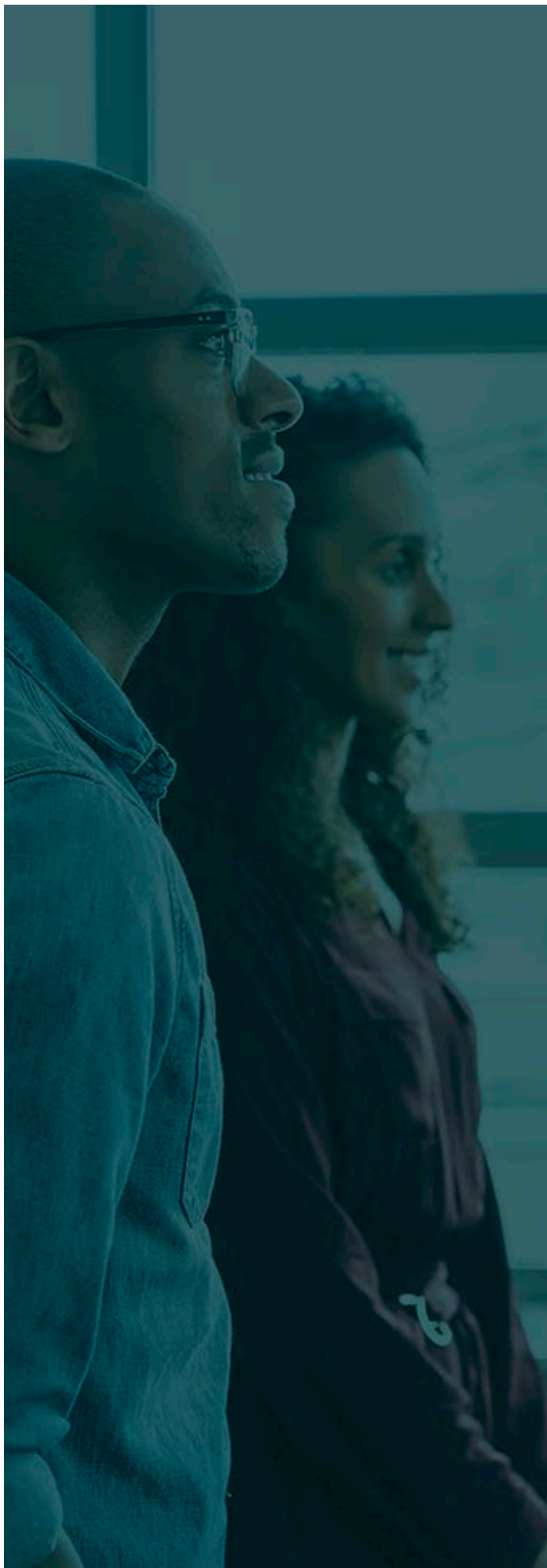




PLANO DE COMUNICAÇÃO 2024

HU-Univasf



SUMÁRIO

Introdução	3
1. Documentos norteadores	7
2. Públicos	8
3. Diagnóstico.....	10
4. Objetivos do Plano.....	21
5. Estratégias.....	22
6. Plano de ação.....	23
7. Monitoramento e mensuração	27

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

INTRODUÇÃO

O Hospital Universitário foi inaugurado em 04 de setembro de 2008, conhecido como Hospital de Urgências e Traumas Doutor Washington Antônio de Barros (HUT), e foi administrado pela Prefeitura Municipal de Petrolina até 31 de julho de 2013. Foi administrado também, através de convênio, pelo Instituto de Saúde e Gestão Hospitalar (ISGH) de agosto de 2013 a janeiro de 2015. Desde 01 de fevereiro de 2015, o hospital passou a ser administrado pela Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares (Ebserh) e atualmente é denominado Hospital Universitário da Universidade Federal do Vale do São Francisco (HU-Univasf).



O HU-Univasf é a unidade de referência para os 53 municípios da Macrorregião Interestadual de Saúde do Vale do Médio São Francisco – Pernambuco e Bahia, formada por seis microrregionais de saúde e abrangendo

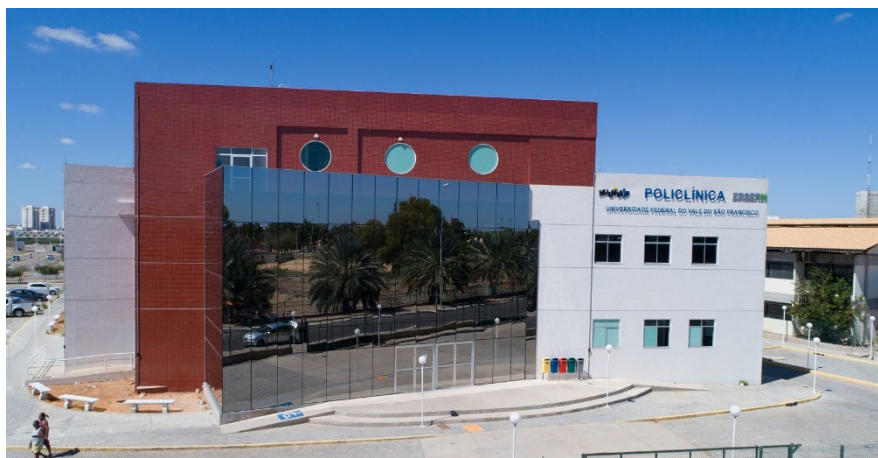
uma população de, aproximadamente, 2.077.000 habitantes nos estados de Pernambuco e Bahia. Possui vocação para atenção a urgências e emergências que incluem politraumatismo, neurologia e neurocirurgia (alta complexidade), traumato-ortopedia (alta complexidade), cirurgia geral, cirurgia vascular, cirurgia bucomaxilofacial, clínica médica e cirurgia plástica restauradora, com atendimento multidisciplinar das equipes de saúde.

O HU-Univasf é campo de ensino para os cursos de ensino superior oriundos da própria Univasf: Enfermagem, Psicologia, Medicina, Farmácia; ou da Universidade de Pernambuco (UPE): Enfermagem, Fisioterapia, Nutrição; Faculdade de Ciências Aplicada de Petrolina (FACAPE): Serviço Social; Faculdade São Francisco de Juazeiro (FASJ): Fisioterapia. Além de cursos superiores, o HU-Univasf é campo de prática para escolas técnicas conveniadas.

Hospital Universitário da Univasf (HU-Univasf/Ebserh)

Plano de Comunicação

Em 17 março de 2017, foi inaugurada a Policlínica da Univasf, unidade vinculada ao Hospital Universitário, voltada ao atendimento ambulatorial gratuito, oferecendo consultas, exames de diagnóstico por imagem



e pequenas cirurgias, além de ser um ambiente adequado ao desenvolvimento de pesquisa e ensino para diversos cursos da área da saúde.

