

**VAMOS JUNTOS
SUPERAR
ESSA CRISE.**

**A INDÚSTRIA NO COMBATE
À COVID-19.**

NÚMERO 27

BOLETIM SESI COVID

QUINTA-FEIRA, 29 DE SETEMBRO DE 2021



CONCEITO

COMO SE CLASSIFICAM AS MORTES: A ORIGEM DA CID

Desde o início da pandemia surgem questionamentos sobre o montante de mortes causadas pela COVID-19. Enquanto muitos alegam subnotificação, outros apontam que os números estão superestimados. Poucos sabem, no entanto, que a exigência de padronizar a codificação da causa básica de um óbito vem do século XIX, quando foi criada a Classificação Internacional de Doenças (CID), rotineiramente utilizada na prática médica.

A CID foi aprimorando-se de tempos em tempos até ser assumida em 1948 como uma das primeiras atividades da recém-fundada Organização Mundial da Saúde. A cada ano, a OMS realiza reuniões de ajuste para compilar novas situações, como a surgida com a COVID-19.

Independentemente da ordenação das razões preenchidas pelo médico na declaração de óbito, as regras da CID permitem identificar aquela que foi a causa básica, um conceito distinto de “causa final da morte”. O determinante nesse momento é relatar como se desenvolveu a história natural de um agravo ou de um acidente, sempre se amparando em um raciocínio clínico subjacente. Nunca no tempo entre infecção ou acidente e a data de morte.

Podemos dar o seguinte exemplo para distinguir os conceitos de causa básica e causa imediata de morte. Um ferimento proposital por arma de fogo pode levar à hemorragia cerebral seguida de coma; a um pneumotórax; ou a uma lesão das alças intestinais com infecção generalizada. O coma, o pneumotórax e a infecção generalizada poderão ser a causa final da morte. Porém, nos três casos, a razão básica será homicídio por arma de fogo.

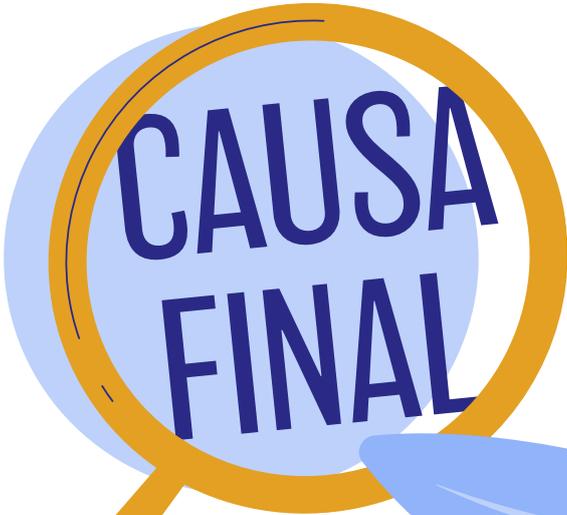
O mesmo vale para as doenças infecciosas que podem conduzir ao óbito muito tempo após a infecção, como é o caso da tuberculose, aids, hepatite C e, agora, da COVID-19. ■



