



PLANO DE

COMUNICAÇÃO 2024

HU-UFPI/Ebserh



SUMÁRIO

Sumário

| | |
|-------------------------------------|----|
| INTRODUÇÃO..... | 3 |
| 1. DOCUMENTOS NORTEADORES | 7 |
| 2. PÚBLICOS | 8 |
| 3. DIAGNÓSTICO..... | 10 |
| 4. OBJETIVOS DO PLANO | 23 |
| 5. ESTRATÉGIAS..... | 24 |
| 6. PLANO DE AÇÃO | 25 |
| 7. MONITORAMENTO E MENSURAÇÃO | 31 |

Anexos: Formulário de Pesquisa Interna e Roteiro para grupo focal.

INTRODUÇÃO



O Hospital Universitário da Universidade Federal do Piauí (HU-UFPI) teve sua construção aprovada por meio Resolução n.º 10/1987, da Comissão Interinstitucional de Saúde do Estado do Piauí (órgão gestor do Sistema Estadual de Saúde) e da Portaria n.º 668, de 16 de dezembro de 1987, do Ministério da Educação, pelo então Ministro da Educação Hugo Napoleão.

E quase duas décadas depois, no último trimestre de 2004, algumas atividades ambulatoriais começaram a ser realizadas, bem como alguns tipos de exames laboratoriais e de imagem até 2012. Em 14 de agosto de 2012, foi firmado um compromisso de gestão entre a UFPI e a Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares (Ebserh), que passou a administrar de forma definitiva o Hospital Universitário em 8 abril de 2013, quando foi assinado o contrato definitivo entre as duas instituições.

O HU-UFPI tem uma área física de 58.821,4 m², sendo 28.006,22m² de área construída, e está situado no campus Ininga da UFPI, no município de Teresina, capital do estado do Piauí, que é considerada um polo de referência na área de saúde e um dos municípios integrantes da Região de Saúde Entre Rios, composta por 31 municípios, totalizando uma população de 1.159.894 habitantes, que corresponde a 38% do total da população do Estado.

A população de abrangência dos serviços do HU-UFPI gira em torno de 3.289.290 habitantes, quando considerado o Estado do Piauí, e mais de 6 milhões de habitantes, tendo em vista a referência para usuários de outros estados, notadamente provenientes do Maranhão, Pará, Tocantins, Ceará e Amapá.



Em média, são ofertadas 13.000 consultas/mês, 35.000 exames/mês e 400 internações/mês pelo HU-UFPI, que possui 175 leitos de internação, 20 leitos de UTI adulto tipo II, 10 salas no bloco cirúrgico de média e alta complexidade, 4 salas para pequenas cirurgias no bloco de ambulatorio, 12 poltronas para infusão de quimioterápicos e imunobiológicos na Unidade de Oncologia (UNACON) e leitos de estabilização e cuidados pós-procedimentos no serviço de hemodinâmica.

O HU-UFPI está inserido na rede de atenção à saúde do Estado do Piauí como um hospital de referência para alta complexidade. Os serviços ofertados pelo hospital, tanto os ambulatoriais quanto os de internação, são regulados pelo município de Teresina, existindo um termo de contratualização firmado entre ambos, no qual são estabelecidas metas quantitativas e qualitativas baseadas na estrutura do hospital e na oferta dos serviços.

Atualmente o HU-UFPI possui habilitação em alta complexidade nos seguintes serviços:

| Ano de Habilitação | Serviço | Portaria |
|--------------------|--|--------------------------------------|
| 2015 | Unidade de Assistência em Alta Complexidade Cardiovascular | Port. SAS/MS nº 1.245, de 10/12/2015 |
| 2015 | Unidade de Assistência em Alta Complexidade em Trauma-Ortopedia | Port. SAS/MS nº 1.246, de 10/12/2015 |
| 2016 | Unidade de Assistência em Alta Complexidade em Terapia Nutricional Enteral e Parenteral | Port. SAS/MS nº 318, de 30/03/2016 |
| 2016 | UNACON (foi atualizada) | Port. SAS/MS nº 1929, de 08/12/2016 |
| 2020 | UNACON Com Serviço de Radioterapia | Port. GM/MS nº 3953, de 31/12/2020 |
| 2020 | Procedimentos Cirúrgicos, Diagnósticos ou Terapêuticos - Hospital Dia | Port. SAS/MS nº 105, de 11/02/2020 |
| 2022 | Unidade de Assistência em Alta Complexidade Cardiovascular nos serviços de Laboratório de Eletrofisiologia | Port. GM/MS nº 3.759, de 07/10/2022 |
| 2023 | Unidade de Assistência de Alta Complexidade em Neurologia/Neurocirurgia | Port. GM/MS Nº 745, de 14/06/2023 |
| 2023 | Reconstrução Mamária Pós-Mastectomia Total | Port. SAS/MS nº 1079, de 06/12/2023 |
| 2024 | Videocirurgias | CIB 006/2024, de 19/03/2024 |

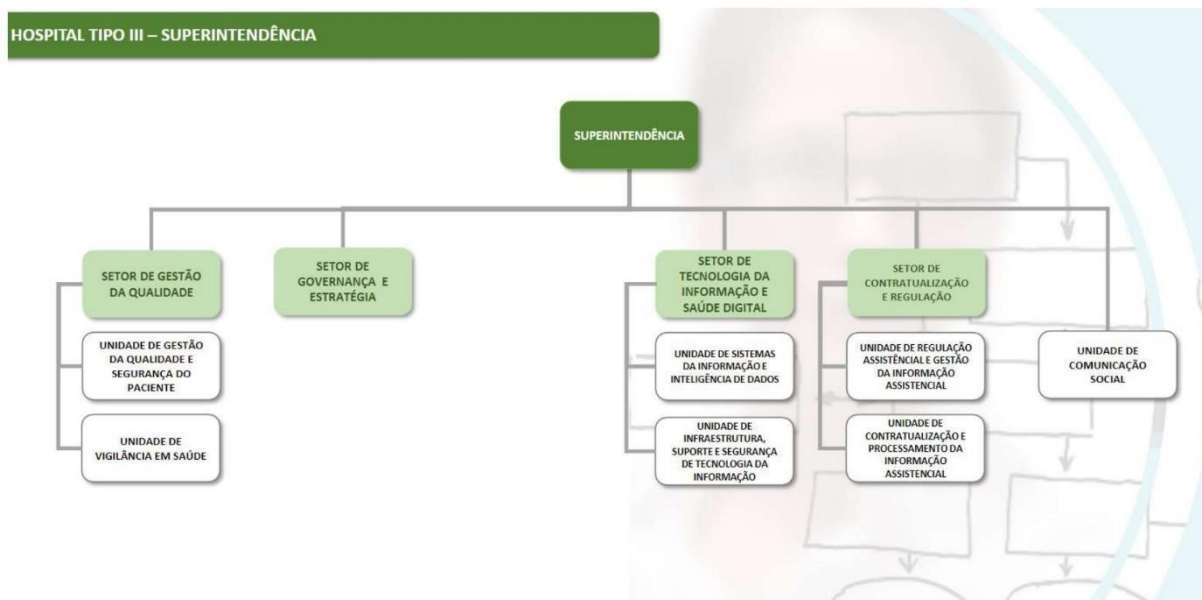
Propósito: Saúde, ensino, pesquisa e inovação a serviço da vida e do SUS.

Visão: Ser reconhecido nacionalmente pela excelência na assistência, com inovação, humanização, sustentabilidade e transparência.

Valores:

- Ética, integridade e transparência;
- Compromisso com universalidade, integralidade e fortalecimento do SUS;
- Promoção da equidade, respeito à diversidade a aos direitos humanos;
- Ensino, pesquisa e inovação comprometidos com as necessidades do país;
- Valorização do papel social do trabalho em saúde e dos trabalhadores.

