



# 2025

## RELATÓRIO DA REUNIÃO DE DIGITALIZAÇÃO DA CAMPANHA

10—11 de abril de 2025  
Movenpick Hotel  
Nairobi, Quênia

**amp** | The Alliance for  
Malaria Prevention  
Expanding the ownership and use of mosquito nets



As informações pormenorizadas (agenda, apresentações, gravações) sobre a Reunião de Digitalização da Campanha de 2025 podem ser encontradas [aqui](#).

# ÍNDICE

|                                                       |    |
|-------------------------------------------------------|----|
| Introdução                                            | 3  |
| Propósito e objetivos da reunião                      | 4  |
| Visão geral da reunião                                | 5  |
| Resumo da reunião e destaques                         | 7  |
| <b>1.º Dia</b>                                        |    |
| Dados para a tomada de decisões                       | 9  |
| Resultados e evidências do impacto da digitalização   | 11 |
| <b>2.º Dia</b>                                        |    |
| Resultados e evidências do impacto da digitalização   | 12 |
| Governança, apropriação e sustentabilidade            | 13 |
| Workshops/sessões de aprendizagem paralelas           | 14 |
| Avaliação pós-reunião e comentários dos participantes | 15 |







## INTRODUÇÃO

A Aliança para a Prevenção da Malária (AMP) reúne anualmente parceiros globais envolvidos na implementação, investigação e desenvolvimento de programas de mosquiteiros tratados com inseticida (MTI) para partilhar conhecimentos e boas práticas, com vista a melhorar a eficácia e eficiência da distribuição de MTI e identificar desafios comuns. Desde 2023, após a Reunião Anual de Parceiros da AMP, a AMP introduziu uma Reunião de Digitalização da Campanha de dois dias, organizada com contribuições de parceiros como os Serviços Católicos de Assistência (CRS), Iniciativa Clinton de Acesso à Saúde (CHAI), a Fundação Gates, o Consórcio da Malária, a UNICEF e a Organização Mundial da Saúde (OMS). A Reunião de Digitalização da Campanha anual da AMP é um fórum para parceiros envolvidos na digitalização da prestação de serviços de saúde por meio de campanhas, com o objetivo de trocar conhecimentos, experiências, desafios e boas práticas na utilização de ferramentas e dados digitais para melhorar as campanhas de saúde e otimizar a eficiência.

A Reunião de Digitalização da Campanha de 2025 foi realizada de 10 a 11 de abril no Movenpick Hotel and Residences, em Nairobi, Quênia. O foco da reunião deste ano foi a aprendizagem entre programas, incluindo a digitalização da campanha de controlo da malária e exemplos de doenças tropicais negligenciadas (DTN), vacinação, etc., e proporcionou uma oportunidade para aprender mais sobre problemas comuns e boas práticas em intervenções de campanhas de saúde.

# PROPÓSITO E OBJETIVOS DA REUNIÃO

O principal objetivo da Reunião de Digitalização da Campanha anual de 2025 da AMP foi proporcionar um local e uma plataforma para reunir parceiros para partilhar as boas práticas, desafios e sucessos da digitalização da campanha, para compreender melhor o panorama da digitalização da campanha de saúde, as questões operacionais e a utilização de dados digitalizados para otimizar os esforços futuros da campanha, sejam eles independentes ou integrados.

## Os objetivos específicos da reunião foram:

- Partilhar diferentes experiências de digitalização de campanhas de saúde, incluindo lições aprendidas e recomendações para futura ampliação e otimização
- Identificar as principais prioridades, desafios e obstáculos da digitalização das campanhas de saúde em diferentes países e programas de controlo de doenças

## As discussões centraram-se em três temas:

1. Dados para a tomada de decisões
2. Resultados e evidência do impacto da digitalização
3. Governança, apropriação e sustentabilidade dos esforços de digitalização

Os materiais da reunião (agenda, apresentações, lista de participantes e gravações) estão disponíveis no [sítio Web da AMP](#).



## VISÃO GERAL DA REUNIÃO

A Reunião de Digitalização da Campanha, com duração de dois dias, reuniu 177 participantes, incluindo funcionários de ministérios da saúde e programas nacionais de controlo de doenças, doadores globais e organizações parceiras de implementação, parceiros de soluções de produtos, instituições educacionais, etc. Os perfis dos participantes estão detalhados abaixo na Figura 3. A reunião foi realizada em

formato híbrido, com 113 participantes presenciais e 64 participantes online (Zoom). A agenda da reunião incluiu apresentações sobre tópicos específicos, discussões plenárias e sessões de workshops temáticos. Foi também organizada uma receção de networking para promover a interação entre os participantes e facilitar o networking entre os mesmos.

### 2025

#### A Reunião de Digitalização da Campanha da AMP em números

|                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <br><b>177</b><br>participantes<br>(113 presenciais e 64 virtuais)                                                                                          | <br><b>34</b><br>oradores/facilitadores                                                                                                  |
| <br><b>17</b><br>apresentações plenárias,<br><b>8 sessões de discussão</b> e<br><b>4 workshops</b><br><b>12 horas 50 minutos</b><br>de conteúdo da reunião. | Aproximadamente<br><b>132</b> (75%)<br>participantes residem em países onde a malária é endémica (presencial + virtual combinados)<br> |





MÖVENPICK

# RESUMO DA REUNIÃO E DESTAQUES

---

## Abertura e discurso introdutório

### Boas-vindas e visão geral da agenda — Jason Peat (FICV/AMP)

A Reunião de Digitalização da Campanha de 2025 foi aberta com um discurso de Jason Peat, que agradeceu ao Ministério da Saúde (MdS)/ Programa Nacional de Controlo da Malária (PNCM) do Quênia, aos programas nacionais de controlo da malária participantes e às organizações parceiras pela sua colaboração na organização da reunião. Analisou a agenda da reunião de dois dias e definiu a pedra de toque para uma discussão prática e orientada pelos países sobre a ampliação das ferramentas digitais para campanhas de intervenção contra a

malária e outras doenças. Destacou a importância de três temas interligados: (1) dados para tomada de decisões, ou seja, utilizar dados digitalizados para informar decisões e melhorar os resultados das campanhas; (2) resultados e evidências do impacto da digitalização — avaliar custos, eficácia e retorno sobre o investimento; e (3) governação, apropriação e sustentabilidade — alinhar plataformas com sistemas nacionais e fortalecer a liderança e o financiamento do país.

### Discurso introdutório: Digitalização da distribuição de MTI: moldar o futuro apesar das limitações de recursos

#### **Apresentador:** Sidharth Rupani (*Fundo Mundial*)

Durante o discurso de abertura, o orador argumentou que a digitalização não é um luxo, mas uma necessidade para proteger a qualidade dos programas quando os recursos estão a diminuir. Destacou que os investimentos digitais só se traduzem em impacto quando a digitalização é utilizada em várias intervenções e é interoperável dentro dos sistemas nacionais (Software de Informação de Saúde Distrital 2/Sistemas de Informação de Saúde [DHIS2/HIS], Sistema Eletrónico de Informação de Gestão Logística [eLMIS]). Destacou também que as ferramentas digi-

tais devem ser selecionadas de acordo com o desenho do programa (regiões/grupos prioritários e combinação de canais), com foco nos módulos mínimos que promovem a responsabilização e a rapidez. Os programas devem digitalizar o que é necessário e explorar opções economicamente viáveis, como a estratégia Traga o Seu Próprio Dispositivo (Bring Your Own Device – BYOD) e a partilha de dados entre programas (por exemplo, Programa Alargado de Vacinação [PAV], Quimioprevenção Sazonal da Malária [SMC], DTN).









