DOM PROJETOS INSPIRADORES

VOLUME 2 | 2024

SAÚDE E INOVAÇÃO TECNOLÓGICA

EDUCAÇÃO E TRANSFORMAÇÃO SOCIAL







FDC

FALE COM A DOM PROJETOS INSPIRADORES
REVISTA.FDC@FDC.ORG.BR
0800 941 9200

EDITOR-EXECUTIVO
Professor Paulo Resende
Diretor do Núcleo de Logística, Supply Chain e Infraestrutura
FUNDAÇÃO DOM CABRAL

EDITORIA E PRODUÇÃO
Cintia Maria Lamounier Coelho
Áurea Helena Puga Ribeiro
Raquel Robbe
FUNDAÇÃO DOM CABRAL

PROJETO GRÁFICO E REVISÃO
Criação&Design
Anderson Luizes – Designer Gráfico
Valéria Sigaud - Designer Gráfico
Euler Rios – Coordenador
Dayse Lúcia Mendes – Revisora
FUNDAÇÃO DOM CABRAL

IMAGENS
Flaticon

As opiniões expressas nos artigos são de responsabilidade de seus autores. Não refletem necessariamente a opinião da publicação. É permitida a reprodução das matérias publicadas, desde que citada a fonte.

A Fundação Dom Cabral é um centro de desenvolvimento de executivos, empresários e empresas. Há 48 anos pratica o diálogo e a escuta comprometida com as empresas, construindo com elas soluções educacionais integradas, resultado da conexão entre teoria e prática. A vocação para a parceria orientou sua articulação internacional, firmando acordos com grandes escolas de negócios. A FDC está classificada entre as dez melhores escolas de negócios do mundo, segundo os Rankings de Educação Executiva do Financial Times 2024.

EDITORIAL

Os projetos apresentados nesta edição foram desenvolvidos pelos participantes dos programas de desenvolvimento de executivos da Fundação Dom Cabral. Estamos compartilhando esses projetos como forma de registrar o conhecimento gerado e inspirar executivos e empresários em suas práticas diárias, contribuindo para a transformação de setores-chave da sociedade.

A saúde, a educação e o trabalho são pilares essenciais para uma sociedade mais justa e sustentável, e, no Brasil, esses setores enfrentam desafios estruturais que demandam soluções inovadoras. Diversos projetos apresentados nesta edição demonstram como a convergência dessas áreas pode gerar impactos significativos e duradouros.

Na saúde, a inovação tecnológica tem se mostrado um diferencial importante para melhorar o acesso e a qualidade dos serviços. Projetos como o Pronto Atendimento Médico Digital na Farmácia estão levando consultas digitais a comunidades com infraestrutura limitada, permitindo um acesso mais rápido e conveniente ao cuidado médico. A Estação do Olho é outro exemplo, oferecendo triagem oftalmológica acessível e reduzindo a cegueira evitável em regiões caren-

tes. A MV também se destaca com o Prontuário do Cliente MV, integrando dados de pacientes em uma plataforma única, além da automação em clínicas, como demonstrado em um estudo sobre ortopedia, que otimiza tanto a experiência do paciente quanto a eficiência operacional. No setor de consultoria, a Optimaze Consulting ajuda pequenas e médias empresas de saúde a crescerem de maneira sustentável, utilizando tecnologia e estratégias modernas para impulsionar o setor.

No campo da educação, projetos como a Metodologia de Ensino do Colégio Bandeirantes mostram como recursos educacionais avançados podem ser adaptados para beneficiar comunidades mais vulneráveis, criando igualdade de oportunidades. A Missão Solidária Norte de Minas é um exemplo claro de como o voluntariado pode gerar impactos sociais profundos e sustentáveis, combatendo a insegurança alimentar e fortalecendo as comunidades no Vale do Jequitinhonha. A governança nas Organizações Não Governamentais Internacionais também tem ganhado relevância, com foco na transparência e eficiência para enfrentar os desafios globais e garantir que os recursos cheguem aonde são mais necessários.

Esses projetos não apenas destacam a relevância da saúde, da educação e do trabalho, mas também evidenciam como a tecnologia, a governança e a inovação podem ser forças poderosas na construção de uma sociedade mais equitativa e resiliente. São exemplos concretos de como transformar desafios em oportunidades, criando um futuro mais inclusivo e promissor para todos.

Convidamos nossos leitores a se inspirarem nestes projetos e a verem neles não apenas estudos de caso, mas exemplos reais de transformação. Que esta edição sirva como uma ponte entre ideias e ações, impulsionando mudanças significativas em nossa sociedade.

Boa leitura!!!

PAULO RESENDE
Editor Executivo

SUMÁRIO

INICIATIVAS NO SETOR DE SAÚDE QUE INTEGRAM TECNOLOGIA, PROCESSOS INOVADORES E ESTRATÉGIAS PARA MELHORAR A EXPERIÊNCIA DO PACIENTE E AMPLIAR O ACESSO AOS SERVIÇOS DE SAÚDE 6

Pronto atendimento médico digital na farmácia: expansão do acesso e inovação no atendimento à saúde 7

Estação do Olho: uma iniciativa estratégica em *health tech* para combater a deficiência visual no Brasil 12

Prontuário do Cliente MV: Integrando tecnologia, processos e pessoas para aprimorar a experiência e satisfação do cliente 17

Automação e Eficiência no Atendimento em Clínica de Ortopedia 22

Optimaze consulting: um modelo inovador de consultoria para pequenas e médias empresas de saúde 27

Estratégia digital para a nova linha de produtos de higiene oral infantil da Dentinho da Fada 33

Priorização de projetos de pesquisa para subsídio de políticas públicas: saúde e segurança no trabalho 39

EDUCAÇÃO E TRANSFORMAÇÃO SOCIAL 44

Metodologia de ensino do Colégio Bandeirantes para implementação em escolas públicas do ensino fundamental: um negócio social 45

Missão Solidária Norte de Minas: estruturando a transformação social sustentável no Vale do Jequitinhonha 49

Repensando portfólios: o potencial do ESG e do investimento de impacto 54

INICIATIVAS NO SETOR DE SAÚDE QUE INTEGRAM TECNOLOGIA, PROCESSOS INOVADORES E ESTRATÉGIAS PARA MELHORAR A EXPERIÊNCIA DO PACIENTE E AMPLIAR O ACESSO AOS SERVIÇOS DE SAÚDE





PRONTO ATENDIMENTO MÉDICO DIGITAL NA FARMÁCIA: EXPANSÃO DO ACESSO E INOVAÇÃO NO ATENDIMENTO À SAÚDE

AUTORES: ANA LUISA TRAJANO PARENTE, MARIA EDUARDA LINS PINHEIRO, MARIA ISABELLE MARQUES ARAÚJO, MARIA JAISSE PEREIRA BARBOSA, PAULA MÔNICA DE OLIVEIRA, THIAGO AURÉLIO RODRIGUES, RENATO AGUILAR, BRUNO HENRIQUE ROCHA FERNANDES

A parceria entre a operadora de saúde LIVSAÚDE e a rede de farmácias Pague Menos resultou em uma solução que revoluciona o acesso à saúde no Brasil: o projeto "**Pronto Atendimento Médico Digital na Farmácia**". Essa iniciativa combina tecnologia e conveniência, trazendo consultas médicas digitais para dentro das farmácias. O projeto é especialmente voltado para regiões onde a infraestrutura médica é limitada, oferecendo aos beneficiários da LIVSAÚDE uma alternativa acessível e eficiente.

Com foco na transformação digital do setor de saúde, a iniciativa busca melhorar a experiência do paciente, descentralizar o atendimento e reduzir a pressão sobre as unidades hospitalares. Além disso, o projeto consolida a LIVSAÚDE como uma referência em saúde digital, alinhada às demandas do mercado por serviços inovadores e centrados no paciente.

O DESAFIO: MELHORAR O ACESSO E A EXPERIÊNCIA EM SAÚDE

A LIVSAÚDE enfrentava um cenário desafiador. Muitos de seus beneficiários, especialmente em áreas remotas ou com infraestrutura médica precária, encontravam dificuldades para acessar serviços de saúde. Essa limitação frequentemente resultava no agravamento de condições de saúde evitáveis, aumentando a demanda por atendimentos hospitalares mais complexos.

As unidades hospitalares, sobrecarregadas por casos menos críticos, sofriam com longas filas e recursos insuficientes para atender a casos de maior urgência. Para os pacientes, a experiência era marcada por insatisfação e tempos de espera excessivos, prejudicando a percepção de qualidade do atendimento e, muitas vezes, reduzindo sua fidelidade à operadora de saúde.

Reconhecendo esse cenário, a LIVSAÚDE identificou uma oportunidade de inovar, ao integrar a telemedicina a uma rede de farmácias amplamente distribuída. O objetivo era simples, mas ambicioso: levar atendimento médico de qualidade para mais perto dos pacientes, melhorando o acesso e a conveniência de forma sustentável e eficaz.

O OBJETIVO: ATENDIMENTO MODERNO E ACESSÍVEL

O **Pronto Atendimento Médico Digital na Farmácia** foi concebido para oferecer consultas médicas digitais diretamente nas unidades da Pague Menos. A ideia central era permitir que os beneficiários da LIVSAÚDE tivessem acesso imediato a cuidados médicos básicos, sem precisar se deslocar para hospitais ou clínicas.

A visão do projeto é transformar o modelo tradicional de atendimento em saúde, integrando a telemedicina ao cotidiano dos pacientes e oferecendo um serviço moderno, ágil e centrado em suas necessidades. Ao otimizar a operação da rede de saúde e melhorar a experiência dos pacientes, o projeto também visa aumentar a satisfação e fidelização dos beneficiários.

A SOLUÇÃO: CONSULTAS MÉDICAS DIGITAIS NAS FARMÁCIAS

A solução desenvolvida por LIVSAÚDE e Pague Menos alia a capilaridade das farmácias à tecnologia da telemedicina para criar uma experiência integrada e conveniente para os pacientes.

Nas unidades da farmácia, os beneficiários têm acesso a consultas médicas digitais, conduzidas por profissionais qualificados. Com o suporte dos farmacêuticos, os pacientes podem realizar atendimentos, receber orientações médicas e,

em seguida, adquirir os medicamentos prescritos no mesmo local. Essa integração reduz o tempo entre diagnóstico e tratamento, aumentando a eficiência e a satisfação do paciente.

IMPLEMENTAÇÃO: UM CAMINHO PLANEJADO PARA O SUCESSO

O desenvolvimento do projeto foi estruturado em etapas, garantindo que a transição para o novo modelo de atendimento fosse suave e eficiente.

A implementação começou com a integração da plataforma de telemedicina ao sistema de gestão das farmácias Pague Menos. Essa integração permitiu o compartilhamento seguro de dados entre profissionais de saúde e farmácias, assegurando a privacidade e a segurança das informações dos pacientes.

Farmacêuticos e colaboradores das farmácias participaram de treinamentos detalhados, que abordaram desde o uso da tecnologia até o suporte ao paciente durante as consultas digitais. A fase piloto foi acompanhada de perto por especialistas, que monitoraram a utilização do sistema e coletaram *feedbacks* para realizar ajustes.

Com o envolvimento ativo das lideranças da LIVSAÚDE e da Pague Menos, o projeto alcançou um alinhamento estratégico entre as organizações, garantindo que as metas fossem cumpridas de forma colaborativa.

RESULTADOS: UM IMPACTO TRANSFORMADOR

A implementação do Pronto Atendimento Médico Digital trouxe resultados significativos tanto para a LIVSAÚDE quanto para seus beneficiários.

Os índices de satisfação dos pacientes aumentaram expressivamente, destacando a aceitação e o impacto positivo da iniciativa. A descentralização do atendimento médico aliviou a pressão sobre as unidades hospitalares, reduzindo os tempos de espera e melhorando a eficiência do sistema como um todo.

Além disso, o projeto fortaleceu a imagem institucional da LIVSAÚDE, posicionando a operadora como líder em inovação em saúde digital. A parceria com a Pague Menos consolidou a solução como um modelo de atendimento diferenciado, que alia acessibilidade, conveniência e tecnologia.

INOVAÇÃO E DIFERENCIAIS COMPETITIVOS

O projeto destacou-se por sua capacidade de atender a desafios complexos de acessibilidade à saúde com uma solução prática e escalável. A utilização da

telemedicina em farmácias foi um passo inovador, permitindo que os pacientes tivessem acesso a cuidados médicos em um ambiente familiar e próximo de suas residências.

