



UMANE

Práticas para
**COMUNIDADES
+SAUDÁVEIS**

2022

UMANE

Realização

Umane

Parceiros

Artemisia Negócios Sociais

Centro de Recuperação e Educação Nutricional - CREN

Instituto Ame Sua Mente

Instituto Desiderata

Núcleo de Pesquisas Epidemiológicas em Nutrição e Saúde da

Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo

Vital Strategies

Projeto gráfico e diagramação

Fernanda Aoki



ÍNDICE

APRESENTAÇÃO	04
MELHORES PRÁTICAS DOS PROJETOS PARCEIROS	05
Covitel: visibilidade para os dados de DCNTs e o impacto da pandemia na saúde da população brasileira	06
Um estudo científico com engajamento nas redes sociais: o potencial das campanhas	11
Ações de Advocacy para prevenção da obesidade infantil	16
Potências do “brincar junto”: uma experiência de cocriação de recurso pedagógico para prática de Educação Alimentar e Nutricional	20
Uma abordagem centrada no ambiente escolar para a construção de uma nova cultura sobre saúde mental	24
Apoio à evolução de soluções de negócios no contexto de Atenção Primária à Saúde	31



APRESENTAÇÃO

É com satisfação que apresentamos a 2ª edição das **Práticas para Comunidades +Saudáveis**, publicação anual que reúne aprendizados e abordagens de boas práticas utilizadas por instituições parceiras da Umane na implementação de seus projetos.

Acreditamos que a disseminação das melhores práticas é uma das formas pelas quais podemos incentivar a divulgação dos aprendizados e conhecimentos gerados quando a sociedade civil implementa projetos em parceria com o poder público, com o envolvimento de diversos atores e comunicando-se com a sociedade em geral.

Desta forma, provocamos e incentivamos nossos parceiros a identificar iniciativas capazes de gerar mudanças no seu campo de atuação e promover o melhor aproveitamento dos recursos disponíveis. Para tanto, proporcionamos a troca de ideias, aprofundamos a visão das equipes sobre os desafios na execução dos projetos e também compartilhamos exemplos sobre o desenvolvimento de soluções que estão a serviço da saúde pública e da melhoria da qualidade de vida dos brasileiros.

Produzida de modo colaborativo e com o envolvimento de diversos parceiros – a quem agradecemos por mais um ano de trabalho conjunto – esta publicação se destina a todos que se interessam pela combinação entre a promoção de uma cultura de saúde e o impacto social.

Boa leitura!
Umane



**MELHORES
PRÁTICAS DOS
PROJETOS PARCEIROS**



Projeto

COVITEL

Inquérito Telefônico de Fatores de Risco para Doenças Crônicas não Transmissíveis em tempos de pandemia

bit.ly/Covitel



Parceiro Implementador

Vital Strategies



Principais temas relacionados

- Impactos da Covid-19
- Pesquisa e Políticas Públicas
- Sensibilização da sociedade



Tempo de desenvolvimento

6 a 12 meses



ATENÇÃO INTEGRAL ÀS CONDIÇÕES CRÔNICAS

Covitel: visibilidade para os dados de DCNT e o impacto da pandemia na saúde da população brasileira



AUTORES

Luciana Vasconcelos Sardinha,
Luíza Borges, Pedro de Paula,
Nayme Bizaio, Pedro Hallal e
Fernando Wehrmeister

O Covitel, Inquérito Telefônico de Fatores de Risco para Doenças Crônicas não Transmissíveis em Tempos de Pandemia, traz informações de âmbito nacional, com representatividade para o Brasil e para as cinco grandes regiões do país. **Seus achados trazem um retrato da magnitude do impacto dos principais fatores de risco para doenças crônicas não transmissíveis (DCNT) na população adulta, com 18 anos ou mais.**

Foram coletadas informações sobre **atividade física, alimentação, saúde mental, percepção sobre estado geral de saúde, hipertensão arterial e diabetes, além do consumo de**

álcool e de tabaco, comparando os momentos pré-pandemia e o primeiro trimestre de 2022 – período em que as entrevistas foram realizadas e que as vacinas contra a Covid-19 já haviam sido amplamente disponibilizadas para a população.

O Covitel foi realizado pela Vital Strategies e Universidade Federal de Pelotas (UFPel), a partir de articulação e financiamento da Umane, cofinanciamento do Instituto Ibirapitanga e apoio da Associação Brasileira de Saúde Coletiva (Abrasco).

Um dos principais pilares do projeto foi a comunicação, que tinha como objetivo dar visibilidade ao grande volume de **dados inéditos** trazidos pelo inquérito. A estratégia de comunicação visava diversos públicos: gestores públicos, sociedade civil organizada, academia, imprensa e sociedade brasileira como um todo. Para tal, foi utilizada uma ampla gama de ações e ferramentas, como assessoria de imprensa, realização e participação em eventos para divulgação do estudo e elaboração de publicações em vários formatos, adequadas a diferentes atores do poder público, da academia e da sociedade civil. Descrever essas estratégias será o foco da prática a seguir.

DESCRIÇÃO DO PROBLEMA

Em 2021, a equipe da Vital Strategies Brasil e seus parceiros detectaram que os dados sobre fatores de risco e prevalência das DCNT não estavam tendo a atenção correspondente à sua relevância – sobretudo considerando um novo contexto e diversas restrições colocadas pela pandemia. Achados dos inquéritos nacionais sobre o assunto não tinham tanta divulgação como ocorria em tempos anteriores, desde que o Brasil começou a monitorar os fatores de risco de forma sistemática, há mais de catorze anos.

Neste contexto, havia a adicional **urgência para a criação de projetos que retomassem as discussões sobre a agenda de monitoramento e enfrentamento das DCNT**. Além disso, por questões jurídico-burocráticas, havia incerteza sobre a viabilidade de realização de um inquérito nacional por telefone, para as 27 capitais brasileiras, o que poderia deixar o país sem dados adequados sobre fatores de risco para DCNT naquele ano.



Diante deste cenário, as instituições parceiras na iniciativa idealizaram **um inquérito que contribuísse com o registro de evidências que, para um período tão crítico, poderiam subsidiar informações sobre a condição de saúde da população brasileira e melhor orientar a tomada de decisão sobre políticas públicas de saúde.**

OBJETIVOS E RESULTADOS

Por meio de informações robustas e atualizadas, o Covitel teve como objetivo contribuir com subsídios oportunos para a análise e a construção de conhecimento sobre a influência da Covid-19 nos fatores de risco para as DCNT no Brasil. Para que isso acontecesse da melhor forma, era importante que os dados tivessem a devida visibilidade. A divulgação da primeira edição do inquérito foi realizada em um evento híbrido, com coletiva de imprensa, no escritório da Vital Strategies Brasil. O encontro reuniu mais de 100 pessoas (online e presencial), entre representantes do Ministério da Saúde, Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS/OMS), jornalistas, parceiros, além de representantes de universidades e de Secretarias Municipais e Estaduais de Saúde. Na ocasião, os dados também foram disponibilizados de maneira transparente e intuitiva na plataforma Observatório da APS, mantida pela Umane, que congrega diferentes bases de dados públicos sobre saúde.

