



## Identificar as metas e a estratégia de avaliação, os objetivos e os principais indicadores da campanha de MTI para uma possível avaliação

### 2.1. Identificar as metas e a estratégia de avaliação

A fim de assegurar a eficiência das campanhas de distribuição e o acesso equitativo da população aos MTI em áreas específicas, **a avaliação do RdF tem por objetivo** identificar deficiências na qualidade e facilitar ações corretivas durante e/ou após o RdF em áreas com registos de qualidade inaceitável. Do mesmo modo, os **objetivos da avaliação da distribuição de MTI** consistem em validar, durante e/ou após a distribuição, que a campanha atingiu as suas metas. Quando as metas não tiverem sido atingidas, as autoridades do programa nacional de malária

e as autoridades subnacionais do Ministério da Saúde (MS) que executam a campanha terão de definir **ações de seguimento e corretivas**, para assegurar a máxima adesão e utilização dos mosquiteiros<sup>12</sup> durante e/ou após o RdF e a distribuição de MTI.

Para atingir estes objetivos, a AMP recomenda que os programas nacionais de malária levem em conta ambas as estratégias de avaliação — durante e após as atividades —, cada uma das quais com os seus pontos fortes e fracos, conforme resumidos na tabela 1 abaixo.

**Tabela 1:** Estratégias de avaliação durante e após as atividades

Estratégia de avaliação	Descrição e período recomendado	Pontos fortes	Pontos fracos
<b>Durante as atividades</b>	<p>É feita durante a realização das atividades e concebida para sinalizar eventuais dificuldades programáticas para investigação e intervenção posteriores durante o processo de RdF e/ou distribuição de MTI</p> <p><b>Período:</b> nos primeiros 2 a 4 dias de atividades de RdF e/ou distribuição de MTI com duração prevista de até 7 dias, ou nos primeiros 5 a 7 dias, se as atividades tiverem duração prevista de até 15 dias</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Identifica os pontos fortes e as melhores práticas adotadas nalgumas áreas da campanha, que podem orientar soluções e melhorias noutras áreas da campanha</li> <li>● Permite identificar e resolver problemas operacionais através de ações corretivas no início do processo da campanha</li> <li>● Permite mitigar precocemente os problemas identificados, melhorando o RdF e a cobertura dos MTI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Os recursos humanos podem ser insuficientes, limitando as oportunidades de fazer a(s) avaliação(ões) durante as atividades da campanha</li> <li>● A atenção pode ser desviada de outros esforços de monitorização e supervisão durante a campanha</li> </ul>

12. AMP (2020). *Assessment protocol developed for the monitoring of ITN mass campaign processes: Household registration and ITN distribution in Sierra Leone.*

Estratégia de avaliação	Descrição e período recomendado	Pontos fortes	Pontos fracos
<b>Após as atividades</b>	<p>É uma forma de validar a realização de atividades-chave da campanha, sendo realizada após a conclusão de uma fase da campanha ou de todas as atividades da campanha, e cujos resultados e lições aprendidas irão orientar planos futuros</p> <p><b>Período:</b> iniciar 3 a 5 dias após o último dia das atividades de RdF e/ou distribuição de MTI</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fornece uma avaliação exaustiva após as atividades ou após a campanha, com lições aprendidas para atividades futuras e dados sobre a suspensão e o uso dos MTI, se efetuada após a distribuição</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menos suscetível de permitir ações corretivas para melhorar o desempenho da campanha atual</li> <li>• Dificuldade em tratar lotes de avaliação com baixo desempenho</li> <li>• Dificuldade em orçar e planejar ações corretivas após o fim da campanha</li> </ul>

## 2.2. Identificar o objetivo da avaliação

O objetivo global de avaliar as atividades de RdF e/ou distribuição de MTI da campanha é determinar se a campanha atingiu o nível de desempenho desejado numa determinada área, para que se tomem medidas corretivas conforme necessário, quer seja durante ou após a execução das atividades.

A subcomissão de MeA deve ainda identificar os objetivos e os indicadores-chave específicos do país com interesse para uma possível avaliação e apresentá-los aos membros da estrutura de coordenação nacional das campanhas. Isto ajudará a orientar as decisões das partes interessadas na Etapa 3 sobre se deverá ser feita uma avaliação e de que forma se usarão os resultados durante e após a campanha.

Os objetivos delineados no âmbito de avaliações de campanhas de MTI anteriores incluem:

- monitorizar o processo de RdF e distribuição de MTI, para assegurar que todas as zonas e famílias dentro das áreas geográficas visadas foram servidas de acordo com um limiar de cobertura pré-estabelecido;
- medir a cobertura geográfica em tempo real, para verificar se se alcançam todas as áreas visadas;
- determinar o número de famílias que ficaram por servir pelas equipas de registo ou que não receberam uma senha durante a visita;
- medir a exatidão do número de MTI atribuídos por família e das respetivas senhas de acordo com as decisões tomadas e comunicadas durante a formação e com as diretrizes da campanha sobre o número de mosquiteiros por família;
- avaliar a qualidade da visita de RdF e da distribuição de MTI, incluindo se os membros da família retiveram as informações da campanha que lhes foram transmitidas;
- identificar os êxitos, as inovações ou os problemas para dar feedback diário aos supervisores da equipa de RdF e distribuição de MTI, a fim de reforçar ou melhorar as atividades da campanha;
- identificar problemas em conceitos e procedimentos, que possam ser melhorados em futuras atividades de RdF;
- avaliar a cobertura das famílias pela campanha, averiguando se estas receberam pelo menos um MTI, o número correto de MTI com base nas regras de atribuição da campanha, MTI suficientes para atingir os objetivos nacionais e o uso que fazem ou não dos MTI recebidos durante a campanha.