Além disso, a integração de serviços – desde a consulta até a aquisição de medicamentos – garantiu uma experiência fluida e segura, consolidando a confiança dos pacientes. Essa abordagem posiciona a LIVSAÚDE como uma operadora de saúde à frente de seu tempo, comprometida com a transformação digital e com a melhoria contínua de seus serviços.

LIÇÕES APRENDIDAS E RECOMENDAÇÕES

O projeto trouxe aprendizados valiosos para a LIVSAÚDE. A aceitação do sistema pelos pacientes foi facilitada por treinamentos detalhados e uma comunicação clara, que garantiram que os usuários estivessem confortáveis com a nova ferramenta.

A importância da governança de dados também foi evidenciada, reforçando a necessidade de práticas rigorosas de segurança e conformidade para promover a confiança e a satisfação dos pacientes.

Entre os desafios enfrentados, a resistência inicial à mudança por parte de alguns colaboradores foi superada com engajamento ativo e capacitação contínua. A integração tecnológica entre os sistemas da telemedicina e das farmácias, embora complexa, foi solucionada com a colaboração de equipes multidisciplinares e planejamento estratégico.

CONCLUSÃO: TRANSFORMANDO O ACESSO À SAÚDE NO BRASIL

O **Pronto Atendimento Médico Digital na Farmácia** mostrou que a inovação tecnológica pode ser uma aliada poderosa para melhorar o acesso à saúde no Brasil. Ao integrar consultas digitais a um modelo de atendimento descentralizado e conveniente, o projeto trouxe benefícios concretos para pacientes e provedores de saúde.

Mais do que uma solução pontual, a iniciativa representa um novo paradigma para o setor, mostrando que é possível aliar eficiência, acessibilidade e cuidado centrado no paciente. Com essa abordagem, a LIVSAÚDE reafirma seu compromisso com a transformação digital e com a promoção de um sistema de saúde mais moderno e inclusivo.

PARA SE APROFUNDAR NO TEMA

- Fleury, S., & Ouverney, A. M. (2008). Política de Saúde: uma política social. In Giovanella L. et al. (orgs.). *Políticas e Sistema de Saúde no Brasil*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 23-64.
- Freire, M. P., Silva, L. G., Meira, A. L. P., & Louvison, M. C. P. (2023). Telemedicina no acesso à saúde durante a pandemia de covid-19: uma revisão de escopo. *Revista Saúde Pública*, 57(Supl 1), 4s. https://doi.org/10.11606/s1518-8787.2023057004748. Recuperado em https://www.scielo.br/j/rsp/a/MSk8GBN4yVgp7gPvcfyDHFQ/?format=pdf&lang=pt
- Kur, A., Silva, S., & Pinho, S. (2023). Telemedicina no SUS: garantia de acesso aos serviços de saúde para a população rural. *Brazilian Journal of Implantology and Health Sciences*, 5(5), 814-831. Recuperado em https://bjihs.emnuvens.com.br/bjihs/article/view/680/800
- Rodrigues, J. F. B., Melo, D. F. dos S., Bastos, W. D. G., & Randau, K. P. (2021). A assistência farmacêutica na melhoria da adesão ao tratamento medicamentoso. *Pesquisa, Sociedade e Desenvolvimento,* 16, e316101623753. DOI: 10.33448/rsd-v10i16.23753. Recuperado em 3 de fevereiro de 2024 de https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/23753.

ESTAÇÃO DO OLHO: UMA INICIATIVA ESTRATÉGICA EM *HEALTH TECH* PARA COMBATER A DEFICIÊNCIA VISUAL NO BRASIL

AUTORES: GUSTAVO AMORIM NOVAIS, EDUARDO PENNA DE SÁ

A saúde ocular é uma área frequentemente negligenciada no Brasil, onde milhões de pessoas enfrentam dificuldades para acessar cuidados básicos. Problemas como erros refrativos, glaucoma e catarata, que poderiam ser tratados precocemente, muitas vezes evoluem para complicações graves, incluindo a cegueira irreversível. Essa realidade é agravada por longas filas no Sistema Único de Saúde (SUS) e pela falta de alternativas acessíveis.

Com o objetivo de transformar esse cenário, foi criada uma iniciativa que combina tecnologia e acessibilidade para oferecer triagens oftalmológicas em locais estratégicos, a Estação do Olho. Trata-se de quiosques de saúde ocular, instalados em *shopping centers* de grande circulação, que conectam populações carentes a diagnósticos precoces e tratamentos adequados. Além disso, a Estação do Olho inova ao oferecer um modelo de assinatura para acesso ampliado a serviços de saúde ocular.

O DESAFIO: ACESSO LIMITADO À SAÚDE OCULAR NO BRASIL

O Brasil enfrenta desafios significativos em saúde ocular, especialmente entre as populações de baixa renda, que dependem exclusivamente do SUS. A infraestrutura limitada e os longos períodos de espera dificultam o acesso a exames básicos, atrasando o diagnóstico de condições tratáveis. Problemas como erros refrativos, retinopatia diabética e glaucoma frequentemente passam despercebidos até estágios avançados, quando o tratamento se torna mais complexo e caro.

Essa lacuna no atendimento impacta não apenas a qualidade de vida das pessoas, mas também sobrecarrega o sistema público de saúde, aumentando os custos com tratamentos de longo prazo. Pacientes sem diagnóstico precoce enfrentam maiores riscos de comorbidades e restrições de mobilidade, o que também gera consequências sociais e econômicas para suas famílias e comunidades.

A solução apresentada busca enfrentar esses desafios, proporcionando um acesso mais ágil e acessível a triagens oftalmológicas e conectando os pacientes a profissionais de saúde qualificados para o tratamento adequado.

O OBJETIVO: DEMOCRATIZAR O ACESSO À SAÚDE OCULAR

A Estação do Olho tem como objetivo central estabelecer uma rede de triagens oftalmológicas em quiosques localizados estrategicamente em *shopping centers* de grande circulação. Esses espaços oferecem exames básicos gratuitos e avaliações de risco para doenças que ameaçam a visão, permitindo o encaminhamento rápido para especialistas quando necessário.

Além de melhorar o acesso à saúde ocular, a iniciativa busca criar um modelo de negócios sustentável, com receitas geradas por meio de assinaturas *premium* e parcerias estratégicas. A visão de longo prazo é se tornar pioneira em tecnologia de saúde ocular no Brasil, prevenindo a cegueira evitável e contribuindo para a melhoria da saúde pública.

A SOLUÇÃO: QUIOSQUES OFTALMOLÓGICOS COM TECNOLOGIA DE PONTA

O projeto implementa quiosques de triagem oftalmológica equipados com ferramentas diagnósticas avançadas e Inteligência Artificial (IA). Localizados em áreas de grande circulação, como *shopping centers*, os quiosques tornam

o acesso aos exames mais prático e conveniente, especialmente para pessoas que enfrentam barreiras financeiras e de mobilidade.

A integração da IA permite uma avaliação rápida e precisa dos fatores de risco, reduzindo a necessidade de pessoal especializado para operar os quiosques. Os pacientes que apresentam sinais de condições como glaucoma, retinopatia diabética ou catarata são encaminhados para profissionais parceiros, garantindo continuidade no cuidado.

Além disso, o quiosque Estação do Olho oferece um modelo de assinatura *premium*, que inclui benefícios como descontos em consultas, prioridade no agendamento e acesso a óculos de qualidade a preços reduzidos. Essa estratégia não só torna o modelo financeiramente sustentável, mas também aumenta o engajamento e a fidelização dos pacientes.

IMPLEMENTAÇÃO: ESTRATÉGIA E EXECUÇÃO

O desenvolvimento do projeto foi conduzido com uma abordagem estratégica, priorizando planejamento e eficiência operacional. A equipe multidisciplinar, liderada por Gustavo Novais, foi composta por especialistas em TI, marketing, operações e finanças, garantindo que todas as etapas fossem bem estruturadas.

A implantação da Estação do Olho começou com a instalação da primeira unidade no Norte Shopping, no Rio de Janeiro, selecionado por sua alta circulação de público. Essa etapa foi acompanhada pelo desenvolvimento de uma plataforma de software para coleta e análise de dados baseada em IA, que passou por testes rigorosos para garantir sua precisão e usabilidade.

Com o lançamento da estação-piloto, o desempenho foi monitorado em tempo real, coletando *feedback* dos usuários para ajustes e melhorias. O planejamento de expansão está em andamento, baseado nos aprendizados obtidos com a operação inicial.

Parcerias estratégicas com a indústria farmacêutica e clínicas locais desempenharam um papel fundamental no sucesso da implementação. Essas colaborações viabilizaram a produção de materiais educativos sobre saúde ocular e garantiram que os pacientes tivessem acesso rápido a tratamentos quando necessário.

INOVAÇÃO E DIFERENCIAIS COMPETITIVOS

A combinação de tecnologia avançada, acessibilidade e um modelo de negócios sustentável diferencia o projeto no mercado. Os quiosques equipados com IA permitem triagens eficientes e acessíveis, com custos operacionais reduzidos.

Outro diferencial da Estação do Olho é o modelo de assinatura *premium*, que agrega valor ao serviço ao oferecer benefícios adicionais, como descontos e prioridade no atendimento. Essa abordagem não só aumenta a satisfação dos pacientes, mas também fortalece a sustentabilidade financeira do projeto.

A localização estratégica em *shoppings* centers maximiza o alcance ao público-alvo, enquanto a experiência imersiva nos quiosques promove maior engajamento e adesão.

RESULTADOS E IMPACTO

Os resultados iniciais do projeto são promissores. Com a operação do quiosque-piloto, foi possível reduzir custos operacionais em 20%, graças à eficiência dos diagnósticos baseados em IA. Além disso, o acesso aos cuidados oculares foi ampliado para aproximadamente 70% da população-alvo de baixa renda na região atendida.

O modelo de assinatura superou as expectativas, com uma taxa de conversão de 10% entre os pacientes triados. Isso indica um alto nível de satisfação e percepção de valor por parte dos usuários.

Esses resultados reforçam o potencial do projeto para escalar suas operações e causar um impacto ainda maior na saúde ocular do Brasil.

LIÇÕES APRENDIDAS E RECOMENDAÇÕES

A experiência evidenciou a importância de parcerias estratégicas para alcançar o público-alvo e garantir a qualidade do atendimento. A colaboração com *shopping centers* e profissionais médicos foi essencial para o sucesso da iniciativa.

Outro aprendizado relevante foi a necessidade de treinamento contínuo para técnicos e equipe de apoio, garantindo a manutenção da precisão diagnóstica e da qualidade do serviço.

Entre os desafios enfrentados, a resistência inicial à tecnologia de IA foi superada por meio de campanhas educativas e comunicação transparente, destacando os benefícios da inovação para os pacientes.

CONCLUSÃO: UM NOVO PARADIGMA NA SAÚDE OCULAR

Este projeto representa uma abordagem inovadora e eficaz para enfrentar os desafios de saúde ocular no Brasil. Ao combinar tecnologia de ponta com um modelo de negócios sustentável, a iniciativa não só amplia o acesso aos cuidados oftalmológicos, mas também previne a cegueira evitável e melhora a saúde pública.

Com resultados iniciais promissores e uma estratégia clara de expansão, a iniciativa tem o potencial de transformar o cenário da saúde ocular no país, posicionando-se como líder em inovação no setor de *health tech*. Este é mais do que um projeto; é um movimento para democratizar o cuidado ocular e oferecer esperança a milhões de brasileiros.

