roberto Dinamite no Rio de Janeiro (1993)



Vitória (1997)



Brasília (2004)



Novo Hamburgo (1998)



Fortaleza (1999)



São Paulo (2017)



Manaus (2001)



Salvador (2002)



Salvador (2002)



Florianópolis (2003)



Rio de Janeiro (2003)



Brasília (2004)



Minas Gerais (2001)



São Paulo (2005)



Campo Grande (2006)



Salvador (2006)



Maringá (2007)



Angélica no Rio de Janeiro (1994)



Joinville (1995)



Rio de Janeiro (1996)



Maceió (1997)



Casa Ronald McDonald ABC (1999)



Vitória (1999)



Natal (1999)



Vitória (2000)



Recife (2002)



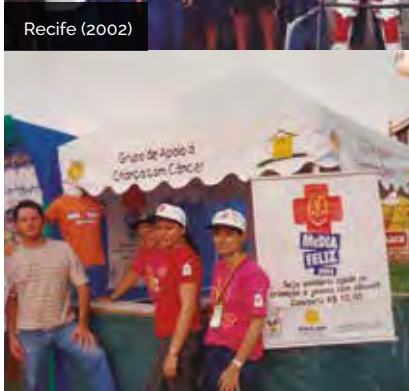
Recife (2002)



Alagoas (2002)



Campo Grande (2003)



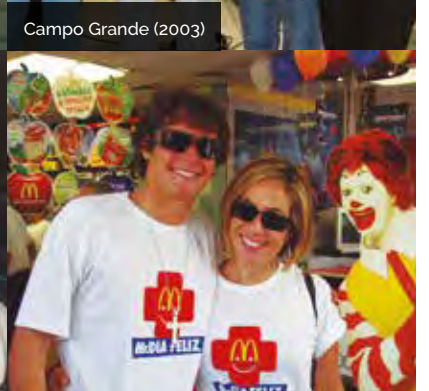
Manaus (2004)



Santa Maria (2004)



Itabuna (2005)



Felipe Dylon e Cissa Guimarães no Rio de Janeiro (2005)



Presidente Prudente (2012)



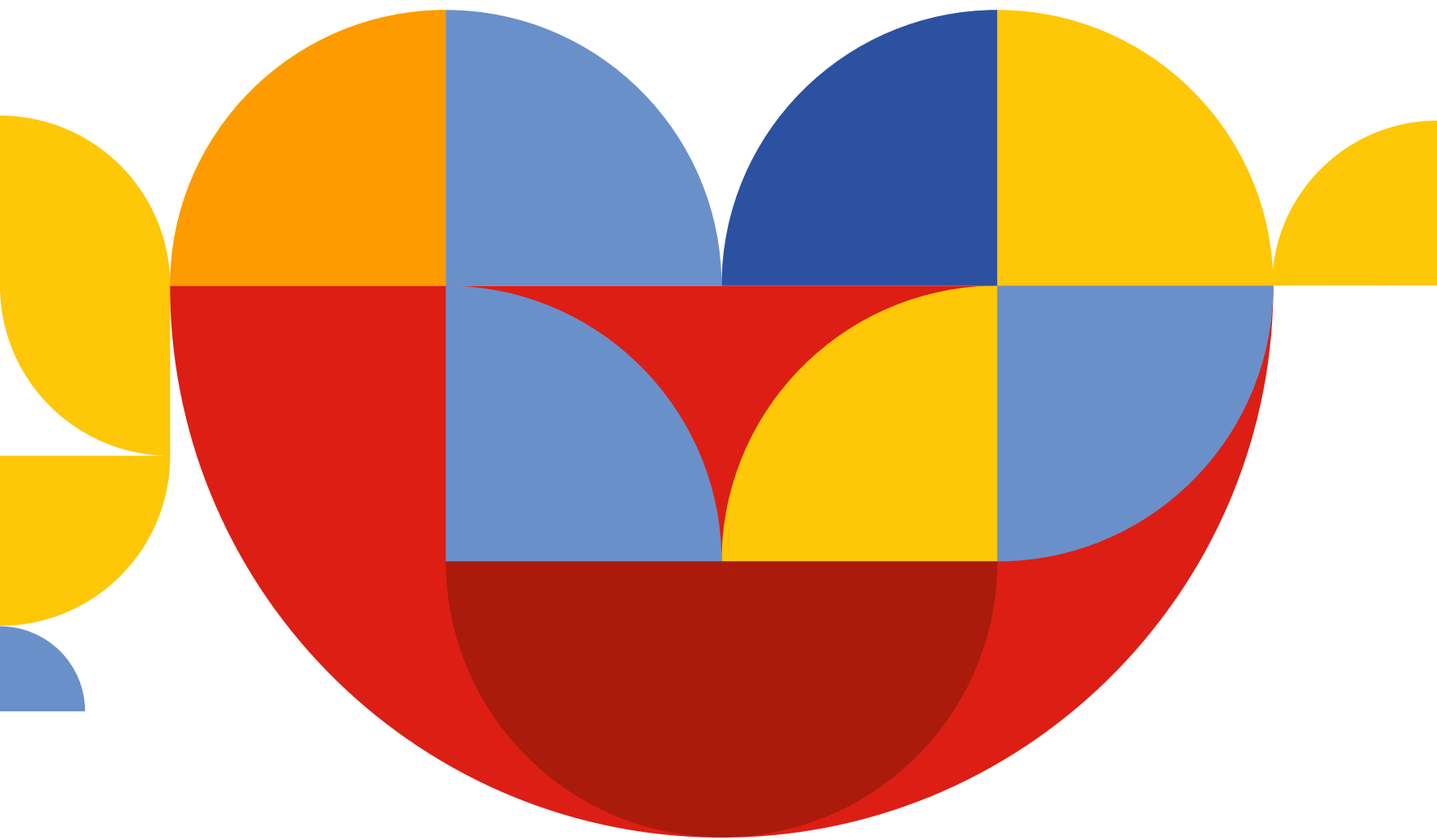
Aracaju (2011)



Belém (2012)



Aracaju (2012)







2



**O QUE ACONTECE  
NO DIA**



# 30 ANOS

do McDia Feliz em números

720 HORAS DE  
McDia Feliz



MAIS DE  
R\$ 280 milhões  
ARRECADADOS



126 INSTITUIÇÕES  
BENEFICIADAS



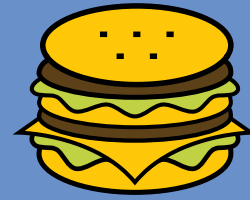
30 mil VOLUNTÁRIOS  
participantes a cada ano



+ de

33

milhões  
DE SANDUÍCHES  
**BIG MAC**



1.205

Apresentações  
do personagem

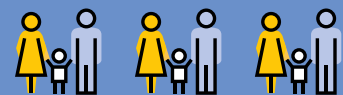
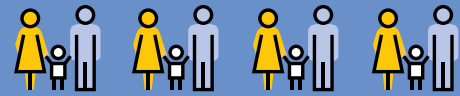
**RONALD  
McDONALD**

em lançamentos, aberturas, visitas a restaurantes  
e desfiles motorizados na campanha



**MILHARES**

de **pacientes beneficiados**  
juntamente com **suas famílias**





# POR QUE O McDIA FELIZ É UM SUCESSO?

O McDia Feliz se tornou a maior mobilização pela cura do câncer infantojuvenil no Brasil. A campanha é também considerada referência em investimento social privado e uma das mais significativas iniciativas que envolvem voluntários no país.

O segredo desse sucesso está no envolvimento dos diversos públicos da campanha, o que faz dela uma iniciativa da sociedade da qual o Sistema McDonald's é um dos atores envolvidos, mas não o protagonista. O McDia Feliz se tornou uma campanha da comunidade.

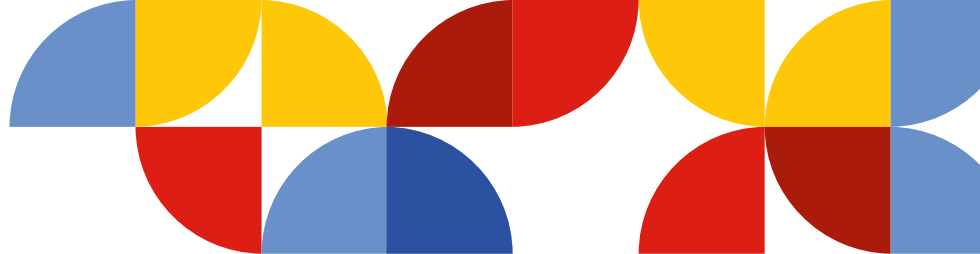
Destacamos a seguir alguns dos ingredientes que fazem o sucesso da campanha:

## **PROFISSIONALISMO**

O planejamento e a execução do McDia Feliz envolvem diversos profissionais que se dedicam a fazer a campanha cada ano melhor. A Arcos Dourados disponibiliza profissionais de áreas como finanças, jurídico, marketing, comunicação e muitas outras especialidades para fazer o processo de planejamento, execução e apuração funcionar da melhor forma possível. Além disso, na sociedade civil há contínua capacitação para atender a todas as demandas da campanha, desde o planejamento estratégico até a prestação de contas. A equipe do Instituto Ronald McDonald também atua com as instituições participantes realizando encontros de capacitação, planejamento, acompanhamento ao longo de todo o processo da campanha, buscando solucionar todas as demandas e conduzir a campanha de modo que seja o mais eficiente e bem-sucedida. A equipe do Instituto Ronald McDonald junto com diversos parceiros viabiliza ferramentas para potencializar as vendas entre os envolvidos, além de contar com o apoio de agências responsáveis pela comunicação e a divulgação das ações do McDia Feliz.

## **TRANSPARÊNCIA**

Qualquer pessoa que deseje saber ou conhecer mais sobre o McDia Feliz encontrará nas plataformas digitais do Instituto Ronald McDonald informações seguras e auditadas sobre prestação de contas e destinação de recursos. Além disso, há uma rede de pessoas beneficiadas ou voluntários da campanha que poderão atestar a efetividade dos projetos e programas,



garantindo a seriedade da iniciativa. São pacientes, ex-pacientes e seus familiares que usufruem dos projetos beneficiados, médicos que trabalham em unidades que já foram beneficiadas pela campanha ou mesmo receberam capacitação graças à campanha, funcionários do McDonald's ou instituições que conhecem pessoalmente o trabalho de determinada organização, voluntários, artistas, jornalistas, entre muitos outros agentes ativos na promoção da campanha.

### **CAPILARIDADE**

O McDia Feliz se aproxima do doador na medida em que descentraliza a mobilização por meio das instituições locais participantes e beneficiadas pela campanha. Não é uma campanha que impõe um modo de operação internacionalizado ou impessoal. Pelo contrário: as instituições participantes têm autonomia para trabalhar a campanha localmente, escolher seus apoios e porta-vozes em sua cidade ou estado, destacar exemplos de pacientes e ex-pacientes que já usufruíram do trabalho da própria organização, conversar com jornais e revistas de sua região, mobilizar voluntários de seu entorno. Tudo isso dá credibilidade e aproxima a comunidade da realidade e das necessidades locais, trazendo para si a responsabilidade de uma mudança social no ambiente em que estão inseridos.

### **VARIEDADE DE MOBILIZAÇÃO E CONVERSÃO**

Há muitas formas de participar da campanha. É possível ser voluntário como anfitrião de restaurante, doar um produto, um serviço e até uma *performance* artística; é possível doar comprando tiquete antecipado, produto promocional ou um Big Mac no caixa do restaurante; é possível doar como pessoa jurídica, é possível doar *on-line*. Todas essas formas são legítimas para participar da campanha e permitem que um cliente garanta sua doação, mesmo estando distante do restaurante no dia do evento.

O McDia Feliz é um sucesso porque reconhece que ninguém sozinho é melhor do que todos juntos: funcionários McDonald's, franqueados, fornecedores do Sistema McDonald's, Instituto Ronald McDonald, clientes, voluntários, médicos, pacientes e ex-pacientes, sociedade civil, artistas, atletas, personalidades, imprensa e parceiros em geral.



QUE O  
NOSSE BEM  
FAÇA BEM  
ao Próximo  
TAMBÉM

# UM TRABALHO DE EQUIPE

## OS PARCEIROS NACIONAIS DA CAMPANHA



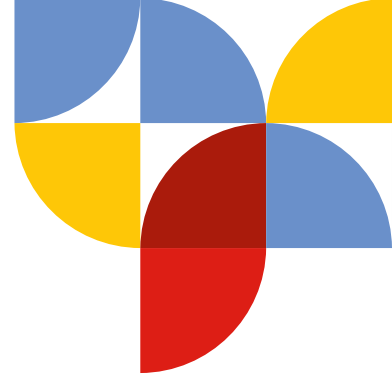
Uma das razões do sucesso do McDia Feliz é a solidariedade de empresas que foram tocadas pela vontade de ajudar crianças e adolescentes com câncer e seus familiares. Felizmente, não são poucas as pessoas que se disponibilizam, inclusive no horário de trabalho, a se dedicar à causa do câncer infantojuvenil.

Brasil afora, diversas empresas doam produtos, serviços e até sua força de trabalho para o McDia Feliz. São empresas que disponibilizam produtos para brindes, agências que produzem artes ou fazem divulgação, gráficas, emissoras de rádio e TV que disponibilizam horários para veiculação dos *spots*, artistas que doam sua arte para produzir brindes e camisas. Não importa a atividade ou o porte. O que faz a diferença é a vontade de participar e ajudar.

Todas essas iniciativas devem ser celebradas e reconhecidas, pois definitivamente a campanha não seria a mesma sem elas.

Há muito o que agradecer e comemorar também nacionalmente. O Instituto Ronald McDonald sempre buscou liderar os esforços em prol de parcerias que beneficiem todos os participantes da campanha. Não são poucas essas empresas, que, sem cobrar nada, realizam serviços essenciais, como a produção e impressão de tiquetes antecipados, a distribuição logística de produtos, a execução musical, as *performances* de seus artistas e até seu ambiente de negócios e o trabalho de seus funcionários.

Nosso muito obrigado a todos os parceiros do McDia Feliz.



# APOIADORES NACIONAIS

E EMPRESAS DOADORAS DO SISTEMA  
McDONALD'S (2018)

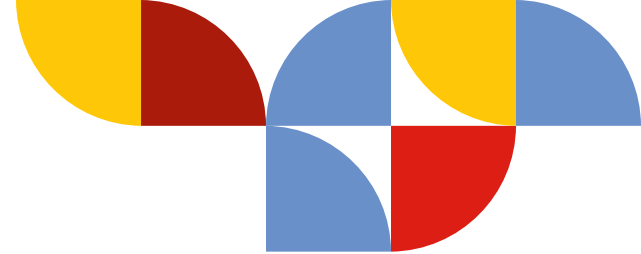






## NOSSO AGRADECIMENTO A TODAS AS EMPRESAS APOIADORAS NACIONAIS E DOADORAS QUE FIZERAM PARTE DA HISTÓRIA DO McDia Feliz NAS ÚLTIMAS DÉCADAS:

ABFM  
ABN  
ABNote  
Aços Macom  
AllegroArt  
Amacoco  
AmBev  
Amex  
Antonio Carlos Transp Mar Ltda.  
Arcos Dourados  
Artcp  
Aryzta  
Assistec  
Atento  
Banco Bradesco  
Banco do Brasil  
Banco Ibi  
Banco Itaú  
Batavia S.A. Industria de Alimentos - Batavo  
Bemis  
Bimbo  
Brapelco  
Brasil Espresso  
Brasilgrafica  
Braskarne (Grupo Cargill)  
Braslo  
Bremil Ind. de Prod. A. Ltda.  
Bunge Alimentos - Santista  
Cabify  
Cahdam Volta Grande  
Canal Y  
Cargill Internacional  
Carino Prod. Alimenticios  
Catuai  
CDN  
Cebrapa  
Cellier  
Celucat  
Celulose Irani  
Celulose Irani S.A.  
Chocolate Araucária Ltda.  
Citibank S.A.  
Citrosuco  
Coca Cola  
Cold Mix  
Creata  
Credsystem  
Danemann, Siemsen Advogados  
DART – Extra Package Com. Alim. Ltda.  
Dauper  
Dearo Marketing  
Deck  
DeMarchi  
Denise Comercial  
Diversey Lever  
Dixie-Toga S.A.  
ECAD  
Ecolab Química  
Edgar Refrigeração  
Edmar Teixeira  
Effem  
Embalagens Jaguaré  
Empresas Águas Ouro Fino  
Escala 7  
Exótica Agro Comercial Ltda.  
Famex Serv. Equip. Contra Incêndio - Protefire  
Fast Print  
Fastway (Pauling)  
Fischer Fraiburgo S.A.  
FJ Projetos e Construções Ltda.  
Flavors  
FNS Importação  
Franco Brasil  
Frigorífico Margem  
Frigorífico Mataboi Alimentos  
Frigorífico Matupá  
Frivale  
FSB  
Galvonotek Embalagens  
Gold Presentes  
Gráfica 43  
Grupo VR & Moore  
GS Plásticos  
GSF  
Guardanapos Brasil  
Guardanapos Nevada  
Harald Ind Comercio  
Herchcovitch  
Huhtamaki do Brasil  
Ideal Roupas



Ideal Work  
IFF  
Ildebrando Reinert  
INAM Ind. Amendoim Ltda.  
Industria Marvi  
Industria Nevada  
InfoHelp  
Interbakters  
Interprint  
Intranscol  
Inverno  
Ion Information  
Ippolito, Riviti  
Irani  
IRDS  
Itaú  
JFC e Natural Salads  
José Mauro  
Junior Alim Ind e Com S.A.  
Kerry do Brasil  
Klabin Kimberly  
KYOEI Check up Médico  
La Vita  
Laundry Deluxe  
LCE Logística Comércio  
Exterior Ltda  
Lorenzo Volpe  
Lucio Flávio  
Machado Meyer  
Malharia Luiza Ltda  
MAM Controle de Pragas  
Marfrig  
Maria's Haus Modas Ltda.  
Mars  
Martin-Brower  
Marvi – Industrial e  
Comercial Marvi Ltda.  
Masterfoods  
MBRIG  
McCain  
McDonald's Corporation  
Medial Saúde  
Meias M3  
MEI-Montagem Ind.  
Meio Ambiente  
MHA

Minasa  
MIR Ambiental  
Motovile  
Nestlé  
Nilo Batista Advogados  
Norsal Norte Salineira S.A.  
(Sal Lebre)  
Odontoprev  
Pampa Carne  
Paper Cups  
Paradedada Advogados  
Parmalat  
Perseco  
Pinhão e Koiffman Advogados  
Pinheiro Neto Advogados  
Pipek Penteadado  
Pitrezza  
Plastifama Ind. Com. Plásticos Ltda.  
Polenghi Indústrias  
Alimentícias Ltda  
Polins  
Polpapack  
Poly Vac  
Preferida S/A Indústria  
e Comércio  
PriceWaterhouseCoopers  
PrimeColors  
Promins Ind. e Eng. Elétrica LTDA  
Protege  
Publicom  
Queijos Quatá  
Radio Business  
Razões e Motivos Pesquisa  
Readi Consultoria  
Recilix  
Redecard  
Refinações de Milho Brasil  
Refricon Mercantil Ltda.  
Restaurante Aeroporto Ltda. (RA)  
RIBEIRAR  
Ripasa  
Rodoviário Michelin  
Rodoviario Rodomax  
Ruiz Filho Advogados  
S Teixeira Ltda.

Sacotem Embalagens Ltda.  
Sadia  
Santa Fé Café - Indústria  
e Comércio  
Schreiber  
Seara (antiga JBS)  
SGS do Brasil S.A.  
Sincoplast  
Smuckler do Brasil  
Sonpel  
Speedy Service  
SPI  
Suprinter Int'l Coml. e Distr. Ltda.  
Taterka  
Tecnometrica  
Tecnowork ind e Com Ltda.  
Thermal Cups  
Thomas Greg & Sons  
Ticket Serviços  
Tim Brasil  
Toyobo do Brasil  
Trenier  
Truly Nolen  
Tuparé Tintas  
Tycoelectronics  
Unilever  
Valid  
Vally  
Value Comércio (Thermal Cups)  
Van Leer  
Vetorpel  
White Martins

# O CICLO DO McDIA FELIZ

## 1º TRIMESTRE

### PLANEJAMENTO

- Realização de reuniões com McDonald's
- Definição do preço do tiquete antecipado
- Realização das primeiras reuniões com comitês regionais de instituições participantes

## 2º TRIMESTRE

### LANÇAMENTO

- Realização das demais reuniões com comitês regionais de instituições participantes
- Produção e entrega dos tiquetes antecipados
- Lançamento nacional e realização de *workshop* com orientações para instituições participantes

Após a reunião de avaliação do McDia Feliz do ano anterior, o Instituto Ronald McDonald já começa a planejar o McDia Feliz seguinte. Alguns meses antes da campanha, as instituições participantes já estão em contato diretamente com as gerências operacionais e funcionários de restaurantes, dividindo o território (no caso de mais de uma organização por cidade), compartilhando os planos para a campanha e disponibilizando equipes para tirar dúvidas e inspirar os colaboradores no McDia Feliz, inclusive com visitas aos projetos e famílias beneficiados. Os fornecedores também se planejam para o aumento da produção e dos pedidos para o McDia Feliz.

O planejamento para os pedidos do McDia Feliz começa cerca de um mês antes da data da campanha. A projeção de vendas do Big Mac envolve diversas análises, incluindo o contexto econômico e nível de engajamento daquela comunidade, a concorrência comercial, a realização de outras campanhas beneficentes locais ou nacionais, o histórico da campanha nos últimos três anos e a evolução das vendas de tiquetes antecipados.

Com a projeção de vendas em mãos, o gerente do restaurante realiza os pedidos para estoque: tudo o que é necessário para que a loja funcione nos mais altos padrões de qualidade, serviço e limpeza. Além

*Para o Big Mac chegar quentinho e saboroso às mãos dos consumidores no McDia Feliz, é preciso que muita gente trabalhe duro: os fornecedores do Sistema McDonald's, os funcionários e até os voluntários. Conheça as várias etapas antes do Big Mac chegar às mãos dos consumidores.*

## 3º TRIMESTRE

### MOBILIZAÇÃO

- Realização de lançamentos locais
- Instituições promovem a venda de tíquetes antecipados, seleção de voluntários, produção de produtos promocionais
- Encarregados dos restaurantes atuam para motivar funcionários, treinam, fazem projeções de venda e realizam pedidos
- Realização do McDia Feliz no último sábado de agosto
- Apuração dos resultados envolvendo departamento financeiro, operações e a presidência da Arcos Dourados

dos famosos ingredientes do Big Mac: dois hambúrgueres, alface, queijo, molho especial, cebola, picles e pão com gergelim, é preciso planejar o pedido de mais embalagens, guardanapos, canudos, sacos de lixo, bandejas, lâminas de bandeja, batata frita e refrigerante, entre outros itens.

Na reta final da campanha, é possível fazer uma nova análise da projeção de vendas para encaminhar os preparativos finais: realocação de equipes e equipamentos para atender a um restaurante cuja projeção de vendas seja maior.

## 4º TRIMESTRE

### PRESTAÇÃO DE CONTAS E RECOMEÇO

- Divulgação dos resultados da campanha
- Reuniões de avaliação com instituições, Arcos Dourados e parceiros
- Repasse do valor arrecadado para as instituições participantes
- Levantamento e análise de tendências para a próxima edição
- Fechamento de parcerias para o ano seguinte

O sucesso do McDia Feliz é possível graças ao trabalho árduo de muita gente, mas, na linha de frente, estão os funcionários e voluntários em contato direto com os clientes. Por ser um dia atípico, há filas, e os voluntários têm o papel imprescindível de convencer os clientes a fazer a doação. Além disso, realizam a venda de produtos promocionais. Do mesmo modo, os funcionários se empenham no bom funcionamento do caixa e da cozinha. O Big Mac demora cerca de 50 segundos para ficar pronto. Depois disso, é só saborear e aproveitar.

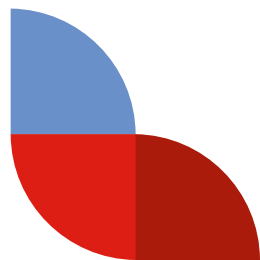


## O SEGREDO DO ZZZ O RESTAURANTE QUE MAIS VENDE BIG MAC NO McDIA FELIZ NO BRASIL

“ Eu já trabalho há 16 anos neste restaurante, os quatro últimos anos como gerente de negócios. Tem sido um imenso orgulho participar dessa grande festa que é o McDia Feliz e, com a minha equipe de cerca de 70 pessoas, fazer o maior McDia Feliz do Brasil por tantos anos seguidos. O segredo do nosso sucesso é uma combinação de vários fatores: nosso restaurante é o único da cidade de Cascavel, onde há um importante polo de tratamento: a Uopeccan. Todos na cidade – inclusive nossos funcionários – conhecem a qualidade do serviço dessa instituição, que vende muitos tiquetes antecipados. Muita gente vem inclusive de outras cidades para participar. Os voluntários fazem um trabalho excepcional e estamos todos juntos num trabalho de equipe, com funcionários treinados e motivados. O resultado é que saíram da nossa cozinha só este ano cerca de 16 mil sanduíches Big Mac. E ano que vem queremos vender mais! ”

**MAIKON HOIÇA**

Gerente de negócios no restaurante ZZZ



# UM PARCEIRO ESPECIAL

## MARTIN-BROWER

O McDia Feliz tem muitos parceiros nacionais que são imprescindíveis para o sucesso. Tivemos a difícil missão de destacar um deles para refletir o comprometimento e o carinho que todos têm com a causa. Essa empresa é a Martin-Brower, fornecedora oficial de logística do Sistema McDonald's, que há muitos anos viabiliza a realização da campanha distribuindo não só os ingredientes do Big Mac em todos os restaurantes da rede, mas também todo o material de campanha para todo o Brasil.

O McDia Feliz para a Martin-Brower começa meses antes da data da campanha, com planejamento para encarar o aumento das demandas que o McDia Feliz gera. Tudo o que é usado num restaurante McDonald's é padronizado: os ingredientes do menu, os uniformes dos funcionários e até o material de limpeza. Por isso, os gerentes dos restaurantes concentram todos os pedidos em um sistema que permite à Martin-Brower acionar os centros de distribuição mais próximos e assim diminuir o tempo entre o pedido e a entrega. Por ser o dia de maior movimento nos restaurantes, há um crescimento em praticamente todos os tipos de produto nos pedidos de entrega, de forma que os clientes possam ter a melhor experiência no dia da campanha. A distribuição de todo o material começa ainda em julho, com a entrega dos materiais publicitários, e segue por todo o mês de agosto, de acordo com as necessidades de cada loja.

É um trabalho que exige inteligência, organização, dedicação e muito comprometimento dos funcionários. Nosso muito obrigado com carinho à Martin-Brower!





“ O McDia Feliz, desde seu início, me sensibilizou para a causa do combate ao câncer infantojuvenil. Essa iniciativa é muito mais do que um evento de arrecadação de recursos, é um agente de conscientização para um problema real e que, muitas vezes, só nos damos conta de sua existência quando estamos diante dele. Além do importante retorno financeiro que o McDia Feliz vem obtendo ao longo dos anos, na minha opinião, o maior benefício não pode ser medido, que é justamente a conscientização e o apoio da população a uma causa tão nobre e importante. Meu comprometimento com o McDia e com o Instituto Ronald McDonald vai além do corporativo e, desde o momento em que decidi fazer minha parte pelas crianças e adolescentes do país, pude também envolver as pessoas ao meu redor em prol dessa mesma causa: familiares, amigos, colaboradores e fornecedores da Martin-Brower. Os sete anos que dediquei ao conselho do Instituto Ronald McDonald foram especialmente importantes para mim, pois tive a certeza de apoiar a causa da instituição com elevados níveis de governança e credibilidade. O engajamento de todos que participam desse movimento foi e sempre será um ativo do Instituto. Além de contribuirmos para esse dia tão importante, tenho muito orgulho de apoiar – junto com a Martin-Brower – outras ações do Instituto, como o Torneio de Golfe, que ao longo dos últimos 15 anos trouxe importantes recursos financeiros para a instituição e é um grande reforço para a causa perante os formadores de opinião. Um pensamento do fundador do McDonald's resume bem o papel do Instituto e sua importância na promoção de um mundo melhor: 'Devemos devolver à comunidade o que ela nos dá tão bem!' ”

**TUPA GOMES**

Presidente da Martin-Brower para América Latina, Oriente Médio e África





EU DOU  
MAIOR FOR  
TRA AC

AC  
S

EU DOU



# ENVOLVIMENTO DE PARCEIROS LOCAIS

A campanha, por sua capilaridade, conta com apoiadores locais que ajudam as instituições a viabilizar diversas de suas ações. Esse engajamento com a comunidade – inclusive com empresas solidárias – é uma estratégia que acaba por sensibilizar mais gente e ampliar os canais de comunicação da instituição.

