FEMIPA
FEDERAÇÃO DAS SANTAS CASAS DE MISERICÓRDIA E HOSPITAIS BENEFICENTES DO ESTADO DO PARANÁ

Voz Saúde

HOSPITAIS HUMANITÁRIOS DO PARANÁ

NOVEMBRO/DEZEMBRO DE 2017 Nº 100

ESPECIAL

10º Seminário Femipa

Páginas 3 a 7

Para o juiz federal Sérgio Moro, setor privado deve colocar em prática mecanismos de controle contra corrupção

Benchmarking se revela oportunidade para aprendizado de boas práticas

Governo do Estado do PR e Ministério da Saúde falam sobre expectativas para 2018

Jurídico

Fórum de Direito da Saúde debate imunidade tributária, ética e sigilo médico e reformas da Previdência e Trabalhista

Página 8

Comunicação

Gestão da marca deve fazer parte do planejamento dos hospitais

Página 10

2017 se despede sem deixar saudade nos campos político e econômico. Sobrevivemos e superamos desafios à margem dos casos de corrupção, das delações e da impunidade. Vivenciamos mais uma crise que freou o desenvolvimento do país e durante a qual o setor de saúde filantrópico (mais uma vez) precisou inovar para seguir em frente.

Apesar de vivenciarmos um cenário mais favorável em relação a muitos Estados da federação, por conta da parceria construída com o governo estadual através de propostas claras, projetos e entrega de resultados, ainda há muito para avançar, principalmente, no modelo de remuneração. A expectativa é de que em 2018 essa discussão avance e possamos ter um novo marco nas relações contratuais entre prestadores de serviço do SUS e gestores públicos.

No campo institucional, mais uma vez, encerramos o ano com orgulho por uma bem-sucedida edição do Seminário Femipa, evento que conquistou a credibilidade nacional no calendário do setor. Uma ação que somente acontece por conta da dedicação e do trabalho árduo da equipe da Federação. Além disso, consolidamos as relações de representação e voz do setor hospitalar filantrópico junto ao Ministério da Saúde, à Assembleia Legislativa do Paraná e tantas outras entidades.

Que venha, então, 2018. Estamos preparados para enfrentar os novos desafios, unidos para tornar a Femipa cada vez mais forte e planejando novas ações e iniciativas que contribuam ainda mais para o desenvolvimento dos hospitais afiliados.

Boa leitura.

Flaviano Feu Ventorim,
presidente da Femipa

CURTA

Edição 100

O jornal impresso da Federação das Santas do Estado do Paraná e Hospitais Beneficentes do Estado do Paraná (Femipa) chega à centésima edição comemorando os 10 anos de realização do Seminário Femipa. O veículo de comunicação, que começou como um boletim bimestral em duas cores, evoluiu ao longo do tempo e se modernizou para acompanhar as transformações na forma como a instituição passou a se relacionar com os afiliados e a sociedade.

A principal mudança aconteceu durante a gestão do ex-presidente Maçazumi Furtado Niwa, em 2010, quando foi criada a marca VOZ SAÚDE – Hospitais humanitários em ação. A nova fase marcou também o lançamento da identidade visual da instituição com atualização da logomarca e desenvolvimento de site, criação de boletim semanal online e instituiu a prática da publicação do relatório anual das atividades.

Foram muitas as entrevistas realizadas para levar conteúdo relevante e manter os gestores atualizados quanto a questões políticas, jurídicas, econômicas, gestão, de comunicação e tantos outros temas. Por essas páginas passaram ministros da saúde, secretários de Estado, senadores, deputados federais e estaduais, candidatos a governador, presidentes da CMB e de entidades parceiras, juristas, especialistas de renome em diferentes áreas de atuação.

Contamos também histórias de sucesso dos hospitais afiliados e levantamos bandeiras importantes como a do reajuste da tabela SUS e Saúde +10.

Na edição 100, os temas de maior destaque do Seminário Femipa ganharam uma abordagem mais aprofundada para complementar todo o conteúdo gerado durante o evento.

EXPEDIENTE

Voz Saúde
O Jornal **Voz Saúde** é uma publicação bimestral da Federação das Santas Casas de Misericórdia e Hospitais Beneficentes do Estado do Paraná - FEMIPA

- Produção: **INTERACT Comunicação Empresarial**
  www.interactcomunicacao.com.br
- Jornalista responsável: **Juliane Ferreira**
  MTb 04881 DRT/PR
- Redação: **Maureen Bertol**
- Diagramação: **Pedro Luís Vieira**

FEMIPA
FEDERAÇÃO DAS SANTAS CASAS DE MISERICÓRDIA E HOSPITAIS BENEFICENTES DO ESTADO DO PARANÁ

- **Rua Padre Anchieta, 1691 - sala 505 – Champagnat**
  80730-000 - Curitiba - Paraná
- Fone: **41 3027-5036**
- **www.femipa.org.br** ▪ **comunicacao@femipa.org.br**
- Presidente: **Flaviano Feu Ventorim**

“O mais importante é que os mecanismos de controle saiam do papel”