PARA SE APROFUNDAR NO TEMA

- Bourne, R. et al. (2021). Trends in prevalence of blindness and distance and near vision impairment over 30 years: an analysis for the Global Burden of Disease Study. *The Lancet Global Health*, 9(2), e130-e143. Recuperado em 11 de março de 2023 de https://doi.org/10.1016/S2214-109X(20)30425-3
- Burton, M. J. et al. (2021). The Lancet Global Health Commission on Global Eye Health: vision beyond 2020. *The Lancet Global Health*, 9(4), e489-e551. Recuperado em 5 de abril de 2023 de https://doi.org/10.1016/S2214-109X(20)30488-5
- Marques, A. P. et al. (2021). Global economic productivity losses from vision impairment and blindness. *EClinicalMedicine*, 35. Recuperado em 14 de abril de 2023 de https://doi.org/10.1016/j.eclinm.2021.100852
- Ottaiano, J. A. A. et al. (2019). *As condições de saúde ocular no Brasil*. São Paulo: Conselho Brasileiro de Oftalmologia. Recuperado em 21 de março de 2023 de https://www.cbo.com.br/novo/publicacoes/condicoes_saude_ocular_brasil2019.pdf

PRONTUÁRIO DO CLIENTE MV: INTEGRANDO TECNOLOGIA, PROCESSOS E PESSOAS PARA APRIMORAR A EXPERIÊNCIA E SATISFAÇÃO DO CLIENTE

AUTORES: BRUNO TRINDADE, DENNIS GADELHA DE LIMA, JEAN MEDEIROS, PATRICIA MILKE COSTA BRESSAN, SILVIA AGUIAR, RENATO AGUILAR, BRUNO HENRIQUE ROCHA FERNANDES

A MV, reconhecida como líder em soluções digitais para o setor de saúde, enfrentava um desafio que ameaçava a sua eficiência operacional e a experiência de seus clientes: a fragmentação de dados. Com sistemas internos diversificados e pouco integrados, as informações críticas estavam dispersas entre áreas como finanças, contratos e atendimento ao cliente. Essa desconexão resultava em processos manuais, aumento de tempo e recursos consumidos, dificuldades para cumprir regulamentações, como a LGPD e, o mais preocupante, insatisfação entre os clientes.

A falta de um sistema centralizado para gerenciar os dados dos clientes também comprometia a produtividade e tornava mais difícil a conformidade com padrões de governança e segurança. Além disso, as respostas lentas e imprecisas fornecidas aos clientes prejudicavam a percepção de qualidade dos serviços da MV, ameaçando sua posição de liderança no mercado. Foi nesse contexto que surgiu a necessidade urgente de criar uma solução integrada que

não apenas otimizasse os processos internos, mas também elevasse a qualidade do atendimento ao cliente.

O DESAFIO: GOVERNANÇA E EXPERIÊNCIA FRAGMENTADAS

A falta de integração entre os sistemas internos da MV não era apenas um problema técnico; era um obstáculo estratégico. Informações essenciais estavam dispersas em diferentes plataformas, tornando o acesso aos dados lento e propenso a erros. Isso forçava as equipes a recorrerem a processos manuais para consolidar informações, o que consumia tempo e recursos valiosos.

A ausência de um repositório único de dados também limitava a capacidade da MV de garantir a conformidade regulatória. Em um cenário em que a proteção de dados é uma prioridade crescente para clientes e reguladores, a fragmentação das informações representava um risco significativo. Além disso, a experiência dos clientes era diretamente impactada: tempos de resposta longos e informações inconsistentes geravam insatisfação e prejudicavam a confiança nos serviços da MV.

Esse contexto evidenciou a necessidade de uma solução integrada que centralizasse todas as informações dos clientes em uma única plataforma, melhorando a eficiência operacional, garantindo conformidade com regulamentações e, principalmente, transformando a experiência do cliente.

O OBJETIVO: UM PRONTUÁRIO DIGITAL PARA CENTRALIZAR DADOS E OTIMIZAR OPERAÇÕES

O projeto “Prontuário do Cliente MV” foi concebido com o objetivo principal de implementar uma plataforma digital que centralizasse todas as informações de clientes em um sistema único. Essa solução permitiria a padronização e integração dos dados, facilitando o acesso e a utilização por colaboradores autorizados.

A visão era clara: transformar o Prontuário do Cliente MV em um marco de inovação e eficiência no setor de saúde digital. Mais do que uma ferramenta técnica, o projeto buscava criar uma cultura organizacional orientada para o cliente, promovendo uma experiência de atendimento mais ágil, precisa e satisfatória.

A SOLUÇÃO: O PRONTUÁRIO DO CLIENTE MV

A solução proposta integrou tecnologias avançadas com processos robustos de governança de dados, resultando em uma plataforma centralizada que conecta diferentes unidades de negócios e departamentos. Essa abordagem permitiu que dados antes fragmentados fossem reunidos em uma interface única, acessível em tempo real pelos colaboradores.

A integração dos sistemas internos eliminou a necessidade de consultas manuais e redundantes, automatizando o fluxo de informações e otimizando processos. Além disso, o sistema foi projetado com controles rigorosos de acesso e registro de auditorias, garantindo conformidade com a LGPD e promovendo segurança e transparência na gestão de dados.

A interface intuitiva do prontuário facilitou o acesso às informações, permitindo que as equipes internas oferecessem um atendimento mais rápido e eficiente. Essa combinação de eficiência operacional e conformidade regulatória fez do Prontuário do Cliente MV uma solução inovadora e alinhada às demandas do mercado.

IMPLEMENTAÇÃO: PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E EXECUÇÃO COLABORATIVA

A implementação do Prontuário do Cliente MV foi cuidadosamente planejada e executada para garantir seu sucesso.

O projeto começou com uma análise detalhada dos sistemas existentes e a identificação de lacunas críticas na governança de dados. Equipes multidisciplinares, compostas por especialistas em tecnologia da informação, compliance e atendimento ao cliente, foram formadas para liderar as etapas de desenvolvimento e implementação.

O sistema foi desenvolvido e integrado às plataformas já utilizadas pela MV, garantindo que os dados de diferentes áreas pudessem ser consolidados sem interrupções nas operações. Em seguida, os colaboradores participaram de treinamentos práticos, que incluíram *workshops* e sessões de uso da plataforma, assegurando uma transição tranquila para o novo sistema.

Ferramentas de monitoramento contínuo foram incorporadas ao prontuário, permitindo ajustes em tempo real com base no *feedback* dos usuários. Durante todo o processo, a liderança da MV desempenhou um papel ativo, promovendo uma cultura de colaboração e responsabilidade entre as equipes.

RESULTADOS: IMPACTOS POSITIVOS NA OPERAÇÃO E NA SATISFAÇÃO DO CLIENTE

Os resultados da implementação do Prontuário do Cliente MV foram transformadores. O *Net Promoter Score* (NPS) da MV registrou um aumento significativo, refletindo a melhoria na experiência do cliente e o impacto positivo da centralização dos dados.

O tempo médio de atendimento foi reduzido em 30%, permitindo que os colaboradores respondessem às demandas dos clientes de forma mais ágil e precisa. A conformidade com a LGPD foi fortalecida graças à estrutura robusta de governança de dados implementada pelo prontuário, aumentando a confiança dos clientes na MV.

A eficiência operacional também foi aprimorada. A eliminação de redundâncias e a automação dos processos resultaram em uma economia significativa de tempo e recursos, tornando a operação mais ágil e competitiva.

LIÇÕES APRENDIDAS E RECOMENDAÇÕES

A jornada de implementação do Prontuário do Cliente MV trouxe aprendizados importantes para a organização. Um dos principais foi a importância da transformação cultural para o sucesso do projeto. A capacitação dos colaboradores e a comunicação clara foram essenciais para garantir a adesão e o uso eficaz da nova plataforma.

A experiência também destacou a necessidade de uma governança de dados sólida. A centralização das informações não apenas otimizou processos, mas também reforçou a segurança e a conformidade, elementos críticos para qualquer organização no setor de saúde digital.

Entre os desafios enfrentados, a resistência inicial à mudança foi superada com uma abordagem transparente e treinamentos práticos que demonstraram os benefícios da solução. A integração de sistemas diversos, embora complexa, foi bem-sucedida graças à colaboração entre equipes e ao uso de estratégias de desenvolvimento eficazes.

CONCLUSÃO: UM NOVO PADRÃO EM GOVERNANÇA DE DADOS E ATENDIMENTO AO CLIENTE

O Prontuário do Cliente MV não foi apenas uma solução técnica, mas uma mudança estratégica, que colocou a centralidade no cliente no coração das operações da organização. Com sua implementação, a MV estabeleceu um novo padrão em governança de dados, eficiência operacional e experiência do cliente, consolidando sua posição de liderança no setor de saúde digital.

Ao alinhar inovação, conformidade e excelência no atendimento, o projeto reafirmou o compromisso da MV em transformar desafios em oportunidades, oferecendo um modelo que combina eficiência e foco no cliente, pavimentando o caminho para o futuro do setor de saúde digital.

PARA SE APROFUNDAR NO TEMA

- Buttle, F. (2019). *Customer Relationship Management: Concepts and Technologies* (4th ed.). New York: Routledge.
- Call Centre Helper. (2022). *The history of the call centre.* Recuperado em 26 de novembro de 2023 de https://www.callcentrehelper.com/the-history-of-the-call-centre-15085.htm
- Davenport, T. H. (1993). *The AI Advantage: How to Put the Artificial Intelligence Revolution to Work. MIT Press.*
- Goodman, J. A. (2014). *Customer Experience 3.0: High-Profit Strategies in the Age of Techno Service.* New York: AMACOM.

AUTOMAÇÃO E EFICIÊNCIA NO ATENDIMENTO EM CLÍNICA DE ORTOPEDIA

AUTORES: EDUARDO GUEDES FERNANDES, CLAYTON BARRETO DE MELO, LUI SILVEIRA DE ANDRADE, PAULO VICTOR CAVALCANTE DE ANDRADE, PEDRO HENRIQUE SILVA GALVÃO, PEDRO RAMON VASCONCELOS LOURINHO, SÉRGIO PORTUGAL, ÁUREA HELENA PUGA RIBEIRO

A Clínica Qorpo, reconhecida por sua excelência no atendimento ortopédico, enfrentava um desafio significativo que comprometia a eficiência operacional e a experiência de seus pacientes: altos índices de absenteísmo. Em algumas especialidades, até 40% das consultas agendadas eram perdidas, gerando prejuízos operacionais e uma percepção negativa do serviço. A questão do absenteísmo não se tratava apenas de um problema de organização interna; era também um reflexo de dificuldades enfrentadas pelos próprios pacientes, como o esquecimento dos compromissos ou a ausência de canais ágeis para reagendar consultas.

Esse cenário trouxe à tona a necessidade de uma solução que fosse além da resolução pontual do problema. A clínica queria mais do que apenas aumentar as taxas de comparecimento: ela precisava transformar a relação com seus pacientes, melhorando a comunicação, otimizando os recursos e, acima de

tudo, oferecendo uma experiência mais fluida e eficaz. Foi a partir desse diagnóstico que nasceu o projeto de automação no atendimento, uma iniciativa que não apenas buscava resolver um problema crônico, mas também reposicionar a Clínica Qorpo como referência em inovação e cuidado ao paciente.

O DESAFIO: POR QUE O ABSENTEÍSMO ERA UM PROBLEMA CRÍTICO?

Para entender a magnitude do problema, a Clínica Qorpo realizou uma análise detalhada dos fatores que contribuíam para as ausências. A investigação revelou que, em muitos casos, os pacientes simplesmente se esqueciam de comparecer às consultas, enquanto outros não tinham facilidade para comunicar a necessidade de reagendamento. Além disso, situações como a percepção de melhora temporária dos sintomas também eram frequentes. O resultado era uma combinação de agendas subutilizadas, aumento do tempo de espera para novos pacientes e uma percepção de falta de organização no serviço.

Do ponto de vista operacional, as ausências representavam um desperdício de recursos e de oportunidades de receita. Para os pacientes, a dificuldade em acessar informações e interagir com a clínica prejudicava a experiência geral, criando um distanciamento indesejado. O impacto era claro: a clínica precisava de uma solução que atacasse as causas do problema, mas que também agregasse valor ao relacionamento com seus pacientes.

A SOLUÇÃO: UM SISTEMA AUTOMATIZADO PARA ENGAJAMENTO E EFICIÊNCIA

A resposta para esse desafio foi o desenvolvimento de um sistema de automação de atendimento, concebido para transformar a forma como a clínica se comunicava com os pacientes e gerenciava os agendamentos. A ideia central era simples: utilizar tecnologia para criar um fluxo contínuo de comunicação, garantindo que os pacientes fossem lembrados de seus compromissos e tivessem a oportunidade de interagir facilmente com a clínica.

O sistema foi projetado para enviar lembretes automáticos por canais variados, como mensagens de texto, WhatsApp e e-mails. Esses lembretes, programados para chegar 72 e 24 horas antes da consulta, permitiam que o paciente confirmasse ou reagendasse o compromisso com poucos cliques. Além disso, após a consulta, o sistema disparava uma pesquisa de satisfação, captando *insights*

valiosos sobre a experiência do paciente e ajudando a clínica a ajustar continuamente seus serviços.

A automação foi cuidadosamente planejada para garantir que a experiência do paciente fosse priorizada em todas as etapas. Mais do que um simples mecanismo de confirmação, o sistema se tornou uma ferramenta estratégica para engajar os pacientes e fortalecer a relação deles com a clínica.