As instituições participantes do McDia Feliz 2018 indicaram parceiros que têm uma importância muito grande no sucesso da campanha localmente.

Fazemos coro às instituições para agradecer o empenho de cada um desses parceiros e de muitos outros que colaboram para o McDia Feliz.

## PARCEIROS LOCAIS

Nosso coração é muito maior que estas páginas e cabem todos aqueles que se doam pelo McDia Feliz. Mas aqui queremos fazer um agradecimento simbólico a parceiros locais muito especiais para as instituições participantes da campanha em 2018:

**AACC/MS** | Liga do Bem

**AACC/MT** | Real Compensação Tributária, Plaenge Empreendimentos Imobiliários

**Associação Donos do Amanhã** | Sonho Doce Doceria e Antares Comunicação

**Abrace** | Coronário, Antonio Carlos Bonatto

**ACACCI** | MP Publicidade, Aspen Pharma

**AAPC (Presidente Prudente)** | Sukuhara Honda e Colégio Anglo de Ensino

**APACN** | Moto Clube Bodes do Asfalto – Fação Curitiba; Ópus Múltipla Comunicação Integrada

**Associação Matogrossense de Combate ao Câncer (AMCC)** | Bom Futuro, Lojas Moda Verão

**AMO Criança** | Exatus Contabilidade

**Apala** | O Borrachão, Rede de Hotéis Ponta Verde

**AVOS** | Havan, Chapecoense, Almeida Junior, Unisul

**Associação de Apoio aos Portadores de Câncer de Mossoró e Região (AAPCMR)** | TV Cabo Mossoró, auditora Micheline Fontes

**Associação Peter Pan (APP)** | Caixa Econômica Federal, 10ª Região Militar do Exército Brasileiro

**AVOSOS** | Professor Serafim

**CACC** | CVI Refrigerantes Ltda, Uglione S.A. Santa Maria

**CAPE (Belo Horizonte)** | Milplan Engenharia, Marco Novaes

**Casa Durval Paiva** | Banco do Brasil, 2ª edição da Ligação do Bem, Colégio Master, Método Superaque

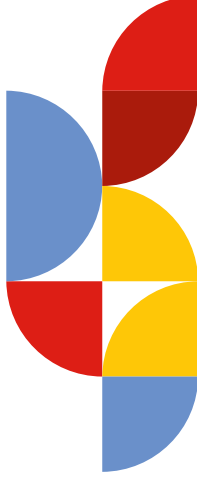
**Casa Ronald McDonald ABC** | Rotary – Distrito 4420

**Casa Ronald McDonald Belém** | Pará Moto Clube

**Casa Ronald McDonald Campinas** | Polar Truck, DHL

**Casa Ronald McDonald Jahu** | Lions Clubes da região (Itápolis, Ibitinga, Bariri, Mineiros do Tiete, Jahu e Dois Córregos).

**Casa Ronald McDonald Rio de Janeiro** | Aspen Pharma, Coca-Cola



**Casa Ronald McDonald São Paulo/Moema** | Adriana Colin; São Rafael Câmaras Frigoríficas

**Centro Infantil Boldrini** | Heróis na Luta contra o Câncer Infantil

**Domus** | Raia Academia e Atividades Aquáticas

**Famesp** | Prefeitura Municipal de Botucatu e Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina de Botucatu

**Fundação Antonio Dino** | Grupo Potiguar e Grupo Mateus

**Fundação Ricardo Moisés Jr** | Vita Derm, Daimler Chrysler

**Fundação Sara Albuquerque Costa** | Triggus e Construmaia

**Fundação São Francisco Xavier** | Harsco Metals & Minerals, Usinas

**Siderúrgicas de Minas Gerais S. A.** | Usiminas

**GAC Recife** | Banco do Brasil e Juliana Farinha

**GACC Amazonas** | Grupo GB Norte

**GACC Bahia** | Shopping Salvador e Salvador Norte

**GACC Sul Bahia** | Rota Transportes, Shopping Jequitibá

**GACC Ribeirão Preto** | Alliage

**Grupo Luta pela Vida (AMGLPV)** | Grupo Algar e Laboratório Sabin

**Graacc** | Biolab, Eurofarma, Comunidade Chinesa, Prefeitura de Barueri

**GPACI (Grupo de Pesquisa e Assistência ao Câncer Infantil)** | Centro Médico Diagnósticos, Unimed Sorocaba

**Hospital da Criança Santo Antônio** | Baltoro Group

**Hospital de Amor** | Plastripel, Supermercado Iquegami

**Hospital de Câncer de Franca** | Centro de Voluntários de Franca, Magazine Luiza S.A., Curso de Medicina da Universidade de Franca

**Instituto do Câncer Infantil (ICI-RS)** | Centro Universitário Metodista (IPA)

**Itaci** | Umbigo do Mundo

**Hospital Infantil Dr. Jeser Amarante Faria** | Fremax, Rádio 89FM Joinville

**Hospital Martagão Gesteira** | Rotary Clube; VIVO/Fundação Telefônica

**Liga Feminina de Combate ao Câncer de Passo Fundo (LFCC)** | Danielle de O. Batezini, Marcia Biavatti Peruffo

**Núcleo de Apoio à Criança com Câncer (NACC)** | Grupo Cornélio Brennand

**Oasis** | Shopping Center Uberaba, Alta Genetics

**ONG Viver** | Folha de Londrina

**Rede Feminina de Combate ao Câncer RFCC** | Maringá - Plaenge, Ingraph Digital

**Rede Feminina de Combate ao Câncer RFCC** | Santa Bárbara d'Oeste - Rede Pratika; Faculdade de Santa Bárbara d'Oeste

**Rede Feminina de Combate ao Câncer RFCC-PI** | Teresina Shopping, Criativa Comunicação Visual

**Rede Feminina de Combate ao Câncer RFCC** | Hospital Erasto Gaertner - Minauro Informática Ltda., Berry Global Group

**Santa Casa de Misericórdia de Marília** | Carino Alimentos; Escritório Paiva e Arruda

**Sobope** | Equity Contabilidade Empresarial e Oma Administradora de Imóveis e Corretagem Ltda.

**Tucca** | Grupo Ótica Indaiá, Rede Feminina Guiomar Pinheiro Franco

**Uopeccan** | SICOOB, Cia Beal de Alimentos

# PARCEIROS LOCAIS DO McDIA FELIZ



## CENTRO-OESTE LOJAS MODA VERÃO

Uma semana antes do McDia Feliz, a empresa mato-grossense Moda Verão fez uma visita ao Hospital de Câncer do Mato Grosso. Na ocasião, os representantes da companhia se sentiram muito tocados pela importância do McDia Feliz para a instituição e resolveram apoiar a campanha. A equipe do hospital preparou uma apresentação sobre o trabalho realizado ali para os funcionários das lojas e, a partir daí, muita gente começou a comprar camisetas e tíquetes antecipados. Só para esse público, foram vendidas 406 camisetas, 18 camisetas premium e 102 tíquetes antecipados em apenas uma semana, somando R\$ 13.033,00. Além disso, os funcionários das lojas usaram as camisas como uniforme na data da campanha. A empresa fez ainda a doação de um espaço publicitário no intervalo de um dos programas de maior audiência na televisão local para a divulgação do McDia Feliz.

## **NORTE** **GRUPO GB**

O Grupo Bastazini já é parceiro do GACC Amazonas há 15 anos. A parceria consiste no apoio incondicional à venda de tíquetes antecipados e camisetas, que compõem a arrecadação total da campanha na localidade. Além disso, os funcionários da empresa também são incentivados a se engajar.

## **NORDESTE** **PONTOS DE VIDA EM PARCERIA COM O EXÉRCITO BRASILEIRO**

No ano de 2018, o grande aliado do McDia Feliz no Ceará foi o Exército Brasileiro. O Exército encampou a luta contra o câncer por meio do projeto Pontos de Vida, que nasceu durante o McDia Feliz de 2017 em parceria com a Secretaria de Segurança Pública do Ceará. Nesse ano, o projeto levou para dentro dos quartéis do Exército em Fortaleza a venda de tíquetes antecipados, facilitando a aquisição dos militares e de suas famílias. A banda militar tocou durante a cerimônia de abertura do McDia Feliz e uma das Lojas McDonald's, no Del Paseo, teve membros da corporação e suas esposas como anfitriões.

## **SUDESTE** **SUPERMERCADOS IQUEGAMI**

Na cidade de Bebedouro (SP), um dos grandes parceiros da campanha McDia Feliz em 2018 foi o Supermercado Iquegami. Foram cerca de 700 combos (tíquete antecipado + copo promocional) vendidos. Para tanto, os administradores desse supermercado disponibilizaram para cada operador de caixa os tíquetes para serem vendidos, sendo que todos esses funcionários informavam os clientes da importância da campanha, bem como da destinação dos recursos obtidos: o Hospital de Amor. Além do mais, uma funcionária dessa rede de supermercados foi escalada para, exclusivamente, ficar na porta da loja abordando cada um dos clientes consumidores, divulgando a campanha, exibindo o vídeo e o copo decorativo.

## **SUL** **MOBILIZA, CHAPECÓ**

Com a participação do Grupo Emílias e do parceiro Clube Chapecoense, a ação da Associação de Voluntários de Apoio e Assistência à Criança e ao Adolescente (Avos) teve como objetivo aumentar a quantidade de voluntários para atuar no McDia Feliz na cidade de Chapecó (SC). Outros objetivos alcançados foram o crescimento da venda dos tíquetes antecipados e a mobilização da comunidade local para o engajamento na causa. Em uma das ações, a compra de três tíquetes dava direito a um ingresso para o jogo Chape x Corinthians. No jogo, também foi possível adquirir os tíquetes antecipados e tirar fotos numa cabine fotográfica. Essa iniciativa foi premiada na categoria "Aumentando o Time" no Troféu Atitude de Ouro 2017.



## CONFIRA A SEGUIR DEPOIMENTOS INSPIRADORES DE ALGUNS DESSES PARCEIROS:

“ McDia Feliz proporcionou um sentimento de gratidão muito grande em meu coração, que me deixou em êxtase e me fez viver uma experiência indescritível. Fui com o propósito de um voluntário: servir! Porém, fui servido através de sorrisos contagiantes, através da alegria estampada no coração das pessoas e pelo amor doado por cada um que estava ali. ”

**GILSON SIQUEIRA CAMARGO**

Diretor das Lojas Moda Verão

“ Para nós do grupo GB, o McDia Feliz em agosto é esperado com muita alegria e entusiasmo. Já somos parceiros há 15 anos, percebemos que, do ponto de vista corporativo, nosso grupo se enche de vida e harmonia, todos engajados não só em comprar e vestir as camisetas, como também em adquirir o tiquete de Big Mac, mas principalmente em participar por um período da rotina da instituição e, no fim, acompanhar o resultado angariado no evento com a satisfação de terem feito parte da cura. O Gacc Amazonas merece nosso carinho e respeito, e ficamos muito felizes com essa oportunidade. Parabéns a todos. ”

**NUNO SILVA**

Diretor comercial do Grupo GB



“ Prova da força da parceria entre a Chapecoense e o McDia Feliz é que ela já acontece há três anos. Desde o começo, o clube utilizou da sua influência para divulgar a ação – nos nossos jogos e nas nossas redes sociais – e mobilizar o maior número de pessoas para que adquirissem os tiquetes do Big Mac. Para nós, que abraçamos a causa e fazemos com que ela seja abraçada por todos os torcedores, é gratificante perceber que a força da paixão pela Chape também pode ser uma ferramenta para fomentar o bem. ”

**JULIANA SÁ ZONTA**

Gerente de Marketing da Chapecoense

“ Resolvemos apoiar esta causa porque é um trabalho muito sério. Aqui na região, todo mundo que tem câncer encontra tratamento lá. Nós temos que apoiar mesmo. E foi por isso que a gente vestiu a camisa. Se todo mundo fizer a sua parte, vai ser melhor ainda. ”

**MÁRCIA ARRUDA COSTA**

Gerente do Supermercado Iquegami

“ A participação do Exército Brasileiro, por intermédio da Décima Região Militar, na campanha da Associação Peter Pan, em apoio às crianças e jovens no combate ao câncer, revestiu-se de uma motivação especial, pela nobre causa apoiada. Inserida também na campanha McDia Feliz foi impulsionada não apenas pelos integrantes da região, mas também por seus familiares, tudo em sintonia com o *slogan* do Dia do Soldado em 2018: 'Por você, por todos'. Obrigado pela oportunidade! ”

**GENERAL FERNANDO JOSÉ SOARES DA CUNHA**





# VOLUNTARIADO

Há aqueles que chegaram à causa do câncer infantojuvenil porque viveram na pele a experiência de ser ou ter alguém na família acometido pela doença. Há aqueles que conheceram as instituições e se solidarizam com a importância do trabalho; há aqueles cujos amigos, parentes ou alguém que respeita já é voluntário e, por isso, resolveu experimentar a sensação de se doar. Não importam as origens do voluntariado, o importante é realizar a tarefa com o coração.

No McDia Feliz há muito a fazer para que a campanha seja um sucesso ano após ano. Grande parte desse trabalho é feito com a doação do tempo e do trabalho de voluntários e voluntárias Brasil afora. Estima-se que 30 mil pessoas físicas estejam envolvidas anualmente na realização do McDia Feliz de forma voluntária, o que coloca a campanha em evidência por sua capacidade de mobilização. No Brasil, nenhuma outra iniciativa associada a uma grande empresa movimenta tantos voluntários como o McDia Feliz.

Novos ou antigos, os voluntários são unânimes em dizer que não importa o quanto eles doam, sempre recebem muito mais em troca.

Conheça algumas das atividades que estão sob a responsabilidade de voluntários no McDia Feliz:

- Venda de produtos promocionais – comercialização de camisetas, canetas, cadernos e outros produtos promocionais com a marca do McDia Feliz.
- Venda de tickets antecipados – venda de tickets antecipados do Big Mac, que podem ser trocados pelo sanduíche no dia da campanha.
- Coordenação das atrações em um restaurante – voluntário conhecido como anfitrião de restaurante organiza as atividades e atrações de determinada loja no dia da campanha.
- Realização de *performances* artísticas – há aqueles que doam sua imagem para divulgação da campanha ou até realizam *performances* no dia da campanha: cantores, atores e atrizes, bailarinos, personagens infantis, entre outros.
- Divulgação e persuasão – nem todo mundo lembra que o McDia Feliz é no último sábado de agosto, por isso há aqueles voluntários responsáveis por fazer esse lembrete nas ruas ou mesmo nos restaurantes, convencendo as pessoas que estão nas filas a comprar o Big Mac.
- Suporte às crianças e adolescentes beneficiados – o McDia Feliz também é um dia de festa, por isso muitas instituições optam por levar crianças e adolescentes que serão beneficiados para um dia de diversão fora do hospital ou da casa de apoio (aqueles que estão em condições de fazê-lo). Alguns voluntários dão todo o suporte para que isso aconteça, atendendo às necessidades dos pacientes e de seus acompanhantes.
- Organização geral – algumas instituições mantêm seus quadros inteiramente com voluntários. São pessoas que têm a responsabilidade de representar aquela instituição no planejamento e na prestação de contas da campanha, orientar outros voluntários e manter contato com a coordenação nacional.





“ Depois da campanha SOS Marquinhos, tínhamos um grupo enorme de amigos tijuicanos cujos filhos jogavam futebol. Todos queriam ajudar no luto do Chico e da Sonia. Sobrou dinheiro que arrecadamos para o tratamento do Marquinhos e, por isso, o casal decidiu usar esse saldo para construir uma casa de apoio aos moldes do que o Chico conheceu nos Estados Unidos. Foi nesse intervalo que ele, como voluntário do Inca, soube do McDia Feliz. O convite para participar veio através do presidente do Conselho de Administração do Inca, que também era o presidente do McDonald's na época, o Peter Rodenbeck. Chico me chamou para ajudar no tal McDia Feliz, e eu fiquei pensando que raios de campanha era aquela! Como se já não tivéssemos muito o que fazer com os nossos próprios planos. Mas eu topei. E fui lá com o Chico no restaurante Barra Drive entender o que podia ser feito: era uma área enorme, tanto o salão quanto o entorno do restaurante, com o estacionamento. Conversamos com o outro Chico, que era gerente da loja naquela época para entender quais eram os horários de pico, o que podia e o que não podia. Ele disse: eu cuido do balcão para dentro e vocês do balcão para fora. As atividades daquele dia foram inspiradas na minha experiência como professora, quando organizávamos as semanas de integração nas escolas. Tinha atividade leve, moderada, de relaxamento, para crianças de todas as idades, de acordo com o funcionamento do restaurante. Organizamos entre os amigos do grupo quem ficaria responsável pelo quê: quem convidaria os artistas, quem tinha carro para pegar o convidado, que horas o time de futebol ia chegar, etc. No dia tivemos que lidar com vários imprevistos, mas, em meio ao caos, deu tudo certo! Chegou uma hora que faltou pão, carne, queijo e mesmo assim ninguém desanimou. Deu no que deu: muito Big Mac sendo vendido. Foi um dia totalmente atípico, mas o segredo foi o entrosamento e a certeza de que tudo seria voltado para a causa do câncer infantojuvenil. Tenho orgulho de ter participado desta e de muitas outras edições que se seguiram (particpei de praticamente todas até hoje no Instituto e na Casa Ronald McDonald Rio de Janeiro). Tenho muito carinho por todos que fazem este dia acontecer, principalmente os voluntários. São eles – aqui em especial reconheço aqueles com quem trabalhei no estado do Rio de Janeiro e os que conheci Brasil afora – que são os responsáveis por ter transformado o McDia Feliz na maior mobilização de pessoas em prol de uma causa no nosso país. ”

#### REGINA COBO

Voluntária do McDia Feliz, uma das fundadoras da Casa Ronald McDonald Rio de Janeiro



“ Dos nossos 33 anos na causa do câncer infantojuvenil, 21 anos, desde de 1997, estamos envolvidos no McDia Feliz, mobilizando, sensibilizando, motivando e coordenando centenas de voluntários da nossa sociedade nesse grandioso evento em prol dessa causa. Os resultados alcançados nos enchem de alegria, disposição e nos incentivam a dar continuidade a essa campanha. Ao longo desses anos, o McDia Feliz esteve e continua presente na história da Avosos, desde a construção da sede própria, a humanização de ambientes e principalmente na grande contribuição da melhoria da qualidade de vida e na cura de centenas de crianças e adolescentes assistidos pela instituição. Participar da campanha McDia Feliz não só agradece a nossa instituição como também nos dá a certeza de poder contribuir com toda essa assistência a esses pacientes. ”

**WILSON E JEANE MELO**

Presidente e coordenadora voluntária, fundadores da Avosos e voluntários



“ O McDia Feliz é a maior campanha em prol da criança e do adolescente no Brasil. Tenho prazer e orgulho de participar desde o início com vários projetos, entre eles: o Hospital do Graacc, primeira casa de apoio do Graacc. Há 12 anos consegui realizar um sonho em parceria com o Instituto Ronald McDonald e Graacc através do McDia Feliz: a Casa Ronald McDonald São Paulo Moema, com 30 suítes individuais, qualidade no atendimento e o carinho que nossas crianças merecem. Pude contar com apoio da minha família desde o início dessa empreitada como voluntária que já dura há 47 anos. Meu marido, filhos e netos, além do apoio emocional e psicológico, atuavam no dia do evento nas lojas com venda de produtos e divulgação da campanha. Como superintendente do voluntariado do hospital do Graacc, pude montar um grupo de quase 500 voluntários que fazem um trabalho árduo e melhor a cada ano, sendo com certeza um dos pilares e responsáveis pelo sucesso dessa campanha que tanto me orgulha e deu condições de realizar nossos sonhos.”

**LEA MINGIONE**

Voluntária e fundadora da Casa Ronald McDonald  
São Paulo – Moema

# VOLUNTARIADO EM TODO O BRASIL



Maceió



Cuiabá



Campinas



Fortaleza



Florianópolis



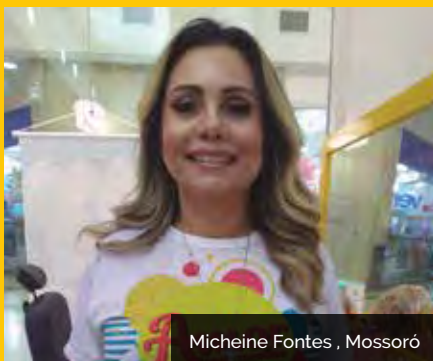
Franca



Vitória



São Paulo



Micheine Fontes, Mossoró



Joinville



Porto Alegre



Bodes do Asfalto em Curitiba



Maringá

# HISTÓRIAS DE VOLUNTARIADO

## MOHAMAD ASSAF MOURÃO, O VOLUNTÁRIO MIRIM DO HOSPITAL DE AMOR

Um menino de Palmas (TO) chamou a atenção por promover uma grande festa de solidariedade. Para comemorar o aniversário de 10 anos, ele decidiu chamar seus convidados para a Praça de Alimentação do Shopping Capim Dourado em sua cidade para transformar Big Mac em sorrisos na data do McDia Feliz. Mohamad Assaf Mourão se tornou um voluntário, convertendo seus presentes em doações para a construção do Hospital de Amor no Tocantins.



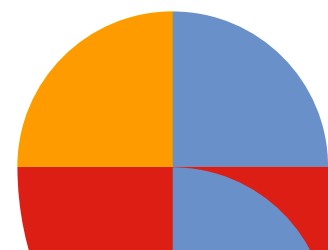
## LIGA DO BEM

Desde 2015, a AACC/MS se associou ao grupo de voluntários Liga do Bem para potencializar a venda de produtos, tiquetes antecipados e o engajamento de voluntários. Os participantes do grupo são conhecidos pela caracterização como heróis e realização de atividades lúdicas para crianças em hospitais, creches e comunidades carentes de Campo Grande. No McDia Feliz, eles foram além: realizaram eventos para a venda de tiquetes, visitaram escolas, universidades e estabelecimentos privados/públicos para divulgar a campanha, comercializaram os produtos da campanha e assumiram a coordenação de uma loja – que alcançou recorde de vendas. O resultado é que foram responsáveis por aproximadamente 80% da venda de tiquetes antecipados e vendas no balcão em 2017.



## McAMIGO CHRISTIAN DE SABOYA

Conhecido jornalista do Rio Grande do Norte, o colunista Christian de Saboya doou sua imagem como McAmigo no McDia Feliz 2017 da Associação de Apoio aos Portadores de Câncer de Mossoró e Região (AAPCMR). A doação, entretanto, não ficou só na divulgação. Christian promoveu uma festa de aniversário na qual realizou a venda de tiquetes antecipados do Big Mac. Com sua busca ativa por parceiros, a festa foi um sucesso e o resultado alcançado quase dobrou a meta inicial, chegando a 930 tiquetes antecipados vendidos.



## VOLUNTARIADO QUE SE MULTIPLICA EM RIBEIRÃO PRETO



Em 2009, depois de passar por um momento difícil em sua vida, o Sargento Moreno conheceu a casa de apoio do GACC de Ribeirão Preto e ficou comovido com algumas histórias de crianças e adolescentes em tratamento de câncer no Hospital das Clínicas da cidade. Ele tomou uma decisão: se dedicar ao trabalho voluntário na instituição. Muito engajado, logo foi convidado a integrar a diretoria, sendo eleito conselheiro. No mesmo ano, ele havia conhecido a jovem Fabiane, que viria a se tornar sua esposa. Eles frequentavam os eventos da entidade, como o McDia Feliz. Embora Fabiane não fosse voluntária, seu carinho com as crianças e as famílias atendidas ali logo chamou a atenção da administração, que a convidou para realizar um trabalho de coordenação e governança da casa de apoio do GACC. A aproximação dos dois com o GACC acabou se transformando em casamento e multiplicando o número de voluntários na família. Fabiane engravidou e teve gêmeos: Maria e João Francisco, que desde a gravidez da mamãe participam dos eventos da casa. Hoje a família está mais unida do que nunca, inclusive no McDia Feliz.



## UMA SUPERVOLUNTÁRIA

A voluntária Aida Maria Ribeiro da Silva, de 65 anos, se dedica há mais de 15 anos ao trabalho voluntário no Hospital da Criança Santo Antônio, em Porto Alegre. Em toda sua trajetória nesses anos, sempre se fez presente nas inúmeras atividades realizadas com as crianças internadas e os pacientes ambulatoriais e suas famílias. Quando o hospital anunciou sua participação no McDia Feliz, ela foi a primeira dos 40 voluntários que hoje realizam suas atividades a se prontificar a assumir mais esse compromisso com a instituição. Já se passaram três anos desde que o Hospital da Criança Santo Antônio começou a fazer parte da campanha, e em todas as edições Aida esteve presente doando seu tempo, entusiasmo e amor pela causa. Neste último ano, em especial, faltou luz na loja em que ela estava na rua 24 de outubro (lotada!), justamente no período do almoço, fato que impossibilitou que as pessoas pudessem adquirir o Big Mac. Mas Aida, junto com os demais voluntários, não desistiu. Muito engajada no trabalho, se dispôs a batalhar a venda dos produtos da sua loja nas ruas para compensar o que não estava sendo vendido no balcão. A cada retorno à loja, voltava com um sorriso no rosto pela conquista de vendas. O resultado é que a sua loja foi a que mais vendeu produtos promocionais para a instituição. Aida comemora: "Recebo mais do que dou neste trabalho. Sou muito feliz de ser voluntária".

# McDIA FELIZ EM TODO O BRASIL



Cascavel



Jundiaí



Joinville



Campinas





Campinas



Londrina



Teresina



APOIO:

São Paulo



Belo Horizonte



Porto Alegre



Jahu

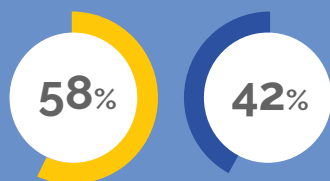


Itabuna

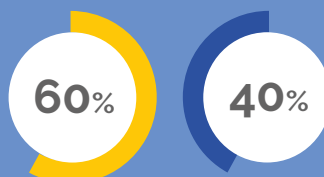
# RAIO-X da mobilização

## PERFIL DEMOGRÁFICO

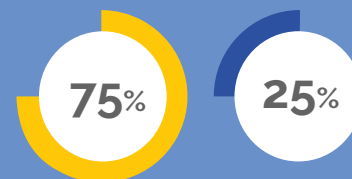
feminino masculino



CLIENTES

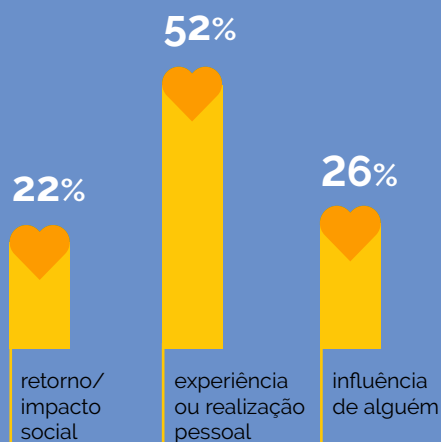


FUNCIONÁRIOS



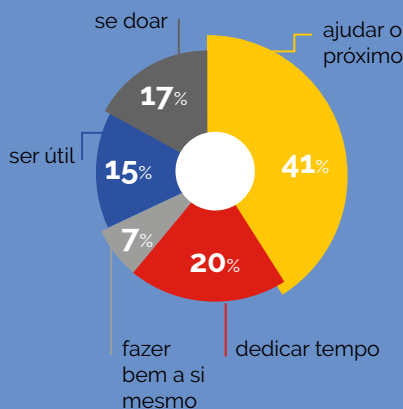
VOLUNTÁRIOS

## PERFIL ALTRUÍSMO CLIENTES E FUNCIONÁRIOS

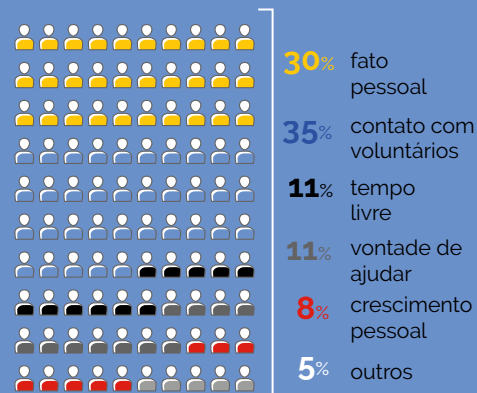


## VOLUNTÁRIOS

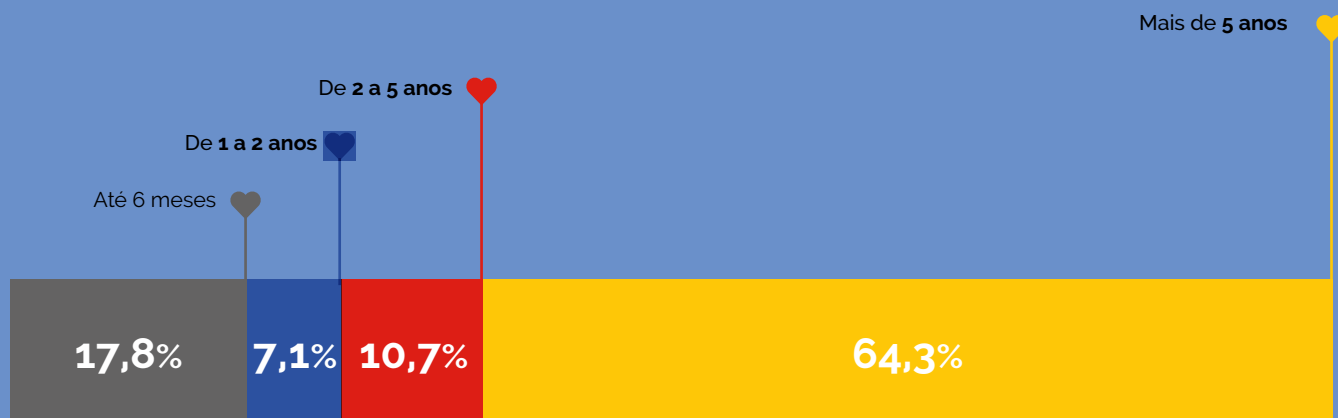
### O que é ser voluntário?