### **Implementação da DIGIT HCM em Kebbi, Nigéria: Como é que painéis interativos e relatórios personalizados transformaram a tomada de decisões baseada em dados e melhoraram os principais processos da campanha de SMC**

**Apresentador:** Dorcas Essien (Consórcio da Malária)

A apresentação sobre a implementação da DIGIT HCM em Kebbi, Nigéria, para a SMC mostrou a primeira implementação global da plataforma DIGIT HCM autorizada para BYOD e demonstrou como é que os painéis interativos e relatórios personalizados podem fortalecer a supervisão, melhorar a qualidade dos dados e acelerar a tomada de decisões em grande escala. Ancorada por uma forte liderança governamental, estreita coordenação entre parceiros e formação robusta, a campanha instituiu rotinas diárias de revisão de dados e reutilização deliberada de dados em todas as rondas da campanha SMC, melhorando a precisão dos relatórios e permitindo escalar rapidamente problemas. Os resultados mostraram que mais de 1,3 milhões de crianças foram abrangidas e que a cobertura administrativa atingiu 91,1%. As lições destacaram o valor das avaliações da rede antes da implementação, formação prática mais aprofundada (painéis, interpretação geoespacial, relatórios personalizados) e mecanismos de fornecimento de comentários mais claros, juntamente com melhorias contínuas da plataforma entre ciclos.

### **Promover a transformação da saúde digital centrada nas pessoas**

**Apresentadores:** Dr. Manish Pant, Angela Anna De Tommasi, Aïcha Mohamed Ali, Angela Marques (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento [PNUD])

A equipa do PNUD partilhou alguns dos desafios práticos e aprendizagens da implementação da digitalização da campanha em muitos países onde o PNUD está a apoiar campanhas contra a malária. A equipa destacou desafios recorrentes, incluindo ligação limitada à Internet, lacunas nas competências dos utilizadores finais e problemas de qualidade dos dados. As principais lições foram garantir que os colaboradores da campanha estivessem cientes das suas funções e responsabilidades e recebessem Procedimentos Operacionais Normalizados (PON); aproveitar as soluções digitais existentes sempre que possível, tais como soluções offline e painéis baseados na nuvem; garantir apoio técnico local, utilizar vários canais de apoio e dar prioridade à apropriação das partes interessadas para promover a utilização sustentável e a melhoria contínua.

### **Dos dados ao impacto: como é que as informações em tempo real melhoram as campanhas de saúde**

**Apresentador:** James Kiarie (PNM, Quénia)

Esta apresentação descreveu a digitalização completa da campanha em massa de MTI no Quénia utilizando a plataforma DIGIMAL. A equipa enfrentou desafios importantes (lacunas na rede, literacia digital, complexidade da integração, restrições de identificação) simplificando a geração da lista principal e a integração dos utilizadores, implementando uma aplicação Android para recolha offline com sincronização posterior e códigos USSD para contextos offline/de baixa tecnologia, e produzindo guias em vídeo curtos baseados em tarefas para melhorar a literacia digital entre os profissionais de saúde comunitários.



### O papel da digitalização na melhoria da qualidade dos dados para campanhas de distribuição de MTI no Mali

**Apresentador:** Boubacar Sidiki Maiga (PNLP, Mali)

Esta apresentação destacou como a mudança do Mali de uma abordagem baseada em papel para uma ferramenta digital resolveu questões importantes, incluindo erros de dados, visibilidade do stock em tempo real, registo lento e visibilidade limitada dos dados de áreas de difícil acesso durante a campanha de MTI de 2023. Os desafios foram a ligação e o desempenho do DHIS2/servidor, fornecendo recomendações sobre a capacidade do servidor e a melhoria da sincronização offline. A mudança para a digitalização resultou num alto desempenho, com aproximadamente 98% de cobertura dos agregados familiares, populacional e de distribuição, e um estreito alinhamento entre os mosquiteiros planeados e distribuídos (6,55 milhões planeados contra 6,48 milhões distribuídos). As lições incluíram testes pré-campanha das ferramentas, capacitação local e adoção de alternativas aos cupões físicos.

### Distribuição em massa de MTI totalmente digitalizada na Serra Leoa em 2023/2024: resultados e lições aprendidas

**Apresentador:** Wani Kumba Lahai (PNCM, Serra Leoa)

Esta apresentação descreveu a primeira campanha de MTI totalmente digitalizada da Serra Leoa, utilizando uma plataforma RedRose personalizada para apoiar painéis em tempo real, com o objetivo de reforçar a visibilidade, a supervisão e a tomada de decisões baseadas em dados. A equipa relatou eficiências de custos através da redução da utilização de papel, impressão e logística, e destacou a aceitação positiva dos utilizadores, já que 93% dos inquiridos numa pesquisa realizada no final do processo concordaram que a digitalização é o caminho a seguir. Os desafios operacionais centraram-se na sincronização de dispositivos em áreas com baixa cobertura de rede, que foram resolvidos através de pontos de sincronização designados e dispositivos de reserva para trocas. As recomendações incluíram a integração com sistemas nacionais (DHIS2 e mSupply) para sustentar os fluxos de dados e a responsabilização, juntamente com a atenção contínua às soluções alternativas de ligação e ao apoio no terreno para manter a fiabilidade da monitorização em tempo real em áreas remotas.





### Conclusões da digitalização de várias campanhas contra a malária com uma plataforma comum do Ministério da Saúde (Moçambique)

**Apresentadora:** Mariana da Silva (PNLP, Moçambique)

Moçambique consolidou as MTI/Pulverização intradomiciliar residual (PIR)/SMC/administração em massa de medicamentos (MDA) numa plataforma pertencente ao ministério (SALAMA), padronizando a recolha de dados móveis, painéis, serviço de assistência e integração DHIS2 para impulsionar decisões quase em tempo real. A aceitação dos utilizadores foi elevada e a digitalização contribuiu para melhorar a cobertura da população com MTI de cerca de 79% para quase 90%. O custo do sistema de informação foi de aproximadamente 0,065 dólares por mosquiteiro, enquanto o custo total ajustado pela inflação por mosquiteiro diminuiu cerca de 5,6% em comparação com as campanhas anteriores baseadas em papel. As lacunas nos denominadores, o acompanhamento da cadeia de abastecimento a jusante (apenas 21 a 44% das deslocações líquidas registadas) e a necessidade de acompanhar as crianças para a SMC (apenas 7% acompanhadas com sucesso) sublinham a necessidade de conjuntos de dados principais mais sólidos, uma melhor reutilização/sincronização offline e relatórios logísticos mais rigorosos.

