



PLANO DE

COMUNICAÇÃO

2024

*Hospital
Universitário Júlio
Bandeira (HUJB)*



SUMÁRIO

Introdução	3
1. DOCUMENTOS NORTEADORES ...	8
2. PÚBLICOS	9
3. DIAGNÓSTICO	11
4. objetivos do plano.....	14
5. ESTRATÉGIAS	15
6. PLANO DE AÇÃO	16
7. monitoramento E MENSURAÇÃO ..	17

INTRODUÇÃO



- ❖ Data de criação: 12 de novembro de 1978;
- ❖ Início do contrato com a Ebserh: 09 de dezembro de 2015.
- ❖ Localização: Av. José Rodrigues Alves, 305; Cajazeiras - PB; Bairro Edmilson Cavalcante; CEP: 58900-000
- ❖ Breve Histórico: A história de fundação do hospital iniciou na década de 1970, quando era elevado o índice de mortalidade infantil em toda a Paraíba. No dia 09 de outubro de 1977, ocorreu o lançamento da pedra fundamental e, logo em seguida, o início da obra. Com a ajuda de colaboradores da sociedade, órgãos municipais, estaduais e federais, a casa de saúde das crianças sertanejas foi inaugurada em 12 de novembro de 1978.
- ❖ Por vários anos, o Hospital Infantil de Cajazeiras (HIC), como era denominado, foi vinculado à Associação de Proteção a Assistência a Maternidade e Infância de Cajazeiras (APAMIC) que, por um período de sua história, também funcionou como maternidade. Em outubro de 2001, uma intervenção da Prefeitura Municipal de Cajazeiras transformou o HIC em autarquia municipal e, posteriormente, o hospital passou a ser denominado Instituto Materno Infantil Dr. Júlio Maria Bandeira de Mello (IJM), permanecendo até ser recebido pela Universidade Federal de Campina Grande (UFCG) em julho de 2012.

- ❖ A iniciativa de criação do HUJB nasceu da necessidade de expansão das ações de ensino na rede de saúde do alto sertão paraibano, principalmente para os cursos instalados no campus da UFCG em Cajazeiras. Os acordos entre a Prefeitura Municipal de Cajazeiras e a UFCG para viabilizar a cessão do hospital iniciaram em janeiro de 2011 e a doação ocorreu em 25 de novembro de 2011, por meio da Lei Municipal N°2.005/2011, sendo o HUJB criado e recebido oficialmente pelo Conselho Curador da UFCG em 27 de julho de 2012.
- ❖ Em 2013 o hospital foi reconhecido pelo Ministério da Educação como Hospital Universitário Federal. Em 09 de dezembro de 2015 ocorreu a assinatura do contrato da UFCG com a Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares (Ebserh), desde então segue com a implantação do modelo de gestão adotado pela Rede Ebserh.
- ❖ Serviços oferecidos: Além dos atendimentos na área da atenção à saúde da criança e do adolescente, ambulatorial e hospitalar, realizados há mais de quatro décadas, o hospital implantou atendimentos em outras áreas, principalmente no ano de 2019. Os procedimentos passaram a ser regulados pela Secretaria Municipal de Saúde de Cajazeiras, por meio da oferta de vagas para consultas especializadas, exames de apoio diagnóstico e realização de cirurgias eletivas.
- ❖ As especialidades médicas e multiprofissionais do HUJB ofertadas para atendimentos ambulatoriais são: obstetrícia (pré-natal de alto risco), ginecologia, planejamento familiar para acesso às cirurgias de vasectomia e laqueadura, cardiologia, cirurgia geral, cirurgia vascular, anestesiologia, gastroenterologia, nefrologia, clínica médica, pediatria, otorrinolaringologia, infectologia, urologia, fonoaudiologia, fisioterapia pélvica, nutrição clínica, psicologia, terapia ocupacional e consultas de enfermagem. O hospital dispõe de leitos pediátricos clínicos e cirúrgicos, leitos de clínica médica e de leitos cirúrgicos, totalizando 51 leitos.
- ❖ **Propósito:** Saúde, ensino, pesquisa e inovação a serviço da vida e do SUS
- ❖ **Visão:** Estabelecer-se como hospital universitário , sustentável, referência para o SUS na assistência de média e alta complexidade do Sertão Paraibano.
- ❖ **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 e Valorização do papel social do trabalho em saúde e dos trabalhadores.
- ❖ **Estrutura organizacional:** A Unidade Hospitalar é composta em sua estrutura organizacional pela Superintendência (4 setores) e três gerências. A Gerência

