



O que é o Saúde Naval



Saúde Naval®



O que é o Saúde Naval

O Saúde Naval é o canal, a interface entre o Sistema de Saúde da Marinha e o usuário.

Como uma grande plataforma, lança mão de várias ferramentas de comunicação. Tem como objetivo gerar percepção positiva e unificada, destacar os fatores de prevenção e reduzir custos. As estratégias são implementadas a partir de um Planejamento de Comunicação Integrada.





Dinâmica

Operação e Gestão



Informação e Comunicação



Sistema otimizado, redução de custos, usuários menos insatisfeitos e profissionais mais produtivos e engajados.



Estrutura do Saúde Naval

Assessoria de
Comunicação
da DSM

Estrutura do SN

Assessoria de Comunicação da DSM



Competências



- Canal de Comunicação
- Produtor de conteúdo
- Responsável pelo cuidado com a marca do Saúde Naval
- Facilitador no Sistema de Saúde

Desafio

Manter a proposta e a coerência do projeto com o objetivo inicial: unificação e padronização.

Filosofia

Flexibilidade e busca pela melhor performance.



Dinâmica do Trabalho

Dinâmica do Trabalho



O trabalho, após o planejamento inicial, é desenvolvido pela dupla de criação. Estes profissionais trabalham em sistema de rodízio.

Dinâmica do Trabalho

Demandas específicas: sinalização, notícias, informes, etc.

Veiculações de oportunidade: assuntos relevantes (off pauta).

Linear

Estudos de aprimoramento na forma e meios de desenvolver a comunicação dos temas para maior engajamento.

Comunicação Parceira

Saúde Ativa
Saúde Total

Campanhas de Pauta

SMI, NAIM, SeDiMe, HNMD (doação de sangue) e outras que podem acontecer, por solicitação.

Foco no Planejamento Estratégico a partir de Briefing.



Estratégias dos Pontos de Contato

Estratégias dos Pontos de Contato

Formatos de Engajamento:

Vídeo . Texto . Podcast . Notícia . Cartaz A4 e A3
Filipeta . Entrevistas e Depoimentos . Infográficos
Pop-up . Webstories . Saúde Naval em Pauta

Estratégias de Alto Alcance:

Bono . PD . Vitrines . E-mail marketing . Mobile
Telegram . Portal da MB . Pannel de LED no 1DN e Arsenal
Portal da MB . Folders . Newsletter mensal

Vitrines disponibilizadas para mais de 80 0M cadastradas
Notas para PD disponibilizadas para mais de 90 0M cadastradas