### Digitalização integrada da administração em massa de medicamentos para doenças tropicais negligenciadas na Nigéria

**Apresentador:** Gambo Yakubu (DTN, Nigéria)

Gambo Yakubu apresentou a plataforma integrada da Nigéria para MDA de DTN e destacou o seu papel na transformação do desempenho da campanha através da utilização de dados em tempo real. Os pontos principais incluíram a criação de uma sala de operações com painéis em tempo real que substituíram os relatórios em papel (anteriormente com um atraso de 60 dias) por visibilidade no mesmo dia sobre a cobertura e a produtividade da equipa, permitindo realocações proactivas. Embora o custo inicial por pessoa tratada parecesse mais elevado do que os fluxos de trabalho em papel, as economias resultantes da eliminação de rondas adicionais e inquéritos inoportunos tornaram os custos globais comparáveis ou inferiores. As recomendações para melhorias incluíram a institucionalização de rotinas diárias de utilização de dados, a expansão da integração com sistemas de informação nacionais e o aperfeiçoamento do acompanhamento de custos para fortalecer a tomada de decisões.

### Digitalização da campanha de substituição em massa de MTI em Zanzibar

**Apresentador:** Salim Faki Salim (PNCM, Zanzibar)

Zanzibar passou do papel para uma campanha baseada em smartphones usando uma aplicação Android, recolha offline ODK, um painel em tempo real, lembretes por SMS e pagamentos móveis para equipas no terreno. A abordagem melhorou a quantificação, reduziu a fraude (registos duplicados eliminados antes da emissão) e permitiu ações corretivas operacionais no mesmo dia.

### Aproveitar uma plataforma digital para a distribuição eficaz de MTI na Libéria

**Apresentador:** Joseph O. Alade (PNCM, Libéria)

A apresentação sobre a plataforma Gestão de Campanhas de Saúde (HCM) da DIGIT da Libéria destacou o seu papel na promoção da digitalização da distribuição de MTI. Os pontos principais incluíram a digitalização de registo de agregados familiares, a cadeia de abastecimento e o rastreio de fardos, a distribuição, a monitorização e supervisão, e a participação em formações. Melhorias notáveis na campanha foram a visibilidade em tempo real, desde o nível municipal até o nacional, maior responsabilização pelos recursos da campanha e mais de 90% dos MTI distribuídos. As melhorias futuras visam uma interoperabilidade perfeita com o DHIS2, uma sincronização descendente e fluxos de trabalho de recolha de dados aprimorados, além da adição de microplaneamento e módulos relacionados para otimizar ainda mais as operações.



### **Apresentação: Além dos cupões: avaliação de estratégias alternativas para a distribuição de MTI no Gana**

**Apresentador:** Justice Boakye (NMEP, Gana)

O Gana testou e depois ampliou um processo digital redesenhado que elimina os cartões ou cupões com códigos impressos, oferecendo duas alternativas (cartões de identificação nacional e número de contacto dos agregados familiares) para resgatar MTI sem cupões. A mudança destacou a necessidade de reunir os requisitos com as partes interessadas, formar os utilizadores finais e promover mudanças sociais e de comportamento (MSC) para explicar o novo sistema detalhadamente antes da implementação nacional. Os benefícios relatados incluíram um registo e resgate mais rápidos, poupanças significativas de custos com a eliminação da impressão/logística, uma implementação mais fácil dos sistemas existentes e uma redução do desperdício de papel. As recomendações incluíram a utilização de códigos SMS como opção em campanhas futuras e a verificação biométrica por meio de documentos de identificação nacionais.

### **Apresentação: Utilização de e-tokens para campanhas em massa de MTI: estudo de caso da implementação da campanha em massa de MTI no estado de Ogun em 2024**

**Apresentador:** Chinonso Chime (CRS, Nigéria)

A Nigéria testou os e-tokens em três autoridades governamentais locais (LGA) — Odeda, Ikenne, Ijebu-Ode — no estado de Ogun, substituindo os cartões impressos por tokens exclusivos gerados durante a mobilização dos agregados familiares e verificados nos pontos de distribuição. A abordagem reduziu os custos de impressão em mais de 90%, de 6.630 dólares (cartões/cupões líquidos) para 647,40 dólares (recibos simbólicos), ao mesmo tempo que simplificou os fluxos de trabalho de distribuição. Os desafios de implementação centraram-se em erros de transcrição/legibilidade, mobilização incompleta e lacunas na documentação. As recomendações incluíram restringir a emissão de tokens aos gestores de dispositivos, utilizar tokens apenas numéricos, fundir e-tokens com identificações dos beneficiários e ampliar os e-tokens nas campanhas de 2025.





### **Apresentação: Governação, apropriação e sustentabilidade das abordagens digitais para campanhas de saúde pública**

**Apresentador:** Andrew Wamari (Ministério da Saúde, Quênia)

A apresentação do Quênia esclareceu melhor como a abordagem de digitalização do Ministério da Saúde se alinha com a política nacional (Lei da Saúde de 2017/Política de Saúde 2016-2030), a conformidade com a proteção de dados, o acesso baseado em funções e a gestão do Ministério da Saúde por meio de um plano de ação e revisões regulares.

### **Apresentação: Transformar a saúde comunitária e a gestão de campanhas no Benim**

**Apresentadores:** Roderigue Kahoun, Rock Aikpon, Fatou Sow (PNM, Benim)

Esta apresentação mostrou os esforços do Benim para padronizar os processos digitais em toda a saúde comunitária e na implementação de diferentes programas de saúde (por exemplo, malária, vacinação, MDA, DTN, nutrição), permitindo que os distritos façam a gestão das atividades numa única plataforma e reutilizem os dados existentes da iniciativa de saúde comunitária. As vantagens incluíram ferramentas harmonizadas, dados consolidados, mobilização de profissionais de saúde comunitários já formados na plataforma para tarefas da campanha, custos totais mais baixos e maior qualidade dos dados. Com base nesse sucesso, o programa nacional de controlo da malária planeia garantir a interoperabilidade com o DHIS2 e expandir a funcionalidade para incluir pagamentos/fi-nanças, geolocalização e aplicações de IA/painéis inteligentes para sustentar a entrega integrada.

### **Apresentação: Lições aprendidas e desafios da digitalização das campanhas de distribuição de MTI no Sudão do Sul**

**Apresentador:** Aweno Norman (PNM, Sudão do Sul)

Esta apresentação detalhou a experiência de digitalização da campanha de MTI do Sudão do Sul, destacando uma transição faseada do papel para fluxos de trabalho suportados pelo DHIS2, concebidos para ambientes de baixa largura de banda e alto risco (formulários offline-first e pontos de sincronização pré-planeados). Aproximadamente 2,7 milhões de mosquiteiros foram entregues durante a campanha a mais de 4,5 milhões de pessoas. Um total de 3.111 voluntários foram formados, o que resultou em maior visibilidade operacional em áreas de difícil acesso. Os desafios incluíam a perda de dispositivos, o acesso à energia para carregamento e redes intermitentes. As medidas de mitigação incluíram kits de dispositivos sobresselentes, carregamento solar, formulários simplificados, centros de apoio regionais e parcerias de segurança. A apresentação enfatizou o planeamento antecipado, a liderança governamental, a colaboração entre parceiros (Ministério da Saúde/HISP Tanzânia [empresa de software]), o desenvolvimento de capacidades locais e planos claros de expansão para sustentar a interoperabilidade do DHIS2 e a utilização rotineira de dados.