O HU-Univasf e a Policlínica integram o Sistema Único de Saúde (SUS) e prestam serviços totalmente gratuitos à população do Vale do São Francisco, com atendimento em urgência e emergência, funcionando 24 horas por dia, e atendimento ambulatorial em dias e horários agendados.

O HU-Univasf possui 145 leitos ativos.

Quanto aos serviços de apoio diagnóstico e terapêutico, o hospital dispõe do serviço de radiologia simples, tomografia computadorizada, arco cirúrgico (fluoroscopia), ultrassonografia, vídeo-cirurgia, patologia clínica, eletrocardiografia, ecocardiografia, endoscopia digestiva e fisioterapia. Além disso também dispõe de serviço de farmácia hospitalar, nutrição dietética e atenção psicossocial. O HU conta ainda com outros serviços terceirizados: ressonância nuclear magnética, angiorradiologia e anatomia-patológica.

A entrada de emergência hospitalar possui três consultórios médicos e é projetada de acordo com a proposta e diretrizes do Ministério da Saúde (Acolhimento e Classificação de Risco) dispondo de sala de acolhimento com classificação de risco, sendo a Sala de Emergência para o atendimento médico imediato; Sala de Cuidados Intermediários, destinada ao atendimento de pacientes em estado crítico; Sala de Internação, equipada para atendimento de pacientes de urgência relativa e encaminhamento para especialidades; e Sala de Observação de Urgência e Emergência, onde são atendidos os pacientes no nível ambulatorial com áreas de procedimentos médicos e de enfermagem como curativo, sutura, medicação e nebulização. Por fim, a estrutura

Hospital Universitário da Univasf (HU-Univasf/Ebserh)

Plano de Comunicação

de urgência e emergência possui: sala de imobilização, sala de higienização, uma sala de procedimentos cirúrgicos de baixa complexidade e duas salas de repouso/observação.

O Bloco Cirúrgico conta com seis salas equipadas para cirurgias de média e alta complexidade e sala de recuperação anestésica com seis leitos.

A Policlínica dispõe de 22 consultórios, três salas de cirurgias para procedimentos de baixa complexidade, laboratórios de Biologia Molecular, Histopatologia e Multiusuários, além de ambulatório para curativos e posto de coleta de sangue.

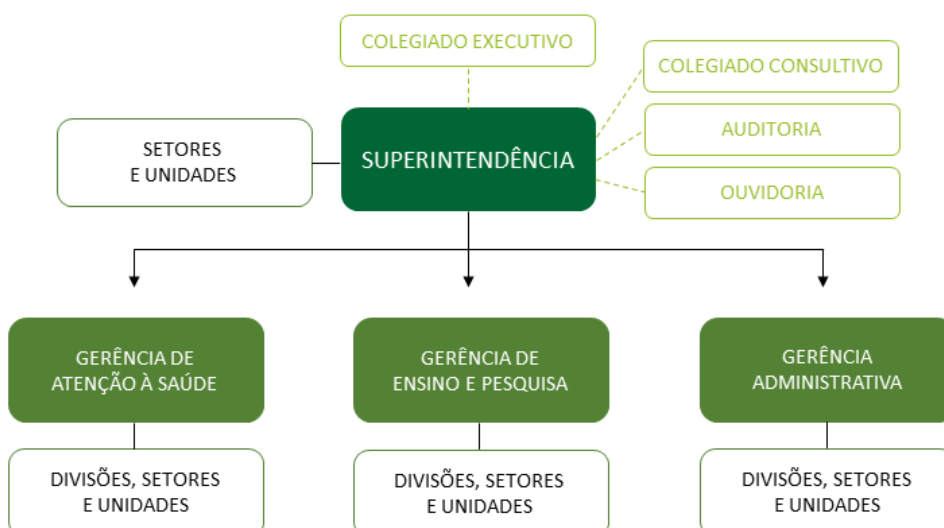
Propósito: Saúde, ensino, pesquisa e inovação a serviço da vida e do SUS.

Visão: Consolidar-se como hospital de excelência na assistência, ensino, pesquisa, extensão, inovação tecnológica, gestão e sustentabilidade organizacional para a formação multiprofissional no âmbito do SUS.

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 cedidos	11
Empregados públicos Ebserh	900
Profissionais terceirizados	260

Números de atendimentos no último ano:

Atendimentos de urgência: 38.153

Internações: 9.057

Consultas ambulatoriais: 27.796

Exames laboratoriais: 155.696

Exames de imagem: 89.154

Cirurgias: 4.660

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

Residências	Quantitativo/ano
Residência médica	50
Residência multiprofissional	13
Residência uniprofissional	8
Preceptores no total	310

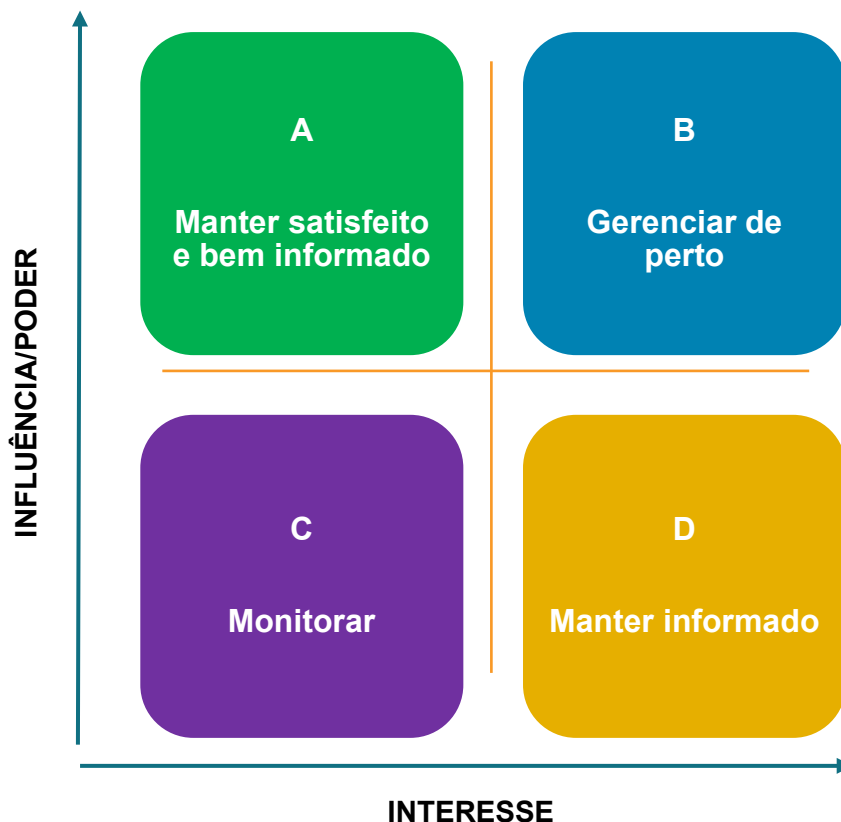
1. DOCUMENTOS NORTEADORES

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](#)
- Política de Comunicação da Universidade – [clique aqui e acesse](#)
- Plano Diretor Estratégico (PDE) do HU-Univasf – [clique aqui e acesse](#)
- Manuais da Comunicação da Rede Ebserh (Redes Sociais, Manual da Marca, etc.) – [clique aqui e acesse](#)

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

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 e campanhas educativas
A	Ministério da Educação, Univasf, 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	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

3. DIAGNÓSTICO

O senso de relevância institucional, por parte de todos os públicos de interesse do HU-Univasf, bem como o senso de pertencimento por parte, sobretudo, dos profissionais e da comunidade acadêmica, é um aspecto preponderante nas pesquisas primárias e secundárias analisadas para a elaboração deste plano.