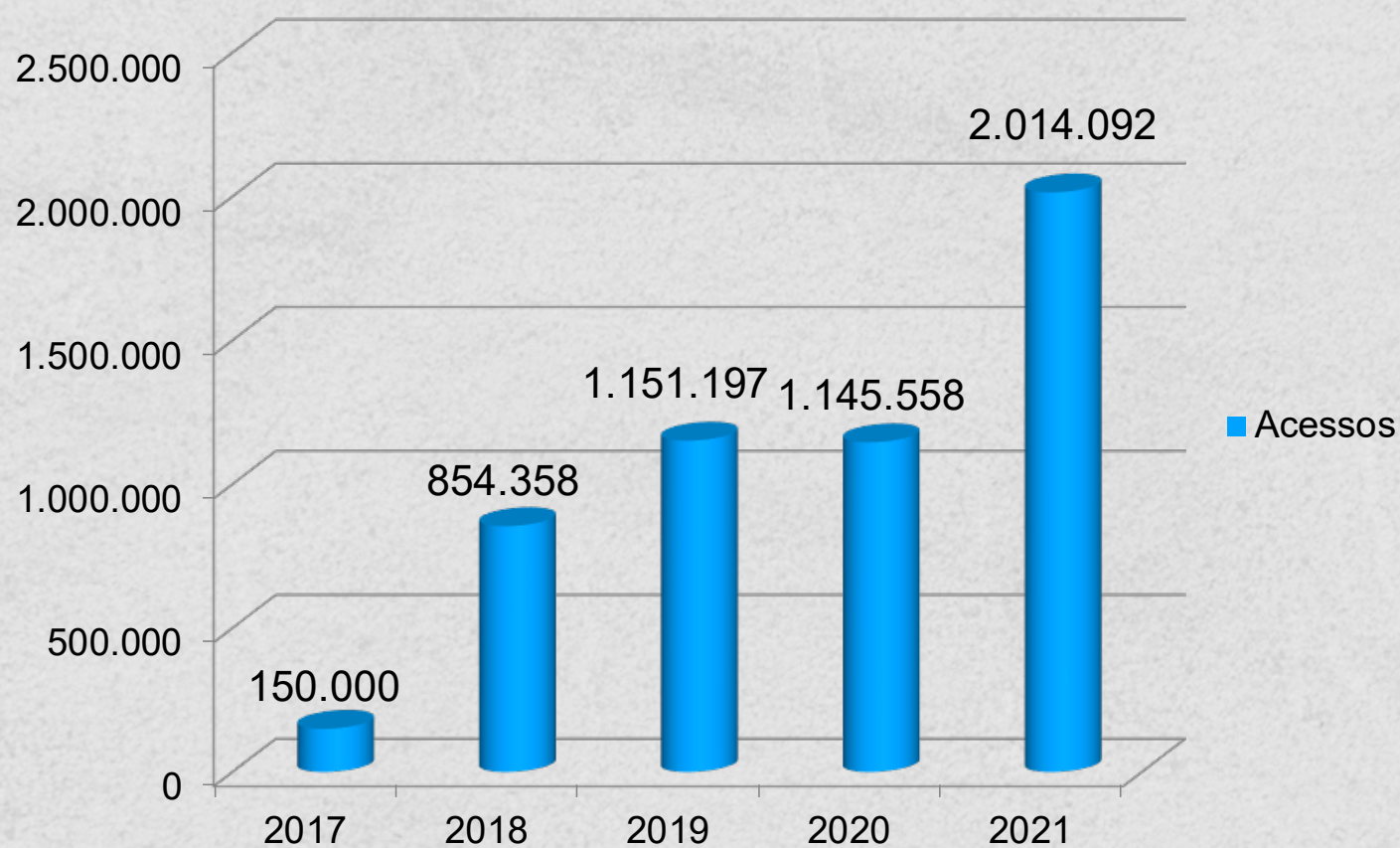


Performance do site

Evolução 2021



Acessos



Saúde Naval em números



Jan a Dez 2021

Acessos ao site: 2.014.092

Downloads do App: 12.584

Mobile: Alcance previsto de até 29.072

Newsletter: 3.267 envios por mês

E-mail Marketing: 175.754 envios



Saúde Naval em números



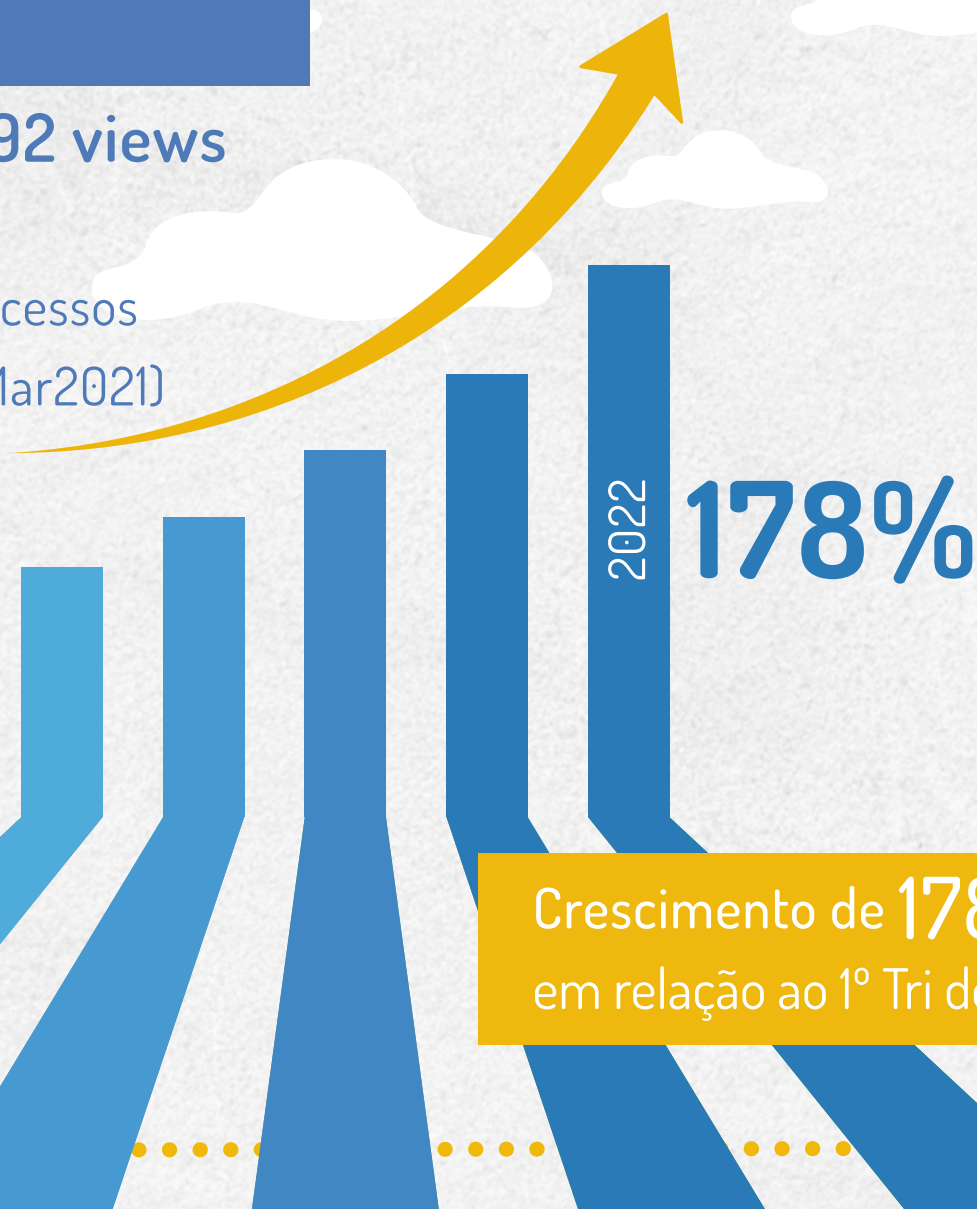
Jan a Março 2022

Acessos ao site: **735.892 views**

Para comparativo:

1ºTRI de 2021 - 264.498 acessos

(Período - de 13Jan a 31Mar2021)



Saúde Naval em números



Jan a Março 2022

Email MKT – 1ºTri de 2022 foi enviada 01 peça para a base de cadastro ativo da DSM e CCSM, um total de **175.754** usuários.

Newsletter: 03 peças enviadas para **3.169** contatos.

