



(<http://www.ihl.org>)

Courses

Certificates

## MQ 104: Juntando as Peças: Curso Como a Melhoria da Qualidade

### Lesson 3: (Lição 3) Estudo de Caso: Reduzindo o Tempo de Espera no Veterans Health Administration

#### Contents

Disseminando uma Inovação:  
Acesso Avançado às Clínicas no  
Veterans Health Administration

Usando o Framework para  
Disseminação

Liderança

Ideias Melhores

Setup: Identificando a população  
alvo e desenvolvendo um plano  
para trazê-los a bordo

Comunicação com a População  
Alvo

Mensuração e Feedback

Gerenciamento do Conhecimento

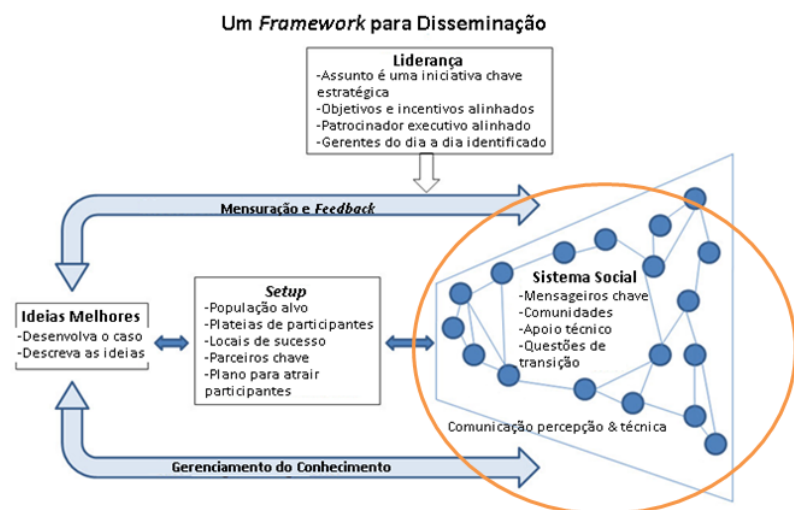
Resultados

#### Assessments

Ⓢ Avaliação Pós-Lição

### Comunicação com a População Alvo

← 6 of 10 →



A comunicação é o coração da disseminação, por isso um gerente das atividades diárias da iniciativa de disseminação precisa organizar uma campanha de comunicação. Para aumentar a percepção, você pode usar muitos tipos de comunicação. Entretanto, quando compartilhar conhecimento técnico, é melhor usar interações face a face.

O VISN 2 usou algumas estratégias de comunicação para disseminar as ideias de melhor acesso nas clínicas alvo. Três “ondas” sucessivas de iniciativas de aprendizado foram lançadas em março de 2000, março de 2001 e janeiro de 2002. A grande maioria das clínicas aderiu voluntariamente devido ao evidente sucesso de seus colegas. Entretanto, alguns funcionários (especialmente médicos) recusavam escutar ou adotar os princípios. Engajá-los e disseminar as melhorias de acesso para suas clínicas tornou-se um desafio significativo. Um esforço extra foi necessário para informá-los, e então fazê-los colocar os conceitos em prática, e finalmente ver os benefícios por eles mesmos.

Em 2002, o VISN 2 também começou a utilizar “*road shows*” – eventos realizados em cada um dos cinco centros médicos e em muitos dos grandes ambulatorios. Médicos, enfermeiros e palestrantes de locais de sucesso encontravam-se com funcionários. Algumas das discussões eram feitas em grupos de pares, por exemplo, médicos reunidos com médicos.

Outros métodos e mídia que o VISN 2 utilizou para transferir conhecimento sobre acesso:

- Artigos nos newsletters do VISN 2 e na intranet VISN 2
- Vídeo conferências mensais, *conference calls*, relatórios dos times, e trocas frequentes de e-mail
- Coaching pessoal nas clínicas que participaram das reuniões do VISN 2
- Pôsteres de “*No show*” para recrutar pacientes para reduzir o número de consultas canceladas
- Um vídeo produzido nacionalmente mostrando pacientes, líderes e provedores falando sobre os benefícios do melhor acesso
- Um tema desenvolvido em nível nacional: “Provendo cuidado de qualidade quando os veteranos querem e precisam”

### Sua Vez

Você pensou em como engajar a **Liderança** em seu plano de disseminação.

Você planejou em como provar que sua inovação é uma **Ideia Melhor**.

Você planejou seu **Setup** para disseminação.

Qual o seu plano de **Comunicação Geral e Transferência de Conhecimento**?

- Como você vai aumentar a percepção sobre a iniciativa?
- Como você vai documentar os benefícios da iniciativa para diferentes plateias?