Organograma:



A arquitetura organizacional completa pode ser [consultada aqui!](#)

Número (em média) de profissionais que atuam (RJU, Ebserh, terceirizados)

| Profissionais | Quantitativo |
|-----------------------------|---|
| Servidores RJU | 24 |
| Empregados públicos Ebserh | 1467 |
| Profissionais terceirizados | 147 - Unidade de Serviços Gerais 40 - Setor de Infraestrutura Física 6 - Setor de Engenharia Clínica 151 - Setor de Hotelaria Hospitalar Total: 344 |
| Servidores cedidos | 15 |

Números de atendimento no ano:

Internações: 4667 (especialidade clínica e cirúrgica)

Consultas ambulatoriais: 102681

Exames: 424.825 (ambulatório e internação)

Cirurgias: 3.642

Programas de Residência ativos e número de residentes/ano em média:

| Residências | Quantitativo/ano |
|------------------------------|--|
| Residência médica | 187 |
| Residência multiprofissional | 27 (alta complexidade) 27 (cuidados intensivos) |
| Residência uniprofissional | 6 |
| Preceptores no total | 518 |

1. DOCUMENTOS NORTEADORES

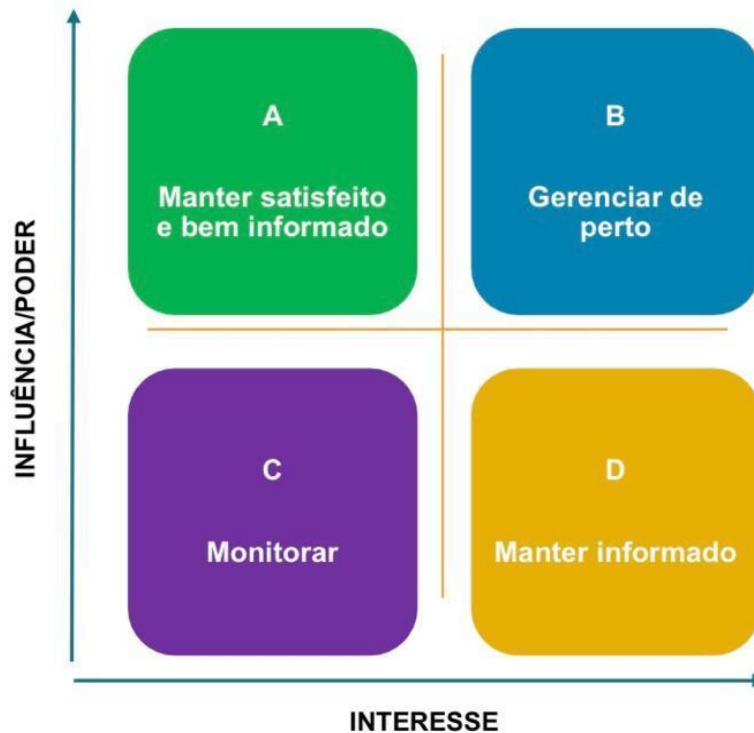
Para alcançar resultados efetivos, é imprescindível o alinhamento das ações de comunicação com os objetivos do HUF, Plano Diretor da CCS e Plano Estratégico da Ebserh, definidos nos seguintes documentos:

- Mapa Estratégico e Plano de Negócio 2024 da Ebserh - [clique aqui e acesse](#)
- Plano Diretor da CCS - [clique aqui e acesse](#)
- Política de Comunicação da Ebserh - [clique aqui e acesse](#)
- Plano Diretor Estratégico (PDE) do HU-UFPI - [clique aqui e acesse](#)
- Manuais da Comunicação da Rede Ebserh (Redes Sociais, Manual da Marca, etc) - [clique aqui e acesse](#)

O presente Plano de Comunicação está de acordo com as normativas acima.

2. PÚBLICOS

Figura 1 – Matriz de Poder e Interesse



Fonte: Eden e Ackermann, 1998.

| | |
|---|---|
| Manter satisfeito (satisfazer necessidades) | Engajar, tentar aumentar o nível de interesse, mover para o lado direito do gráfico. |
| Gerenciar de perto (peça-chave) | Focar esforços neste grupo; envolvê-los em decisões, engajar e consultar frequentemente. |
| Manter informado (mostrar consideração) | Fazer uso da influência quando necessário; manter informado e consultar periodicamente, potencial suporte em momentos difíceis. |
| Monitorar | Investir esforço mínimo; tentar mover para o lado direito do gráfico. |

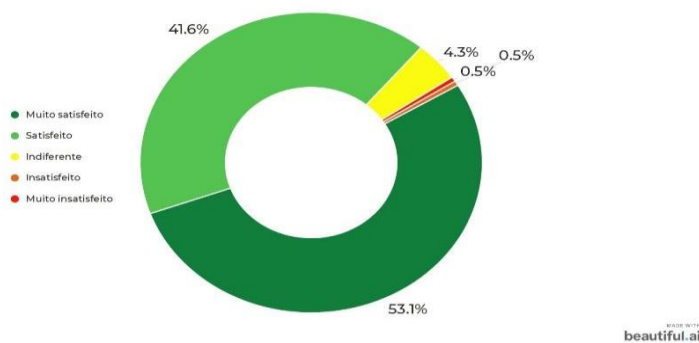
Mapeamento de públicos do HU-UFPI

| Quadrante | Stakeholder | Expectativa | Estratégia de engajamento |
|-----------|--|---|---|
| B | Profissionais do HU | Reconhecimento e valorização | Ações de comunicação interna, eventos |
| B | Comunidade acadêmica | Integração e potencialização do conhecimento | Divulgação dos projetos e eventos científicos |
| B | Pacientes/usuários | Humanização e qualidade do cuidado | Materiais informativos e campanhas educativas |
| A | Ministério da Educação, UFPI, Ebserh sede e demais hospitais da Rede | Resultados positivos e evolução dos serviços | Materiais informativos e eventos/reuniões |
| A | Comunidade local | Extensão e credibilidade | Campanhas e eventos |
| A | Ministério da Saúde, Secretarias de Saúde Municipais e Estaduais, Unidades Básicas de Saúde, Comitê Intergestores, Órgãos Colegiados e Órgãos Reguladores e Fiscalizadores (Anvisa, Conselhos de Classe) | Qualidade assistencial e integração à rede de saúde | Materiais informativos e eventos/reuniões |
| A | Centro Integrado de Reabilitação, Hospital São Marcos e SENAC | Potenciais parceiros no âmbito da assistência, do ensino e treinamento de profissionais | Materiais informativos e eventos/reuniões |
| A | TCU, AGU, MP, instituições dos Poderes Judiciário e Legislativo (regional e nacional), sindicatos e fornecedores | Conformidade e transparência | Relatórios institucionais e eventos/reuniões |
| A | Formadores de opinião/imprensa | Informação e transparência | Releases, entrevistas e eventos |
| D | Empresas e fornecedores contratados | Transparência e cooperação | Materiais informativos e eventos/reuniões |
| D | Instituições parceiras | Feedback e cooperação | Relatórios institucionais e eventos/reuniões |
| D | Voluntários | Responsabilidade social, ambiental e governança | Materiais informativos e eventos/reuniões |
| C | Instituições nas áreas de saúde e educação | Boas práticas e inovação Notícias | Notícias |

3. DIAGNÓSTICO

A presente análise tem por base alguns documentos e pesquisas primárias e secundárias realizadas recentemente no âmbito do HU-UFPI/Ebserh, como a Pesquisa de Satisfação do Usuário e a Pesquisa de Satisfação dos Residentes, ambas de 2023, bem como o Plano Diretor Estratégico 2024-2028, além da pesquisa de comunicação interna feita junto aos trabalhadores e as informações coletadas a partir da formação de grupo focal formado por profissionais, residentes, professores e setores estratégicos para a instituição.

Nível de Satisfação dos Usuários do HU-UFPI 2023



Em relação a satisfação, a soma dos muito satisfeitos (53,09%) com a dos satisfeitos (41,61%) chega ao percentual de 94,70%.

Já a Pesquisa de Satisfação do Residente da Rede Ebserh 2023, que avalia a instituição como formadora de profissionais alta complexidade em saúde, o HU-UFPI figura como o hospital universitário de maior nota, atingindo o 1º lugar nacional com a nota 7,91, além de ser um dos mais conceituados como campo de prática, ficando em 6º lugar na escolha dos residentes que participaram, com 80,7% de satisfação.