PARA O JUIZ FEDERAL SÉRGIO MORO, QUE ABRIU O 10º SEMINÁRIO FEMIPA, TEM-SE A IDEIA DE QUE A CORRUPÇÃO ESTÁ MAIS LIGADA AO AGENTE PÚBLICO, MAS NA REALIDADE O AGENTE PRIVADO TAMBÉM FAZ PARTE DO SISTEMA

O 10º Seminário Femipa contou nesta edição com a presença do juiz federal Sérgio Moro. Em entrevista ao jornal VOZ SAÚDE, o magistrado destacou que o setor privado precisa tirar do papel os mecanismos de controle e combate à corrupção. Na avaliação do juiz houve, sim, redução na impunidade. Porém, segundo ele, os agentes políticos ainda estão num estado de inércia, já que, apesar da redução na impunidade, pouco até o momento foi feito para mudar a cultura da corrupção. “Se tem uma noção de que a corrupção está mais ligada ao agente público e na realidade o agente privado também faz parte. Corrupção existe porque alguém recebe e a alguém paga. Uma das formas de se evitar os desafios é desenvolver bons mecanismos de *compliance*, mas o mais importante é que os mecanismos de controle saiam do papel”, afirmou.

Moro lembrou que algumas das grandes empresas envolvidas nos crimes investigados pela Lava-Jato tinham sistemas de *compliance* considerados consistentes e que seguiam padrões internacionais. “Mas eram de fachada, porque essas empresas estavam envolvidas em grossa corrupção”.

Na avaliação do juiz, as práticas corruptas comprometem significativamente o desenvolvimento econômico e a oferta de serviços públicos de qualidade, por exemplo, o que é “um crime contra a confiança dos brasileiros”. Ele defende o comprometimento não somente de todos que trabalham na organização, mas também dos dirigentes. “Todos têm uma responsabilidade. O que esses casos julgados revelam é que foi descoberto um quadro de corrupção sistêmica. Por isso, é necessário aperfeiçoar os sistema e as práticas para evitar a corrupção”, completou.

> **“O que esses casos julgados revelam é que foi descoberto um quadro de corrupção sistêmica. Por isso, é necessário aperfeiçoar os sistema e as práticas para evitar a corrupção.”**
>
> Juiz Sérgio Moro

Durante a palestra, o magistrado afirmou que a justiça não pode ser um faz de conta e reforçou que somente trabalhando de forma integrada o judiciário será capaz de mudar o quadro de corrupção sistêmica que existe no Brasil hoje.

O que é *compliance?*

Comply, em inglês, significa “agir em sintonia com as regras”. *Compliance*, em termos didáticos, significa estar absolutamente em linha com normas, controles internos e externos, além de todas as políticas e diretrizes estabelecidas para o seu negócio. É a atividade de assegurar que a empresa está cumprindo à risca todas as imposições dos órgãos de regulamentação, dentro de todos os padrões exigidos de seu segmento. E isso vale para as esferas trabalhista, fiscal, contábil, financeira, ambiental, jurídica, previdenciária, ética, etc.

Fonte: Endeavor

É hora de compartilhar para gerir melhor

BENCHMARKING PERMITE AOS HOSPITAIS APRENDEREM COM AS BOAS PRÁTICAS DO MERCADO

Maurício Dias, presidente da FESFBA

Motivar os hospitais a implementarem boas práticas e permitir que instituições de Saúde possam compartilhar experiências que deram certo. Esses são os dois motivos principais que fazem o presidente da Federação das Santas Casas de Misericórdia, Hospitais e Entidades Filantrópicas do Estado da Bahia (FESFBA) e vice-presidente da Confederação das Santas Casas e Hospitais Filantrópicos (CMB), Maurício Dias, incentivar o benchmarking entre as instituições de saúde. O assunto foi tema de palestra no 10º Seminário Femipa, na sala que discutiu "Gestão hospitalar" e que fez parte da programação do Parlons Santé, evento realizado pela Câmara Brasil-França e a FAE Business School, em parceria com a Femipa, e também apareceu nos diversos cases apresentados na Sala Temática sobre Eficiência Hospitalar.

Segundo Dias, benchmarking é "um processo de comparação de produtos, processos, serviços e práticas exitosas, que funcionam tanto como instrumento de contribuição de ideia, como também instrumento de gestão. A prática proporciona informações periódicas e estratégicas para melhorar desempenho financeiro, operacional, de recursos humanos, entre outros, e auxilia o gestor na tomada de decisões".

Para Elinéia Denis Ávila, especialista em Marketing e analista de Tendência da Sinapse.lab, o benchmarking serve como uma pesquisa de campo, uma fonte de inspiração. Ela sugere que sejam observados todos os processos e que também empresas de diferentes portes sejam estudadas. Além disso, Elinéia afirma que a equipe tem que estar madura para este processo, para evitar frustrações, e reforça a ideia de que o bechmarking deve servir como inspiração, pois um hospital menor, por exemplo, pode aperfeiçoar o processo e alcançar inclusive uma posição melhor.