Administrativa com 3 divisões, 7 setores e 6 unidades. A Gerência de Ensino e Pesquisa, tendo 2 setores e 1 unidade. A Gerência de Atenção à Saúde; 3 divisões, 2 setores e 7 unidades, além da Ouvidoria e Auditoria totalizando 37 cargos de chefia/direção.

- ❖ Estrutura: Ao longo dos primeiros anos de existência do HUJB foram realizadas reformas, ampliações e aquisições de equipamentos, com vistas à renovação do parque tecnológico e abertura de novos serviços assistenciais, conseqüentemente, expansão das atividades de ensino, pesquisa e extensão. O concurso público realizado pela Ebserh proporcionou a composição do quadro de pessoal do hospital, passo necessário para implantação dos serviços de saúde e, conseqüentemente, para redefinição do perfil assistencial na Rede de Atenção à Saúde (RAS) loco regional e atendimento às necessidades do ensino, pesquisa e extensão da UFCG.
- ❖ É notória a ampliação do papel do HUJB no ensino, alinhado ao propósito da Rede Ebserh. As principais atividades de ensino desenvolvidas até o final do ano de 2020 foram estágios de graduação, internato, aulas práticas, visitas técnicas, atividades de pesquisa acadêmica e extensão.
- ❖ Ainda não existem linhas de pesquisa definidas e programas de residência próprios do hospital, contudo, o HU iniciou a recepção de residentes em 2019, passando a ser campo de prática da residência de Medicina de Família e Comunidade da UFCG, campus Cajazeiras, e da residência Multiprofissional em Saúde Coletiva, da Secretaria Estadual de Saúde da Paraíba.
- ❖ Em 2020 o HU submeteu dois projetos de residência no Sistema da Comissão Nacional de Residência Médica, onde tivemos a aprovação da Residência Médica em Ginecologia e Obstetrícia, e a Residência de Pediatria, estamos aguardando a aprovação da Residência Multiprofissional em Saúde.
- ❖ No contexto da definição do seu papel na RAS, o HUJB-UFCG participa de iniciativas para promover a integração e a cooperação técnica entre os serviços do hospital e os demais serviços do SUS, através de espaços de diálogo e compartilhamento de saberes e práticas entre profissionais e gestores de saúde.

- ❖ Número (em média) de profissionais que atuam (RJU, Ebserh, terceirizados)*:

Profissionais	Quantitativo
Servidores públicos RJU	6
Empregados públicos Ebserh	354
Profissionais terceirizados	63
Docentes	10
Trabalhadores voluntários	0

*Dados coletados em 15 de abril de 2024.

- ❖ Números de atendimentos em 2023:

Leitos	51
<hr/>	
Internações (UCA, Clínica Cirúrgica e Clínica Médica)	1.898
<hr/>	
Consultas médicas especializadas	16.529
<hr/>	
Exames Laboratoriais	78.025
<hr/>	
Cirurgias:	722

Programas de Residência ativos e número de residentes em média:

Residências	Quantitativo
3 Residência médicas	20
1 Residência multiprofissional	---
Residência uniprofissional	---
Preceptores no total	150

1. DOCUMENTOS NORTEADORES

Para alcançar resultados efetivos, é imprescindível o alinhamento das ações de comunicação com os objetivos do Hospital Universitário Júlio Bandeira (HUJB), Plano Diretor da CCS e Plano Estratégico da Ebserh, definidos nos seguintes documentos:

Mapa Estratégico e Plano de Negócio 2024 da Ebserh:

<https://www.gov.br/ebserh/pt-br/governanca/gestao-estrategica/plano-de-negocios>

Plano Diretor da CCS - [clique aqui e acesse](#)

- **Política de Comunicação da Ebserh [\(clique aqui e acesse\)](#)**
- **Política de Comunicação da UFCG [\(clique aqui e acesse\)](#)**
- **PDE – 2024-2028 (HUJB- UFCG/Ebserh) (em desenvolvimento)**
- **Manuais da Comunicação da Rede Ebserh - [clique aqui e acesse](#)**

Este Plano está de acordo com as normativas acima e com o Plano de Avaliação da Qualidade.

