



ANAIS

COORDENADORIA ADMINISTRATIVA



HOSPITAL DE
CLÍNICAS
PORTO ALEGRE RS

COORDENADORIA
ADMINISTRATIVA
HCPA



Faculdade de
Medicina
Universidade Federal
do Rio Grande do Sul



Fundação Médica
do Rio Grande do Sul



III Encontro de Gestão Administrativa do HCPA
Gestão em Saúde: do conhecimento à prática

HOSPITAL DE CLÍNICAS DE PORTO ALEGRE **FACULDADE DE MEDICINA**

Anais do

III Encontro de Gestão Administrativa do HCPA:
Gestão em Saúde: do conhecimento à prática

08 de novembro de 2019

Porto Alegre
HCPA
2019



HOSPITAL DE CLÍNICAS DE PORTO ALEGRE

Diretora-Presidente

Professora Nadine Oliveira Clausell

Diretor Médico

Professor Milton Berger

Diretor Administrativo

Jorge Bajerski

Coordenadora do Grupo de Pesquisa e Pós-Graduação

Professora Patrícia Ashton Prolla

Coordenadora do Grupo de Enfermagem

Professora Ninon Girardon da Rosa

Coordenador do Grupo de Ensino

Professor José Geraldo Lopes Ramos

Coordenador da Coordenadoria Administrativa

Bacharel João Antonio Paim Rodrigues

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

Reitor

Professor Rui Vicente Oppermann

FACULDADE DE MEDICINA DA UFRGS

Diretora

Professora Lucia Maria Kliemann

Projeto gráfico, ilustração e diagramação

Saete Soares dos Santos

E56a Encontro de Gestão Administrativa do HCPA: Gestão em saúde: do conhecimento à prática (3.: 2019 : Porto Alegre, RS)
Anais [recurso eletrônico] / organizado pela Coordenadoria Administrativa, Coordenadoria de Comunicação e Sessão de Organização e Execução de Eventos do HCPA– Porto Alegre: HCPA, 2019.

52p.

E-book: 978-85-85323-02-8

1. Organização e Administração. 2. Gestão em saúde. 3. Administração Hospitalar.
I. Hospital de Clínicas de Porto Alegre. II. Título

NLM: W3

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)
(Bibliotecária Shirlei Galarça Salort – CRB10/1929)



da equipe de enfermagem, público alvo deste estudo. Tais conhecimentos podem ser construídos e/ou refinados por ações de educação em saúde. Nesse sentido, ações educativas organizadas através de um programa de educação permanente em saúde, é um instrumento para a melhora da qualidade da assistência prestada. **Objetivo:** relatar as experiências das alunas do Curso de Gestão em Saúde sobre as ações de educação em saúde que são realizadas em Um Hospital Filantrópico do Sul do Brasil. **Método:** relato de experiência das alunas do Curso de Gestão em Saúde da UFCSPA sobre suas reflexões acerca das ações de educação permanente em saúde para a qualificação da assistência de enfermagem no centro cirúrgico de um Hospital Filantrópico do Sul do Brasil. **Resultados:** a realização de ações de educação em saúde com os profissionais de enfermagem, que atuam dentro do CC, visam melhorar a qualidade da assistência, com vistas a minimizar situações como: falhas no monitoramento de alterações fisiológicas do paciente, alívio da dor e manutenção do conforto do paciente, tendo em vista que, na rotina de funcionamento do CC há vários processos e subprocessos que estão direta ou indiretamente ligados à qualidade da assistência prestada pela equipe de enfermagem. Ressalta-se que o CC é a área de maior demanda de recursos financeiros, na maioria das instituições hospitalares, exigindo atenção especial no planejamento das ações, para reduzir o desperdício. Considerações finais: nessa perspectiva, considera-se que os saberes tácitos e explícitos são necessários e importantes para o bom exercício das funções do cargo e da prática profissional e podem ser construídos por ações educativas em saúde. Assim, a realização de ações educativas em saúde a partir de um programa de educação permanente em saúde é um instrumento fundamental.