"A ideia é que o hospital possa se situar e enxergar se a ideia é cabível. Se for, a boa prática servirá para inspirar. Muitos pensam que benchmarking é copiar a ideia do outro, e é por isso que muitas vezes a proposta dá errado. A maior frustração das pessoas é tentar fazer na sua empresa exatamente igual o que é feito na empresa estudada, esquecendo que as realidades são diferentes. Além disso, é bom analisar casos de sucesso, mas devemos sempre olhar também os casos reais de insucesso, para conseguir prever possíveis erros no processo. Êxitos são importantes, mas os fracassos trazem muito aprendizado", destaca.

Na avaliação dela, os hospitais têm muito a acrescentar uns aos outros, pois a área hospitalar tem grande potencial de crescimento. De acordo com a especialista, todas as empresas deveriam olhar o concorrente como um parceiro, porque existe mercado para todos. Ela destaca que nesses últimos dois anos a ideia de colaboração ficou cada vez mais forte e daqui para frente a tendência é aumentar.

"As empresas estão percebendo que quando abrem as portas para melhorar o

Os tipos de benchmarking

- **competitivo,** realizado por todo mercado, relacionado com os processos e gestão de empresas concorrentes;
- **genérico,** em que se trabalha com conjunto de indicadores e consiste na comparação de parâmetros da funcionalidade das empresas;
- **funcional,** que é uma comparação entre determinadas funções para avaliar boas práticas de determinada função ou processo;
- **interno,** em que entidades tomam como referência as práticas e processos de outros setores dentro de sua própria organização ou de outras unidades de uma mesma entidade mantenedora.

processo de alguém, estão melhorando o próprio processo. Um hospital de grande porte, por exemplo, pode aprender com o pequeno, porque os menores têm processos que, muitas vezes, os grandes já não conseguem enxergar. Além disso, as pessoas que trabalham 'aqui' são diferentes das pessoas que trabalham 'lá', e essa união fortalece o mercado. Quanto mais gente colaborativa, mais o mercado melhora e isso é bom para todo mundo. Todos têm um ponto forte e é isso que constrói um diferencial", garante.

Experiência da Federação da Bahia

Foi dentro dessa linha de aprender e trocar experiências, que os hospitais filantrópicos da Bahia começaram a se movimentar para referenciar áreas que sejam complementares entre si, e não concorrentes.

"O Hospital A, percebendo referência e eficácia do hospital B, começa a se referenciar numa outra área. Isso tem dado certo na Bahia. Diminui elementos de competição entre si e um contribui com o outro. Ao diminuir a competição, temos aumentado a contribuição. Aí passamos a não ter preocupação com benchmarking competitivo, mas outros tipos", explicou Maurício Dias.

Com base neste projeto, a Federação montou uma metodologia para que as entidades pudessem inscrever cases de sucesso em categorias definidas. Passando pela seleção, os hospitais chegam à etapa de apresentação e, por fim, a premiação. O evento, realizado anualmente, foi batizado de "Benchmarking Fesfba". "O nível de satisfação dos que participaram foi altíssimo. Não estimulamos o espírito de competição, mas, sim, de solidariedade, um ajudando o outro", sugeriu.

A iniciativa começou em 2016, foi repetida em 2017, e já tem data marcada para 2018. Dias conta que a ideia surgiu com base no programa "Fesfba solidária", criado pela Federação da Bahia para incentivar a solidariedade entre os hospitais filantrópicos do Estado. "Se um hospital compra um Raio-X novo, por exemplo, mas o antigo tem condições de uso, ele disponibiliza o equipamento para que a Federação possa encontrar uma instituição que precisa", explica.

A partir disso, o presidente pensou que a entidade não precisaria ficar restrita apenas à doação de equipamentos, mas poderia estimular também a divulgação de conhecimento e das boas práticas e a troca de experiência. O primeiro ano da ação teve apenas uma categoria. Em 2017, 18 cases foram apresentados, divididos em seis categorias. A proposta deu tão certo que outras Federações estaduais também estão organizando eventos parecidos. No Rio Grande do Sul, a primeira edição foi realizada em setembro. A Federação de Minas Gerais já planeja um evento para o próximo ano. A Femipa também irá viabilizar a iniciativa em 2018, durante a próxima edição do Seminário.

Portal 50+

Em nível de Brasil, Dias destaca a iniciativa recente da CMB, que formou um grupo de trabalho (GT) entre as 50 maiores santas casas do país. Deste GT surgiu a ideia de criar um observatório, o portal "50+", um banco de dados alimentado em tempo real com informações divididas em indicadores de saúde, para que as entidades possam informar seus dados e dar referência, possibilitando um benchmarking genérico. Se um hospital quiser buscar, por exemplo, a média de tempo de internamento de um paciente, ele poderá consultar o portal para saber se está dentro da média ou se precisa pensar em como melhorar o processo.