2. PÚBLICOS

O Hospital Universitário Júlio Bandeira filiado à rede Ebserh (Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares) tem como públicos internos principais em ordem de importância: os profissionais Ebserh; docentes e residentes, além dos profissionais das empresas terceirizadas.

O primeiro grupo, os profissionais Ebserh (principalmente da área assistencial), justifica-se a importância para os esforços da comunicação por representarem pouco mais de 78% do total de colaboradores da Unidade Hospitalar (incluindo os residentes), cujo nível de interesse é alto e deve-se mantê-los satisfeitos e bem informados, além de realizar ações de reconhecimento e valorização.

O segundo, os docentes e estudantes que atuam nas dependências hospitalares, os quais possuem um grau de importância de atenção médio pela Unidade de Comunicação Regional, cujo nível de interesse é alto e se deve gerenciar de perto (focar esforços neste grupo; envolvê-los em decisões, engajar e consultar frequentemente), já que por muitos anos o HUJB foi tido como uma unidade assistencial infantil e agora é uma unidade geral de assistência e de ensino.

Por fim, o terceiro grupo, os profissionais das empresas terceirizadas, têm um grau de importância de atenção baixo, cujas ações da comunicação devem se pautar pelo monitoramento e mantê-los informados para auxiliarem os demais públicos internos do HUJB-UFCG/Ebserh.

Em relação a atenção da Comunicação junto aos públicos externos, podemos elencar como principais: os formadores de opinião: imprensa (televisão, rádio), blogs especializados e plataformas digitais; já que atuam diretamente na reverberação das ações internas e externas da Unidade Hospitalar, atingindo a grande massa e também segmentados, tendo o nível de interesse de atenção alto, inclusive devendo-se fazer uso das suas influências quando necessário).

O próximo grupo a ser citado são os pacientes e usuários do SUS (internados ou de ambulatórios, familiares, acompanhantes e visitantes), cujo nível de interesse é alto e se deve engajar, tentar aumentar o nível de interesse), já que se relacionam diretamente com os formadores de opinião, quando não têm as suas demandas atendidas ou a comunicação interna é falha ou ineficaz por parte da alta gestão e colaboradores.

Em relação a Universidade Federal de Campina Grande, Ebserh Sede e demais hospitais universitários da Rede, tendo o nível de interesse de atenção alto, focar esforços neste grupo; envolvê-los em decisões, engajar e consultar frequentemente.

E por fim, as demais instituições públicas como: sindicatos e fornecedores (um grau de importância de atenção baixo), cujos esforços de comunicação e relacionamento devem se pautar pelo monitoramento e mantê-los informados.

3. DIAGNÓSTICO

O site do Hospital Universitário Júlio Bandeira é monitorado em tempo real pelo *Google Analytics*, entre 01 de janeiro e 31 de dezembro de 2023, obteve 104.743 visualizações; 48.276 usuários (uma média de 2,17 visualizações/usuário).

No ano de 2023, foram publicadas 47 matérias pelo Hospital Universitário Júlio Bandeira. A matéria mais visualizada de 2023 foi “Você sabe o que é classificação de risco? ”, no qual teve 22.183 visualizações.

Na imprensa, 145 pautas internas geraram mídia espontânea, sendo 86 de forma positiva, 51 neutras e 8 negativas em 2023.

Alguns destaques das matérias publicadas pela imprensa: “Processo seletivo da Ebserh para o HU de Cajazeiras tem edital publicado”; “HUJB inaugura prédio administrativo”; “Concurso da Ebserh prepara 700 vagas para 39 hospitais”; “pautas que tiveram repercussões positivas nos principais portais de notícias do Estado da Paraíba e do Brasil.