Podcast: 02 Produções
3.990 acessos

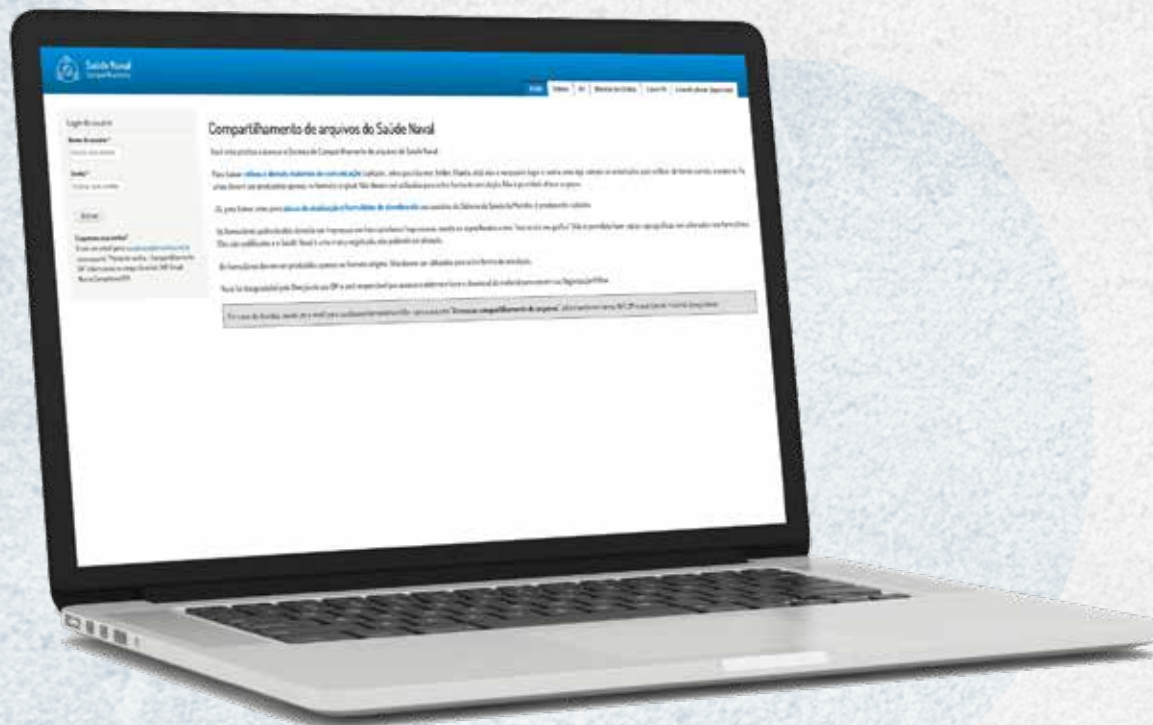
*Novidade do podcast em formato vídeo, episódio de estreia com o infectologista CMG (RM1-Md) De Lorenzzi, Covid-19 até quando? – **2.283** acessos.

Mobile: 08 peças produzidas com expectativa de atingir **29.073** pessoas.



Sistema de Compartilhamento do Saúde Naval

Sistema de Compartilhamento do Saúde Naval



No sistema de compartilhamento do Saúde Naval, estão disponíveis diversos materiais:

1. **Formulários** - Reúne todos os formulários disponíveis para uso no SSM. Está sendo feita a expansão para todo o Brasil.
2. **Sinalização** - As placas de sinalização reforçam a importância da padronização das Organizações Militares na área da saúde.

O Saúde Naval disponibiliza **mais de 700 artes**, que estão divididas em: Placas de Aviso, Placas de Setores, Placas Direcionais/Históricas e SMI/NAIM.

Sistema de Compartilhamento do Saúde Naval

Formulários



[Início](#)
[Vídeos](#)
[Formulários](#)
[Sinalização](#)
[A4](#)
[Material de Gráfica](#)
[Covid-19](#)

Formulários

Filtre por especialidade: - Qualquer -
 Pesquise pelo nome:
 Pesquise pelo código:
[Aplicar](#)
[Limpar](#)

Operações: - escolha uma operação -
[Executar](#)

	Especialidade	Nome	Código	Publicado em	Atualizado em		Publicado	
☐	Alergologia	Orientações para Pacientes com Alergia Alimentar	115T	01/09/2021 - 13:42	01/09/2021 - 13:42	Faça download exibido 6 vezes	✓	Editar
☐	Alergologia	Orientações para Pacientes com Alergia Respiratória	114T	01/09/2021 - 13:41	15/09/2021 - 10:46	Faça download exibido 3 vezes	✓	Editar
☐	Alergologia	Orientações de Dessensibilização para Uso de Contraste Iodado	067T	24/09/2021 - 16:36	24/09/2021 - 16:36	Faça download exibido 2 vezes	✓	Editar
☐	Alergologia	Prescrição para Imunoterapia com Alérgenos	058T	15/09/2021 - 10:44	15/09/2021 - 10:44	Faça download exibido 3 vezes	✓	Editar
☐	Alergologia	Requisição de Exames para Alergia Respiratória	116T	01/09/2021 - 13:43	01/09/2021 - 13:43	Faça download exibido 3 vezes	✓	Editar
☐	Análises Clínicas	Requisição de Espermograma	059T	28/08/2021 - 20:32	28/08/2021 - 20:32	Faça download exibido 3 vezes	✓	Editar
☐	Análises Clínicas	Requisição de Exames Laboratoriais	016T	28/08/2021 - 19:11	28/08/2021 - 19:11	Faça download exibido 25 vezes	✓	Editar
☐	Análises Clínicas	Requisição de Exames Laboratoriais em Urina de 24 h.	060T	15/09/2021 - 14:03	15/09/2021 - 14:03	Faça download exibido 9 vezes	✓	Editar
☐	Cardiologia	Requisição de Angiotomografia de Coronais	061T	15/09/2021 - 14:05	15/09/2021 - 14:05	Faça download exibido 2 vezes	✓	Editar
☐	Cardiologia	Requisição de Eletrocardiograma	017T	28/08/2021 - 19:13	28/08/2021 - 19:13	Faça download exibido 16 vezes	✓	Editar
☐	Cardiologia	Requisição de Exames Cardiológicos	018T	28/08/2021 - 19:14	28/08/2021 - 19:14	Faça download exibido 10 vezes	✓	Editar
☐	Cardiologia	Requisição de Mapa e Holler	062T	28/08/2021 - 20:34	28/08/2021 - 20:34	Faça download exibido 9 vezes	✓	Editar
☐	Cartão - Impressão em Gráfica - Gramatura do papel 180 g	Cartão da Mãe - Formato A5 - Acabamento: Grampo Canoa	006G	01/09/2021 - 13:54	01/09/2021 - 13:58	Faça download exibido 15 vezes	✓	Editar
☐	Cartão - Impressão em Gráfica - Gramatura do papel 180 g	Cartão de Marcação de Consultas - Formato A5	003G	01/09/2021 - 13:50	01/09/2021 - 13:50	Faça download exibido 17 vezes	✓	Editar
☐	Cartão - Impressão em Gráfica - Gramatura do papel 180 g	Cartão do Paciente (Dialise) - Formato 9 x 12 cm	033G	01/09/2021 - 13:48	01/09/2021 - 13:48	Faça download exibido 3 vezes	✓	Editar

2 tipos de Formulários (template e gráfica)

Recurso ainda disponível na Gráfica da BHMN para as OM da fase inicial do Saúde Naval.

