



**PLANO DE  
COMUNICAÇÃO  
2025/2026**

***HOSPITAL UNIVERSITÁRIO  
DA UNIVERSIDADE FEDERAL  
DO PIAUÍ (HU-UFPI)***

---



## SUMÁRIO

---

Introdução .....	3
1. Documentos norteadores .....	8
2. Públicos .....	9
3. Diagnóstico .....	12
4. Objetivos do Plano .....	28
5. Estratégias .....	29
6. Plano de ação .....	30
7. Monitoramento e mensuração .....	36

**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 m<sup>2</sup>, sendo 29.405,25m<sup>2</sup> de área construída - em breve, será acrescida a esta uma área de 819,20 m<sup>2</sup> relativa ao Centro de Convivência, cuja obra tem previsão de conclusão até o início de 2026. O referido hospital 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 10.400 consultas/mês, 23.000 exames/mês e 500 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 ambulatório, 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	Serviço	Portaria
2022	UNIDADE DE ASSISTÊNCIA DE ALTA COMPLEXIDADE CARDIOVASCULAR	Port. GM/MS N° 3.759, de 07/10/2022
2015	CIRURGIA CARDIOVASCULAR E PROCEDIMENTOS EM CARDIOLOGIA INTERVENCIÓNISTA	Port. SAS/MS n° 1.245, de 10/12/2015
2015	CIRURGIA VASCULAR	Port. SAS/MS n° 1.245, de 10/12/2015
2015	CIRURGIA VASCULAR E PROCEDIMENTOS ENDOVASCULARES EXTRACARDIACOS	Port. SAS/MS n° 1.245, de 10/12/2015
2022	LABORATÓRIO DE ELETROFISIOLOGIA, CIRURGIA CARDIOVASCULAR E PROCEDIMENTOS DE CARDIOLOGIA INTERVENCIÓNISTA	Port. GM/MS N° 3.759, de 07/10/2022
2020	PROCEDIMENTOS CIRÚRGICOS, DIAGNÓSTICOS OU TERAPÊUTICOS	Port. SAS/MS n° 105, de 11/02/2020
2023	UNIDADE DE ASSISTÊNCIA DE ALTA COMPLEXIDADE EM NEUROLOGIA/NEUROCIRURGIA	Port. GM/MS N° 745, de 14/06/2023
2020	UNACON COM SERVIÇO DE RADIOTERAPIA	Port. GM/MS n° 3.953, de 31/12/2020

2023	RECONSTRUÇÃO MAMÁRIA PÓS-MASTECTOMIA TOTAL	Port. SAS/MS nº 1.079, de 06/12/2023
2016	UNIDADE DE ASSISTÊNCIA DE ALTA COMPLEXIDADE EM TERAPIA NUTRICIONAL	Port. SAS/MS nº 318, de 30/03/2016
2016	ENTERAL E PARENTERAL	Port. SAS/MS nº 318, de 30/03/2016
2024	RETIRADA DE ÓRGÃOS E TECIDOS	Port. SAES/MS Nº 1.932, de 29 de julho de 2024
2024	TRANSPLANTE DE TECIDO MÚSCULO ESQUELÉTICO	Port. SAES/MS Nº 1.932, de 29 de julho de 2024
2015	UNIDADE DE ASSISTÊNCIA DE ALTA COMPLEXIDADE EM TRAUMATO-ORTOPEDIA	Port. SAS/MS Nº 1.246, de 10 de dezembro de 2015
2014	UTI II ADULTO	Port. GM/MS Nº 1.720, de 3 de novembro de 2023
2024	VIDEOCIRURGIAS	CIB 006/2024
2016	LABORATÓRIO DE EXAMES CITOPATOLÓGICOS DO COLO DE ÚTERO - TIPO I	PT GM 3436
2025	PROGRAMA MAIS ACESSO A ESPECIALISTAS	4021/2025/SESAPI- PI/GAB/AT