Oficina de identificação dos macroproblemas para o PDE 2024-2028 do HU-Univasf

As mais recentes pesquisas de satisfação promovidas pelo HU-Univasf/Ebserh e aplicadas junto aos usuários e residentes, por exemplo, revelam **percepções positivas sobre a qualidade dos serviços prestados (satisfação superior a 90%)** e do potencial de aprendizado e produção de pesquisas, frente à **qualificação do corpo de profissionais** e ao **moderno parque tecnológico** disponível no hospital.

Tal posição de destaque e referência do HU perante à Macrorregião Interestadual de Saúde do Vale do Médio São Francisco – Pernambuco e Bahia, proporciona oportunidades para todas as partes interessadas e os esforços de comunicação social se valem desta potencialidade para o alcance dos seus objetivos. No entanto, torna-se relevante também observar os pontos de atenção para que as estratégias envolvidas estejam em sinergia com o propósito institucional.

Em suma, a concepção da infraestrutura hospitalar para atendimento à demanda do município de Petrolina, em 2008, já não corresponde à necessidade contemporânea, considerando o aumento expressivo da população em todo o raio de abrangência da Rede Interestadual, ao passo que os serviços de saúde complementares não evoluíram na mesma proporção. Isto posto, a superlotação hospitalar é uma das maiores ameaças constatadas, interferindo diretamente no desenvolvimento dos processos de trabalho.



Grupo focal com profissionais, estudantes e representantes da Univasf

Neste sentido, o planejamento de comunicação social é ferramenta imprescindível para mobilização e sintonia de interesses diante da disputa de sentidos que abarca os diferentes públicos vinculados. A atitude discursiva interna e os atributos da identidade institucional devem estar em consonância com os anseios e imaginário externos para que as entregas do HU sejam validadas e reconhecidas a longo prazo, assim como seja cada vez mais viável a interlocução para o aprimoramento dos fluxos e capacidade operacional com apoio dos atores envolvidos nos processos de saúde e educação.

Hospital Universitário da Univasf (HU-Univasf/Ebserh)

Plano de Comunicação

Destaca-se, portanto, o amadurecimento da compreensão, por parte dos públicos de interesse, dos desafios enfrentados pelo HU-Univasf frente à **demandas por atendimentos em uma macrorregião que se expandiu econômica e socialmente de modo expressivo**, bem como os aspectos de ensino, pesquisa, inovação e extensão que foram e continuam sendo intensamente investidos desde que a Ebserh assumiu a gestão da unidade.

Outro ponto a ser considerado é a necessidade de aprimoramento da **integração entre o Hospital Universitário e a Universidade**, unindo potenciais de aprendizagens, pesquisas e produção do conhecimento, com apoio, inclusive, de cursos de colegiados acadêmicos para além da área da saúde, quesitos considerados durante consulta à reitoria da Univasf e durante as oficinas de identificação dos macroproblemas do Plano Diretor Estratégico (PDE) do HU-Univasf para o período de 2024 a 2028.

Avaliação de ações realizadas em 2023:

Ação realizada	Público	Deu certo	Pode melhorar	Observação
Articulação de entrevistas e divulgações sobre Pesquisa Clínica e Inovação Tecnológica em Saúde	Sociedade e comunidade acadêmica	Reforço dos atributos de ensino e pesquisa à imagem institucional	Destacar demais orientadores, pesquisadores e discentes como fontes nas próximas ações	Gerência de Ensino e Pesquisa adquiriu maior visibilidade
Campanha sobre os índices de atendimentos a vítimas de acidentes de trânsito	Usuários, colaboradores, imprensa e comunidade	Intensificação das pautas sobre este tipo de ocorrência, conscientizando sobre prejuízos à saúde pública	Continuidade da prestação de boletins informativos mensais	Os esforços de comunicação empreendidos resultaram em um artigo científico apresentado durante o I Simpósio de Ensino, Pesquisa, Extensão e Inovação do HU-Univasf

Divulgação e apoio ao projeto 'Notificador do mês – Vigihosp' e campanhas de segurança do paciente	Colaboradores e comunidade acadêmica	Valorização da cultura de segurança do paciente, da conformidade dos processos e compartilhamento de práticas seguras baseadas em evidências nacionais e internacionais	Integrar profissionais de diferentes áreas para garantir a segurança de todo o circuito do paciente	Requisitos da Avaliação da Qualidade (AVAQualis) e aprimoramentos do Setor de Gestão da Qualidade tendem a intensificar as ações
----------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Canais de comunicação interna e grau de efetividade:

Canal	Situação atual (efetividade)
TV Corporativa	Alta efetividade – abrangência durante todos os turnos de trabalho
Intranet	Média efetividade – muitos colaboradores ainda não acessam plenamente
E-mail	Alta efetividade – índices satisfatórios de conversão via campanhas, eventos e comunicados
Quadros de avisos	Média efetividade – maior parte colaboradores prefere acessar informações via plataformas digitais
Site institucional	Alta efetividade – índices satisfatórios de conversão via notícias e demais conteúdos publicados
Teams	Baixa efetividade – maior parte dos colaboradores acessa plataforma apenas para participar de reuniões online
Desktop	Alta efetividade – índices satisfatórios de conversão em campanhas, eventos e comunicados

Análise da presença digital do HU:

O perfil oficial do HU no Instagram (@huunivasf) apresenta a maior taxa de engajamento e alcance dos conteúdos, sendo uma das mídias sociais mais acessadas pelos usuários externos e internos.

Funcionalidades como a marcação e colaboração com outros perfis ampliam ainda mais o potencial de interação com fotos, vídeos e stories do perfil.

Já o perfil no Facebook (@huunivasf) vem apresentando índices moderados de engajamento e seguidores, sendo a mídia social menos frequentada pelos públicos do HU.

O canal no YouTube (youtube.com/@huunivasf) apresentou um crescimento de 157% no número de seguidores/inscritos e de 181% mais visualizações em relação ao ano de 2022. Destes inscritos, 16,8% aceitaram receber todas as notificações no canal.