CAUSA
BÁSICA

OMS

CID

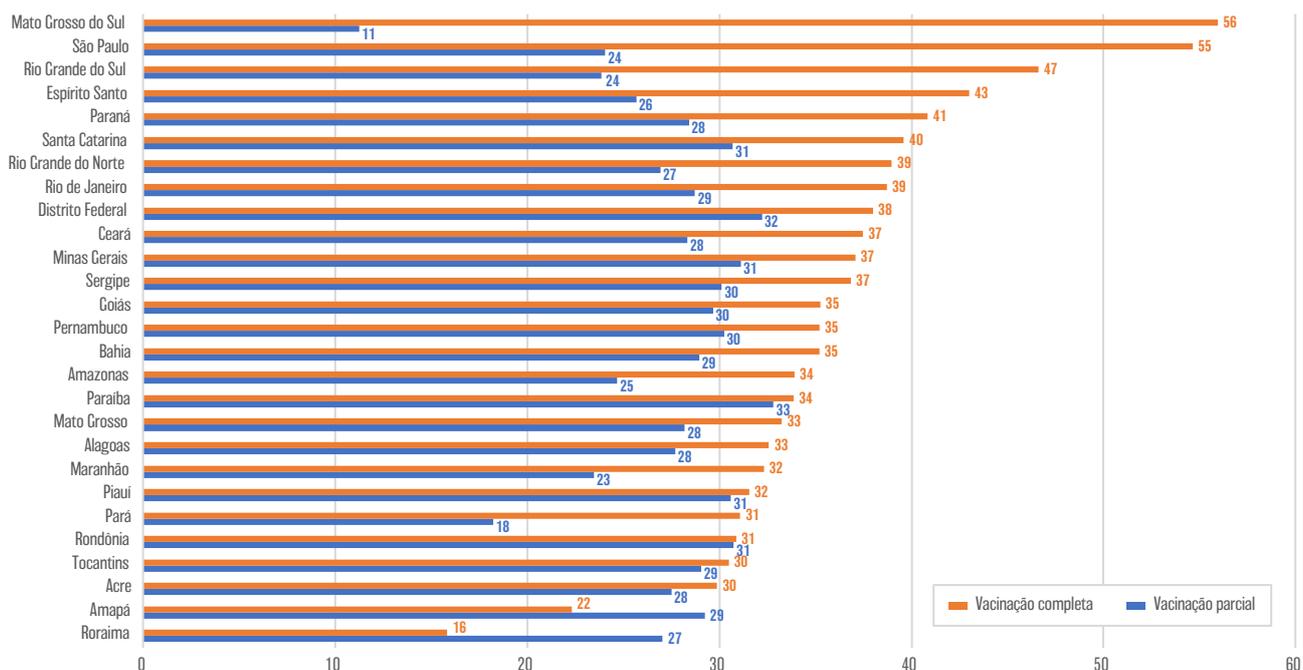


CAUSA
FINAL

COVID-19

CONTEXTO

A DESIGUAL COBERTURA VACINAL POR ESTADOS



Conceito de vacinados de imprensa a partir das secretarias estaduais de Saúde

A cobertura vacinal no Brasil encontra-se até o dia 27 de setembro de 2021 com 41% de toda população completamente vacinada e 29% com apenas uma única dose. Em relação aos fabricantes, a proporção de vacinas aplicadas foi: AstraZeneca (43,6%); Sinovac (32,6%), Pfizer/Biontech (21,7%) e Janssen (2,1%).

No gráfico a seguir podemos ver como anda a cobertura vacinal com duas doses (ou única no caso da Janssen) por estados. Mato Grosso do Sul e São Paulo lideram com 55% de toda população completamente imunizada. Com cobertura entre 40% e 49%, encontram-se Rio Grande do Sul, Espírito Santo, Paraná e Santa Catarina. Entre 35% e 39% estão Rio de Janeiro,

Distrito Federal, Ceará, Minas Gerais, Sergipe, Goiás Pernambuco e Bahia. A faixa 30-34% reúne o maior número de estados: Amazonas, Paraíba, Mato Grosso, Alagoas, Maranhão, Piauí, Pará, Rondônia, Tocantins e Acre. A pior situação é do Amapá (22%) e de Roraima (16%).

A variação entre os estados pode ser explicada pela vacina predominantemente utilizada em cada área, já que AstraZeneca, CoronaVac e Pfizer possuem intervalos distintos entre a aplicação da primeira e da segunda dose.

