



Resultados da última gestão

Ao finalizar o mandato, fizemos um balanço de nossas atividades, analisando projetos e prioridades que foram executados. Traçamos e fizemos as correções necessárias dos desvios e chegamos às conclusões que se seguem.

Emergência

Cumpriu-se o primeiro objetivo, já que visávamos contemplar com cursos, durante 2000, o maior número possível de Estados. Cursos ministrados de 1/9/99 a 31/12/2001: ACLS provider – 328; ACLS instrutor – 12; BLS provider – 213; BLS instrutor – 11; PALS provider – 184; PALS instrutor – 7; PELS – 23.

Continuamos a investir nos materiais para cursos, com o intuito de fazer simultaneamente três cursos de ACLS, e torná-los o maior volume de faturamento da SBC/Funcor. Uma das metas alcançadas foi deixar em dia mais de 70% das certificações.

Centro e sítio de treinamento

O Centro de Treinamento permite a realização de cursos ACLS e PALS com uma frequência quase ininterrupta. Os sítios de treinamento credenciados pelo Core (Comitê de Ressuscitação Cardiopulmonar – Centro de Treinamento da SBC/Funcor) somam 18 no país. Os valores referentes aos cursos são: despesas – 816.230,00 reais; receitas – 1.173.835,00 reais; saldo positivo – 357.605,00 reais.

Projeto Bom Coração e Prodatha

O Projeto Bom Coração detectou nas empresas o grau dos fatores de risco cardiovasculares nos funcionários e orientou os respectivos departamentos médicos quanto à forma própria de combate. Estão em desenvolvimento dois contratos (banco Bilbao e Pfizer), pelos quais constarão questionários, palestras e orientações sobre as predominâncias existentes.

O Prodatha é um programa de busca ativa da hipertensão arterial, executado em conjunto com instituições como a Organização Pan-Americana de Saúde e a Fundação Adib Jatene. Já foi implantado em sete estados, atendendo uma população de cerca de 90 mil pessoas.

Comitê do Selo

O comitê atualmente aprova medicamentos, cardápios, panelas, cantinas de escolas e alimentação saudável da companhia aérea TAM. O Departamento Comercial está fechando novos contratos do selo. Em setembro de 1999 foram 15 empresas e 20 produtos; em dezembro de 2001, 21 empresas e 39 produtos.

Tesouraria

Essa diretoria entrega o caixa da SBC/Funcor em equilíbrio financeiro. Nesse período, foi possível equilibrar as finanças, assumir a despesa da folha de pagamento, das bolsas de estudo,

pagar débitos da reposição de números atrasados da Revista ABC e débitos do **Jornal SBC** e ampliar o quadro de funcionários.

Bolsas e estágios

A melhora do faturamento do selo e uma doação mensal recebida do Laboratório Biolab/Sanus possibilitaram incrementar o número de bolsas a ser distribuídas: passamos de três para 16, sendo dez nacionais e seis internacionais.

Melhorou-se a forma de credenciamento dos hospitais em estágio em tempo integral por meio de novos formulários adaptados às normas da AMB e por cobrança por esse serviço.

Comitê de divulgação e eventos temáticos

O comitê ampliou nossa programação na TV. Operamos no Canal Comunitário (São Paulo), na TV Senado (Brasília), na TV Millenium (São Paulo) e na TV Universitária (Uberlândia), para mais de 4 milhões de espectadores.

Os eventos estão em fase de profissionalização, pois estamos criando uma central de eventos; o Departamento Comercial atua na captação de recursos. A agenda de eventos temáticos de 2000 foi cumprida com resultados bastante superiores aos previstos: 1999 – 1.440.000 pessoas que compareceram aos postos de serviços; 2000 – 5.330.000 pessoas.

Prêmios

O Prêmio SBC/Funcor – Biolab/Sanus foi criado pela SBC/Funcor e contemplou os três primeiros colocados nos temas Livres do Congresso Brasileiro de Cardiologia, em um total de 30.000,00 reais. O Prêmio SBC/Funcor–Biolab de Incentivo à Pesquisa foi dado em três categorias: experimental, clínica e epidemiologia, no valor de 15.000,00 reais cada.

Coração OnLine

Esse setor conta com uma equipe coordenada pelo Secretário da SBC/Funcor, que responde consultas feitas diariamente pela internet. Atualmente, 35% das consultas são de médicos cardiologistas e de outras especialidades, e 65% são de pessoas leigas.

Conclusão

Estamos certos de que a diretoria da SBC/Funcor tem trabalhado fortemente para que nosso logo fique cada vez mais conhecido pela classe médica e pelo público leigo. A intenção é estabelecer a marca da prevenção e a melhora da qualidade de vida do brasileiro. Gostaríamos de destacar a cooperação recebida de nossos representantes regionais e áreas envolvidas que muito contribuíram para o êxito de nossos projetos.

Ari Timerman

Ex-presidente da SBC/Funcor