IMPLEMENTAÇÃO: O CAMINHO PARA A TRANSFORMAÇÃO

A implantação do sistema foi realizada em fases, permitindo que a clínica aprendesse e ajustasse o processo ao longo do caminho. Na fase inicial, um diagnóstico detalhado foi realizado para mapear as principais causas do absenteísmo e identificar as expectativas dos pacientes. Essa análise foi essencial para garantir que o sistema atendesse às necessidades reais do público e da operação.

Com o diagnóstico em mãos, a próxima etapa foi o desenvolvimento da solução. O sistema foi projetado para se integrar aos *softwares* já utilizados pela clínica, garantindo uma transição suave. Protocolos de segurança também foram incorporados para proteger os dados dos pacientes, em conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

Antes de sua implementação completa, o sistema foi testado em um programa-piloto. Essa fase foi crucial para avaliar a aceitação por parte dos pacientes e identificar ajustes necessários. Entre as melhorias feitas após o piloto, destacaram-se a personalização das mensagens e o ajuste na frequência dos lembretes, garantindo que a comunicação fosse eficaz sem ser intrusiva.

A expansão do sistema para toda a clínica ocorreu gradualmente, acompanhada de treinamentos para a equipe. Foi criado um painel de controle centralizado para monitorar métricas de desempenho em tempo real, como taxas de absenteísmo e resultados das pesquisas de satisfação.

RESULTADOS: O IMPACTO DA AUTOMAÇÃO NO ATENDIMENTO

Os resultados do projeto foram expressivos e demonstraram a eficácia da automação no enfrentamento dos desafios da clínica. Em poucos meses, a taxa de absenteísmo caiu 32%, liberando horários que antes eram desperdiçados e aumentando a eficiência do fluxo de atendimentos. A ocupação das agendas foi otimizada, e os pacientes começaram a perceber melhorias significativas na experiência oferecida pela clínica.

Outro impacto notável foi o aumento do *Net Promoter Score* (NPS), que cresceu 20%. Esse indicador, utilizado para medir a satisfação e a lealdade dos clientes, refletiu o reconhecimento dos pacientes em relação à melhoria nos processos de comunicação e atendimento. Além disso, cerca de 65% dos pacientes passaram a responder às pesquisas de satisfação, oferecendo *feedbacks* valiosos que ajudaram a clínica a aprimorar ainda mais seus serviços.

No aspecto financeiro, a automação também trouxe ganhos consideráveis. A redução do absenteísmo, combinada com a eliminação de processos manuais, resultou em uma economia de custos de 18%. A clínica conseguiu realocar seus recursos humanos para atividades de maior valor, enquanto a receita anual cresceu 12%, impulsionada pelo melhor aproveitamento das consultas agendadas.

LIÇÕES APRENDIDAS: O QUE FEZ A DIFERENÇA?

A experiência da Clínica Qorpo destacou a importância de alinhar tecnologia, processos e pessoas para alcançar resultados transformadores. Um dos principais aprendizados foi o valor da comunicação contínua e multicanal. Investir em uma comunicação clara e personalizada foi fundamental para engajar os pacientes e reduzir os índices de ausência.

Outro fator crítico foi o treinamento da equipe. A adoção de uma nova tecnologia só foi bem-sucedida porque os colaboradores foram capacitados para utilizá-la de forma integrada ao atendimento, entendendo que a automação era uma aliada e não uma substituta do trabalho humano.

Por fim, o monitoramento contínuo de métricas foi essencial para garantir o sucesso do projeto. A possibilidade de acompanhar KPIs em tempo real permitiu que a clínica ajustasse suas estratégias rapidamente, assegurando que o sistema atendesse tanto às necessidades operacionais quanto às expectativas dos pacientes.

UM OLHAR PARA O FUTURO

Com os resultados alcançados, a Clínica Qorpo agora planeja expandir ainda mais suas iniciativas tecnológicas. A integração de inteligência artificial para prever padrões de absenteísmo e oferecer soluções proativas está entre as possibilidades em estudo. A clínica também busca formas de personalizar ainda mais o atendimento, utilizando dados coletados para criar experiências cada vez mais

centradas nas necessidades individuais de seus pacientes.

O caso da Clínica Qorpo demonstra como a automação, aliada a um planejamento estratégico e ao foco no cliente, pode transformar desafios em oportunidades. Mais do que resolver o problema do absenteísmo, a clínica conseguiu reposicionar sua marca, fortalecer a relação com os pacientes e estabelecer um novo padrão de excelência no atendimento ortopédico.

PARA SE APROFUNDAR NO TEMA

- Ahmadi-Javid, A., Jalali, Z., & Klassen, K. J. (2017). Outpatient appointment systems in healthcare: A review of optimization studies. *European Journal of Operational Research*, 258(1), 3-34.
- Albieri, F. A. O., André, L. D., Malaquias, A. K., Moreira, R. A., Fillipi, J. J., Misso, O., & Puccini, P. T. (2014). *Gestão de fila de espera da atenção especializada ambulatorial: resgatando o passado e buscando um novo olhar para o futuro.* São Paulo.
- Bodenheimer, T., & Sinsky, C. (2014). From triple to quadruple aim: Care of the patient requires care of the provider. *Annals of Family Medicine*, 12(6), 573-576.
- Crigger, E., Reinbold, K., Hanson, C., Kao, A., Blake, K., & Irons, M. (2022). Trustworthy Augmented Intelligence in Health Care. *Journal of Medical Systems*, 46(2), 12.

OPTIMAZE CONSULTING: UM MODELO INOVADOR DE CONSULTORIA PARA PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DE SAÚDE

AUTORES: GUILHERME MELO, MÁRCIA RABELO, RÔMULO DAVITE, PEDRO MEES, FREDERICO VIDIGAL

Este trabalho apresenta o desenvolvimento do modelo de negócio da Optimaze Consulting, uma empresa de consultoria especializada em atender a pequenas e médias empresas (PMEs) do setor de saúde no Brasil. Com foco em metodologias inovadoras e soluções tecnológicas personalizadas, a consultoria busca enfrentar os principais desafios do mercado, promovendo eficiência operacional, modernização tecnológica e um crescimento sustentável. O modelo inclui uma estrutura organizacional otimizada, estratégias robustas de crescimento e uma abordagem detalhada de gestão de *stakeholders*. Esses elementos são fundamentais para o sucesso da implementação e expansão das operações da empresa.

O PROBLEMA: DESAFIOS DAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS NO SETOR DE SAÚDE

As pequenas e médias empresas do setor de saúde no Brasil enfrentam uma série de desafios estruturais e operacionais que afetam diretamente sua competitividade, a experiência dos pacientes e seus resultados financeiros. A

falta de digitalização é uma das principais barreiras, já que muitos processos ainda são manuais, o que não apenas compromete a eficiência operacional, mas também impacta negativamente a qualidade e a agilidade do atendimento prestado. Além disso, muitas dessas empresas lidam com uma capacitação técnica insuficiente. Essa limitação restringe tanto a adoção de novas tecnologias quanto a implementação de práticas de gestão que poderiam melhorar significativamente a operação. Outro desafio crítico está relacionado às regulamentações complexas que regem o setor de saúde. Essas normas, embora necessárias, exigem suporte especializado para garantir conformidade e eficiência. Por fim, o baixo acesso a ferramentas tecnológicas integradas dificulta a gestão das operações e a tomada de decisões estratégicas, gerando um ambiente operacional desafiador e pouco adaptado às demandas do mercado.

OBJETIVOS DO PROJETO

Os principais objetivos do projeto são desenvolver e implementar um modelo de negócio inovador para a Optimaze Consulting capaz de atender às necessidades críticas das PMEs de saúde. A meta é promover a modernização de processos, facilitar a capacitação técnica das equipes e assegurar a conformidade com as rigorosas regulamentações do setor. O projeto visa não apenas à eficiência operacional, mas também ao aumento da competitividade dessas empresas. A visão é consolidar a Optimaze Consulting como uma referência no setor, oferecendo soluções personalizadas que transformem a operação das empresas-clientes e melhorem a qualidade dos serviços prestados.

A SOLUÇÃO: UM MODELO DE CONSULTORIA CUSTOMIZADO

A solução proposta pela Optimaze Consulting é um modelo híbrido de consultoria especialmente projetado para atender às especificidades e aos desafios do setor de saúde. Esse modelo é fundamentado em sete elementos diferenciadores que garantem sua relevância e eficácia.

O primeiro pilar é o foco no setor de saúde. O modelo foi concebido para responder diretamente às necessidades de PMEs desse segmento, enfrentando os desafios de regulamentações rigorosas, o alto custo operacional e a urgente necessidade de digitalização. Essa especialização assegura que as estratégias e soluções propostas sejam profundamente alinhadas com o ambiente operacional e regulatório das empresas de saúde.

O segundo elemento é a integração tecnológica personalizada. A consultoria utiliza tecnologias avançadas, como Internet das Coisas (IoT), Inteligência Artificial (IA) e automação de processos, para oferecer soluções customizadas a cada cliente. Com essas ferramentas, as empresas-clientes não apenas modernizam seus processos, mas também alcançam um nível de eficiência operacional antes inatingível.

A abordagem baseada em ambidestria organizacional constitui o terceiro pilar do modelo. Essa estratégia permite equilibrar a exploração de novas oportunidades tecnológicas com a otimização dos recursos existentes, criando um modelo de crescimento sustentável. Em seguida, a capacitação contínua e a transformação cultural aparecem como elementos essenciais. Ao oferecer treinamentos frequentes e personalizados, a consultoria eleva a maturidade digital das equipes e promove uma cultura organizacional mais aberta à inovação.

Outro aspecto importante é a metodologia ágil e estruturada, que combina ferramentas como Business Model Canvas, Project Model Canvas e metodologia OKR. Esses métodos garantem uma clareza estratégica que facilita a adaptação rápida às mudanças de mercado, mantendo o alinhamento com os objetivos das empresas-clientes. Além disso, o modelo é fortalecido por parcerias estratégicas que ampliam o escopo de serviços, permitindo que a consultoria forneça soluções mais completas e integradas. Por fim, o uso de indicadores de desempenho, como ROI e TIR, permite um monitoramento contínuo, assegurando que as ações implementadas gerem impactos concretos e mensuráveis.

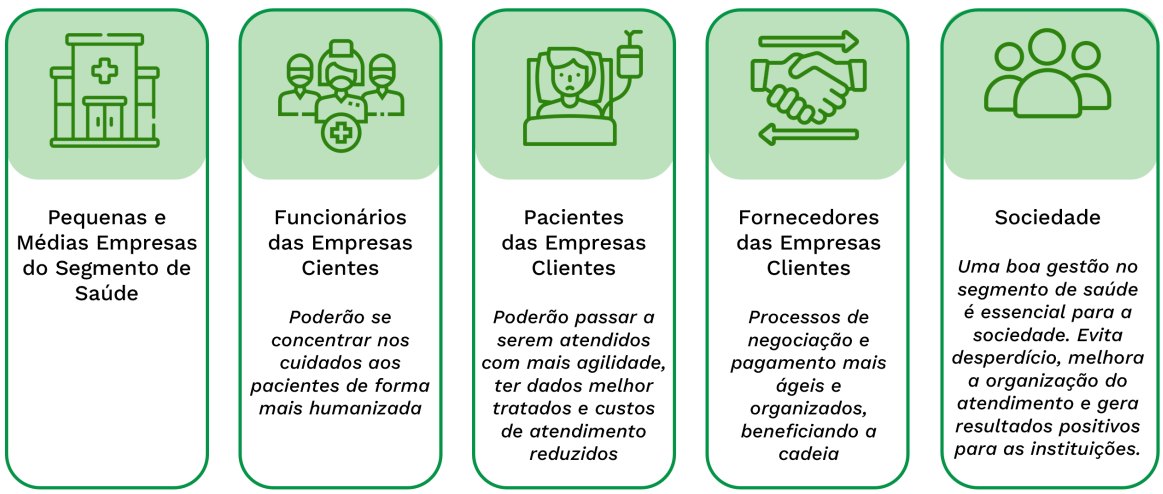
DESENVOLVIMENTO E IMPLEMENTAÇÃO

O desenvolvimento do modelo de negócio da Optimaze Consulting foi estruturado em etapas que incluem diagnóstico inicial, definição de *stakeholders*, organização de recursos e monitoramento contínuo. O diagnóstico inicial foi um passo crítico para mapear as necessidades operacionais e identificar lacunas que dificultavam o desempenho das empresas-clientes. Esse processo envolveu *benchmarking* com outras empresas do setor, permitindo uma análise comparativa que ajudou a identificar práticas de sucesso e oportunidades de inovação.