A Unidade de Comunicação Regional 5 desenvolveu em parceria com os outros setores da Unidade Hospitalar diversas campanhas durante o ano de 2023, entre elas: “HUJB-UFCG/Ebserh e SCTRANS realizam ação educativa no trânsito durante o Carnaval”; “Dia Internacional da Mulher”; “Campanha de elogios promovida pela Ouvidoria”; “Noite do elogio”; “Projeto desenvolvido no HUJB-UFCG conquista o terceiro lugar no Programa de Iniciação Científica da Ebserh” dentre outras, os quais tiveram divulgação nos meios de comunicação oficiais da Unidade Hospitalar como: Instagram, site e e-mails dos colaboradores e área de trabalho dos computadores.

De acordo com pesquisa interna com os colaboradores do HUJB-UFCG/Ebserh, os principais canais de comunicação interna foram: Boletim de serviço da Unidade Hospitalar; grupos de Whatsapp; e-mail marketing; área de trabalho dos computadores e canal do Teams.

Canal	Situação atual (efetividade)
Boletim de serviço do HUIB/Ebserh	Um dos mais acessados tanto diretamente no próprio site quanto pelo e-mail institucional que é enviado a todos os colaboradores.
Grupos de Whatsapp	É citado nas pesquisas internas sendo um dos meios de comunicação interna mais utilizados pelos colaboradores.
E-mail marketing	É citado nas pesquisas internas, prático e todos são atingidos pelas informações disponibilizadas.
Área de trabalho dos computadores	É um dos meios mais rápidos e eficazes da comunicação interna já constatados em pesquisas anteriores
Teams	É o meio de comunicação oficial da rede Ebserh dos colaboradores

Os menos citados na pesquisa foram: Quadro de avisos/murais; TVs corporativas e intranet.

Análise da presença digital do HUIB:

➤ **Avaliação das Redes sociais:**

Em relação ao *Instagram* do Hospital Universitário Júlio Bandeira, as publicações na plataforma alcançaram. Alcançou a marca de 7.000 seguidores no dia 31 de dezembro de 2023. No mesmo período em 2022, possuía 5.500 seguidores, um aumento de 21,4%.

O *reel* que obteve o maior alcance em 2023 tratou sobre a depressão pós-parto durante o “Setembro amarelo”, em 28 de setembro de 2023, no qual resultou em 6.180 visualizações, 3.538 contas alcançadas e 202 interações.

O *post* sobre a realização do atendimento ambulatorial em Hematologia e Hemoterapia no HUIB obteve um alcance de 3.595 contas únicas, 4.671 impressões, 364 curtidas e 26 compartilhamentos.

Em relação ao *Youtube* do HUIB, em 2023, os vídeos publicados obtiveram 2,7 mil visualizações, 49.653 impressões, 2 novos inscritos (1.630 para 1.632) em um tempo de exibição de 250,5 horas, duração média de 5:33 e uma taxa de clique de impressões de 2.8%. O vídeo mais visualizado foi “Capacitação: Manual de Dietas Importantes” (333 visualizações e um tempo de exibição de 55,1 horas).

Resultados de pesquisas anteriores

- Após a realização das pesquisas internas (pelo Grupo de Trabalho do Plano Diretor Estratégico 2024-2028 e pela Unidade de Comunicação Regional com 17 respondentes) e do grupo focal pelo *Microsoft Teams* (o facilitador e um grupo de 16 participantes) constatamos que os maiores desafios estão no atual modelo de comunicação da Rede Ebserh, onde não há a pró atividade para produção de publicidade positiva das ações do HUJB (preferencialmente por demandas pelo sistema CAU) e em uma melhor comunicação entre a UFCG e o HUJB.
- Além disso, são citados nas pesquisas como sugestões de melhorias: ter uma maior pró-atividade na comunicação interna e externa; maior publicização externa das ações internas do HUJB e uma maior agilidade no atendimento das demandas da Comunicação.