Rede social	Seguidores em 2022	Aumento de seguidores em 2023	Conteúdo com mais engajamento	Conteúdo com menos engajamento
Instagram	6.270	1.600	Ações de humanização durante as comemorações de fim de ano	Divulgação de curso promovido pelo Comitê de Ética em Pesquisa
Facebook	1.796	100	Instalação do angiógrafo e treinamentos iniciais	Encerramento das inscrições para o Programa de Iniciação Tecnológica (PIT)
Youtube	450	95	Tecnologia e saúde - Exames de imagem	Esforços para aprimorar os serviços de neurocirurgia e anestesiologia

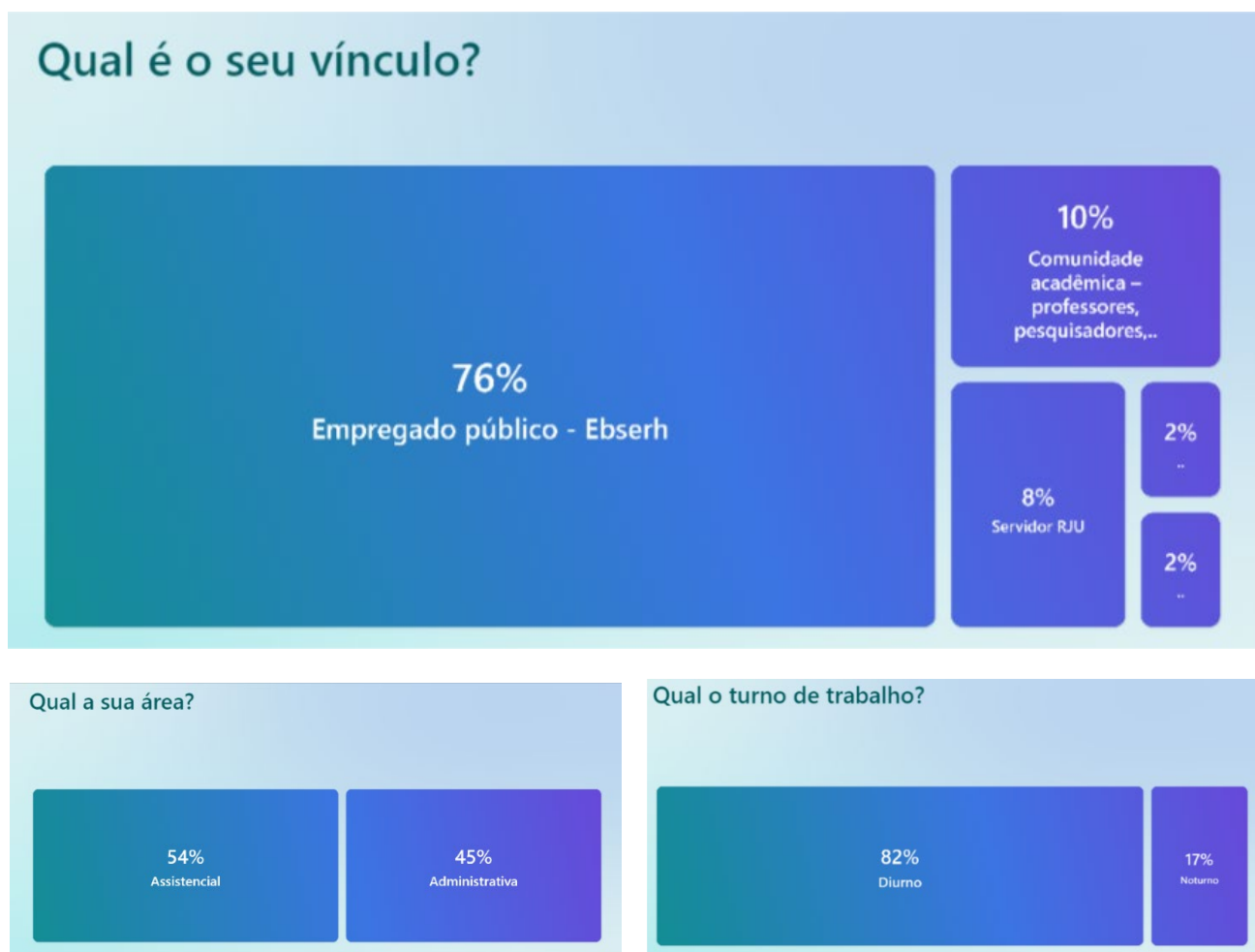
Avaliação da pesquisa de Comunicação interna:

A pesquisa de comunicação interna, com o intuito 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 25 de março a 5 de abril de 2024, e contou com a participação de 46 pessoas (76% - empregados públicos da Ebserh; 10% - comunidade acadêmica; 8% - servidores RJU; 2% - empregados terceirizados; 2% - outros).

Divulgou-se o objetivo e a forma de participação em diferentes canais de comunicação e oportunidades: área de trabalho dos computadores institucionais, e-mail, intranet, TV corporativa, murais internos, reuniões periódicas com as chefias, grupos de mensagens instantâneas (*WhatsApp*), fórum com a superintendência e visitas aos diferentes setores.

As figuras a seguir indicam os resultados obtidos para as 14 questões disponibilizadas, com participação equilibrada entre profissionais das áreas assistencial e administrativa (Figura 2):