### Por que começou a ser voluntário?



### Há quanto tempo começou a praticar o voluntariado?

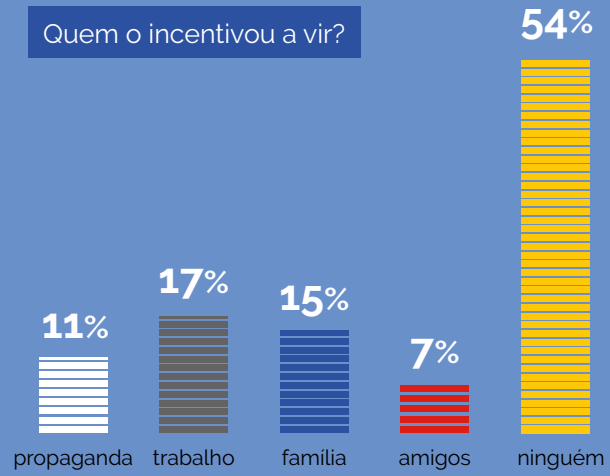


## CLIENTES RELAÇÃO COM O McDONALD'S

O que veio fazer no McDonald's?

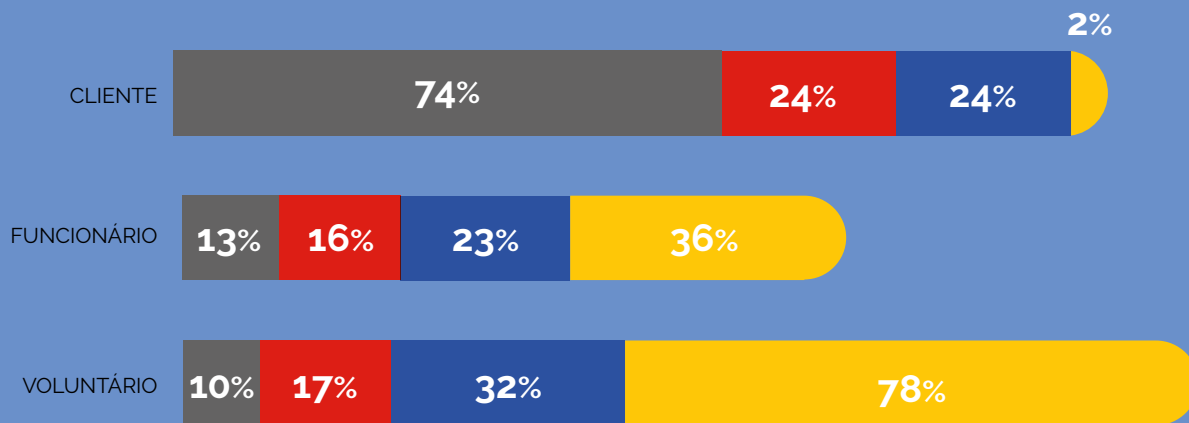


Quem o incentivou a vir?



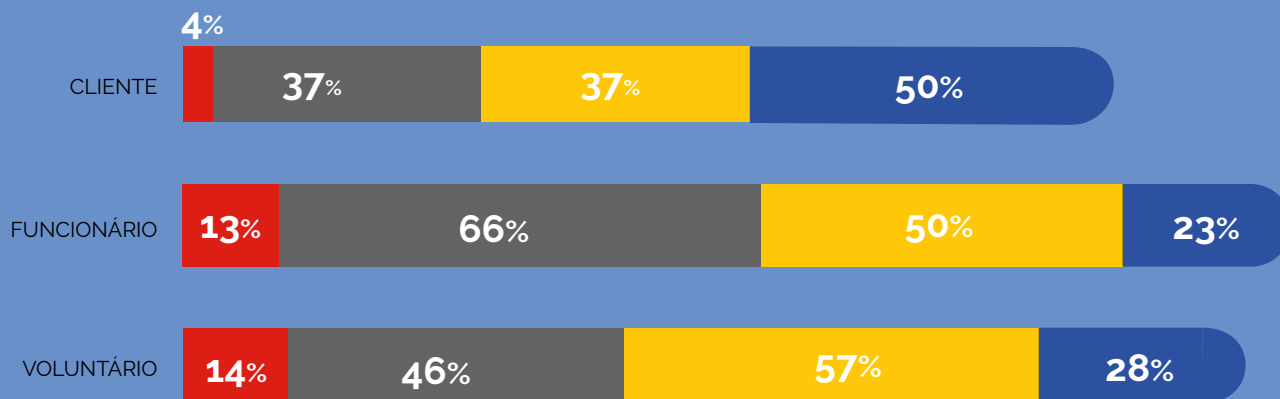
## A IMPORTÂNCIA DO McDIA FELIZ

💰 arrecadar fundos
📢 divulgar o tema
❤️ fazer o bem
🏠 ajudar Instituições de apoio

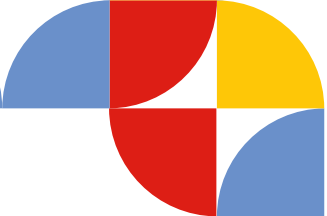


## RELAÇÃO COM O McDIA FELIZ

❤️ amor
😊 felicidade
★ orgulho
👍 utilidade



\* Os dados que constam neste infográfico são produto de uma pesquisa de percepção realizada pela agência Santo Caos durante o McDia Feliz 2016 com três públicos estratégicos para a campanha: funcionários McDonald's, voluntários das instituições participantes da campanha e clientes McDonald's. Entendemos que embora possa haver variações nos números ano a ano, a análise oferece um retrato confiável da relação desses públicos com a campanha.

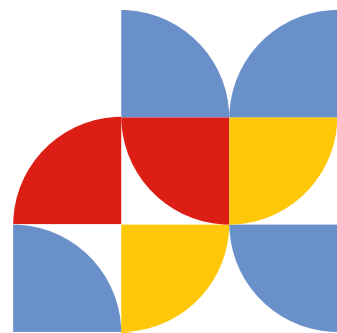


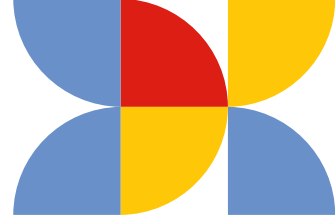
# OS CONSUMIDORES DO McDIA FELIZ

Vamos falar aqui daqueles que na prática viabilizam a doação do Big Mac: os consumidores do McDonald's. A campanha só é possível porque eles compram tíquetes antecipados ou chegam até o balcão para pedir o sanduíche. Não importa se faz sol ou chuva, calor ou frio, são essas pessoas que saem de suas casas para transformar Big Mac em sorrisos.

Na edição de 2016 do McDia Feliz, a agência Santo Caos realizou uma pesquisa de percepção entre os três principais públicos da campanha: clientes, voluntários e funcionários McDonald's. O objetivo foi conhecer melhor a relação de cada um deles com a iniciativa, de forma a subsidiar estratégias de engajamento e conteúdo para os anos seguintes. A pesquisa inclui questionário, imersão nos projetos e entrevistas com uma amostra de 104 pessoas.

O estudo chegou a conclusões bastante interessantes sobre o público do McDia Feliz. Destacamos a relação dos clientes com a campanha: são jovens menores de 25 anos, que costumam ajudar outras causas sociais. Eles já têm o hábito de comer no McDonald's, mas em geral estão cientes da realização da campanha pois já participaram em outras oportunidades. A principal motivação é arrecadar recursos para os projetos das instituições participantes.





## ARTISTAS NACIONAIS

O McDia Feliz se tornou uma grande festa que conta com diversas frentes de mobilização da sociedade. Uma delas é o apoio de artistas, atletas e personalidades que doam sua imagem para divulgar a campanha. Nomes como Thiago Lacerda, Angélica, Professor Pasquale, Sandy e Júnior, e muitos outros já tiveram a importante missão de ser padrinhos e madrinhas, porta-vozes oficiais e rostos da campanha. A participação de cada um deles ajudou a construir uma imagem de credibilidade para a iniciativa em todo o Brasil.

Nosso muito obrigado especial a todas as celebridades que de forma altruísta participaram da campanha, em especial àquelas que foram padrinhos e madrinhas do McDia Feliz.



“ Participar do McDia Feliz por dois anos seguidos foi uma grande honra. Ao longo da minha participação na campanha, descobri que sou parte de uma engrenagem muito maior do que podia imaginar. São diversas instituições fazendo mobilização local, voluntários, mães, crianças, médicos, equipes técnicas, empresas parceiras, todos, a sua maneira, lutando para que o tratamento das crianças e jovens com câncer seja dado de maneira humanizada e com maior chance de cura. É uma luta contínua, mas que juntos temos mais chances de vencer. Entendi então que precisava vestir a camisa, conhecer a causa de perto, bem como seus impactos. É um trabalho que me orgulho de ter feito parte. ”

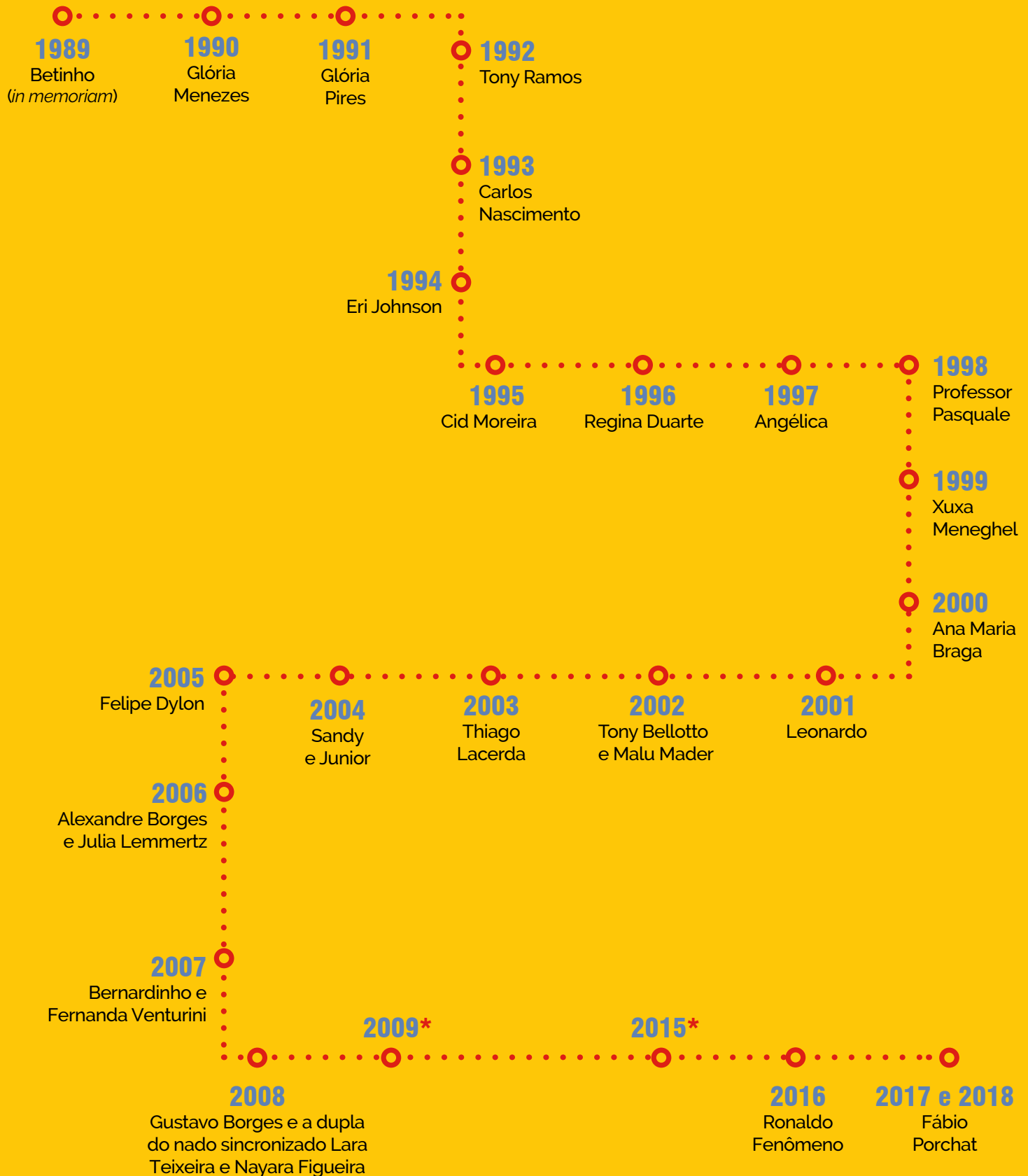
**FÁBIO PORCHAT**

Embaixador nacional do McDia Feliz 2017 e 2018

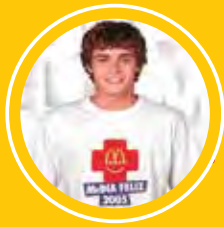
## ARTISTAS LOCAIS

Os artistas locais também são uma parte essencial da campanha, pois personalizam o McDia Feliz em âmbito regional, gerando reconhecimento e engajamento com as identidades daquela localidade. Nosso muito obrigado a cantores, atores, atrizes, grupos de dança e voluntários que se vestem como os mais conhecidos personagens do cinema e da TV para chamar a atenção para a campanha.

# Padrinhos de 1989 a 2018



\* Entre 2009 e 2015 as estrelas da campanha foram ex-pacientes curados do câncer.



## ARTISTAS LOCAIS QUE APOIARAM A CAMPANHA



Rio de Janeiro



Belém



Teresina



Belo Horizonte



Rio de Janeiro



ABC



Campinas



São Paulo



Salvador





Maceió



Uberaba



São Paulo



ABC



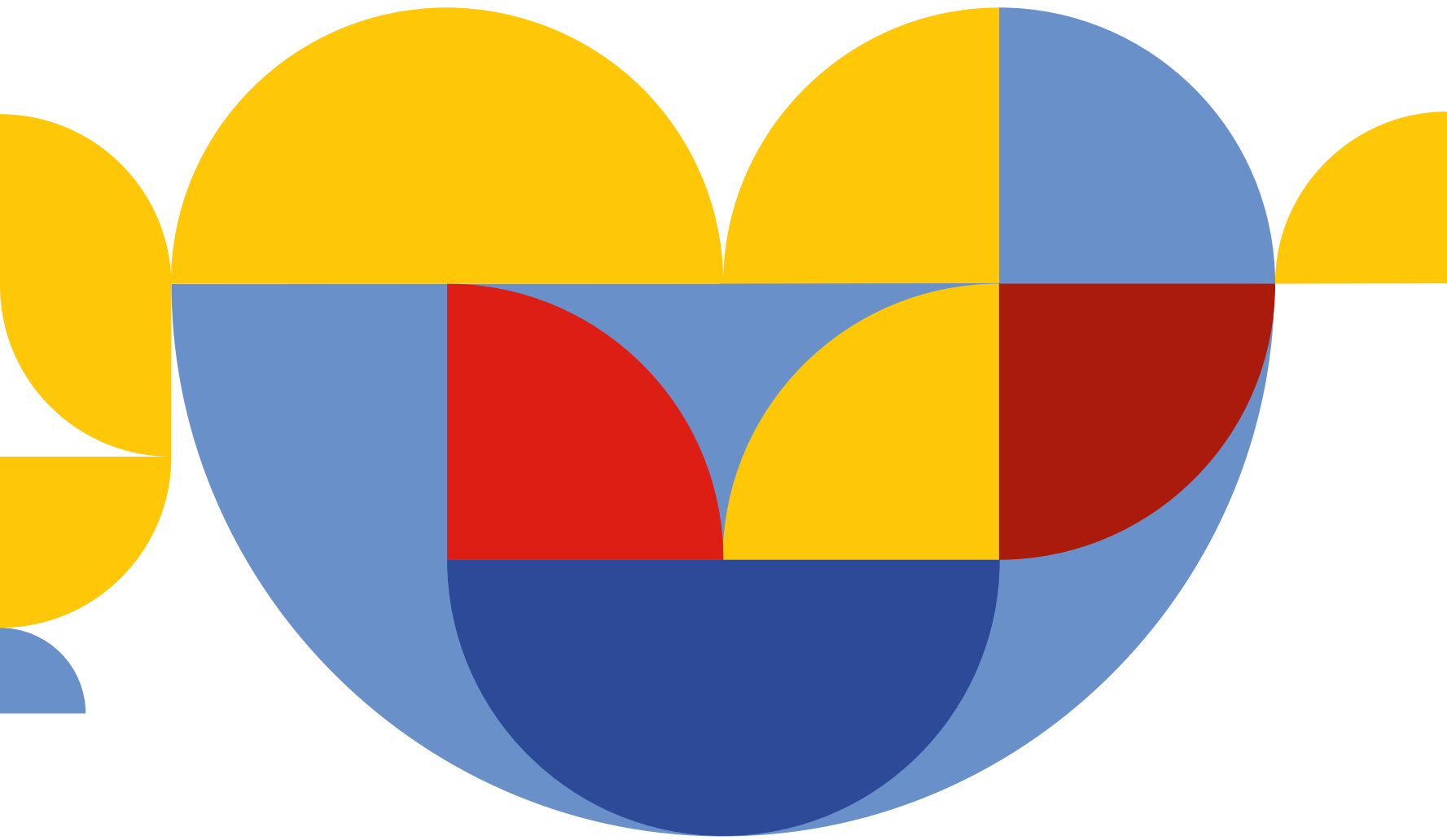
Itabuna



Salvador



Salvador





3



OS OUTROS

**365 DIAS**



# NÚMEROS DO Instituto Ronald McDonald

**1.416**  
PROJETOS  
APOIADOS



**116**  
INSTITUIÇÕES  
BENEFICIADAS



Atualmente o **Instituto Ronald McDonald** tem:

**70** instituições  
cadastradas  
presentes

em **53** cidades

de **21** estados e  
o Distrito Federal

**6** Casas  
Ronald  
McDonald

**17** Hospitais

**25** Casas  
de Apoio

**10** Instituições  
que gerenciam  
hospitais

**12** Instituições  
de Apoio

**6**

Espaços da Família  
Ronald McDonald

Todos os recursos arrecadados pelo McDia Feliz e outras fontes de recursos se destinam aos projetos aprovados por meio de edital aberto anualmente pelo Instituto Ronald McDonald através do qual as instituições cadastradas podem submeter os projetos para análise. Os projetos são analisados pelo conselho científico e executivo e passam a compor a carteira de projetos e poderão receber recursos. Os projetos em sua maioria contemplam a construção e reforma de hospitais, construção e reforma de casas de apoio, compra de equipamentos, infraestrutura (mobiliário, veículos etc.), apoio a congressos e pesquisas, capacitação profissional, sistemas de informação e custeio (alimentação, transporte, materiais etc.).

POR ANO, cerca de

**50** mil 

atendimentos a **CRIANÇAS,**  
**ADOLESCENTES** e **SEUS**  
**FAMILIARES** por meio de  
**PROGRAMAS DO INSTITUTO**

R\$  
**300**   
milhões

DESTINADOS  
A **PROJETOS**

# ESTRATÉGIA de atuação

## OBJETIVO GERAL

Contribuir para **eleva**r o índice de cura do câncer infantojuvenil no Brasil e para a qualidade de vida dos jovens pacientes atendidos e seus familiares antes, durante e após o tratamento.

## MÉTODO



Pesquisa



Apoio psicossocial



Adesão ao tratamento



Tratamento e/ou  
Diagnóstico precoce

*Planejamentos locais e fóruns regionais (CONIACC + Sobope)*

## FERRAMENTAS

**1** Atuação na rede nacional de instituições

**2** Programas globais e locais do Instituto

**3** Advocacy

**4** Investimento financeiro

## RESULTADOS



Melhoria dos serviços de oncologia pediátrica



Influência em políticas públicas



Fortalecimento da rede de atenção oncológica

## IMPACTO ESPERADO

**Transformar o cenário do câncer infantojuvenil no país** ao contribuir para aumentar o índice de cura nas instituições apoiadas pelo Instituto Ronald McDonald.





# OS BASTIDORES DO ESPETÁCULO

Um dia feliz, no fim de agosto. Trios elétricos param as ruas. Celebri-  
dades tiram fotos com fãs. Artistas se  
apresentam para uma plateia que  
vai e vem saboreando seu Big Mac.  
Mágicos, palhaços, músicos, mími-  
cos. Balões por toda parte. E, claro,  
a presença dele, o mestre de ceri-  
mônias da festa e embaixador da  
alegria: Ronald McDonald.

Cada qual com sua função, cada  
qual com sua missão. Cada um  
ajuda e participa como pode. Con-  
vidando amigos, vendendo tíque-  
tes antecipados, oferecendo seus  
talentos artísticos e profissionais,  
levando o carro de som, distribuindo  
panfletos, vestindo a camisa e  
comprando seu sanduíche.

Ao fim, o balanço da festa. Milhões  
de reais arrecadados em prol do  
combate ao câncer infantojuvenil.  
Milhares de voluntários mobilizados  
de norte a sul do país. Tiquetes ante-  
cipados são contabilizados e batem  
recordes de vendas. Funcionários  
cansados, mas felizes com mais um  
evento de sucesso.

Fim de festa. Depois de muita correria, finalmente o trabalho acabou.  
Acabou?

Fecham as cortinas. Por trás dessa linda festa, que acontece uma vez  
ao ano, outros tantos milhares de pessoas se mobilizam e trabalham os  
outros 364 dias para que crianças e adolescentes com câncer e seus  
familiares recebam tratamento de qualidade e o apoio necessário para  
superar, da melhor forma possível, essa difícil fase de suas vidas.

Os milhões de reais arrecadados durante o McDia Feliz precisam ser bem  
aplicados, e projetos sérios não faltam para receber os mais que bem-  
vindos recursos. De casas de apoio à capacitação de agentes de saúde  
para diagnosticar precocemente a doença, passando por aquisição de  
equipamentos, reformas e melhorias em ambientes hospitalares. Há muito  
a ser feito durante todo o ano.

Os projetos, que são apresentados pelas cerca de 70 instituições parceiras,  
precisam estar alinhados aos programas do Instituto e aprovados pelo  
Conselho Científico e Executivo do Instituto Ronald McDonald – de acordo  
com sua relevância, seu impacto e sua sustentabilidade.

Uma vez aprovados em todas as etapas, os projetos recebem os recursos  
e têm ações monitoradas e prestações de contas auditadas – garantindo  
transparência e efetividade na aplicação do dinheiro.

Por ano, são cerca de 50 mil atendimentos a crianças, adolescentes e seus  
familiares por meio de programas financiados pelo McDia Feliz – juntamente  
com outras fontes de arrecadação –, aumentando as chances de cura e  
amenizando o sofrimento de quem precisa de tratamento prolongado e  
longe de casa.

Um espetáculo que acontece durante 364 dias, em cada leito, em cada  
quarto, em cada casa de apoio, na vida de cada paciente!



# TRANSFORMANDO O LUTO EM LUTA

Como transformar uma dor profunda em uma causa que salva vidas? Como buscar forças dentro de si para, a partir do luto, ajudar milhares de pessoas a terem dignidade e apoio no momento mais difícil de suas vidas? Como se engajar em uma causa tão grande e ao mesmo tempo cuidar de cada pessoa em suas especificidades, em uma demonstração de empatia com a dor do outro?

Perguntas nem sempre simples de responder, mas que são o cerne do Instituto Ronald McDonald, organização fundada em 1999 para promover a saúde e a qualidade de vida de adolescentes e crianças com câncer. Uma história que começou quando Francisco Neves – hoje superintendente do Instituto Ronald McDonald – e sua família receberam o diagnóstico de câncer para seu filho Marquinhos.

Depois de lutarem contra a doença e, infelizmente, Marquinhos não resistir, Chico e sua esposa, Sonia, transformaram o luto em luta. E a partir do primeiro McDia Feliz que participaram, realizado no Rio de Janeiro – quando organizaram uma grande festa e chamaram a atenção de ninguém menos do que o então presidente do McDonald's – se engajaram em uma campanha poderosa que persiste até hoje.

Do desafio de criar uma Casa Ronald McDonald – nos moldes da que Marquinhos e sua família se hospedaram em Nova York durante o tratamento – até a extensa rede de apoio à criança e ao adolescente com câncer liderada pelo Instituto Ronald McDonald, há muita história para contar.

De lá para cá muitos atores se envolveram na causa: o próprio McDonald's, instituições, hospitais, voluntários, celebridades, funcionários, franqueados... Milhares de pessoas que se mobilizam e se engajam na causa cuja sementinha foi plantada no início da década de 1990 pelo casal Neves.

Parceiros de peso como o Instituto Nacional de Câncer (Inca), a Sociedade Brasileira de Oncologia Pediátrica (Sobope) e a Confederação Nacional de Instituições de Apoio e Assistência à Criança e ao Adolescente com Câncer (Coniacc) somam forças ao trabalho do Instituto Ronald McDonald e aumentam a credibilidade científica e técnica das ações e dos projetos desenvolvidos.

Hoje, o Instituto Ronald McDonald é um dos principais investidores sociais e o maior financiador privado no desenvolvimento da oncologia pediátrica no país. Uma organização que possibilita, por ano, cerca de 50 mil atendimentos a crianças, adolescentes e seus familiares, por meio de seus programas, e aproximou mais de três milhões de crianças e adolescentes e suas famílias de cura, nas últimas décadas.

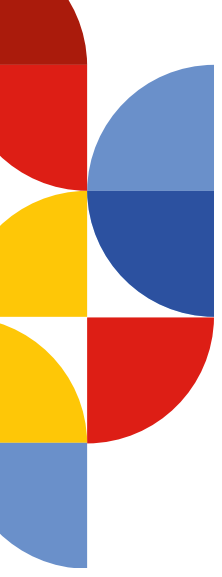
Bons resultados e muitos relatos de cura fazem parte desta história. Uma trajetória que é motivo de orgulho, mas que não pode parar. Muito foi feito, mas muito mais ainda há por fazer.

Se na década de 1990 as chances de cura da criança e do adolescente com câncer no Brasil não passavam de 15%, hoje os índices médios já chegam a 64%. No entanto, sabemos que com diagnóstico precoce e tratamentos adequados em centros especializados, as chances podem ultrapassar 80%. E que, nos países mais desenvolvidos, esse percentual chega a 85%.