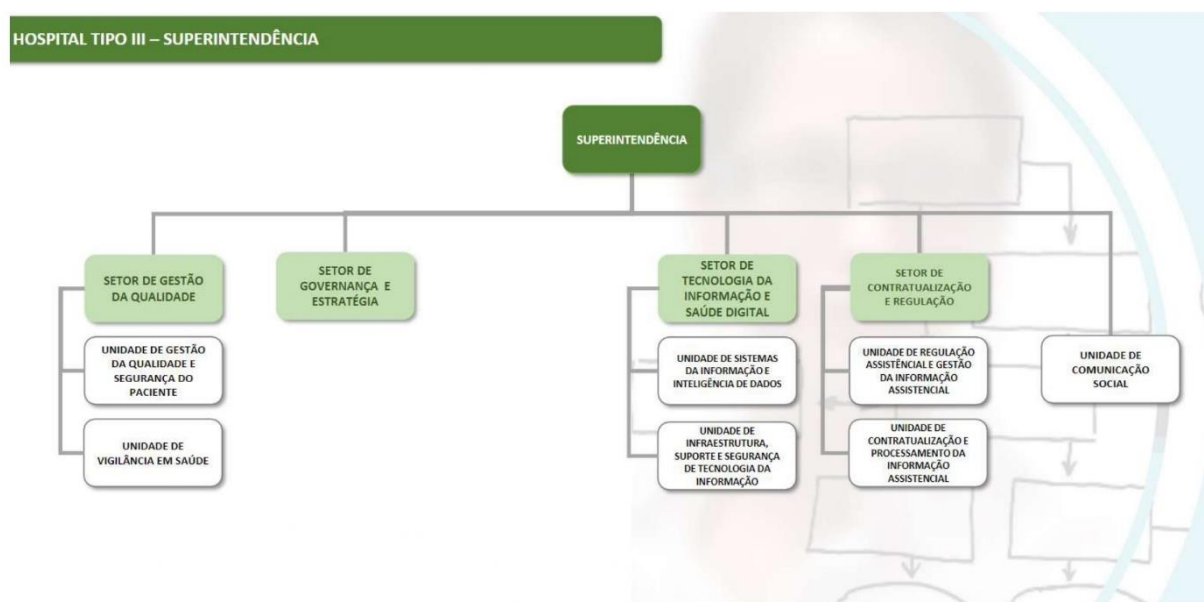
**Propósito:** Saúde, ensino, pesquisa e inovação a serviço da vida e do SUS.

**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 e 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	41 (18 com cargos de chefia e 23 lotados sem cargos de chefia)
Empregados públicos Ebserh	1.558 (1.518 efetivos e 40 temporários)
Profissionais terceirizados	379

Total (RJU, Ebserh, terceirizados)	1.978
------------------------------------	-------

**Números de atendimento no ano de 2024:**

---

Internações: 5.386

---

Consultas ambulatoriais: 124.885 agendadas

---

Exames: 252.561 agendados

---

Cirurgias: 8.109

---

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

Residências	Quantitativo/ano
Residência médica	189 residentes
Residência Multiprofissional em Alta Complexidade	26 residentes
Residência uniprofissional	6 residentes
Residência Multiprofissional em Cuidados Intensivos	29 residentes
Residência Multiprofissional em Atenção ao Câncer	4 residentes
Preceptores no total	432

# 1. DOCUMENTOS NORTEADORES

---

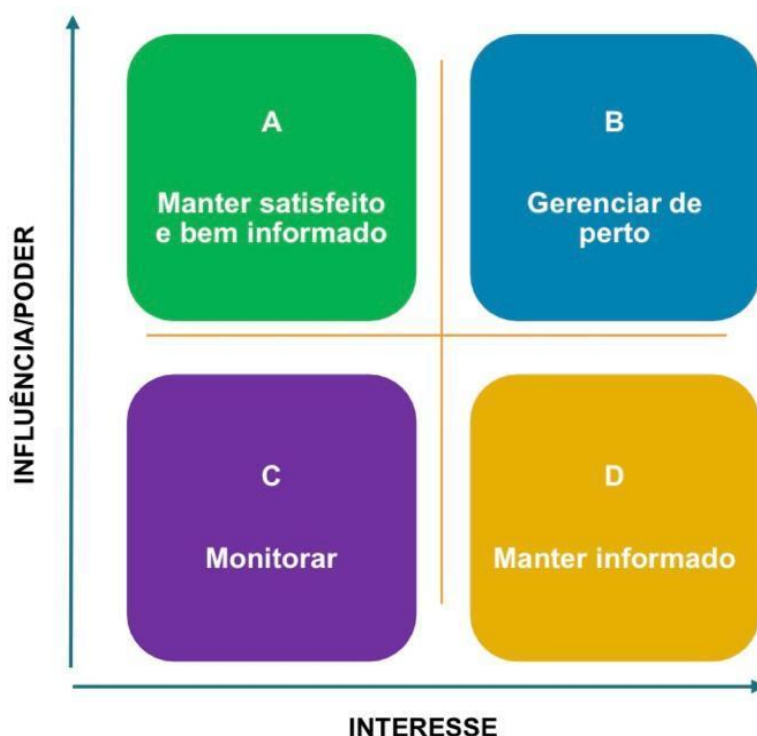
Para alcançar resultados efetivos, é imprescindível o alinhamento das ações de comunicação com os objetivos do HU-UFPI, Plano Diretor da CCS e Plano Estratégico da Ebserh, definidos nos seguintes documentos:

- Mapa Estratégico e Plano de Negócio 2025 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.