A iniciativa teve grande repercussão na imprensa, com mais de 420 menções nos três primeiros dias após o lançamento. O inquérito repercutiu em pelo menos uma publicação dos mais relevantes veículos de imprensa e, até o fechamento deste conteúdo, registrou mais de 1.300 matérias que mencionam os dados do estudo.

Além disso, para amplificar e sustentar os dados apresentados, a Vital Strategies, implementadora do projeto, promoveu uma série de ações como:

- workshop no congresso do Conasems (Conselho Nacional de Secretarias Municipais de Saúde)
- lançamento de um livro especial sobre o Covitel com o CO-NASS (Conselho Nacional de Secretários de Saúde) durante a assembleia mensal do conselho, que reúne os 27 secretários estaduais de saúde do Brasil.

1.300
matérias



Como forma de amplificar e sustentar a divulgação dos dados do Inquérito Covitel, a Vital Strategies contribuiu ainda com a apresentação de dados sobre hábitos alimentares em um evento organizado pela UFBA (Universidade Federal da Bahia) e um webinar sobre política de álcool em parceria com a Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS/OMS), GAPA (Global Alcohol Policy Alliance) e ACT Promoção da Saúde. A organização também participa de discussões de dados em um grupo focado no controle do tabagismo no Brasil.

Além disso, os dados do Covitel foram apresentados em diversos eventos como o Fórum Todos Juntos Contra o Câncer e o XV Seminário Alianças Estratégicas para Promoção da Saúde, realizado pela ACT Promoção da Saúde.

RESUMO DAS ETAPAS

A divulgação do inquérito Covitel foi realizada em três fases:

01

Lançamento: com foco na divulgação dos principais achados da pesquisa para a imprensa e atores da saúde pública (Conselho Nacional de Secretários de Saúde, Frente Nacional de Prefeitos, ACT Promoção da Saúde, Instituto de Estudos para Políticas de Saúde, universidades, etc.).



02

Amplificação: em que a imprensa e academia receberam dados customizados, por meio de relatórios específicos, releases e sugestões de pauta, divididos por temas.



03

Sustentação: em que a Vital Strategies realiza articulações com parceiros e atua na elaboração de uma agenda de longo prazo de uso dos dados, com objetivo de pautar a imprensa e gerar insumos relevantes para a incidência política.



APRENDIZADOS

A realização da primeira edição do inquérito Covitel foi de extrema importância para registro de evidências sobre a saúde da população brasileira durante o período de pandemia. Envolver partes interessadas importantes e fortalecer o ecossistema de saúde pública é uma das missões da Vital Strategies.

Ao longo do período de execução da estratégia, foi identificada a necessidade de aumentar o tempo entre a finalização do relatório com os dados e o início da divulgação. O processo foi realizado em curto período de tempo, mas é interessante que a preparação de toda a comunicação antes do lançamento seja realizada com antecedência.

OPORTUNIDADES E LIMITES PARA REPLICAÇÃO

O envolvimento de diferentes times para planejar as ações de comunicação do projeto pode ser muito positivo para ampliar as estratégias de disseminação dos estudos, principalmente se essas áreas estiverem atuando, ou já tenham atuado, na publicação de dados inéditos de grande relevância nacional ou na divulgação para diversos públicos da sociedade. Essa dica é válida especialmente para reforçar a necessidade de envolvimento das áreas especializadas.





Projeto

NutriNet Brasil

bit.ly/NutriNetBrasil



Parceiro
Implementador

Núcleo de Pesquisas Epidemiológicas em Nutrição e Saúde
da Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo



Principais temas
relacionados

- Campanha de comunicação
- Pesquisa e Políticas Públicas
- Redes sociais
- Sensibilização da sociedade



Tempo de
desenvolvimento

6 a 12 meses



ATENÇÃO INTEGRAL ÀS CONDIÇÕES CRÔNICAS

Um estudo científico com engajamento nas redes sociais: o potencial das campanhas



AUTORES

Equipe NutriNet Brasil

O NutriNet Brasil é um estudo que pretende acompanhar 200 mil adultos de todas as regiões do país com o objetivo de identificar **características da alimentação brasileira que aumentam ou diminuem o risco de doenças crônicas** muito frequentes entre nós, como obesidade, diabetes, hipertensão arterial, doenças cardiovasculares e vários tipos de câncer.

Em dezembro de 2020, cerca de onze meses após iniciado o estudo, toda a equipe do NutriNet – desde pesquisadores, pós-graduandos, além dos atores envolvidos diretamente na comunicação – envolveu-se no planejamento inicial da sua **primeira campanha**

de comunicação, que foi totalmente voltada às redes sociais, com ênfase no Instagram, Facebook e Twitter.

A campanha baseou-se, essencialmente, no convite enviado a **influenciadores e personalidades** para que apoiassem a pesquisa, simplesmente por meio da divulgação, em suas próprias páginas, das artes da campanha que a equipe de comunicação do NutriNet produziria a partir das fotos dos(as) respectivos(as) embaixadores(as) do estudo. A ideia era não dar trabalho aos influenciadores, já que a única contrapartida que teriam seria alguma visibilidade nas redes do **@nutrinetbrasil**.

A inspiração veio da campanha realizada pelo NutriNet-Santé, estudo longitudinal prospectivo realizado na França desde 2009 com objetivos similares à pesquisa brasileira. A campanha, porém, em decorrência sobretudo da pandemia de covid-19, ficou restrita ao mundo virtual, que ganhou ainda mais força no período. As principais discussões giraram em torno da produção da identidade visual da campanha e da escolha dos embaixadores, cuidando para evitar convidar influenciadores que tivessem algum conflito de interesses envolvendo a indústria de alimentos ultraprocessados.