São esses os índices que queremos alcançar nos próximos anos. É possível, e vamos trabalhar para isso. Mas nosso desafio é ir ainda mais longe: que nenhuma criança ou adolescente brasileiro morra em decorrência do câncer. A doença tem cura. E é para isso que continuamos trabalhando.







# NOSSO APOIO ESTÁ POR TODOS OS LADOS

O trabalho do Instituto Ronald McDonald no combate ao câncer infantojuvenil é amplamente reconhecido no país. Um trabalho sério e dedicado, com resultados que se superam ano a ano e é reconhecido com importantes premiações.

A mais recente foi o reconhecimento, pelo segundo ano consecutivo, obtido com o prêmio "Melhores ONGs do Brasil", da revista Época. A publicação premiou as cem instituições nacionais que se destacam pela transparência e gestão em sua atuação.

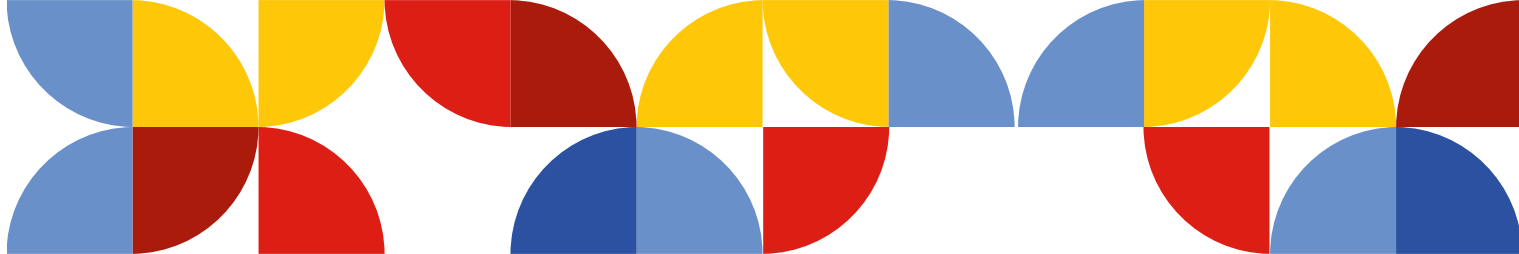
Mais importante do que tudo, no entanto, são as estatísticas de crescimento das chances de cura do câncer infantojuvenil nas últimas décadas. Enquanto nos anos 1990, essas chances eram de apenas 15%, hoje os índices médios de cura são de 64%. Sabemos que temos um papel importante nessa conquista, que muito nos orgulha e faz com que só aumente nosso desejo de contribuir mais e mais para essa causa.

Resultados positivos que não seriam possíveis sem nossos muitos parceiros, que caminham ao nosso lado nessa trajetória, aceitando desafios e buscando ampliar sinergias para que a luta contra o câncer infantojuvenil seja cada vez mais eficaz.

Sabemos que, atualmente, muitas crianças e adolescentes com câncer ainda estão sendo atendidas em unidades para adultos ou serviços de saúde suplementar que não dispõem da estrutura adequada para tratar as especificidades da doença.

Isso ocasiona, além da pouca efetividade do tratamento, o abandono – pois muitas unidades de saúde não contemplam o apoio psicossocial para os pequenos pacientes e seus familiares. Por isso a importância de investir em ações que contribuam integralmente para o combate à doença.

Da formação de profissionais da área de saúde para diagnosticar precocemente a doença à produção de conhecimento, pesquisas e estudos que ajudem a desenvolver tratamentos mais eficientes e menos invasivos – todas as áreas são fundamentais para essa luta e merecem investimento e apoio.



Nada disso seria possível sem nossos parceiros estratégicos, Sociedade Brasileira de Pediatria (Sobope), Instituto Nacional do Câncer (Inca) e Confederação Nacional de Instituições de Apoio e Assistência à Criança e ao Adolescente com Câncer (Coniacc). Eles constroem – junto com o Instituto Ronald McDonald – soluções e políticas que visam oferecer suporte e apoio ao paciente e seus familiares em todas as etapas do tratamento.

Nossa rede de instituições – que hoje soma cerca de 70 organizações comprometidas com o combate ao câncer infantojuvenil – espalhadas pelo Brasil e que atuam, no dia a dia, no tratamento e na cura da doença. São instituições sérias, que recebem recursos do Instituto Ronald McDonald e são auditadas anualmente, garantindo transparência e eficiência na aplicação das verbas.

Nossos apoiadores, pessoas físicas e jurídicas que, de uma maneira ou de outra, aportam recursos, financiam e viabilizam nossas ações. São empresas e pessoas que depositam sua confiança em nosso trabalho e entendem a importância da causa. Um apoio que não tem preço e nos faz ter certeza de que estamos no caminho certo.

Por fim, não iríamos adiante sem uma equipe motivada e capacitada, que se empenha em aprimorar processos e procedimentos a cada ano e abraça a causa do combate ao câncer infantojuvenil com carinho e dedicação.

A todos: pessoas que ajudaram a fundar o Instituto Ronald McDonald, parceiros estratégicos, doadores, membros mantenedores, funcionários e todos aqueles que fazem o McDia Feliz não só no último sábado de agosto, mas também durante todo o ano, nosso muito obrigado!



# FUNDADORES



## É PRECISO EVOLUIR SEMPRE!

“ Fui a primeira pessoa a assinar a ata de fundação do Instituto Ronald McDonald. Estive envolvido com a luta contra o câncer infantojuvenil desde o primeiro momento e pude acompanhar muitas edições do McDia Feliz, pois sou franqueado desde 1992.

Acredito que a campanha devolve à sociedade o apoio que ela nos dá. Sempre tivemos um envolvimento grande da comunidade no McDia Feliz, já paramos a rua, já fechamos trânsito, já tivemos eventos com shows, trios elétricos e até saltos de paraquedistas com a bandeira do McDia Feliz!

Com o engajamento da sociedade, de organizações importantes como o Lions Clube e o Rotary Clube, conseguimos chegar à arrecadação recorde que temos hoje e ajudar instituições muito sérias pelo Brasil.

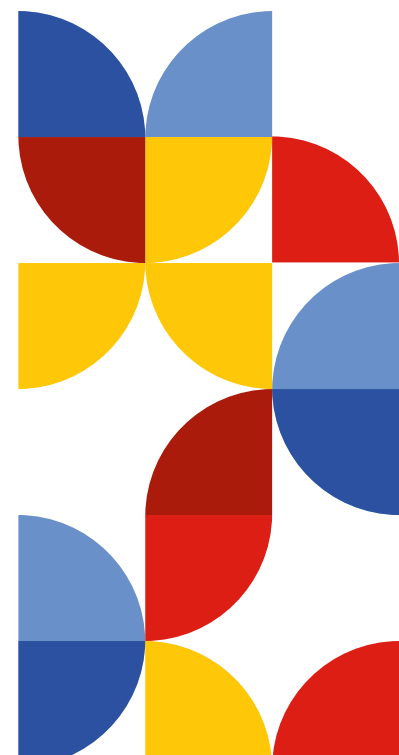
Mas não podemos sentar no sucesso. Temos que evoluir sempre, e tenho certeza de que o Instituto está muito empenhado nesse sentido. ”

### RONALD MONTEIRO

Fundador do Instituto Ronald McDonald e franqueado  
McDonald's na Baixada Santista (SP)

# PARCEIROS ESTRATÉGICOS PARA VENCER O CÂNCER

O Instituto Ronald McDonald conta com o apoio de três organizações para traçar planos estratégicos no combate ao câncer no Brasil: o Instituto Nacional de Câncer (Inca), a Sociedade Brasileira de Oncologia Pediátrica (Sobope) e a Confederação Nacional de Instituições de Apoio e Assistência à Criança e ao Adolescente com Câncer (Coniacc). Veja o que representantes de cada uma delas têm a dizer sobre a importância do trabalho desempenhado e os resultados alcançados por meio do McDia Feliz.





## ATUAÇÃO EM TODAS AS PEÇAS DESSE IMENSO QUEBRA-CABEÇAS

“ Embora seja uma instituição de referência no tratamento de câncer no Brasil, o Inca não dispunha de uma estrutura para atendimento a crianças com a doença. Esse era um grande desafio, e o apoio do Instituto Ronald McDonald foi decisivo para que, pouco a pouco, esse projeto fosse viabilizado.

A parceria com o Inca vem, desde 1994, com a Casa Ronald McDonald, acolhendo crianças que moravam longe e precisavam de tratamento. Em 2002, inauguramos a UTI pediátrica. Em 2005, foi a vez do consultório oftalmológico para pacientes com retinoblastoma. A emergência pediátrica se tornou realidade em 2009, enquanto em 2017 foi a vez da reinauguração da ala pediátrica totalmente reformada e readequada.

Mas sabemos que a experiência positiva do Inca se repete em outras instituições pelo país afora, de acordo com a realidade local, e é muito gratificante fazer parte desse processo, assistindo à desejável interlocução entre o Instituto e autoridades e órgãos públicos para que os investimentos sejam feitos nas ações necessárias.

O que vejo hoje é o Instituto Ronald McDonald atuar em todas as fases do tratamento do câncer infantojuvenil, desde o diagnóstico precoce dos pacientes até a evolução de pesquisas e estudos científicos. Onde você olha, nesse grande quebra-cabeças que é o tratamento adequado para crianças e jovens com câncer, lá está o Instituto Ronald McDonald.”

### SIMA FERMAN

Chefe da Oncologia Pediátrica do Instituto Nacional de Câncer (Inca)  
e membro do Conselho Científico do Instituto Ronald McDonald

# A ONCOLOGIA PEDIÁTRICA NO BRASIL DEVE MUITO AO INSTITUTO RONALD McDONALD



“ A atuação do Instituto Ronald McDonald é um marco na oncologia pediátrica brasileira, seja na parte científica, seja na parte técnica, seja na parte estrutural, seja na parte psicossocial.

No início, a ênfase era para evitar o abandono do tratamento, mas a atuação do Instituto avançou para investimentos em estrutura para garantir um atendimento adequado e de qualidade, passou para a capacitação de profissionais no diagnóstico precoce e hoje avança para a estruturação da oncologia pediátrica como um todo, em um olhar global.

E não podemos deixar de citar o fundamental apoio do Instituto à Sobope, para estruturação dos protocolos de tratamento aos diversos tipos de câncer infantojuvenil. É o Instituto que mantém a estrutura do Ciope, um sistema informatizado que consegue centralizar os dados dos diversos protocolos cooperativos da Sociedade Brasileira de Oncologia Pediátrica. Esse é um avanço formidável. ”

**TERESA FONSECA**

Presidente da Sociedade Brasileira de Oncologia Pediátrica (Sobope)







## SÓ TEMOS A COMEMORAR

“ A causa de combate ao câncer infantojuvenil tem no Instituto Ronald McDonald um grande parceiro, e é uma satisfação ver que o Instituto durante estes anos não se acomodou. Ao contrário, só evoluiu, atuando em diferentes frentes, estabelecendo parâmetros para a profissionalização das instituições, melhorando instalações, oferecendo serviços, oferecendo apoio integral às famílias...

É notória a diferença que a atuação do Instituto faz no Brasil inteiro. Infelizmente, é uma batalha sem fim, pois, com o crescimento da população, aumenta a incidência da doença, mas as chances de cura também têm evoluído, e é nesse ponto que trabalhamos com afinco.

A Coniacc tem no Instituto Ronald McDonald um parceiro fiel e constante e nestes 30 anos do McDia Feliz só temos a comemorar. ”

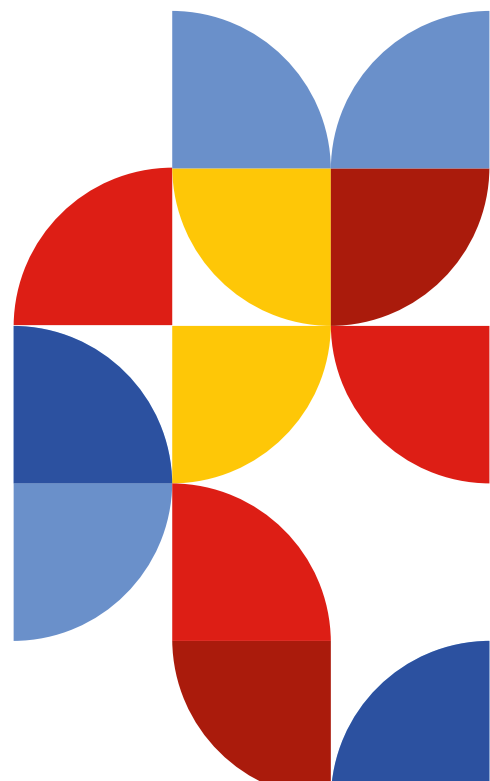
### RILDER CAMPOS

Presidente da Confederação Nacional de Instituições de Apoio e Assistência à Criança e ao Adolescente com Câncer (Coniacc)

# FRANQUEADOS

## SEM ELES O McDIA FELIZ NEM EXISTIRIA

No mundo e no Brasil, o McDia Feliz nem existiria sem os franqueados McDonald's. Foram eles que lideraram os esforços de engajamento com a comunidade e doação, viabilizaram, a partir de seus próprios negócios, o benefício a uma causa social. Aqui em nosso país, é notável o amor e empenho dos franqueados na causa do câncer infantojuvenil e o respeito que têm pelo trabalho dos profissionais do Instituto Ronald McDonald e das instituições beneficiadas. Nossa gratidão a todos!



Abilio José de Sá  
Adolfo Bichucher Neto  
Alberto Dawidowitsch  
Alexandre de Fraia Blotta  
Ana Paula Monteiro Abdalla  
André Stauffer  
Antonio Maria Rocha  
Ari Pereira da Silva Junior  
Carlos Alberto Morales  
Carlos Emilio Cavaliere Sartorio  
Cezar Cesa  
Cláudio Alves Costa  
David Procaccia  
Eder Bornelli  
Edmundo Massoni  
Edson Soiti Tomihama  
Eduardo Francisco Gomes  
Emerson Baptista Hortolan  
Erich Antonio Maretto  
Everaldo Melo Peris  
Everaldo Ruzele Martins  
Frederico Pedreira Luz  
Gilmar Otaviano Leal Santos  
Idevano de Souza Vianna  
Isaac Saada  
Isaac Vaz Sepetiba Pires  
João Carlos Ribeiro  
João Eduardo de Castro Neto  
Joaquim Rangel Frota Fonseca  
José Alberto Vieira Saltini  
José Antonio Siqueira Campos de Oliveira

José Carlos de Benedette  
José Luiz Pacheco Fernandes  
José Roberto Constantino Nogueira  
Kemel Francisco Kalif de Souza  
Lara Sperb  
Laura de Oliveira Vieira  
Lélio Pires Studart  
Luis Amadeu Sadalla  
Luiz Carlos Shiraishi  
Luiz Cláudio Zavarize Fernandes  
Márcio Alves de Almeida Moreira  
Marco Antonio Braga Correia  
Maria Aparecida Queiroz Machado Pires  
Maria Cristina Rodriguez Fernandez  
Marie Ali Baklizi  
Mário Eduardo Pereira Martins Júnior  
Mário Jorge Rocha de Carvalheira  
Mauro Augusto Gomes  
Nadim Haddad  
Nivaldo José Chiossi Junior  
Odair Eliseu Guidi  
Paulo Roberto Costa Nogueira  
Paulo Sérgio Alves da Costa Filho  
Peter Thomas Adania Wetzlar  
Peter Thomas Wetzlar  
Roberto Freire Cesar Pestana  
Rogério Barbi  
Ronald Luiz Monteiro  
Rubens Fragoso Filho  
Valdécio Aparecido Costa  
Vambersom Fabri





## A MEDICINA NOS ENSINA A SERVIR

“ Eu tinha um sonho de ser franqueado do McDonald's desde que eu estudava Medicina no Rio de Janeiro. Atuei como médico por 11 anos e, em 1997, tive a oportunidade de me candidatar a uma franquia. Achei que não teria chances, mas deu certo e, por conta dos restaurantes, tive que me afastar do exercício diário da profissão.

No entanto, por uma feliz coincidência, o próprio McDonald's me colocou em contato de novo com a Medicina, a partir do McDia Feliz e da campanha de combate do câncer infantojuvenil, na qual estou plenamente envolvido.

O primeiro McDia em Belém foi em 1999 e, de lá para cá, conseguimos concretizar vários projetos importantes para o combate do câncer em crianças e adolescentes no estado. Durante muitos anos foram alocados recursos para a adequação da quimioterapia infantil do hospital Ophir Loyola, mas depois de um tempo achamos que era o momento de investir em um hospital inteiramente voltado para a oncologia pediátrica no Pará.

E, numa saudável parceria entre o Instituto e o governo, vimos o estado abraçar a causa e inaugurar, em 2015, o Hospital Oncológico Infantil Octávio Lobo – com 110 leitos e 100% gratuito. Esse alinhamento se estende a outros programas, como o Diagnóstico Precoce, que já capacitou mais de 350 profissionais em todo o estado.

Nossos esforços então se voltaram para a construção da Casa Ronald em Belém, que hoje atende 35 crianças, com cinco refeições por dia, acompanhamento psicossocial e todo o apoio aos familiares.

Estamos muito satisfeitos com os resultados e sempre muito incentivados a continuar nesta luta. Capacidade e seriedade o Instituto tem de sobra: o Conselho Científico do Instituto Ronald McDonald é formado hoje pelas maiores autoridades nacionais em câncer infantojuvenil, os projetos são analisados e auditados e os recursos arrecadados são investidos com rigor. Tenho muito orgulho de fazer parte desta história.”

### KEMEL KALIF

Médico, franqueado McDonald's e presidente do Conselho Científico do Instituto Ronald McDonald

## ME SINTO PARTE DE UMA HISTÓRIA MUITO BONITA

“ Este ano completei 20 anos de McDia Feliz. Me lembro do meu primeiro, em 1998, como se fosse hoje: eu estava com uma expectativa muito grande, tinha acabado de assumir a minha primeira franquia, de realizar meu sonho de ter um restaurante McDonald's.

Então eu me envolvi muito, resolvi conhecer a Abrace, que é uma instituição apoiada aqui em Brasília, visitei as crianças em tratamento e me coloquei a meta de vender muito, de conseguir uma boa arrecadação.

E este ano, 20 anos depois, pedi um levantamento de quanto conseguimos ajudar até hoje e quase caí para trás: de 1998 para cá já doamos, com o McDia Feliz, R\$ 2 milhões!

Sempre tive uma veia social muito forte, sempre fiz trabalhos voluntários, e o McDia Feliz só veio somar e fortalecer este meu lado. Eu me sinto parte de uma história muito bonita.”

**LAURA OLIVEIRA**

Franqueada de Brasília (DF)





## TIVEMOS O ORGULHO DE TER DOM HÉLDER CÂMARA COMO EMBAIXADOR DO McDIA EM RECIFE

“ Sou franqueado desde 1992 e já passei por várias situações muito interessantes durante o McDía Feliz. Mas uma das mais marcantes foi sem dúvida quando conseguimos que Dom Hélder Câmara fosse embaixador do McDía Feliz em Recife. Foi um fato muito importante, que deu muita credibilidade à campanha.

Como abriga uma causa muito justa, o McDía entusiasma as pessoas. Conseguimos envolver voluntários e os próprios funcionários se engajam, é uma oportunidade de fazer o bem e isso envolve muita gente, de várias formas.

Eu sempre procuro levar os funcionários dos meus restaurantes para conhecer os projetos apoiados, as instituições que são auxiliadas pela campanha, acho importante eles conhecerem o trabalho, o que está sendo feito com o dinheiro arrecadado. ”

**MÁRIO JORGE CARVALHEIRA**

Franqueado de Pernambuco





## O BIG MAC JÁ SERVIU DE “BOIA” PARA O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

“ Desde que inaugurei a minha primeira loja em Brasília, há 25 anos, comecei a me aproximar das instituições e pessoas que abraçavam a causa do combate ao câncer na criança e no adolescente.

Em 1997, criamos um sonho: construir o primeiro Hospital da Criança da região. Em 2011, o sonho foi realizado e inauguramos o hospital, que começou com oncologia pediátrica, mas hoje ele é geral.

Recentemente ampliamos a segunda parte do hospital, com 220 leitos, e a primeira célula de transplante de medula óssea no Centro-Oeste. É um Centro de Excelência que temos aqui.

Uma curiosidade desse meu período de McDia Feliz foi quando a então primeira-dama do país, dona Marisa Leticia, veio ao meu restaurante com a dona Marisa Gomes, esposa do vice-presidente José Alencar, e pediram três sanduíches Big Mac para levar.

Dona Marisa Leticia apenas disse: “Vou levar a boia pro meu marido porque hoje não tem janta lá em casa!” Fiquei impressionado com a simplicidade dela, porque o marido a que ela se referia era o presidente da República!”

**NADIM HADDAD**

Franqueado de Brasília (DF)

# JÁ VIAJEI TRÊS HORAS PARA ENTREGAR SANDUÍCHES NO McDIA!



“ Sou franqueado desde 1994 e tive que lidar com uma certa desconfiança em relação ao McDia Feliz no início. As pessoas não sabiam direito o que era a campanha, se o dinheiro ia mesmo para as instituições. Mas com o tempo e os resultados do trabalho, essa desconfiança passou e tivemos grandes momentos.

Me lembro de uma vez em que recebemos um pedido por telefone para a entrega de 50 sanduíches Big Mac. Tudo ótimo, não fosse o fato de a cidade da entrega ficar a 120 quilômetros de Porto Alegre!

Como não queríamos perder a venda, pegamos o carro e fizemos uma viagem de três horas para levar os lanches. Mas foi muito gratificante pois os sanduíches foram doados para crianças carentes de uma escola pública. Valeu a pena!

O McDia é um momento que prezo muito, tenho muito orgulho de participar. Fazemos tudo o que podemos em nossos restaurantes para que tudo ocorra da melhor maneira possível. E como sou médico de formação, tenho mais uma motivação para participar dessa causa mais que justa. ”

**ANTÔNIO ROCHA**

Franqueado do Rio Grande do Sul (RS)



# O McDia Feliz Expressa Nosso Envolvimento Social com Nossas Comunidades

“ Para mim, o McDia Feliz é sempre especial. É um dia no qual abrimos nossos restaurantes para mostrar que o câncer infantil pode ter cura e que a união da comunidade com os restaurantes McDonald's representa uma parte importante dessa luta.

Há 22 anos faço o McDia Feliz no meu restaurante, e o mais marcante é encontrar alguns voluntários que participam do evento há muitos anos, alguns há mais de 20 anos. São ex-funcionários, clientes, amigos, alguns que pouco vemos ao longo do ano, mas que na data com certeza estão presentes.

Em meus restaurantes há alguns artistas, cantores, dançarinos, mágicos, palhaços, que todos os anos doam seu talento para abrilhantar a festa e atrair mais pessoas para comprar o Big Mac e participar da campanha. É um dia muito gostoso, especial, que ao fim sempre me dá um imenso orgulho de ser franqueado McDonald's!

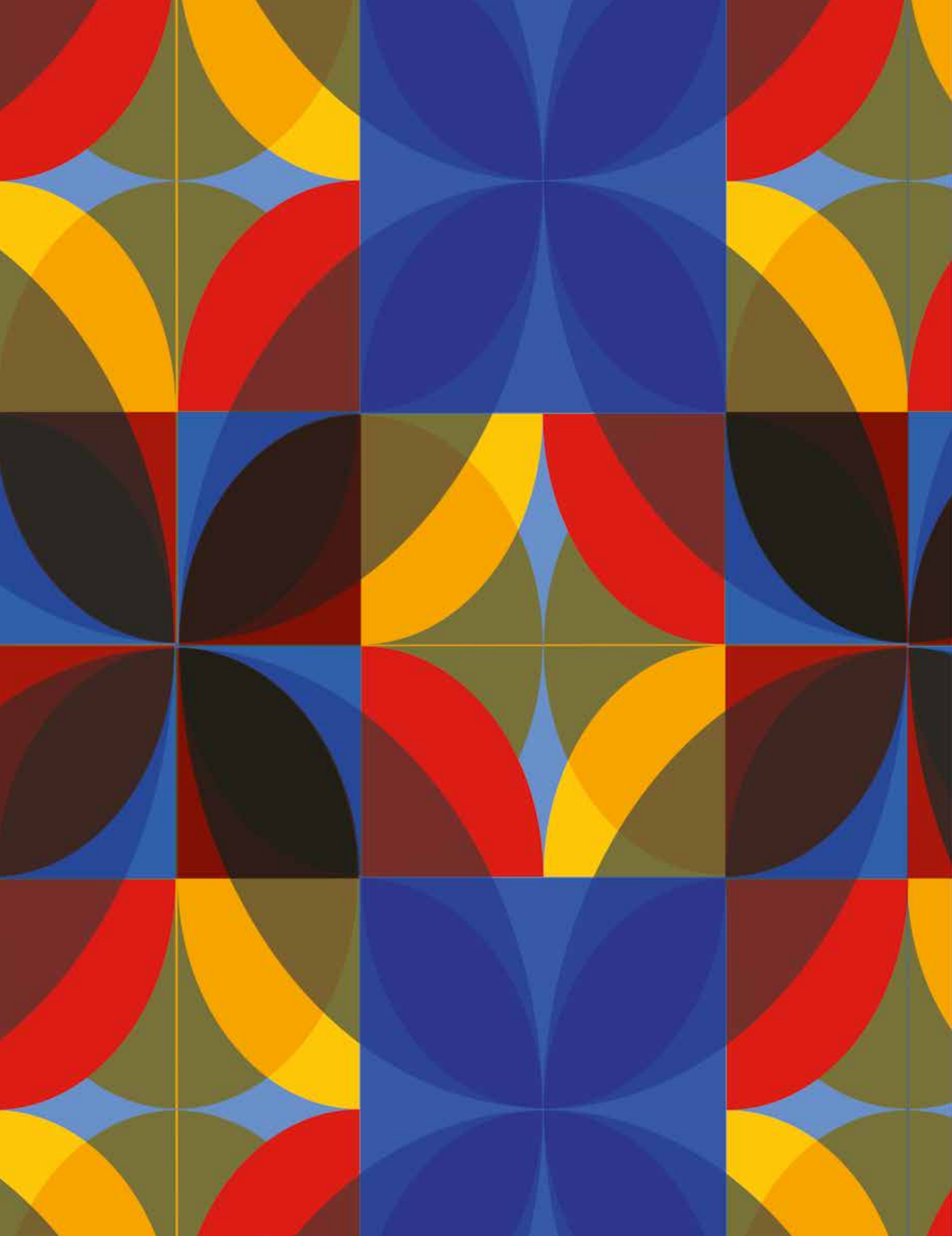
Como presidente da Associação Brasileira de Franqueados McDonald's, entendo que essa ação é muito importante para a nossa marca, na qual os franqueados acreditam muito e sempre defendem.

Nosso pensamento é de que precisamos devolver às nossas comunidades parte do que recebemos ao longo do ano, como sempre defendeu nosso fundador Ray Kroc. Faz parte do sentido de existirmos. O McDia é parte da expressão de nosso envolvimento social com nossas comunidades.”

## CARLOS EMÍLIO SARTÓRIO

Franqueado e presidente da Associação Brasileira de Franqueados McDonald's (ABFM)

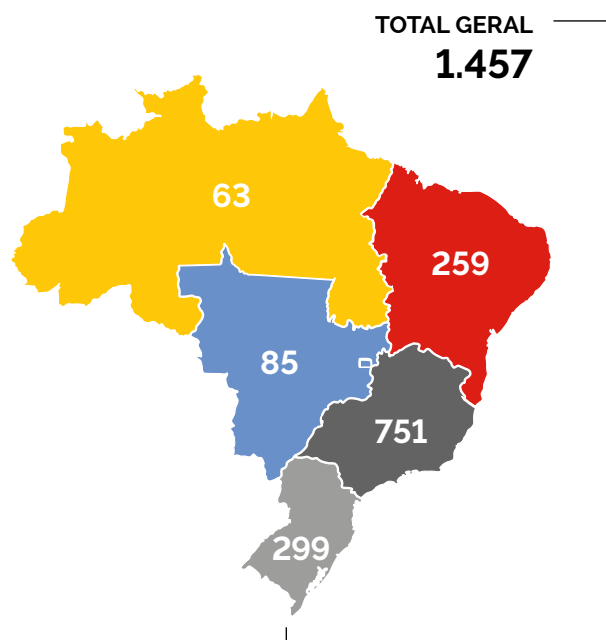




# PROJETOS APOIADOS PELO McDIA FELIZ

## POR REGIÃO

Ao longo de décadas, o McDia Feliz foi a principal fonte de recursos para inúmeras iniciativas de oncologia pediátrica em todo o Brasil. Desde 1999, contabilizamos 1.457 projetos vinculados ao quatro programas do Instituto Ronald McDonald: Programa Diagnóstico Precoce, Programa Atenção Integral, Programa Casa Ronald McDonald e Programa Espaço da Família Ronald McDonald. Nas próximas páginas você vai conhecer mais de como esse investimento ocorreu.