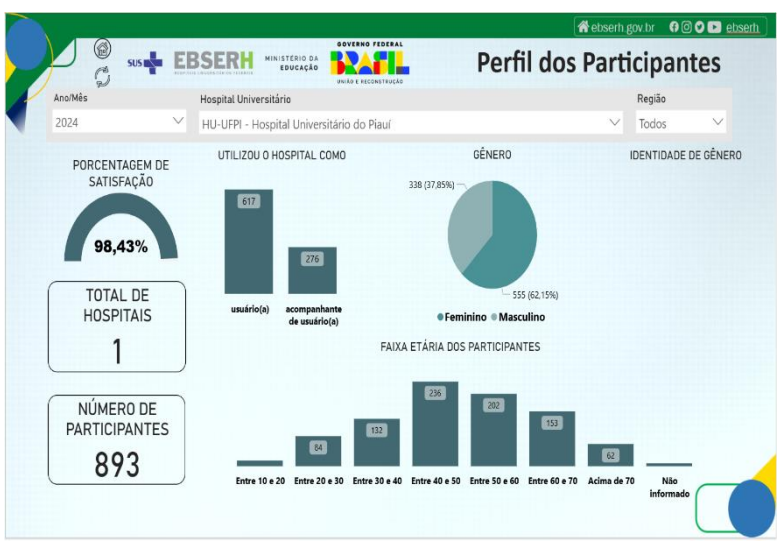
**Mapeamento de públicos do HU-UFPI**

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 2024, 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.



E nesse sentido, na última pesquisa de satisfação dos usuários realizada por toda a Rede Ebserh, o HU-UFPI obteve resultados muito positivos em vários quesitos. O hospital, por exemplo, é indicado por 98,43% dos usuários, atingindo uma nota média geral de 9,59 dentre os participantes da pesquisa. Em relação à satisfação, a soma dos muito satisfeitos (84,99%) com a dos satisfeitos (13,44%) chega ao percentual de 98,43%.

Já a Pesquisa de Satisfação do Residente da Rede Ebserh 2024, que avalia a instituição como formadora de

profissionais alta complexidade em saúde, o HU-UFPI figura com a nota 7,97 e nível de satisfação de 82,43%, além de ser um dos mais conceituados como campo de prática, com 94,7% de satisfação.

#### 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: organização, acolhimento, cuidado humanizado; ao passo que direcionaram à Ebserh as seguintes palavras: SUS, concurso público, desvalorização do trabalhador. 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, boa acessibilidade, resolutividade, ensino e saúde, referência em saúde.

No âmbito do **relacionamento institucional**, para a pergunta “como poderíamos ser mais próximos da Universidade?”, o grupo respondeu com a realização de eventos, cursos, campo de estágio, treinamentos, ações com a participação da UFPI, atuação de mais preceptores e professores junto ao HU-UFPI. Ademais, o grupo citou quatro instituições de quem o HU-UFPI poderia ser mais próximo: o Senac para a oferta de treinamentos e realização de ações sociais;

SESC para divulgação dos serviços ofertados; o Hospital São Marcos para encaminhamento de pacientes com determinados tipos de câncer não contemplados no HU-UFPI; 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 cita ações voltadas para a saúde mental e combate ao assédio moral; ações de premiação como fora de valorização; práticas integrativas; cursos de capacitação e oficinas; oferta de bolsas de cursos, inclusive de pós-graduação, mediante parceria com outras instituições. entende que poderia ter mais abertura de negociação do trabalhador junto a chefia.

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 reuniões mensais via Teams com superintendente e os gerentes, bem como a realização de mesa redonda para entender os processos.

Em relação aos **temas que faltariam mais transparência do hospital**, o grupo apontou regras sobre sanções dos colaboradores, fila do SUS e fila eletiva do hospital, contratação de serviços e aquisições de materiais.