Além disso, o HU-UFPI foi a instituição pública federal mais elogiada do país em 2023, convertendo o reconhecimento dos usuários mediante a aplicação de estratégias de captação e registro de elogios, haja visto que a instituição vigorou como uma das mais conceituadas nos anos anteriores, e nos primeiros lugares no que tange aos hospitais universitários federais.

Grupo Focal

Com o grupo focal foram trabalhadas questões relacionadas à imagem institucional, relacionamento institucional, integração e valorização dos profissionais e comunicação interna. No geral, as respostas foram positivas e satisfatórias; por outro lado, algumas merecem um pouco mais de atenção e ações pontuais.

No tocante à **imagem institucional**, para a pergunta de qual palavra vem à mente quando se fala em HU-UFPI e Ebserh, verificamos uma boa avaliação em relação ao HU-UFPI, somente palavras positivas foram elencadas: referência, qualidade, humanização, eficiência e pesquisa; ao passo que direcionaram à Ebserh as seguintes palavras: inflexibilidade burocrática,

desvalorização do trabalhador, direcionamento nas ações institucionais. A imagem positiva do hospital se manteve quando o questionamento foi sobre o diferencial do HU-UFPI em relação às demais instituições hospitalares. Qualidade no atendimento, uma boa estrutura, humanização, valorização do ensino e pesquisa foram as respostas dadas.

No âmbito do **relacionamento institucional**, para a pergunta “como poderíamos ser mais próximos da Universidade?”, o grupo respondeu com a realização de eventos, cursos, treinamentos, ações com a participação da UFPI. Ademais, o grupo citou três instituições que o HU-UFPI poderia ser mais próximo: o Senac para a oferta de treinamentos, o Hospital São Marcos como campo de estágio e referenciamento de pacientes, e o Centro Integrado de Reabilitação (CEIR) para encaminhamento de pacientes para a reabilitação.

No que toca à **integração e valorização dos profissionais**, sobre as ações que poderiam ser realizadas, o grupo entende que poderia ter mais abertura de negociação do trabalhador junto a chefia; além de programas para trabalhar a saúde integral do trabalhador, sobretudo a mental, bem como ações que melhorassem a estabilidade, conexão e acessibilidade da internet e um estacionamento para os colaboradores. E nesse sentido, entende o grupo ser importante momentos com a diretoria e os profissionais da ponta. E a sugestão para isso seria a realização de um café periódico com a diretoria.

Sobre os temas que faltariam mais transparência do hospital, o grupo apontou a fila cirúrgica eletiva, progressão, aplicação dos termos e consentimento no âmbito da assistência e falta de “disclosure”.

No que se refere à **comunicação interna**, algumas estratégias utilizadas externamente que poderiam ser aplicadas internamente para melhorar a comunicação, segundo o grupo focal, seria um sistema de rastreio do paciente, prontuário eletrônico e o paciente ter acesso ao próprio prontuário de forma on-line.

Quando questionado se consegue acessar facilmente as informações necessárias para desempenho das funções, o grupo respondeu que não consegue em razão de haver vários sistemas, a exemplo do AGHU, SISAH, Vigihosp. E a sugestão para resolver o problema seria um sistema que centralizasse todas as informações.

Para aprimorar a comunicação no ambiente de trabalho, principalmente na assistência, o grupo sugeriu trabalhar a comunicação efetiva entre colaboradores, profissionais e pacientes, familiares e responsáveis, bem como a realização de treinamentos nesse âmbito. E os canais de comunicação interna mais utilizados, segundo o grupo, são as telas dos computadores (wallpaper) em razão da disponibilidade e acesso imediato; Teams por possuir vários recursos e o SEI em face da comunicação institucional.

Por fim, quando questionado de como a Administração Central da Ebserh poderia ser mais próxima dos profissionais do HU-UFPI, o grupo propôs a realização de mais eventos com os profissionais do hospital na sede ou de forma online.

Avaliação das principais e ações realizadas em 2023

| Ação realizada | Público | Deu certo | Pode melhorar | Observação |
|--|---|--|--|---|
| <p>Mutirões realizados em 2023 (marcapasso, colonoscopia, cirurgia bariátrica, exames e consultas atinentes ao câncer de cabeça e pescoço – dentro da campanha Julho Verde)</p> <p>Ações: Apoio, divulgação ampla, com confecção de material de divulgação (site, redes sociais, release para imprensa), articulação de entrevistas dos profissionais envolvidos.</p> | <p>Usuários do SUS</p> | <p>Imagem positiva da institucional reforçada (antecipação de fila do SUS); ampla divulgação e cobertura da imprensa digital e televisiva, inclusive com pacientes personagens (matéria especial na TV Clube/Globo e TV Antares - Mutirão da Bariátrica)</p> | <p>Aumentar o nível de conscientizar dos profissionais envolvidos no tocante à importância de dar entrevistas, e melhor prepará-los por meio de treinamentos</p> | <p>Há sempre uma boa inserção por parte da imprensa em geral em relação a esse tipo de pauta</p> |
| <p>Campanha de Elogios realizada em parceria com a Ouvidoria.</p> <p>Ações: Apoio, confecção de material de divulgação externa (site, redes sociais, release para</p> | <p>Usuários, colaboradores em geral, professores, residentes e gestores</p> | <p>Instituição mais elogiada do Brasil em 2023; matéria especial na TV Clube/Globo-outubro e novembro</p> | <p>Realização de mais campanhas ao longo do ano, reforçando junto às chefias da importância dos elogios para o clima organizacional</p> | <p>Os elogios melhoram o clima organizacional; há maior valorização do trabalhador e da instituição, consequentemente melhora a prestação dos serviços de saúde</p> |

| | | | | |
|---|--|--|--|--|
| <p>imprensa) e interna (por e-mail institucional, área de trabalho, TV corporativa)</p> | | | | |
| <p>Principais Campanhas:</p> <p>Doação de Sangue</p> <p>Maio Verde - Combate ao Glaucoma</p> <p>Julho Verde - cabeça e pescoço</p> <p>Outubro Rosa - Câncer de mama</p> <p>Dezembro Laranja - câncer de pele</p> <p>Ações: apoio, confecção de material de divulgação (identidade visual, camisa), divulgação externa (site, redes sociais, release para imprensa) e interna (área de trabalho, TV corporativa, e-mail institucional) e cobertura do evento da programação.</p> | <p>Usuários e colaboradores em geral</p> | <p>Imagem positiva da instituição reforçada; ampla divulgação e cobertura da imprensa digital e televisiva, inclusive com cobertura ao vivo de TV, a exemplo da Clube/Globo e TV Band quando da realização da Caminhada do HU-UFPI (“Outubro Rosa - Movimento pela vida!”)</p> | <p>Aumentar o efetivo da UCR11 para atender as demandas, uma vez que as campanhas exigem atuação antes, durante e depois das ações/eventos. Algumas campanhas têm uma programação bastante extensa, que duram o mês inteiro, a exemplo do Outubro Rosa, exigindo confecções de diversos matérias/cards da programação e divulgação toda semana, além da cobertura e cerimonial</p> | <p>Há sempre uma boa inserção por parte da imprensa em geral em relação as campanhas</p> |
| <p>Semana da Enfermagem (minicursos, palestras, apresentação de</p> | <p>Colaboradores em geral do HU-UFPI, discentes e docentes da UFPI</p> | <p>Imagem institucional reforçada, valorização dos profissionais,</p> | <p>Aumentar o efetivo da UCR11 para atender as demandas, uma</p> | <p>Todos os anos, a Semana da Enfermagem é realizada, gerando sempre</p> |