Até o momento foram definidos 85 indicadores, feitos estudos e também cotações para a criação de uma plataforma digital. De acordo com o vice-presidente da CMB, o objetivo da proposta é promover o intercâmbio de ideias, ações e estratégias exitosas entre os filantrópicos; estimular a união, a solidariedade e o fortalecimento do setor, com sua heterogeneidade em tantos aspectos; e proporcionar e complementar a visibilidade, valorização e reconhecimento das boas práticas e a formação de juízo de valor e imagem a atores envolvidos com o setor. A perspectiva da Confederação é de que o portal seja lançando em 2018. "Queremos ter o perfil da realidade dos filantrópicos", reforça.

Filantropia no mundo

Portugal entendeu que sairia da crise na Saúde investindo nas misericórdias

Analisando exemplos reais ao redor do mundo, Mauricio Dias destacou o Sistema Nacional de Saúde de Portugal, que equivale ao SUS e está muito à frente do Brasil. Segundo ele, Portugal entendeu que sairia da crise investindo no setor das Misericórdias, já que um paciente que custava € 4.000 por mês custaria € 1.000/mês se fosse atendido por uma santa casa de misericórdia.

"Não é diferente do Brasil, pois qualquer serviço que prestamos aqui é em torno de quatro vezes mais barato do que o mesmo serviço no sistema público. Eles, então, investiram em manutenção, qualificação, entre outros, e o país ampliou 100% da oferta, sendo capaz de investir em outras linhas, como prevenção, construção ou reforma de hospitais ou, apenas, em economicidade para fugir da crise. Foi dessa forma que Portugal avançou e transformou o sistema das misericórdias em uma grande propaganda do sistema de saúde, com qualidade admirável", avaliou.

Com base nas informações apresentadas, Dias afirmou que os hospitais brasileiros precisam se preparar para a inversão da pirâmide cronológica, já que as perspectivas mostram que entre 2025 e 2030, o país terá predominância de pessoas acima de 65 anos, um fato novo que, segundo ele, vai exigir mudança de fluxos, de processos e de paradigmas.

"Temos que trabalhar em cima disso e o benchmarking é fundamental, porque existem países europeus que já vivem essa pirâmide invertida. Eles estão abertos para que possamos fazer esse benchmarking, seja estudando os casos ou enviando pessoas para entender como é feito. Precisamos ganhar tempo conhecendo e aprendendo com quem já esta a nossa frente", finaliza.

O que esperar para a Saúde em 2018?

APESAR DA EXPECTATIVA DE MELHORA NA ECONOMIA E DA PROMESSA DE MAIS RECURSOS PARA O SETOR, GESTORES HOSPITALARES SE PLANEJAM COM CAUTELA PARA O PRÓXIMO ANO

Depois de um ano difícil, de instabilidade política e economia sem grandes sinais de mudança, os hospitais filantrópicos e santas casas de todo o Brasil se preparam para 2018 com atenção. Para Rangel da Silva, executivo do Cegen-Casa de Saúde Dr. João Lima, o momento exige cautela, pois a situação econômica gera muitas dúvidas. Por isso, ele garante que o Cegen vai manter os pés no chão para evitar surpresas.

"Não temos esperança de reajuste de tabela. A população está cada vez mais necessitada de atenção à saúde, os custos aumentam, mas não temos reajuste nos recursos. Tudo isso reflete no atendimento. Dessa forma, temos procurado trabalhar com bastante planejamento, apostando somente em projetos concretos", disse.

Na avaliação do economista do banco Santander, Everton Gomes, a crise atual está entre as três piores da história e é, portanto, uma crise bem grave. Porém, a boa notícia, segundo ele, é que a economia é bastante cíclica e, depois de uma crise como esta, a tendência é que o período seguinte seja de uma recuperação muito forte.

"Em geral, o pós-crise tende a ser de crescimento forte. Do ponto de vista das famílias, numa recessão, elas tendem a cortar o que podem e fazer poupança preventiva. Mas a crise gera uma demanda reprimida das famílias e gera ociosidade grande do lado das empresas. Quando a crise passa, as famílias querem compensar a demanda reprimida e as empresas conseguem atender, por conta da ociosidade do período anterior. Assim, é possível crescer sem gerar inflação, por isso a recuperação normalmente é forte", explicou.

Em 2017, segundo Gomes, o crescimento foi de 0,8%. Para o próximo ano, a expectativa é de que o crescimento chegue a 3,2%. Na avaliação dele, ainda é pouco, mas isso mostra que o país está entrando numa curva ascendente. Para que o Brasil volte ao PIB que tinha em 2012, o país vai levar aproximadamente 10 anos, supondo que cresça 3% ao ano a partir de 2018.

Segundo o economista, diversos fundamentos estão melhorando e inúmeros indicadores mostram que a recuperação já está acontecendo. Porém, ele ressalta que mesmo com um cenário positivo, ainda há riscos importantes, principalmente relacionados às contas do governo. "O déficit é de R$ 170 bilhões, ou seja, o governo gasta mais do que arrecada. Vai chegar um momento em que ninguém mais vai querer financiar essa dívida", declarou.