### **Apresentação: Fortalecimento da digitalização de campanhas integradas: Orientações da OMS e da UNICEF para navegar pela digitalização e seleção de ferramentas**

**Apresentadores:** Lauren Theis (CHAI), Chipo Ngongoni (OMS), Cristina Lussiana (UNICEF)

A UNICEF apresentou o Guia de Seleção de Ferramentas Digitais para Campanhas de Saúde, um recurso estruturado que complementa o Kit de Ferramentas de Digitalização de Campanhas Integradas (ICD) da OMS para ajudar os programas de controlo de doenças a escolher as ferramentas adequadas por fase da campanha e caso de utilização. O guia dá prioridade a Bens Públicos Digitais gratuitos/de código aberto, inventários de recursos e mapeamento de funcionalidades entre fases. Os destinatários desta orientação incluem programas de controlo de doenças, equipas nacionais da UNICEF/OMS e implementadores que planeiam campanhas digitalizadas.



# WORKSHOPS

A agenda da tarde levou os participantes a quatro workshops paralelos, práticos e interativos, cada um com um facilitador e um orador principal. Seguindo instruções breves, os participantes trabalharam com listas de verificação práticas, estudos de caso e resolução de problemas em grupo. Os quatro temas prioritários principais incluíram o seguinte:

- **Grupo de trabalho 1 — BYOD para campanhas de MTI e SMC**

Presidido por Robert Opoku (FICV/AMP) e Dorcas Essien (Consórcio da Malária), a sessão abordou os aspetos práticos da implementação de um modelo BYOD para a digitalização de campanhas, incluindo especificações de dispositivos e planeamento de ligação, gestão de dados e níveis de apoio no terreno, além de controlos de custos/riscos, ilustrados com exemplos práticos do Gana e da Nigéria.

- **Grupo de trabalho 2 — Campanhas integradas e digitalização entre programas**

Presidido por Bradley Didier (CHAI) e Olajumoke Arinola (UNICEF), as discussões centraram-se na governação e nos requisitos técnicos para plataformas partilhadas entre campanhas contra a malária, DTN e outras campanhas de saúde: funções, padrões de dados, interoperabilidade DHIS2, implementação sequencial e modelos de cofinanciamento.

- **Grupo de trabalho 3 — Otimização da reutilização de dados de campanhas**

Presidido por Elijah Egwu (CRS), o grupo discutiu uma estrutura para aproveitar os dados da campanha de MTI para outras iniciativas de saúde, abordando ID exclusivos, consentimento e privacidade, metadados e dicionários de dados, interoperabilidade de dados e painéis reutilizáveis para análise contínua.

- **Grupo de trabalho 4 — Pagamentos digitais**

Presidido por Jama Idil Hussein (OMS) e apoiado por uma equipa da Dimagi, os participantes discutiram como projetar pagamentos mais rápidos e seguros com a utilização de ferramentas digitais para facilitar a seleção de fornecedores, verificação, fluxos de trabalho de pagamento de ponta a ponta, painéis de reconciliação e registos de auditoria robustos para fortalecer a responsabilidade e reduzir o desperdício.

---

### Visão geral da sessão de cartazes/stands

Para facilitar uma maior interação e aprendizagem entre os programas e parceiros, foram montados alguns stands de demonstração fora das salas de reunião. Isso permitiu que os participantes visitassem os stands durante os intervalos para descanso, onde podiam interagir com exposições interativas e cartazes informativos. Esta configuração atraiu um interesse significativo e proporcionou uma plataforma eficaz para apresentar as várias soluções. Quatro parceiros de produto montaram stands para apresentar a sua plataforma digital de campanha e envolveram os participantes em discussões.

---

### Atividades de networking

Após as atividades do primeiro dia, foi organizada uma receção para networking. A receção proporcionou uma oportunidade única para os participantes interagirem informalmente com colegas, parceiros de soluções e partes interessadas. Esta sessão foi concebida para promover relações, trocar ideias e explorar potenciais colaborações num ambiente descontraído e convivial.



# AVALIAÇÃO PÓS-REUNIÃO E COMENTÁRIOS DOS PARTICIPANTES

Os comentários dos participantes são importantes para identificar pontos fortes e áreas a melhorar em reuniões futuras. As informações para esta secção foram recolhidas de duas formas. Durante o registo na plataforma CVENT, foi preenchido um questionário<sup>1</sup> e, após o evento, foi distribuído um inquérito online a todos os participantes para recolher comentários<sup>2</sup>.

- As figuras 1 a 5 baseiam-se nos dados recolhidos a partir do questionário preenchido durante o registo online. As perguntas do questionário tinham como objetivo recolher informações gerais sobre os participantes, por exemplo, se era a primeira vez que participavam na reunião, como tomaram conhecimento da mesma, bem como outros detalhes demográficos ou contextuais semelhantes. Os números e análises relacionados baseiam-se, portanto, nas respostas de 177 participantes (no país e online).
- A figura 6 em diante e a análise dos resultados são derivados do inquérito após o evento, que foi distribuído aos participantes após a realização da reunião. Este segundo inquérito teve como objetivo recolher comentários e avaliações reais sobre o evento em si, incluindo a satisfação, impressões e sugestões dos participantes. Foram recebidas 20 respostas ao inquérito de avaliação pós-reunião, representando 24% dos 177 participantes. Embora essa taxa de resposta seja relativamente comum para inquéritos voluntários, ainda fornece informações valiosas sobre a satisfação dos participantes e áreas que podem ser melhoradas.

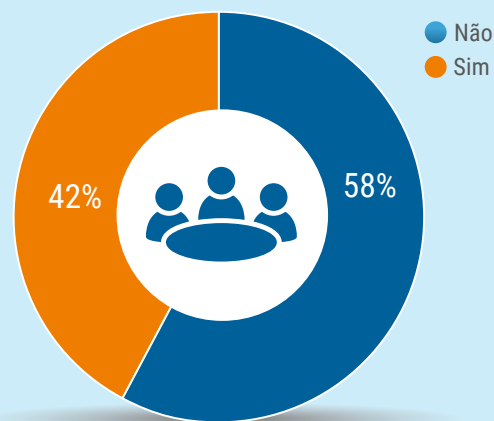


1. Para efeitos de apresentação dos resultados abaixo, iremos referir-nos a eles como participantes.  
2. Para efeitos de apresentação dos resultados abaixo, iremos referir-nos a eles como inquiridos.

## Informações do contexto

Quarenta e dois por cento dos participantes estavam presentes pela primeira vez, enquanto 58 por cento eram participantes recorrentes (Figura 1). Isso demonstra uma combinação saudável de participantes novos e recorrentes, indicando tanto um interesse sustentado quanto um alto envolvimento na Reunião de Digitalização da Campanha.