### 2.3. Selecionar os indicadores e os objetivos de avaliação prioritários e planejar ações corretivas

Os indicadores de avaliação são extraídos do conjunto de indicadores validado para a campanha de MTI. A seleção de indicadores é um passo crucial na elaboração de protocolos

e ferramentas de inquérito que sejam viáveis e produzam resultados claros e úteis para orientar ações de melhoria durante ou após as atividades, quando necessário.

É importante que os indicadores sejam claros e centrados num aspeto a ser medido. Para dar um exemplo de falta de enfoque, durante uma avaliação de RdF num país, aprendeu-se que o indicador «Percentagem de famílias corretamente registadas» exigia o cumprimento de vários critérios, incluindo a anotação do número correto de MTI na senha de resgate dos MTI e a marcação correta do código da família no final da visita de registo. Durante a avaliação, os resultados mostraram que enquanto vários agentes de RdF tiveram dificuldade em marcar uniformemente o código da família, a maioria anotou o número correto de MTI na senha de resgate. Devido à compilação destes dois critérios num único indicador, os resultados mostraram um baixo nível de correção no RdF, quando o problema estava apenas na marcação das famílias e não no preenchimento incorreto dos cupões/senhas.

Em geral, recomenda-se priorizar um pequeno número de indicadores, o que irá simplificar e agilizar a recolha de dados, a análise e o feedback para uma ação corretiva. A tabela 2 apresenta uma lista de alguns indicadores de avaliação

recomendados, que serão aprofundados na secção 4.6 quanto à sua necessidade em avaliações durante e após as atividades e em campanhas de uma e duas fases.

**Tabela 2:** Indicadores para as avaliações da campanha de MTI a serem considerados pela Comissão Nacional de Coordenação

<b>Registo de famílias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Percentagem de famílias registadas</li> <li>● Percentagem de famílias que receberam senha(s)</li> <li>● Percentagem de famílias que receberam senha(s) com atribuição de MTI consistente com as regras de atribuição da campanha de MTI</li> </ul>
<b>Distribuição de MTI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Percentagem de famílias que receberam pelo menos um MTI durante a distribuição</li> <li>● Percentagem de famílias que receberam o número correto de MTI de acordo com as regras de atribuição da campanha de MTI</li> </ul>
<b>Utilização dos MTI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Percentagem de utilização dos MTI por crianças com menos de cinco anos</li> <li>● Percentagem de utilização dos MTI por mulheres grávidas</li> <li>● Percentagem de utilização dos MTI por outras pessoas com mais de cinco anos</li> <li>● Percentagem de utilização dos MTI por toda a população</li> </ul>

### Indicadores transversais de MSC para o RdF e a distribuição de MTI

- Percentagem de famílias que receberam qualquer informação sobre a campanha de MTI
  - ↳ Se as famílias receberam informações, percentagem que ouviu falar da campanha através de: pregoeiro ou anunciante de rua com veículo motorizado, líder religioso, trabalhador num estabelecimento de saúde, profissional de saúde comunitária (PSC), vizinho, amigo, rádio, outros meios de comunicação social e/ou outra fonte (o respondente pode seleccionar mais do que uma opção)
- Percentagem de famílias que conhecem a localização exata do seu ponto de distribuição de MTI
- Percentagem de famílias que receberam informações sobre como suspender, usar e cuidar dos MTI

O indicador «Percentagem de famílias que receberam senha(s)» deve ser incluído nas avaliações de RdF que utilizam senhas ou outros meios de identificação para trocar pelo número necessário de MTI num local de distribuição pré-determinado. Nas campanhas em que escreve na senha o número de MTI e o número de pessoas por família, ou em que se atribui uma senha por MTI, deve incluir-se um indicador na avaliação sobre o número correto de MTI ou de senhas. Tal serve para determinar se o número de MTI registado na senha ou o número de senhas é igual, maior ou menor do que o número definido nas regras de atribuição da campanha de MTI (p. ex., um MTI por cada duas pessoas sem um limite máximo por família). Estes indicadores devem ser incluídos na lista principal de indicadores, e as perguntas conexas, adicionadas ao questionário. Após a seleção dos indicadores, podem estabelecer-se níveis de cobertura-alvo para cada indicador, conforme explicitado na Etapa 4.