> **"Em 2018, o aumento será menor, mas ainda assim virá na casa dos R$ 100 milhões."**
>
> Secretário de Estado da Saúde, Michele Caputo Neto

Orçamento 2018

A previsão de um orçamento maior para a pasta da Saúde é uma das promessas do secretário de Estado da Saúde, Michele Caputo Neto. "No orçamento de 2017 em comparação com 2016, tivemos um aumento de R$ 200 milhões. Em 2018, o aumento será menor, mas ainda assim virá na casa dos R$ 100 milhões", declarou o secretário durante participação no 10º Seminário Femipa.

Por parte do Ministério da Saúde, as expectativas também são positivas. O ministro Ricardo Barros afirmou aos participantes do Seminário Femipa que a Saúde tem recursos garantidos de 15% da receita corrente líquida da União e, como a expectativa para 2018 é um crescimento na ordem de 3%, ele prevê uma arrecadação maior e mais recursos para a área.

Barros também salientou que o governo federal criou uma linha de crédito de R$ 10 bilhões para o setor filantrópico, o Pró-Santas Casas, que tem força de lei e será operada pelos bancos oficiais (Caixa Econômica, Banco do Brasil e BNDES) para reestruturação das entidades filantrópicas ou para incremento do capital de giro a partir do próximo ano. Sobre o assunto, ele afirmou que o projeto precisa de recurso orçamentário e comentou que as santas casas e hospitais filantrópicos podem ajudar trabalhando articuladamente na Comissão de Orçamentos, para tentar chegar a um consenso sobre de onde vai sair o dinheiro para colocar nessa equalização. "É preciso trabalhar num ordenamento da solução para que consigamos, a partir do ano que vem, tomar a decisão em cima de uma situação, pois não teremos recursos para atender a todos os pedidos", alertou.

Outro objetivo do Ministério para o próximo ano é avançar na transparência. Segundo Barros, a Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) fez contribuições para o projeto de Lei que trata da modernização da legislação sobre planos de saúde, algo que terá grande impacto no setor filantrópico. "O projeto deve ser votado brevemente pela Câmara e espero que o Senado também vote este ano ainda. Dessa forma, teremos em 2018 uma nova legislação, um novo relacionamento entre hospitais e planos de saúde. Há expectativa muito grande de melhora", afirmou.

O ministro também adiantou que a pasta pretende especializar hospitais de pequeno porte em cuidados paliativos, para tirar esses pacientes das UTIs dos hospitais de maior complexidade. Para Barros, a proposta vai ajudar a melhorar a produtividade e a resolutividade de problemas, fazendo com que as instituições cheguem a um entendimento mais claro sobre qual é o seu papel no contexto do SUS e da Saúde pública no Brasil.

Com relação à gestão, o ministro revelou que todos os hospitais filantrópicos podem solicitar ao Ministério da Saúde consultoria para melhorar gestão. A ferramenta é gratuita e o órgão está estabelecendo alguns padrões de avaliação. A pasta também está apoiando a elaboração e avaliação de um plano de capacidade econômico e financeira. Questionado sobre a situação do Incentivo de Adesão à Contratualização (IAC), Barros afirmou que o IAC vai desaparecer, pois o modelo não é sustentável.

Ministro da Saúde Ricardo Barros informou que a pasta pretende especializar hospitais de pequeno porte em cuidados paliativos

Para Heracles Alencar Arrais, diretor-geral da Santa Casa de Paranavaí, 2017 foi um ano bastante difícil, o que causou inúmeros problemas à entidade, que vinha equilibrada. Para 2018, a instituição trabalha em um novo planejamento. A expectativa é de um bom ano, desde que haja apoio do governo.

"Temos que pensar dessa forma, pois, caso contrário, não há hospital que sobreviva. Fizemos muitos cortes de despesa para nos adequarmos à nova situação do país. Também enfrentamos um impasse junto ao governo para convênio. Em janeiro, teríamos renovação de contrato, algo que não ocorreu, e o recurso só veio em outubro. Assim, vivemos momentos de insegurança e, num cenário como esse, não fizemos investimentos e acabamos recuando, para ter uma segurança maior. Nossa esperança está nos incentivos que têm sido dados, além do HospSUS, urgência e emergência, aumento nas diárias da UTI. Tudo isso fez com que pudéssemos respirar. Mas a expectativa é de que o próximo ano seja melhor, com ajuda da bancada da Saúde", completou.

Fórum de Direito da Saúde se consolida no debate de assuntos da atualidade

IMUNIDADE TRIBUTÁRIA, ÉTICA E SIGILO MÉDICO E REFORMAS DA PREVIDÊNCIA E TRABALHISTA ESTIVERAM NAS DISCUSSÕES DESTA TERCEIRA EDIÇÃO

Palestrantes que são referência em suas áreas de atuação, temas relevantes para o dia a dia das instituições e um debate construtivo. Esses fatores fizeram da terceira edição do Fórum de Direito da Saúde da Femipa um gerador de conteúdo de alto nível para os participantes O evento fez parte da programação do dia 25 de outubro, antecedendo o 10º Seminário Femipa.