Finalizando esta etapa, vai haver a padronização via compartilhamento.



Queremos o bem
do nosso maior bem:
Família Naval

 **Saúde Naval®**

CARTÃO DA Mãe

Nome: _____ NIP: _____
Posto/Grado: _____ OM: _____
End.: _____
Tel.: _____ E-mail: _____
Intuler: _____ NIP: _____



DATA	HORA	UNIDADE	PROF.

 **MARINHA DO BRASIL**

Leia a Cartilha da Gestante em www.saudenaval.mar.mil.br

Em caso de perda ou situação de urgência, comunicar o _____ Cel: _____

Formulários



Requisição de Exames Laboratoriais

IDENTIFICAÇÃO

INDICAÇÃO CLÍNICA

EXAMES SOLICITADOS

PHOTO CLOU

Exame realizado no dia / / Telefone do Setor para contato: _____

Resultado disponível após dias úteis, mediante apresentação de documento de identidade.

Eventuais solicitações de alterações devem ser enviadas para a DSM que seguirá o protocolo. Os formulários unificados e padronizados devem ser vistos a partir do SSM como um todo.

[Início](#)
[Vídeos](#)
[Formulários](#)
[Sinalização](#)
[A4](#)
[Material de Gráfica](#)
[Covid-19](#)

Sinalização

Orientação para impressão:

- As Placas Direcionais são específicas para cada OM e são feitas sob medida, de acordo com a planta do local. O envio de fotos, de vídeos e da planta do setor facilita a elaboração do planejamento de sinalização.
- As nomenclaturas utilizadas na elaboração das placas padronizadas foram definidas, inicialmente para as OM do Rio de Janeiro, depois de mais de 1 ano de trabalho integrado com o Saúde Naval.

[Veja o Catálogo de Sinalização do Saúde Naval](#)

Filtre por tipo: - Qualquer - Pesquise pelo nome: Aplicar Limpar

Operações: - Escolha uma operação - Executar

	Tipo de Sinalização	Nome	Código	Medida (LxA)	Publicado em	Atualizado em		Publicado	
☐	Outras	NAIM A4 Horizontal (Editável)	PO-006	21cm x 29cm	27/01/2022 - 13:50	27/01/2022 - 13:50	Faça download exibido 12 vezes	✓	Editar
☐	Outras	NAIM A4 Vertical (Editável)	PO-007	21cm x 29cm	27/01/2022 - 13:54	27/01/2022 - 13:54	Faça download exibido 1 vez	✓	Editar
☐	Outras	NAIM A5 Horizontal (Editável)	PO-008	21cm x 29cm	27/01/2022 - 13:55	27/01/2022 - 13:55	Faça download exibido 3 vezes	✓	Editar
☐	Outras	NAIM Adesivo Porta Blindex	PO-001	110cm x 260cm	26/01/2022 - 13:47	26/01/2022 - 13:47	Faça download	✓	Editar
☐	Outras	SMI A4 Horizontal (Editável)	PO-009	21cm x 29cm	27/01/2022 - 13:56	27/01/2022 - 13:56	Faça download exibido 4 vezes	✓	Editar
☐	Outras	SMI A4 Vertical (Editável)	PO-010	21cm x 29cm	27/01/2022 - 13:57	27/01/2022 - 13:57	Faça download exibido 4 vezes	✓	Editar
☐	Outras	SMI A5 Horizontal (Editável)	PO-011	21cm x 29cm	27/01/2022 - 13:59	27/01/2022 - 13:59	Faça download exibido 4 vezes	✓	Editar
☐	Outras	SMI Adesivo Porta Blindex	PO-002	40cm x 206cm	26/01/2022 - 13:49	26/01/2022 - 13:49	Faça download exibido 5 vezes	✓	Editar
☐	Outras	SN A4 Horizontal (Editável)	PO-003	21cm x 29cm	27/01/2022 - 14:02	27/01/2022 - 14:02	Faça download exibido 2 vezes	✓	Editar
☐	Outras	SN A4 Vertical (Editável)	PO-004	21cm x 29cm	27/01/2022 - 14:03	27/01/2022 - 14:03	Faça download exibido 2 vezes	✓	Editar
☐	Outras	SN A5 Horizontal (Editável)	PO-005	21cm x 29cm	27/01/2022 - 14:04	27/01/2022 - 14:04	Faça download exibido 3 vezes	✓	Editar

Sinalização – exemplos de OM que receberam um projeto de design específico, estratégico : HNNa; HNBe; HNRe; HNBra; HCM; CPMM; UISM; PNNSG; CMAM

*Algumas OM também demandaram projetos e peças de sinalização do NAIM.

[Início](#) [Vídeos](#) [A4](#) [Material de Gráfica](#) [Covid-19](#) [Lista de placas disponíveis](#)

Cartazes A4

- Respeitar o formato e as cores. Formato 21,0 x 29,7 cm.
- O Cartaz A4 não deverá, em hipótese alguma, ser impresso em outro formato, nem em preto e branco (PB) ou tons de cinza.

Caso impresso em impressora colorida de bordo, observar o cuidado com a qualidade da impressão.

