As estratégias de aproximação do Hospital e Maternidade Santa Luíza com seus *Stakeholders*[1]

Maria Aparecida SANTANA[2]

Gabriela Albuquerque da SILVA[3]

Ení Maria RANZAN – Professor orientador[4]

Universidade do Vale do Itajaí - SC

Resumo

Este artigo é o resultado do Plano de Relações Públicas, aplicado acadêmicas estagiárias de Relações Públicas no Hospital e Maternidade Santa Luíza, no período de agosto a novembro de 2007. O diagnóstico foi elaborado por meio de pesquisas de satisfação, questionário, planejamento estratégico e observação direta, conversas informais com a administradora e o presidente do hospital. A partir do prognóstico proposto foram elaborados dois programas, totalizando sete projetos. Destes foram executados os projetos coletiva de imprensa; inauguração da Clínica de Vacinação e Infectologia do Santa Luíza; RP no Santa Luíza; e 10 anos de desafios e conquistas. Os projetos implantados oportunizaram maior relacionamento com seus *stakeholders*, bem como visibilidade de sua marca para Balneário Camboriú e região.

Palavras-Chaves: Relações Públicas; *Stakeholders*; Relacionamento; Hospital e Maternidade Santa Luíza

Introdução

Este artigo relata a experiência vivida pelas acadêmicas de Relações Públicas, durante a realização de seu estágio curricular, que desenvolveu-se no Hospital e Maternidade Santa Luíza, durante os meses de agosto a novembro de 2007.

O Grupo Médico de Serviços Hospitalares e Diagnose iniciou sua trajetória no ano de 1997, com obstetras e ginecologistas que percebiam a necessidade de um atendimento de qualidade, bem como boas condições de trabalho para os profissionais. Após várias reuniões realizadas em consultórios e salões de festas dos médicos, em 1998, os sócios

[1] Trabalho apresentado no– Comunicação organizacional, Relações Públicas e Propaganda, do EXPOCOM, evento componente do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.

[2] Egressa do curso de Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas da Universidade do Vale do Itajaí. Graduada em Pedagogia e Especialista em Leitura e Produção de Texto pela Universidade do Vale do Itajaí. E-mail: cidocasantana@yahoo.com.br

[3] Egressa do curso de Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas da Universidade do Vale do Itajaí. E-Mail:gabrielaalbuqerquers@hotmail.com

[4] Docente no curso de Relações Públicas da Univali; Mestre em educação pela Univali; Especialista em Gestão Empresarial pela Unisul; Graduada em Comunicação Social Relações Públicas pelo UCS. Participante do grupo de pesquisa Redes de Comunicação da Univali – E-mail: enimaria@univali.br.

optaram por comprar um terreno, estrategicamente localizado entre as cidades de Balneário Camboriu e Itajaí, pois estes trabalhavam nas duas cidades. No mesmo ano, entraram na sociedade anestesistas e pediatras para integrar o grupo idealizador da maternidade. A construção do hospital iniciou-se em 1999. Nesse período muitas idéias foram debatidas entre o grupo, até que decidiram tornar o empreendimento em maternidade e hospital. Os sócios foram mobilizados, sendo cada um responsável por um segmento da obra. O Hospital e Maternidade Santa Luíza, foi inaugurado em 2002, com a missão de promover a saúde com ênfase na mulher, visando a melhoria na qualidade de vida. Em sua trajetória tem buscando desenvolver serviços que atendam as exigências de seus *stakeholders*.

A tecnologia aliada ao bom atendimento é marca registrada do Santa Luíza. A coleta de células tronco, o Hospital Dia e o Centro de Vacinação e Infectologia, são diferenciais em relação a seus concorrente. Buscando visibilidade no segmento em que atua, pretende ampliar suas instalações para oferecer mais serviços especializados voltados à saúde da mulher. No dia 26 de junho de 2007, o Hospital e Maternidade Santa Luíza inaugurou sua unidade de Hospital Dia. Moderno espaço, encontrado nos maiores centros de saúde do mundo. Em 10 de agosto de 2007, o Hospital e Maternidade Santa Luíza, inaugura o Centro de Vacinação e Infectologia Santa Luíza. O Centro é o primeiro do Estado credenciado pelos órgãos fiscalizadores. Oferece a seus clientes serviços especializados em vacinação e infectologia, sendo destinados a crianças, adolescentes, adultos e idosos.