Os cinco primeiros embaixadores (os chamados *top 5*, com mais de 1 milhão de seguidores) foram escolhidos a dedo e contaram com a intermediação do Professor Carlos A. Monteiro, pesquisador responsável pelo NutriNet Brasil. Eles seriam o pontapé para fazer a campanha deslançar. Ao longo das primeiras semanas, já observávamos o impacto do aumento no número de cadastrados. Nos meses seguintes, outros influenciadores foram sendo convidados, principalmente aqueles com alguma **relação com os temas da alimentação, saúde e ciência/divulgação científica**, que poderiam demonstrar maior interesse em colaborar. A campanha terminou em março de 2022, após mais de um ano de programação.



DESCRIÇÃO DO PROBLEMA

Um dos maiores desafios de um estudo longitudinal prospectivo que exija um número grande de participantes é **recrutar novos interessados** e, claro, mantê-los no estudo ao longo do tempo. Exatamente por isso, sabendo da importância dos esforços e estratégias de comunicação para o alcance desses objetivos, todos os integrantes da equipe participaram das discussões relacionadas à campanha.

Afinal, era algo novo até para a pequena equipe de comunicação: fazer uma campanha de divulgação de um estudo científico e usar as redes sociais para isso – redes essas que têm suas dinâmicas alteradas e que afetam os comportamentos dos usuários.

Aplicar um monitoramento das redes que fosse satisfatório para os objetivos propostos foi um dos pontos mais difíceis. **A integração da equipe foi crucial para a consolidação da campanha.**

OBJETIVOS E RESULTADOS

O objetivo era claro: aumentar o número de cadastrados por semana. O monitoramento, que é realizado semanalmente, mostrava que a divulgação das peças da campanha pelos embaixadores do NutriNet refletia diretamente no número de cadastros. Também havia o desejo de crescer em número de adultos do sexo masculino e de pessoas residindo no Norte e Nordeste do país, a fim de melhorar o perfil da população do estudo.

A campanha realizada nas redes sociais em 2021 resultou em 15 mil novos cadastros, aproximadamente, direta ou indiretamente, com maior sucesso nos primeiros meses de vigência.

Em janeiro de 2022, a plataforma do estudo atingiu 100 mil cadastrados. Apesar de não ter aumentado o percentual de homens (21,6%), aumentos pontuais entre moradores das regiões Norte (3,4%) e Nordeste (12%) foram observados no período da campanha, que contou com o apoio de mais de 110 influenciadores.

15 mil novos participantes cadastrados na plataforma



RESUMO DAS ETAPAS

01 Planejamento da campanha: detalhar o perfil do público a convidar; fazer a relação dos influenciadores de interesse (ou outro público desejado); delinear as principais artes e textos-base; determinar a equipe que trabalhará na campanha (designer, coordenação, assistência); definir cronograma inicial e formas e periodicidade de monitoramento.



02 Execução e monitoramento: realizar discussões periódicas com base nos cadastros (ou outro desfecho observável de interesse) e nas publicações e comentários realizados nas redes sociais para pensar novas estratégias e melhorar as já implementadas.



03 Retorno (feedback): realizar publicações nas redes sociais que apresentem os avanços alcançados por influência da campanha e enviar esse balanço, individualmente, para cada influenciador, em forma de agradecimento, o que aumenta também a possibilidade de nova divulgação por parte do embaixador.

APRENDIZADOS

Um dos desafios dos executores da campanha foi perceber **até quando a campanha deveria perdurar**. Do ponto de vista do embaixador, a campanha é sempre inédita quando publicadas em suas respectivas páginas, porque, em geral, acontece apenas uma vez, mas e considerando o conjunto de influenciadores, pode se tornar repetitiva se executada por muito tempo. **Renovar a campanha** a cada seis meses pode ser uma aposta interessante.

Um aprendizado que demorou a surgir foi o seguinte: para manter o embaixador mais perto do estudo, fazendo novas publicações relacionadas ao NutriNet, é importante que o próprio @nutrinetbrasil reproduza as publicações de seu embaixador (com uma curadoria adequada, nos *stories*). É a **colaboração recíproca** que potencializará essa parceria.

Quando o influenciador convidado, além de publicar as artes da campanha, divulgava um vídeo convidando seus seguidores a participar do estudo, havia a certeza de que a estratégia estava fazendo sentido. Pena que o tempo de vida desses vídeos (publicados nos *stories* do Instagram) era/é de apenas 24 horas. O material produzido ao longo desse período, pelos próprios influenciadores, foi muito rico.

OPORTUNIDADES E LIMITES PARA REPLICAÇÃO

A prática pode ser replicável por outros estudos científicos que busquem a participação de voluntários. Independentemente de o estudo exigir a participação online e/ou presencial, o importante é que fique claro na divulgação da campanha qual é o meio de inscrição e quais são os critérios de inclusão.

Por outro lado, a prática pode ser utilizada também por outros setores, como organizações da sociedade civil, que procurem estender o alcance que detém atualmente na difusão de informações ou mesmo no intuito de fazer *advocacy* ou disseminar projetos de lei para conquistar maior apoio para determinada causa. O desafio, nesse caso, estará na escolha dos embaixadores e na sensibilização dos mesmos para que vistam a camisa (voluntariamente).





Projeto

Enfrentamento da Obesidade Infantojuvenil

bit.ly/EnfrentamentoObesidadeInfantil



Parceiro
Implementador

Instituto Desiderata



Principais temas
relacionados

- Advocacy
- Campanha de comunicação
- Sensibilização da sociedade



Tempo de
desenvolvimento

6 a 12 meses



SAÚDE MATERNO INFANTIL E JUVENIL

Ações de Advocacy para prevenção da obesidade infantil



AUTORES

Raphael Barreto da Conceição
Barbosa, Ana Carolina Rocha de
Oliveira e Fabíola Leal

O Projeto de Lei (PL) 1662/2019 que institui **ações de combate à obesidade infantil no município do Rio de Janeiro**, apresentado pelo vereador César Maia, na Câmara Municipal do Rio, ao final do ano de 2019, propõe as seguintes ações:

- a restrição da oferta de alimentos ultraprocessados e bebidas açucaradas em cantinas de escolas públicas e privadas;
- a regulação da altura desses produtos nas gôndolas dos supermercados e;
- a criação de salas de apoio à amamentação.

Após ser protocolado, o PL ficou por todo o ano de 2020 paralisado na primeira comissão

designada para emitir parecer. Ao final do ano de 2020 iniciou o processo de incidência nesse projeto, primeiramente mapeando o **contexto municipal da alimentação escolar** e dos demais ambientes alimentares tratados no PL. Em seguida, aconteceu a fase de mapeamento da Câmara Municipal, identificando, entre os vereadores, os principais aliados, além dos espaços institucionais estratégicos para a nossa incidência. A partir desse mapeamento completo foi traçada a **estratégia de incidência**. Uma nota técnica e uma ficha técnica com dados e argumentos que corroboram com a importância da aprovação da medida foram produzidas e entregues aos parlamentares e seus assessores durante as reuniões de incidência.