No que se refere à **comunicação interna**, o grupo entende que deveria haver uma melhoria do sinal de internet, bem como no uso dos dispositivos móveis. E quando questionado se consegue acessar facilmente as informações necessárias para desempenho das funções, o grupo respondeu que não consegue e que deveria ter uma parte específica no site, por exemplo, que se pudesse fazer essa pesquisa por cargo/função.

Para **aprimorar a comunicação no ambiente de trabalho**, principalmente na assistência, o grupo sugeriu trabalhar a comunicação não-violenta e assertiva, as relações interpessoais, com a realização de eventos e campanhas voltados para isso. E os **canais de comunicação interna mais utilizados**, segundo o grupo, são as telas dos computadores (wallpaper) em razão da disponibilidade e acesso imediato; e-mail por ser institucional e o SEI por ser da obrigação do cargo e pela objetividade.

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 e a sede, reuniões trimestrais de forma online e desburocratização nas relações.

### Avaliação das principais e ações realizadas em 2024

Ação realizada	Público	Deu certo	Pode melhorar	Observação
Mutirões realizados em 2024 – Ebserh em Ação – Dia E (cirurgias eletivas, cardíacas,	Usuários do SUS	Imagem positiva da institucional reforçada (antecipação de fila do SUS); ampla divulgação e	Aumentar o nível de conscientizar dos profissionais envolvidos no tocante à importância de	Há sempre uma boa inserção por parte da imprensa em geral em relação a esse tipo de pauta

<p>ortopédicas e oftalmológicas de alta complexidade, exames e consultas - inclusive voltadas ao câncer de cabeça e pescoço, dentro da campanha Julho Verde, cujo setor respectivo também realizou mutirão)</p> <p>Ações:</p> <p>Apoio, divulgação ampla, com confecção de material de divulgação (release para imprensa, matéria, cards, vídeo para divulgar no site, redes sociais, TV corporativa), articulação de entrevistas dos profissionais envolvidos e personagens.</p>		<p>cobertura da imprensa digital e televisiva, inclusive com pacientes personagens.</p>	<p>dar entrevistas, e melhor prepará-los por meio de treinamentos</p>	
<p>Campanha de Elogios realizada em</p>	<p>Usuários, colaboradores em geral, professores,</p>	<p>Em 2024, a HU-UFPI foi a terceira instituição</p>	<p>Realização de mais campanhas ao longo do ano,</p>	<p>Os elogios melhoram o clima organizacional;</p>

<p>parceria com a Ouvidoria.</p> <p>Além das divulgações toda sexta-feira, “Sextou com Elogios no HU-UFPI”, temos divulgações internas mensais dos mais elogiados, e realizamos outras ações como: “No mês do servidor, faça um elogio”</p> <p>Ações:</p> <p>Apoio, confecção de material de divulgação externa (site, redes sociais,) e interna (por e-mail institucional, área de trabalho, TV corporativa)</p>	<p>residentes e gestores</p>	<p>pública federal mais elogiada do Brasil.</p>	<p>reforçando junto às chefias da importância dos elogios para o clima organizacional</p>	<p>há maior valorização do trabalhador e da instituição, consequentemente melhora a prestação dos serviços de saúde</p>
<p>Principais Campanhas</p> <p>Janeiro Branco - saúde mental</p> <p>Janeiro Roxo – hanseníase</p>	<p>Usuários e colaboradores em geral</p>	<p>Imagem positiva da instituição reforçada; ampla divulgação e cobertura da imprensa em geral (digital,</p>	<p>Aumentar o efetivo da UCR11 para atender as demandas, uma vez que as campanhas exigem atuação antes, durante e depois das</p>	<p>Há sempre uma boa inserção por parte da imprensa em geral em relação as campanhas</p>

<p>Março - Dia Internacional da Mulher</p> <p>Higienização das mãos</p> <p>Campanha “HU-UFPI Solidário: de mãos dadas com o Rio Grande do Sul”</p> <p>Maio – Dia das Mães</p> <p>Maio Verde - Combate ao Glaucoma</p> <p>Julho Amarelo – hepatites virais</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, cards, camisa, vídeo), divulgação externa (site, redes sociais, release para imprensa) e</p>		<p>televisiva e rádio).</p>	<p>ações/eventos. Algumas campanhas têm uma programação bastante extensa, que duram o mês inteiro, a exemplo do Outubro Rosa, exigindo confecções de diversos materiais/cards da programação e divulgação toda semana, além da cobertura.</p>	
---	--	-----------------------------	---	--