O plano de Relações públicas

O Plano de Relações Públicas apresentado ao Hospital e Maternidade Santa Luíza, pretendeu aproximar o relacionamento do hospital com seus *stakeholders*, haja vista não haver políticas de comunicação desenvolvidas na organização. De acordo com pontos diagnosticados, foram indicadas ações de comunicação contempladas nos Programas e projetos apresentados como sugestão para implantação no hospital.

O Hospital e Maternidade Santa Luíza , possui um organograma, criado no ano de 2004, pela administradora, Ilse Barbosa, sendo este do conhecimento dos colaboradores, médicos, Corpo Clínico e diretoria da instituição. Comprometido com a excelência no atendimento e serviços prestados, elaborou sua missão, visão e valores. Tendo como missão: promover a saúde, com ênfase na mulher, e como visão busca ser um centro

clínico de referência inovador, que une serviços em saúde e bem estar da mulher. Adotando como valores: ética, respeito, segurança, credibilidade, resolutividade, integridade, humanização.

Entre os serviços oferecidos pelo Hospital estão as especialidades médicas de: anestesiologia, cirurgia geral, cirurgia plástica, cirurgias vasculares, cirurgia videolaparoscópica, ginecologia e obstetrícia, mastologia, medicina fetal e ultra-som, oftalmologia, otorrinolaringologia, patologia cirúrgica, pediatria e neonatologia, radiologia, proctologia e urologia, além de exames de diagnóstico. Higienização e limpeza, serviço de nutrição e dietética, serviço de enfermagem, serviço de fonoaudiologia, também oferecidos. Para os recém nascidos são desenvolvidos: teste auditivo com o objetivo de detectar antecipadamente problemas de audição, teste do olhinho, essencial para identificar possíveis problemas oftalmológicos, teste do pezinho, objetiva detectar precocemente doenças metabólicas, genéticas e/ou infecciosas e UTI neonatal. O hospital conta com um Centro de Vacinação e Infectologia, com atendimentos especializados em vacinação e infectologia destinados a crianças, adolescentes, adultos e idosos. Oferece serviços de imunização (aplicação e orientação), vacinas para doenças infecciosas, consultoria a empresas e medicina preventiva aos viajantes.

Possui uma sede própria, com uma área construída de 3.890 m2. Sua estrutura física está distribuída em 03 pavimentos, contendo: leitos, suítes, apartamentos, centro cirúrgico, setor administrativo, capela e UTI Neonatal. Oferece a seus clientes atendimento 24 horas, com serviços especializados nos diversos segmentos do hospital, disponibiliza também um serviço diferenciado no Hospital Dia, atendendo pequenas cirurgias e procedimentos rápidos, também 24 horas. No entanto, o setor administrativo tem expediente no horário compreendido das 8h às 12h e das 13h30 às 18h.

Os públicos de interesse do Hospital e Maternidade Santa Luíza, identificados de *stakeholders* são diversificados tendo em vista seu segmento que abrange diversas áreas, Para o hospital todos os segmentos de públicos, têm a mesma importância. Sendo eles: os acionistas, funcionários, executivos, fornecedores, clientes, corpo clínico e mídia, considerados partes interessadas no destino da organização.