GESTOR ADMINISTRATIVO COMO MEMBRO ATUANTE NA SUBCOMISSÃO DE SEGURANÇA AO PACIENTE – sCOMSEQ AMPE: RELATO DE EXPERIÊNCIA

Vanda Regina Machado; Elenita Teresinha Charão Chagas;
Kátia Bottega Moraes

1 – Hospital de Clínicas de Porto Alegre – Porto Alegre – RS

Introdução: o Hospital de Clínicas de Porto Alegre destaca-se na área da saúde em função de muitos dos seus processos serem acompanhados por grupos de trabalho e subcomissões que se dedicam a assuntos fundamentais que convergem para a qualidade do cuidado do paciente. Este artigo discorre sobre relato de experiência do trabalho realizado por uma destas subcomissões, denominada de sComseq AMPE. Hoje o HCPA possui 18 subcomissões que trabalham distintamente, cada uma destas subcomissões, possui representantes eleitos que se dedicam na discussão de aspectos diversos relacionados à segurança do paciente. Este artigo dá ênfase específica para um destes grupos, que é o da Subcomissão de Segurança ao Paciente da Anestesia e Medicina Peri Operatória - AMPE. Uma das tarefas mais complexas do sComseq é mapear e administrar eventos que ainda podem acontecer, apesar de tomados todos os cuidados e planos para se evitar algum desfecho indesejado. Risco pode ser considerado como a probabilidade de alguma coisa acontecer e a gestão de riscos é a forma encontrada, por estes grupos de trabalho, para avaliar os impactos de ações futuras em um determinado contexto.



Desta forma, percebe-se que as instituições de saúde necessitam atuar cada vez mais com o gerenciamento de risco, pois a exemplo do ocorrido, no Hospital Badim do Rio de Janeiro, contingências podem acontecer. **Objetivo:** relato de experiência sobre o papel do gestor no sComseq AMPE, em processos identificados como críticos e que envolvem a responsabilidade direta da área administrativa. **Método:** através do sistema de gerenciamento operacional (GEO) foi realizada a revisão dos 408 casos no ano de 2018. **Resultados:** através da análise das 29 notificações de cunho administrativo, foi possível observar, que 66% das ocorrências tiveram a atuação do gestor quanto à necessidade de melhoria ou alteração no processo, destas 7,11% referem-se a questões relacionadas à falta de material, equipamentos, recepção de pacientes e conflitos no agendamento de procedimentos cirúrgicos. **Conclusão:** o assunto escolhido para este trabalho, não poderia obter êxito sem uma gestão próxima e eficiente da equipe multidisciplinar. A gestão nas organizações tem o desafio de identificar e implementar melhorias, nesse contexto o gestor administrativo, como atuante no sComseq-AMPE, torna-se fundamental, pois muitos dos processos analisados, sob sua responsabilidade, foram aprimorados e/ou alterados em função das notificações. Todo esse planejamento e cuidado podem ser bem trabalhados com a aplicação da gestão de riscos, sendo este o mote das equipes que se reúnem para mapear e minimizar os eventos.

COMO O MARKETING DIGITAL AJUDA NA CRIAÇÃO DE IDENTIDADE VISUAL DA MARCA

Luciana Utz; Lucas dos Santos Schneider;
Maria Rozani Oliveira Vargas; Marlon Gustavo Dallagnol

1 – Faculdade Mario Quintana – Campus Cidade Baixa – Porto Alegre - RS

Introdução: o marketing digital é o conjunto de táticas digitais que as empresas utilizam para atingir suas metas. Implementado por meio de canais diversos, seu objetivo é adquirir clientes e desenvolver uma marca, conectando-se com seu público-alvo. Está presente no dia a dia das empresas, sejam elas grandes corporações ou de menor porte. O marketing digital se inicia através da busca de informações da companhia contratante, assim é possível traçar um projeto para iniciar a criação de identidade visual. Entende-se por identidade visual a forma como a empresa se mostra para o mercado, tornando-se, desta forma, o coração da mesma, pois é a partir dela em que as pessoas criam confiança para poder concretizar o negócio. Conforme publicações atuais, as seguintes competências são necessárias para que se tenha uma destreza digital, são elas: visão de negócio; adaptabilidade; jogo de cintura político, capacidade de coligar e pensamento sistêmico. Sem autenticidade visual, a empresa é só mais uma entidade dentro do imenso mundo corporativo. Como execução do projeto, utilizam-se diversas ferramentas digitais, tais como Photoshop, Illustrator, Redes Sociais para divulgação, entre outras ferramentas. Inicialmente é pensado um nome para impactar o mercado, podendo, desta forma, prosseguir com a criação de logotipo e logomarca e os demais serviços. **Objetivo:** avaliar a satisfação de clientes que se utilizam do marketing digital através dos serviços prestados pela empresa Lado