A definição de *stakeholders* foi um momento essencial para garantir que todos os grupos estratégicos fossem contemplados na abordagem da consul-

toria. Esses grupos incluem desde clientes e equipe interna até órgãos reguladores, parceiros estratégicos e investidores. Essa gestão cuidadosa garantiu que as expectativas fossem atendidas, promovendo um alinhamento estratégico em todas as etapas do projeto (Figura 1).

FIGURA 1 - *STAKEHOLDERS* E BENEFÍCIOS



ORGANIZAÇÃO E EQUIPE NA IMPLANTAÇÃO

A equipe da Optimaze Consulting foi estruturada para garantir máxima eficiência e qualidade na entrega dos serviços. Quatro consultores especializados em saúde, com expertise em processos digitais, gestão e regulamentação, foram contratados inicialmente. Cada consultor atende, em média, dez clientes por ano, desenvolvendo estratégias e soluções personalizadas. Um consultor adicional foi designado como líder da equipe, responsável por supervisionar projetos, gerenciar relacionamentos com clientes e identificar novas oportunidades de negócios. A equipe administrativa, composta por um profissional, ficou encarregada de tarefas operacionais e de suporte. Essa estrutura foi complementada por parcerias estratégicas com empresas de software e outros especialistas, ampliando a oferta de serviços.

COLABORAÇÃO E LIDERANÇA

A liderança colaborativa foi fundamental para o sucesso do projeto. A participação de equipes multidisciplinares e parceiros estratégicos promoveu um ambiente de comunicação aberta e transparência, essencial para o alinhamento de todas as partes envolvidas.

INOVAÇÃO E DIFERENCIAIS COMPETITIVOS

O modelo da Optimaze Consulting se diferencia por sua especialização no setor de saúde e pela personalização das soluções oferecidas. Essa abordagem garante que as mudanças implementadas não apenas resolvam problemas operacionais, mas também preparem as empresas-clientes para desafios futuros. A combinação de metodologias ágeis, capacitação contínua e parcerias estratégicas fornece uma vantagem competitiva clara, permitindo que a consultoria atenda a demandas complexas de forma eficaz e sustentável.

RESULTADOS E MÉTRICAS DE SUCESSO

Os resultados obtidos incluem uma redução de 20% nos custos operacionais e um aumento de 25% na eficiência das empresas-clientes. Além disso, a satisfação dos clientes, medida pelo *Net Promoter Score* (NPS), registrou um aumento significativo, refletindo uma melhoria na experiência dos pacientes e no desempenho das operações.

LIÇÕES APRENDIDAS E RECOMENDAÇÕES

O projeto evidenciou a importância de uma comunicação clara e do engajamento contínuo para superar resistências. A flexibilidade no planejamento também se mostrou essencial para ajustar as estratégias e melhorar os resultados. Entre as recomendações para o futuro, destaca-se a expansão da consultoria para outros segmentos do setor de saúde e o fortalecimento de parcerias estratégicas para ampliar a oferta de serviços.

DICAS PARA EXECUTIVOS EMPREENDEDORES

A experiência da Optimaze Consulting mostra que adotar práticas inovadoras, como metodologias ágeis e abordagens híbridas, pode transformar modelos de negócio tradicionais. Capacitar continuamente as equipes é crucial, pois colaboradores bem preparados estão mais aptos a implementar soluções

eficazes e adaptáveis. Equilibrar inovação tecnológica com práticas tradicionais de gestão é essencial para promover uma transformação sustentável, capaz de impulsionar resultados no curto e longo prazos, independentemente do setor.

PARA SE APROFUNDAR NO TEMA

- Doerr, J. (2019). *Avalie o que importa.* Rio de Janeiro: Alta Books.
- Finocchio Jr., J. (2020). *Project Model Canvas.* São Paulo: Saraiva.
- Kotler, P. (2017). *Marketing management.* Pearson.
- Calôba, G. (2018). *Gerenciamento de riscos em projetos.* Rio de Janeiro: Alta Books.

ESTRATÉGIA DIGITAL PARA A NOVA LINHA DE PRODUTOS DE HIGIENE ORAL INFANTIL DA DENTINHO DA FADA

AUTORES: AGENOR DUARTE, BRUNO AMARAL, DIOGO ANDRADE, GEORGE LEAL JAMIL

DENTINHO DA FADA: UM NOVO JEITO DE CUIDAR DA SAÚDE BUCAL INFANTIL

Como transformar o cuidado com a saúde bucal infantil em uma experiência divertida e educativa? Esse desafio foi a base para a criação da “Dentinho da Fada”, uma linha inovadora de produtos de higiene oral infantil que combina ludicidade, tecnologia e educação. Mais do que oferecer escovas e pastas de dentes, o projeto busca engajar crianças e suas famílias em uma jornada de aprendizado e cuidado, introduzindo hábitos saudáveis de maneira leve e acessível. Com o apoio de um aplicativo interativo e estratégias de marketing digital robustas, a Dentinho da Fada pretende se consolidar como referência no segmento, oferecendo soluções que atendem às necessidades tanto das crianças quanto de seus responsáveis. Este artigo explora as estratégias e os resultados do projeto, apresentando um modelo que une inovação e relevância no mercado de saúde bucal infantil.

O PROBLEMA: IMPACTOS DO CUIDADO BUCAL E OS DESAFIOS DO MERCADO

A saúde bucal infantil é crucial para o desenvolvimento geral das crianças, mas muitos pais enfrentam dificuldades em estabelecer rotinas eficazes. A falta de interesse por parte das crianças é um dos principais entraves, especialmente em um mercado saturado de produtos que não oferecem diferenciais significativos. As crianças muitas vezes resistem ao uso regular de produtos de higiene oral, e as soluções disponíveis no mercado nem sempre conseguem combinar a funcionalidade com o apelo lúdico que atrai os pequenos.

Além disso, a competitividade do setor apresenta outro desafio. Marcas consolidadas dominam o mercado com campanhas de marketing agressivas, mas muitas carecem de abordagens inovadoras que conectem produtos a ferramentas educativas eficazes. A necessidade de informações confiáveis para pais e responsáveis também se destaca como uma lacuna importante, considerando que muitos não têm acesso frequente a orientações odontológicas profissionais. Esse cenário revela a urgência de soluções que unam qualidade, ludicidade e tecnologia, transformando a experiência de cuidar dos dentes em algo atrativo e acessível para todos os públicos.

OBJETIVO DO PROJETO

A Dentinho da Fada surge para preencher essa lacuna, oferecendo produtos e serviços que vão além da simples funcionalidade. O principal objetivo do projeto é criar uma linha de produtos de higiene oral infantil aliada a um planejamento estratégico de marketing digital, para posicionar a marca como líder no segmento. A iniciativa busca transformar o momento do cuidado bucal em uma experiência memorável, criando conexões emocionais e práticas saudáveis para toda a vida.

O projeto também visa lançar uma plataforma digital interativa, o app Dentinho da Fada, que engaja crianças em atividades educativas enquanto oferece aos pais conteúdos confiáveis e ferramentas para monitorar o progresso da saúde bucal de seus filhos. A visão da marca é consolidar-se como referência em saúde bucal infantil, educando famílias e promovendo o desenvolvimento saudável de crianças em todo o país.

A SOLUÇÃO: ESTRATÉGIA DE MARKETING DIGITAL E PLATAFORMA EDUCATIVA

A proposta da Dentinho da Fada combina produtos de alta qualidade com uma estratégia de marketing digital que prioriza a educação e o engajamento, tan-

to do público infantil quanto de seus responsáveis. Essa abordagem é única por integrar elementos lúdicos e educativos, proporcionando uma experiência interativa que transforma o aprendizado sobre higiene bucal em algo leve e divertido. O centro dessa estratégia é um aplicativo gratuito, desenvolvido para envolver as crianças em atividades que tornam o cuidado com os dentes mais atraente e intuitivo.

O modelo da marca foi cuidadosamente estruturado para atingir diretamente o público infantil, promovendo o engajamento também dos pais e responsáveis. A linha de produtos físicos é complementada por uma plataforma digital educativa, criando uma sinergia entre o mundo real e o virtual. Redes sociais e ferramentas de marketing digital desempenham papéis essenciais na construção da marca, aumentando sua visibilidade e criando um vínculo emocional duradouro com os clientes.

O aplicativo Dentinho da Fada representa um avanço significativo na forma de engajar crianças na higiene bucal. Ele oferece diversas funcionalidades que tornam o cuidado com os dentes mais divertido e educativo, como contos encantadores sobre a fada do dente, jogos interativos e até mesmo o uso de realidade aumentada, que transforma o aprendizado em uma atividade empolgante e inesquecível. Esse recurso tecnológico não apenas educa, mas também entretém, incentivando as crianças a adotarem hábitos saudáveis desde cedo.

Além do aplicativo, a linha de produtos físicos da Dentinho da Fada foi pensada para oferecer mais do que funcionalidade. Inclui itens como o porta-dente de leite, que cria uma conexão emocional com as crianças e suas famílias, tornando o momento do cuidado bucal mais especial e memorável. Esses produtos interativos estabelecem um vínculo direto com a experiência lúdica promovida pelo aplicativo, reforçando o engajamento e a fidelidade à marca.

A estratégia de *inbound* marketing da Dentinho da Fada é outro diferencial importante. Campanhas digitais foram desenvolvidas para educar o público sobre a importância da saúde bucal, ao mesmo tempo que incentivam os usuários a compartilhar suas experiências nas redes sociais. Essa abordagem cria uma comunidade em torno da marca, transformando clientes em embaixadores que contribuem para o fortalecimento de sua reputação e alcance. O uso inteligente das ferramentas digitais posiciona a Dentinho da Fada não apenas como uma empresa de produtos de higiene oral, mas como uma parceira no desenvolvimento saudável das crianças.

DESENVOLVIMENTO E IMPLEMENTAÇÃO

O desenvolvimento do projeto seguiu um planejamento estratégico detalhado, abrangendo desde a criação de conteúdos para redes sociais até a integração de tecnologias inovadoras no aplicativo. A equipe multidisciplinar, composta por especialistas em marketing digital, odontologia e *design* infantil, trabalhou de forma integrada para garantir que as soluções desenvolvidas fossem tanto relevantes quanto eficazes para o público-alvo. Essa sinergia entre as diferentes áreas de expertise permitiu que o projeto fosse conduzido com uma visão ampla, focada em atender às necessidades das crianças e de seus responsáveis de maneira inovadora.

A implementação do projeto foi cuidadosamente estruturada em etapas, iniciando pelo desenvolvimento e pelos testes das funcionalidades do aplicativo e dos produtos físicos. Para assegurar a eficácia das campanhas digitais, foram realizados testes A/B, permitindo ajustes estratégicos que garantissem maior ressonância com o público-alvo. Uma vez concluída essa fase, foi estabelecido um plano de mídia robusto, priorizando plataformas como redes sociais e Google Ads, com o objetivo de maximizar o alcance e otimizar as taxas de conversão. Esse processo garantiu que cada etapa fosse alinhada aos objetivos do projeto, promovendo um impacto significativo na presença digital e no engajamento do público.

Além da expertise técnica da equipe, o projeto contou com a colaboração de dentistas, psicólogos infantis e educadores, que contribuíram para que os produtos e o aplicativo fossem não apenas inovadores, mas também alinhados às melhores práticas de saúde e educação. Essa rede de especialistas reforçou a credibilidade e o impacto educativo do projeto. A liderança foi exercida por um grupo de executivos com ampla experiência em marketing digital e desenvolvimento de produtos infantis, que asseguraram a integração entre as equipes e o alinhamento estratégico de todas as ações. A combinação de um planejamento detalhado, uma equipe altamente qualificada e a colaboração com especialistas externos foi fundamental para o sucesso do projeto, resultando em soluções que equilibram inovação, qualidade e relevância para o público.

INOVAÇÃO E DIFERENCIAIS COMPETITIVOS

O projeto Dentinho da Fada se destaca no mercado por sua abordagem única, que combina tecnologia avançada e uma narrativa envolvente para engajar crianças e famílias. A integração de jogos, histórias e ferramentas interativas no aplicativo transforma o cuidado bucal em uma experiência imersiva, enquanto a qualidade dos produtos físicos consolida a confiança dos consumidores.