Para a elaboração do diagnóstico do Hospital e Maternidade Santa Luíza, foram utilizados os dados coletados por meio de entrevistas e do questionário respondidos pela administradora; observação direta; Planejamento Estratégico de 2006-2010; e pesquisa

de satisfação do cliente. A partir da coleta de dados diagnosticou-se que o hospital busca atingir seus objetivos, que é a promoção da saúde, com ênfase na mulher. Visa a qualidade de vida, bem como ser um centro de referência inovador que une serviços em saúde e bem estar da mulher. A administração prioriza a satisfação e fidelização de seus *stakeholders*, o planejamento estratégico permite prever ações e procedimentos tanto administrativos quanto na área da comunicação. Com visão futurista suas ações voltam-se a instalações adequadas e equipe bem estruturada. A realização de pesquisas de satisfação proporciona ao cliente expressar sua opinião em relação ao hospital. Quanto as políticas de comunicação estas devem fortalecer o relacionamento com seus públicos de interesse em especial a mulher. O site atualizado facilitará a navegabilidade e o acesso às informações.

Prognosticou-se que um maior relacionamento da organização com os veículos de comunicação é fundamental, para que haja maior contato com este segmento, possibilitando a divulgação espontânea das ações e serviços do Santa Luíza. Não ocorrendo esta aproximação, o hospital deixa de tornar público os benefícios e avanços implantados em prol da comunidade na qual está inserido. A não comemoração das datas festivas faz com que o hospital deixe de divulgá-las, bem como estreitar o relacionamento com seus *stakeholders*. Desta forma devem ser implantadas ações que contemplem estas datas no calendário de atividades do Santa Luíza. Sem políticas que direcionem suas ações, o hospital encontrará dificuldades em relação a fidelização de seus clientes e satisfação de seus funcionários.

O plano de Relações Públicas teve como objetivo geral implantar a prática das Relações Públicas no Hospital Santa Luíza. Os objetivos específicos foram: fortalecer a marca do Hospital e Maternidade Santa Luíza; Estreitar relacionamento com os *stakeholders*; Informar aos *stakeholders* as ações desenvolvidas no Santa Luíza.

Os públicos atingidos com o Plano de Relações Públicas, em prol do Hospital e Maternidade Santa Luíza, foram: os colaboradores, clientes, médicos e os veículos de comunicação. Estes são definidos como *stakeholders*, contemplados nos programas e projetos do Plano de Relações Públicas.

Os programas e projetos executados

Para alcançar os objetivos propostos, foi sugerido para o Plano de Relações Públicas, dois programas, realizados nos meses de agosto a outubro de 2007. O programa 1 "Eventos - comunicar é preciso" foi composto de três projetos: "Coletiva de imprensa", "Inauguração da Clínica de Vacinação Santa Luíza" e "Santa Luíza: 10 anos de desafios e conquistas". Todos estes projetos foram executados.

O programa 2 "Estreitando o relacionamento com os *stakeholders*", foi composto de quatro projetos: "Ginástica Laboral", "Praticando yoga", "Santa Luíza em notícias" e "RP no Santa Luíza". Deste programa foram executados os projetos "Santa Luíza em notícias" e "RP no Santa Luíza". Os públicos contemplados com estes programas foram os clientes, médicos, autoridades da área da saúde e veículos de comunicação de Balneário de Camboriú.

O projeto "coletiva de imprensa" pretendia que a comunidade tivesse conhecimento dos serviços oferecidos pelo Centro de Vacinação e Infectologia. Desta forma, o hospital divulgaria os serviços deste Centro, único em Santa Catarina, bem como seu comprometimento com a saúde e bem estar da sociedade. O público deste projeto foram os meios de comunicação (segmentos de TV, rádio, jornais e sites), bem como: jornalistas e assessores de imprensa. Foram elaborados e encaminhados *releases* para 104 pessoas de veículos de comunicação, contendo as informações sobre o Centro de Vacinação, seu funcionamento e suas aplicabilidades. As estratégias desenvolvidas foram sendo executadas de acordo com o cronograma de ação e metodologia propostos. A Coletiva de Imprensa ocorreu nas dependências no Anfiteatro do Hospital e Maternidade Santa Luíza, no dia 08 de agosto. Foi oferecido aos participantes e integrantes da imprensa um café, elaborado e supervisionado pela nutricionista do Hospital. Os convidados foram recepcionados pela administradora e duas funcionárias do Santa Luíza e pelas estagiárias que desenvolvem o Plano de Relações Públicas para o hospital. Aos presentes foi entregue um *press kit*, contendo: uma pasta personalizada, um informativo do Hospital e Maternidade Santa Luíza de Nº. 5 e cartão do Centro de Vacinação e Infectologia. Com a presença e participação de oito veículos de comunicação. O presidente do Grupo Médico Hospitalar Santa Luíza e o diretor técnico do Centro de Vacinação e Infectologia, fizeram a explanação do CVI, bem como responderam aos questionamentos dos jornalistas. Os resultados deste projeto foram