Entre os temas, a questão da imunidade tributária foi apresentada pelo advogado especialista em Direito e Política Tributária e Gestão financeira, José Thadeu Mascarenhas Menck. Para o palestrante, a defesa da imunidade tributária para entidades de assistência social não equivale a uma defesa do não pagamento de impostos e sim de defender a sociedade brasileira. "A imunidade não é um benefício fiscal, é a garantia de liberdades. Ela não existe para que as entidades tenham economia de despesas e sim para garantir o acesso à saúde", afirmou.

"Em geral, se compreende que é assistência social o serviço ofertado pelo hospital sem fins lucrativos em benefício da sociedade. Simplesmente, não ter incidência de tributos é possibilitar que você possa ter esses recursos direcionados à prestação de serviços e o acesso à saúde para a população. As pesquisas demonstram que para cada R$ 1 de imunidade concedido, as instituições oferecem R$ 6 em prestação de serviços", explicou Menck.

Segundo o especialista, é preciso levar em consideração ainda que esses serviços são um direito da população garantido constitucionalmente. "Esses são direitos e um dever do Estado. Mas, a legislação prevê que se o poder público não consegue prover esse direito é possível que instituições privadas colaborem neste serviço e ele será considerado assistência social. Há, portanto, uma clara diferença entre a Política de Assistência Social, que reúne ações governamentais, do conceito de Assistência Social", defendeu. Para ele, portanto, todas as instituições que oferecem estes serviços devem gozar de imunidade tributária, que equivale à garantia desses direitos.

Ética e sigilo médico

Ética e sigilo na divulgação das informações médicas sempre foram um assunto delicado que gera muitas dúvidas entre os profissionais da área da saúde. Na era digital, em que as notícias circulam quase que instantaneamente por meio das redes sociais, o tema ganha ainda mais relevância. Assim, essa discussão também fez parte do 3º Fórum de Direito da Saúde da Femipa.

O advogado e médico Jorge Rufino Ribas Timi lembrou que a segunda maior demanda jurídica dos hospitais é a gestão da informação, já que são muitas as implicações de uma divulgação indevida. A maior procura por assessoria jurídica pelas instituições de saúde está relacionada à gestão dos resíduos hospitalares.

Para embasar suas explicações, Jorge Timi repassou com os participantes do fórum os principais pontos do Código de Ética Médica (Resolução CFM Nº 1931, de 17 de setembro de 2009), que dizem respeito aos direitos dos pacientes quanto à privacidade de suas informações. O texto atual do código foi revisado e entrou em vigor em 13 de abril de 2010. No primeiro semestre de 2016, o Conselho Regional de Medicina e os conselhos regionais iniciaram novo processo de revisão.

Timi lembrou que o Código de Ética Médica traz um capítulo específico sobre sigilo profissional. Trata-se do capítulo IX, que no Artigo 73 define: "É vedado ao médico: revelar fato de que tenha conhecimento em virtude do exercício de sua profissão, salvo por motivo justo, dever legal ou consentimento, por escrito, do paciente". Segundo ele, entre as exceções de quebra de sigilo incluem-se, por exemplo, o direito de anexar prontuários médicos, como defesa, em processos judiciais, ou a comunicação às autoridades de saúde nos casos de doenças de notificação compulsória.

O parágrafo único do Artigo 73 do Código de Ética Médica mantém a proibição de se divulgar qualquer informação sobre o paciente, "mesmo que o fato seja de conhecimento público ou o paciente tenha falecido".

Para o advogado e médico, um dos pontos do código que merece revisão é o artigo 114, que proíbe a utilização de qualquer meio de comunicação de massa para consultas, diagnósticos ou prescrições. Isso porque com as redes sociais e aplicativos de comunicação instantânea, as pessoas passaram a demandar as facilidades que essas ferramentas tecnológicas proporcionam, inclusive para fins médicos. "É mandatório que se crie uma legislação sobre isso", defendeu.

Reformas também estiveram em pauta

ESPECIALISTAS ESCLARECERAM DÚVIDAS SOBRE AS MUDANÇAS NAS LEGISLAÇÕES DO TRABALHO E DA PREVIDÊNCIA

Os profissionais que participaram do Fórum de Direito da Saúde também tiveram a oportunidade de discutir as mudanças que serão provocadas pelas Reformas da Previdência e Trabalhista.

O advogado e professor de Direito do Trabalho Hélio Gomes Coelho Júnior, presidente do Instituto dos Advogados do Paraná, apresentou os reflexos e impactos das mudanças na Lei Trabalhista sobre os empregadores da saúde, que entrou em vigor no início de novembro.

"A legislação trouxe muitos avanços e será possível reduzir de forma muito acentuada os passivos trabalhistas e os custos, além de melhorar a gestão", afirmou o advogado.

Coelho Júnior elencou as principais mudanças que afetam as empresas como a terceirização, a possibilidade de dispensa coletiva, a regulamentação do Programa de Demissão Voluntário (PDV), a validade do distrato e a possibilidade de acordos extrajudiciais.