	CENTRO-OESTE	NORDESTE	NORTE	SUDESTE	SUL	TOTAL
 Casa Ronald McDonald	0	0	23	108	0	<b>131</b>
 Programa Diagnóstico Precoce	0	3	0	1	3	<b>7</b>
 Espaço da Família	9	0	0	16	3	<b>28</b>
 Programa Atenção Integral	76	256	40	626	293	<b>1.291</b>

\* Não foi possível resgatar o histórico anterior a 1999, pois o Instituto Ronald McDonald não existia e o investimento não era feito por meio de projetos, mas sim como doação à instituição participante, que muitas vezes tinha a liberdade de investir em suas ações prioritárias.

# NORTE



**63** projetos apoiados em **3** diferentes instituições R\$ **11** milhões investidos

Ao todo, cerca de

## PROGRAMA ATENÇÃO INTEGRAL

### Linha A | Hospitais

Aquisição de mobiliário para ambiente hospitalar	1
Capacitação de profissionais técnicos	1
Construção/Reforma	5
Equipamento/Mobília	3
Veículo	1

### Linha B | Instituições e casas de apoio

Aquisição de equipamentos e/ou mobília	2
Construção/Reforma	9
Custeio	5
Custeio de Casa de Apoio	1
Equipamento/Mobília	3
Implantação de sistemas informatizados	1
Sistemas de informação	1
Veículo	1

### Linha C | Apoio psicossocial

Manutenção de projetos psicossociais	3
--------------------------------------	---

### Linha D | Estratégicos

Capacitação	1
-------------	---

## PROGRAMA CASA RONALD McDONALD

### Projetos

Construção/Reforma	10
Custeio CRM	9
Equipamento/Mobília	1
Veículo	3

### Outros

2

## INSTITUIÇÕES BENEFICIADAS

Casa Ronald McDonald Belém (PA), Hospital Ophir Loyola (PA) e Grupo de Apoio à Criança com Câncer – Amazonas (PA).



Inauguração da Casa Ronald McDonald Belém



Inauguração da casa de apoio do GACC Manaus - AM

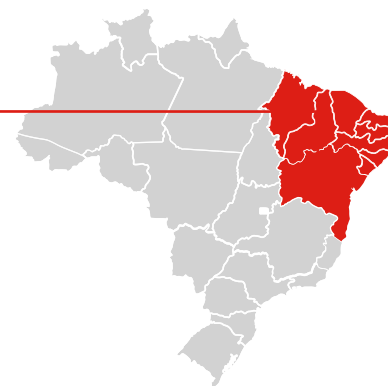


Aquisição de veículo para Casa Ronald McDonald Belém

# NORDESTE

259 projetos apoiados em 15 diferentes instituições R\$ 29 milhões investidos

Ao todo, cerca de



## PROGRAMA ATENÇÃO INTEGRAL

### Linha A | Projetos em hospitais

Aquisição de equipamentos e/ou mobiliário para ambiente hospitalar	3
Aquisição de equipamentos para ambiente hospitalar	4
Capacitação	3
Construção de enfermaria	1
Construção de UTI	2
Construção/Reforma	32
Custeio	4
Data manager	2
Equipamento/Mobília	17
Imóvel	2
Outros: sustentabilidade de hospital	1
Reforma de adequação ou ampliação de enfermaria	1
Reforma de adequação ou ampliação do ambulatório	1

### Linha B | Projetos em instituições e casas de apoio

Aquisição de equipamentos e/ou mobília	2
Aquisição de equipamentos para brinquedoteca	1
Aquisição de mobília	1
Construção/Reforma	43
Custeio	25
Custeio de Casa de Apoio	1
Data manager	1
Equipamento/Mobília	16
Humanização de ambientes	1
Imóvel	3
Implantação de sistemas informatizados	1
Reforma de Casa de Apoio	1
Veículo	12

## INSTITUIÇÕES BENEFICIADAS

Associação de Apoio aos Portadores de Câncer de Mossoró e Região (RN), Associação dos Pais e Amigos dos Leucêmicos de Alagoas (AL), Associação Peter Pan (CE), Associação dos Voluntários a Serviço da Oncologia em Sergipe (SE), Casa Durval Paiva (RN), Donos do Amanhã (PB), Fundação Antônio Jorge Dino (MA), Grupo de Apoio à Criança com Câncer – Bahia (BA), Grupo de Apoio à Criança com Câncer – Sul Bahia (BA), Hospital Martagão Gesteira (BA), Instituto do Câncer Infantil do Agreste (PE), Núcleo de Apoio à Criança com Câncer (PE), Rede Feminina de Combate ao Câncer (PB), Rede Feminina de Combate ao Câncer (PI), Sociedade Pernambucana de Combate ao Câncer (PE) e Grupo de Ajuda à Criança Carente com Câncer (PE).

### Linha C | Projetos de apoio psicossocial

Adequação e/ou reforma de moradias	3
Aquisição de cestas básicas, medicamentos não quimioterápicos, suplementos alimentares e/ou próteses	4
Capacitação	2
Construção/Reforma	2
Custeio	21
Equipamento/Mobília	1
Manutenção de classe hospitalar	1
Manutenção de projetos psicossociais	1

### Linha D | Projetos estratégicos

Capacitação	1
Congresso/Publicação	7
Organização de congressos, fóruns, seminários e afins	1
Realização de pesquisas estratégicas	1

### PROGRAMA DIAGNÓSTICO PRECOCE

Capacitação	3
-------------	---

### Outros

30



Congresso Brasileiro de Oncologia Pediátrica (2012)



Inauguração do Ambulatório de Onco-hematologia Pediátrica da Santa Casa de Misericórdia de Itabuna

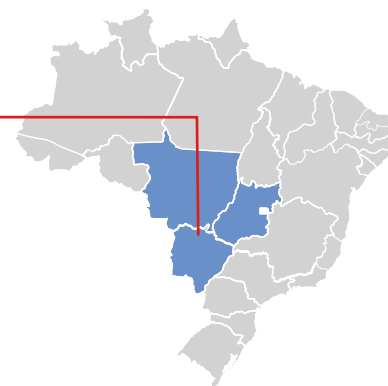


Inauguração de Unidade de Internação Pediátrica do Hospital Napoleão Laureano em Maceió

# CENTRO-OESTE

85 projetos apoiados em 5 diferentes instituições R\$ 20 milhões investidos

Ao todo, cerca de



## PROGRAMA ATENÇÃO INTEGRAL

### Linha A | Projetos em hospitais

Aquisição de equipamentos e/ou mobiliário para ambiente hospitalar	1
Aquisição de equipamentos para ambiente hospitalar	1
Capacitação	1
Congresso/Publicação	1
Construção/Reforma	16
Equipamento/Mobília	15
Reforma, adequação ou ampliação de UTI	1

### Linha B | Projetos em instituições e casas de apoio

Construção/Reforma	11
Custeio	8
Equipamento/Mobília	3
Imóvel	3
Implantação de sistemas informatizados	1
Outros	1
Sistemas de informação	2
Veículo	4

### Linha C | Projetos de apoio psicossocial

Adequação e/ou reforma de moradias	1
Construção/Reforma	1
Humanização de ambientes	1

## PROGRAMA ESPAÇO DA FAMÍLIA RONALD McDONALD

Estudo de viabilidade, construção e custeio	9
---	---

### Outros

4



## INSTITUIÇÕES BENEFICIADAS

Associação de Amigos da Criança com Câncer (MS), Associação de Amigos da Criança com Câncer (MT), Associação Brasileira de Assistência às Famílias de Crianças Portadoras de Câncer e Hemopatias (DF), Associação de Combate ao Câncer em Goiás (GO) e Associação Matogrossense de Combate ao Câncer (MT).



Ampliação da casa de apoio da AACC-MS

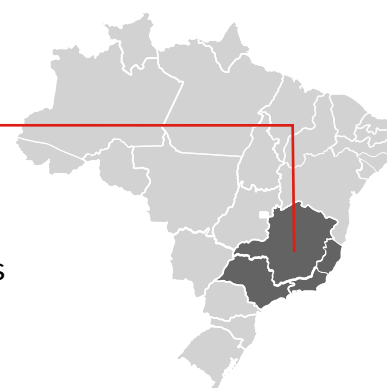


Inauguração do Hospital da Criança de Brasília José Alencar

# SUDESTE

751 projetos apoiados em 53 diferentes instituições R\$ 185 milhões investidos

Ao todo, cerca de



## PROGRAMA ATENÇÃO INTEGRAL

### Linha A | Projetos em hospitais

Aquisição de equipamentos e/ou mobiliário para ambiente hospitalar	9
Aquisição de equipamentos para ambiente hospitalar	4
Capacitação	2
Congresso/Publicação	7
Construção/Reforma	71
Custeio	40
Custeio de hospital (sustentabilidade de hospital)	7
Data manager	1
Equipamento/Mobília	108
Estruturação de unidades hospitalares estratégicas	1
Estruturação de unidades hospitalares estratégicas (3)	1
Humanização de ambientes	1
Imóvel	1
Implantação de sistemas informatizados	1
Outros	5
Outros: sustentabilidade de hospital	1
Pesquisas científicas	1
Pesquisas técnicas não clínicas	1
Reforma de adequação ou ampliação do ambulatório	5
Reforma, adequação ou ampliação do ambulatório	1
Reforma, adequação ou ampliação de UTI	1
Serviços especializados	2
Sistemas de informação	2

### Linha B | Projetos em instituições e casas de apoio

Aquisição de equipamentos e/ou mobília	2
Aquisição de veículo	1
Construção/Reforma	80
Custeio	23
Custeio de instituição de apoio	1
Equipamento/Mobília	22
Estudo de viabilidade	1
Estudo de viabilidade para implantação de Espaço da Família	1
Humanização de ambientes	1
Humanização de ambientes (4)	1
Imóvel	4

### Linha B | Projetos em instituições e casas de apoio

Outros	6
Sistemas de informação	1
Veículo	34

### Linha C | Projetos de apoio psicossocial

Aquisição de cestas básicas, medicamentos não quimioterápicos, suplementos alimentares e/ou próteses	5
Aquisição de mobília para brinquedoteca	1
Capacitação	2
Construção/Reforma	6
Custeio	41
Equipamento/Mobília	10
Manutenção de projetos psicossociais	17

### Linha D | Projetos estratégicos

Organização de congressos, fóruns, seminários e afins	1
Capacitação	1
Congresso/Publicação	11
Desenvolvimento de sistemas informatizados	1
Estudo de viabilidade para implantação de Espaço da Família	1
Organização de congressos, fóruns, seminários e afins	3
Outros	19
Realização de pesquisas estratégicas	1
Sistemas de informação	2

### PROGRAMA DIAGNÓSTICO PRECOCE

Capacitação	1
-------------	---

### Outros

Construção/Reforma	4
Outros	50

### PROGRAMA CASA RONALD McDONALD

Construção de Casa Ronald McDonald	5
Construção/Reforma	32
Custeio CRM	57
Equipamento/Mobília	6
Imóvel	2
Veículo	6

### PROGRAMA ESPAÇO DA FAMÍLIA RONALD McDONALD

Estudo de viabilidade EF	1
Construção EF	3
Custeio EF	12

## **INSTITUIÇÕES BENEFICIADAS**

Associação de Apoio ao Portador de Câncer de Presidente Prudente (SP), Associação Bauruense de Combate ao Câncer (SP), Associação Capixaba de Combate ao Câncer Infantil (ES), Associação Limeirense de Combate ao Câncer (SP), Grupo Luta pela Vida (MG), Associação dos Amigos da Criança com Câncer São José do Rio Preto (SP), Associação Pais e Amigos da Criança com Câncer e Hemopatias (SP), Associação São Rafael de Pouso Alegre (MG), Associação Unificada de Recuperação e Apoio (MG), Associação do Voluntariado Contra o Câncer de Poços de Caldas (MG), Hospital Infantil Boldrini, Casa de Apoio Jose Eduardo Cavichio (SP), Casa de Acolhida Padre Eustáquio, Campanha de Combate ao Câncer Infantil de Araçatuba (SP), Casa Ronald McDonald ABC, Casa Ronald McDonald Campinas, Casa Ronald McDonald Jahu, Casa Ronald McDonald Rio de Janeiro, Casa Ronald McDonald São Paulo/Moema, Centro de Voluntários da Saúde de Franca (SP), Fundação Dr. Amaral Carvalho, Fundação para o Desenvolvimento Médico e Hospitalar, Fundação Ricardo Moysés Jr. (MG), Fundação Bons Ares (SP), Fundação do Câncer (RJ), Fundação Sara Albuquerque Costa (MG), Fundação Pio XII – Hospital de Amor (SP), HemoRio (RJ), Fundação Faculdade Regional de Medicina São José do Rio Preto (SP), Grupo de Apoio a Crianças com Câncer de Rio Claro (SP), Grupo de Apoio a Crianças com Câncer de Ribeirão Preto (SP), Grupo de Apoio a Crianças com Câncer de São José dos Campos (SP), Grupo de Pesquisa e Assistência ao Câncer Infantil – Hospital Sarina R. Caracante (SP), Grupo de Apoio ao Adolescente e a Criança com Câncer (SP), Grupo em Defesa da Criança com Câncer (SP), Hospital das Clínicas da Universidade Federal de Minas Gerais (MG), Hospital Materno Infantil Antoninho da Rocha Marmo de São José dos Campos (SP), Hospital Mário Kroeff (RJ), Hospital Universitário São Francisco de Bragança Paulista (SP), Irmandade Santa Casa de Misericórdia de Marília (SP), Instituto de Tratamento do Câncer Infantil – Fundação Criança (SP), Liga Araraquarense de Combate ao Câncer (SP), Leuceminas (MG), Organização dos Amigos Solidários à Infância e Saúde (MG), Rede Feminina de Combate ao Câncer de Mogi das Cruzes (SP), Rede Feminina de Combate ao Câncer de Santa Bárbara d'Oeste (SP), Rede Feminina de Combate ao Câncer de Suzano (SP), SCM-STs, Sociedade Brasileira de Oncologia Pediátrica (SP), Associação para Crianças e Adolescentes com Câncer - Tucça (SP), Fundação São Francisco Xavier (MG), Casa do Hemofílico (RJ), Ação Social de São Paulo.



Aquisição de camas e berços para o Itaci (SP)



Compra de equipamento (ultrassom) para Hospital em Botucatu



Inauguração do Centro de Inclusão Digital em Bauru (SP)



Reforma e Humanização da Oncologia Pediátrica da Santa Casa de Misericórdia de Belo Horizonte



Inauguração da Casa Ronald McDonald Campinas

# SUL

**299** projetos apoiados em **24** diferentes instituições **R\$ 31** milhões investidos

Ao todo, cerca de



## PROGRAMA ATENÇÃO INTEGRAL

### Linha A | Projetos em hospitais

Aquisição de equipamentos	1
Aquisição de equipamentos e/ou mobiliário para ambiente hospitalar	9
Aquisição de equipamentos para ambiente hospitalar	1
Construção de ambulatório	1
Construção/Reforma	34
Custeio	15
<i>Data manager</i>	3
Equipamento/Mobília	32
Humanização de ambientes (4)	1
Imóvel	2
Reforma de adequação ou ampliação do ambulatório	2
Reforma, adequação ou ampliação de internação	1

### Linha B | Projetos em instituições e casas de apoio

Aquisição de equipamentos e/ou mobília	1
Aquisição de equipamentos e/ou mobília	2
Aquisição de equipamentos e/ou mobiliário	1
Aquisição de mobília	1
Aquisição de veículo	2
Capacitação	1
Construção/Reforma	45
Custeio	22
Equipamento/Mobília	18
Estudo de viabilidade	1
Humanização de ambientes	2
Imóvel	7
Sistemas de informação	1
Veículo	16

### Linha C | Projetos de apoio psicossocial

Aquisição de cestas básicas, medicamentos não quimioterápicos, suplementos alimentares e/ou próteses	2
Aquisição de medicamentos não quimioterápicos	1
Construção/Reforma	1
Custeio	13
Equipamento/Mobília	1
Manutenção de projetos psicossociais	4
Outros	1
Reforma de casa de apoio	1

### Linha D | Projetos estratégicos

Capacitação	1
Congresso/Publicação	1
Organização de congressos, fóruns, seminários e afins	1
Serviços especializados	1

### PROGRAMA DIAGNÓSTICO PRECOCE

Capacitação	3
-------------	---

### PROGRAMA ESPAÇO DA FAMÍLIA RONALD McDONALD

Construção EF	1
Custeio EF	2

### Outros

Equipamento/Mobília	1
Outros	42





## **INSTITUIÇÕES BENEFICIADAS**

Associação dos Amigos da Oncologia de Novo Hamburgo (RS), Associação Paranaense de Apoio à Criança com Neoplasia (PR), Associação dos Voluntários de Saúde do Hospital Infantil Joana de Gusmão (SC), Centro de Apoio a Criança com Câncer de Santa Maria (RS), Associação de amparo à Criança e ao Adolescente com Câncer da Serra Gaúcha (RS), Fundação Universidade de Caxias do Sul (RS), Hospital Materno Infantil de Santa Catarina (SC), Hospital Municipal São José (SC), Hospital Santo Antônio – Blumenau (SC), Hospital São José (SC), HUSM-SMA, Instituto do Câncer Infantil (RS), Instituto do Câncer de Londrina (PR), Liga Feminina de Combate ao Câncer (RS), Liga Feminina de Combate ao Câncer de Canoas (RS), Liga Feminina de Combate ao Câncer de Pelotas (RS), Liga Feminina de Combate ao Câncer de Passo Fundo (RS), Rede Feminina de Combate ao Câncer (SC), Rede Feminina de Combate ao Câncer de Maringá (PR), Rede Feminina de Combate ao Câncer de Ponta Grossa (PR), Rede Feminina da Liga Paranaense de Combate ao Câncer (PR), SCM POA, União Oeste Paranaense de Estudos e Combate ao Câncer (PR), ONG Viver (PR).







Nova sede da ONG Viver (Londrina - PR)



Aquisição da Biblioteca Itinerante em Joinville (SC)



Inauguração do Espaço da Família Ronald McDonald no Hospital Erasto Gaertner em Curitiba



Inauguração da oncopediatria na Uopecan (Cascavel-PR)

# INSTITUIÇÕES PARTICIPANTES

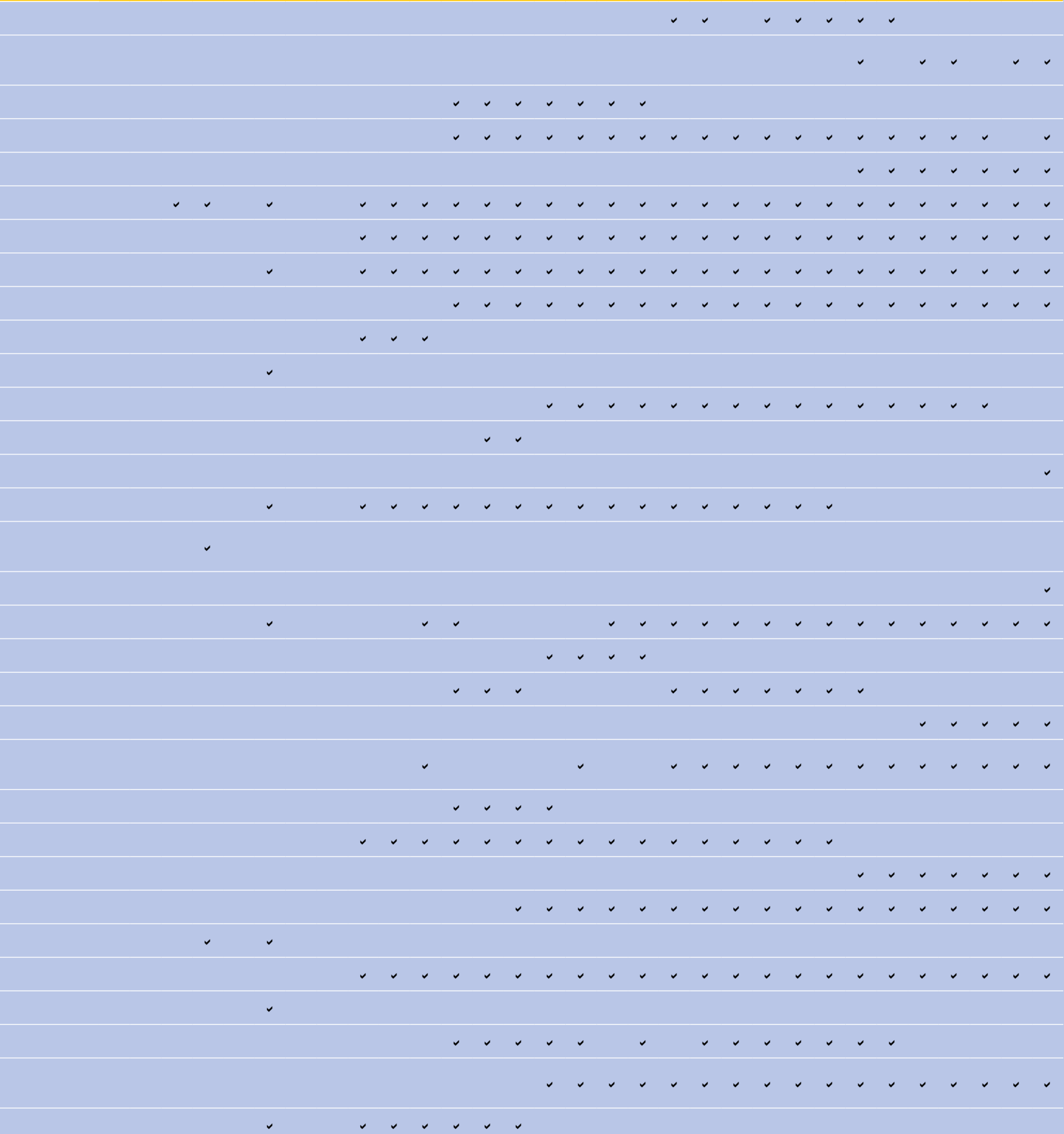
N	UF	CIDADE	REGIONAL	SIGLA	INSTITUIÇÃO PARTICIPANTE
1	GO	Anápolis	BRA		Associação Combate ao Câncer Goiás
2	SE	Aracaju	BRA	AVOSOS	Associação de Voluntários a Serviço da Oncologia em Sergipe
3	SP	Araçatuba	SAO	CCCA	Campanha de Combate ao Câncer Infantil
4	SP	Araçatuba	SAO	RFCC	Rede Feminina de Combate ao Câncer
5	SP	Araraquara	SAO		Liga Araraquarense de Combate ao Câncer
6	SP	Barretos	SAO	HCB	Hospital de Amor
7	SP	Bauru	SAO	ABCC	Associação Bauruense de Combate ao Câncer
8	PA	Belém	BRA	CRM-Belém	Associação Colorindo a Vida - Casa Ronald Belém - (Hospital Ofir Loyola)
9	MG	Belo Horizonte	LET	AURA	Associação Unificada de Recuperação e Apoio
10	MG	Belo Horizonte	LET		Leuceminas
11	MG	Belo Horizonte	LET		Associação dos amigos do Hospital Mário Pena
12	MG	Belo Horizonte	LET		Irmmandade Santa Casa de Misericórdia
13	MG	Belo Horizonte	LET		Hospital da Baleia - Fundação Benjamin Guimarães
14	MG	Belo Horizonte	LET	HC - UFMG	Hospital das Clínicas da Universidade Federal de Minas Gerais
15	MG	Belo Horizonte	LET	CAPE	Casa de Acolhida Padre Eustáquio
16	SC	Blumenau	SOU		Hospital Santo Antônio
17	SP	Botucatu	SAO		Fundação Bons Ares
18	SP	Botucatu	SAO	FAMESP	Fundação para o Desenvolvimento Médico e Hospitalar
19	SP	Bragança Paulista	SAO	HUSF	Hospital Universitário São Francisco
20	DF	Brasília	BRA	ABRACE	Associação Brasileira de Assistência as Famílias de Crianças Portadoras de Hemopatia
21	DF	Brasília	BRA		Serviço Auxiliar de Voluntários do Hospital de Base
22	PB	Campina Grande	BRA	RFCC	Rede Feminina de Combate ao Câncer
23	SP	Campinas	SAO	APACC	Casa Ronald Campinas (Associação Pais e Amigos da Criança com Câncer e Hemopatias)
24	SP	Campinas	SAO	CIB	Centro Infantil Boldrini
25	MS	Campo Grande	BRA	AACC	Associação Amigos da Criança com Câncer
26	MS	Campo Grande	BRA		Fundação Carmen Prudente
27	RS	Canoas	SOU		Liga Feminina de Combate ao Câncer
28	PE	Caruaru	BRA	ICIA	Instituto do Câncer Infantil do Agreste
29	PR	Cascavel	SOU	UOPECCAN	União Oeste Paranaense de Estudos e Combate ao Câncer
30	RS	Caxias do Sul	SOU		Liga Feminina de Combate ao Câncer

1988  
1989  
1990  
1991  
1992  
1993  
1994  
1995  
1996  
1997  
1998  
1999  
2000  
2001  
2002  
2003  
2004  
2005  
2006  
2007  
2008  
2009  
2010  
2011  
2012  
2013  
2014  
2015  
2016  
2017  
2018

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----

N	UF	CIDADE	REGIONAL	SIGLA	INSTITUIÇÃO PARTICIPANTE
31	RS	Caxias do Sul	SOU	FUCS	Fundação Universidade Caxias do Sul
32	RS	Caxias do Sul	SOU	DOMUS	Associação de Amparo à Criança e Adolescente com Câncer da Serra Gaúcha
33	SC	Criciúma	SOU		Hospital São José
34	MT	Cuiabá	BRA	AACC	Associação Amigos da Criança com Câncer
35	MT	Cuiabá	BRA	AMCC	Associação Matogrossense de Combate ao Câncer
36	PR	Curitiba	SOU	APACN	Associação Paranaense de Apoio à Criança com Neoplasia
37	PR	Curitiba	SOU	RFCC	Rede Feminina da Liga Paranaense de Combate ao Câncer
38	SC	Florianópolis	SOU	AVOS	Assoc. Voluntários de Saúde do Hosp. Infantil Joana de Gusmão
39	CE	Fortaleza	BRA	APP	Associação Peter Pan - Hospital Infantil Albert Sabin
40	CE	Fortaleza	BRA		Casa do Menino Jesus
41	CE	Fortaleza	BRA		Instituto do Câncer do Ceará
42	SP	Franca	SAO	CVOS	Centro de Voluntários da Saúde de Franca
43	SP	Franca	SAO		Fundação Civil Casa da Misericórdia
44	SP	Franca	SAO	HCF	Hospital do Câncer de Franca
45	GO	Goiânia	BRA		Associação Combate ao Câncer Goiás
46	GO	Goiânia	BRA		Associação de Combate ao Câncer em Goiás - Hospital Araújo Jorge
47	MG	Ipatinga	LET	FSFX	Fundação São Francisco Xavier
48	BA	Itabuna	BRA	GACC	Grupo de Apoio a Criança com Câncer de Itabuna
49	SP	Jaú	SAO	EASAMC	Entidade de Assistência Social Anna M. de Carvalho
50	SP	Jaú	SAO		Fundação Dr. Amaral Carvalho
51	SP	Jaú	SAO	CRM-Jahu	Casa Ronald Jahu
52	PB	João Pessoa	BRA	DONOS DO AMANHÃ	Associação Donos do Amanhã
53	PB	João Pessoa	BRA	NACC	Núcleo de Apoio a Criança com Câncer
54	SC	Joinville	SOU		Hospital Municipal São José
55	SC	Joinville	SOU	HJAF	Hospital Materno Infantil Dr. Jeser Amarante Faria
56	MG	Juiz de Fora	LET	FANIRJ	Fundação Ricardo Moysés Jr.
57	MG	Juiz de Fora	LET		Hospital Maria José Baeta Rei / Ass. Fem. Prev. Comb. Câncer)
58	SP	Jundiá	SAO	GRENDACC	Grupo em Defesa da Criança com Câncer
59	SP	Jundiá	SAO		Clube do Siri
60	SP	Limeira	SAO	ALICC	Associação Limeirense de Combate ao Câncer
61	PR	Londrina	SOU	VIVER	Voluntariado de Apoio a Crianças e Adolescentes Portadores de Câncer
62	PR	Londrina	SOU		Instituto do Câncer