positivos, destacando-se: a presença dos veículos de comunicação e publicação do release em diversos veículos de Itajaí e região; Abertura de espaço semanal em programa radiofônico, para o hospital abordar temas de seu interesse; satisfação e interesse dos participantes em participar de outras entrevistas que contemplem a área da saúde.

O projeto "Inauguração do Centro de Vacinação e Infectologia Santa Luíza" permitiu maior visibilidade na mídia, atendendo os diversos públicos e contribuindo com o relacionamento entre os *stakeholders*. Este contemplou a realização da solenidade do ato de inauguração do CVI, no dia 10 de agosto. Foram enviados 400 convites, para médicos, empresários, associações de classe, secretarias de saúde, prefeituras e veículos de comunicação. A organização e preparação da solenidade contou com apoio também de fornecedores, como: floricultura, fotógrafo, cerimonialista, *buffet*, e recepcionistas. A inauguração contou com a presença de autoridades, médicos e comunidade. A imprensa esteve presente, prestigiando e divulgando o evento em seus veículos de comunicação. Naquele momento foi entregue um *press kit* com informações sobre o Centro de Vacinação e Infectologia, o informativo trimestral do hospital e uma ficha de avaliação sobre o evento. Os mesmos registraram suas presenças no livro ata, bem como entregaram a ficha de avaliação preenchida. Foram registradas as presenças da TV e Rádio Univali, Jornal Diário do Litoral e TV Panorama. Os principais pontos positivos deste projeto foram: o feedback altamente positivo por parte da mídia e convidados; todas as fotos registradas no evento foram para o site do fotógrafo contratado; satisfação do público presente e da administração do Hospital; e a mídia espontânea em todos os veículos que estavam presentes. A partir do ato inaugural, o Centro passou a atender a comunidade, com suas especialidades de prevenção e orientação na área de infectologia.

O projeto "10 anos de desafios e conquistas" pretendia comemorar os 10 anos de fundação do Grupo Médico de Serviços Hospitalares e Diagnose e os 5 anos de inauguração do Hospital e Maternidade Santa Luíza, bem como fortalecer a marca do Santa Luíza. O público atingido foram os acionistas do Hospital e Maternidade Santa Luíza, bem como os veículos de comunicação de Balneário Camboriu e região. Para a realização desta comemoração foram feitas reuniões com a presidência e administração do hospital, para aprovação do cronograma e custos do projeto. Foram criados convites relacionados com as datas comemoradas. Estes foram entregues pessoalmente aos 67