Para a primeira discussão do projeto em plenário, a ideia foi falar apenas com os **vereadores identificados como favoráveis às mudanças nos ambientes alimentares**, para que o PL pudesse ser votado sem chamar atenção de opositores e da indústria. Esse caminho mostrou-se bem-sucedido, uma vez que o PL recebeu parecer favorável de todas as comissões para as quais foi designado, além de ter sido aprovado em sua 1ª votação, sem receber emendas. No dia seguinte, o PL retornou à pauta para a 2ª e última votação, quando recebeu emendas de vereadores opositores. Seguindo o procedimento regimental, após a apresentação de emendas, o PL foi encaminhado para apreciação e parecer de algumas comissões parlamentares. Nesse período, representantes de indústrias de alimentos reuniram-se com alguns vereadores e a tramitação do PL tornou-se morosa. Concomitante à votação, teve início uma **campanha de mídia digital para divulgar o projeto nas redes sociais e na imprensa**, o que trouxe grande repercussão para o tema.

DESCRIÇÃO DO PROBLEMA

Nos últimos 40 anos a obesidade infantojuvenil aumentou de 1% para 6% em meninas e de 1% para 8% em meninos em todo o mundo. Cerca de 70% dos adolescentes com obesidade manterão essa condição na vida adulta. **No Brasil, uma a cada três crianças estão com excesso de peso**. Segundo projeções da OMS, em 2030, seremos o 5º país com os maiores índices de obesidade em crianças e adolescentes no mundo.

O entendimento que **a obesidade é uma resposta normal à exposição a um ambiente obesogênico** torna-se cada vez mais incorporado em debates e produções acadêmicas que extrapolam a visão estritamente biológica deste agravo (que discutiam a obesidade estritamente como um desbalanço energético) e consideram seus determinantes sociais como renda, escolaridade, acesso a alimentos, dentre outros, como expressivamente contribuintes nas dimensões epidêmicas da obesidade.

São crescentes as recomendações de organismos internacionais para intervenções que objetivem a melhora nos ambientes alimentares não saudáveis, uma vez que esses ambientes são determinantes sobre o acesso e consumo de alimentos e

bebidas das pessoas, expondo-as a maior risco de desenvolvimento de obesidade e outros agravos crônicos em saúde.

A melhoria do ambiente alimentar nas escolas é o principal desafio que esta prática busca resolver, por meio da **aprovação de projeto de lei que regulamenta a venda de alimentos ultraprocessados no ambiente escolar**.

OBJETIVOS E RESULTADOS

A ação teve como objetivo a aprovação do Projeto de Lei (PL) 1662/2019 que prevê ações de prevenção da obesidade infantil no Município do Rio de Janeiro. Com a sua aprovação, as escolas e os mercados vão se tornar espaços mais seguros para as crianças, com a limitação do acesso a alimentos não saudáveis. As pessoas lactantes terão mais facilidade para fazer a coleta e acondicionamento do leite no trabalho.

Deste modo, a ação visa garantir que as crianças do Rio tenham acesso a ambientes mais saudáveis.

A prática se mostrou exitosa à medida que o PL 1662/2019 passou a tramitar após o início da incidência política. Ademais, em 2021 o PL foi votado duas vezes: sendo aprovado na primeira votação por ampla maioria (30 votos favoráveis e 10 votos contrários) e retornando à pauta no dia seguinte à primeira votação. A campanha realizada impactou mais de 11 milhões de pessoas nas redes sociais e mais de 6.000 pessoas assinaram a petição em apoio à aprovação do PL.

+11 milhões
pessoas impactadas nas redes sociais

+6.000 assinaturas em apoio à aprovação da PL



RESUMO DAS ETAPAS

01 Mapeamento dos vereadores da Câmara Municipal e definição da estratégia de *advocacy*



02 Articulação com o gabinete do vereador autor do projeto e incidência corpo a corpo junto aos demais vereadores para aprovação do PL



03 Realização de campanha de mobilização

APRENDIZADOS

Ao longo da execução da prática foi possível observar ativamente a ação política corporativa da indústria de alimentos na tentativa de atraso da tramitação do projeto de lei por meio da proposição de uma emenda que teve como objetivo o enfraquecimento dos argumentos técnicos-científicos apresentados na nota técnica do projeto.

Apesar da interferência da indústria de alimentos já ser um risco mapeado previamente pela equipe implementadora do projeto, um aprendizado desta ação foi a **necessidade de fortalecimento da produção técnica de dados e evidências** que embasem a importância da regulação dos ambientes alimentares, bem como subsidiem a incidência para o convencimento dos parlamentares.

OPORTUNIDADES E LIMITES PARA REPLICAÇÃO

Dar visibilidade a projetos de lei como o 1662/2019, seja por meio de campanhas de mobilização social ou pela imprensa, pode influenciar que outros atores somem esforços, intensificando o apoio ou até mesmo que parlamentares de outras Casas Legislativas protocolarem projetos similares.

Após a vitória em primeira votação e da grande repercussão da iniciativa na mídia, uma vereadora protocolou, na Câmara Municipal de Niterói, um PL com as mesmas propostas. Os aprendizados acumulados na Câmara do Rio foram utilizados para incidir sobre a tramitação do PL em Niterói.



Projeto

Experiências que Alimentam II

bit.ly/ExperienciasQueAlimentamII



Parceiro
Implementador

Centro de Recuperação e Educação Nutricional - CREN



Principais temas
relacionados

- Capacitação e desenvolvimento de competências
- Construções colaborativas
- Design Thinking
- Educação infantil
- Práticas alimentares



Tempo de
desenvolvimento

1 a 6 meses



SAÚDE MATERNO INFANTIL E JUVENIL

Potências do brincar junto: uma experiência de cocriação de recurso pedagógico para a prática de Educação Alimentar e Nutricional



03
SAÚDE E
BEM-ESTAR



04
EDUCAÇÃO DE
QUALIDADE



AUTORES

Elizabeth Feffermann, Amanda Severo, Bianca Guedes, Cintia Andrade, Evelyn Fracaro, Lívia Martins, Thomas Ohara, Vanessa Acras

Iniciado em 2020, o projeto Experiências que Alimentam II acontece no território da Diretoria Regional de São Miguel Paulista, região de vulnerabilidade socioeconômica na zona leste do município de São Paulo. A iniciativa tem como objetivo ampliar as práticas de Educação Alimentar e Nutricional (EAN) nas unidades escolares de educação infantil, por meio de **processo formativo para educadores, cocriação de ferramentas pedagógicas** para educadores utilizarem junto aos bebês e crianças, **acompanhamento de famílias e desenvolvimento de um ambiente virtual**. Em 2021 – segundo ano de desenvolvimento – o projeto enfrentou seu maior desafio até então: o agravamento da

pandemia de Covid-19 e seu impacto direto na paralisação das atividades escolares.