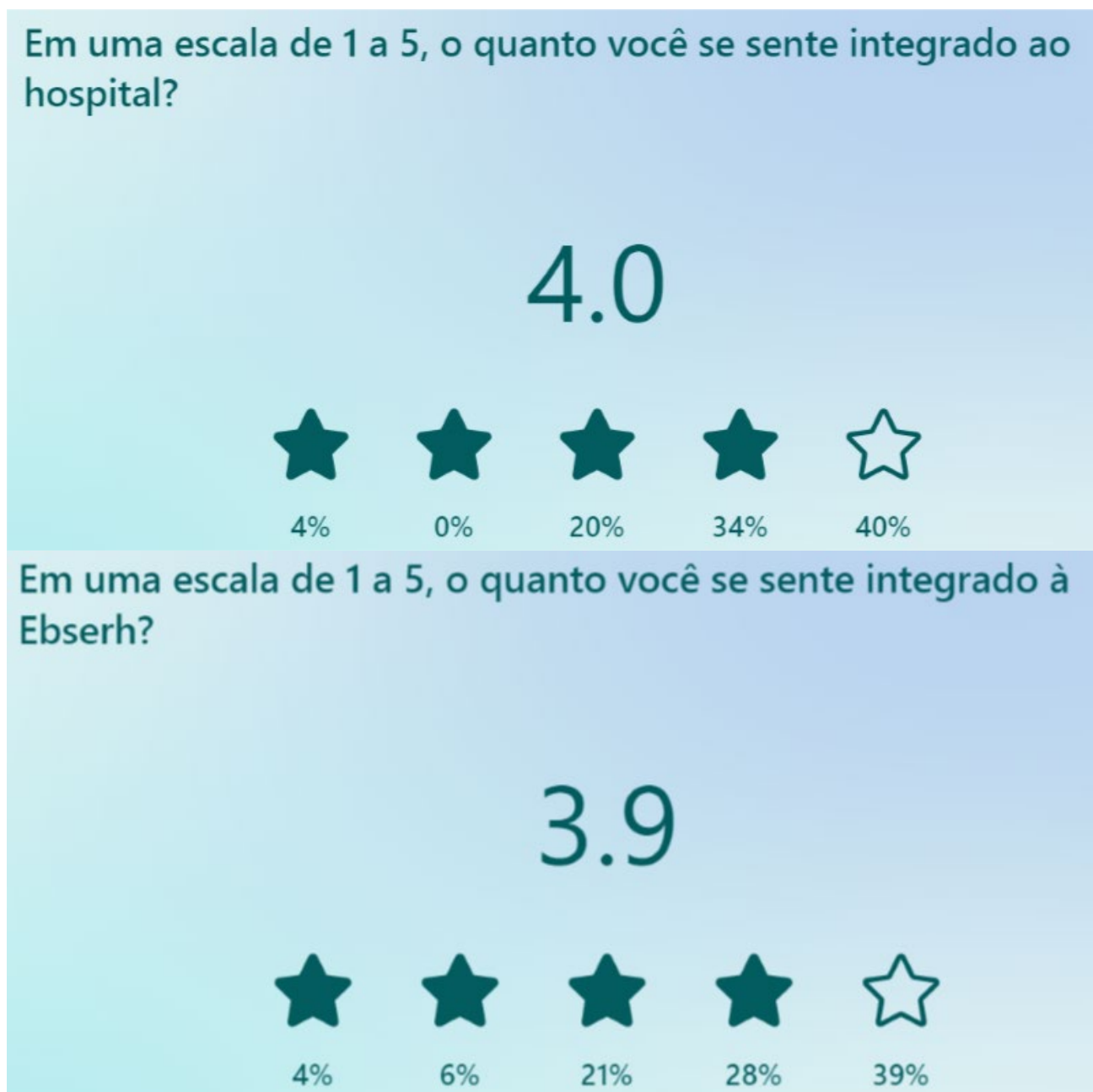
Figura 2 - Vínculo, área e turno de trabalho dos participantes



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

Quanto ao sentimento de integração (Figura 3), a maior parte dos respondentes indicou estar muito ou totalmente integrada ao hospital e à Ebserh.

Figura 3 – Sentimento de integração institucional



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

Os canais institucionais mostraram-se predominantes para a obtenção de informações sobre assuntos institucionais (Figura 4), sendo o Boletim de Serviço o canal mais acessado, seguido pela área de trabalho do computador e e-mail marketing/newsletter, respectivamente.

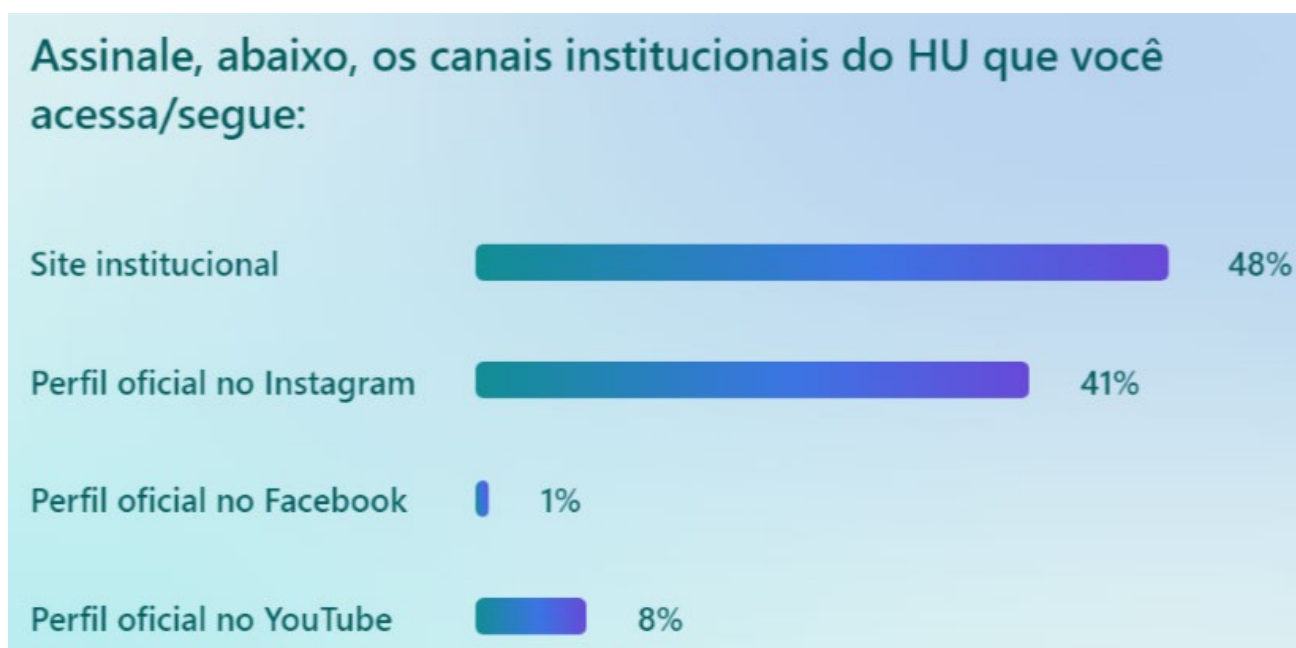
Figura 4 – Meios de comunicação e frequência de acesso



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

Em complemento ao site institucional, o perfil do HU-Univasf no Instagram mostrou-se como um dos canais mais acessados (Figura 5), representando a plataforma de mídia social com maiores índices de interação e alcance de conteúdos do hospital.