Pesquise pelo nome ☐ Conteúdo novo? [Aplicar](#) [Limpar](#)

Pré-visualizar	Nome	Publicado em	Atualizado em		Publicado
	SNi em Pauta - Mindfulness	11/02/2022 - 08:10	11/02/2022 - 11:01	Faça download	✓
	Saúde Ativa (hipertensão)	21/01/2022 - 13:34	21/01/2022 - 13:34	Faça download	✓

Ativar o Windows
Acesse Configurações para ativar o Windows.

Site do Saúde Naval





Repercussão de algumas campanhas

Planejamento de Comunicação do Banco de Sangue do HNMD

- Adesivação de elevadores
- Móviles nos espaços de circulação
- Banners
- Cartazes A4
- Placa para foto Instagram
- Adesivos para doadores
- Mobile
- E-mail marketing
- BONO
- PD
- LED do 1DN



Resultado da campanha: **aumento em 200%** do número total de doadores voluntários de sangue no período de 45 dias - 14JUN a 30JUL. Foram realizadas 764 transfusões no período.

Planejamento de Comunicação do SeDiMe

Foi desenvolvida uma pesquisa no HNMD e na PNNSG.

Era preciso mudar a percepção do usuário. Ficar claro que o SeDiMe não é uma farmácia.

Uma das táticas foi a criação do Desafio SeDiMe, com premiação de vencedores.



Resultado da campanha: O Desafio SeDiMe fez com que houvesse o **aumento de 67,3%** no número de downloads do App do SN no Google Play. Em FEV2022, 1.951 pessoas possuíam o App do SN.

Total de acessos ao Desafio SeDiMe: 2.615 em todas as plataformas (Android e iOS)

Parcerias de sucesso



DASM – Saúde Total

Saúde é o estado de completo bem-estar físico, mental e social, e não só a ausência de doenças. Dicas para cuidar da saúde em todos os sentidos.



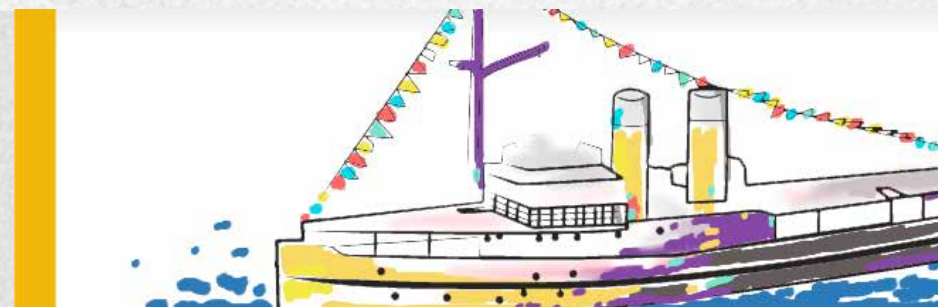
CEFAN– Saúde Ativa

Conteúdos para incentivar hábitos saudáveis e estímulo à prática de atividades físicas



DPHDM – Desenhos para colorir

(atividade para crianças durante a pandemia)





Saúde Naval®

Novos formatos estratégicos

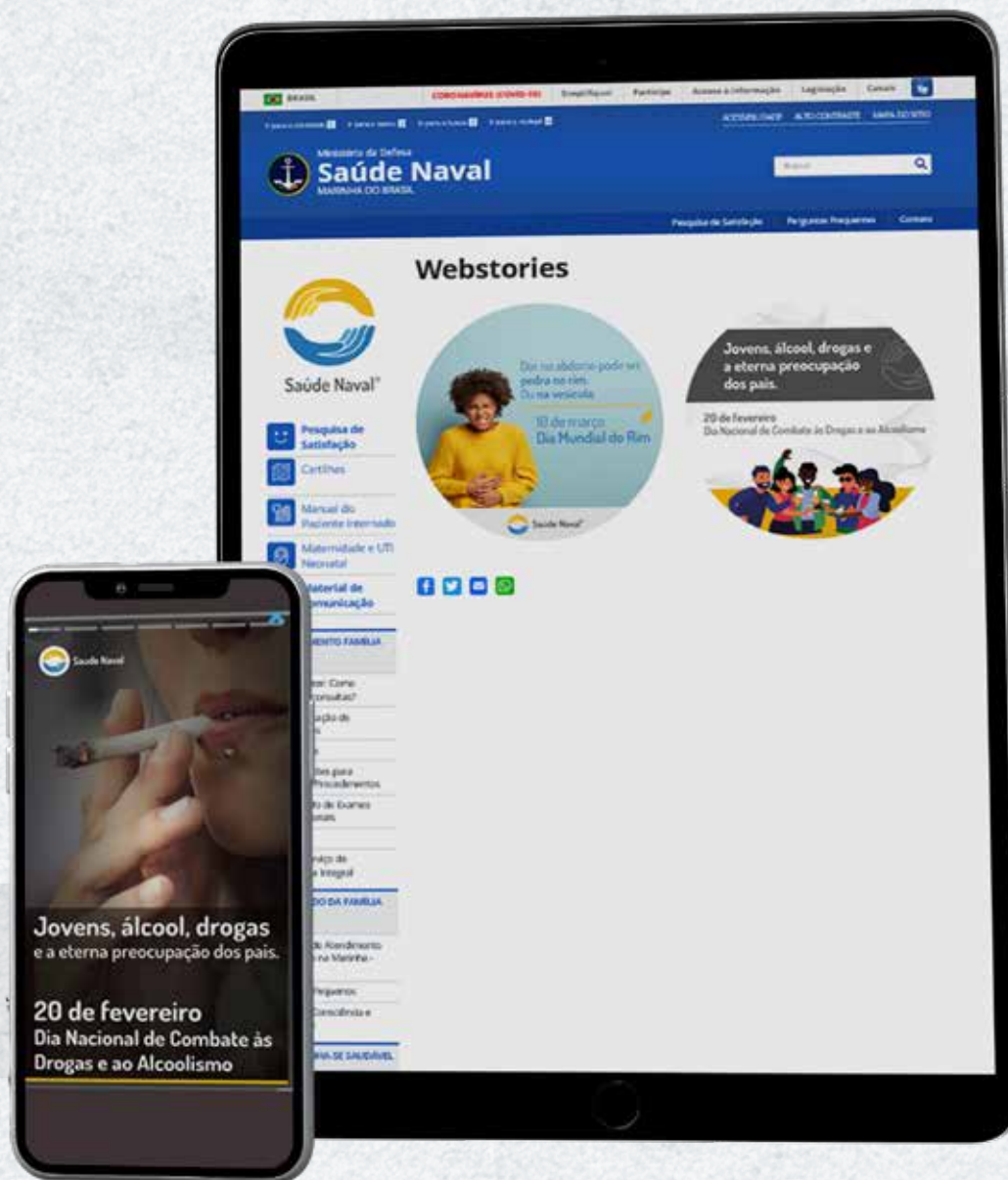
Webstories
Saúde Naval em Pauta
Podcast em vídeo
Telegram da MB