Diante deste cenário, apenas a partir do segundo semestre de 2021, as unidades escolares começaram a retomar, gradualmente, as atividades e atendimentos presenciais. Neste período, após a fase de pesquisa de território, encontro com especialistas e aplicação de *design thinking* para desenvolvimento de possíveis soluções para a ferramenta, iniciou-se a fase piloto do projeto. No piloto, seis unidades de educação infantil participaram da construção colaborativa de materiais de EAN e, em especial, do **principal recurso pedagógico** desenvolvido pelo projeto, junto aos profissionais da educação infantil: o Experimento.

DESCRIÇÃO DO PROBLEMA

A adoção de práticas colaborativas na criação de ferramentas pedagógicas busca atender ao desafio de criar um recurso educativo para a prática em EAN, partindo da legislação, marcos e orientações já existentes, da realidade dos educadores, das temáticas abordadas e da forma como desenvolvem as ações de EAN no cotidiano dos centros de educação infantil (CEI).

A prática escolhida busca dar **concretude e materialidade** às ações realizadas na educação infantil, identificando e reconhecendo a potencialidade e as dificuldades de desenvolver essas ações pensando na **dimensionalidade e amplitude** das ações em EAN, que comumente são reduzidas à aceitação e ingestão de alimentos.

OBJETIVOS E RESULTADOS

A adoção desta prática por meio de diferentes olhares dos educadores acerca da realidade que vivenciam nas unidades de educação infantil:

- **Construir de forma participativa e colaborativa** uma ferramenta que correspondesse e ampliasse o olhar e as práticas em EAN;
- **Despertar um olhar mais ampliado**, através dos elementos já existentes do recurso, para as possibilidades de abordagens e de temáticas em EAN, identificando os desafios no desenvolvimento dessas ações pelos educadores;
- **Fomentar o interesse no material** a ser entregue posteriormente;
- **Fortalecer o vínculo** entre os educadores e equipe do projeto.

Neste sentido, foram realizados momentos direcionados para cocriação junto às 6 unidades escolares participantes da fase piloto, correspondendo a 10 encontros envolvendo um total de 89 profissionais, incluindo educadores, gestores, profissionais da cozinha e de apoio que contribuíram de forma criativa para esta prática.

6
unidades
escolares

10
encontros

89
profissionais

RESUMO DAS ETAPAS

01 **Análise do contexto:** análise dos objetivos, expectativas para as ações de cocriação e perfil do público participante.



02 **Planejamento das ações:** identificação dos tempos, espaços e materiais necessários para realização das ações.



03 **Proposição da cocriação:** realização de proposições para disparar as discussões e processo cocriativo.



04 **Sistematização dos resultados:** organização e análise dos resultados obtidos.



05 **Devolutiva para os participantes:** feedback aos participantes acerca dos resultados do processo e dos caminhos previstos a partir deles.



06 **Ajustes e desenvolvimento do material a partir das contribuições do processo:** continuidade do desenvolvimento do produto agregando os elementos resultantes do processo cocriativo.

APRENDIZADOS

Os processos cocriativos trouxeram como aprendizado a potência de **uma construção que considera diferentes pontos de vista e experiências**, enriquecendo os processos de trabalho e produtos finais. As contribuições das equipes participantes reverberam diretamente na **efetividade e aplicabilidade do material** e propiciam que os atores percebam a relevância deste e utilizem-no em suas práticas.

O entusiasmo e interesse dos participantes nos resultados obtidos evidenciou o potencial de engajamento dessas iniciativas e o quanto estes públicos desejam sentir-se reconhecidos como **colaboradores valiosos de processos criativos**.

Essa prática foi desenvolvida em meio ao cenário de pandemia da Covid-19 que exigiu da equipe do projeto **adequação e flexibilidade para viabilizar as ações** diante dos protocolos de distanciamento social, trabalho remoto e higienização de materiais.

A despeito dos desafios para realização desta prática, a inclusão de processos cocriativos atravessou o desenvolvimento das diferentes linhas de ação do projeto, incluindo a construção de módulos formativos, o desenvolvimento de produtos, a revisão e reflexão de cada prática, representando uma premissa para a realização de um trabalho com potencial efetivo de sucesso e de desdobramentos na vida e na atuação do seu público.

OPORTUNIDADES E LIMITES PARA REPLICAÇÃO

Especialmente nos campos de trabalho da educação e da assistência social, nos quais têm-se buscado construir um caminho de valorização da pessoa e do seu protagonismo nos processos, a prática cocriativa se mostra uma ferramenta potente para reconhecer o saber e a trajetória do público beneficiado, e a partir disso aproximá-lo às ações e projetos que estão sendo desenvolvidos.

Esta prática pode ser replicada em diferentes espaços, recomendando-se uma mediação atenta para as demandas levantadas pelos participantes, respeitando e ponderando os diferentes pontos de vista de forma que fomente a reflexão e ampliação de repertório.

Ainda, entende-se como importante a aplicação de metodologias dialógicas e participativas, com escuta qualificada, abertura ao diálogo e síntese das ideias coletivas para tornar estes momentos mais efetivos.



Projeto

Ame Sua Mente na Escola

bit.ly/AmeSuaMentenaEscola



Parceiro
Implementador

Instituto Ame Sua Mente



Principais temas
relacionados

- Ambiente escolar
- Capacitação e desenvolvimento de competências
- Saúde mental



Tempo de
desenvolvimento

6 a 12 meses



SAÚDE MATERNO INFANTIL E JUVENIL

Uma abordagem centrada no ambiente escolar para a construção de uma nova cultura sobre saúde mental



Andréa S. Regina, Cláudia Donegá, Denise Almeida, Ana D'Agostini, Carolina Gaya

O projeto Ame Sua Mente na Escola tem por aspiração estabelecer uma nova cultura sobre saúde mental e visa favorecer, por meio da educação a promoção de saúde mental, a prevenção de transtornos mentais na juventude, a redução dos estigmas relacionados aos transtornos mentais, a resolução de problemas de baixa complexidade dentro da própria escola, a identificação precoce e o encaminhamento adequado de casos para assistência especializada, assim como promover o autocuidado em relação a saúde mental dos próprios educadores. Para tanto, desenvolve as seguintes intervenções voltadas para educadores:

- a) **formação síncrona em saúde mental**, com materiais complementares disponíveis em plataforma exclusiva;
- b) **suporte para esclarecimento de dúvidas e orientação** acerca de problemas vivenciados pela escola;
- c) orientações para implementação de ações de promoção de saúde e para utilização do **Protocolo de Encaminhamento** desenvolvido pelo projeto;
- d) **produção de diversos conteúdos** (guias, fichas informativas, podcasts, lives e audiobooks) exclusivos para toda a comunidade escolar, disponibilizados na plataforma digital, no site e redes sociais do Instituto Ame Sua Mente;
- e) concepção do **Selo “Escola que ama Sua Mente”** que reconhece as escolas com ações voltadas para promoção de saúde mental.