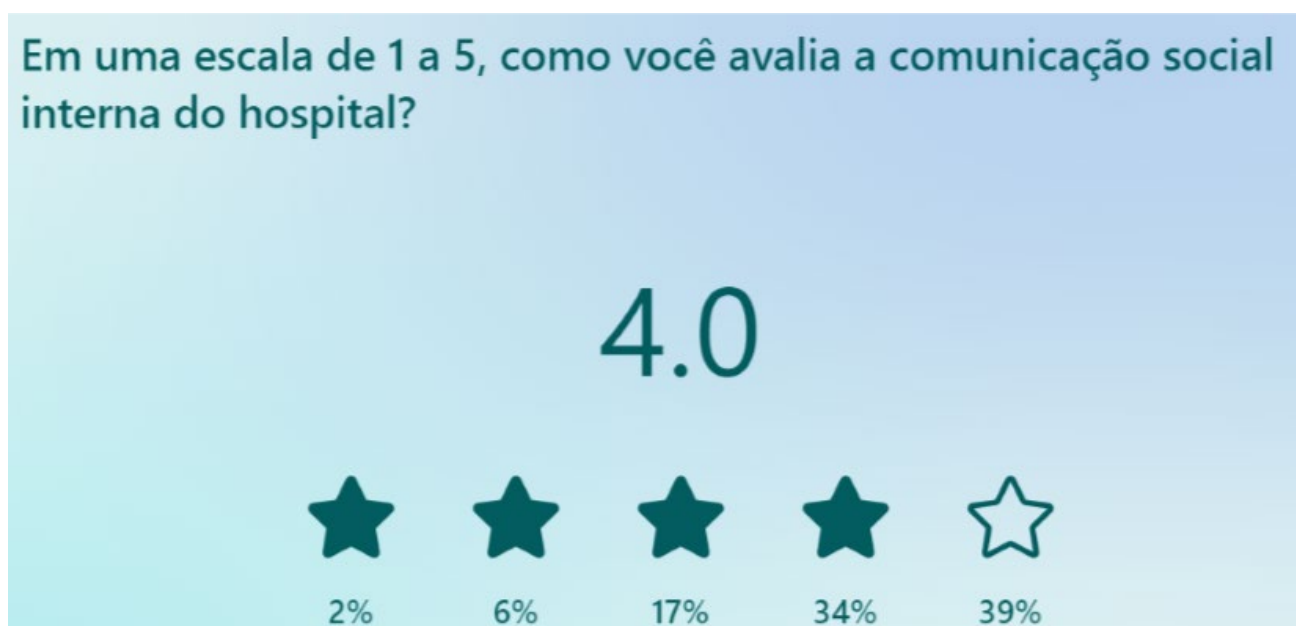
Figura 5 – Canais institucionais mais acessados



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

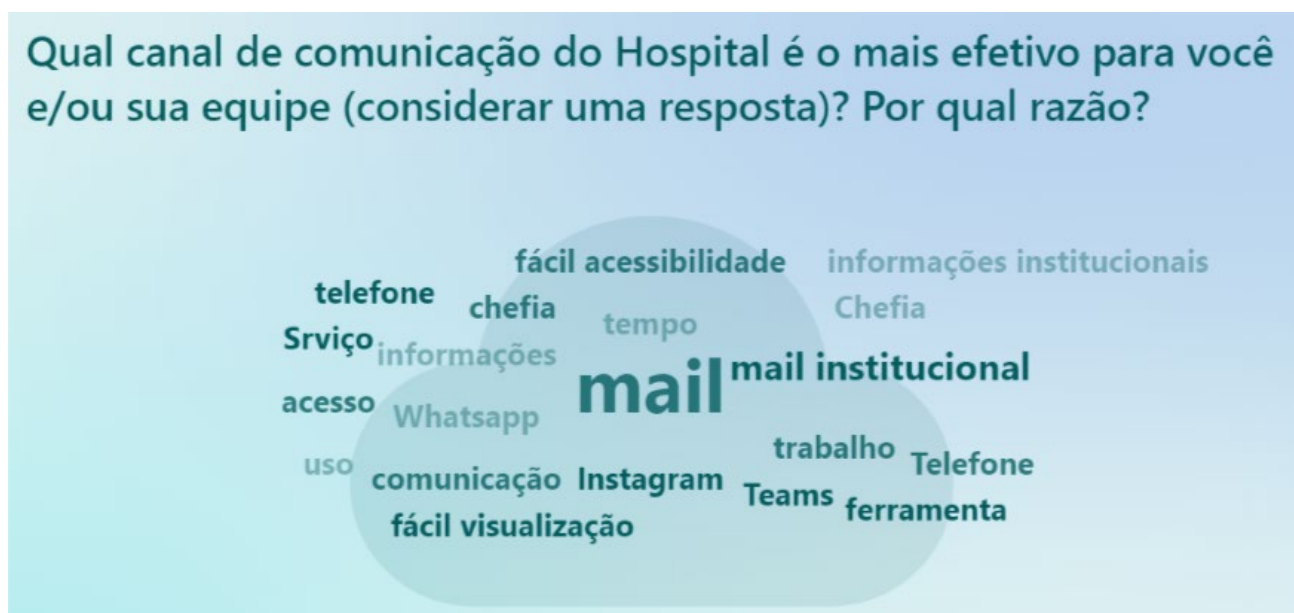
A avaliação sobre a comunicação interna do hospital apontou resultados positivos (Figura 6) em mais da metade das respostas: 34% bom e 39% excelente.

Figura 6 – Avaliação da comunicação interna



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

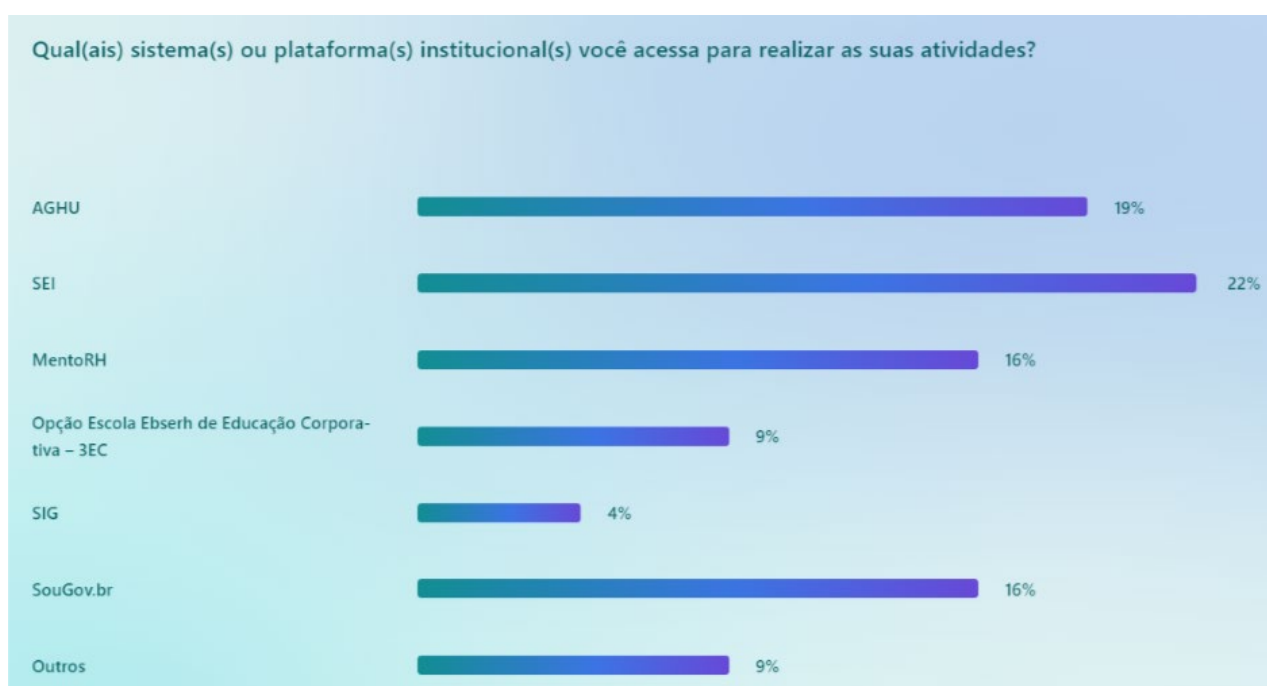
Figura 7 – Nuvem de palavras canais de comunicação mais efetivos



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

O e-mail institucional foi indicado como o canal de comunicação mais efetivo (Figura 7), seja pela facilidade de mantê-lo aberto no computador, recebimento de notificações instantâneas ou pela possibilidade de organização da caixa de entrada em pastas para eventuais pesquisas por assuntos.