Novos formatos estratégicos: **Webstories**



Temas publicados

- Dia Mundial do Rim
- Dia Nacional de combate às Drogas e ao Alcoolismo



Novos formatos estratégicos: Saúde Naval em Pauta

Temas diversos

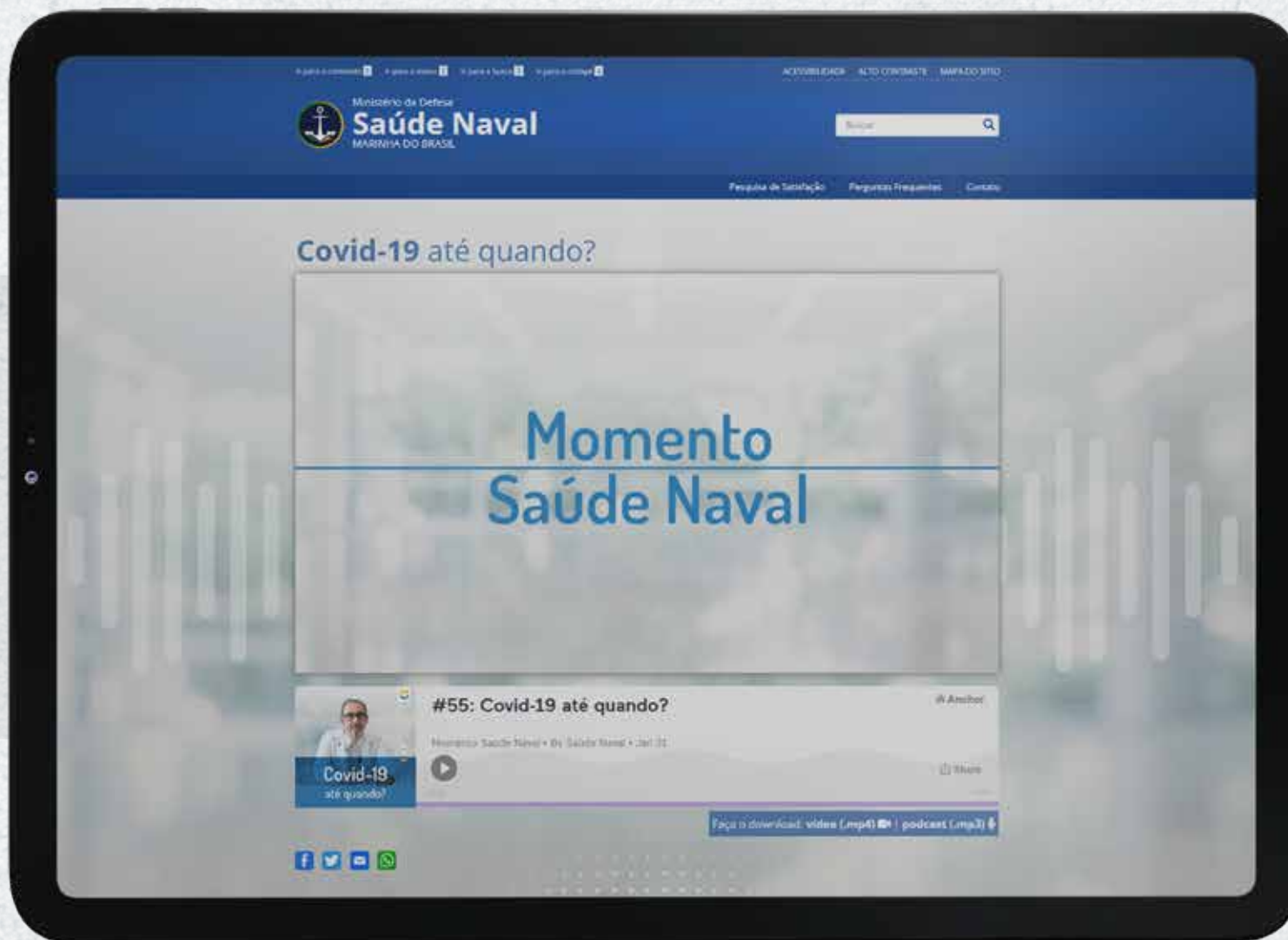
Veiculação:

- Bono;
- PD;
- Vitrines;
- Material de comunicação disponível para impressão ou digital



Novos formatos estratégicos:

Podcast em vídeo



Novos formatos estratégicos: **Telegram da MB**

Temas diversos

Mais de **3 mil inscritos**
no canal “Nosso Barco, nossa Alma”



O Saúde Naval é a
comunicação a serviço
da **otimização** e da
redução de custos.