Em 2021, participaram da formação um total de 216 educadores de 82 escolas da Diretoria Regional de Ensino Centro Sul, da Secretaria da Educação do Estado de São Paulo, no município de São Paulo. Divididos em dois ciclos, dentre os participantes estavam gestores escolares, supervisores de ensino, professores coordenadores de núcleo pedagógico, professores de educação básica, professores coordenadores de área), professores coordenadores gerais, professores de sala de leitura, professores colaboradores de ações inclusivas, professores coordenadores pedagógicos, professores de assistência ao currículo e professores de tecnologia e inovação.

DESCRIÇÃO DO PROBLEMA

A ansiedade afeta mais de 18 milhões de brasileiros e os transtornos mentais estão entre as maiores causas de afastamento e pedidos de aposentadoria por invalidez no Brasil. Quando consideramos o cenário em relação a crianças e jovens em idade escolar, essa preocupação destaca a necessidade de pensar em soluções para o enfrentamento desta situação - entre elas, está a oportunidade de **atuar por meio de ações preventivas** em relação à Saúde Mental.

Pesquisas apontam que 75% das pessoas que têm questões de saúde mental na vida adulta manifestaram os primeiros sinais antes dos 25 anos. Destes, 50% os manifestaram antes dos 15 anos. Uma parcela pequena destes casos são identificados precocemente e, infelizmente, **80% dos nossos jovens levam de 8 a 10 anos para buscar ajuda especializada**, o que potencializa o agravamento de doenças e também traz prejuízos sociais, emocionais e acadêmicos para o jovem nessa importante fase do desenvolvimento.

OBJETIVOS E RESULTADOS

A partir das intervenções desenvolvidas pelo projeto (formação, protocolo de encaminhamento, produção de conteúdos e selo de reconhecimento), almejava-se o aumento de conhecimento dos educadores em saúde mental; diminuição dos estigmas; melhora nas habilidades de identificação, manejo e encaminhamento de casos; além de maior autocuidado entre educadores e maior bem-estar na escola. O desejo é transformar o projeto em uma política pública que efetivamente leve o conhecimento sobre Saúde Mental a centenas de milhares de educadores.

Recortando os principais destaques dessa abordagem, primeiramente, observam-se os altos índices de conclusão e aproveitamento (75,4% no Ciclo 1 e 86,7% no Ciclo 2), assim como de satisfação (média em torno de 4,77, sendo 5 a nota máxima) dos educadores com a formação. Além disso, mais de 88% dos participantes indicaram que a formação ampliou a sua capacidade de lidar com a própria saúde mental. Os resultados quantitativos evidenciaram também um aumento significativo nos índices gerais de avaliação de conhecimento em saúde mental, sendo observado um crescimento no número de acertos em 83,1% dos educadores do Ciclo 1 e 68,7% do Ciclo 2.

Mais de dois terços dos educadores relataram uma melhora na capacidade de identificar e lidar com problemas de saúde mental, assim como mais de 85% perceberam uma melhora em sua capacidade de encaminhar casos para apoio especializado.

ÍNDICE DE CONCLUSÃO E APROVEITAMENTO:

75,4%
dos
educadores
no ciclo 1



86,7%
dos
educadores
no ciclo 2



RESUMO DAS ETAPAS

01 GESTÃO E ACOMPANHAMENTO

- **Articulação de parcerias com órgãos da Educação:** foi muito importante para manter uma cadência na interação com a rede escolar como um todo. Aqui contemplando a Secretaria Estadual de Educação de São Paulo (SEDUC) e suas respectivas Diretorias de Ensino Regionais e o Programa de Melhoria da Convivência e Proteção Escolar (CONVIVA) – criado pela Secretaria da Educação do Estado de São Paulo com a proposta de que toda escola seja um ambiente de aprendizagem solidário, colaborativo, acolhedor e seguro, na busca da melhoria da aprendizagem.
- **Divulgação atrativa para as escolas:** foi uma ação estratégica para engajamento da gestão das escolas no projeto. A apresentação do projeto esteve organizada de forma que os gestores se apropriassem do propósito do projeto e validem as etapas do cronograma de ações.
- **Formalização de acordo de cooperação técnica:** mostrou-se essencial para as definições de papéis e responsabilidades de cada partícipe (escolas, Secretaria de Estado da Educação e instituto implementador do projeto).



02 INTERVENÇÃO

- Na frente de **Formação**, ao todo foram realizados 6 módulos com duração de 2 horas cada, ministrados por especialistas em saúde mental. Em cada encontro foi abordado um tema do conteúdo programático e as propostas foram debatidas a partir de metodologias ativas e técnicas de educação para adultos (andragógicas), com a finalidade dos participantes ficarem no centro do processo de aprendizagem, bem como de valorizar suas experiências e necessidades a fim de tornar o conhecimento mais significativo. A formação ofereceu também atividades pedagógicas complementares (videoaulas, material didático, atividades práticas, entre outras), em plataforma digital. Essas atividades foram embasadas em pesquisas e literatura científica atualizada com uma linguagem acessível e pertinente à prática dos educadores.
- As atividades de **comunicação** andaram em sinergia com todas as demais ações do projeto, desde suas produções de conteúdo quanto em sua divulgação

aos públicos. Como estratégia principal, os materiais e publicações foram produzidos de forma a dialogar efetivamente com os públicos na busca de adequação da linguagem, especialmente, apoiando a transposição de conteúdos científicos para uma linguagem simples e objetiva. Foram produzidos conteúdos tais como fichas técnicas, guias, podcasts e instrumentos para práticas em sala de aula, utilizando-se de recursos gráficos e de multimídia; além do desenvolvimento de estratégias nas redes sociais voltadas para educadores.