Figura 8 – Sistemas institucionais mais acessados



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

Em sintonia com os levantamentos realizados no grupo focal e nas oficinas do PDE, a divulgação de boas práticas do HU desperta o interesse de visualização/acesso, acompanhadas de eventos e capacitações (Figura 9).

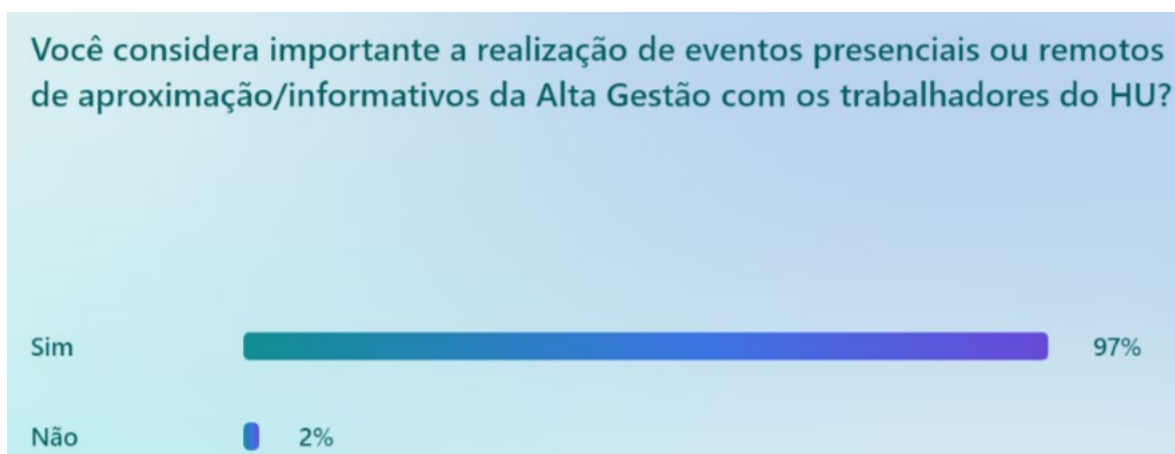
Figura 9 – Interesse nas informações institucionais



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

A necessidade de ampliação de participação nas decisões do HU, reconhecimento e escuta qualificada foram expressadas nas respostas sobre a importância de eventos que aproximem os trabalhadores e a governança (Figura 10).

Figura 10 – Importância sobre a realização de eventos de aproximação com a Alta Gestão



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

Figura 11 – Nuvem de palavras com sugestões de melhoria para a comunicação interna



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

Como sugestões para melhoria da comunicação interna (Figura 11), foram apontadas possibilidades de ajustes no layout dos comunicados institucionais, para facilitar pesquisas no e-mail, e a necessidade de um aplicativo com diversas funcionalidades para aprimorar a comunicação interna e intersetorial, algo que a ferramenta *Microsoft Teams* já proporciona, sendo necessária uma sensibilização posterior para uso mais efetivo pelas lideranças e equipes. Reforçou-se, mais uma vez, a necessidade de ampliar a divulgação de boas práticas e dinâmicas internas, com participação da própria comunidade hospitalar, gerando visibilidade e valorização. Seguem destaques de algumas respostas:

"Só tenho a parabenizar pelo trabalho ético, competente e diversificado de qualidade. Continuem assim. Sugestão investir nas Boas práticas do HU. E, na importância dos colaboradores acessarem os diversos meios de comunicação, tanto do HU quanto da rede Ebserh."

"A implementação de um aplicativo móvel que permita a comunicação instantânea entre os funcionários, gestores e departamentos. Esse aplicativo poderia incluir recursos como mensagens diretas, grupos de discussão por equipe, atualizações e notícias da instituição, além de facilitar o acesso a documentos e protocolos internos. Isso ajudaria a agilizar a troca de informações, promover a transparência e aumentar a eficiência operacional."

4. OBJETIVOS DO PLANO

- Contribuir para o aumento do engajamento dos profissionais e comunidade acadêmica do HU com os objetivos do HU e da Ebserh;
- Fortalecer a imagem do HU na imprensa, por meio do aumento na veiculação de notícias positivas sobre a instituição;
- Incentivar o compartilhamento de boas práticas realizadas no HU para a Ebserh Sede e hospitais da Rede;
- Estreitar relacionamento com a Univasf, 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 outros).

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 e conhecimento sobre 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 também sobre os serviços prestados.

6. PLANO DE AÇÃO

Objetivo 1: Contribuir para o aumento do engajamento dos profissionais com os objetivos definidos pela alta gestão do HU e da Ebserh								
AÇÃO	OBJETIVO	RESPONSÁVEL	PERÍODO	LOCAL	PROBLEMA RELACIONADO	META MENSURÁVEL	INDICADOR	ÁREAS DA 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	Bimestral	Auditório do HU e transmissão online	Falta de engajamento com os objetivos institucionais, gerando falhas nos processos do HU	Participação de 100 profissionais/discentes/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	Mensal	Intranet, TV Corporativa e YouTube	Insuficiência de atualizações e intercâmbio de informações entre as diversas áreas	200 visualizações nos vídeos	Número de visualizações	Regional / Audiovisual e Redes Sociais
Informativo (newsletter) 'Acontece no HU-Univasf'	Compartilhar boas práticas, destaques e notícias	Unidade de Comunicação Regional	Quinzenal	E-mail e aplicativos de mensagens instantâneas	Insuficiência de conhecimento sobre boas práticas hospitalares	400 acessos	Número de aberturas do informativo	Regional / Reportagem / Audiovisual e Redes Sociais
Mural de Elogios	Reforçar os feedbacks positivos sobre os trabalhos desenvolvidos	Unidade de Comunicação Regional e Ouvidoria	Bimestral	E-mail e TV Corporativa	Baixo reconhecimento dos esforços dos trabalhadores	10 elogios	Número de elogios registrados	Regional / Audiovisual e Redes Sociais