1988  
1989  
1990  
1991  
1992  
1993  
1994  
1995  
1996  
1997  
1998  
1999  
2000  
2001  
2002  
2003  
2004  
2005  
2006  
2007  
2008  
2009  
2010  
2011  
2012  
2013  
2014  
2015  
2016  
2017  
2018



N	UF	CIDADE	REGIONAL	SIGLA	INSTITUIÇÃO PARTICIPANTE
63	AL	Maceió	BRA	APALA	Associação de Pais e Amigos Leucêmicos do Alagoas
64	AM	Manaus	BRA	GACC	Grupo de Apoio a Criança com Câncer
65	SP	Marília	SAO	ICSMM	Irmmandade Santa Casa de Misericórdia
66	PR	Maringá	SOU	RFCC	Rede Feminina de Combate ao Câncer
67	SP	Mogi das Cruzes	SAO	RCC	Rede de Combate ao Câncer Guiomar Pinheiros Franco
68	SP	Mogi das Cruzes	SAO		Fundação Antonio Prudente
69	MG	Montes Claros	LET		Fundação Sara Albuquerque Costa
70	RN	Mossoró	BRA	AAPCMR	Associação de Apoio a Portadores com Câncer de Mossoró
71	RN	Natal	BRA	CACCDP	Casa de Apoio à Criança com Câncer Durval Paiva
72	RN	Natal	BRA		Hospital Infantil Varela Santiago
73	RS	Novo Hamburgo	SOU	AMO	Associação de Assistência em Oncopediatria
74	RS	Novo Hamburgo	SOU		Liga Feminina de Combate ao Câncer
75	RS	Novo Hamburgo	SOU		Hosp. Mat. Infantil S. Rafael
76	RS	Passo Fundo	SOU		Liga Feminina de Combate ao Câncer
77	RS	Pelotas	SOU		Liga Feminina de Combate ao Câncer
78	MG	Poços de Caldas	LET	AVOCC	Associação do Voluntariado Contra o Câncer
79	PR	Ponta Grossa	SOU	RFCC	Rede Feminina de Combate ao Câncer
80	RS	Porto Alegre	SOU	ICI	Instituto de Câncer Infantil
81	RS	Porto Alegre	SOU		Hospital da Criança Santo Antonio
82	RS	Porto Alegre	SOU		Irmmandade Santa Casa de Misericórdia de Porto Alegre
83	MG	Pouso Alegre	LET		Associação São Rafael
84	SP	Pres. Prudente	SAO	AAPC	Associação de Apoio ao Portador de Câncer de Presidente Prudente
85	SP	Pres. Prudente	SAO		Hospital Regional do Câncer
86	SP	Pres. Prudente	SAO		Associação Prudentina de Combate ao Câncer
87	SP	Pres. Prudente	SAO	RFCC	Rede Feminina de Combate ao Câncer
88	PE	Recife	BRA	NACC	Núcleo de Apoio à Criança com Câncer
89	PE	Recife	BRA	IMIP	Instituto de Medicina Integral
90	PE	Recife	BRA	HCP	Hospital do Câncer de Pernambuco
91	PE	Recife	BRA	GAC	Grupo de Ajuda à Criança Carente com Câncer
92	SP	Ribeirão Preto	SAO	GACC	Grupo de Apoio à Criança com Câncer
93	SP	Rio Claro	SAO	GACC	Associação Lute pela Vida – Grupo de Apoio a Crianças com Câncer
94	RJ	Rio de Janeiro	LET	AACN	Casa Ronald McDonald's (Associação de Apoio a Criança com Neoplasia)



N	UF	CIDADE	REGIONAL	SIGLA	INSTITUIÇÃO PARTICIPANTE
95	RJ	Rio de Janeiro	LET	INCA	Fundação do Câncer
96	RJ	Rio de Janeiro	LET		Hospital Mário Kroeff
97	RJ	Rio de Janeiro	LET		Casa do Hemofílico
98	RJ	Rio de Janeiro	LET	IRM	Instituto Ronald McDonald de Apoio à Criança
99	SP	S. José do Rio Preto	SAO	AMICC	Associação dos Amigos da Criança com Câncer
100	SP	S. José dos Campos	SAO		Hospital Materno-Infantil Antoninho da Rocha Marmo
101	SP	S. José dos Campos	SAO	GACC	Grupo de Apoio a Criança com Câncer
102	SP	S. José Rio Preto	SAO	FUNFARME	Fundação Faculdade Regional de Medicina
103	BA	Salvador	BRA		Unidade Oncológica Pediátrica Erik Loeff
104	BA	Salvador	BRA	HMG	Hospital Martagão Gesteira
105	BA	Salvador	BRA	GACC	Grupo de Apoio à Criança com Câncer Bahia
106	SP	Santa Bárbara	SAO	RFCC	Rede Feminina de Combate ao Câncer - Santa Bárbara d'Oste
107	RS	Santa Maria	SOU	CACC-RS	Centro de Apoio à Criança com Câncer
108	SP	Santo André	SAO	CRM-ABC	Casa Ronald McDonad's ABC (Associação Projeto Crescer)
109	SP	Santos	SAO		Irmandade Santa Casa de Misericórdia
110	SP	São Paulo	SAO	ITACI*	Instituto de Tratamento do Câncer Infantil - Fundação Criança
111	RS	São Leopoldo	SOU		Liga Feminina de Combate ao Câncer
112	MA	São Luís	BRA		Instituto Maranhense de Oncologia Andenora Bello / Fundação Antônio Dino
113	SP	São Paulo	SAO	GACC	Grupo de Apoio à Criança com Câncer
114	SP	São Paulo	SAO		Hospital do Câncer (A. C. Camargo) - Fundação Antônio Prudente
115	SP	São Paulo	SAO	ITACI*	Ação Social de São Paulo
116	SP	São Paulo	SAO	ASCI	Instituto da Criança - Hospital das Clínicas
117	SP	São Paulo	SAO	GRAACC	Grupo de Apoio ao Adolescente e a Criança com Câncer
118	SP	São Paulo	SAO	SOBOPE	Sociedade Brasileira de Oncologia Pediátrica
119	SP	São Paulo	SAO	TUCCA	Associação para Crianças e Adolescentes com Câncer
120	SP	São Paulo	SAO	CRM-SP	Casa Ronald McDonald - São Paulo Moema
121	SP	Sorocaba	SAO	GPACI	Grupo de Pesquisa e Assistência ao Câncer Intantil - Hospital Sarina R. Caracante
122	SP	Suzano	SAO	RFCC	Rede Feminina de Combate ao Câncer
123	SP	Taboão da Serra	SAO	CAJEC	Casa de Apoio Jose Eduardo Cavichio
124	PI	Teresina	BRA	RFCC-PI	Rede Feminina de Combate ao Câncer do Piauí
125	MG	Uberaba	LET	OASIS	Organização dos Amigos Solidários à Infância e Saúde
126	MG	Uberlândia	LET	GACC	Associação Lute pela Vida - Grupo de Apoio a Crianças com Câncer
127	ES	Vitória	LET	ACACCI	Associação Capixaba de Combate ao Câncer Infantil





# AS FASES DA DOENÇA: DO DIAGNÓSTICO À CURA

O Instituto Ronald McDonald atua em todas as fases do câncer por meio de seus programas, de forma a oferecer ao paciente e sua família atenção integral e completa: antes do tratamento com a suspeita da doença e encaminhamento adequado, durante o tratamento com a infraestrutura, profissionais capacitados e apoio psicossocial; e após o tratamento, com a cura e o retorno do paciente ao lar, preferencialmente sem sequelas.

## DIAGNÓSTICO

*O tempo entre a suspeita e o início do tratamento é de, em média, 13 semanas.\**

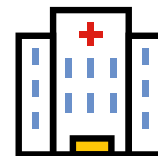
Esta geralmente é uma fase da doença cercada por diferentes incertezas: famílias relatam a angústia de saber que há algo de errado com a saúde da criança, mas encontram dificuldades para saber o que de fato está acontecendo. Não raramente os médicos prescrevem tratamento ou medicação para outras enfermidades, antes de chegar à conclusão de que o que acomete o paciente é uma neoplasia.

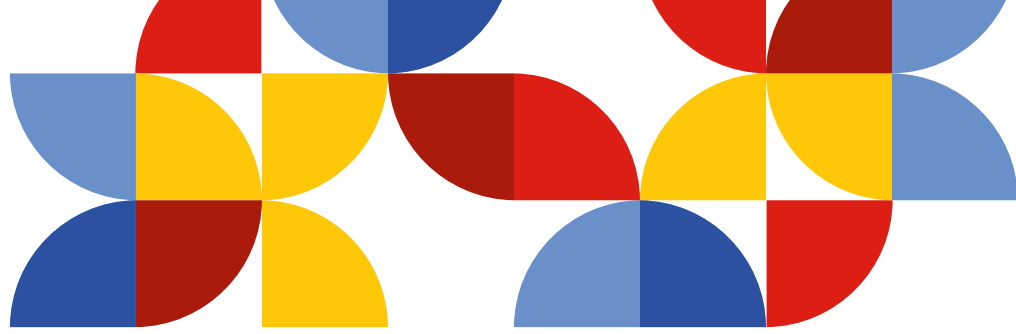
*\* Nas localidades onde o Programa Diagnóstico Precoce foi implementado, esse tempo foi reduzido para cinco semanas.*

## TRATAMENTO

*Cada paciente segue um protocolo de tratamento que depende de fatores como tipo e estágio da doença e situação geral de saúde do paciente. A criança ou o adolescente pode ser encaminhado para sessões de quimioterapia, radioterapia, cirurgia, entre outros.*

Durante o tratamento, o paciente está exposto a terapias muitas vezes agressivas que debilitam sua saúde, ocasionam queda de cabelo, baixa imunidade, entre outros efeitos colaterais. É um momento delicado em que tanto o paciente quanto sua família sofrem drásticas mudanças de rotina e precisam aprender a conviver com as possibilidades de sucesso e fracasso do tratamento.





Os programas do Instituto Ronald McDonald: Atenção Integral, Casa Ronald McDonald e Espaço da Família Ronald McDonald são um importante apoio nessa fase, pois as famílias encontram o suporte que precisam para a completa adesão ao tratamento: hospedagem, transporte, suporte psicossocial, qualidade do tratamento médico e unidades médicas adaptadas ao tratamento infantojuvenil. Muitos dos projetos beneficiados nesses programas são financiados pela arrecadação do McDia Feliz.

## ACOMPANHAMENTO

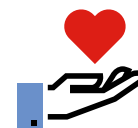
*Com o sucesso do tratamento, o paciente entra na fase de acompanhamento, em que voltará à unidade médica periodicamente para fazer exames e confirmar que o câncer entrou em remissão.*



No período de acompanhamento, o paciente é incentivado a retomar sua rotina, voltar para sua cidade, sua escola e seu círculo social.

## CURA

*Um paciente é considerado curado do câncer após pelo menos cinco anos sem recidivas da doença. Esse tempo varia de caso a caso, mas esse é o tempo mínimo para se falar em cura.*



Esta é a meta que todos os pacientes querem alcançar: finalmente serem tratados como ex-pacientes oncológicos.



# CASOS DE SUCESSO

*O McDia Feliz fazendo  
a diferença na vida de  
pacientes e familiares.*

A existência do McDia Feliz se dá por eles e para eles: para que crianças e adolescentes e suas famílias possam ter o apoio que necessitam para vencer a doença. Conheça histórias que nos fazem acreditar que, sim, podemos e devemos fazer sempre mais para salvar vidas.





João Vinícius, ex-paciente e hóspede da AACC

## MEU FILHO PASSOU O TRATAMENTO BRINCANDO

“ Ficamos dois meses tentando encontrar o que o João Vinícius tinha pois ele só piorava e ninguém dava o diagnóstico preciso. Então quando veio a notícia de que ele estava com leucemia, o chão abriu sob nossos pés, mas foi melhor porque assim pudemos tratar a doença.

Ter o suporte da Casa de Apoio da Associação de Amigos à Criança com Câncer de Cuiabá (AACC), que tem financiamento do Instituto Ronald McDonald, fez toda a diferença. Nós moramos longe, a 500 quilômetros de Cuiabá, e nem sei como seria se não tivéssemos esta estrutura.

Ali conheci vários familiares, várias mães, acaba virando uma família pois você pode contar com essas pessoas, trocar informações, acolher e ajudar também, porque todo mundo está na mesma situação.

Por conta desse apoio, o João Vinícius passou o tratamento todo brincando. Ele ficou doente muito novinho, com um ano e dez meses, então ele nem sabia como era ser diferente. Ele ia para o centro cirúrgico do hospital na motinha que ele tinha e, quando chegava, ia direto brincar com as outras crianças.

Hoje ele está curado e virou atleta, joga futebol e treina em um clube há três anos. Não tem nada que pague isso. ”

### FABIANE FRANCISCA SILVA

Mãe de João Vinícius, ex-paciente e hóspede da AACC – organização de Cuiabá (MT) que recebe apoio do Instituto Ronald McDonald





Mariele, ex-paciente

## MEU SENTIMENTO PELA CASA RONALD McDONALD É DE GRATIDÃO

“ Em 2011, a Mariele estava com três anos de idade quando começaram os sintomas: falta de apetite, sonolência fora do normal, febres e hematomas pelo corpo, sem motivos. Ela foi encaminhada para o Hospital Ophir Loyola (HOL), que diagnosticou a doença. A partir daí, começamos nossa jornada contra a leucemia. Belém ainda não tinha casa de apoio e, durante a semana em que ficávamos fora do hospital, nos hospedávamos na casa de conhecidos, pois não tínhamos parentes morando em Belém.

Em alguns momentos, durante o tratamento, pensava que iria perder minha filha, porque ela tinha muito intercorrência e convulsões, chegando a ir várias vezes para a UTI. E quando isso acontecia, eu tinha que aguardar no leito e era a pior espera da minha vida. Uma angústia que só terminava quando ela retornava para o leito. Ela recebeu alta do HOL em 2012, e a assistente social me chamou disse: 'Mãezinha, vamos encaminhá-las para um lugar muito bonito e especial, uma casa de apoio que inaugurou para recebê-las e vai ser muito bom para a recuperação de Mariele'.

Quando cheguei à Casa Ronald McDonald, não imaginava o que estava vendo, eu não tinha ideia de que seria um lugar com todo o suporte e a estrutura como aquele. A Casa Ronald McDonald Belém virou a segunda casa de Mariele, já com quatro anos de idade. Ela foi a quinta criança a dar entrada na Casa. Mariele tinha leucemia com 7% de chances de cura e ficamos hospedadas por dois anos.

Em 2015 recebi a notícia mais esperada da minha vida: Mariele estava respondendo bem ao tratamento, não iria precisar de transplante e estava curada. Eu não acreditava, mesmo com toda a fé e esperança que um coração de mãe carrega, foi uma grande surpresa. Fomos escolhidas para estampar o material impresso da campanha do McDias Feliz 2015 e foi uma sensação muito boa ver a foto da minha filha e meu depoimento sobre sua cura nos folhetos. Todo ano fazemos questão de participar do McDias Feliz em Belém. Mesmo morando no município de Ananindeua, a dez quilômetros de Belém, a Mariele não falta a nenhuma consulta e não deixa de fazer nenhum exame que precisa ser feito para acompanhamento no HOL. Meu sentimento pela Casa Ronald Belém é de gratidão, por todo o acolhimento, carinho e cuidado que deram para minha filha.

Hoje temos um grupo de mães com seus filhos curados e, juntos, vamos toda quarta-feira na adoração "Adorar Jesus" na Igreja Basílica de Nazaré. Agradecemos juntas a cura dos nossos filhos e fazemos questão de levá-los para ensinar a gratidão e o amor de Deus. E sempre que possível, também visitamos a casa e damos forças para as mães que estão passando pelo mesmo problema que passei. ”

**MARLENE COSTA DA SILVA**

Mãe de Mariele, ex-paciente e hóspede da Casa Ronald McDonald Belém

# ELA LEVA UMA VIDA NORMAL, COMO QUALQUER MENINA DE 16 ANOS

“ Gabriella adoeceu quando era um bebê. Passamos por cinco médicos e ninguém descobria o que ela tinha. Apenas um nos alertou de que poderia ser um tumor maligno e fomos para Foz do Iguaçu fazer exames mais precisos. Ela passou por biópsia, ressonância, tomografia... Quando tivemos o diagnóstico, o chão se abriu.

Uma médica nos indicou a União Oeste Paranaense de Estudos e Combate ao Câncer (Uopeccan), que recebe apoio do Instituto Ronald McDonald. Não pensamos duas vezes: alugamos uma quitinete na cidade e largamos tudo para cuidar dela, foi uma transformação total em nossas vidas.

Ela ficou três anos em tratamento até conseguir fazer a cirurgia para remoção do tumor. Durante todo esse tempo fomos muito bem recebidos e acolhidos no hospital, tivemos muito apoio – principalmente quando ela precisou ficar 28 dias em coma induzido, um momento muito difícil para nós.

Mas enfrentamos a doença com coragem e fé e hoje, graças a Deus, Gabriella está curada. Ela até chegou a ser a estrela da campanha do McDia em 2011, ficamos muito felizes por ela ter sido escolhida.

Gabriella é hoje uma moça linda, muito ligada à irmã, que nasceu enquanto ela estava em tratamento, está no primeiro ano do ensino médio e é artesã. Leva uma vida normal de uma menina de 16 anos.”

## REGINA CÁSSIA VIERO

Mãe de Gabriella Aparecida Viero Nunes, ex-paciente do Uopeccan, instituição em Cascavel (PR) que conta com o apoio do Instituto Ronald McDonald



Gabriella Aparecida Viero Nune







## MINHA GRATIDÃO ÀS PESSOAS QUE ACREDITARAM NA MINHA CURA



“ Fui diagnosticada com leucemia linfoblástica aguda em 2004, quando eu tinha dez anos. Minha família, que é de origem muito humilde, me deixou no hospital e eu fui cuidada o tempo todo por voluntárias, que praticamente me adotaram durante o tratamento.

Fiquei dois anos fazendo quimioterapia, mas, mesmo assim, voltei a estudar e terminei o ensino fundamental. Em 2006, fui considerada curada. Desde então eu moro na instituição que me acolheu, a Casa de Apoio Lar de Maria, que é um projeto da Rede Feminina de Combate ao Câncer do Piauí.

Hoje estudo Enfermagem e trabalho na casa, como assistente administrativa. Quero exercer essa profissão porque gosto de cuidar das outras pessoas, acho que tem tudo a ver comigo.

Minha família não estava comigo no meu tratamento, mas posso dizer que ganhei uma mãe, a Magali, que é tesoureira da instituição. Ela sempre me acompanhou em todos os momentos, era ela quem ia às reuniões de escola, quem estava comigo no tratamento. Sou muito grata por todo o cuidado e carinho que ela e toda a equipe tiveram comigo...”

### BEATRIZ SILVA BATISTA

Ex-paciente e funcionária da Rede Feminina de Combate ao Câncer do Piauí e da Casa de Apoio à Criança com Câncer – Lar de Maria em Teresina, Piauí, instituição apoiada pelo Instituto Ronald McDonald

# NA CASA RONALD McDONALD RECEBI O REMÉDIO ESSENCIAL PARA A CURA: O AMOR



“ Em 2006, com 18 anos e cheia de planos, comecei a sentir fortes dores. Foi aí que começou uma longa batalha entre exames, consultas e internações seguida do diagnóstico de leucemia linfoblástica aguda. Fui encaminhada para o Centro Infantil Boldrini em Campinas para iniciar o tratamento e, como somos de Minas, a assistente social nos indicou a Casa Ronald McDonald Campinas. O fato de estar doente e longe de casa nos assustava muito, mas na época recebemos tudo de que precisávamos naquele momento: amor, carinho, um conforto amigo, um lar longe de casa. O previsto para o tratamento eram dois anos e meio e, em 2008, em meio a quimioterapias e intercorrências, resolvi que voltaria a estudar, entrei para a Faculdade de Publicidade e Propaganda e voltei a trabalhar.

Em 2011, faltando duas semanas para a apresentação do trabalho de conclusão de curso, voltei a sentir fortes dores: a doença havia voltado. Voltei para Pouso Alegre (MG) para apresentar o trabalho de conclusão de curso e retornei para a segunda e mais difícil etapa do tratamento. Foram mais três anos de quimioterapias, radioterapias, passagens pela UTI e a indicação para transplante de medula. Perdi minha formatura pois tive que ser internada às pressas. Professores e alunos da minha faculdade fizeram uma campanha de doação de medula (Seja compatível com a vida) e mais uma vez fui acolhida com todo o carinho na Casa Ronald McDonald Campinas.

Em 2014, recebi a notícia de que estaria curada mesmo sem o transplante, pois não tivemos doadores compatíveis no momento exato. A felicidade de receber a notícia da cura é enorme, mas a tristeza de ouvir que a doença havia voltado pela terceira vez e que teríamos que ir para transplante é de rasgar o peito.

Em 2015, reiniciamos o tratamento e recomeçamos a campanha de doação de medula. Tive um apoio enorme da minha universidade (Univas), da Apacc, dos meus familiares, da minha companheira e dos meus amigos.

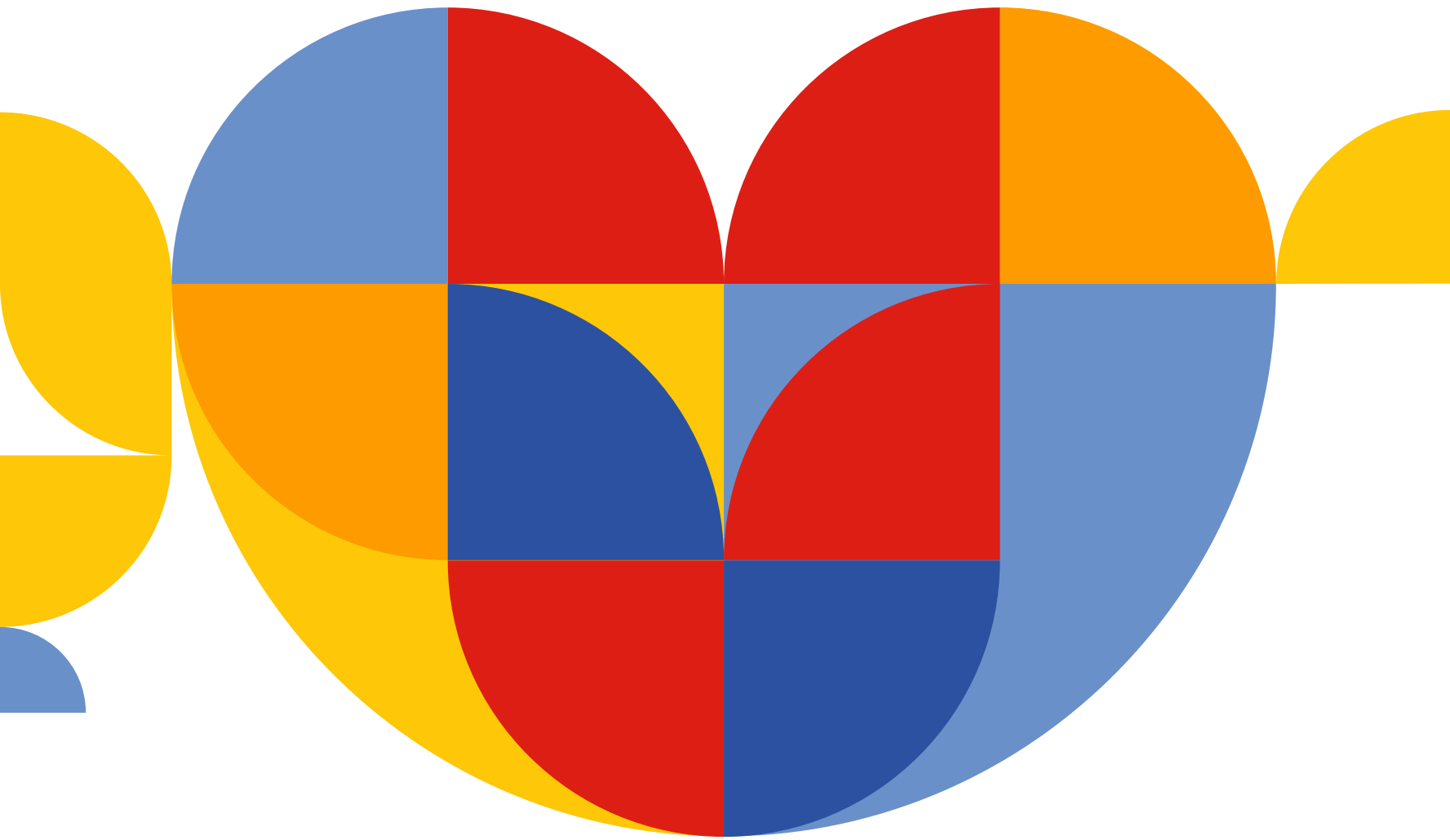
Em 2016, tivemos a notícia de um doador fora do Brasil. Fui encaminhada para Jahu, para o Hospital Amaral Carvalho e para a Casa Ronald McDonald de lá, onde também recebi todo o apoio necessário. Fiz o transplante no dia 20 de maio de 2016 e foi a melhor coisa que poderia ter acontecido nestes dez longos anos de idas e vindas de hospitais. Hoje estou bem, voltei a estudar e a trabalhar, tenho uma loja de roupas e acessórios masculinos e femininos. Meu plano para o futuro é que a loja cresça e evolua e que eu possa ajudar e dar força para os que estão na luta contra o câncer.

Nos meus tratamentos, as Casas Ronald McDonald Campinas e Jahu foram essenciais. Sem o apoio e a acolhida que tivemos em ambas casas eu jamais conseguiria ganhar essa batalha. Tenho uma eterna gratidão por todos que ali conheci. Fomos acolhidos, respeitados e recebemos o remédio essencial para a cura: o amor. ”

**SUÉLLEN SÉQUI**

Ex-paciente e hóspede das Casas Ronald McDonald Campinas e Jaú (SP)







4



**O IMPACTO**

NA ONCOLOGIA

**PEDIÁTRICA**





# A cada hora, um novo caso de câncer surge em crianças e jovens no Brasil



## ATENÇÃO ÀS QUEIXAS DE SEUS FILHOS!

Pais e familiares devem ficar alerta e levá-los ao pediatra ou profissionais de saúde para avaliação

Nessa faixa etária, o **CÂNCER CRESCE MAIS RAPIDAMENTE DO QUE EM ADULTOS**, porém, responde melhor ao tratamento



Além do tratamento em unidades adequadas para oncologia pediátrica, é chave o **apoio psicossocial à família que tem criança ou adolescente em tratamento**, reduzindo o número de casos de abandono do tratamento



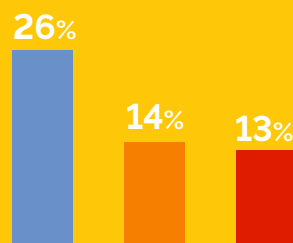
## CHANCES DE CURA



\* Com diagnóstico precoce e tratamentos adequados em centros especializados, estima-se que as chances de cura possam **ultrapassar 80%**

## PERCENTUAL DE INCIDÊNCIA DE 0 A 19 ANOS

- Leucemias
- Tumores epiteliais e linfomas
- Tumores do sistema nervoso central



**Diagnóstico precoce** e o **pronto encaminhamento** a um centro especializado são necessários para o sucesso do tratamento



O **intervalo de tempo entre o diagnóstico e o tratamento** não deve ser superior a 60 dias, conforme estabelecido na Lei 12.732, de 22 de novembro de 2012



Pacientes que iniciaram o tratamento em até **60 dias**, chegaram ao hospital:

**80,8%** sem diagnóstico sem tratamento

**33,5%** com diagnóstico sem tratamento

# O câncer é a primeira causa de morte por doença em crianças e jovens de 1 a 19 anos

Em 2015, foram **2.704 óbitos**, o que corresponde a **7,9%** entre todas as causas de morte infantojuvenil

# PRECISAMOS FALAR SOBRE CÂNCER INFANTOJUVENIL

Muita gente prefere nem pensar no assunto, mas falar sobre câncer infantojuvenil pode salvar muitas vidas. As estatísticas mostram que não há motivos para alimentar o medo: sobretudo com o diagnóstico precoce e o tratamento adequado, as chances de cura aumentam significativamente.