Importante destacar que as coberturas de São Paulo e Mato Grosso do Sul igualam-se a dos Estados Unidos, ficando acima de Argentina, Colômbia e México na América Latina. ■

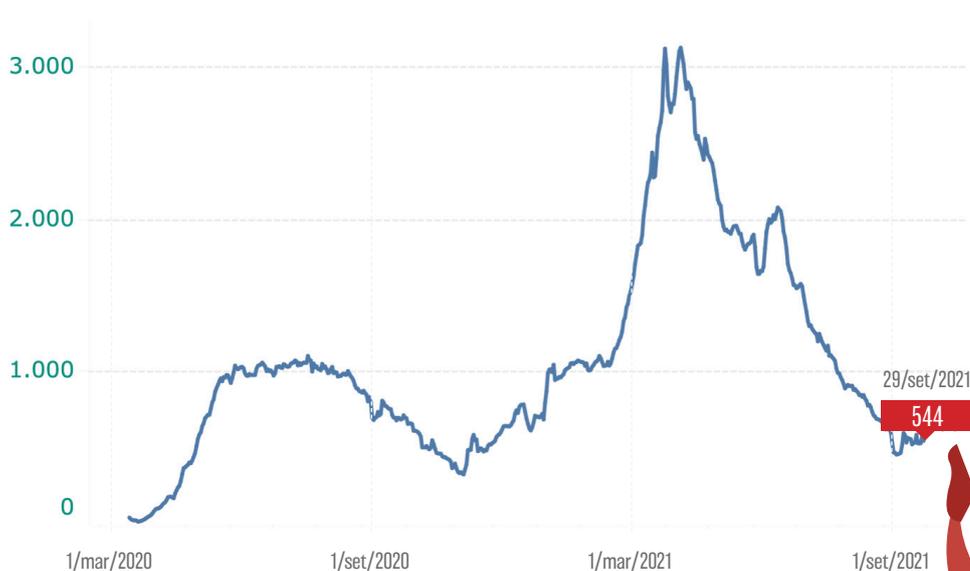
TENDÊNCIAS

MORTES PELA COVID-19 ESTÃO ESTÁVEIS

O número de mortes por COVID-19 está em estabilidade há mais de uma semana. A média móvel por sete dias se mantém ainda acima de 500 óbitos por dia. A situação é decorrente do aumento de fatalidades no Distrito Federal, Paraná e Espírito Santo e também pela esta-

bilidade em estados com maior influência no cômputo nacional, como São Paulo, Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul. Essa média móvel ainda fica distante do menor número de óbitos em um único dia (329), ocorrido em 10 de novembro de 2020. ■

ÓBITOS: MÉDIA MÓVEL DE 7 DIAS



Fonte: Conselho Nacional de Secretários de Saúde



ENTREVISTA

MARIA CRISTINA NADER

GERENTE SÊNIOR DE SAÚDE NATURA &CO AMÉRICA LATINA



Com 52 anos de história, a **Natura &Co** possui hoje 4 marcas que atuam no setor de cosméticos: Natura, Avon, The Body Shop e Aesop. Juntas, fazem do grupo o quarto maior do mundo no segmento de beleza. Presente em 110 países, a empresa possui 35 mil colaboradores, 3.700 lojas e franquias e mais de 8 milhões de consultoras e representantes espalhadas pelo planeta.

“Diante da drástica mudança na rotina de trabalho e familiar, o primeiro passo foi ouvir as pessoas por meio de uma grande pesquisa”

Em maio deste ano, um levantamento da Natura &Co, na América Latina, indicou a ocorrência, até ali, de 40 mil casos de COVID-19 na rede de representantes e consultores, e mais de 1.200 mortes. Como foi a abordagem da companhia junto às representantes e consultoras, que em grande parte continuaram saindo às ruas para manter sua renda?