| | | | | |
|---|--|---|--|---|
| <p>trabalhos, além de atividades socioculturais extensivas aos discentes, feira de talentos)</p> <p>Ações: apoio, divulgação, confecção de material de divulgação (camisa, identidade visual - site, redes sociais), cerimonial de abertura do evento e cobertura da programação</p> | | <p>alinhamento à missão de fomentar a formação de recursos humanos por meio do desenvolvimento de ensino, pesquisa e extensão</p> | <p>vez que a programação é extensa e exige atuação antes, durante e depois das ações/eventos</p> | <p>uma grande expectativa entre os profissionais do hospital.</p> |
| <p>Eventos de inauguração de obras e reformas (uma delas com a visita do Presidente da Ebserh)</p> <p>Ações:</p> <p>Apoio, divulgação ampla, confecção de release para imprensa, cerimonial, cobertura, confecção de arte de divulgação e de placa de inauguração, agendamento de entrevistas</p> | <p>Colaboradores em geral e imprensa</p> | <p>Imagem da instituição reforçada; ampla divulgação e cobertura da imprensa digital e televisiva, inclusive com entrevista ao vivo, a exemplo das entrevistas do presidente da Ebserh e o superintendente do HU-UFPI, quando o presidente Chioro visitou o hospital em junho de 2023 por ocasião de uma das inaugurações (TVs: Clube/Globo, Cidade Verde e Band)</p> | <p>Prestação das informações com antecedência para preparação do material de divulgação e execução das demais ações.</p> | <p>Como as obras e reformas impactam nos serviços de saúde ofertados pelo hospital, sempre há um engajamento maior dos seguidores e usuários nas redes sociais, além de uma boa inserção por parte da imprensa em geral em relação a esse tipo de pauta</p> |

Canais de comunicação interna e o grau de efetividade

| Canal | Situação atual (efetividade) |
|--------------------|---|
| TV Corporativa | Alta efetividade – índice satisfatório de conversão via notícias, comunicados, campanhas e eventos |
| Intranet | Média efetividade – muitos colaboradores não acessam |
| E-mail | Alta efetividade – índices satisfatórios de conversão via comunicados, eventos e campanhas |
| Quadros de avisos | Média efetividade – as plataformas digitais são mais acessadas pelos colaboradores quando buscam informações. |
| Site institucional | Alta efetividade – índices satisfatórios de conversão via notícias e outros conteúdos |
| Teams | Baixa efetividade – grande parte dos colaboradores utilizam apenas para participar de reuniões online e se comunicar com outros colaboradores |
| Desktop | Alta efetividade – índices satisfatórios de conversão em comunicados, eventos e campanhas |

Análise da presença digital do HU:

A presença digital do HU-UFPI vem crescendo, sobretudo na rede social Instagram (@hu.ufpi), perfil oficial do hospital mais antigo, que possui maior taxa de engajamento e enalce de conteúdos, sendo a mídia social mais acessada pelos usuários internos - conforme pesquisa realizada -, e externos.

| Rede social | Seguidores em 2022 | Aumento de seguidores em 2023 | Conteúdo com mais engajamento | Conteúdo com menos engajamento |
|-------------|--------------------|-------------------------------|---|--------------------------------|
| Instagram | > 13mil | > 6mil | Registro de um homenageado que recebeu a medalha prof. Benedito Borges da Silva no evento de entrega da reforma da sala de tomografia, com modernização da blindagem radiológica e inauguração do galpão do almoxarifado e instalação do sistema de ventilação. | Dia dos Povos Indígenas |

Recentemente, em meados julho de 2023, foram criados outros perfis oficiais de mídias sociais: Youtube, LinkedIn e Facebook. E, em cada perfil desses, são disponibilizados os demais links

para que o usuário acesse o site oficial do HU-UFPI e todas as outras redes sociais, e assim tenha mais informações e notícias sobre o hospital.

Desses novos perfis, o Youtube - com mais de 59 mil visualizações e mais de 100 vídeos postados - e o LinkedIn vêm apresentando um bom alcance dos conteúdos postados e gradativamente conquistando seguidores.

Já a Fanpage do Facebook vem apresentando índices moderados de engajamento e seguidores, sendo a mídia social menos acessada pelos públicos do HU-UFPI.

Avaliação da pesquisa de Comunicação interna

A pesquisa de comunicação interna, com o propósito de avaliar a efetividade dos canais de comunicação existentes e as preferências, bem como ouvir sugestões de melhorias, foi aplicada por meio de formulário eletrônico (*Microsoft Forms*) no período de 03 a 10 de abril de 2024 e contou com a participação de 55 pessoas (80% - empregados públicos da Ebserh; 11% - empregados terceirizados; 7% - servidores RJU e 2% - outros).

Divulgou-se o objetivo e a forma de participação em diferentes canais de comunicação e oportunidades: área de trabalho dos computadores, e-mail institucional, TV corporativa, grupos diversos (colaboradores, terceirizados, chefes) de mensagens instantâneas (*WhatsApp*) e em reuniões com chefias.

As figuras a seguir indicam os resultados obtidos para as 14 questões disponibilizadas, com participação relativamente equilibrada entre profissionais das áreas assistenciais e administrativas (Figura 1).

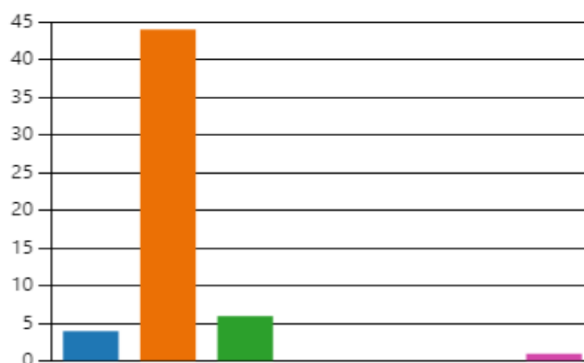
Figura 1 - Vínculo, área e turno de trabalho dos participantes

1. Qual é o seu vínculo?

[Mais Detalhes](#)

[Informações](#)

| | |
|--------------------------------------|----|
| ● Servidor RJU | 4 |
| ● Empregado público - Ebserh | 44 |
| ● Empresa Terceirizada | 6 |
| ● Comunidade acadêmica – profe... | 0 |
| ● Voluntário | 0 |
| ● Estagiário / Jovem Aprendiz/ Bo... | 0 |
| ● Outro | 1 |



2. Qual a sua área?

Mais Detalhes Informações

| | |
|--------------------|----|
| Assistencial | 20 |
| Administrativa | 35 |
| Apoio e manutenção | 0 |



3. Qual o turno de trabalho?

Mais Detalhes Informações

| | |
|---------|----|
| Diurno | 55 |
| Noturno | 0 |



Fonte: Pesquisa de Comunicação Interna, HU-UFPI, 2024.

No tocante ao sentimento de integração (Figura 2), em uma escala de 1 a 5, mais da metade dos respondentes indicou estar totalmente integrado em relação ao hospital, resultando em uma classificação média de 4.18. Em relação à Ebserh, para a mesma pergunta (“o quanto você se sente integrado à Ebserh?”), a média foi de 3.82.

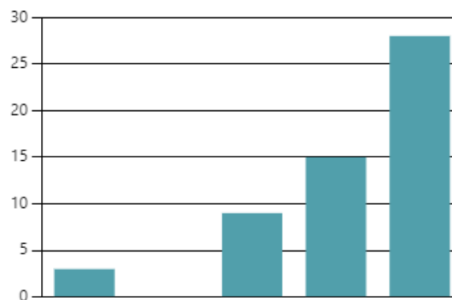
Figura 2 – Sentimento de integração institucional

