

Mostra de Projetos 2011

Campanha Contra Câncer do Colo do Útero e da Mama

Mostra Local de: Maringá

Categoria do projeto: Projetos em implantação, com resultados parciais.

Avenorte Avícola Cianorte Ltda.

Cidade: Cianorte

Contato: planejamento.rafael@guibon.com.br

Autor (es): Aparecida Roberta Barreiro Morgado Semeghini; Ana Cláudia Frediani.

Equipe: Aparecida Roberta Barreiro Morgado Semeghini; Ana Cláudia Frediani, enfermeiras do trabalho.

Parceria: Secretaria de saúde de Cianorte e Unipar universidade paranaense.

Objetivo(s) de Desenvolvimento do Milênio trabalhado(s) pelo projeto:

3 - Igualdade entre sexos e valorização da mulher.

6 - Combater a AIDS, a Malária e outras doenças.

RESUMO

O projeto trata da organização e execução de exames preventivos focados no câncer do colo do útero e no câncer da mama para as colaboradoras da empresa, bem como o encaminhamento médico e o acompanhamento do tratamento para as "pacientes" que apresentarem alterações nos exames.

Palavras chave:

Prevenção, saúde, câncer, mulher, vida.

INTRODUÇÃO

O projeto surgiu com a iniciativa da enfermeira do trabalho, de acompanhar a saúde das mulheres que trabalhavam na empresa em cargas horárias que dificultavam o acesso às unidades de saúde. Algumas reclamações junto ao ambulatório despertaram o interesse da empresa em agir de forma preventiva em relação à saúde das colaboradoras.

Com a aprovação da diretoria da empresa, o ambulatório médico se organizou junto à secretaria de saúde, conseguindo uma parceria também com a Unipar-Universidade Paranaense, e executar a campanha interna de prevenção contra dois tipos de câncer.

1. JUSTIFICATIVA

A mão de obra feminina é de grande expressão na Avenorte, as colaboradoras exercem cargos operacionais e de liderança, grande parte do desempenho da empresa depende do trabalho delas. O crescimento visível da participação das mulheres nos processos da empresa em todos os turnos de trabalho levantou uma preocupação maior em relação à saúde das mesmas, visto que a disponibilidade delas para um atendimento médico se reduzia, surgiu então o projeto para dar foco à importância da saúde da mulher. O câncer de mama e de colo de útero tem uma alta frequência entre as mulheres brasileiras, tendo uma alta taxa de mortalidade. Não obstante é um dos tipos mais tratáveis de tumores cancerosos, em particular um dos mais passíveis de serem prevenidos. Sua prevenção depende do conhecimento e do nível de informação da mulher relativo a este tipo de patologia, dos cuidados e da importância do exame preventivo.

A campanha preventiva visa proporcionar melhorias na saúde e na qualidade de vida para as mulheres que trabalham na empresa, estabelecendo uma relação ganha-ganha.

2. OBJETIVO GERAL

Prevenir o câncer do colo do útero e o de mama, melhorar a qualidade de vida das mulheres que desempenham seu trabalho na empresa, instruindo e conscientizando sobre a importância da patologia e sua vulnerabilidade entre a população feminina.

3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Promover a qualidade de vida das trabalhadoras;
Reduzir o tempo de atestado das colaboradoras;

Dar oportunidade de cuidados para a saúde para as colaboradoras que têm dificuldade de acesso à unidades de saúde devido ao seu turno de trabalho;
Reduzir os casos de câncer e/ou doenças infecciosas.

4. METODOLOGIA

Solicitar autorização da diretoria da empresa;
Solicitar anuência da secretaria de saúde;
Divulgar a campanha internamente através de folders, informativos, banners e editais;
Orientar as lideranças para conscientizar suas equipes sobre a importância da participação na campanha;
Prover os recursos e a estrutura necessária;
Buscar voluntários qualificados para assistência;
Relacionar os nomes das participantes e agendar os exames;
Realizar os exames;
Registrar dos exames;
Orientar as colaboradoras sobre como proceder o auto-exame e a periodicidade aconselhada;
Avaliar os exames;
Providenciar encaminhamento médico para as colaboradoras que apresentam alterações e notificar ocorrências para a vigilância epidemiológica;
Acompanhar os resultados, tratamentos e a evolução das beneficiadas.

5. MONITORAMENTO DOS RESULTADOS

Os resultados foram registrados em tabelas simples de verificação.

6. VOLUNTÁRIOS

Cerca de 25 voluntários se envolveram até agora no projeto, eles se colocaram à disposição através de uma parceria com a Unipar e a Secretaria de Saúde.

7. CRONOGRAMA

1ª Campanha

Planejamento – janeiro/2009

Organização – fevereiro, março e abril/2009

Execução – maio/2009

2ª Campanha

Planejamento - janeiro/2010

Organização – maio e junho/2010

Execução - julho/2010

3ª Campanha

Planejamento – janeiro/2011

Organização - maio e junho/2011

Execução – Agendada para julho/2011

8. RESULTADOS ALCANÇADOS

1ª Campanha: (maio/2009) Aproximadamente 80 colaboradoras empregadas, 66 participaram da campanha, das quais, 27 apresentaram alterações nos exames, sendo que todas as 27 receberam encaminhamento médico e realizaram o tratamento necessário.

2ª Campanha: (julho/2010) Aproximadamente 300 colaboradoras empregadas, 200 participaram da campanha, das quais, 49 apresentaram alterações nos exames, sendo que todas as 49 receberam encaminhamento médico e realizaram ou estão realizando o tratamento necessário

3ª Campanha: (prevista para julho/2011) Aproximadamente 400 colaboradoras empregadas, a meta para esse ano é atingir 100% de participação.

9. ORÇAMENTO

Aproximadamente R\$ 100,00 (Material de divulgação, orientação e brindes).

10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A necessidade de prevenir mesmo quando a saúde parece em ordem;

A preocupação com a saúde nunca é demais

É possível reverter efeitos de doenças graves quando são detectadas em seu início;

É possível prover vantagens para a empresa e para os colaboradores em uma mesma atividade.

REFERÊNCIAS

Brunner e Suddarth.