- O Selo “**Escola Que Ama Sua Mente**” foi uma iniciativa que teve como objetivo fomentar uma cultura de promoção, prevenção e manejo da saúde mental na rotina escolar. Sua construção contou com o envolvimento de especialistas da área da saúde (psicólogos e psiquiatras) e da educação e procurou promover a escuta de estudantes de escolas públicas e privadas, educadores e gestores escolares também da rede de ensino pública e privada, além de especialistas na área de saúde mental. O resultado foi o desenho de uma metodologia que visa mobilizar escolas acerca do tema saúde mental, independente do seu nível de conscientização ou desenvolvimento em termos práticos.



**PARA CONHECER
MAIS O SELO ACESSE:**
selo.amesuamente.org.br

[amesuamente.org.br/
ame-sua-mente-na-
escola/](http://amesuamente.org.br/ame-sua-mente-na-escola/)



03 AVALIAÇÃO

As metodologias de avaliação utilizadas na frente de formação acompanharam padrões cientificamente validados, tanto no conjunto de técnicas ordenadas, softwares utilizados quanto nos procedimentos de avaliação sistematizados pelos pesquisadores. As hipóteses centrais foram estabelecidas por meio de metas estabelecidas em uma matriz de indicadores, constituída entre os especialistas de avaliação do Instituto e especialistas em avaliação da Umane.

APRENDIZADOS

A atuação conjunta com os órgãos públicos de educação, sejam municipais ou estaduais, é condição primeira do projeto para a garantia de sua implementação na rede. Articulações com a SEDUC -SP, o CONVIVA e, especialmente, as Diretorias de Ensino foram essenciais para o desenvolvimento das ações no município de São Paulo, proporcionando a identificação adequada das diretorias regionais de ensino e o engajamento dos educadores para a realização da formação.

Olhando com mais profundidade o engajamento dos públicos, o objetivo de toda e qualquer ação deve ser estabelecer uma relação de confiança com os representantes dos órgãos públicos, de modo a não onerar as equipes de técnicos e educadores, reconhecendo que possuem uma rotina muito desafiadora no contexto da educação pública brasileira. Assim, o **contato frequente e atento com pontos focais** das diretorias regionais de ensino, estabelecidos em termos de parceria, também foi imprescindível para estabelecer uma comunicação estruturada e garantir o percurso da formação.

Outro fator importante foi **articular com um número maior de escolas do que a meta estabelecida e operar com uma agenda flexível** para os agendamentos das formações. O ambiente público possui complexidades e a sobrecarga dos docentes muitas vezes inviabiliza a continuidade em uma jornada de formação.

Pensar o **desenvolvimento de uma plataforma de ensino à distância** que permitisse uma maior flexibilidade ao educador para realizar o curso, conforme suas possibilidades, foi uma estratégia para expansão do projeto. No entanto, foi observado um engajamento menor em formações nesta modalidade e buscamos uma **parceria com a Escola de Formação e Aperfeiçoamento dos Profissionais da Educação do Estado de São Paulo (EFAPE)** para ações futuras, de modo a permitir a certificação com a devida evolução profissional aos educadores que concluíssem a formação. Importante salientar que cursos promovidos pela EFAPE não podem ser realizados no horário de trabalho dos educadores, ou seja, precisa ser em um horário extra. Caso a formação não seja viabilizada para evolução na pontuação de carreira, **utilizar o espaço das Atividades de Trabalho Pedagógico Coletivo (ATPCs)** pode promover resultados importantes para adesão e engajamento dos públicos.

Estratégias pensadas a partir do *feedback* dos participantes foram muito relevantes para a aderência dos educadores cursistas aos conteúdos produzidos e um dos exemplos foi a **produção de podcasts** sobre os temas de saúde mental.

Desenvolvimento de **ferramentas e instrumentos que auxiliassem o educador para dialogar com o tema** também tiveram destaque. Por exemplo, foram desenvolvidos **planos de aula** para que o professor trabalhasse o tema de forma mais confiante com os estudantes em sala de aula, como a



aplicação de técnicas de relaxamento, meditação e comunicação não violenta. Além disso, foi percebido pelo projeto com um efeito positivo o desenvolvimento de materiais de divulgação que facilitem a organização dos educadores para a formação, tais como **kits de boas-vindas** antes de iniciar a formação, além de newsletter que evidenciem como está o cronograma da formação, expansão de conteúdos abordados em cada um dos módulos, entre outros.

Por último, foi observado que a **realização de workshops** para apresentar e abordar as diretrizes dos protocolos de encaminhamentos puderam promover o conhecimento dos públicos e trazer mais segurança para a utilização do material.

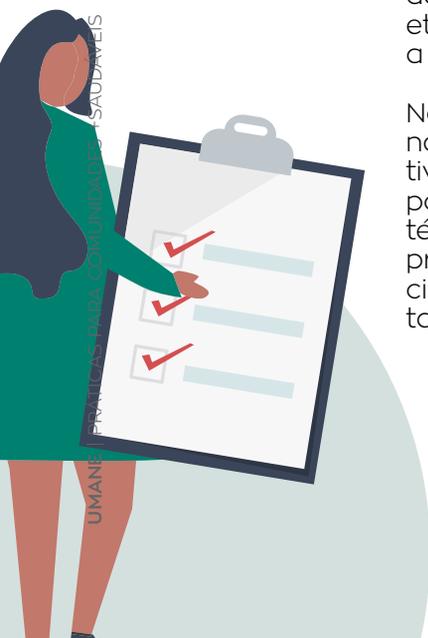
OPORTUNIDADES E LIMITES PARA REPLICAÇÃO

O programa de formação de educadores em conceitos de saúde mental foi desenvolvido para ser escalável, por meio da tecnologia investida e à produção de conteúdos e elementos autoinstrucionais de alta qualidade. Este novo modelo possibilita a entrada em Redes Estaduais de Ensino por todo o Brasil.

Como ponto de atenção à escalabilidade, observamos que é importante garantir que a parceria com as instâncias governamentais promovam a participação e engajamento efetivos dos cursistas beneficiados pelo projeto. Sabemos que o ambiente da educação pública possui desafios cotidianos complexos aliados à sobrecarga dos educadores e técnicos das secretarias de educação, o que nem sempre possibilita que os projetos realizados em parceria avancem da forma idealizada por organizações não governamentais.

Tendo isso em vista, recomendamos que o plano de ação das formações e demais frentes de participação dos educadores seja desenhado envolvendo todos os atores, de modo que permita visualizar as oportunidades e as interações que acontecem entre eles. Desta forma, pode ficar mais evidente desde o início da formação os pontos de atenção de cada etapa no processo de formalização e anuência identificando a viabilidade das ações juntos aos órgãos competentes.