O advogado salientou que a nova legislação trabalhista também trouxe uma série de flexibilizações importantes nas relações entre empregadores e empregados. A partir de agora, prêmios e abonos oferecidos pela empresa deixam de integrar a remuneração e gerar encargos. "A nova legislação entende que prêmios são liberalidades concedidas em bens, serviços ou dinheiro como reconhecimento de desempenho superior ao esperado, algo pelo qual se batalhou por muito tempo", afirmou Coelho Júnior.

A legislação também possibilita ajustes diretos com o empregado como banco de horas semestral, compensação de horas mensal e regime de trabalho de 12 horas por 36 horas, que pode ser oferecido sem a licença prévia do Ministério do Trabalho.

Outras mudanças dizem respeito às equiparações salariais, às férias, que poderão ser usufruídas em até três períodos e à força da Convenção Coletiva de Trabalho, que passa a ter suas determinações respeitadas e valorizadas, permitindo a negociação direta de vários pontos coletivamente com os trabalhadores como a forma de pagamento do 13º, remuneração por desempenho, forma de registro da jornada de trabalho, entre vários outros aspectos.

Já a Proposta de Emenda Constitucional (PEC) nº 287/16, que trata da Previdência, ainda precisa ser votado pela Câmara dos Deputados, o que pode acontecer ainda este ano. A advogada Elisangela Pereira falou sobre as regras atuais para a aposentadoria e como as mudanças impactam os profissionais da saúde.

De acordo com a especialista, a Constituição Federal prevê a possibilidade de aposentadoria especial para os casos de atividades exercidas sob condições especiais que prejudiquem a saúde ou a integridade física, como a exposição a agentes químicos, físicos e biológicos. Essa seria a situação, por exemplo, dos profissionais que trabalham em estabelecimentos hospitalares. Nesses casos, o trabalhador que comprovar 25 anos de tempo de serviço em atividades especiais pode requerer a aposentadoria especial, sem ter que atingir idade mínima.

Elisangela explicou que, pelas regras atuais, existe a possibilidade de conversão de tempo em atividade especial para comum. Isso, para efeitos de concessão de aposentadoria por tempo de contribuição. Ao aplicar o fator de conversão, há um acréscimo de 20% no tempo de contribuição para mulheres e de 40% para homens. No entanto, se a PEC 287/16 for aprovada com o texto atual, esse acréscimo deixa de existir a partir da publicação da emenda. Segundo a advogada, essa é a principal mudança que afeta os profissionais da saúde que trabalham expostos a riscos potenciais de contaminação.

A Reforma da Previdência prevê como regra geral para concessão de aposentadoria especial: atividades exercidas em condições especiais que prejudiquem a saúde, idade mínima de 55 anos e tempo mínimo de contribuição de 15 anos. "Mas essas regras não são claras, pois sua aplicação está condicionada à publicação de uma lei complementar", apontou Elisangela.

Gestão da marca: por que os hospitais precisam pensar nisso?

PARA ESPECIALISTA, CRIAR VALOR PARA A MARCA PASSA POR DEFINIR CLARAMENTE QUAL O PROPÓSITO DA ORGANIZAÇÃO

Juliana Quadros, publicitária especializada em marketing estratégico

Todo negócio tem um amplo espaço de possibilidades e para que as empresas possam aproveitar todas as oportunidades, é preciso investir na gestão da marca, ou "branding", como o processo é chamado. Segundo Juliana Quadros, publicitária especializada em marketing estratégico e sócia da Valente Branding, é a partir da gestão da marca que uma empresa pode melhorar seu posicionamento no mercado e mudar a forma como as pessoas e até os concorrentes a enxergam. Na palestra "Branding - como a gestão de marcas pode melhorar o posicionamento das empresas", durante o 4º Encontro de Assessores de Comunicação da Femipa, evento que fez parte da programação paralela do 10º Seminário Femipa, a especialista explicou que branding, na definição da Valente, "é construir e gerir a marca de dentro para fora, é pensar, agir e comunicar para acertar um alvo em natural movimento".

De acordo com Juliana, o mercado muda o tempo todo. Num hospital, por exemplo, que é uma empresa extremamente complexa, essa afirmação se torna ainda mais verdadeira, porque além do mercado, a cena se movimenta o tempo todo. Por isso, nesse cenário, a profissional destaca que o desafio é desenhar uma estratégia que seja capaz de atingir um alvo que está em movimento. "É preciso estar com os radares ligados", lembra.

Para a especialista, o primeiro passo – e o mais fundamental – é que o hospital tenha clareza na visão, missão e valores da empresa, porque esses três pontos descrevem o propósito da organização. Depois, deve-se trabalhar em cima de três aspectos fundamentais: imersão no mercado, no cliente e na organização.

"Para construirmos um bom posicionamento de marca, precisamos falar sobre os valores da empresa e sobre a organização em si. Em seguida, temos que olhar para o mercado, como ele atua, o que os outros hospitais estão fazendo, o que podemos aprender com os erros e acertos do mercado. Ao mesmo tempo, precisamos pensar nas pessoas. Nossos clientes internos e externos. A cadeia da saúde é bastante ampla. Por isso, os profissionais envolvidos no dia a dia de uma instituição de Saúde precisam entender com quem estão falando, porque cada pessoa recebe a informação de uma forma diferente", explica.