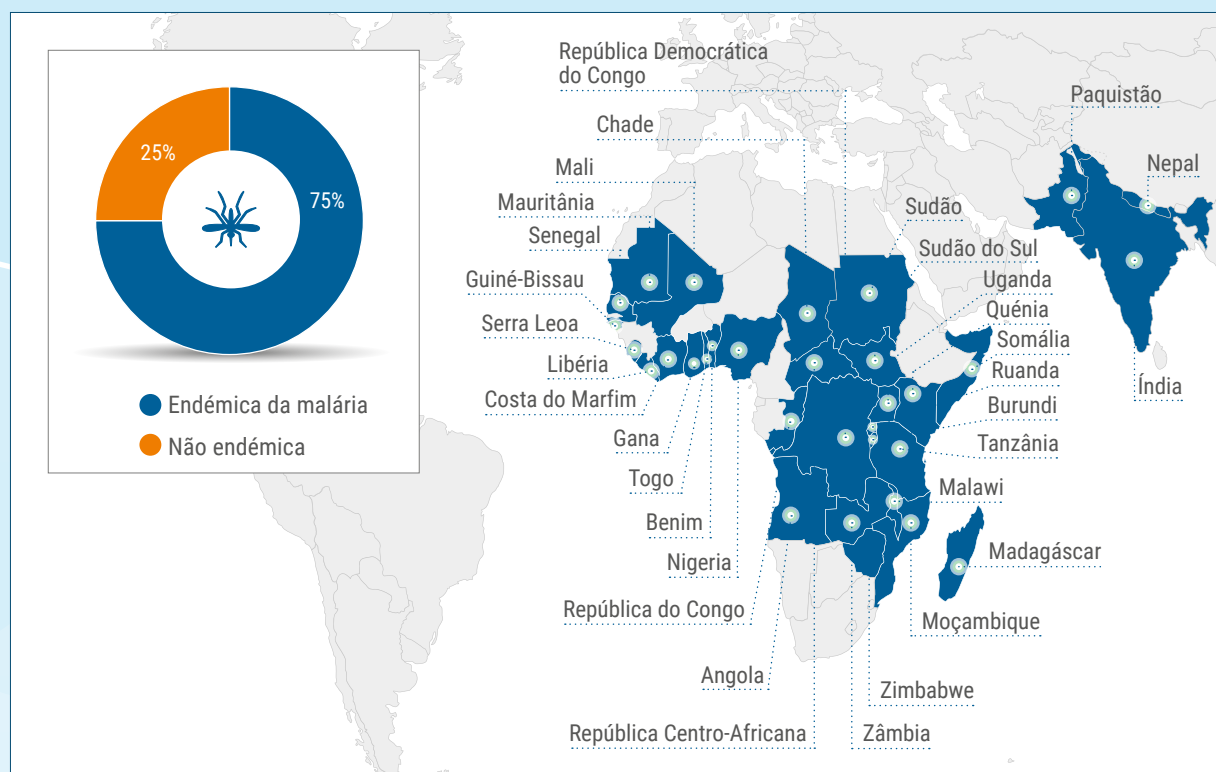
**Figura 1:** Participantes pela primeira vez na Reunião de Digitalização da Campanha anual da AMP



Participantes de países endêmicos e não endêmicos de malária aderiram ao projeto. Em 2025, 75,1% de todos os participantes (presenciais + virtuais) estavam sediados em países endêmicos de malária. Veja o mapa abaixo para saber que países estão representados. Esta forte

presença contínua dos países afetados pela malária sublinha a relevância da reunião e a importância de garantir que os mais afetados pela doença estejam bem representados (Figura 2).

**Figura 2:** Origens geográficas dos participantes

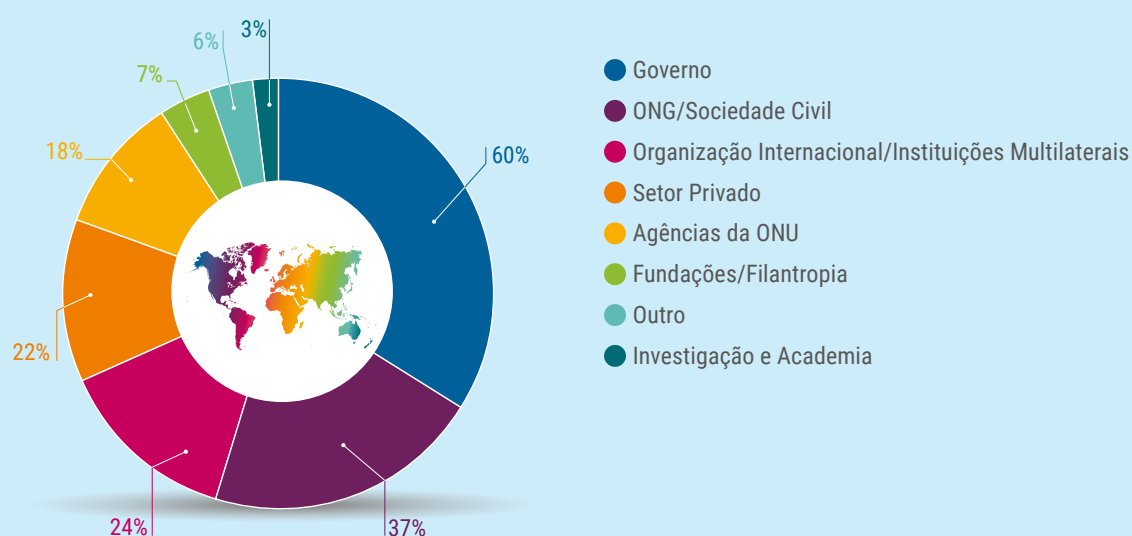




A Figura 3 mostra que os participantes provinham de um vasto leque de entidades, com a maior percentagem proveniente de programa nacionais de controlo da malária/governo (34%) e organizações não governamentais (ONG)/implementadores da sociedade civil (21%), seguidos por um forte contingente de agências da ONU e outros parceiros multilaterais (14%) e do setor privado (12%). Grupos menores,

mas importantes, incluíram o setor privado, fundações/filantropia e investigação/academia, além de alguns listados como outros. Este equilíbrio reflete o caráter multilateral da reunião, combinando lideranças nacionais, implementadores operacionais, parceiros técnicos e financiadores para impulsionar esforços coordenados de digitalização.