4. Em uma escala de 1 a 5, o quanto você se sente integrado ao hospital?

Mais Detalhes

Informações

4.18
Classificação Média

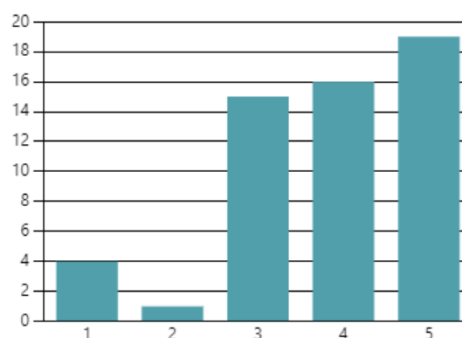


5. Em uma escala de 1 a 5, o quanto você se sente integrado à Ebserh?

Mais Detalhes

Informações

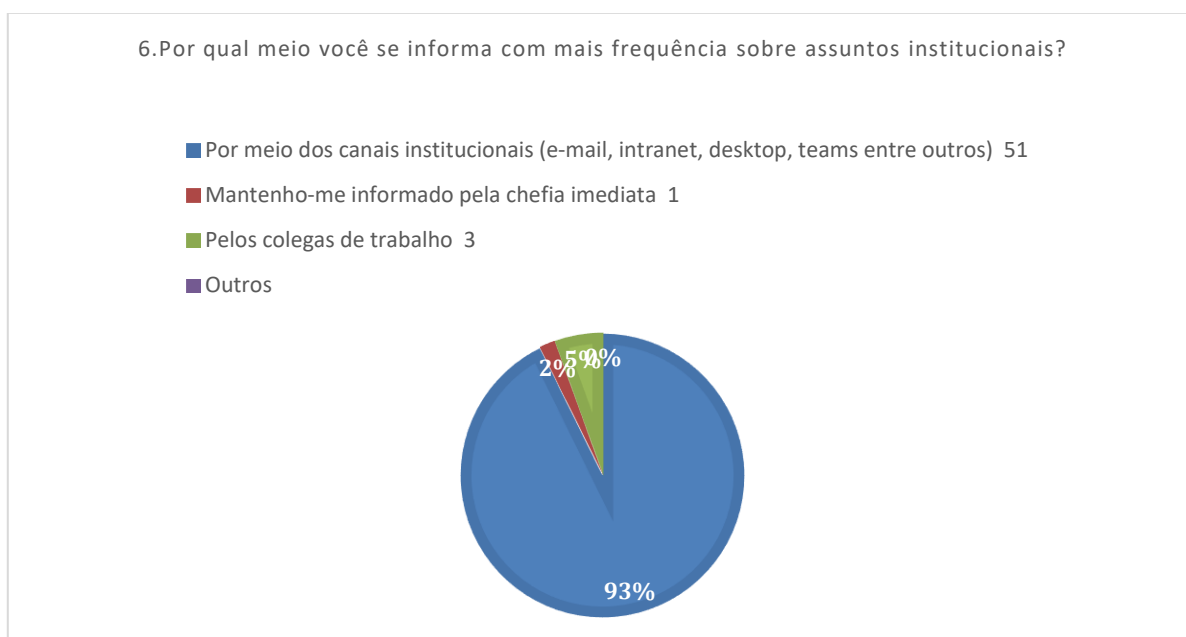
3.82
Classificação Média



Fonte: Pesquisa de Comunicação Interna, HU-UFPI, 2024.

Sobre assuntos institucionais, os canais institucionais mostraram-se predominantes para obtenção de informações, sendo a área de trabalho do computador/Desktop o canal de comunicação interna mais acessado, seguido pelo Teams e Boletim de Serviço (Figura 3)

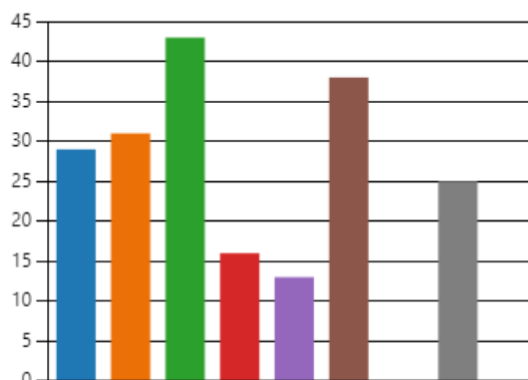
Figura 3 – Meios de comunicação e frequência de acesso



7. Assinale, abaixo os canais de comunicação interna que você utiliza/acessa (pode assinalar mais de uma resposta)?

[Mais Detalhes](#)

| | |
|--|----|
| Intranet | 29 |
| Boletim de Serviço do HU/Ebserh | 31 |
| Área de trabalho do computador/Desktop | 43 |
| TVs corporativas | 16 |
| Quadros de avisos/Murais físicos | 13 |
| Teams/Conecte-se | 38 |
| Jornal interno do Hospital | 0 |
| E-mail marketing/newsletter | 25 |
| Outro | 0 |



Fonte: Pesquisa de Comunicação Interna, HU-UFPI, 2024.

Em relação aos canais institucionais do HU-UFPI, o perfil oficial do hospital no Instagram é a plataforma de mídia social mais seguida e acessada (Figura 4), com maiores índices de

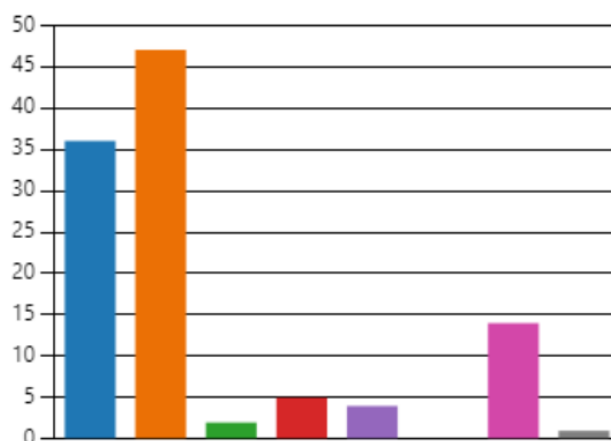
interação e alcance de conteúdo do hospital. O site institucional mostrou-se também bastante acessado, ficando em segundo lugar, seguido do WhatsApp.

Figura 4- Canais institucionais mais acessados

8. Assinale, abaixo, os canais institucionais do HU que você acessa/segue:

[Mais Detalhes](#)

| | |
|-------------------------------|----|
| ● Site institucional | 36 |
| ● Perfil oficial no Instagram | 47 |
| ● Perfil oficial no Facebook | 2 |
| ● Perfil oficial no YouTube | 5 |
| ● Perfil oficial no LinkedIn | 4 |
| ● Twitter | 0 |
| ● Whatsapp | 14 |
| ● Outro | 1 |



Fonte: Pesquisa de Comunicação Interna, HU-UFPI, 2024.

A avaliação sobre a comunicação interna do hospital apontou resultados positivos (Figura 5), em uma escala de 1 a 5, a classificação média das respostas ficou em 4.02.

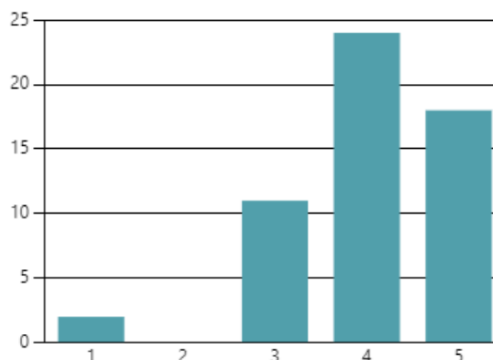
Figura 5 – Avaliação da comunicação interna

9. Em uma escala de 1 a 5, como você avalia a comunicação interna do hospital?

[Mais Detalhes](#)

[Informações](#)

4.02
Classificação Média



Fonte: Pesquisa de Comunicação Interna, HU-UFPI, 2024.

O e-mail institucional foi indicado como o canal de comunicação mais efetivo (Figura 6), por ser acessado diariamente, de fácil visualização e organização das informações, e enviado de forma individual, segundo os respondentes. A área de trabalho dos computadores (Desktop) é o segundo canal mais efetivo, por ser o computador uma ferramenta utilizada diariamente, seguido do Teams, por reunir várias funções e ser de acesso rápido e fácil.

Figura 6 – Canais de comunicação mais efetivos

10. Qual canal de comunicação do Hospital é o mais efetivo para você e/ou sua equipe (**considerar uma resposta**)? Por qual razão?