4. OBJETIVOS DO PLANO

- Contribuir para o aumento do engajamento dos profissionais do HUJB com os objetivos do HUJB e da Ebserh;
- Fortalecer a imagem do HUJB na imprensa, por meio do aumento na veiculação de notícias positivas sobre a instituição.
- Aumentar a presença digital do HUJB e o engajamento nas redes sociais da instituição;

5. ESTRATÉGIAS

Estabelece as diretrizes de como serão alcançados os objetivos propostos no Plano, quais caminhos serão percorridos e quais as ferramentas serão utilizadas. Na estratégia, são definidos as táticas e os canais que serão utilizados. Lembrar de dar alinhamento aos objetivos estratégicos do PDE, (Ebserh definiu cinco perspectivas e os HUs trabalharão seus PDE na mesma linha).

- Desenvolver ações para aproximar a comunicação da Alta Gestão e lideranças do HUJB, por meio de apresentações e reuniões, buscando maior adesão às ações de comunicação.
- Desenvolver campanhas internas, eventos e ações que promovam a integração e valorização do público interno, principalmente em datas comemorativas.
- Mapear 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 HUJB.
- Definir o posicionamento das redes sociais com produção de conteúdos que demonstrem e fortaleçam a importância do HUJB para a sociedade.

6. PLANO DE AÇÃO

No plano de ação, as atividades planejadas deverão estar relacionadas aos objetivos descritos no Plano, com definição de metas e indicadores

AÇÃO	OBJETIVO	PROBLEMA RELACIONADO	META MENSURÁVEL	INDICADOR	RESPONSÁVEL
Realização de “live” mensal aberta aos trabalhadores	Estreitar o relacionamento entre os profissionais e alta gestão do HUJB.	Falta de engajamento com os objetivos institucionais, gerando falhas nos processos do HUJB.	Participação média de 150 profissionais.	Número de participantes	Unidade de Comunicação5/ SEGOV
Eventos alusivos à datas comemorativas	Promover a troca de experiências e homenagear os trabalhadores do HUJB.	Falta de integração entre trabalhadores e necessidade de valorização e engajamento	Participação média de 70 pessoas do HUJB.	Número de participantes	Unidade de Comunicação 5
Ocupar espaços de comunicação na mídia digital, televisiva e radiofônica	Fortalecer o reconhecimento da imagem pública positiva do HUJB.	Baixo reconhecimento público do HUJB e déficit de interação da comunidade	Engajamento nas redes sociais; Número de citações do HUJB- UFCG/Ebserh na imprensa.	Percentual de crescimento em relação ao período anterior	Unidade de Comunicação 5

7. MONITORAMENTO E MENSURAÇÃO

Para o monitoramento e mensuração das ações do Plano de Comunicação do HUJB-UFCG/Ebserh, serão utilizados os seguintes indicadores:

- Indicador para a medição do alcance dos conteúdos em diversas plataformas digitais de redes sociais do HUJB, para a verificação da efetividade da política de comunicação externa do hospital, por meio de relatórios coletados utilizando sistemas próprios das redes sociais: Facebook, Google, X etc.
- Indicador para a medição do engajamento (curtidas, comentários, compartilhamentos, ações) dos conteúdos em diversas plataformas digitais de redes sociais do HUJB, para a verificação da efetividade da política de comunicação externa do hospital; por meio de relatórios coletados utilizando sistemas próprios das redes sociais: Facebook, Google, X etc.
- Indicador buscar avaliar o grau de satisfação dos colaboradores do HUJB com o objetivo de aprimorar a comunicação interna da Unidade Hospitalar, por meio dos resultados das pesquisas oriundas de formulários online e manual.
- Indicador do número de participantes no evento “Café com a Super” promovido mensalmente pela Unidade de Comunicação Regional 5 e Setor de Governança e Estratégia, gerados pelos relatórios de presença físico e virtual (Microsoft Teams).
- Indicador do número de participantes dos eventos alusivos as datas comemorativas a serem realizados conforme o calendário de eventos do HUJB; gerados pelos relatórios de presença físico e virtual (Microsoft Teams).