

**PROJETO MELHORES PRÁTICAS
NA REDE FEDERAL DE EDUCAÇÃO
CAMPANHA**

HC
HOSPITAL 5 ESTRELAS



Dados da Instituição:

Nome da instituição: **Hospital de Clínicas da UFPR**

Unidade administrativa responsável pela prática: **Assessoria de Gestão da Qualidade**

Endereço: Rua General Carneiro, 181, Curitiba, Paraná, CEP 80060-900

Dados dos Responsáveis pela Prática:

Nome: Leila Soares Seiffert Cargo: Assessora de Gestão da Qualidade
Telefone: (41)3360-7956 e-mail: acreditacao@hc.ufpr.br

Nome: Mônica Cristofeletti Budni Cargo: Assessora de Marketing
Telefone: (41)3360-1864 e-mail: mkt@hc.ufpr.br

Justificativa do Projeto:

O programa de qualidade do Hospital de Clínicas denominado Programa de Acreditação foi iniciado em 2003, e vinha sendo implantado por setores, devido ao grande porte da instituição (3º maior do país) e grande número de funcionários/servidores e terceirizados (3514).

Em 2008, constatou-se a necessidade de abranger a totalidade do hospital simultaneamente. A campanha foi e continua sendo uma estratégia tanto de envolvimento da comunidade interna como serve de instrumento para que todos possam acompanhar através das estrelas, o cumprimento das etapas do programa, pelos setores.

Objetivos:

1. Difundir o conceito de Acreditação, presente na missão institucional do HC
2. Envolver a comunidade interna do hospital com o Programa de Acreditação Hospitalar;
3. Despertar nas pessoas a vontade de fazer certo e melhor.
4. Acompanhar de forma transparente a evolução de cada setor do hospital.
5. Divulgar visualmente as fases e resultados do Programa de Acreditação.

Público Alvo

- Todos os profissionais de saúde que atuam no HC;
- Equipes gerenciais;
- Docentes e alunos dos cursos atendidos no HC;
- Equipes de apoio (terceirizados);
- Estagiários e voluntários.

Ações e Atividades Previstas:

1. Definição da necessidade pela Comissão de Acreditação
2. Apresentação e aprovação da idéia à Direção Geral
3. Envolvimento da Assessoria de Marketing Institucional
4. Criação da campanha pela Ass. de Marketing
5. Aprovação da campanha pela Comissão de Acreditação e Direção Geral
6. Definição da estratégia de divulgação;
7. Lançamento da campanha no dia 01 de abril de 2008 (Dia da mentira), com o título “Eu acredito”.
8. Impressão dos materiais
9. Sensibilização sobre o Programa de Acreditação, em todo o hospital, nos três turnos, conversando com 2100 funcionários nos seus setores de trabalho (1ª estrela)
10. Realização de auditoria interna em todos os setores (2ª estrela)
11. Elaboração do relatório da auditoria contendo as não conformidades dos setores e entrega deste às unidades (3ª estrela).
12. Elaboração do plano de ação corretiva pelas unidades (4ª estrela)
13. Correção das não conformidades (5ª estrela)

Recursos (Financeiros, Materiais, Competências) Utilizados para Implantação da Prática

Criação e arte – equipe da Assessoria de Marketing Institucional

Impressão do material gráfico:

Folder (3mil unidades – R\$ 480,00)

Cartaz (200 unidades – R\$ 400,00)

Certificado (250 unidades – R\$ 320,00)

Estrelas adesivas (50 páginas A4 – 270,00)

Todo material em papel couchê

Total Geral: R\$ 1.500,00

Competência da equipe que desenvolveu a prática: Foram utilizados o conhecimento e expertise dos participantes da comissão de acreditação, a habilidade desenvolvida pelo tempo de trabalho e vários treinamentos recebidos e realizados, e atitudes pró-ativas e assertivas.

Obstáculos encontrados e Soluções Adotadas:

O primeiro obstáculo foi a inexistência no hospital de profissionais de publicidade e propaganda, e a não disponibilização de recursos para contratação de empresa especializada para este fim. A questão foi solucionada com a própria equipe da Assessoria de Marketing, constituída por profissionais e estagiários, que trabalharam juntamente com a equipe técnica da qualidade.

O segundo obstáculo foi a falta de recurso financeiro para impressão das peças publicitárias. O Diretor Geral destinou um recurso originário de pesquisa para o pagamento.

O terceiro obstáculo foi descobrir uma estratégia rápida e eficaz para atingir a maioria das pessoas que trabalham no hospital. Foi decidido pela sensibilização realizada em 15 minutos, face a face com as equipes, no seu próprio local de trabalho. Esta atividade mobilizou toda a comissão de acreditação (21 profissionais voluntários), através de escala, treinamento prévio e roteiro mínimo básico.

Principais Resultados Alcançados (Quantitativos e Qualitativos) - Situação Atual: Mudanças Efetivamente Ocorridas

Resultados Até o Momento:

Quantitativos: Foram atingidas 2100 pessoas na sensibilização inicial. Os certificados com as estrelas estão afixados em 139 setores do hospital.

A campanha permanece ativa, sendo que 37.37% dos setores possuem a terceira estrela e 62.62% possuem a quarta estrela.

A quinta estrela será avaliada neste último trimestre através de avaliação externa por instituição acreditadora credenciada.

Qualitativos: A campanha atingiu pessoas que normalmente permanecem à margem do dia a dia do hospital (equipe noturnas, da segurança, da higiene), e não se envolvem por desconhecimento.

Há comparação do desempenho entre as equipes, uma vez que o certificado contendo as estrelas está afixado em locais visíveis em todos os setores.

As equipes acompanham o próprio desempenho. Quando completam uma etapa logo querem que seja colocada a estrela correspondente.

A campanha reuniu o conhecimento técnico da área da saúde e qualidade, com o arrojo das idéias criativas de outras áreas do saber, como O marketing e comunicação.

Todas as unidades funcionais devem cumprir meta institucional de resolução de não conformidades, e são avaliadas pela equipe da assessoria de gestão da qualidade.

Resultado final esperado:

É a certificação deste hospital como Hospital Acreditado. A avaliação diagnóstica foi realizada em outubro de 2010 e a avaliação de certificação, prevista, para o primeiro semestre de 2011.

Após a obtenção da certificação, a campanha continuará, mas sofrerá atualização, pois o objetivo será a manutenção do nível 1 da acreditação e preparação para a obtenção do nível 2.