Mais Detalhes

Informações

55

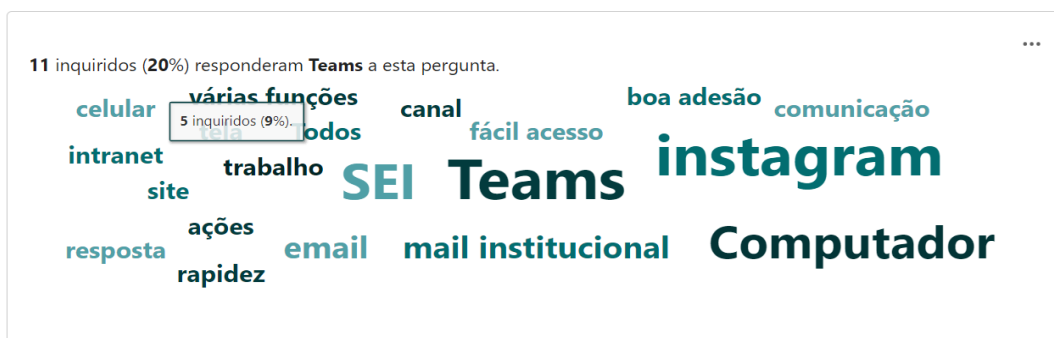
Respostas

Respostas Mais Recentes

"Instagram, porque é o que mais rápido chega e de fácil acesso."

"Área de trabalho do computador."

"E-mail institucional, teams e Instagram."



Fonte: Pesquisa de Comunicação Interna, HU-UFPI, 2024.

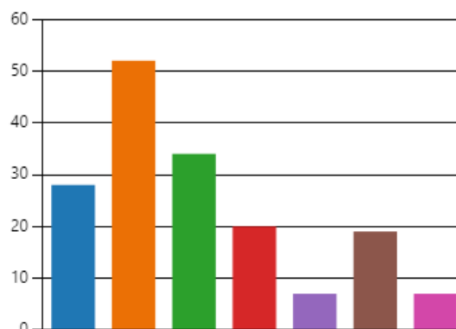
O Sistema Eletrônico de Informação (SEI) foi apontado como o sistema mais utilizado na realização das atividades no HU-UFPI, seguido do Mentorh e do AGHU (Figura 7).

Figura 7 – Sistemas ou plataformas mais acessadas para realização de atividades

11. Qual (s) sistema (s) ou plataforma (s) institucional (s) você acessa para realizar as suas atividades?

Mais Detalhes

| | |
|-----------------------------------|----|
| AGHU | 28 |
| SEI | 52 |
| Mentorh | 34 |
| Escola Ebserh de Educação Corp... | 20 |
| SIG | 7 |
| SouGov.Br | 19 |
| Outro | 7 |



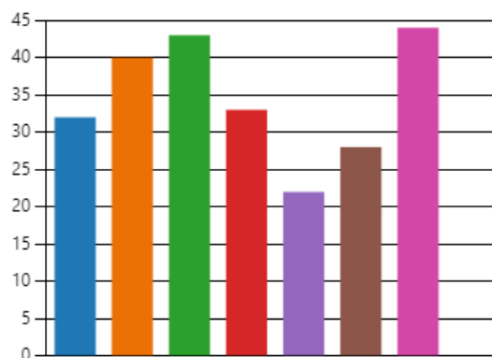
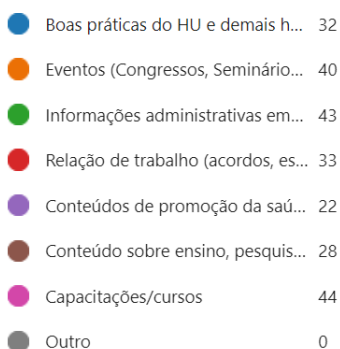
Fonte: Pesquisa de Comunicação Interna, HU-UFPI, 2024.

As informações que mais despertam o interesse, de acordo com a pesquisa (Figura 8), são as relacionadas a capacitações e cursos, seguidas por informações administrativas em geral e de eventos (Congresso, Seminário, Palestras). E nesse contexto, 100% dos respondentes consideram importante a realização de eventos presenciais ou remotos de aproximação/informativos da Alta Gestão com os trabalhadores.

Figura 8- Interesse nas informações institucionais

12. Em qual (s) tipo (s) de informação (s) institucional(s) você tem mais interesse?

[Mais Detalhes](#)



13. Você considera importante a realização de eventos presenciais ou remotos de aproximação/informativos da Alta Gestão com os trabalhadores do HU?

[Mais Detalhes](#)

[Informações](#)



Fonte: Pesquisa de Comunicação Interna, HU-UFPI, 2024.

Figura 9 – Nuvem de palavras com sugestões de melhoria para a comunicação interna

14. Você tem alguma sugestão de melhoria para a comunicação interna do hospital e da administração central da Ebserh?

[Mais Detalhes](#)

Informações

55
Respostas

Respostas Mais Recentes

"Não"

"Sem sugestões, no momento."

"A comunicação interna do HU realiza um excelente trabalho, com muita org..."



Fonte: Pesquisa de Comunicação Interna, HU-UFPI, 2024.

Como sugestão para melhoria da comunicação interna (Figura 9), foram apontadas possibilidades de realização de reuniões mensais entre o superintendente, gerentes e colaboradores em geral via Teams, e de eventos com a administração central Ebserh e outros hospitais da rede também de forma remota.

E nesse contexto, sugeriram que houvesse uma melhoria na comunicação de chefes com seus colaboradores para que as informações sejam repassadas diretamente e facilite a execução das atividades.

Foi sugerido ainda que a intranet fosse mais utilizada para divulgação de normas, POPs aprovados e vigentes para toda a comunidade de empregados, cursos, palestras e eventos internos.

Seguem outros destaques de algumas respostas:

“Mais atenção ao ambiente laboral no quesito saúde emocional e psicológica dos trabalhadores”

“Sinto falta das informações repassadas para as chefias chegarem na ponta.”

“A comunicação interna do HU realiza um excelente trabalho, com muita organização e prontidão.”

“Política efetiva para atendimento ao telefone, muitos setores deixam a desejar”

“Melhor alinhamento entre as coordenações de serviços na sede, antes de multiplicar para rede para evitar o retrabalho. Por exemplo, Portal do Conhecimento e Gestão de documentos”

4. OBJETIVOS DO PLANO

- Contribuir para o aumento do engajamento dos profissionais do HU-UFPI com os objetivos do hospital e da Ebserh;
- Fortalecer a imagem do HU-UFPI na imprensa, por meio do aumento na veiculação de notícias positivas sobre a instituição, aumentar o relacionamento com a imprensa;
- Incentivar o compartilhamento de boas práticas realizadas no HU-UFPI com a Ebserh Sede e hospitais da Rede;
- Estreitar relacionamento com a UFPI, instituições parceiras e com autoridades das três esferas de poder;
- Contribuir para maior adesão dos trabalhadores em campanhas internas realizadas (segurança do paciente, sustentabilidade, entre outras);
- Aumentar a presença digital, o engajamento nas redes sociais da instituição e a exposição das marcas Ebserh, Universidade e HU-UFPI.

5. ESTRATÉGIAS

- Desenvolver campanhas internas, eventos e ações que promovam a integração e valorização do público interno, principalmente em datas comemorativas.
- Mapeamento de pautas positivas “frias” para envio de release para a imprensa, bem como intensificar a divulgação de pautas “factuais” como eventos, lançamentos para a imprensa.
- Incentivar a realização de eventos técnicos-científicos, conforme temas identificados no Mapa Estratégico da Ebserh, bem como nas forças e serviços de excelência do HU.
- Definir o posicionamento das redes sociais com produção de conteúdos que demonstrem e fortaleçam a importância do HU para a sociedade.
- Fortalecer a comunicação transmídia e o aproveitamento de conteúdo e adaptação nas múltiplas plataformas, utilizando links, “QR Codes”, etc.
- Identificar profissionais do HU que são influenciadores internos e convidar para campanhas e ações internas e externas.
- Incentivar visitas de autoridades ao HU para estreitar o relacionamento, em parceria com o SEGOV, para que possam conhecer, a fundo, a importância do HU para o SUS e, desta maneira sensibilizar a apresentar emendas parlamentares e realizar doações e parcerias.
- Desenvolver ações voltadas para os pacientes do HU que informem sobre prevenção de doenças e sobre os serviços prestados pelo HU.