**Figura 3:** Participantes por tipo de organização







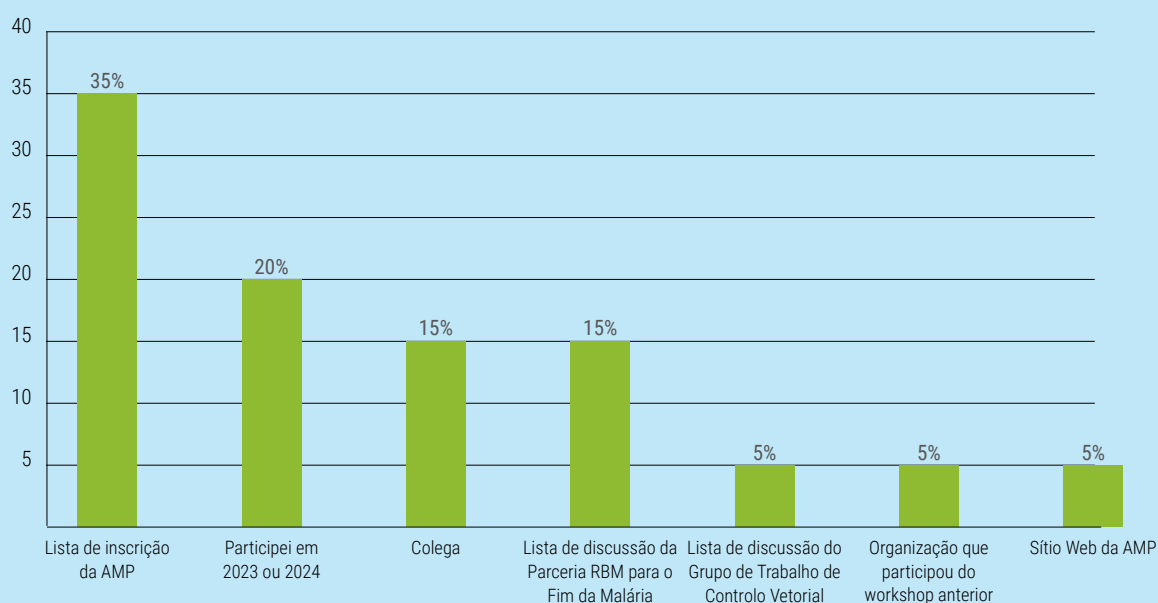


## Fontes de informação dos participantes sobre a Reunião de Digitalização da Campanha

Os participantes da Reunião de Digitalização da Campanha de 2025 receberam informações sobre a inscrição na reunião através de vários canais (Figura 4). A maioria dos participantes foi informada através da lista de inscrição da

AMP (35%), seguida por colegas (15%) e pela lista de discussão da Parceria RBM para o Fim da Malária (15%). Outras fontes incluíram o sítio Web da AMP (5%) e a lista de discussão do Grupo de Trabalho de Controlo Vetorial (5%).

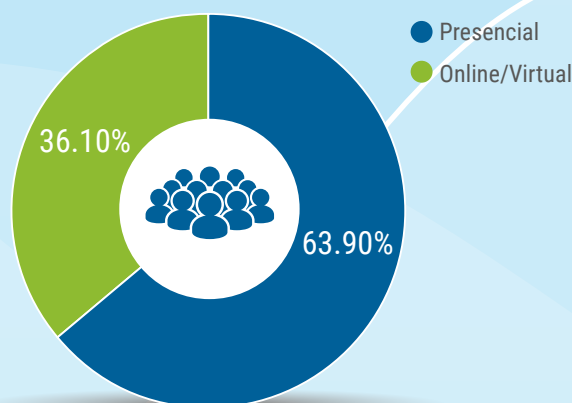
**Figura 4:** Fontes de sensibilização para a Reunião de Digitalização da Campanha de 2024



## Composição dos participantes — Reunião de Digitalização da Campanha de 2025

A Reunião de Digitalização da Campanha de 2025 contou com 177 participantes num formato híbrido, com 113 presentes fisicamente (63,9%) e 64 online (36,1%). Esta composição ressalta a forte procura por networking presencial e intercâmbios práticos, enquanto a opção virtual ampliou o acesso para equipas de países e parceiros com restrições de viagem ou orçamento. De modo geral, o perfil de participação indica que uma abordagem híbrida continua a ser eficaz para maximizar a inclusão sem sacrificar a qualidade das discussões técnicas e da colaboração.

**Figura 5:** Percentagem de participantes online vs. presenciais

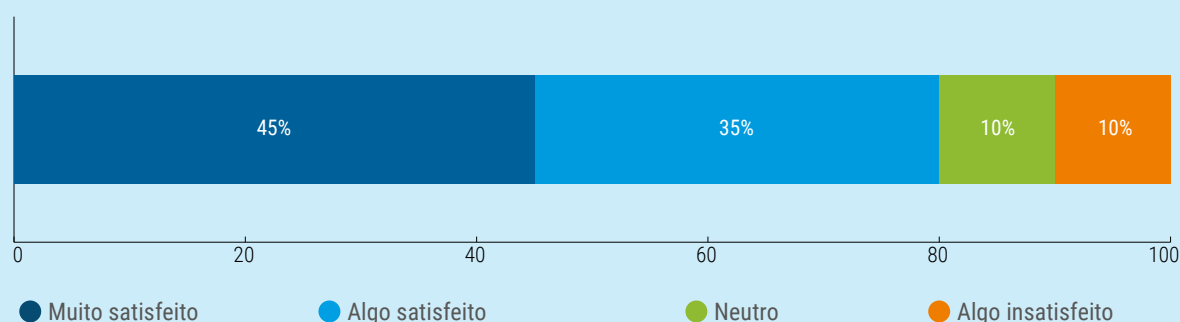


## Satisfação geral

A Figura 6 mostra que os comentários dos inquiridos foram extremamente positivos: 88% afirmaram estar satisfeitos ou muito satisfeitos com a Reunião de Digitalização da Campanha de 2025 (34% satisfeitos; 54% muito satisfeitos), enquanto 7% se mostraram neutros e 5% insatisfeitos. Esta distribuição indica um forte alinhamento entre os objetivos da reunião e as

expetativas dos inquiridos, com uma clara apreciação pelo conteúdo e pela apresentação. Os pequenos segmentos neutros e insatisfeitos destacam oportunidades para refinar o ritmo das sessões, aprofundar os conhecimentos práticos e melhorar o apoio aos participantes com necessidades técnicas ou contextuais específicas.