<p>interna (área de trabalho, TV corporativa, e-mail institucional) e cobertura do evento.</p>				
<p>Eventos</p> <p>Semana de Integração das Residências Médicas e Multiprofissionais</p> <p>Simpósio de Pesquisa e Inovação Tecnológica e I Fórum de Transformação Digital</p> <p>V Workshop de Comunicação Efetiva</p> <p>I Simpósio de Odontologia</p> <p>Semana da Enfermagem</p> <p>II Jornada de Informações da DivGP</p> <p>IV Jornada Científica do Curso de Medicina da UFPI</p>	<p>Colaboradores em geral do HU-UFPI, discentes e docentes da UFPI</p>	<p>Imagem institucional reforçada, valorização dos profissionais, alinhamento à missão de fomentar a formação de recursos humanos por meio do desenvolvimento de ensino, pesquisa e extensão</p>	<p>Aumentar o efetivo da UCR11 para atender as demandas, uma vez que as programações são extensas e exigem atuação antes, durante e depois das ações/eventos.</p>	<p>Os eventos são realizados todos os anos e gera uma grande expectativa entre os profissionais do hospital.</p>

I JORNADA DE SAÚDE PSÍQUICA Jornada Científica Diálogos Correccionais VII Simpósio de Nutrição Clínica VII Semana de Segurança do Paciente I Simpósio de Promoção do Cuidado em Saúde Mental VI Simpósio de Fisioterapia Hospitalar VII Semana de Estomaterapia II Simpósio Multiprofissional de Imaginologia/Radiologia Sipat - "Trabalhar com a Mente Saudável" Fórum de Ciências e Inovação em Saúde IV Simpósio de Fonoaudiologia Hospitalar				
---	--	--	--	--

<p>Ações: apoio, confecção de material de divulgação (camisa, cards, vídeos, identidade visual, matéria para divulgação no: site, redes sociais, TV corporativa, e-mail institucional).</p>				
<p>Eventos de inauguração Centro de Reabilitação Cardiovascular e Metabólica Novo Prédio do Serviço de Radioterapia</p> <p>Ações: 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</p>	<p>Prestação das informações, pelos setores respectivos, 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**

<b>Canal</b>	<b>Situação atual (efetividade)</b>
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 encaixe de conteúdos, sendo a mídia social mais acessada pelos usuários internos - conforme pesquisa realizada -, e externos.

<b>Rede social</b>	<b>Seguidores em 2023</b>	<b>Aumento de seguidores em 2024</b>	<b>Conteúdo com mais engajamento</b>	<b>Conteúdo com menos engajamento</b>
Instagram	> 19mil	> 24mil (aumento de mais de 5 mil seguidores)	Vídeo referente à realização, pelo HU-UFPI, da primeira cirurgia para tratamento da doença de Parkinson no estado do Piauí pelo	Dia dos Pais

			Sistema Único de Saúde (SUS)	
--	--	--	------------------------------	--

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 tanto o site oficial do HU-UFPI como também todas as redes sociais, e assim tenha mais informações e notícias sobre o hospital.

Desses novos perfis, o Youtube 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 (Figura 8).

### Avaliação da pesquisa de Comunicação interna

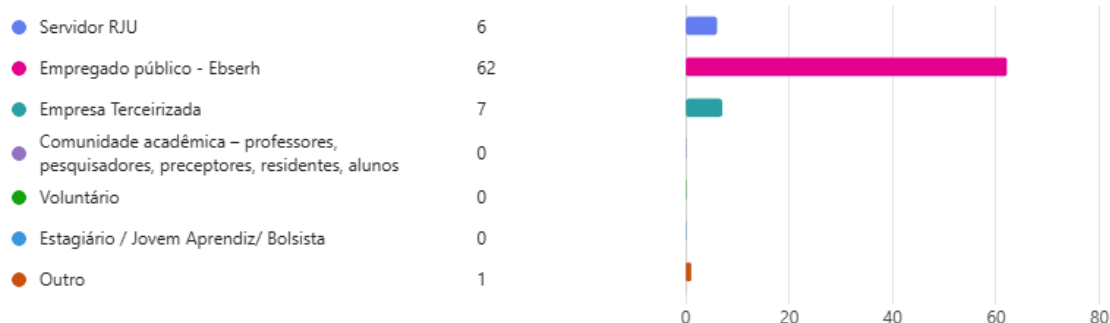
A pesquisa de comunicação interna, com o propósito de avaliar a efetividade dos canais de comunicação existentes e as preferências, bem como ouvir sugestões de melhorias, foi aplicada por meio de formulário eletrônico (*Microsoft Forms*) no período de 22 a 29 de agosto de 2025 e contou com a participação de 76 pessoas (81,5% - empregados públicos da Ebserh; 9,2% - empregados terceirizados; 7,8% - servidores RJU e 1,3% - 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*).