Segundo dados do Instituto Nacional do Câncer (Inca), a sobrevivência estimada em crianças e adolescentes (de 0 a 19 anos) para 2018 é de cerca de 64%, chegando a 75% na Região Sul do país. Números especialmente expressivos quando sabemos que, na década de 1990, as chances de cura do câncer infantojuvenil no país eram de apenas 15%.

Mas, para curar, é preciso diagnosticar e, para diagnosticar, é preciso suspeitar. E por ser uma doença rara, que pode ser confundida em seus primeiros estágios com doenças comuns, o câncer muitas vezes não é cogitado pelos profissionais de saúde e por familiares.

Por isso, é importante falar sobre o assunto, unindo esforços para reduzir o tempo entre o aparecimento dos primeiros sinais e sintomas e o encaminhamento para um tratamento especializado e de qualidade, contribuindo efetivamente para a elevação das chances de cura.

Dados e informações confiáveis, que permitam fazer análises, cruzamentos e monitoramentos, também são determinantes para a ampliação do conhecimento da realidade brasileira e elaboração de políticas públicas específicas para esse público.

De acordo com o Inca, o câncer é hoje a primeira causa de morte por doença entre pessoas com idade de 1 a 19 anos no Brasil, sendo que, nessa faixa etária, a doença apresenta características específicas em relação a como uma doença afeta um conjunto de células, ao comportamento clínico e às localizações primárias.

Enquanto, na criança e no adolescente, a neoplasia geralmente afeta as células do sistema sanguíneo e os tecidos de sustentação (cartilagem, ossos, etc.), nos adultos, as células epiteliais, que recobrem órgãos, são as mais afetadas.

Por essas especificidades, existe um entendimento por parte da comunidade científica e de órgãos públicos de saúde de que é necessária uma abordagem específica na divulgação de informações, diagnóstico e tratamento do câncer nos grupos de idade que compreendem crianças e adolescentes.

O câncer em crianças e adolescentes (de 0 a 19 anos) é considerado raro quando comparado com o câncer em adultos, correspondendo a entre 2% e 3% de todos os tumores malignos registrados no Brasil. E embora tenha um período menor de latência (tempo em que a doença já está instalada, mas sem apresentação de sintomas) e possa crescer rapidamente e tornar-se bastante invasivo, ele responde melhor à quimioterapia do que o câncer em adultos.

Entre os tipos mais comuns de câncer infantojuvenil em todo o mundo, a leucemia é o mais presente na maioria das populações (cerca de 25% a 35%), seguida de linfomas. Já os carcinomas (câncer desenvolvido a partir de células da pele), que são o tipo de câncer mais frequente em adultos, representam menos de 5% dos tumores na infância.

Segundo o Inca, surgem cerca de 12.500 novos casos de câncer em crianças e adolescentes por ano no país.

Fonte: Estimativa 2018 – Incidência de Câncer no Brasil; Estimativa 2017 – Incidência de Câncer no Brasil (Inca).





## O McDia Feliz NOS INCENTIVOU A SONHAR

“ O Instituto Ronald McDonald faz parte da história do Graacc desde 1993, quando entramos no McDia Feliz. Na época, tínhamos o sonho de construir um hospital de oncologia pediátrica e recebemos, naquele ano, um cheque de cerca de R\$ 100 mil.

O McDonald's acreditou no nosso sonho desde o princípio e, de lá para cá, essa parceria só se fortaleceu. Conseguimos construir o hospital em 1998, inclusive com uma estrutura bem maior do que a prevista: o projeto original tinha três andares e conseguimos construir um prédio de onze andares.

Nestes 27 anos de parceria, o Graacc arrecadou mais de R\$ 68 milhões só nas campanhas do McDia Feliz. Esta foi a maior fonte de renda para a construção do hospital e, durante muito tempo, também para manutenção dos nossos serviços.

Hoje, o Hospital do Graacc é referência na América Latina, sobretudo em casos de maior complexidade, como transplante de medula em crianças pequenas. E oferecemos residência especializada em oncologia pediátrica para médicos, enfermeiros, psicólogos e nutricionistas, que saem do hospital especializados no tratamento de crianças com câncer.

Posso afirmar que o Instituto Ronald McDonald teve um papel fundamental no desenvolvimento da oncologia pediátrica no Brasil e é hoje a principal agência financiadora do desenvolvimento dessa especialidade no país.

Na vida real, isso representa aumento na sobrevivência de crianças com câncer, aumento nas chances de cura, melhoria das condições de tratamento e acolhida das famílias, entre outros tantos avanços.

Não é exagero dizer que se não fosse o McDia Feliz, o Graacc não existiria como ele é hoje. Posso dizer que o que existe entre o Graacc e o Instituto Ronald McDonald é uma parceria, acima de tudo. ”

### **DR. ANTÔNIO SÉRGIO PETRILLI**

Superintendente médico do Graacc  
e membro do Conselho Científico do Instituto Ronald McDonald

# Sinais e sintomas do câncer infantojuvenil

Em sua fase inicial, **os sinais e sintomas do câncer infantojuvenil podem se assemelhar aos de doenças comuns da infância**, o que muitas vezes dificulta a suspeita e o diagnóstico correto do câncer em crianças e adolescentes.

## AUMENTO DO ABDÔMEN



## DORES DE CABEÇA

Especialmente se incomum, persistente ou grave, vômitos (normalmente, pela manhã ou com piora ao longo dos dias)



## SANGRAMENTOS NO NARIZ OU NA GENGIVA



## TONTURA

Perda de equilíbrio ou coordenação



## PALIDEZ E HEMATOMAS



## EMAGRECIMENTO

Quando a criança não ganha peso, ganha peso de forma insuficiente ou perde peso



## ALTERAÇÕES OCULARES

Pupila branca, estrabismo de início recente, perda visual, hematomas ou inchaço ao redor dos olhos.



## FADIGA, LETARGIA OU MUDANÇAS NO COMPORTAMENTO

Como isolamento



## DOR EM MEMBRO OU DOR ÓSSEA



## CAROÇOS OU INCHAÇOS

Especialmente se forem indolores e sem febre ou outros sinais de infecção



## FEBRE E TOSSE PERSISTENTE

Ou falta de ar, sudorese noturna



# TIPOS DE CÂNCER MAIS COMUNS ENTRE CRIANÇAS E ADOLESCENTES

## LEUCEMIAS AGUDAS

É o tipo de câncer mais presente nessa faixa etária. Tem um período de latência curto, com surgimento dos primeiros sintomas em poucas semanas. A partir da aparição de sinais e sintomas como palidez, fadiga, sangramentos anormais, febre e dor óssea, entre outros, é necessária a realização de hemograma com diferencial realizado por profissional capacitado.

Sendo observadas alterações em duas ou mais séries (anemia e/ou leucopenia/leucocitose e/ou plaquetopenia), o paciente deve ser encaminhado para um serviço especializado em onco-hematologia pediátrica em caráter de urgência para ser submetido a exames diagnósticos mais profundos.

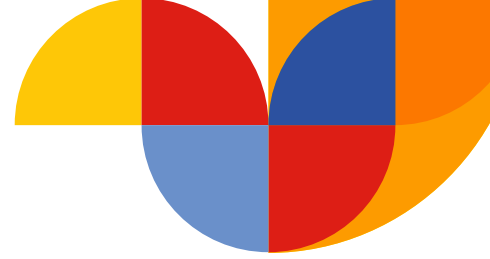
É desejável que o serviço de referência seja o mesmo que vai iniciar o tratamento para que não ocorram atrasos entre o diagnóstico e o início do tratamento adequado.

## LINFOMAS

Os linfomas estão entre os três grupos de câncer mais comuns na faixa etária pediátrica e se apresentam normalmente pelo aumento de gânglios (adenomegalia). Esse sintoma é considerado suspeito quando apresenta as seguintes características:

- Febre sem causa determinada, perda de peso e sudorese noturna
- Alterações em duas ou mais séries do hemograma (anemia e/ou leucopenia/leucocitose e/ou plaquetopenia)
- Hepatoesplenomegalia (aumento do tamanho do fígado e do baço)
- Sorologias negativas (toxoplasmose, rubéola, HIV, citomegalovirose, mononucleose infecciosa, sífilis)
- Persistência de enftamento ganglionar, maior do que três centímetros, depois de seis semanas de evolução, mesmo após tratamento adequado
- Aumento progressivo da adenomegalia após duas semanas de observação
- Adenomegalia supraclavicular e da região inferior do pescoço
- Adenomegalia axilar e epitrocLEAR na ausência de sinais de porta de entrada para infecção ou dermatite
- Adenomegalia dura, indolor e aderida aos planos profundos





Com a suspeita, o paciente deve ser encaminhado rapidamente para um serviço especializado em oncologia pediátrica para ser submetido a exames complementares (mielograma, ultrassonografia, tomografias computadorizadas e biópsias linfonodais).

É desejável que o serviço de referência seja o mesmo que vai iniciar o tratamento para que não ocorram atrasos entre o diagnóstico e o início do tratamento adequado.

## **MASSAS ABDOMINAIS**

A presença de massa abdominal palpável é uma das principais formas de apresentação clínica dos tumores sólidos em crianças. A maioria desses tumores abdominais é assintomática e reconhecida acidentalmente pelos pais, cuidadores ou, menos frequentemente, em exames clínicos de rotina.

Isso se deve, em parte, ao pico de idade em que ocorre esse tipo de câncer, que é de um a cinco anos – idade em que o cuidado diário (banhos, troca de roupa) é feito por terceiros e a criança ainda não consegue definir com precisão a fonte da dor.

A dor abdominal é uma das queixas mais comuns em pediatria e está relacionada, na maioria das vezes, a processos infecciosos gastrointestinais benignos de curta duração. A dor, entretanto, é um sintoma fundamental na identificação de condições cirúrgicas agudas que exigem tratamento de urgência.

O tumor, para causar dor abdominal, deve, portanto, apresentar crescimento rápido, assumindo grande volume até causar compressão ou mau funcionamento de um órgão. É essencial, na abordagem das massas abdominais, a realização de um exame físico completo.

As parasitoses intestinais e a constipação intestinal são muitas vezes atribuídas como causa do desconforto abdominal das crianças. Elas de fato podem estar associadas ao diagnóstico oncológico e não raro serem causa de atraso do diagnóstico de câncer em crianças e adolescentes. Por isso, a persistência dos sintomas, mesmo após diagnóstico e tratamento adequado, deve ser sempre mais bem investigada.

Crianças e adolescentes com aumento rápido e progressivo do volume abdominal, associado à presença de massa palpável no exame clínico e qualquer suspeita de síndrome de compressão medular, devem ser encaminhadas imediatamente para um serviço especializado em onco-hematologia pediátrica para a realização de exames e procedimentos diagnósticos (ultrassonografia, mielograma, tomografias, ressonâncias e biópsias).

É desejável que o serviço de referência seja o mesmo que vai iniciar o tratamento para que não ocorram atrasos entre o diagnóstico e o início do tratamento adequado.



## TUMORES DO SISTEMA NERVOSO CENTRAL

Os tumores do sistema nervoso central (SNC) são considerados os tumores sólidos mais frequentes em crianças. Sua apresentação varia de acordo com sua localização, tipo histológico, taxa de crescimento do tumor e idade da criança.

A maioria desses tumores está localizada, nas crianças e adolescentes, na fossa posterior, na região denominada infratentorial, causando obstrução da circulação líquórica que, por sua vez, ocasiona quadro de hidrocefalia e hipertensão intracraniana.

Os tumores de localização supratentorial geram sintomas ao realizarem um efeito de massa nas estruturas vizinhas, podendo acarretar anormalidades focais e convulsões.

A hipertensão intracraniana causada pela hidrocefalia ou por lesão com efeito de massa tem, como principais sintomas, a cefaleia matinal, as náuseas e os vômitos que, muitas vezes, aliviam a dor. Nas crianças que mamam, a hidrocefalia resulta no sinal de "olhar em sol poente", em razão da paralisia do olhar para cima.

A cefaleia (dor de cabeça) é uma queixa muito comum em pediatria e, embora seja o principal sintoma apresentado pelos tumores malignos do sistema nervoso central, em geral, as dores de cabeça são causadas por outros motivos. Quando secundária a um tumor, a cefaleia apresenta uma evolução crônica e progressiva, além da associação com outras queixas, como dificuldades visuais, vômitos, distúrbios de comportamento, alterações de personalidade e dificuldades escolares, entre outros.


A investigação inicial de um paciente com suspeita clínica de tumor intracraniano se dá por meio de exames de neuroimagem (tomografia computadorizada de crânio e/ou ressonância nuclear magnética, quando disponível). Esses exames são essenciais na identificação da lesão e do planejamento neurocirúrgico.

A identificação de uma lesão tumoral implica o encaminhamento do paciente em caráter de urgência para um serviço de oncologia pediátrica com serviço de neurocirurgia.

## TUMORES OCULARES

O retinoblastoma é o tumor intraocular maligno mais comum em crianças. Origina-se nas células embrionárias neurais da retina. Cerca de 80% dos casos são diagnosticados antes que o paciente tenha três ou quatro anos.

O sinal mais comum é a leucocoria ("reflexo de olho de gato", reflexo pupilar branco-amarelado), geralmente identificado pela família do paciente, podendo ser observada em fotos usando-se o flash. Esse sinal é seguido



em frequência pelo estrabismo e por outros menos comuns, relacionados à irritação ocular, como hiperemia ocular (“olho vermelho”) e por aqueles que evidenciam a progressão da doença, como proptose (protusão do globo ocular) e adenomegalia pré-auricular (aumento dos gânglios próximos à orelha).

Nos casos de doença avançada, podem ocorrer sintomas de comprometimento do sistema nervoso central (cefaleia e vômitos) e de infiltração da medula óssea (dor óssea). O atraso no encaminhamento médico para centros especializados representa 30% das causas de diagnóstico tardio, que está intimamente ligado ao risco da doença extraocular e, conseqüentemente, ao avanço da idade do paciente. Para se ter uma ideia, enquanto o tempo de encaminhamento entre o aparecimento do primeiro sinal até a procura por atendimento médico especializado é maior que seis meses, o risco para o diagnóstico de tumor extraocular é nove vezes maior.

Os pacientes que apresentam sinais e sintomas devem ser encaminhados para serviço de oncologia e oftalmologia pediátrica e precisam ser submetidos a exame oftalmológico sob sedação e a exames de imagem específicos (tomografia e ressonância de crânio e órbitas).

Pacientes com história familiar de retinoblastoma devem ser avaliados por meio de exame oftalmológico com maior frequência. O ideal é que a avaliação onco-oftalmológica seja realizada em até uma semana após a suspeita clínica.

## TUMORES ÓSSEOS

Esse tipo de câncer tende a acometer com mais frequência os adolescentes. Dor óssea no local envolvido associada ao aumento regional de partes moles são as principais formas de manifestações dos tumores ósseos.

Os diagnósticos diferenciais que podem atrasar o diagnóstico oncológico são a tendinite e a osteomielite. O primeiro passo na abordagem de um paciente com sinais e sintomas sugestivos de neoplasia óssea é a solicitação e avaliação de radiografia da região acometida.

É desejável que o serviço de referência seja o mesmo que vai iniciar o tratamento para que não ocorram atrasos entre o diagnóstico e o início do tratamento adequado. A biópsia realizada de maneira inadequada pode comprometer o tratamento da doença, não permitindo a realização de cirurgia conservadora e implicando, na maioria das vezes, a amputação do membro.

Em todos os casos, a realização de exames complementares, de qualidade e em tempo hábil, não deve atrasar o encaminhamento para confirmação diagnóstica.

# PROGRAMAS DO Instituto Ronald McDonald



Programa  
Diagnóstico  
Precoce



SAUDÁVEIS



OUTRAS PATOLOGIAS



CÂNCER



Programas locais desenvolvidos pelo Instituto Ronald McDonald para enfrentar os desafios da oncologia pediátrica no Brasil.



### Programa Atenção Integral

#### LINHA A

Apoio à qualificação e humanização da assistência de média e de alta complexidade

#### LINHA B

Acesso, redução do abandono e da não aderência ao tratamento



Casa Ronald McDonald



Espaço da Família

#### LINHA C

Suporte psicossocial e reintegração à sociedade

#### LINHA D

Pesquisa e intercâmbio científico

Programas Globais Ronald McDonald House Charities (RMHC), desenvolvidos em **todo o mundo** para manter as famílias com crianças doentes próximas dos cuidados e dos recursos de que necessitam para o tratamento.

# O SISTEMA RONALD McDONALD HOUSE CHARITIES

## APROXIMANDO FAMÍLIAS

Promover saúde e bem-estar de crianças, adolescentes e suas famílias, garantindo os cuidados, apoio e carinho que necessitam durante essa difícil fase. Esse é o principal objetivo do sistema global Ronald McDonald House Charities (RMHC), que coordena os programas globais Casa Ronald McDonald e Espaço da Família Ronald McDonald, entre outros.

Sediada em Chicago, Estados Unidos, a RMHC conta com o suporte do sistema McDonald's, de doadores corporativos e individuais e apoio de médicos e voluntários, oferecendo serviços para milhões de crianças e suas famílias em todo o mundo.

O Sistema Beneficente Global Ronald McDonald House Charities (RMHC) coordena os programas globais Casa Ronald McDonald, Unidades Móveis e Espaço da Família Ronald McDonald, concedendo certificações de excelência e garantido unidade de ação entre os programas em todo o mundo.

No Brasil, os programas globais da RMHC são coordenados e desenvolvidos pelo Instituto Ronald McDonald, que atua com uma rede de cerca de 70 instituições com atuação focada no combate ao câncer infantojuvenil (hospitais, casas de apoio, instituições de apoio, sociedades científicas etc.).

O Instituto Ronald McDonald também conta com parceiros estratégicos que atuam nacionalmente na definição de diretrizes para o combate ao câncer infantojuvenil. São eles: Ministério da Saúde, por meio do Instituto Nacional de Câncer (Inca), da Sociedade Brasileira de Oncologia Pediátrica (Sobope) e da Confederação Nacional das Instituições de Apoio à Criança com Câncer (Coniacc).

**90%**

DOS PRINCIPAIS HOSPITAIS  
INFANTIS DO MUNDO CONTAM  
COM UM PROGRAMA GLOBAL  
DA RONALD McDONALD  
HOUSE CHARITIES

**365**

CASAS RONALD  
McDONALD

**50**

UNIDADES MÓVEIS  
RONALD McDONALD

**228**

ESPAÇOS DA FAMÍLIA  
RONALD McDONALD

**64**

PAÍSES

**5,5 milhões**

CRIANÇAS E FAMÍLIAS  
ATENDIDAS ANUALMENTE

**300 mil**

VOLUNTÁRIOS



# PROGRAMAS

## DESENVOLVIDOS PELO INSTITUTO RONALD McDONALD

### **CASA RONALD McDONALD** (PROGRAMA GLOBAL)

Oferecer um lar, mesmo distante de casa, às famílias durante o tratamento: "uma casa longe de casa". São oferecidos, por ano, cerca de 50 mil atendimentos a crianças, adolescentes e seus familiares por meio dos programas desenvolvidos pelo Instituto Ronald McDonald



Casa  
Ronald  
McDonald

### **PROGRAMA DIAGNÓSTICO PRECOCE** (PROGRAMA LOCAL)

Potencializar chances de cura com o diagnóstico da doença em seus estágios iniciais e garantir encaminhamento adequado



Programa  
Diagnóstico  
Precoce

### **PROGRAMA ATENÇÃO INTEGRAL** (PROGRAMA LOCAL)

Atendimento integral de qualidade (tratamento e atenção psicossocial) aos pacientes e seus familiares



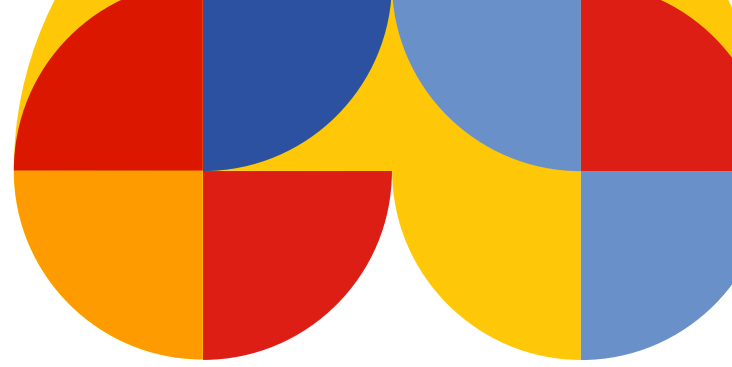
Programa  
Atenção  
Integral

### **ESPAÇO DA FAMÍLIA RONALD McDONALD** (PROGRAMA GLOBAL)

Promover conforto e acolhimento às famílias durante o tratamento dentro dos hospitais



Espaço  
da Família



## TRANSPARÊNCIA E CREDIBILIDADE

Os projetos selecionados pelo Instituto Ronald McDonald devem atender a critérios e regras previamente estabelecidos nos editais lançados anualmente pela organização.

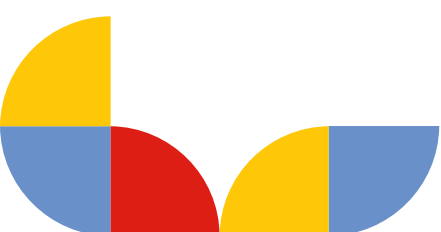
As ações devem ser propostas pelas instituições previamente cadastradas no Instituto, via Portal de Projetos, quando os editais se encontram abertos. Essas instituições atendem a requisitos de regularidade jurídica e fiscal e atuam no atendimento de crianças e adolescentes com câncer.

Para concorrer, o projeto precisa estar alinhado aos programas e requisitos do Instituto, à Política Nacional de Atenção Oncológica e aos princípios da Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos da Criança (1990).

Uma vez que trabalha para fortalecer a política nacional de controle do câncer, o instituto atua, de forma cooperativa e complementar, com o sistema público de saúde. Sendo assim, todos os seus programas estão alinhados com a Portaria 2.439, de 8 de dezembro de 2005, que institui a Política Nacional de Atenção Oncológica, e portarias subsequentes baixadas pelo Ministério da Saúde sobre o tema.

Entre elas, estão a Portaria 874, que trata da inclusão da sociedade civil e de todos os níveis da saúde na atenção ao paciente oncológico), a Portaria 741, que define novos critérios de credenciamento de serviços em oncologia pediátrica; e a Portaria 140, que redefine os critérios e parâmetros para a organização, planejamento, monitoramento, controle e avaliação dos estabelecimentos de saúde habilitados na atenção especializada em oncologia e define as condições estruturais, de funcionamento e de recursos humanos para a habilitação desses estabelecimentos no âmbito do Sistema Único de Saúde (SUS).

Uma vez selecionados e aprovados pelos conselhos Científico e Executivo, os projetos passam por acompanhamento físico-financeiro e são submetidos a auditorias, garantindo transparência e credibilidade às ações.



## **PROGRAMA DIAGNÓSTICO PRECOCE: QUANTO MAIS CEDO, MAIS CHANCES DE CURA**

Uma das maiores dificuldades no diagnóstico do câncer em crianças e adolescentes é o fato de os sinais e sintomas da doença serem muito parecidos com os de doenças comuns nessa faixa etária, tais como viroses, dores de cabeça, pneumonia e infecções, entre outras.

No entanto, um diagnóstico errado ou tardio pode diminuir drasticamente as chances de cura dos pequenos pacientes – no Brasil, os índices médios de cura são de 64% dos casos, mas podem chegar a 85%, se diagnosticados precocemente e tratados adequadamente, de acordo com o Inca.

Com foco nessa meta e buscando diminuir o tempo entre o diagnóstico e o tratamento – fazendo com que casos suspeitos sejam encaminhados adequadamente – é que o Instituto Ronald McDonald criou, em 2008, o Programa Diagnóstico Precoce em parceria com o Inca e a Sobope.

A principal frente do Programa Diagnóstico Precoce é a capacitação de profissionais da atenção primária à saúde (em especial as equipes da Estratégia Saúde da Família formadas por agentes comunitários, dentistas, enfermeiros e médicos) – seguindo as diretrizes da Política Nacional de Atenção Oncológica (Portaria 2.439, do Ministério da Saúde, de 8 de dezembro de 2015).

A proximidade e o acompanhamento contínuo das famílias de um determinado território colocam esses profissionais em situação privilegiada para a identificação dos sinais e sintomas da doença, possibilidade de diagnóstico precoce e encaminhamento de crianças e adolescentes com suspeita da doença para exames mais aprofundados.

Esses profissionais passam por um curso com uma equipe especializada e carga horária de 20 horas/aula para não médicos e 24 horas/aula para médicos. Entre os temas, estão a organização da rede de atenção oncológica, direitos das crianças e adolescentes com câncer, possibilidades e limites da detecção precoce, sinais e sintomas do câncer infantojuvenil e aspectos psicológicos no cuidado da criança e do adolescente com câncer.

Desde o início do programa, foram capacitados mais de 20 mil profissionais em 178 unidades básicas de saúde de 14 estados brasileiros e o Distrito Federal. Ao todo, cerca de 350 mil crianças estão dentro da área coberta pelo programa.

O trabalho já colhe resultados positivos. De acordo com pesquisa realizada com o apoio do Núcleo de Avaliação de Tecnologias de Saúde da Fundação Oswaldo Cruz, vinculada ao Ministério da Saúde, a taxa de detecção precoce do câncer infantojuvenil aumentou 23% nas localidades onde o programa foi implementado. No mesmo período, o tempo de diagnóstico e tratamento diminuiu 61% (redução de 13 para 5 semanas).

Essas taxas são ainda mais importantes quando sabemos que o câncer é a primeira causa de morte por doença na faixa etária entre 1 e 19 anos, de acordo com o Inca.

Por sua relevância no processo de cura do câncer infantojuvenil no país, o Programa Diagnóstico Precoce – que completou 10 anos em 2018 – recebeu vários prêmios e reconhecimentos de organizações nacionais e internacionais.



## É PRECISO DESENVOLVER O DESCONFIÔMETRO

“ Um grande avanço que vemos em Alagoas é a articulação institucional, o envolvimento de diversos atores, para que o diagnóstico precoce seja uma política permanente no estado. Hoje os municípios procuram criar um fluxo no atendimento para que a criança diagnosticada chegue mais rápido ao tratamento, por exemplo.