**Figura 6:** *Nível geral de satisfação*



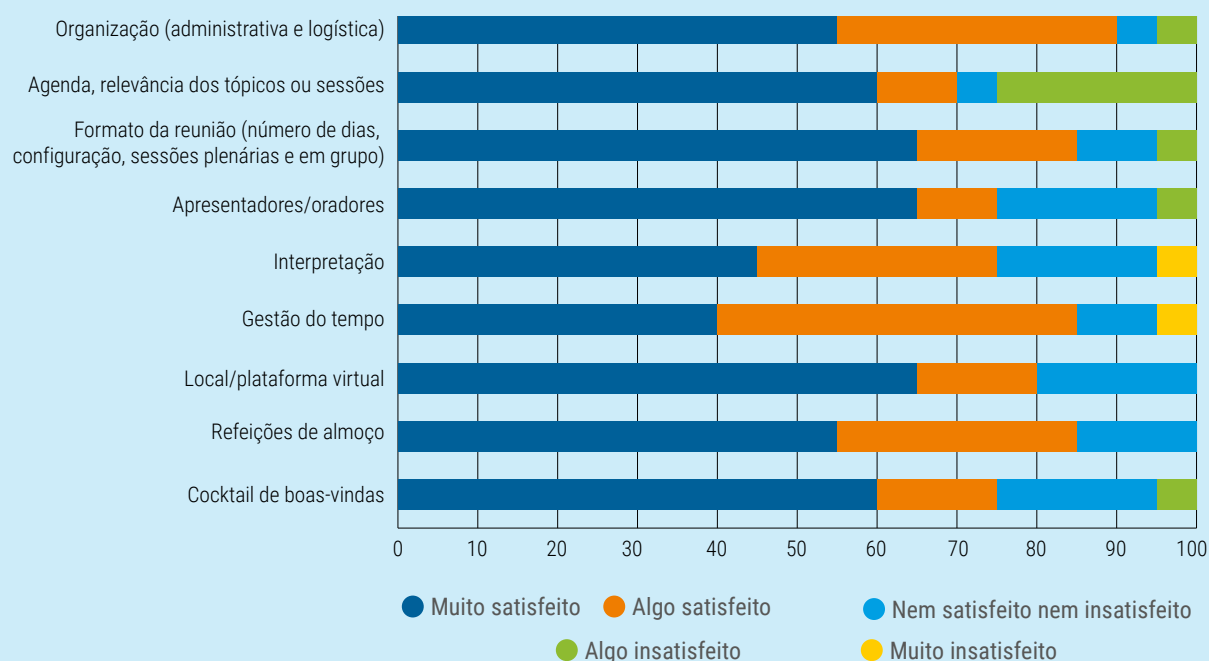
## Avaliação das atividades da reunião

A satisfação geral com as atividades da reunião foi elevada, com respostas “muito satisfeito” e “algo satisfeito” constituindo a clara maioria em todas as dimensões. O processo de registo e o sítio Web, a organização (administração e logística), a relevância da agenda e das sessões, o formato geral da reunião, o local/plataforma virtual e as refeições de almoço receberam as avaliações mais positivas, com a maioria dos participantes a relatar estar muito satisfeitos e apenas uma pequena minoria neutra ou insatisfeita. Os apresentadores/oradores também obtiveram avaliação positiva, embora com uma proporção maior de opiniões neutras. Os

comentários mais contraditórios referiram-se à interpretação e à gestão do tempo, que registaram as maiores proporções de respostas “algo insatisfeito” e “muito insatisfeito” e ao cocktail de boas-vindas, que também obteve avaliações mais neutras e negativas do que outros aspetos logísticos. Em conjunto, os resultados apontam para o sucesso da logística robusta, da experiência do utilizador e do design da sessão, ao mesmo tempo que sinalizam a necessidade de reforçar a qualidade da interpretação, aplicar uma gestão de tempo mais rigorosa e aperfeiçoar a componente social/receção (Figura 7).



**Figura 7:** Distribuição da satisfação com as atividades da reunião (% das respostas)

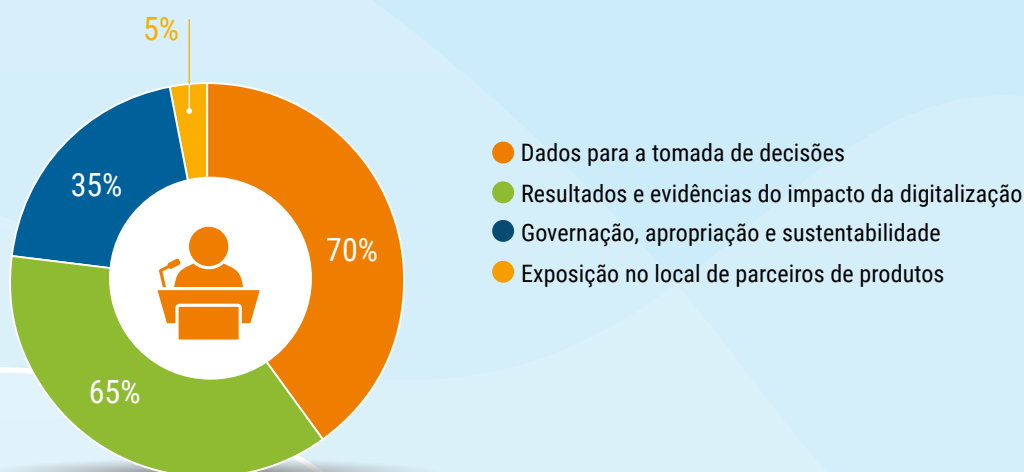


## Relevância das sessões da reunião

Com base em n=20 respostas ao inquérito, as sessões mais frequentemente marcadas como “mais relevantes” foram “Dados para tomada de decisões” (70%) e “Resultados e evidências da digitalização” (65%), seguidas por “Governança, apropriação e sustentabilidade” (35%), com menções limitadas à exposição no local

(5%). As percentagens representam a percentagem de inquiridos que selecionaram cada sessão (eram permitidas várias seleções), pelo que os totais excedem 100%. Em suma, o interesse concentrou-se na utilização de dados e evidências, com a governação como prioridade secundária.

**Figura 8:** resumo das sessões mais relevantes





ap

Alliance po  
tion du P

MÖVENPICK

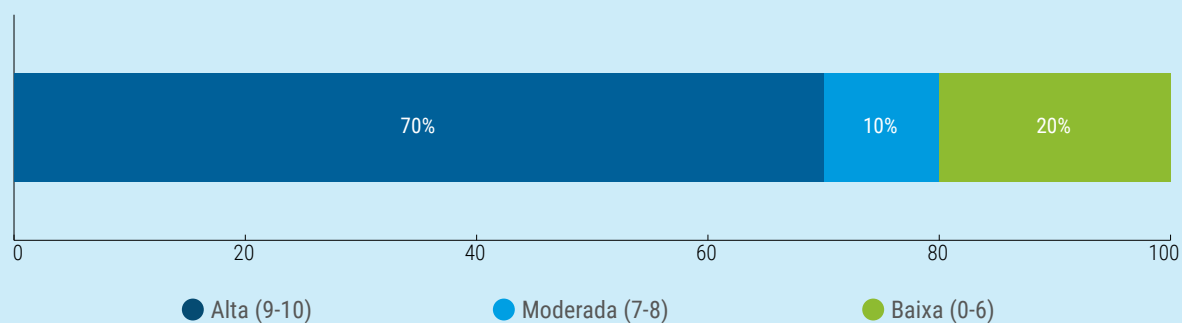


## Probabilidade de participação futura e recomendações

Os inquiridos expressaram uma forte intenção de regressar: 70% avaliaram a sua probabilidade de participar noutra reunião como 9-10 (alta), 10% como 7-8 (moderada) e 20% como 0-6 (baixa), com base em n=20 respostas. A avaliação mais comum foi 10/10 (60% de todas

as respostas), seguida de 9/10 (10%). Isto indica um núcleo sólido de participantes altamente envolvidos, com um pequeno segmento a citar reservas úteis para um acompanhamento direcionado, para converter mais pessoas no grupo de alta probabilidade no próximo ano.

**Figura 9:** Probabilidade de participar em reuniões futuras

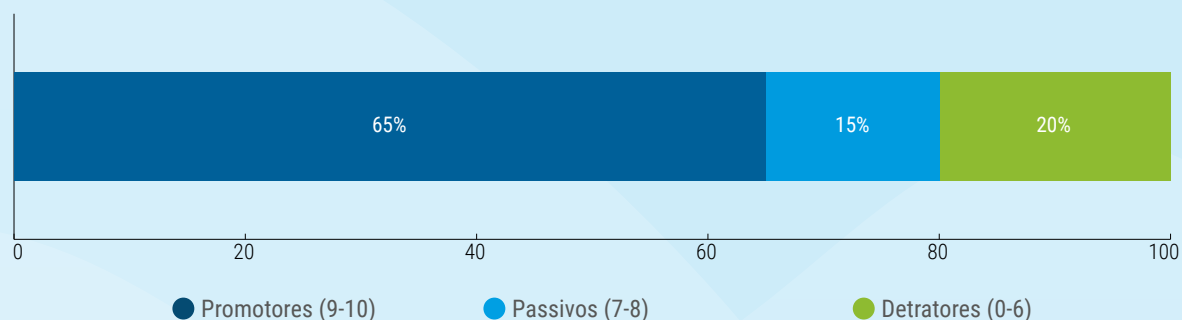


## Recomendar reuniões a outras pessoas

Os inquiridos demonstraram forte apoio ao evento: 80% avaliaram a sua probabilidade de recomendação entre 8 e 10, incluindo 65% de promotores (9-10), enquanto 15% eram passivos (7-8) e 20% detratores (0-6). A avaliação indica um alto nível de satisfação e potencial de divul-

gação boca a boca, com um pequeno segmento de detratores apontando para melhorias específicas (por exemplo, melhorar alguns elementos organizacionais ou de conteúdo) para atrair mais participantes para a faixa de promotores no próximo ano.