Outro diferencial importante é o foco na criação de uma comunidade em torno da marca, utilizando estratégias de *inbound* marketing para engajar os clientes e incentivar o compartilhamento de experiências. Essa abordagem promove uma conexão emocional com a marca, reforçando sua presença no mercado e criando fidelidade entre os consumidores.

RESULTADOS E MÉTRICAS DE SUCESSO

A implementação das estratégias da Dentinho da Fada já gerou resultados impressionantes. O aplicativo foi baixado mais de 10.000 vezes no primeiro mês após o lançamento, demonstrando grande adesão do público-alvo. A marca também conquistou um crescimento de 15% no mercado de higiene bucal infantil, impulsionado por uma presença digital estratégica e campanhas direcionadas.

O *feedback* positivo dos consumidores nas redes sociais e plataformas de vendas destaca o sucesso da iniciativa, com uma taxa de recompra de 25% e um aumento significativo na conscientização familiar sobre a importância da higiene bucal. Essas métricas refletem o impacto positivo do projeto tanto na vida das crianças quanto no fortalecimento da marca.

LIÇÕES APRENDIDAS E RECOMENDAÇÕES

O projeto Dentinho da Fada trouxe lições valiosas sobre a importância de uma abordagem integrada, que combine produtos de qualidade com ferramentas educativas. O *design* intuitivo e interativo do aplicativo mostrou-se essencial para o sucesso, assim como a colaboração com profissionais de saúde e educação, que agregaram credibilidade e valor à marca.

Entre os desafios enfrentados, destacou-se a adaptação às regulamentações de marketing infantil e a necessidade de garantir a segurança dos dados no aplicativo. Superar esses obstáculos foi fundamental para consolidar a confiança dos consumidores e estabelecer a marca como referência no setor.

DICAS PARA EXECUTIVOS EMPREENDEDORES

Empresas que desejam inovar no mercado infantil podem se inspirar na abordagem da Dentinho da Fada, que combina ludicidade, tecnologia e educação para criar valor. Investir em parcerias estratégicas com profissionais de saúde e educação pode fortalecer a imagem da marca e ampliar seu impacto. Além disso, o uso de tecnologias interativas, como realidade aumentada e jogos, oferece uma maneira eficaz de engajar crianças e transformar experiências tradicionais em algo memorável e atrativo.

A Dentinho da Fada demonstra que é possível aliar inovação e relevância social, criando soluções que não apenas atendem às necessidades do mercado, mas também promovem bem-estar e aprendizado. Para executivos que buscam transformar suas organizações, essa iniciativa é um exemplo claro de como uma estratégia bem estruturada pode gerar impacto positivo em múltiplos níveis.

PARA SE APROFUNDAR NO TEMA

- Dentinho da Fada. (n.d.). *Home page*. Recuperado em 24 de julho de 2023 de https://dentinhodafadastaging.web.app/
- Dibb, S., Simkin, L., Pride, W. M., & Ferrell, O. C. (2016). *Marketing: Concepts and Strategies* (7th ed.). Cengage Learning EMEA.
- Gartner. (2022). *Gartner Marketing Online Dictionary*. Recuperado em 23 de julho de 2023 de https://www.gartner.com/en/marketing/glossary/
- Institute for Health Metrics and Evaluation (IHME). (2018). *Findings from the Global Burden of Disease Study 2017*. Seattle, WA: IHME.

PRIORIZAÇÃO DE PROJETOS DE PESQUISA PARA SUBSÍDIO DE POLÍTICAS PÚBLICAS: SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO

AUTORES: ERIKA ALVIM DE SA E BENEVIDES, ERIKA MACHADO CORCHS BERNARDO, LILIAN TAHAN, RICARDO AGUZZOLI TRAVI, RODRIGO ALBUQUERQUE NOGUEIRA, GEORGE LEAL JAMIL

A Saúde e Segurança no Trabalho (SST) é um tema de impacto universal, influenciando diretamente a vida de trabalhadores, empregadores e governos em um mundo onde acidentes de trabalho e doenças ocupacionais ainda representam um enorme custo humano e econômico. No Brasil, apenas entre 2012 e 2021, esses incidentes custaram mais de R$ 120 bilhões ao INSS, evidenciando a urgência de melhorias nessa área. Com esse panorama, a Fundacentro — instituição vinculada ao Ministério do Trabalho e Previdência — encontra-se no centro dessa missão, buscando continuamente aperfeiçoar o ambiente de trabalho. Este documento apresenta uma nova metodologia de priorização de projetos de pesquisa em SST, baseada em inteligência coletiva e colaboração tripartite, que promete alinhar os esforços de pesquisa às demandas atuais e futuras, potencializando impacto social e econômico.

O PROBLEMA: IMPACTOS E DESAFIOS ATUAIS EM SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO

A relevância da SST transcende a prevenção de acidentes, conectando-se a áreas críticas, como produtividade, qualidade de vida e redução de custos previdenciários e trabalhistas. No entanto, as metodologias tradicionais de coleta de dados e definição de prioridades em SST frequentemente falham em capturar as demandas emergentes do mercado de trabalho. Muitas vezes, essas metodologias refletem condições passadas e não fornecem suporte suficiente para enfrentar novos desafios, como as mudanças nas relações trabalhistas, o surgimento de novas tecnologias e a adaptação às regulamentações globais.

A Fundacentro, enquanto instituição líder na promoção de condições de trabalho mais seguras e saudáveis, reconhece a necessidade de adaptar seus métodos para se alinhar a uma realidade em constante transformação. Esse esforço exige uma abordagem que vá além da análise retrospectiva de dados, integrando elementos prospectivos e ferramentas de inteligência coletiva capazes de antecipar demandas e fortalecer políticas públicas para o ambiente de trabalho.

OBJETIVO DO PROJETO: REDEFININDO DIRETRIZES EM SST

Este projeto busca estabelecer uma metodologia robusta que priorize pesquisas em SST com alto potencial de impacto, concentrando-se em áreas que contribuam para a redução de acidentes de trabalho e doenças ocupacionais. O objetivo central é fornecer insumos relevantes para a formulação de políticas públicas, regulamentações e normativos técnicos, promovendo a alocação eficiente de recursos em projetos prioritários. Além disso, a metodologia proposta aspira fomentar uma mudança cultural nas organizações, fortalecendo a visão de SST como uma estratégia preventiva essencial para empresas e governos.

A SOLUÇÃO: METODOLOGIA TRIPARTITE PARA SST

A metodologia proposta baseia-se na colaboração entre trabalhadores, empregadores e governo, utilizando a escuta ativa como um dos pilares principais. O enfoque na inteligência coletiva garante que as decisões sejam informadas por múltiplas perspectivas, capturando a complexidade e diversidade das demandas sociais e setoriais. Para facilitar sua implementação, a metodologia será inicialmente aplicada em um projeto-piloto, permitindo ajustes e aprimoramentos antes de sua expansão.

O modelo propõe uma transformação na priorização de pesquisas, garantindo representatividade e alinhamento com demandas contemporâneas e emergentes. A representatividade tripartite é assegurada por grupos que incluem representantes empresariais, com foco em normativas e impactos organizacionais; trabalhadores, abordando direitos e segurança; e governo, enfatizando regulamentações e fiscalização. Essa abordagem integrada oferece um panorama completo das necessidades e possibilidades na área de SST.

DESENVOLVIMENTO DA METODOLOGIA

A metodologia propõe uma ruptura com abordagens tradicionais, promovendo uma priorização de pesquisas que considera tanto a relevância atual quanto a perspectiva futura. A escuta ativa emerge como uma habilidade central para os representantes técnicos e lideranças, permitindo incorporar as demandas das comunidades de forma mais eficaz. O modelo promove também uma mudança cultural nas organizações, reduzindo barreiras de comunicação entre pesquisadores e o público não técnico.

Um componente fundamental é a análise prospectiva, que incorpora tendências globais, rupturas tecnológicas e mudanças nas relações de trabalho. Além disso, a metodologia enfatiza ciclos anuais de revisão e seleção de temas, garantindo que permaneçam relevantes e alinhados às necessidades em constante evolução. Ferramentas de inteligência coletiva complementam essa abordagem, ampliando a capacidade de identificar temas que muitas vezes escapam às análises estatísticas tradicionais.

IMPLEMENTAÇÃO DA METODOLOGIA

A implementação inicia-se com a seleção de representantes tripartites, variando entre três e vinte e um participantes, garantindo equilíbrio e diversidade. Cada grupo apresenta uma lista inicial de temas, justificados por critérios como impacto e relevância. A seleção é refinada por um processo de votação em etapas, culminando na escolha dos temas prioritários para o próximo ano. *Workshops* ao longo do processo asseguram alinhamento e entendimento comum entre os participantes, promovendo um consenso fundamentado.

Os ajustes na matriz de priorização também desempenham um papel crucial, incluindo dados de causas de afastamento, atividades econômicas e

litígios. Esse refinamento garante que os temas selecionados sejam robustos e capazes de orientar políticas públicas e intervenções de alto impacto.

RESULTADOS ESPERADOS E MÉTRICAS DE SUCESSO

O sucesso da metodologia será medido por indicadores que avaliem a qualidade das pesquisas realizadas, o impacto de seus resultados nas práticas e políticas em SST, e a satisfação dos *stakeholders* envolvidos. Os resultados esperados incluem a redução de acidentes de trabalho e doenças ocupacionais, maior proteção aos trabalhadores e uma diminuição significativa nos custos econômicos e sociais associados.

Além disso, a aplicação eficaz dessa metodologia promete consolidar uma cultura de prevenção nas organizações, afastando-se do modelo normativo baseado exclusivamente em reparação. O impacto positivo sobre os sistemas previdenciários e a sociedade como um todo será outro marco importante.

LIÇÕES APRENDIDAS E RECOMENDAÇÕES

Durante o desenvolvimento da metodologia, ficou evidente a necessidade de comunicação efetiva entre os *stakeholders* e de flexibilidade nos processos de pesquisa para adaptar-se a mudanças e desafios emergentes. A superação do modelo atual, focado em reparação, requer uma transição para a prevenção estratégica, tratando a SST como um ativo essencial para empresas e governos.

Manter um diálogo contínuo entre as partes interessadas e revisar periodicamente a metodologia são recomendações cruciais para garantir sua eficácia e relevância. Além disso, campanhas de conscientização e a divulgação ampla dos resultados das pesquisas são estratégias indispensáveis para ampliar a aplicação prática dos achados e fortalecer o entendimento público sobre a importância da SST.

DICAS PARA EXECUTIVOS EMPREENDEDORES

Executivos que desejam implementar metodologias semelhantes devem priorizar o engajamento das partes interessadas desde o início, garantindo inclusão e colaboração. Uma abordagem aberta e adaptativa é essencial para incorporar novos dados e *feedback* ao longo do processo. Por fim, tratar a SST como uma estratégia preventiva e não apenas corretiva é fundamental para promover mudanças culturais e alcançar resultados sustentáveis e de alto impacto.

PARA SE APROFUNDAR NO TEMA

- Brasil. Ministério do Trabalho e Emprego. (2021). *Fundacentro: Relatório de Gestão 2021. São Paulo: Fundacentro.* Recuperado em https://www.gov.br/fundacentro/pt-br/acesso-a-informacao/auditorias/relatorios-de¬gestao-e-demonstracoes-contabeis/RELATORIO_DE_GESTAO_2021v20220330.pdf
- Felknor, S. A., Schulte, P. A., Schnorr, T. M., Pana-Cryan, R., & Howard, J. (2019). Burden, need and impact: An evidence-based method to identify worker safety and health research priorities. *Annals of Work Exposures and Health,* 63(4), 375-385. Recuperado em https://doi.org/10.1093/annweh/wxz011
- Fundacentro. (n.d.). *Página oficial da FUNDACENTRO.* Recuperado em www.gov.br/fundacentro
- Lavicoli, S., Rondinone, B., Marinaccio, A. et al. (2005). Identification of research priorities in occupational health. *Occupational and Environmental Medicine,* 62, 71-72. Recuperado em http://dx.doi.org/10.1136/oem.2004.015487

EDUCAÇÃO E TRANSFORMAÇÃO SOCIAL





METODOLOGIA DE ENSINO DO COLÉGIO BANDEIRANTES PARA IMPLEMENTAÇÃO EM ESCOLAS PÚBLICAS DO ENSINO FUNDAMENTAL: UM NEGÓCIO SOCIAL

AUTORES: ALOÍSIO SIMÕES RIBEIRO, BRUNA FERNANDES, GUILHERME FERREIRA HENRIQUES, RICARDO PRAVADELLI AGUIRRE, EDUARDO PENNA DE SÁ

O Colégio Bandeirantes, situado na cidade de São Paulo – SP, amplamente reconhecido por sua excelência acadêmica e inovação tecnológica, enfrentou um desafio que ia além de seus muros: como estender os benefícios de sua metodologia de ensino para comunidades menos favorecidas? Inspirado por essa missão, o colégio desenvolveu um projeto inovador que adaptou seus recursos avançados para beneficiar escolas públicas ou privadas de Ensino Fundamental situadas em contextos sociais e econômicos mais vulneráveis.