Solidários com os impactos do coronavírus na vida das nossas consultoras e representantes, criamos uma série de iniciativas, incluindo apoio para atendimento médico, assistência psicológica, doação de alimentos, apoio no enfrentamento à violência doméstica, auxílio funeral e condições comerciais diferenciadas. E para garantir que a nossa rede de consultoras e representantes continuasse suas atividades em segurança, respeitando as medidas de distanciamento social, adotamos ações para acelerar o processo de digitalização que estava em curso já há alguns anos. Também garantimos apoio

econômico e psicológico, criando um fundo de emergência para as representantes em situação mais vulnerável, seja porque ficaram doentes, seja porque passaram por situação de perda de emprego e de parte substancial da renda. Manter o fluxo de comunicação constante com nossas consultoras e representantes, por meio de diferentes canais e formatos, permitiu identificar as necessidades delas de acordo com o estágio da situação da pandemia

E quanto aos funcionários da Natura &Co, quais as ações empreendidas pelo grupo desde o início da pandemia?

Desde o início da pandemia, o grupo estabeleceu três compromissos principais: cuidar das pessoas; barrar o contágio e manter a economia circulando. Sempre priorizando a vida e o bem-estar de todos. Entre as primeiras ações, foi garantida a estabilidade de emprego para todos os colaboradores por 60 dias, para reduzir

o grau de incerteza em meio à crise. Estabelecemos o trabalho remoto para cargos administrativos. Para os nossos times operacionais, das fábricas e centros de distribuição, redobramos medidas de higienização e segurança e oferecemos licença remunerada para aqueles que estavam nos grupos de risco.

Como foi a resposta dos trabalhadores diante das medidas de prevenção de contágio? Quais problemas surgiram nesse processo de adaptação e conscientização?

Todos estamos diante de novas rotinas, tanto as pessoas que estão trabalhando remotamente em home office como aquelas que continuam de forma presencial em nossos espaços. Novas rotinas tomam tempo para se incorporar; a essa curva natural de aprendizagem, cabe adicionar as particularidades emocionais que cada pessoa possa estar enfrentando. Portanto, esse processo de escuta contínua, de sensibilização e educação, deve ser frequente e estar disponível em diferentes formatos. Por isso utilizamos as ferramentas das reuniões diárias de prevenção e cuidado nos espaços, boletim digital semanal, podcast semanal com dicas de prevenção e cuidado, lives em diferentes horários e com temáticas variadas abordadas por diferentes profissionais.

De que forma a pandemia impactou o comportamento e a saúde mental dos funcionários?

Diante da drástica mudança na rotina de trabalho e familiar, o primeiro passo foi ouvir as pessoas por meio de uma grande pesquisa. Entre os impactos mapeados estavam a ansiedade diante da nova rotina, novas distrações, neces-

sidade de tempo para cuidar dos filhos e de outros familiares e o aumento da carga horária de trabalho. Neste segundo ano de pandemia, identificamos, por meio de pesquisas, que as pessoas estavam mais cansadas e investimos na escuta e no melhor entendimento das necessidades do quadro. O grupo identificou que os fatores e sentimentos humanos mudaram, passando para um colapso emocional, econômico e no sistema de saúde, conseqüentemente o surgimento de frustração e desesperança.

Há uma preocupação da Natura &Co em educar as pessoas no que diz respeito à propagação de notícias falsas a respeito da COVID-19?

Sim, e para tanto desenvolvemos iniciativas para engajar as pessoas com a procura de informações de fontes confiáveis, que, ao contrário de espalhar medo ou angústia, ofereçam orientação de como cada pessoa pode ser parte da solução. Criamos a websérie “Passando pela crise”, que foi produzida para conscientizar as consultoras sobre fake news, gestão financeira em períodos de crise, digitalização, geração de renda e outros temas. Em 2020, os episódios alcançaram mais de 300 mil visualizações. Em 2021, lançamos uma nova websérie, “Saúde em pauta”, em parceria com o Hospital Israelita Albert Einstein. Disponibilizados no [YouTube](#), os vídeos falam da prevenção, ainda necessária, e cuidados com a saúde mental, prevenção de câncer e qualidade de vida, entre outros temas. E com a liderança da Avon, fizemos do dia 1º de abril um gancho para dicas via Instagram sobre como lidar com tanta informação surgindo ao mesmo tempo e como fugir das fake news. ■