As figuras a seguir indicam os resultados obtidos para as 14 questões disponibilizadas no formulário da pesquisa, com participação relativa de empregados Ebserh, sendo mais da metade da área administrativa e todos pertencentes ao turno diurno (Figuras 1, 2 e 3).

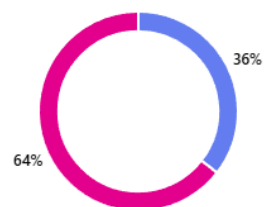
Figuras 1, 2 e 3 - Vínculo, área e turno de trabalho dos participantes

1. Qual é o seu vínculo?



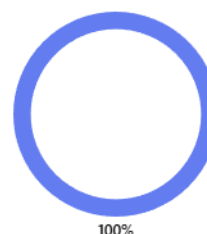
2. Qual a sua área?

● Assistencial	27
● Administrativa	49
● Apoio e manutenção	0



3. Qual o turno de trabalho?

● Diurno	76
● Noturno	0



Fonte: Pesquisa de Comunicação Interna, HU-UFPI, 2025.

No tocante ao sentimento de integração (Figura 4), 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 4.17. Em relação à Ebserh, para a mesma pergunta (“o quanto você se sente integrado à Ebserh?”), a média foi de 3.82.

Figuras 4 e 5 – Sentimento de integração institucional

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



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

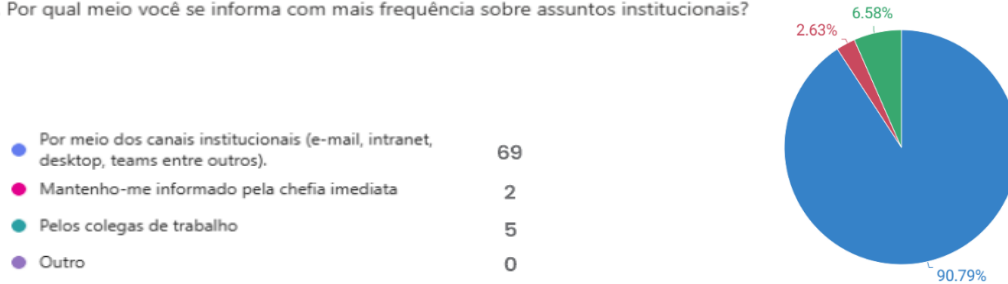


Fonte: Pesquisa de Comunicação Interna, HU-UFPI, 2025.

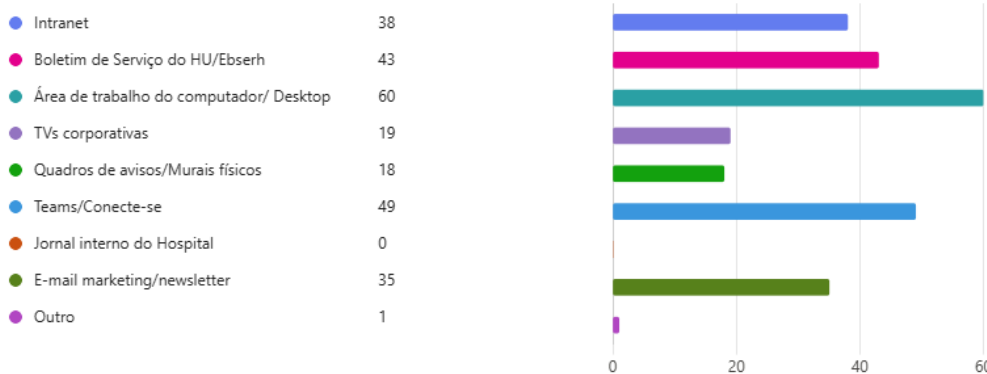
Sobre assuntos institucionais, os canais institucionais (Figura 6) mostraram-se predominantes para obtenção de informações, sendo a área de trabalho do computador/Desktop o canal de comunicação interna mais acessado, seguido pelo Teams e Boletim de Serviço (Figura 7)