Outro ponto que merece atenção é entender que quando o consumidor não está satisfeito com algo, ele tem inúmeros canais para comunicar isso em tempo real, gerando conteúdos entre si, o que influencia nas opções de consumo.

"Muitos processos de melhoria acontecem por solicitações dos clientes. As redes sociais, de certa forma, tiraram as marcas do controle, e a transparência, hoje, tornou-se um fator-chave para a comunicação", afirmou.

Relacionamento com os clientes

Quando o assunto são os clientes, Juliana destacou que é fundamental entender os perfis das pessoas com quem a empresa trabalha e se comunica e com o público que ela pretende atingir. Por isso, a sugestão é desenhar um arquétipo, ou seja, um modelo de como a organização enxerga o mundo, apontando quem é o cliente, o que ele procura, o que é importante para ele, o que ela busca e quais atributos de marca a empresa pode oferecer. Além disso, é importante olhar para outros players, estabelecendo um comparativo de como o mercado atua. Neste ponto, Juliana sugere que se observe os pontos de paridade, que são os pontos primordiais que fazem a marca ser reconhecida dentro da sua categoria, e os pontos de diferenciação, que são aqueles que diferenciam a marca dentro de uma categoria e reforçam sua proposta de valor.

"É preciso cumprir bem os pontos de paridade para avançar nos pontos de diferenciação, ou seja, é fundamental cumprir o básico para desenvolver o mercado. Se não for nesse caminho, muitos projetos não dão certo. Depois, o desafio é criar um ponto de diferenciação que não possa ser facilmente copiado", ressaltou.

Hospital Nossa Senhora das Graças: uma marca atual

Uma marca que não representava mais as transformações pelas quais a instituição havia passado ao longo de 64 anos de história. O Hospital Nossa Senhora das Graças, em Curitiba, percebeu que era hora de mudar a marca para criar uma sinergia entre os serviços oferecidos, a postura atual da organização e os novos clientes.

"O hospital não era considerado moderno", constatou Melise Bochnia, responsável pela comunicação do Hospital. "A partir disso, começamos a redesenhar a estratégia, incluindo mudanças na comunicação, presença em redes sociais etc. A marca tinha que acompanhar tudo isso", destacou.

Para conseguir fazer as mudanças que a marca do hospital precisava, o departamento de Comunicação enxergou a oportunidade de aproveitar o momento e renovar também os valores institucionais do hospital, com o objetivo de fortalecer o nome da instituição, para que as pessoas "de dentro" falassem sobre isso e levassem a ideia "para fora", ou seja, para o mercado.

"Sabíamos da responsabilidade dessa mudança. Estabelecemos alguns limites para a agência contratada. Depois, passamos para a parte de validação da marca e definimos a estratégia de lançamento, aproveitando as oportunidades que tínhamos identificado. Queríamos envolver os funcionários nesse lançamento", comentou.

Para a nova marca, o grupo trocou a fonte, simplificou o conceito do design, reduziu os elementos e mudou a cor. Para comunicar ao público interno foi criada uma animação explicando a nova marca, além de um novo vídeo institucional. Para a apresentação, o departamento decidiu fazer um ritual com os funcionários: antes, eles receberam alguns e-mails marketing que contavam um pouco da história do hospital e indicavam que uma mudança seria anunciada em breve; depois, em um evento, eles estimularam os funcionários a fazerem a leitura dos valores do hospital, para, em seguida, reproduzirem o vídeo que explicava sobre a nova marca. A última ação foi uma revoada de balões em frente ao HNSG, para marcar a mudança.

"No vídeo, contamos a história de toda a evolução do hospital, com o intuito de mostrar que a mudança da marca foi só um detalhe. Nosso objetivo com a logo era deixá-la mais leve, usando também a ideia de conectar pessoas. Os funcionários gostaram da mudança. Todos compraram a ideia de mostrar que somos modernos", reforçou.

Melise Bochnia, responsável pela comunicação do Hospital Nossa Senhora das Graças

Homenagem

O 10º Seminário Femipa homenageou as quatro empresas patrocinadoras mais antigas: **Air Liquide, Formathos, Bionexo e Sismatec**. Um reconhecimento pela parceria ao longo desse tempo.

AGENDE-SE

11º SEMINÁRIO FEMIPA

14, 15 e 16 de Março de 2018

Informações no site

seminario.femipa.org.br

É difícil acordar às 5h30
para correr, mas é maravilhoso
como me sinto às 7h.

Mudar um hábito
muda uma vida.
Veja por onde começar em
mude1habito.com.br.

MUDE1 HÁBITO
MUDAR UM HÁBITO MUDA UMA VIDA

CUIDAR DE VOCÊ. ESSE É O PLANO.

Unimed Paraná

ANS - nº 312720

SAC 0800 41 4554 | **Deficientes auditivos** 0800 642 2009
Ouvidoria www.unimed.coop.br/parana/canaisderelacionamento