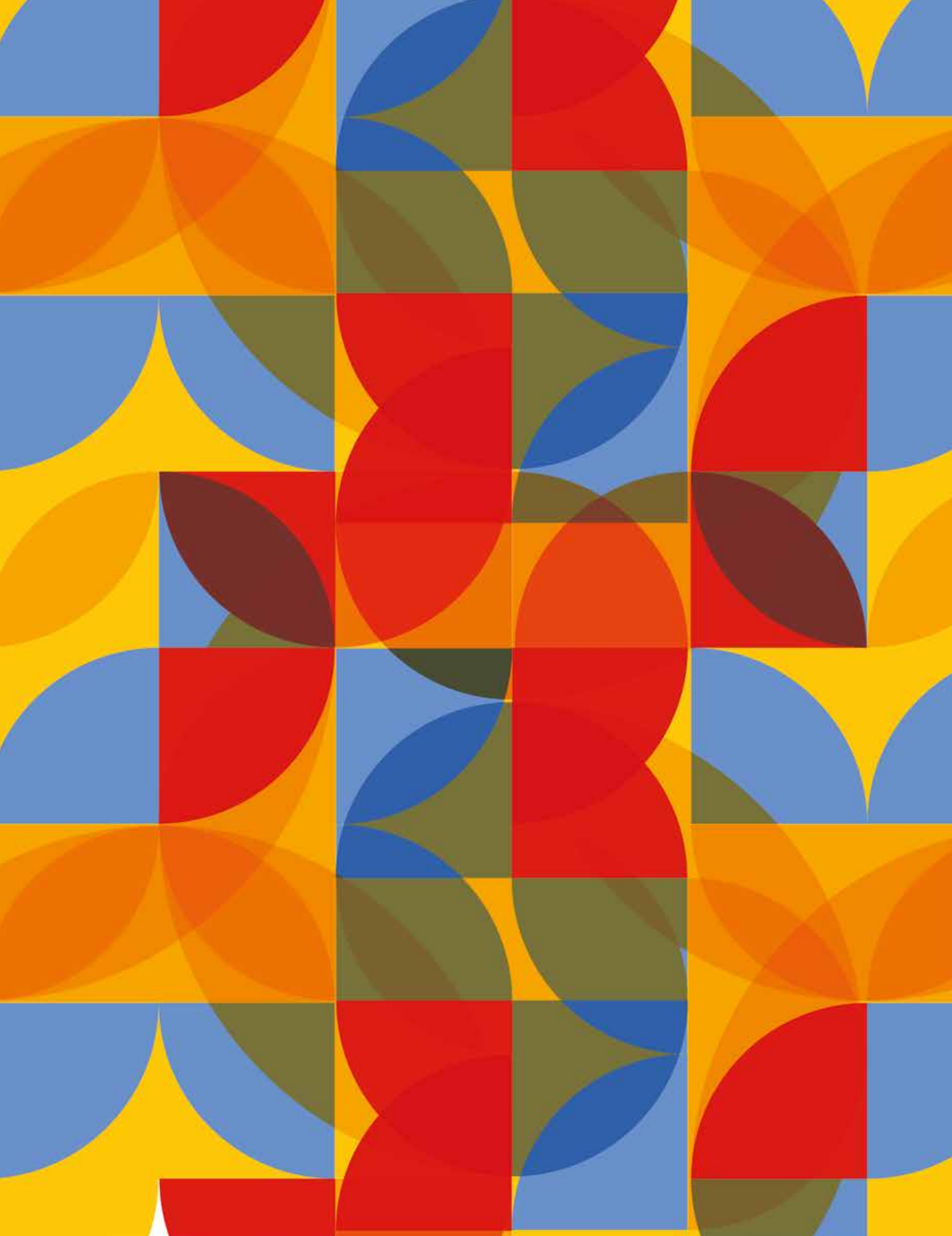
Parte de nosso trabalho é justamente identificar os municípios que mais precisam de capacitação e envolver a Secretaria de Saúde e a Prefeitura para que entendam a importância da capacitação de seus profissionais e se somem a essa grande articulação, utilizando a estrutura que o município tem disponível. Hoje os municípios já nos procuram para participar do programa.

Nos 10 anos em que atuamos no programa, atendemos 14 municípios com turmas de até 40 profissionais com formação mista, que passam por uma capacitação de 20 horas/aula. Dizemos aqui que eles passam a 'desenvolver o desconfiômetro' em relação aos sintomas do câncer infantojuvenil e saem estimulados a aprofundar a investigação com alguns exames clínicos adicionais.

Outro grande trunfo que temos aqui no estado é a aproximação com a academia, já que o Programa Diagnóstico Precoce faz parte da Pró-Reitoria de Extensão da Universidade de Ciências da Saúde do Estado de Alagoas. Vemos que hoje os alunos saem da universidade com um novo olhar em relação ao diagnóstico precoce do câncer em crianças e adolescentes, com certeza muito mais atentos.”

### ROBERTA FERNANDES MARINHO

Coordenadora técnica do Programa Diagnóstico Precoce em Alagoas e coordenadora de Projetos da Associação de Pais e Amigos dos Leucêmicos de Alagoas (Apala)





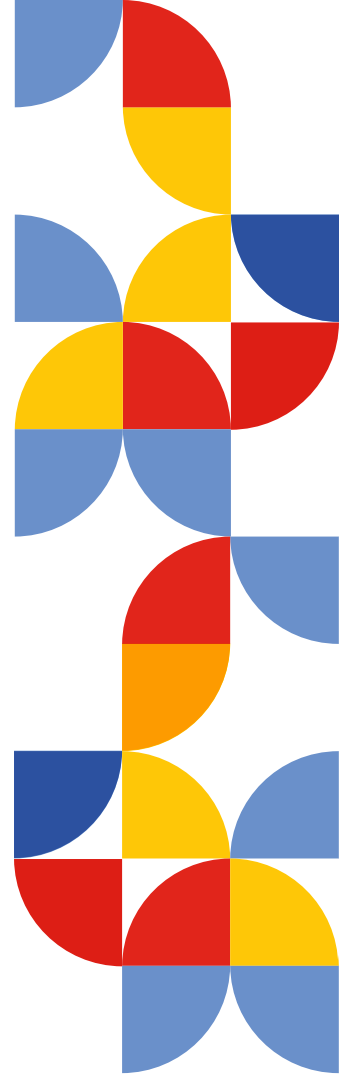
# PROGRAMA ATENÇÃO INTEGRAL APOIO COMPLETO

O Programa Atenção Integral abarca um variado leque de ações e é atualmente a mais abrangente iniciativa do Instituto Ronald McDonald. O programa tem como objetivo aumentar as chances de cura da doença oferecendo um atendimento integral a adolescentes e crianças com câncer.

As iniciativas do programa visam promover um tratamento de qualidade aos pacientes, a adesão ao tratamento, o suporte psicossocial aos pacientes e seus familiares e a produção e disseminação de conhecimento sobre a causa.

Por meio do Programa Atenção Integral, o Instituto Ronald McDonald identifica as regiões do país com demandas prioritárias na área de oncologia pediátrica e destina recursos para a realização de projetos – sempre alinhado às portarias do Ministério da Saúde relativas à Política Nacional de Atenção Oncológica.

Desde sua criação, em 2009, o programa já destinou mais de R\$ 100 milhões em recursos para ações prioritárias no combate ao câncer infantojuvenil antes, durante e depois do tratamento.



## O PROGRAMA ATENÇÃO INTEGRAL É DIVIDIDO EM QUATRO LINHAS DE AÇÃO:

### **LINHA A**

#### **APOIO À QUALIFICAÇÃO E HUMANIZAÇÃO DA ASSISTÊNCIA DE MÉDIA E DE ALTA COMPLEXIDADE**

Ampliação e/ou aperfeiçoamento da capacidade instalada e da atuação de equipe multidisciplinar de serviços formalmente habilitados pelo Ministério da Saúde a oferecer diagnóstico e tratamento em oncopediatria.

Exemplos:

- Aquisição, construção, adequação ou reforma de espaço físico específico para assistência oncopediátrica (espaços para atividades terapêuticas, serviços de transplante de medula óssea, laboratórios, UTIs etc.)
- Reforma e/ou compra de equipamentos e mobiliário para ambulatório, enfermaria, sala de cirurgia e UTI
- Treinamento ou capacitação para equipe de médicos, enfermeiros, psicólogos etc.

### **LINHA C**

#### **SUORTE PSICOSSOCIAL E REINTEGRAÇÃO À SOCIEDADE**

Suporte psicossocial de adolescentes e crianças com câncer e seus familiares durante e após o tratamento com o objetivo de minimizar os impactos que a doença gera na vida pessoal, familiar e social.

Exemplos:

- Construção ou reforma de espaço para ações de suporte psicossocial como classes hospitalares e bibliotecas
- Distribuição de cestas básicas e suplementos alimentares
- Aquisição de passagens aéreas e terrestres em território nacional
- Oficinas profissionalizantes para acompanhantes
- Terapias ocupacionais

### **LINHA B**

#### **ACESSO, REDUÇÃO DO ABANDONO E DA NÃO ADERÊNCIA AO TRATAMENTO**

Ações de hospedagem, alimentação e/ou transporte de pacientes e/ou familiares buscando o início imediato e a não interrupção do tratamento. Estão incluídos nessa linha os projetos apresentados para a implantação dos programas Casa Ronald McDonald e Espaço da Família Ronald McDonald.

Exemplos:

- Aquisição de veículos
- Aquisição de mobiliário para casa e/ou instituição de apoio
- Aquisição, construção ou reforma de espaço físico de casas de apoio e espaços no interior das unidades hospitalares

### **LINHA D**

#### **DISSEMINAÇÃO DO CONHECIMENTO**

Produção e disseminação do conhecimento para o fortalecimento da rede de oncologia pediátrica em âmbito regional e nacional.

Exemplos:

- Apoio a fóruns, seminários e congressos
- Produção e divulgação de pesquisas e publicações de interesse da comunidade de oncologia pediátrica
- Implantação de sistemas eletrônicos e operacionalização de *data manager* para registro hospitalar de câncer

# PARCERIA COM O INSTITUTO É DIVISOR DE ÁGUAS NO HOSPITAL



“ O Serviço de Oncologia Pediátrica do Hospital de Câncer de Mato Grosso tem um divisor de águas: antes e depois dos programas do Instituto Ronald McDonald. As mudanças envolveram adequações estruturais, aquisição de mobiliários e humanização. O apoio do Instituto Ronald McDonald foi fundamental para viabilização de um centro de oncologia pediátrica que abrange todo o seguimento no atendimento intra-hospitalar: ambulatório-internação-UTI.

Com isso, o paciente é atendido na integralidade, em estrutura adequada e ambiente humanizado, repercutindo numa situação de bem-estar, redução de estresse e satisfação para todos que fazem parte desse cenário diariamente, incluindo a equipe multiprofissional.

Não contávamos com uma área de convivência para a realização de atividades lúdicas, recreativas, de educação, de socialização, etc. Com o Espaço da Família Ronald McDonald, o processo de hospitalização de pacientes com doenças crônicas, que exigem sucessivas internações, amenizou muito. É impressionante como os pacientes pedem aos profissionais para não perder o momento de ir ao Espaço da Família.

O convênio do hospital com a Secretaria de Educação só veio a somar com tanta benfeitoria, criando a classe hospitalar, que funciona no Espaço da Família Ronald McDonald, reduzindo o abandono escolar. E a Unidade de Terapia Intensiva Pediátrica (UTI) só veio coroar a parceria do Hospital de Câncer com o Instituto Ronald McDonald.

O reflexo de tudo isso se traduz em aumento nas taxas de cura, além de satisfação dos pacientes e familiares. Quando se concentram esforços e recursos, este é o resultado: amenizar a dor, oferecendo conforto e dignidade no tratamento, mesmo para os pacientes fora de possibilidade terapêutica. ”

## JOSEANY SALOMÃO GUIMARÃES

Enfermeira coordenadora da Pediatria do Hospital de Câncer do Mato Grosso e especialista pela Sociedade Brasileira de Enfermagem Oncológica (SBEO)

# PROGRAMA ESPAÇO DA FAMÍLIA RONALD McDONALD

## UM LOCAL DE ACOLHIMENTO DENTRO DA UNIDADE MÉDICA

Com o objetivo de oferecer conforto e acolhimento dentro dos hospitais, esse programa oferece infraestrutura, ambiente e atividades que tornam o tempo de espera menos desgastante para crianças e adolescentes em tratamento de câncer e seus familiares.

Além de aproximar familiares e equipe médica, o programa reduz as chances de abandono do tratamento e humaniza as relações dentro do hospital, durante o geralmente difícil período de tratamento.

O Programa Espaço da Família Ronald McDonald faz parte do portfólio global da Ronald McDonald House Charities e tem 228 unidades em mais de 20 países. No Brasil, o programa é coordenado pelo Instituto Ronald McDonald, que é o responsável por prospectar as instituições, acompanhar a implantação, obter a licença de funcionamento com a RMHC e coordenar a gestão do espaço em parceria com a instituição no qual está instalado – sempre dentro dos padrões de qualidade e excelência recomendados pela Ronald McDonald House Charities.

Atualmente, existem seis unidades em funcionamento nos seguintes locais: Hospital GPACI, em Sorocaba (SP), Hospital de Câncer de Barretos (SP), Hospital de Câncer de Mato Grosso, localizado na capital do estado, Cuiabá, Hospital Erasto Gaertner, em Curitiba (PR), Hospital da Criança de Brasília José Alencar e Hospital do Graacc em São Paulo (SP).

Em breve, uma nova unidade do Espaço da Família Ronald McDonald será inaugurada no Hospital Itaci, na cidade de São Paulo.

Salas de TV, banheiros privativos com chuveiro hospitalar, computadores com acesso à internet e acompanhamento escolar são algumas das funcionalidades oferecidas aos pacientes nos Espaços da Família. Todas as unidades seguem padrões de excelência e qualidade necessários para a execução do programa global da RMHC.



## UM ESPAÇO DE CONVIVÊNCIA E ACOLHIDA



“ A leucemia da Mari foi diagnosticada em agosto de 2015, quando ela tinha apenas quatro anos e meio. Só quem passa por isso sabe como é difícil. Sua vida muda de uma hora para outra. O tratamento é longo, você passa muito tempo no hospital. Ela chegou a ficar internada por 36 dias ininterruptos, fazendo quimioterapia, tomando medicamentos pesados.

Dentro dessa realidade, onde você está completamente fora da sua rotina, é um alívio poder contar com o Espaço da Família Ronald McDonald. Para a Mari, o Espaço virou uma casa, virou um lar. Era lá que ela conseguia ter uma vida minimamente normal, podia ter amigos, se distraía, brincava. É realmente um local de acolhimento.

Quando a Mari perdeu os cabelinhos e ficou em estado de choque por isso, a convivência com crianças na mesma situação ajudou-a a aceitar melhor e relaxar um pouco. Hoje a Mari está curada, mas fazemos acompanhamento no hospital e ela espera ansiosamente o momento de ver os amiguinhos e brincar no Espaço.

Não é só uma estrutura maravilhosa, mas um espaço de convivência, onde eu também me encontrava com outras mães, trocava experiências, falava das dificuldades. As pessoas não têm ideia do que isso significa.”

### LILIAN DE PAULA VIEIRA

Auxiliar de enfermagem, mãe de Mariana, de 8 anos – elas foram estrelas da campanha do cofrinho nos Estados Unidos e tiveram sua foto estampada em cartazes e materiais

# PROGRAMA CASA RONALD McDONALD

## UMA CASA LONGE DE CASA

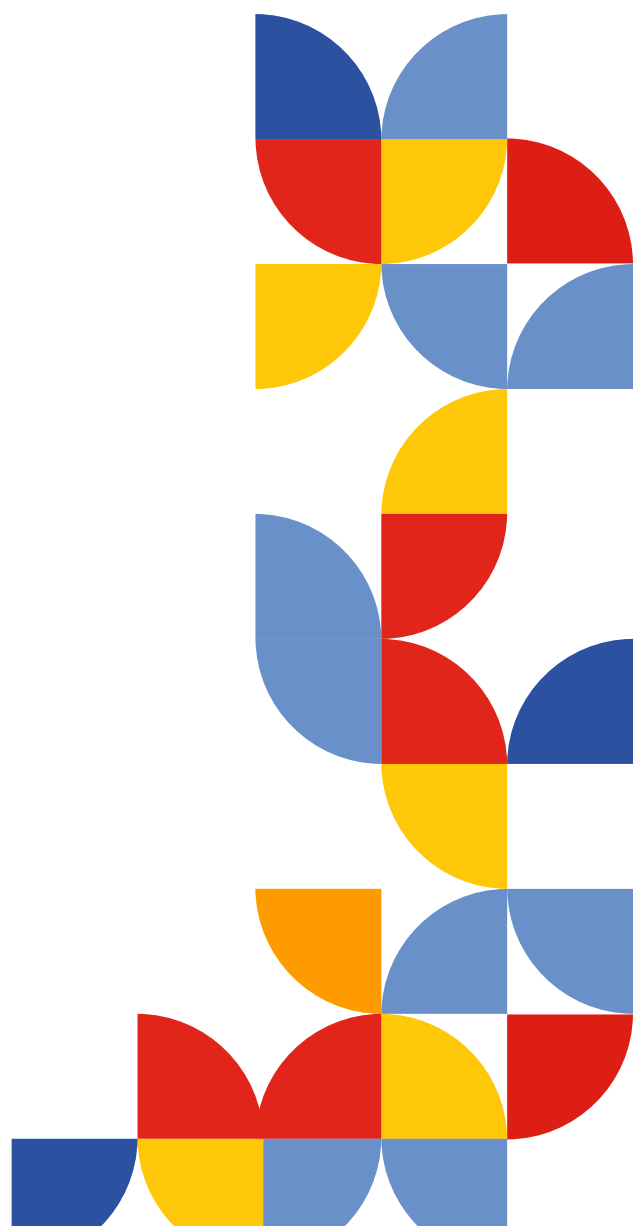
Uma casa longe de casa. Este é o conceito das seis Casas Ronald McDonald existentes no Brasil: Rio de Janeiro (RJ), Santo André (SP), São Paulo-Moema (SP), Campinas (SP), Belém (PA) e Jahu (SP).

As casas recebem famílias e crianças de outras cidades e estados que precisam ficar semanas ou até meses em tratamento, deixando para trás seus lares, sua rotina, seus familiares e amigos. A ideia é oferecer estrutura e apoio para que essas famílias atravessem esse difícil período de forma menos traumática.

As Casas Ronald McDonald oferecem gratuitamente hospedagem, alimentação, transporte e suporte psicossocial para os pacientes e seus acompanhantes, mantendo os pequenos próximos a quem amam durante o tempo longe de casa. Esse suporte colabora decisivamente para o não abandono do tratamento e facilita o acesso dos pacientes e de seus familiares a consultas e internações.

Por ser um programa global, a instituição recebe uma certificação internacional da Ronald McDonald House Charities, que reconhece os padrões de qualidade e atendimento e garante que o modelo de uma Casa Ronald McDonald seja o mesmo em qualquer lugar do mundo.

Cada Casa tem sua própria equipe, diretoria e conselho. Existem hoje 365 Casas Ronald McDonald no mundo, espalhadas por diversos países. No Brasil, a primeira casa foi fundada no Brasil em 1994, no Rio de Janeiro, sendo também a primeira Casa Ronald McDonald da América Latina.



# NÃO FUI HÓSPEDE, FUI MORADORA DA CASA

“ Recebemos o diagnóstico do Eduardo, de leucemia linfoblástica aguda, em setembro de 2011, quando ele tinha seis anos. Eu tinha perdido meu pai em março, então foram dois baques, um atrás do outro.

Eu morava em Londrina, no Paraná, na época, e estava no Rio a passeio quando meu pai morreu e o Eduardo começou a apresentar os sinais da doença. Decidimos ficar até descobrir o que ele tinha e, quando tivemos o diagnóstico definitivo, fiquei sem chão.

Estávamos na casa de parentes, provisoriamente, não tínhamos como ficar o tratamento todo. Foi quando a assistente social do hospital em que ele estava, o Instituto de Puericultura e Pediatria Martagão Gesteira (IPPMG) da Universidade Federal do Rio de Janeiro, nos indicou a Casa Ronald McDonald Rio de Janeiro.

Foi bem duro. As quimios de leucemia são diárias e demoram quatro, às vezes, até oito horas. Você volta esgotada, e ter uma casa, com gente que te deixa confiante em relação ao tratamento e te dá apoio 24 horas, não tem preço. Eu digo que não fui hóspede. Eu morei na casa por oito meses.

Hoje sou anfitriã voluntária de um restaurante em Maricá (RJ), e o que me motivou muito foi o fato de poder ajudar a inaugurar a ala familiar da Casa. Sei como fez falta pra mim e quero ajudar outros a não passar pela mesma dificuldade. Comecei em 2012, quando o Eduardo nem tinha recebido alta definitiva. Somos prova viva de que o Instituto e a Casa Ronald McDonald existem e são instituições sérias.

Estou no quinto ano como anfitriã do McDia Feliz e hoje consigo mobilizar muita gente da comunidade para a causa.

É o mínimo que posso fazer. O que tenho de gratidão pela Casa Ronald McDonald é absurdo. É minha casa.”

## ÉRICA PASSOS

Mãe de Eduardo, ex-hóspede da Casa Ronald McDonald e voluntária anfitriã do McDia Feliz há cinco anos



# FONTES DE RECURSOS



## DOAÇÃO NAS ALTURAS

Parceria entre o Instituto Ronald McDonald e a Avianca Linhas Aéreas, a campanha é realizada durante os voos da companhia: os passageiros são convidados a fazer doações por meio de envelopes entregues aos comissários.



## INVITATIONAL GOLF CUP

Em sua 15ª edição, o já tradicional torneio de golfe beneficente Invitational Golf Cup é realizado em campos localizados no estado de São Paulo e reúne apaixonados pelo esporte em prol do combate ao câncer infantojuvenil.



## JANTAR DE GALA

O tradicional Jantar de Gala Instituto Ronald McDonald ocorre todos os anos, no mês de outubro, e reúne cerca de 500 convidados, entre executivos e presidentes de grandes empresas. Em 2018, o evento chegou à 10ª edição.



## McDIA FELIZ

É a maior campanha do país pela cura do câncer infantojuvenil e maior fonte de recursos do Instituto Ronald McDonald. Criada em 1988, a campanha já arrecadou mais de R\$ 285 milhões e hoje conta com a participação de mais de 900 restaurantes McDonald's de todo o país. Os resultados consideram também a venda de tiquetes antecipados do Big Mac e de produtos promocionais, além de eventos de mobilização e doações de empresas solidárias à causa.



## COFRINHOS INSTITUTO RONALD McDONALD

Parece pouco, mas cada moeda faz a diferença. Criada há 19 anos, a campanha dos cofrinhos é a segunda maior fonte de arrecadação do Instituto. Espalhado pelos restaurantes McDonald's, eles recolhem o troco doado por clientes.



## TROCO PREMIADO

Há 12 anos, o Instituto Ronald McDonald e a Icatu Seguros mantêm o Troco Premiada – aquisição de um título de capitalização de R\$ 0,01 a R\$ 10,00, com o valor do troco em pagamento de redes parceiras.



# QUERO PARTICIPAR E NÃO SEI COMO

Existem várias formas de apoiar os programas do **Instituto Ronald McDonald** como pessoa física ou jurídica. Destacamos algumas das principais nesta página:

FONTES DE RECURSOS	PESSOA FÍSICA	PESSOA JURÍDICA
McDia Feliz	✓	✓
Cofrinhos	✓	
Moedas do Bem	✓	
Doação nas Alturas	✓	
Doações pontuais e recorrentes (membro contribuinte)	✓	
Invitational Golf Cup		✓
Jantar de Gala		✓
Doação de produtos e serviços		✓
Membro mantenedor		✓
Marketing de causa (parcerias)		✓

Para saber mais informações sobre como fazer a doação, entre em contato com a área de desenvolvimento institucional do Instituto Ronald McDonald pelo **telefone (21) 2176-3843**.

O Instituto Ronald McDonald está permanentemente aberto a oportunidades para captação de recursos, de modo que possa ampliar sua atuação na causa do câncer infantojuvenil e ajudar pacientes e familiares a vencer a doença. Somente com a ajuda de pessoas e empresas, poderemos seguir nossa missão e mudar o panorama do câncer infantojuvenil no Brasil.



## MOEDAS DO BEM

Parceria do Instituto Ronald McDonald com a Associação de Supermercados do Rio de Janeiro, pela qual diversas redes disponibilizam cofrinhos em seus pontos de venda. O troco depositado pelos clientes é transformado em doação. Desde 2016, a campanha Moedas do Bem está disponível em mais de 150 lojas das redes de supermercado Campeão, Vianense, Intercontinental, Costazul, Princesa, Mundial e Casa Prendas e nas redes de farmácia Drogasmil e Tamoio.

## DOAÇÕES DIRETAS

Pessoas físicas e jurídicas constituem uma importante fonte de recursos do Instituto. Para pessoas físicas, é possível doar de forma única (pontual) ou recorrente (mensal) pelo *site* [institutoronald.org.br/doacao](http://institutoronald.org.br/doacao) com valores a partir de R\$ 25. Para pessoas jurídicas, há diversas oportunidades sob consulta, inclusive a doação de parte da venda de produtos, a exemplo do que acontece com a empresa Alphabeto, que destina um percentual da comercialização da marca "Aproximando Sorrisos" para as ações do Instituto Ronald McDonald contra o câncer infantojuvenil.



NAS DEPENDÊNCIAS  
DO ERASTO GAERTNER

NÃO JOI  
NÃO ALI

O NO PÁTIO  
OS ANI

McDia  
Feliz

McDia  
Feliz

McDia  
Feliz

McDia  
Feliz

McDia  
Feliz

# COMO CONTINUAR MOBILIZANDO COM O McDia FELIZ

Meu primeiro McDia Feliz foi inesquecível. Eu me lembro de detalhes, como se tivesse ocorrido há algumas semanas e não há 27 anos como o calendário faz questão de me lembrar.

O ano era 1991. Eu era voluntário da oncologia pediátrica do Instituto Nacional de Câncer (Inca), missão que fiz questão de seguir após a morte do meu filho Marquinhos, em 1990. Era ali que eu encontrava inspiração para seguir minha vida ao lado dos meus amigos e da minha família.

Um dia notei uma movimentação diferente no auditório do 8º andar: muita gente, muitos artistas e fui ver do que se tratava. Foi assim que descobri que o Inca seria beneficiado pela arrecadação de uma campanha do McDonald's chamada McDia Feliz. Eu e muita gente ali nunca tínhamos ouvido falar. A promessa era inaugurar o Centro de Transplantes de Medula Óssea, certamente isso beneficiaria muitos pacientes. Foi natural querer participar.

Alguns dias depois eu, minha esposa Sonia, meu filho Carlinhos, mais uma colega voluntária do Inca e um grupo de amigos que nos ajudou durante a campanha SOS Marquinhos, inclusive os coleguinhas que jogavam futebol com ele, estávamos no McDonald's do Barra Drive, Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro, fazendo uma grande festa pela cura do câncer infantjuvenil. Eu, Sonia e Carlinhos, com muita ajuda dos amigos, pela primeira vez, fomos anfitriões de restaurante,



Como tudo começou:  
Marquinhos, Chico e Carlinhos



Primeira participação  
(1991)



Com o Barão Vermelho  
(1994)

gerenciando uma programação que incluía atividades para as crianças, atrações e a visita de artistas, atletas e personalidades que garantiram o sucesso de vendas naquele dia. Foi um grande sucesso!

Desde então participei de todas as edições da campanha no Brasil. Tudo é contagiante: a mobilização dos voluntários, a dedicação dos funcionários, o apoio dos fornecedores e dos franqueados, da Arcos Dourados e, principalmente, a solidariedade do povo brasileiro, que transformou o McDia Feliz do Brasil no maior do mundo... Temos muito que nos orgulhar do que construímos até aqui, em 30 anos.

O McDia Feliz realizou sonhos – como inaugurar a primeira Casa Ronald McDonald da América Latina (expandir esse programa e criar outros programas essenciais para a oncologia pediátrica), mas acredito que ainda há muito mais a alcançar.

As chances de cura do câncer em crianças e adolescentes cresceram significativamente desde a primeira campanha, em 1988. Naquela época girava em torno de 35%. Hoje, esses índices giram em torno de 64%, mas nossa meta é chegar a 85%, igualando com os índices de países desenvolvidos.

Além disso, o Big Mac também passou a alimentar outros sonhos: educação para que jovens possam se inserir no mercado trabalho e conseguir renda. Certamente é um desafio para os próximos anos, liderado pelo Instituto Ayrton Senna e a Arcos Dourados, franqueada máster da marca McDonald's na América Latina.

Destaco também o desafio da renovação: o McDia Feliz está repleto de veteranos da campanha, gente



(1999)



Tijuca (2010)

que desde as décadas de 1980 e 1990 está disposta a transformar Big Mac em sorrisos. Alguns, como eu, continuam até hoje e com a perspectiva de seguir firmes e fortes por muitos anos. A campanha deve muito a esses voluntários e voluntárias, que certamente continuarão participando e contribuindo com o McDia Feliz. No entanto, se queremos continuar crescendo, precisamos engajar também as novas gerações a fazer parte desse grande movimento de doação e solidariedade.

O McDia Feliz é uma campanha que está alcançando a maturidade. Na década de 1990, tivemos a primeira onda de inovação que seguiu depois nos anos 2000 passando por novas mudanças. É hora de acreditar nessa nova geração de coordenadores da campanha, que tenho muito orgulho de conhecer, incentivar e apoiar.

Vejo uma geração de jovens entusiastas liderando novas frentes do McDia Feliz: novas abordagens de voluntariado, novos canais de divulgação e novos públicos. A campanha precisa disso para se modernizar e continuar relevante.

A paixão, a vontade de ajudar, a entrega e a disposição desses jovens são transformadoras.

E o McDia Feliz é justamente sobre isso: transformar a sociedade e ajudar crianças e jovens do Brasil.

Estamos no caminho certo e seguiremos vibrando juntos a cada nova vitória.

#### FRANCISCO NEVES

Superintendente - Instituto Ronald McDonald



(2017)