Com base nos aprendizados adquiridos durante a pandemia de Covid-19, o Bandeirantes elaborou um modelo educacional híbrido que combinava aulas remotas e presenciais, com foco inicial na disciplina de Matemática. A proposta não apenas atendia às necessidades acadêmicas, mas também promovia o desenvolvimento humano integral dos alunos.

O DESAFIO: EDUCAÇÃO PÓS-PANDEMIA E DESIGUALDADES

A pandemia revelou as profundas desigualdades no acesso à educação no Brasil. Enquanto escolas como o Colégio Bandeirantes realizaram a transição para o ensino remoto em apenas dois dias, muitas instituições públicas e privadas enfrentaram dificuldades severas, resultando em perda de alunos, cortes de pessoal e uma crise educacional.

Ao mesmo tempo, escolas localizadas em comunidades carentes, como Paraisópolis, em São Paulo, enfrentavam desafios estruturais, que incluíam falta de recursos, metodologias desatualizadas e baixos índices de desempenho acadêmico. A pandemia ampliou ainda mais a lacuna entre essas instituições e escolas de elite, aprofundando as desigualdades educacionais e limitando as oportunidades de desenvolvimento para milhões de alunos.

O colégio, com sua tradição de excelência e compromisso social, viu nesse cenário uma oportunidade de compartilhar sua expertise e contribuir para transformar a realidade educacional em comunidades menos favorecidas.

O OBJETIVO: EXPANDINDO HORIZONTES EDUCACIONAIS

O projeto foi concebido para implementar a metodologia do Colégio Bandeirantes em uma escola privada de baixa renda situada na comunidade de Paraisópolis como piloto para futuras expansões. A escolha inicial recaiu sobre o sexto ano do Ensino Fundamental, com foco na disciplina de Matemática, considerada fundamental para o desenvolvimento de habilidades como raciocínio lógico, interpretação de texto e análise crítica.

A ideia central era criar um modelo replicável que pudesse ser adotado por outras escolas, públicas ou privadas, promovendo um impacto educacional mais amplo. Além de melhorar o desempenho acadêmico, o projeto buscava fortalecer competências socioemocionais e promover uma transformação integral na experiência de aprendizado dos alunos.

A SOLUÇÃO: MODELO HÍBRIDO DE APRENDIZADO

A solução foi a implementação de um modelo educacional híbrido que combinava aulas remotas com interações presenciais. Esse modelo foi inicialmente aplicado como projeto-piloto no sexto ano do Ensino Fundamental II, em uma escola privada de baixa renda situada na comunidade de Paraisópolis.

A escola selecionada tinha três turmas de sexto ano, cada uma com aproximadamente 20 alunos, o que oferecia uma amostra representativa e controlada para a implementação inicial. O foco do projeto era a disciplina de Matemática, escolhida por ser essencial no desenvolvimento de habilidades analíticas e de raciocínio lógico.

Os materiais didáticos foram adaptados para proporcionar aulas de alta qualidade, maximizando o engajamento e o aprendizado, mesmo em um contexto de recursos limitados. A escolha de uma escola privada para o projeto-piloto deveu-se aos extensos trâmites burocráticos associados às escolas públicas. No entanto, os resultados desse piloto seriam utilizados para, futuramente, apresentar o projeto à Secretaria de Estado da Educação de São Paulo.

DESENVOLVIMENTO E IMPLEMENTAÇÃO

O desenvolvimento do projeto incluiu a capacitação de professores, a adaptação de conteúdos e a integração de tecnologias de ensino remoto. A implementação ocorreu em fases, começando com o projeto-piloto. Após essa fase inicial, foram realizadas avaliações de resultados, seguidas de ajustes necessários antes da possível expansão para outras instituições.

A estruturação jurídica e operacional envolveu a criação de uma organização filantrópica para gerenciar o projeto. Essa organização operava com uma gestão dividida em três diretorias principais: Pedagógica, de Operações e de Comunicação. Essa estrutura garantiu a administração eficiente dos recursos e a coordenação das atividades educacionais.

A infraestrutura do Colégio Bandeirantes, incluindo espaço físico e recursos digitais, foi utilizada para apoiar o projeto-piloto, permitindo que os custos operacionais fossem reduzidos. Além disso, a equipe de TI do colégio forneceu suporte técnico para garantir o funcionamento contínuo das ferramentas de ensino híbrido.

RESULTADOS E MÉTRICAS DE SUCESSO

Para avaliar o impacto educacional do projeto, foram realizadas avaliações semestrais dos alunos, juntamente com análises dos resultados dos exames do Saeb e, futuramente, do ENEM. Essas avaliações ajudaram a medir melhorias na qualidade do ensino e no desempenho acadêmico dos estudantes.

A eficiência do projeto foi monitorada por meio de um indicador de custo

total anual por aluno, que verificava a aderência ao planejamento financeiro e a viabilidade de expandir o modelo para outras instituições. Além disso, o fluxo de caixa foi gerenciado para equilibrar receitas e despesas, com todas as receitas provenientes de doações destinadas a cobrir investimentos e custos operacionais.

Os resultados esperados incluíam a capacidade de traduzir intenções em ações concretas e eficientes, a interdependência dos processos, que possibilitaria alcançar metas futuras mais ambiciosas, e o desenvolvimento contínuo dos professores das escolas envolvidas.

LIDERANÇA E COLABORAÇÃO

A liderança do Colégio Bandeirantes desempenhou um papel crucial no projeto, atuando como patrocinador principal. O envolvimento ativo da alta direção foi decisivo para alinhar o projeto com as estratégias do colégio e garantir o engajamento de todos os participantes.

Além disso, a colaboração entre diferentes áreas, como pedagogia, TI e comunicação, assegurou que os desafios fossem superados e que o modelo pudesse ser escalado para beneficiar mais comunidades no futuro.

PARA SE APROFUNDAR NO TEMA

- Arena, M. J., & Uhl-Bien, M. (2016). Complexity leadership theory: Shifting from human capital to social capital. *People Strategy,* 39(2).
- Kelly, R. (2019). *Constructing Leadership 4.0: Swarm Leadership and the Fourth Industrial Revolution.* Switzerland: Palgrave Macmillan.
- Olak, P. A., & Nascimento, D. T. do. (2010). *Contabilidade para entidades sem fins lucrativos: Terceiro Setor* (3a ed.). São Paulo: Atlas.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). *Value Proposition Design: Como construir propostas de valor inovadoras.* Barueri: HSM.

MISSÃO SOLIDÁRIA NORTE DE MINAS: ESTRUTURANDO A TRANSFORMAÇÃO SOCIAL SUSTENTÁVEL NO VALE DO JEQUITINHONHA

AUTORES: ARTUR ALVES, DJENANE OLIVEIRA, FELIPE PERDERZOLI, GLAUBER KAWAGOE, ROBERTO DAMASCENO, EDUARDO PENNA DE SÁ

A **Missão Solidária Norte de Minas** nasceu da necessidade de transformar uma ação voluntária em um movimento estruturado e impactante, com governança profissional e uso de tecnologia de ponta. A iniciativa busca combater a insegurança alimentar e a pobreza no **Vale do Jequitinhonha**, uma das regiões mais carentes do Brasil, promovendo uma abordagem sustentável para ampliar o alcance das ações sociais. O projeto propõe substituir a logística tradicional de itens físicos por doações financeiras, aumentando a eficiência e a flexibilidade na assistência a famílias vulneráveis. Com o suporte de uma plataforma digital inovadora, a Missão Solidária conecta tanto pessoas físicas quanto empresas, promovendo uma cultura de solidariedade e responsabilidade social no país.

O DESAFIO: VULNERABILIDADE SOCIAL NO VALE DO JEQUITINHONHA

O Vale do Jequitinhonha é historicamente marcado por altos índices de pobreza e vulnerabilidade social. Com um **Índice de Desenvolvimento Humano (IDH)** entre os mais baixos do país, muitas famílias enfrentam a realidade constante da insegurança alimentar, agravada pela falta de acesso a serviços básicos, como saúde, educação e infraestrutura. A pandemia de Covid-19 agravou ainda mais esse cenário, aumentando o desemprego e reduzindo o poder de compra, expondo de forma alarmante a fragilidade econômica e social da região.

Embora o Grupo Semear Minas já realizasse ações importantes na região, a informalidade das operações impunha limitações significativas. A ausência de uma estrutura formal restringia a captação de recursos em escala e comprometia a continuidade das ações. A sazonalidade das campanhas, concentradas principalmente no período natalino, dificultava o atendimento a demandas urgentes durante o ano. Além disso, a falta de governança formal dificultava a construção de parcerias estratégicas com empresas e organizações do terceiro setor, limitando o potencial de impacto.

OBJETIVO DO PROJETO: FORMALIZAR E AMPLIAR O IMPACTO SOCIAL

A principal meta do projeto foi transformar a Missão Solidária em uma **Organização da Sociedade Civil (OSC)** com estrutura formal e governança robusta, garantindo a continuidade e a expansão das ações sociais. A iniciativa visou ampliar o impacto social ao atender 2.000 famílias no primeiro ano, substituindo o modelo sazonal por uma operação contínua ao longo de todo o ano. Além disso, buscou-se engajar tanto indivíduos quanto empresas, transformando doadores em parceiros estratégicos, enquanto promovia a sustentabilidade financeira por meio de plataformas digitais e parcerias de longo prazo.

Outro objetivo crucial foi fomentar uma cultura de solidariedade e responsabilidade social, incentivando o engajamento contínuo de doadores e voluntários e criando um movimento sólido em prol do combate à desigualdade social.

A SOLUÇÃO: ESTRUTURAÇÃO E DIGITALIZAÇÃO DA ASSISTÊNCIA SOCIAL

A Missão Solidária propôs um modelo inovador que combina governança moderna, práticas sociais eficientes e tecnologia digital para maximizar o impacto. A formalização como OSC permitiu estabelecer uma base sólida e confiável para as operações, enquanto o foco em doações financeiras, em vez de itens físicos, trouxe maior flexibilidade e eficiência. Essa mudança eliminou os custos de transporte e armazenamento, permitindo que os recursos fossem direcionados diretamente para atender às necessidades das famílias. Além disso, a compra de itens no comércio local estimulou a economia regional, gerando benefícios adicionais para a comunidade.

A plataforma digital desenvolvida foi o principal eixo da operação. Por meio dela, doadores puderam realizar contribuições recorrentes ou pontuais, acompanhando em tempo real o impacto de suas doações. Relatórios financeiros detalhados e operacionais foram disponibilizados, garantindo total transparência e engajando ainda mais os participantes. A integração de redes sociais e campanhas de marketing digital ajudou a disseminar as ações e atrair novos doadores, enquanto a funcionalidade de visualização interativa no aplicativo permitiu que cada doador compreendesse exatamente como sua contribuição estava sendo utilizada.

DESENVOLVIMENTO E IMPLEMENTAÇÃO

O desenvolvimento do projeto foi estruturado em três etapas principais. A formalização jurídica garantiu o registro da Missão Solidária como uma OSC, em conformidade com o **Marco Regulatório das Organizações da Sociedade Civil (MROSC)**. Em seguida, foi desenvolvida uma plataforma digital integrada, que facilitou a captação de recursos e a comunicação com os doadores. Finalmente, parcerias estratégicas foram estabelecidas com empresas para viabilizar apoio financeiro, logístico e de comunicação.

A implementação seguiu um cronograma bem definido. Inicialmente, foi realizado um diagnóstico detalhado das necessidades locais, seguido pelo desenvolvimento e teste da plataforma digital para garantir sua segurança e usabilidade. Voluntários foram capacitados para operar a nova estrutura e participar de campanhas-piloto, que validaram o modelo e permitiram ajustes antes da expansão. O monitoramento contínuo das ações garantiu a adaptação

constante às necessidades da população atendida, enquanto métricas de desempenho foram utilizadas para medir o impacto e a eficiência do projeto.