acionistas. A comemoração ocorreu no dia 19 de outubro, nas dependências do Restaurante Castelo Montemar. Durante a solenidade houve música ambiente, favorecendo um clima agradável aos convidados. O *buffet* foi elaborado pelo *chef* internacional do restaurante Castelo. A celebração do momento contou com champanha e um bolo comemorativo, decorado com anjos e velas com o número 10. A decoração foi realizada com velas, flores brancas e verdes em arranjo de vidros, dispostos em todas as mesas, no *buffet*, no púlpito, na entrada e *toilette*. O jantar comemorativo teve em seu cerimonial a apresentação do histórico do hospital, pronunciamento de uma das fundadoras, do atual presidente, entrega de placas alusivas aos médicos que presidiram o Santa Luíza, bem como a inauguração da galeria dos quadros dos ex-presidentes. Na seqüência, os acionistas receberam das mãos da administradora do hospital, um porta-cartões personalizado que destaca a participação destes na trajetória da empresa. Para a organização do jantar houve o apoio de fornecedores como: floricultura, fotógrafo, músico, *delicatésse*, cerimonialista e *buffet*. A imprensa convidada se fez presente registrando todos os acontecimentos. O Jornal da Jackie, o Caleidoscópio e O Tempo foram os veículos que marcaram suas presenças e que divulgaram o evento de forma espontânea. Apesar do número de acionistas presentes não ter atingido a meta proposta, os pontos positivos a serem destacados são: o cumprimento do cronograma proposto; o resgate da história do Santa Luíza; a confraternização dos acionistas; a presença dos veículos de comunicação convidados; os comentários positivos sobre o evento por parte dos presentes; a divulgação do registro fotográfico em site da empresa contratada para este serviço; mídia espontânea nos jornais O Tempo, Caleidoscópio, Diário do Litoral e Jornal da Jackie.

O projeto "Santa Luíza em notícias" pretendia informar os médicos do Santa Luíza, sobre pesquisas, dados e notícias atualizadas; criar um canal de comunicação com o corpo clínico; e atualizar o corpo clínico, utilizando ferramenta de baixo custo. Desta forma o público alvo foram os médicos, membros do corpo clínico do Hospital Santa Luíza. A estratégia proposta foi a elaboração e execução de *newsletter* digital, denominada Santa Luíza em Notícias. O *lay out* da *newsletter* foi com as cores azul e verde e a logomarca do hospital. Este projeto foi implantado no dia 20 de outubro, sendo encaminhada via *on-line* a *newsletter* ao corpo clínico, médicos que possuem e-mail cadastrado no Departamento de Recursos Humanos do hospital. A periodicidade da mesma é mensal, contendo informações atualizadas sobre os indicadores, bem como

ações desenvolvidas que lhe são de interesse. O projeto aconteceu conforme o cronograma proposto e atendeu as necessidades apresentadas pela administração do Santa Luíza. O uso desta ferramenta considerada de baixo custo, haja vista ser utilizado equipamentos já existentes, proporciona ao hospital manter seus *stakeholders* atualizados. Em relação ao projeto Santa Luíza em Notícias percebeu-se que, apesar do Hospital não possuir um seu quadro funcional um colaborador que possa atualizar a *Newsletter*, a implantação do projeto proporcionou ao corpo clínico obter as informações que lhe são de interesse. Igualmente os comentários foram muito positivos por parte da presidência e administradora do hospital em relação ao projeto.

Foi proposto a todos os acadêmicos da disciplina Projeto Experimental Estágio a realização de um projeto que divulgasse a profissão de Relações Públicas e a realização do estágio curricular, no ambiente do estágio. Desta forma foi executado o projeto "RP no Santa Luíza", que possibilitou maior conhecimento por parte da administração, sobre as competências do Profissional de Relações Públicas. No entanto, este também atingiu os colaboradores, haja vista receberem, diretamente das estagiárias as informações sobre a profissão de RP que estão sendo desenvolvidas no hospital. Portanto o público atingido com esta ação foram os médicos e os 120 colaboradores que estão divididos nos em três turnos de trabalho: matutino, vespertino e noturno. A estratégia adotada foi a criação de cartão e *banner* contendo informações sobre as competências do profissional de Relações Públicas, sua identidade e posição na organização. Estas peças traziam uma espécie de quebra-cabeça, mostrando a peça "Relações Publicas" fazendo a mediação entre as demais peças, que representavam os demais segmentos de públicos do Hospital. No verso do cartão e no *banner* a peça "Relações Públicas" estava substituída pela foto das acadêmicas. O cartão foi entregue pessoalmente aos funcionários, que neste contato explicaram as atividades e atribuições das acadêmicas referente ao estágio desenvolvido no Santa Luíza. O *banner* foi fixado por 30 dias próximo ao cartão ponto. Este permitiu que os colaboradores observassem e conhecessem as estagiárias, por meio da foto contida no material. Apesar da dificuldade para a entrega dos cartões, no turno noturno, os pontos positivos registrados foram: a divulgação das habilidades e competências do profissional de Relações Públicas; a oportunidade para os colaboradores conhecerem as estagiárias; o registro fotográfico na entrega dos cartões; e os comentários positivos por parte dos funcionários.