Figuras 6 e 7– Meios de comunicação e frequência de acesso

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



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

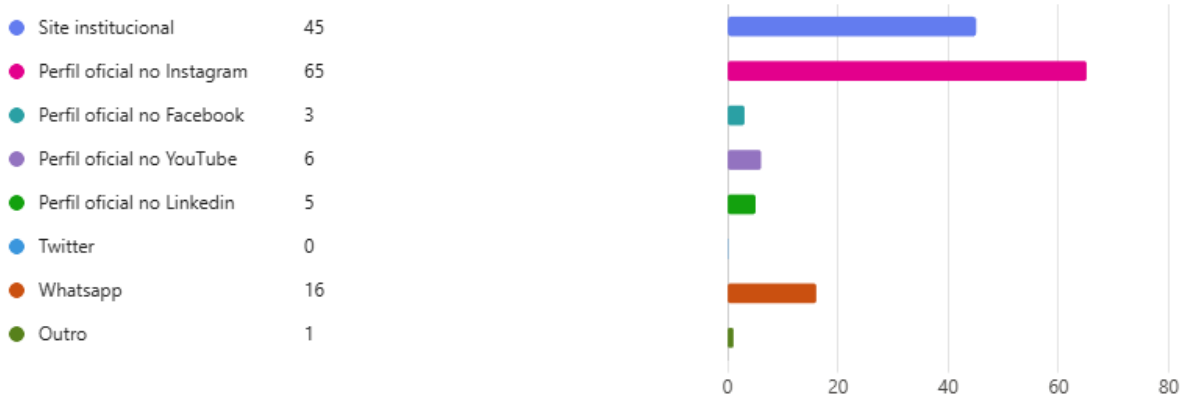


Fonte: Pesquisa de Comunicação Interna, HU-UFPI, 2025.

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 8), com maiores índices de interação e alcance de conteúdo do hospital. O site institucional mostrou-se também bastante acessado, ficando em segundo lugar.

Figura 8 - Canais institucionais mais acessados

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



Fonte: Pesquisa de Comunicação Interna, HU-UFPI, 2025.

A avaliação sobre a comunicação interna do hospital apontou resultados relativamente positivos (Figura 9), em uma escala de 1 a 5, a classificação média das respostas ficou em 3.86.

Figura 9 – Avaliação da comunicação interna

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



Fonte: Pesquisa de Comunicação Interna, HU-UFPI, 2025.

O e-mail institucional, Instagram, computador (area de trabalho) e Teams foram indicados como os canais de comunicação mais indicados como efetivos (Figura 10), por serem acessados diariamente, de fácil acesso, visualização e organização das informações, segundo alguns respondentes.

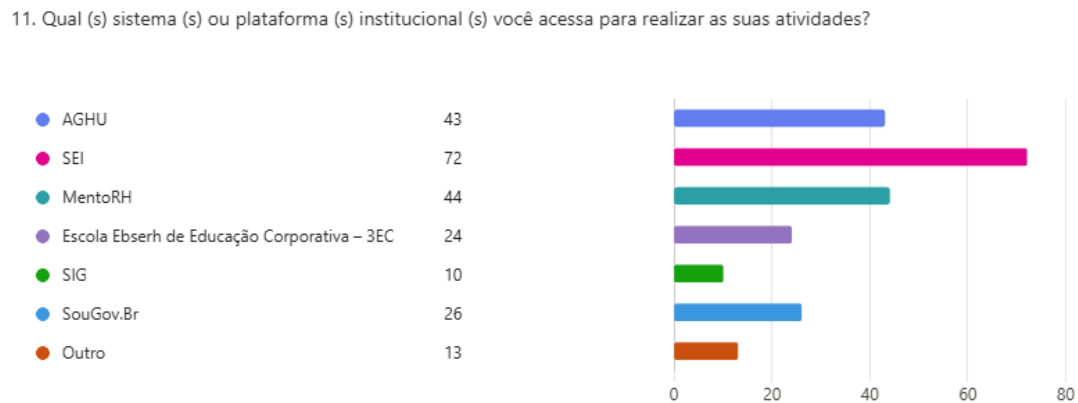
Figura 10 – Canais de comunicação mais efetivos



Fonte: Pesquisa de Comunicação Interna, HU-UFPI, 2025.

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 11).