INOVAÇÃO E DIFERENCIAIS COMPETITIVOS

O modelo da Missão Solidária destacou-se ao aliar práticas sociais tradicionais a uma abordagem inovadora baseada em tecnologia e governança moderna. A transparência digital foi um dos principais diferenciais, permitindo que doadores acompanhassem o impacto de suas contribuições em tempo real. O modelo também se mostrou escalável, com potencial para replicação em outras regiões carentes do Brasil, promovendo impacto em larga escala.

Outro ponto de destaque foi o foco no impacto econômico local. Ao adquirir itens diretamente de fornecedores regionais, a Missão Solidária não apenas atendeu às necessidades das famílias, mas também estimulou o desenvolvimento econômico das comunidades.

RESULTADOS E MÉTRICAS DE SUCESSO

Os resultados esperados do projeto incluem um aumento significativo no impacto social e na eficiência operacional. O número de famílias atendidas foi ampliado em 300%, passando de 500 para 2.000 no primeiro ano. A substituição de doações físicas por financeiras reduziu os custos logísticos, enquanto a retenção de 70% dos doadores após a primeira campanha consolidou uma base sólida de apoio. Indicadores financeiros, como a **Taxa Interna de Retorno (TIR)** de 173,37% e o **Valor Presente Líquido (VPL)** de R$ 178.703, confirmaram a sustentabilidade e a viabilidade do modelo.

LIÇÕES APRENDIDAS E RECOMENDAÇÕES

A implementação do projeto evidenciou que a combinação de tecnologia, governança e marketing digital é essencial para maximizar o impacto social. A importância das parcerias estratégicas ficou evidente, com empresas locais desempenhando um papel fundamental na logística e no alcance das ações. A transparência também foi um fator crucial, aumentando a confiança dos doadores e atraindo novos parceiros.

Para iniciativas futuras, recomenda-se expandir o modelo para incluir novas frentes, como capacitação profissional e distribuição de materiais esco-

lares. Esse tipo de diversificação pode ampliar ainda mais o impacto social e econômico do projeto.

CONCLUSÃO

A **Missão Solidária Norte de Minas** é um exemplo inspirador de como ações voluntárias podem se transformar em movimentos estruturados e sustentáveis. Ao combinar inovação tecnológica, práticas sociais eficientes e governança robusta, o projeto criou um modelo replicável que pode ser adaptado para diferentes regiões e setores.

O sucesso da iniciativa mostra que é possível combater a desigualdade social de forma sustentável, engajando indivíduos e empresas em um movimento coletivo em prol da solidariedade e da responsabilidade social. A Missão Solidária não apenas fortaleceu o Vale do Jequitinhonha, mas também se estabeleceu como uma referência nacional no terceiro setor, inspirando novas possibilidades para o futuro da assistência social no Brasil.

PARA SE APROFUNDAR NO TEMA

- Bernhoeft, R. (2016). *Serviço social: sucessão profissionalizada ou sobrevivência comprometida.* São Paulo: Nobel.
- Bethlem, A. S. (2015). A serviço social: oportunidades para pesquisa. *Revista de Administração*, 29(4), 88-97.
- Christensen, C. R. (2013). *Management succession in small and growing enterprises.* Boston: Harvard University.
- Instituto Brasileiro de Governança Corporativa. (2016). *Guia das Melhores Práticas para Organizações do Terceiro Setor: Associações e Fundações.* São Paulo, SP: IBGC.

REPENSANDO PORTFÓLIOS: O POTENCIAL DO ESG E DO INVESTIMENTO DE IMPACTO

AUTORES: ADLER DO COUTO ANDRADE, MÔNICA R. DE CARVALHO

Investimentos têm o poder de catalisar mudanças. O setor financeiro desempenha um papel central na organização da economia, determinando a alocação de recursos e indicando quais setores serão estimulados, aqueles que perderão prioridade e os que serão excluídos. Naturalmente, a construção de um portfólio reflete a preocupação do investidor em preservar e ampliar o seu patrimônio. Muitos investidores perguntam-se, contudo, se é possível compatibilizar essa preocupação com compromissos sociais mais amplos, incorporando outras abordagens além do Investimento Tradicional, fundamentado na análise de risco e retorno financeiros.

Neste artigo, serão analisados os desafios e as oportunidades associados à incorporação e integração do Investimento de Impacto e do Investimento ESG (*Environmental, Social and Governance*) aos portfólios de investimentos. Essas abordagens, ainda que com características distintas, preservam, por um lado, o necessário retorno financeiro; e podem contribuir, por outro, para o alcance de objetivos de responsabilidade social, sustentabilidade e impacto por parte do investidor.

O INVESTIMENTO DE IMPACTO

O Investimento de Impacto busca compatibilizar o retorno financeiro com objetivos de impacto social e/ou ambiental. Por meio da aplicação de capital, do engajamento ativo e da definição de condições específicas de investimento, o investidor pode alcançar retornos de impacto alinhados a uma tese de impacto previamente estabelecida. A intencionalidade é, aqui, elemento decisivo: o impacto social e/ou ambiental está no centro da tese de investimento. A avaliação do desempenho em termos de impacto, em conjunto com os resultados financeiros, é essencial à realização dessa tese.

Dessa forma, o impacto constitui uma das dimensões do desempenho de um investimento. O Investimento de Impacto reflete aspirações que, embora não prescindam do retorno financeiro, vão além dele. Distingue-se, assim, da Filantropia, que não busca retorno financeiro. Outro conceito fundamental para o Investimento de Impacto é o de adicionalidade: a necessidade de demonstrar que o impacto gerado por um investimento é efetivamente adicional, ou seja, que o resultado obtido não seria alcançado sem a alocação do capital investido.

Apesar de seu potencial transformador, o Investimento de Impacto enfrenta desafios, como o *impact washing* – situações nas quais empresas ou investidores alegam gerar impacto sem comprovações adequadas. Há, ainda, tensões inerentes entre o retorno financeiro esperado e o impacto social ou ambiental gerado. Regulamentações inconsistentes e a dificuldade de harmonizar metodologias de mensuração também trazem algumas limitações à expansão dessa abordagem de investimentos.

O INVESTIMENTO ESG

A criação de valor é responsabilidade inquestionável das organizações. De acordo com uma perspectiva mais tradicional, o sucesso de uma organização é avaliado primordialmente pela sua capacidade de gerar fluxos de caixa futuros. A incorporação dos fatores ESG às decisões de investimento provoca uma mudança nessa perspectiva, ampliando o horizonte de análise do investidor.

O Investimento ESG integra, de forma explícita, os riscos e as oportunidades associados às questões ambientais, sociais e de governança à análise financeira tradicional para a tomada de decisões de investimento, utilizando

métodos estruturados e fontes confiáveis de informação. Ele permite avaliar como uma organização está reagindo e se adaptando às mudanças ocorridas no ambiente externo. O Investimento ESG é, portanto, uma lente que proporciona uma visão mais abrangente dos riscos e das oportunidades associados a um investimento. Essa abordagem modifica a forma como se analisa o fluxo de caixa das empresas e suas projeções, oferecendo mais informações ao investidor além das usuais perspectivas econômica e financeira.

Com efeito, o Investimento ESG oferece uma compreensão mais precisa e abrangente dos diferentes aspectos dos negócios, possibilitando ao investidor identificar as organizações estrategicamente mais bem posicionadas para o futuro e evitar aquelas com maior probabilidade de desempenho inferior ou insustentável. Essa é uma estratégia de mitigação de riscos: os investidores avaliam os riscos potenciais que as práticas ambientais, sociais e de governança de uma organização podem representar para o seu desempenho futuro.

A discussão sobre o Investimento ESG foi muito prejudicada pelo uso político do conceito, principalmente nos Estados Unidos. Isso foi facilitado pela falta de um entendimento preciso sobre o "ESG", o que contaminou e polarizou a discussão. Disseminou-se uma certa "idealização" em torno do Investimento ESG, como se ele pudesse resolver uma série de questões sociais e ambientais. Os materiais de *marketing* de alguns fundos ESG passaram a trazer declarações com elevadas aspirações sociais ou ambientais, sem esclarecer adequadamente os conceitos. Isso contribuiu para confundir os investidores. A falta de detalhamento sobre como os índices ESG são construídos, bem como a ausência de métricas comuns que permitam a comparabilidade entre resultados alcançados por diferentes organizações também são desafios a serem enfrentados.

É importante destacar que, na análise de riscos orientada pelos fatores ESG, a Governança desempenha um papel fundamental. De acordo com as teorias de Governança, duas áreas são essenciais: a Gestão de Riscos e a Gestão de *Stakeholders*. A primazia da governança em relação aos fatores sociais e ambientais justifica-se pelo fato de que, ao incorporar a Gestão de Riscos e a Gestão de *Stakeholders* como seus pilares, a Governança não apenas assegura uma gestão eficiente dos riscos, mas também facilita o gerenciamento de todas as questões relacionadas aos aspectos sociais e ambientais. Por isso, é crucial enfatizar a necessidade de estabelecer nas organizações estruturas

de governança — sejam simples ou complexas — que promovam uma abordagem assertiva na gestão de riscos e no relacionamento com *stakeholders*. Essa perspectiva representa, ainda, um caminho estratégico para a gestão organizacional orientada pelos fatores ESG.

CONCLUSÕES

Embora o Investimento de Impacto e o Investimento de ESG estejam associados à responsabilidade social e à sustentabilidade, eles diferem em propósito. Enquanto o Investimento de Impacto busca integrar objetivos de transformação social e ambiental ao retorno financeiro, o Investimento ESG não procura necessariamente promover melhorias ambientais ou sociais, mas considera como esses fatores impactam a organização, independentemente do tipo de produto ou serviço por ela oferecido. Para o investidor, a escolha entre essas diferentes abordagens coloca uma questão: quais são os objetivos e compromissos que ele deseja e pode assumir?

É possível combinar, em um mesmo portfólio, o Investimento Tradicional, o Investimento ESG e o Investimento de Impacto. Essas abordagens não são excludentes. A participação percentual de cada tipo de investimento no portfólio do investidor depende do seu perfil e dos seus objetivos. É preciso considerar, aqui, o desenho dos mandatos econômicos dos gestores de investimentos, cuja atuação é hoje condicionada, na maior parte das vezes, por mandatos orientados exclusivamente para o risco e retorno financeiros. Portfólios alinhados com critérios de maior responsabilidade social, sustentabilidade e impacto requerem uma revisão desses mandatos, preservando o dever fiduciário dos gestores.

Deve-se considerar o contexto econômico e de investimentos do Brasil, onde juros elevados, ao possibilitarem ganhos em ativos “seguros”, afetam o comportamento dos investidores e comprometem a incorporação de estratégias menos conservadoras de investimento.

Os investimentos ESG e de Impacto não têm a pretensão de transformar o mundo. Eles podem, contudo, desempenhar um papel relevante para essa transformação. Cada abordagem compõe uma peça do mosaico. O investidor deve evitar objetivos excessivamente ambiciosos, adotando uma visão realista sobre as possibilidades e limitações do Investimento ESG e do Investimento de Impacto. Essa racionalidade exige uma análise cuidadosa dos *trade-offs*

envolvidos. É realmente necessário maximizar o retorno em todos os investimentos? Ou é aceitável um retorno mais modesto em algum investimento – como acompanhar apenas a inflação – para possibilitar um impacto social ou ambiental mais significativo? Não existe uma resposta única a essas questões: o investidor deve estar disposto a explorar alternativas. Todas demandam esforço e energia – o conforto, aqui, é manter-se apenas no Investimento Tradicional. As experiências ajudam a entender, a aprender e a mudar. E, para mudar, é preciso começar.

PARA SE APROFUNDAR NO TEMA

- Belinky, A., & Cerqueira, S. (2023, dezembro). *Dos negócios de impacto ao impacto dos negócios.* São Paulo: Aliança pelos Investimentos e Negócios de Impacto.
- Global Impact Investing Network. (2023, dezembro). *Holistic portfolio construction with an impact lens: A vital approach for institutional asset owners in a changing world.* Nova York: GIIN.
- Letelier, L., Valle, L., & Albuquerque, C. (2024, abril 16). *Famílias de alto patrimônio no Brasil: Investimento de impacto e filantropia.* Rio de Janeiro: Sitawi.
- Soares, D. (2024, junho 24). Conheça a brasileira condecorada por rei Charles III graças a investimento de impacto: "Alavanca de mudança". *O Globo*. Entrevista concedida a Mariana Barbosa.

FDC