Hospital Universitário da Univasf (HU-Univasf/Ebserh)

Plano de Comunicação

Objetivo 2: Fortalecer a imagem do HU na imprensa, por meio do aumento na veiculação de notícias positivas sobre a instituição								
AÇÃO	OBJETIVO	RESPONSÁVEL	PERÍODO	LOCAL	PROBLEMA RELACIONADO	META MENSURÁVEL	INDICADOR	ÁREAS DA CCS ENVOLVIDAS
Elaboração de releases	Manter a imprensa informada sobre os principais acontecimentos institucionais	Unidade de Comunicação Regional	Semanal	<i>Mailing list</i> (e-mail institucional)	Dissonância no entendimento sobre o perfil assistencial, propósito institucional e demanda de atenção à saúde da macrorregião	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	Anual	Auditório do HU	Dissonância no entendimento sobre o perfil assistencial, propósito institucional e demanda de atenção à saúde da macrorregião	1 evento por ano	Número de eventos realizados	Regional / Imprensa e Informação Estratégica 1 / Reportagem
Articulação de entrevistas com especialistas	Evidenciar o capital intelectual da instituição	Unidade de Comunicação Regional	Mensal	Meios de comunicação	Dissonância no entendimento sobre o perfil assistencial, propósito institucional e demanda de atenção à saúde da macrorregião	1 entrevista por mês	Número de entrevistas agendadas	Regional / Imprensa e Informação Estratégica 1
Produção de podcasts	Disseminar informações relevantes sobre a dinâmica do HU e temas da saúde	Unidade de Comunicação Regional	Mensal	Plataformas de streaming e site institucional	Dissonância no entendimento sobre o perfil assistencial, propósito institucional e demanda de atenção à saúde da macrorregião	1 podcast por mês	Número de podcasts produzidos	Regional / Imprensa e Informação Estratégica 1
Spots educativos	Disseminar informações relevantes sobre a dinâmica do HU e temas da saúde	Unidade de Comunicação Regional	Mensal	Rádios (comerciais, comunitárias e educativas)	Dissonância no entendimento sobre o perfil assistencial, propósito institucional e demanda de atenção à saúde da macrorregião	1 spot por mês	Número de spots produzidos	Regional / Imprensa e Informação Estratégica 1

Hospital Universitário da Univasf (HU-Univasf/Ebserh)

Plano de Comunicação

Objetivo 3: Incentivar o compartilhamento de boas práticas realizadas no HU para a Ebserh Sede e hospitais da Rede

AÇÃO	OBJETIVO	RESPONSÁVEL	PERÍODO	LOCAL	PROBLEMA RELACIONADO	META MENSURÁVEL	INDICADOR	ÁREAS DA CCS ENVOLVIDAS
Vídeo-minuto (O HU é um mundo)	Divulgar as potencialidades, boas práticas e tecnologias do HU	Unidade de Comunicação Regional	Trimestral	Redes sociais e e-mail	Insuficiência de reconhecimento sobre boas práticas e inovações	1 vídeo por trimestre	Número de vídeos produzidos	Regional / Audiovisual e Redes Sociais
Campanhas e documentos institucionais	Divulgar as potencialidades, boas práticas e tecnologias do HU	Unidade de Comunicação Regional	Bimestral	Redes sociais e e-mail	Insuficiência de reconhecimento sobre boas práticas e inovações	1 produção institucional por bimestre	Número de produto institucionais	Regional / Eventos e Comunicação Interna / Audiovisual e Redes Sociais / Imprensa e Informação Estratégica 1 / Reportagem

Objetivo 4: Estreitar relacionamento com a Univasf, instituições parceiras e com autoridades das três esferas de poder

AÇÃO	OBJETIVO	RESPONSÁVEL	PERÍODO	LOCAL	PROBLEMA RELACIONADO	META MENSURÁVEL	INDICADOR	ÁREAS DA CCS ENVOLVIDAS
Eventos e reuniões	Propiciar intercâmbio de experiências exitosas e estabelecer parcerias	Unidade de Comunicação Regional	Bimestral	Auditório do HU/Sala de reuniões	Insuficiência de integração entre o HU e a Universidade	1 evento/reunião por bimestre	Número de eventos	Regional / Eventos e Comunicação Interna
Relatório de gestão	Promover transparência sobre as atividades institucionais	Unidade de Comunicação Regional	Anual	Site e e-mail institucional	Insuficiência do engajamento sobre o propósito institucional	1 relatório	Número de relatórios publicados	Regional / Audiovisual e Redes Sociais

Hospital Universitário da Univasf (HU-Univasf/Ebserh)

Plano de Comunicação

Objetivo 5: Contribuir para maior adesão dos trabalhadores em campanhas internas realizadas (segurança do paciente, sustentabilidade, entre outros)								
AÇÃO	OBJETIVO	RESPONSÁVEL	PERÍODO	LOCAL	PROBLEMA RELACIONADO	META MENSURÁVEL	INDICADOR	ÁREAS DA CCS ENVOLVIDAS
Eventos e ações	Divulgar iniciativas relacionadas a temas estratégicos	Unidade de Comunicação Regional	Bimestral	Site, e-mail institucional, área de trabalho dos computadores, TV Corporativa, murais de informação, Teams 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 evento/reunião por mês	Número de eventos	Regional / Eventos e Comunicação Interna / Audiovisual e Redes Sociais / Imprensa e Informação Estratégica 1 / Reportagem
Elaboração de conteúdos para campanhas	Desenvolver conteúdos de comunicação para dar suporte a campanhas institucionais	Unidade de Comunicação Regional	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

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.

➤ **Os indicadores de resultados serão classificados em:**

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

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

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

Anexo I – Pesquisa de Comunicação Interna do Hospital Universitário da Univasf (HU-Univasf/Ebserh)

Pesquisa de Comunicação Interna do Hospital Universitário da Univasf (HU-Univasf/Ebserh)

A presente pesquisa tem por objetivo coletar informações sobre os canais de comunicação interna do HU-Univasf, 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 Hospital e para a Rede Ebserh.

Pesquisa anônima. Prazo para respostas: 05/04/2024.

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

1. Qual é o seu vínculo?

- Empregado público - Ebserh
- Servidor RJU
- Empresa Terceirizada
- Comunidade acadêmica – professores, pesquisadores, preceptores, residentes, alunos
- 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
- Outros

7. Assinale, abaixo os canais de comunicação interna/administrativa 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
- E-mail marketing/newsletter
- Outros

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

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



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

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

- AGHU
- SEI
- MentoRH
- Opção Escola Ebserh de Educação Corporativa – 3EC
- SIG
- [SouGov.br](https://sougov.br)
- Outros

12. Em qual tipo de informação institucional 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
- Outros

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?

Este conteúdo não é criado nem endossado pela Microsoft. Os dados que você enviar serão enviados ao proprietário do formulário.

 Microsoft Forms

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.