Figura 11 – Sistemas ou plataformas mais acessadas para realização de atividades

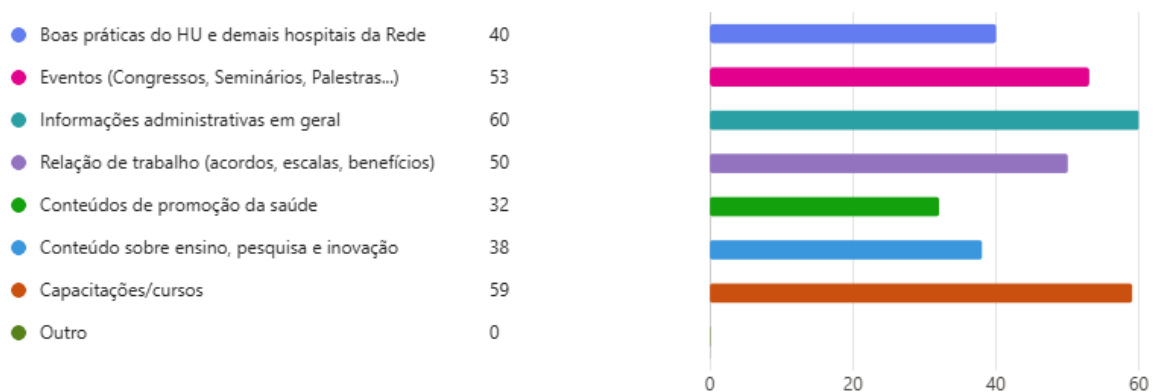


Fonte: Pesquisa de Comunicação Interna, HU-UFPI, 2025.

As informações que mais despertam o interesse, de acordo com a pesquisa (Figura 12), são as relacionadas a informações administrativas em geral, seguida por capacitações/cursos e eventos (Congresso, Seminário, Palestras). E nesse contexto, 99% dos respondentes consideram importante a realização de eventos presenciais ou remotos de aproximação/informativos da Alta Gestão com os trabalhadores (Figura 13).

Figura 12 e 13 - Interesse nas informações institucionais e importância de eventos presenciais

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



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



Fonte: Pesquisa de Comunicação Interna, HU-UFPI, 2025.

Figura 14 – 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](#)



Fonte: Pesquisa de Comunicação Interna, HU-UFPI, 2025.

Como sugestão para melhoria da comunicação interna (Figura 14), 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:

“Melhorar a comunicação, deixar a alta gestão mais acessível aos colaboradores para informativos e feedbacks”

“Fazer uso de uma combinação de intranets, newsletters, e-mails, aplicativos de mensagens instantâneas e painéis informativos para garantir que todos os colaboradores tenham acesso às informações. Principalmente focar nas redes sociais.”

“A comunicação da instituição não deixa nada a desejar.”

## 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 e da Ebserh na imprensa, por meio do aumento na veiculação de notícias positivas sobre a instituição;
- 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).

## 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.
- Definir o posicionamento das redes sociais com produção de conteúdos que demonstrem e fortaleçam a importância do HU-UFPI 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-UFPI que são influenciadores internos e convidar para campanhas e ações internas e externas.
- Incentivar visitas de autoridades ao HU-UFPI para estreitar o relacionamento, em parceria com o SEGOV, para que possam conhecer, a fundo, a importância do hospital para o SUS e, desta maneira sensibilizar a apresentar emendas parlamentares e realizar doações e parcerias.
- Desenvolver ações voltadas para os pacientes que informem sobre prevenção de doenças e sobre os serviços prestados.

## 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/docentes (presencialmente e online)	Número de participantes	Regional / Eventos e Comunicação Interna
Vídeos institucionais com novidades, rotinas e fluxos	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	500 visualizações	Número de visualizações	Regional / Audiovisual e Redes Sociais

dos setores								
Sextou com elogios e Elogiados do mês	Reforçar os feedbacks positivos sobre os trabalhos desenvolvidos	Unidade de Comunicação Regional e Ouvidoria	Semanal e mensal	Desktop, TV Corporativa e redes sociais	Baixo reconhecimento dos esforços dos trabalhadores	5 elogios (sextou com elogios) 30 (elogiados do mês)	Número de elogios registrados	Regional / Audiovisual e Redes Sociais
Objetivo 2: Fortalecer a imagem do HU-UFPI e da Ebserh na imprensa, por meio do aumento na veiculação de notícias positivas sobre a instituição								
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

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	Trimestral	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/reuniões	Regional / Eventos e Comunicação Interna
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	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

# HU-UFPI

## Plano de Comunicação

				de mensagens instantâneas				
--	--	--	--	------------------------------	--	--	--	--

## 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? \*

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

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 e 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?

Em quais temas você acha que falta mais transparência em seu HU?

### 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.