Normas que mencionam o Saúde Naval

- Plano de Comunicação Social da Marinha
- Plano de Endomarketing
- Plano de Comunicação Social da DGPM
- Memorando do Comandante da Marinha

Plano de Comunicação Social da Marinha

Cita o SN como 1 dos Temas prioritários (págs.27 e 33)

PÚBLICO-ALVO		
Militares, servidores civis, veteranos, pensionistas e dependentes		
Estratégia 4.16- Divulgação dos principais serviços e benefícios oferecidos pelo Programa Saúde Naval.		
Ações	Produção	Execução/Divulgação
4.16.1 - Realizar palestra padrão sobre os principais serviços e benefícios oferecidos pelo Programa Saúde Naval.	DGPM	Todas as células
4.16.2 - Produzir notas padronizadas sobre os principais serviços e benefícios oferecidos pelo Programa Saúde Naval.	DGPM	Todas as células
33		
4.16.3 - Produzir pilulas de informação padronizadas sobre os principais serviços e benefícios oferecidos pelo Programa Saúde Naval.	DGPM	Todas as células
4.16.4 - Produzir banners sobre os principais serviços e benefícios oferecidos pelo Programa Saúde Naval.	DGPM	Todas as células

TEMAS PRIORITÁRIOS

A partir de subsídios apresentados pelo Setor do Pessoal, os seguintes temas foram selecionados como prioritários para serem trabalhados com o público interno ao longo dos anos de 2021 e 2022:

TEMAS PRIORITÁRIOS

Motivação para a carreira

Programa Saúde Naval

Valorização da família naval

Plano de Endomarketing

2 COMUNICAÇÃO INTERNA

De forma geral, os canais de comunicação podem ser divididos em dois grandes grupos: os veículos de comunicação de massa e os veículos de comunicação dirigida. Enquanto os veículos de comunicação de massa transmitem a diversos públicos uma mesma mensagem, os de comunicação dirigida visam estabelecer a comunicação com um público específico e selecionado. Assim, para estabelecer uma comunicação eficaz com o público interno, os veículos de comunicação dirigida são os mais apropriados, devendo ser empregados de maneira adequada.

2.1 Canais para a Comunicação Interna

Os canais e produtos de comunicação interna utilizados, atualmente, pelo SisComSocMB são: BONO, Plano do Dia, Telegram, Mailing, Navega Reserva, Jornal mural, House organ, Caixa de sugestões, Portal na intranet, Eventos internos, Nomar Online, além de grupos no aplicativo WhatsApp.

Verifica-se, portanto, a existência de um número considerável de canais de comunicação. No entanto, a forma como esses canais estão sendo gerenciados, atualmente, abre espaço para que melhorias sejam implementadas. Para tanto, é essencial que haja produção de conteúdo voltada para esse público e adaptada às especificidades dos canais, de forma que esses não se tornem meros repositórios de informações que se repetem.

O CCSM, em conjunto com um ou mais OM/setor

2.1.1 BONO

O BONO se tornou um tradicional e importante canal de comunicação com o público interno, visto que existe uma cultura de leitura no início do expediente, resultando num alto índice de uso desse canal em todos os níveis hierárquicos. Essa boa prática deve ser, permanentemente, incentivada.

O CCSM, em coordenação com a DCTIM, promoverá estudos de aprimoramento desse canal, contemplando, entre outros aspectos, a gestão administrativa e a seleção/sincronismo de assuntos para a publicação.

2.1.2 Plano do Dia

Assim como o BONO, o Plano do Dia também se tornou um canal de comunicação relevante, sendo lido pelos militares e servidores civis no início do expediente. Sugere-se, portanto, que este canal seja mais utilizado pelas células do SisComSocMB na transmissão de informações relevantes. Para tanto, as seguintes ações serão adotadas:

Criação de uma rede de ComSoc responsável por inserir informações no Plano do Dia das OM. Essa rede será coordenada pelo CCSM, em parceria com DGPM, Abrigo do Marinheiro e Saúde Naval; e

Produção e envio de conteúdo próprio para esse canal.

2.1.3 Telegram

O grupo "Nosso Barco. Nossa Alma" do Telegram será gerenciado pelo CCSM de modo a incrementar

Estratégia 7:

Divulgação dos principais serviços e benefícios oferecidos pelo sistema de saúde da Marinha.

Ação 7.1: Ministrará palestra padrão sobre os principais serviços e benefícios oferecidos pela Força (a ser produzida pela DGPM);

Ação 7.2: Divulgar informações padronizadas sobre os principais serviços e benefícios oferecidos pelo Programa Saúde Naval (a ser produzida pela DSM); e

Ação 7.3: Produzir cartilha digital padrão e banners contendo informações sobre os principais serviços e benefícios oferecidos pela Marinha (a serem produzidos pela DGPM e CCSM).

3.1 Para o CCSM:

Como órgão central do SisComSocMB, o Centro deverá:

Assessorar pela inserção da comunicação interna como um dos temas a serem discutidos pela Alta Administração Naval, divulgando orientações a serem observadas nas OM;

Assessorar a Alta Administração Naval a emitir comunicados ao público interno sempre que informações relevantes estiverem reverberando nas mídias;

Assessorar o Comandante da Marinha, quando oportuno, pela divulgação interna de mensagem direcionada à tripulação, em formato de vídeo ou texto customizado;

Formular e divulgar mensagens-chave relevantes para a Marinha, a serem compartilhadas com o público interno e utilizadas amplamente em produtos e ações de ComSoc, a fim de uniformizar o discurso institucional;

Realizar pesquisa de satisfação com o público interno com periodicidade anual, a fim de atualizar estas Orientações a partir dos subsídios obtidos;

Realizar palestras para os Oficiais responsáveis pelas células do SisComSocMB acerca destas Orientações e da relevância da comunicação interna para a Marinha;

Aumentar a integração do Centro com o Abrigo do Marinheiro e o Saúde Naval, a fim de sincronizar e reforçar as ações desenvolvidas;

Plano de Comunicação Social da DGPM

4. Comunicação Interna

No âmbito da ComSoc, o público interno é composto pelos militares da ativa, veteranos, servidores civis, dependentes e pensionistas. Caberá às células de ComSoc fortalecerem a crença desse público nos valores da cultura organizacional da MB, de modo a aumentar a coesão de nosso pessoal em torno de objetivos comuns e multiplicar a divulgação das informações positivas e favoráveis da nossa Força.