Considerações gerais

O Plano de Relações Públicas apresentado ao Hospital e Maternidade Santa Luíza, por meio da disciplina Projeto Experimental Estágio, foi desenvolvido no período de julho a novembro de 2007. Com a execução deste Plano, foi possível desenvolver as habilidades e competências do profissional de Relações Públicas, sempre discutidas e debatidas em sala de aula. A vivência proporcionou as acadêmicas por em prática a teoria. No entanto, a implantação dos projetos possibilitou, na prática, a experiência essencial para as mesmas seguirem na vida profissional. O Hospital e Maternidade Santa Luiza, nas pessoas de seu presidente e da administradora, permitiram que os projetos antes somente idealizados, fossem concretizados. A marca Santa Luíza já está consolidada, haja vista ser o hospital, referência na área da saúde na região em que está inserida. As horas destinadas à elaboração do plano, foram essenciais para conhecer a trajetória do Hospital e Maternidade Santa Luíza. Seus dez anos de fundação foram resgatados por meio do estágio lá desenvolvido. Os projetos executados contribuíram para que o hospital adotasse estratégias para tornar ainda mais conhecidas suas diretrizes, desta forma, fortalecendo sua imagem institucional.

O prognóstico, entendido também como sendo um parecer técnico por parte de quem o elabora, permitiu apresentar e implantar programas e projetos que evidenciaram a importância da comunicação estratégica para as organizações. Esta comunicação, quando planejada, apresentará resultados positivos, a curto, médio e longo prazo. Os projetos apresentados e implantados no Santa Luíza, foram resultados das pesquisas aplicadas, do planejamento elaborado, da execução, e do controle e avaliação propostos. Estes são uma seqüência de habilidades do Relações Públicas que as acadêmicas aprenderam em sua trajetória.

A realização do estágio foi decisivo para dar prosseguimento ao que as acadêmicas iniciaram, no ano de 2004. O Curso de Relações Públicas proporcionou a atuação, mesmo como estagiárias, no competitivo e disputado mercado de trabalho. Para as acadêmicas do Curso de Relações Públicas, ter a oportunidade de estagiar no Hospital e Maternidade Santa Luíza, foi sem dúvida, um grande impulso em sua vida futura de Relações Públicas. Desenvolver e realizar um Plano de Relações Públicas é gratificante. É a somatória do aprendizado, da experiência adquirida no estágio, da supervisão do

responsável pela organização, da dedicação dos professores e a emoção das acadêmicas em iniciar uma trajetória, que teve como embrião o Projeto Experimental.

Referências Bibliográficas

FERNANDES, at al, **Dicionário Brasileiro**: 45. ed. São Paulo: Globo, 1996.

FORTES, W.G. **Processo, Funções, Tecnologia**. 2. ed. São Paulo: Editora Summus, 2003.

HOSPITAL E MATERNIDADE SANTA LUÍZA. Disponível em http://www.hospitalematernidadesantaluiza.com.br>. Acesso em 15 mar. 2007.

SCOTT, Cynthia.D., **Visão, Valores e Missão Organizacional**: Construindo a organização do futuro. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1998.

SILVEIRA, A.D.M; YOSHINAGA, C.E; BORBA, P.R.F. **Crítica à teoria dos stakeholders como função-objetivo corporativa**. Caderno de Pesquisa em operacionalização. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2004.