6. PLANO DE AÇÃO

| Objetivo 1: Contribuir para o aumento do engajamento dos profissionais do HU-UFPI com os objetivos do hospital e da Ebserh | | | | | | | | |
|--|---|---|------------|--|--|--|-------------------------------|--|
| AÇÃO | OBJETIVO | RESPONSÁVEL | PERÍODO | LOCAL | PROBLEMA RELACIONADO | META MENSURÁVEL | INDICADOR | ÁREA DAS CCS ENVOLVIDAS |
| Apoio à realização de fórum geral com a governança | Estreitar o relacionamento entre os profissionais, comunidade acadêmica e alta gestão do HU | Unidade de Comunicação Regional 11 | Trimestral | Auditório do HU e transmissão online | Falta de engajamento com os objetivos institucionais, gerando falhas nos processos do HU | Participação de 100 profissionais/disciplinantes/docentes (presencialmente e online) | Número de participantes | Regional / Eventos e Comunicação Interna |
| Vídeos institucionais com novidades, rotinas e fluxos dos setores | Evidenciar práticas internas e aprimorar o relacionamento intersetorial | Unidade de Comunicação Regional 11 | Bimestral | Intranet, TV Corporativa, Desktop YouTube e e-mail institucional | Insuficiência de atualizações e intercâmbio de informações entre as diversas áreas | 200 visualizações nos vídeos | Número de visualizações | Regional / Audiovisual e Redes Sociais |
| Sextou com elogios | Reforçar os feedbacks positivos sobre os trabalhos desenvolvidos | Unidade de Comunicação Regional e Ouvidoria | Semanal | Desktop, TV Corporativa e redes sociais | Baixo reconhecimento dos esforços dos trabalhadores | 5 elogios | Número de elogios registrados | Regional / Audiovisual e Redes Sociais |

Objetivo 2: Fortalecer a imagem do HU-UFPI na imprensa, por meio do aumento na veiculação de notícias positivas sobre a instituição, aumentar o relacionamento com a imprensa.

| AÇÃO | OBJETIVO | RESPONSÁVEL | PERÍODO | LOCAL | PROBLEMA RELACIONADO | META MENSURÁVEL | INDICADOR | ÁREA DAS CCS ENVOLVIDAS |
|--|--|------------------------------------|---------|--|--|-----------------------|---------------------------------|---|
| Elaboração de releases | Manter a imprensa informada sobre os principais acontecimentos institucionais | Unidade de Comunicação Regional 11 | Semanal | Lista de transmissão (WhatsApp) e <i>mailing list</i> (e-mail institucional) | Falta de clareza sobre o perfil assistencial, o propósito institucional e a marcação de consultas, exames e cirurgias. | 2 releases por semana | Número de releases publicados | Regional / Imprensa e Informação Estratégica 1 / Reportagem |
| Café com a imprensa | Apresentar balanço institucional e ressaltar impactos positivos para a sociedade | Unidade de Comunicação Regional 11 | Anual | Auditório do HU-UFPI | Falta de clareza sobre o perfil assistencial, o propósito institucional e a marcação de consultas, exames e cirurgias | 1 evento por ano | Número de eventos | Regional / Imprensa e Informação Estratégica 1 / Reportagem |
| Articulação e agendamento de entrevistas com especialistas | Evidenciar o capital intelectual da instituição | Unidade de Comunicação Regional 11 | Mensal | Meios de comunicação | Falta de clareza sobre o perfil assistencial, o propósito institucional e a marcação de consultas, exames e cirurgias | 1 entrevista por mês | Número de entrevistas agendadas | Regional / Imprensa e Informação Estratégica 1 |

| Objetivo 3: Incentivar o compartilhamento de boas práticas realizadas no HU-UFPI com a Ebserh Sede e hospitais da Rede | | | | | | | | |
|--|--|------------------------------------|-----------|---------------------------------|--|---------------------------------------|---------------------------------|---|
| AÇÃO | OBJETIVO | RESPONSÁVEL | PERÍODO | LOCAL | PROBLEMA RELACIONADO | META MENSURÁVEL | INDICADOR | ÁREA DAS CCS ENVOLVIDAS |
| Vídeo curto (até um minuto e 30 segundos) | Divulgar as boas práticas, potencialidades, tecnologias do HU-UFPI | Unidade de Comunicação Regional 11 | Bimestral | Redes sociais, desktop e e-mail | Pouco reconhecimento sobre boas práticas e inovação | 1 vídeo por bimestre | Número de vídeos produzidos | Regional / Audiovisual e Redes Sociais |
| Campanhas e documentos institucionais | Divulgar as boas práticas, potencialidades, tecnologias do HU-UFPI | Unidade de Comunicação Regional 11 | Bimestral | Redes sociais, desktop e e-mail | Pouco reconhecimento sobre boas práticas e inovação | 1 produção institucional por bimestre | Número de produto institucional | Regional / Eventos e Comunicação Interna / Audiovisual e Redes Sociais / Imprensa e Informação Estratégica 1 / Reportagem |
| Objetivo 4: Estreitar relacionamento com a UFPI, instituições parceiras e com autoridades das três esferas de poder | | | | | | | | |
| AÇÃO | OBJETIVO | RESPONSÁVEL | PERÍODO | LOCAL | PROBLEMA RELACIONADO | META MENSURÁVEL | INDICADOR | ÁREA DAS CCS ENVOLVIDAS |
| Eventos e reuniões | Propiciar intercâmbio de experiências exitosas e estabelecer parcerias | Unidade de Comunicação Regional 11 | Trimestre | Auditório e sala de reuniões | Pouca integração entre HU-UFPI e a Universidade, e pouco relacionamento com instituições parceiras e com autoridades das três esferas de poder | 1 evento/reunião por trimestre | Número de eventos/reunião | Regional / Eventos e Comunicação Interna |
| Relatório de gestão | Promover transparência sobre | Unidade de Comunicação Regional 11 | Anual | Site e e-mail institucional | insuficiência do engajamento sobre | 1 relatório | Número de relatórios publicados | Regional / Audiovisual e Redes Sociais |

| | as atividades institucionais | | | | o propósito institucional | | | |
|---|--|------------------------------------|-----------|--|---|-----------------------------------|-------------------------------|---|
| Objetivo 5: Contribuir para maior adesão dos trabalhadores em campanhas internas realizadas (segurança do paciente, sustentabilidade, entre outras) | | | | | | | | |
| AÇÃO | OBJETIVO | RESPONSÁVEL | PERÍODO | LOCAL | PROBLEMA RELACIONADO | META MENSURÁVEL | INDICADOR | ÁREA DAS CCS ENVOLVIDAS |
| Eventos e ações | Divulgar iniciativas relacionadas a temas estratégicos | Unidade de Comunicação Regional 11 | Bimestral | Site, e-mail institucional, área de trabalho dos computadores, TV Corporativa, murais de informação, Teams e aplicativos de mensagens instantâneas | Baixa participação dos colaboradores nas campanhas internas | 1 vídeo por bimestre | Número de eventos | Regional / Eventos e Comunicação Interna / Audiovisual e Redes Sociais / Imprensa e Informação Estratégica 1 / Reportagem |
| Elaboração de conteúdo para campanhas | Desenvolver conteúdos de comunicação para dar suporte a campanhas institucionais | Unidade de Comunicação Regional 11 | Mensal | Site, e-mail institucional, área de trabalho dos computadores, TV Corporativa, murais de informação, Teams e aplicativos de mensagens instantâneas | Baixa participação dos colaboradores nas campanhas internas | 2 produtos de comunicação por mês | Número de produtos publicados | Regional / Audiovisual e Redes Sociais / Imprensa e Informação Estratégica 1 / Reportagem |
| Objetivo 6: Aumentar a presença digital, o engajamento nas redes sociais da instituição e a exposição das marcas Ebserh, Universidade e HU-UFPI | | | | | | | | |

Hospital Universitário da Universidade Federal do Piauí (HU-UFPI/Ebserh)

Plano de Comunicação

| AÇÃO | OBJETIVO | RESPONSÁVEL | PERÍODO | LOCAL | PROBLEMA RELACIONADO | META MENSURÁVEL | INDICADOR | ÁREA DAS CCS ENVOLVIDAS |
|---|--|------------------------------------|---------|----------------------|--|--------------------------|-----------------------|---|
| Divulgação de eventos, ações, notícias no digital | Divulgar iniciativas relacionadas a temas estratégicos | Unidade de Comunicação Regional 11 | Semanal | Site e redes sociais | Baixo engajamento e participação dos colaboradores | 7 publicações por semana | Número de publicações | Regional / Eventos e Comunicação Interna / Audiovisual e Redes Sociais / Imprensa e Informação Estratégica 1 / Reportagem |

Hospital Universitário da Universidade Federal do Piauí (HU-UFPI/Ebserh)

Plano de Comunicação

7. MONITORAMENTO E MENSURAÇÃO

O monitoramento deste plano será realizado por meio de indicadores de processos e indicadores de resultados, a saber:

➤ **Tipos de indicadores:**

Indicador de processo (número de ações realizadas): eventos, reportagens, campanhas, peças gráficas, releases enviados e demais ações realizadas.