**Figura 10:** Probabilidade de recomendar a reunião a outras pessoas







## O que os inquiridos mais gostaram na Reunião de Digitalização da Campanha

Os inquiridos valorizaram mais o networking e a colaboração entre colegas, os estudos de caso liderados pelos países e os workshops práticos (BYOD, reutilização integrada de dados de campanhas, pagamentos digitais) que mostraram exatamente como operacionalizar os tópicos no terreno. Em termos de logística, o

processo de registo e a organização geral funcionaram bem, e a interpretação simultânea melhorou a acessibilidade. Estes comentários sugerem manter o design híbrido e orientado para a prática; expandir as sessões de workshops; e promover o intercâmbio entre países.

## Citações de comentários

“Estudos de caso de países que mostraram a implementação no mundo real — muito práticos e transferíveis.”

“Os painéis e demonstrações de dados em tempo real — ver problemas sinalizados e resolvidos rapidamente.”

“Organização forte e registo tranquilo; a logística foi bem gerida.”

“A combinação de trabalho em plenário e em grupo manteve o ritmo e permitiu uma discussão mais profunda.”

“A sessão de campanha integrada — útil para o planeamento entre programas.”

“Dicas práticas sobre gestão de dispositivos, planeamento de ligação e fluxos de trabalho do serviço de assistência.”

“Foi muito bem organizado, com uma representação muito necessária entre parceiros e pessoas do ecossistema.”

“A oportunidade de estabelecer contactos e trocar ideias com colegas que trabalham em desafios semelhantes.”

“Workshops práticos, especialmente a sessão BYOD, deixaram claro como operacionalizar ferramentas digitais.”

“Alinhamento claro com sistemas nacionais como o DHIS2; útil para pensar sobre sustentabilidade.”

“Boa interpretação — ajudou-me a acompanhar sessões fora da minha língua de trabalho.”

“Ver como outros PNM estruturaram a supervisão e as verificações de qualidade dos dados.”

“O conteúdo foi diretamente relevante para o nosso planeamento da campanha de 2025.”





## O que os inquiridos menos gostaram na Reunião de Digitalização da Campanha

Os comentários dos participantes sobre os aspetos “menos apreciados” concentraram-se em algumas questões que podem ser resolvidas: gestão do tempo e atrasos que limitaram as sessões de perguntas e respostas (P&R), interação insuficiente em comparação com apresentações em excesso, qualidade intermitente da interpretação/áudio e algumas preocupações com o conforto do local (temperatura/acústica/assentos). Uma parte menor mencio-

nou o horário/variedade do catering, sobreposição/repetição da agenda, falhas ocasionais na transmissão virtual/ligação e atrasos isolados na inscrição/check-in. Para o próximo ano, as conclusões são: reforçar a presidência e os horários das sessões, melhorar as verificações de AV/interpretação, ajustar a configuração da sala, simplificar a agenda para reduzir a duplicação, fortalecer as sessões virtuais, etc.



## Citações de comentários

“As sessões frequentemente ultrapassavam o tempo previsto, o que prejudicava a discussão.”

“O áudio era inconsistente; às vezes, tinha dificuldade para ouvir os oradores.”

“Havia apresentações em excesso e poucas perguntas e respostas.”

“Teria preferido mais variedade e um melhor tempo para intervalos.”

“A sala estava bastante fria e a acústica dificultava o acompanhamento.”

“A transmissão caiu algumas vezes; o feed online ficou lento durante as perguntas e respostas.”

“Alguns tópicos pareciam repetitivos — poderiam ser simplificados.”

“O balcão de inscrição era lento nos horários de pico; a reimpressão dos crachás demorava um pouco.”

## Sugestões para tópicos de reuniões futuras

Os inquiridos forneceram uma variedade de sugestões de tópicos e temas a serem considerados para a Reunião de Digitalização da Campanha de 2026. As principais sugestões incluem:

- Aumentar o número de demonstrações de produtos e sessões de testes ao vivo.
- Apresentações aprofundadas sobre temas específicos, como microplaneamento, gestão de stocks e digitalização integrada de campanhas.
- Workshops para discutir desafios e soluções para países com questões semelhantes.
- Exercícios práticos em microplaneamento e registo.
- Digitalização de outras campanhas de saúde, como a vacinação.
- Análise de custo-benefício da digitalização de campanhas.
- Experiências BYOD.
- Experiências com pagamentos móveis a funcionários no terreno.
- Discutir a integração de campanhas e dados para maior eficiência.
- Promover registos geográficos comuns para uma gestão de dados consistente.
- Organizar workshops para partilhar soluções entre países.
- Desenvolver capacidades através de várias abordagens de formação.





## Sugestões para melhorar a reunião

Os inquiridos destacaram várias áreas para melhorar a reunião, incluindo:

- Sessões mais longas ou dias adicionais e mais tempo dedicado a sessões de perguntas e respostas.
- Sessões individuais mais curtas para permitir mais tempo para perguntas.
- Garantir que as demonstrações de produtos não ocorram no final do dia para manter os participantes envolvidos.
- Incluir atividades estimulantes entre as sessões para quebrar o ritmo das muitas apresentações.
- Criar mais oportunidades para sessões interativas e práticas.
- Aumentar o tempo destinado às discussões sobre soluções de produtos.
- Melhorar a qualidade e a consistência dos serviços de interpretação.
- Melhorar a experiência de aprendizagem, garantindo o acompanhamento de todas as questões e facilitando encontros e discussões em pequenos grupos.
- Fornecer demonstrações dedicadas para participantes online, separadas das demonstrações presenciais.
- Fornecer uma lista de outras acomodações possíveis próximas ao local do evento.
- Dar mais oportunidades de intervenção às delegações dos países mais afetados pela malária.







## AMP CONTACTOS

**Para se juntar à conferência semanal AMP todas as quartas-feiras às 10:00 horas hora de Leste (16:00 PM CET) utilize a linha de reunião Zoom seguinte:**

<https://us06web.zoom.us/j/88935481892?pwd=h3cuJ3x5LOsR58YXcEaub8ULqu5LMj.1>

**Pode encontrar o seu número local para aderir à chamada semanal:**

<https://zoom.us/u/acyOjkIj4>

**Para ser adicionado à lista de correio da AMP, visite:**

<https://allianceformalariaprevention.com/join-us>

**Para contactar a AMP ou juntar-se a um grupo de trabalho da AMP, envie um e-mail para:**

[info@allianceformalariaprevention.com](mailto:info@allianceformalariaprevention.com)

**Para mais informações, consulte o site da AMP:**

<https://allianceformalariaprevention.com>