Para tal, é primordial que o público interno tenha conhecimento de assuntos considerados estratégicos da MB, disseminados pelo PEM 2040, bem como das ações realizadas em prol da melhoria dos serviços oferecidos à Família Naval, principalmente os relacionados à saúde e à assistência social.

No âmbito do Setor do Pessoal, essas iniciativas encontram-se listadas no PDS PESSOAL 2040, documento que serve de fonte de informações para o processo de comunicação, pois evidencia os Subprogramas Estratégicos do Setor e define os OBSET e as Ações de Direção Setoriais (ADS) que serão desenvolvidas pelas DE para a consecução desses objetivos.

Assim, dentre as ADS estabelecidas, considera-se relevante a divulgação de práticas que incentivem um melhor aproveitamento dos conhecimentos acadêmicos e da experiência profissional, inclusive externa à MB, com o intuito de contribuir para um maior reconhecimento do desempenho dos nossos militares e servidores civis.

Por fim, as estratégias e ações de ComSoc voltadas para o público interno devem observar as iniciativas de sucesso desenvolvidas pelo Saúde Naval, que servem como *benchmark* para o Setor do Pessoal no âmbito da ComSoc, tendo em vista que representa uma ferramenta ágil, eficaz e eficiente para a divulgação das ações e interface entre o Sistema de Saúde da Marinha (SSM) e a Família Naval.

4.1 Objetivos Específicos de Comunicação Interna

De acordo com o PCSM, os seguintes temas e objetivos específicos foram selecionados como prioritários para serem trabalhados com o público interno no biênio 2021-2022:

Temas prioritários

- Motivação para a carreira
- Programa Saúde Naval
- Valorização da Família Naval

Objetivos Específicos

- Fomentar o orgulho e o pertencimento à MB
- Contribuir para a valorização do desempenho e da experiência profissional e acadêmica
- Aumentar o nível de conhecimento sobre assuntos considerados relevantes pela Alta Administração Naval

f) Objetivo Específico 6 – Aumentar o nível de conhecimento e a utilização dos principais serviços e benefícios oferecidos pelo Programa Saúde Naval

Estratégia 6.1 - Divulgação dos principais serviços e benefícios oferecidos pelo Programa Saúde Naval

Público-Alvo: Militares da Ativa, Servidores Civis, Veteranos, Pensionistas e Dependentes

AÇÕES	PRODUÇÃO	EXECUÇÃO/ DIVULGAÇÃO
6.1.1 - Realizar palestra padrão sobre os principais serviços e benefícios oferecidos pelo Programa Saúde Naval.	DSM (Saúde Naval)	Todas as células
6.1.2 - Produzir notas padronizadas sobre os principais serviços e benefícios oferecidos pelo Programa Saúde Naval.	DSM (Saúde Naval)	Todas as células

DIRETORIA-GERAL DO PESSOAL DA MARINHA



PESSOAL, NOSSO MAIOR PATRIMÔNIO

PCS DGPM - 2021-2022

COMUNICAÇÃO INTERNA

6.1.3 - Produzir pílulas de informação padronizadas sobre os principais serviços e benefícios oferecidos pelo Programa Saúde Naval.	DSM (Saúde Naval)	Todas as células
6.1.4 - Produzir banners sobre os principais serviços e benefícios oferecidos pelo Programa Saúde Naval.	DSM (Saúde Naval)	Todas as células

Memorando do Comandante da Marinha

-Memo-6-2019... x

7 / 9 | 150%

3. Ampliar o Centro de Idiomas da Marinha;

4. Ampliar o Núcleo de Ensino à Distância da Marinha;

5. Ampliar a captação regional de médicos e enfermeiros, com formação local;

6. Aprimorar as exigências do Programa de Leitura Profissional para Oficiais (PROLEITURA);

7. Promover a reformulação do C-PEM/C-EMOS, observando o formato existente em Marinhas Amigas, como da França e dos EUA;

8. Promover as atividades do voluntariado na MB, com aprimoramento na institucionalização e orientação de suas atividades, exclusivamente em prol da Família Naval;

9. Promover o fortalecimento contínuo do psicossocial da MB, com especial atenção ao conforto do pessoal e à ampliação do plano de Hotéis de Trânsito para Praças;

10. Ampliar a divulgação das atividades do Saúde Naval;

11. Promover a interação da MB com centros de estudos, universidades e escolas municipais, estaduais e federais;

Indicativos e métricas para tomada de decisão

Análise do desempenho das campanhas

Relatórios para apoiar decisões e apontar tendências a fim de alcançar maior assertividade.



Dashboard (painel visual)

É a apresentação, de forma centralizada e dinâmica, de indicadores e métricas, para que se possa controlar e entender o uso e o aproveitamento dos materiais produzidos e disponibilizados na área de compartilhamento (formulários, sinalizações, materiais de comunicação diversos).

Para buscar novas abordagens em apoio à equipe de planejamento, a produção dos relatórios elabora cruzamento de dados, gerando novas informações.

Indicativos e métricas para tomada de decisão

Dashboard (painel visual)





Agora é com vocês



Como aumentar o alcance do SN?



- Comsoc e Coord Int disseminando informações (mobile/ vitrine/pd/cartazes, etc)

- OM subordinadas e ações mais pontuais (ex: navios do ComemCh e Distritos; centros de instrução da DEnsM; batalhões do CGCFN, etc)

Dúvidas?

- Feedback de como o trabalho é divulgado nas OM?
- Sugestões sobre o trabalho do Saúde Naval?
- Ideias de temas ou novos formatos?
- Existe algum painel de LED, outdoor na OM que seria legal divulgar o SN?



Ser *Saúde,*
desde
sempre,
é a melhor
ideia



Saúde Naval®