Indicador de resultado: número de participantes em eventos, engajamento nas redes sociais, matérias publicadas na imprensa.

➤ **O indicador de resultado pode ser:**

Básico: público atingido, participantes no evento, inserções na mídia, número de seguidores, matérias produzidas;

Intermediário: Retenção, compreensão, engajamento, alcance e percepção pelo público (pesquisas)

Avançado: mudança de comportamento, de atitude e de opinião.

Anexo I – Pesquisa de Comunicação Interna do Hospital Universitário da Universidade Federal do Piauí (HU-UFPI/Ebserh)



Pesquisa de Comunicação Interna do HU-UFPI/Ebserh

A presente pesquisa tem por objetivo coletar informações sobre os canais de comunicação interna do HU-UFPI/Ebserh, bem como estimular sugestões de melhorias. As informações coletadas vão auxiliar no diagnóstico do quadro atual da comunicação interna e na implementação de novas ações para o HU-UFPI e para a Rede Ebserh.

Pesquisa anônima.

Desde já agradecemos pela sua participação. Sua opinião é muito importante para juntos evoluirmos!

1. Qual é o seu vínculo? *

- Servidor RJU
- Empregado público - Ebserh
- Empresa Terceirizada
- Comunidade acadêmica – professores, pesquisadores, preceptores, residentes, alunos
- Voluntário
- Estagiário / Jovem Aprendiz/ Bolsista
- Outro

2. Qual a sua área? *

- Assistencial
- Administrativa
- Apoio e manutenção

3. Qual o turno de trabalho? *

- Diurno
- Noturno

4. Em uma escala de 1 a 5, o quanto você se sente integrado ao hospital?

*

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

5. Em uma escala de 1 a 5, o quanto você se sente integrado à Ebserh? *

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

6. Por qual meio você se informa com mais frequência sobre assuntos institucionais? *

- Por meio dos canais institucionais (e-mail, intranet, desktop, teams entre outros).
- Mantenho-me informado pela chefia imediata
- Pelos colegas de trabalho
- Outro

7. Assinale, abaixo os canais de comunicação interna que você utiliza/acessa (pode assinalar mais de uma resposta)? *

- Intranet
- Boletim de Serviço do HU/Ebserh
- Área de trabalho do computador/ Desktop
- TVs corporativas
- Quadros de avisos/Murais físicos
- Teams/Conecte-se
- Jornal interno do Hospital
- E-mail marketing/newsletter
- Outro

8. Assinale, abaixo, os canais institucionais do HU que você acessa/segue: *

- Site institucional
- Perfil oficial no Instagram
- Perfil oficial no Facebook
- Perfil oficial no YouTube
- Perfil oficial no LinkedIn
- Twitter
- Whatsapp
- Outro

9. Em uma escala de 1 a 5, como você avalia a comunicação interna do hospital? *

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

10. Qual canal de comunicação do Hospital é o mais efetivo para você e/ou sua equipe (**considerar uma resposta**)? Por qual razão? *

Introduza a sua resposta

11. Qual (s) sistema (s) ou plataforma (s) institucional (s) você acessa para realizar as suas atividades? *

- AGHU
- SEI
- MentoRH
- Escola Ebserh de Educação Corporativa – 3EC
- SIG
- [SouGov.Br](#)
- Outro

12. Em qual (s) tipo (s) de informação (s) institucional(s) você tem mais interesse? * ⋮

- Boas práticas do HU e demais hospitais da Rede
- Eventos (Congressos, Seminários, Palestras...)
- Informações administrativas em geral
- Relação de trabalho (acordos, escalas, benefícios)
- Conteúdos de promoção da saúde
- Conteúdo sobre ensino, pesquisa e inovação
- Capacitações/cursos
- Outro

13. Você considera importante a realização de eventos presenciais ou remotos de aproximação/informativos da Alta Gestão com os trabalhadores do HU? *

- Sim
- Não

14. Você tem alguma sugestão de melhoria para a comunicação interna do hospital e da administração central da Ebserh? *

Introduza a sua resposta

Anexo II – Roteiro para Grupo Focal

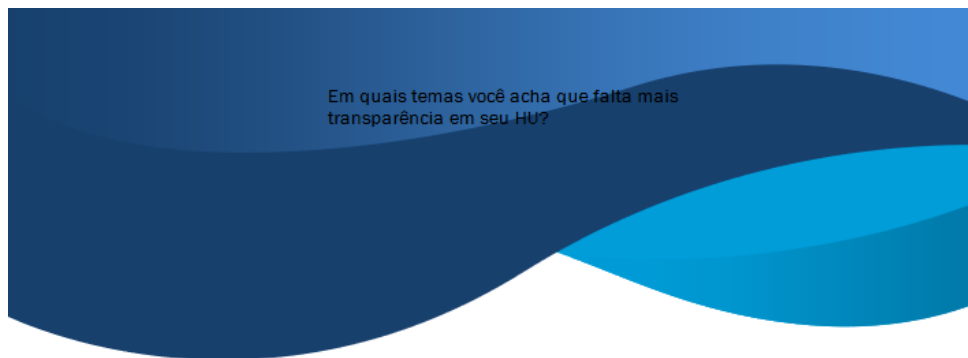


Objetivo: Coletar informações aprofundadas sobre os pontos fortes e fracos, crenças e percepções sobre a comunicação institucional para identificar oportunidades de melhorias. O facilitador apresenta as questões a serem discutidas, mas a conversa é flexível e permite livre manifestação dos participantes.

Participantes: Um facilitador e um grupo de 6 a 12 participantes, garantindo que seja diverso e representativo. Sugere-se a participação de profissionais de saúde do HU de diferentes turnos e prédios, Ouvidoria, DGP (SOST), residente, professor, analista administrativo, representante da CIPA e profissional de empresa terceirizada (portaria apoio).

Questões a serem debatidas:

- | | |
|---|--|
| Imagem institucional | Qual a primeira palavra que vem à mente quando falamos do HU? E da Ebserh? Qual o nosso principal diferencial em relação a outras instituições hospitalares? |
| Relacionamento institucional | Como poderíamos ser mais próximos da Universidade? Quais instituições o HU poderia ser mais próximo e por quê? |
| Integração e valorização dos profissionais | Quais ações de valorização dos trabalhadores você acredita ser possível realizar e por quê? Você considera importante a realização de eventos com a presença da diretoria para diálogo com os profissionais da ponta? O que sugere? |



Comunicação interna Existe alguma estratégia de comunicação utilizada externamente que você acha que poderia ser aplicada internamente para melhorar a comunicação?

Você consegue acessar facilmente as informações necessárias para desempenhar suas funções? O que você sugere para melhorar?

Quais sugestões ou ideias você tem para aprimorar a comunicação no ambiente de trabalho, principalmente na assistência?

Qual canal de comunicação interna você mais se informa e porquê?

Como a Administração Central da Ebserh pode ser mais próxima dos profissionais do HU?

Informações adicionais
Adicione instruções adicionais ou comentários aqui.