**Uma nota sobre os indicadores de MSC:** a tabela 2 contém três indicadores transversais relacionados com as atividades de RdF e distribuição de MTI, designadamente a

«Percentagem de famílias que receberam qualquer informação sobre a campanha de MTI», a «Percentagem de famílias que conhecem a localização exata do seu ponto de distribuição de MTI» e a «Percentagem de famílias que receberam informações sobre como suspender, usar e cuidar dos MTI». Os programas nacionais de malária são encorajados a incluir indicadores adicionais e a adicionar as respetivas perguntas ao questionário, para medir a qualidade e o alcance das atividades de MSC, a exposição das famílias às principais mensagens e a exatidão das mensagens recebidas, bem como os resultados da MSC no que toca ao incentivo à participação em atividades de distribuição de MTI e ao subsequente uso dos MTI da campanha. Os indicadores e as perguntas de MSC adicionais devem estar ligados aos objetivos da campanha de MTI em massa e às mensagens de MSC planeadas antes e durante a campanha, devendo também refletir a estratégia de MSC, os públicos-alvo, as mensagens e os canais definidos para a campanha. Os indicadores adicionais devem estar perfeitamente alinhados com as perguntas que os refletem e que devem ser acrescentadas à subsecção do questionário relativa à MSC.

**O uso dos dados da avaliação para orientar ações corretivas** com vista a melhorar a qualidade do RdF e/ou da distribuição de MTI, conforme explicitado na Etapa 4, é vital para avaliar e melhorar a qualidade das operações da campanha. As avaliações durante e após as atividades devem incluir o planeamento da implantação de ações corretivas, p. ex., regressar para registar famílias durante ou após o RdF em áreas que não tenham sido servidas, gerir situações nos pontos de distribuição com famílias sem senhas ou que não tenham recebido as suas senhas, melhorar a MSC quando as avaliações tiverem apurado que as populações não receberam informações adequadas, corretas ou completas antes da distribuição dos MTI e gerir problemas que surjam durante a distribuição dos MTI ou após a campanha.

A fim de dar às equipas operacionais da campanha de MTI tempo para realizarem as ações corretivas recomendadas, a AMP utilizou a estratégia do **atraso do terceiro dia**<sup>13</sup>. O atraso do terceiro dia foi utilizado para interromper o RdF e pode ser usado para interromper a distribuição dos MTI durante a execução, geralmente no terceiro dia da atividade da campanha, para dar tempo de rever os resultados dos dois primeiros dias de avaliação e tomar medidas corretivas imediatas ao nível dos lotes antes de se continuar e concluir o registo (ou a distribuição).

Num determinado país, a avaliação da campanha de MTI concluiu que mais de 20% dos lotes avaliados não cumpriram as metas estabelecidas pelo programa nacional de malária. Uma vez que estes problemas de desempenho foram identificados após a distribuição, houve poucas opções de ação corretiva.

As atividades de RdF e distribuição de MTI podem ser planeadas para decorrer em vários períodos, geralmente com duração entre 7 e 15 dias, dependendo da estratégia adotada para a campanha. Pode fazer-se uma avaliação eficaz destas atividades ao fim de aproximadamente um terço a metade do número de dias previstos para sua realização. Por exemplo, num RdF e distribuição de MTI de 7 dias, a avaliação pode ser realizada **durante os primeiros 2 a 4 dias** ou imediatamente após o início das atividades. Do mesmo modo, num RdF e distribuição de MTI de 15 dias, a avaliação pode ser realizada **durante os primeiros 5 a 7 dias** ou imediatamente após o início das atividades. Isto deverá dar tempo suficiente para recolher dados e identificar tendências, otimizando ao mesmo tempo os recursos orçamentais e de pessoal durante o período em que irá surgir a maioria dos problemas, havendo também tempo suficiente para tomar medidas corretivas.

#### Recomendação:

empre que o financiamento o permita, a AMP recomenda que se façam avaliações da qualidade da campanha de MTI durante os primeiros 2 a 4 ou 5 a 7 dias ou imediatamente após as atividades de RdF (ou de RdF e distribuição de MTI, no caso de campanhas de uma fase). Sempre que o financiamento o permita, a AMP recomenda também dar primazia à avaliação durante as atividades para o RdF e à avaliação após as atividades para a distribuição de MTI. Quando se efetuar a avaliação durante as atividades, devem aplicar-se pausas operacionais integradas, como a estratégia do atraso do terceiro dia, para permitir a tomada de medidas corretivas. Tanto quanto possível, as avaliações durante e após as atividades não devem ser efetuadas por atores nem por outro pessoal da campanha.

Ao planear ações corretivas, será importante assegurar que o analista de dados, os supervisores, os realizadores de inquéritos e outro pessoal da campanha dispõem das estruturas operacionais e de coordenação

acessórias à campanha de MTI, dos orçamentos necessários e dos mecanismos de tomada de decisão e resolução de problemas, para analisar os resultados e introduzir rapidamente mudanças programáticas (Etapas 4, 5 e 6).

13. A inovação do atraso do terceiro dia foi introduzida pelo Dr. Jorge Alexandre Harrison Arroz (MD, MPH, PhD), conselheiro técnico do programa World Vision-Global Fund Malária em Moçambique.