No caso do projeto Ame Sua Mente na Escola, a coordenação das Diretorias de Ensino Regional (DERs) envolvidas tiveram função estratégica para escalabilidade porque possuem interlocução direta com as escolas, além de equipe técnica que apoia e orienta os processos de implantação de projetos, observando as normativas adequadas, os potenciais para execução, os limites de viabilidade, além de orientações sobre encaminhamentos necessários.





Projeto

Plataforma de Inovação Aberta

bit.ly/PlataformaInovAberta



Parceiro
Implementador

Artemisia Negócios Sociais



Principais temas
relacionados

- Inovação aberta
- Negócios de impacto
- Uso de dados e tecnologia no setor público



Tempo de
desenvolvimento

6 a 12 meses



FORTALECIMENTO DA ATENÇÃO PRIMÁRIA À SAÚDE

Apoio à evolução de soluções de negócios no contexto de Atenção Primária à Saúde



03

SAÚDE E
BEM-ESTAR



09

INDÚSTRIA, INOVAÇÃO
E INFRAESTRUTURA



17

PARCERIAS E MEIOS
DE IMPLEMENTAÇÃO

Complementar, qualificar e oferecer acesso à oferta de saúde pública são temas urgentes no Brasil. Com a pandemia da Covid-19, ficou ainda mais evidente a necessidade de trazer soluções inovadoras para o setor, especialmente na Atenção Primária à Saúde (APS) – porta de acesso da população nos cuidados à saúde. Sob esse contexto, em 2021 foi lançada a Plataforma de Inovação Aberta que mergulhou nas reais necessidades dos cidadãos, empreendedores(as) de impacto e interlocutores públicos para entender **como é possível avançar na transformação da saúde no Brasil** – tendo como foco a APS - para trazer mais acesso e qualidade para todos(as).



AUTOR

Priscila Martins

A partir da compreensão dos desafios existentes na APS dos municípios, foram implementados três pilotos que destacaram o valor da **articulação e escuta** das diferentes partes interessadas do contexto, cidadãos, gestores(as) públicos e profissionais de saúde, além da co-construção de planos de ações com os envolvidos.

DESCRIÇÃO DO PROBLEMA

São muitos os desafios na saúde pública no Brasil e há uma necessidade urgente em acelerar a solução destes problemas que impactam a vida de milhares de brasileiros(as). Acreditamos que alguns destes problemas podem ser solucionados por startups. Existem soluções com muito potencial e empreendedores intencionados em gerar impacto positivo na vida da população mais vulnerável. Deste potencial, há um desafio em conseguir **apoiar estes negócios na consolidação de seus modelos** (seja em um produto aderente ou no modelo de negócio).

Com a plataforma de inovação aberta tivemos a oportunidade de **refinar produtos com base nas necessidades e especificidades do contexto público e implementá-las em campo para testá-las e validá-las**, e esta estratégia se mostrou necessária. Até mesmo identificar possíveis gargalos de viabilidade e/ou crescimento desses negócios, para ofertar soluções que endereçam questões de saúde de maneira mais perene.

OBJETIVOS E RESULTADOS

O apoio estratégico na implementação dos pilotos buscou compreender as demandas prioritárias de atores na área da saúde, dentro do recorte da APS, e também mapear as soluções existentes e identificar startups com as melhores tecnologias para que fossem implementadas em campo para validação de um piloto.

Foi priorizado alcançar efeitos demonstrativos de inovação e oportunidade de geração de impacto através da relação próspera entre startups e ambientes de criação. E tal efeito possibilitou a abertura de outros canais e resoluções de questões públicas que puderam ser complementares às práticas já previstas pelo município via gestão pública.

Aos empreendedores, foi um diferencial o apoio na execução de um piloto que permitiu que suas soluções fossem aprimoradas ou validadas, além de serem implementadas dentro de um contexto da saúde pública de onde pudessem dialogar com vários outros territórios. Sob o ponto de vista do município, foi possível acessar e ofertar à sua população soluções inovadoras.

RESUMO DAS ETAPAS

01 Compreensão dos principais desafios da APS no Brasil e quais poderiam ser endereçados por negócios de impacto



02 Prospecção de negócios com soluções aderentes aos desafios e análise de territórios para implementação



03 Seleção dos negócios e territórios mais alinhados aos objetivos do projeto



04 Desenho e refinamento dos pilotos (entre negócios e territórios)



05 Implementação e monitoramento dos resultados dos pilotos

APRENDIZADOS

Vários aprendizados puderam ser extraídos da prática, tendo destaques os seguintes:

Sob a perspectiva de evolução e perenidade da solução:

- Entender que o perfil do gestor, ou ponto focal do território são primordiais para o bom andamento do piloto, que o tamanho do território, município influencia a resposta;
- Em menores territórios o processo de governança mais integrado e próximo contribui na evolução mais fluida;
- É importante na escolha do território como execução de piloto analisar estrutura e equipamentos disponíveis, maturidade para executar projetos de inovação, assim como outros programas que existem no território.

Sob a perspectiva de eixo de atuação:

- As soluções para gestão de dados e apoio à decisão mostraram-se como demanda crítica nos territórios. Os três pilotos selecionados foram direcionados ao eixo destacado pelos especialistas como um dos maiores problemas do sistema de APS do país, “Gestão e utiliza-

ção dos dados para gerar informações”, intensificado pela pandemia.

A partir dos pilotos foi possível perceber:

- A importância de soluções que automatizam, consolidam e sistematizam os dados gerados, e apoiam processos de decisão;
- Identificou-se uma demanda, também crítica, de qualificação (tratamento e validação) dos dados disponibilizados e acessados hoje pelos territórios para apoiar as decisões estratégicas voltadas à APS.

OPORTUNIDADES E LIMITES PARA REPLICAÇÃO

Compreendemos que esta é uma prática que direciona-se sobretudo aos agentes intermediários que atuam com inovação e busquem alternativas mais perenes de intervenção em territórios com enfoque no contexto de saúde pública, mais especificamente APS.

Quanto aos negócios, é importante destacar que suas descobertas e validações, quando acontecem, permitem que seus resultados sejam replicáveis e escaláveis. A validação dos pilotos deu base para a escalabilidade dos produtos que podem ser vendidos para outros municípios e gerar impacto positivo para a sociedade.

Importante destacar que o modelo de contratação por parte dos municípios ainda é um gargalo para que startups consigam replicar suas soluções na administração pública e ao executar pilotos é preciso ter cautela para não especificar a solução a um nível muito personalizado à demanda específica do território, do contrário, haverá um custo muito alto para aplicar em outro local ou até mesmo não ter integração.





UMCINE