



Guia de Tendências **SIPAT 2027**

A SIPAT do futuro já começou:
os movimentos que estão transformando campanhas
de saúde, segurança e cultura nas empresas



O que você vai encontrar neste guia:

Introdução e contexto

Carta da liderança	2
Manifesto Weex	4
Nosso produto	8
Como construímos este guia	9
Introdução	12

A transformação da SIPAT

A SIPAT está passando por uma transformação	14
A história da SIPAT	14

Os pilares de uma nova SIPAT

Gestão em SIPAT	16
Inovação em SIPAT	28
Conteúdo em SIPAT	44
Engajamento em SIPAT	58

SIPAT 2027: estratégia e planejamento

As grandes convergências da SIPAT 2027	73
Roadmap: preparando sua SIPAT 2027	78

Transformação na prática

Transformação na prática: cases Weex	86
Sobre a Weex	93
Mensagem final	96

Carta da Liderança



Leonardo Trivellato

CEO e Cofundador da Weex

A evolução da SIPAT começa com uma nova visão de cultura

A Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho nasceu para promover prevenção, conscientização e diálogo sobre saúde e segurança no trabalho. Ao longo de sua história, tornou-se um importante espaço para levar conhecimento às organizações e colocar a prevenção no centro das conversas. Mas o mundo do trabalho mudou, e os desafios também.

Em 2025, o Brasil registrou 806 mil acidentes de trabalho e 3.644 mortes, os maiores números da série histórica analisada pelo Ministério do Trabalho e Emprego. Em 2024, foram concedidos 481 mil benefícios relacionados a transtornos mentais e comportamentais, mais que o dobro do registrado em 2019. Esses números mostram que prevenção não pode se limitar à transmissão de informação. Saúde e segurança são construídas no cotidiano. Estão presentes na forma como as pessoas trabalham, tomam decisões, percebem riscos, se relacionam e participam das escolhas que afetam sua própria saúde. É nesse contexto que a SIPAT pode assumir um novo papel.

A SIPAT não constrói uma cultura de segurança sozinha. Mas pode ser um elo poderoso para construí-la.

Ela cria um momento privilegiado para aproximar conhecimento e realidade, estimular diálogos, ouvir trabalhadores, mobilizar lideranças e transformar temas de saúde e segurança em experiências capazes de gerar reflexão e participação. O desafio é fazer com que esse movimento não termine quando termina a semana.

Na Weex, acreditamos que essa construção passa pela combinação entre inovação, gestão, conteúdo e engajamento. O **Método Weex®**, metodologia própria que comprovadamente amplia a participação nas SIPATs, nasce dessa perspectiva: transformar informação em aprendizado, participação em consciência e campanhas em experiências conectadas a mudanças que possam permanecer.

Para 2027, enxergamos uma convergência: saúde física e mental, tecnologia, dados, aprendizagem, cultura e prevenção passam a fazer parte de uma mesma conversa. O **Guia de Tendências SIPAT 2027** nasce para ajudar empresas e profissionais a compreender essas transformações e construir campanhas mais relevantes, humanas e conectadas à realidade do trabalho.

Porque uma SIPAT relevante não é aquela que termina com a última atividade. É aquela que consegue deixar algo depois dela: mais consciência, mais participação e novos comportamentos capazes de fortalecer, no cotidiano, uma cultura de segurança.

Desejo uma boa leitura.



Nosso manifesto



**Mais do que
uma semana.
Uma mudança
de cultura.**

**Trabalhar deve ser saudável,
sustentável e seguro.
A Weex existe para tornar isso
real. Hoje e no futuro.**

Nascemos em 2020, no meio da pandemia, para apoiar empresas que não podiam parar. Em um momento de incerteza, estivemos ao lado das empresas e das pessoas, ajudando a mudar rotas e encontrar novos caminhos. Desde então, mais de três mil campanhas nos mostraram uma coisa: não foi a SIPAT que mudou. O que mudou foi o jeito de fazer SIPAT.

Não se mede mais a participação apenas pelo número de trabalhadores presentes. Medimos pelo quanto conseguimos envolver cada um deles.

Lembra quando a SIPAT era só uma obrigação no calendário? Quando informar as pessoas era o bastante para considerar a missão cumprida? Quando reunir os trabalhadores para assistir a uma palestra parecia suficiente?

A cultura de segurança sempre esteve no centro da SIPAT. Mas a atenção, o comportamento e as relações de trabalho evoluíram.

Por isso, é hora de se abrir para o novo. Um jeito mais inteligente de fazer SIPAT.

A Weex combina tecnologia, método, conteúdo e inteligência para transformar a experiência das campanhas e levar mais inovação, gestão, participação e engajamento para as empresas. Porque oferecer conteúdos em diferentes formatos é criar mais possibilidades e uma experiência melhor para quem participa.



Construir SIPATs gamificadas é tornar a aprendizagem mais leve e envolvente. Criar experiências interativas e acessíveis é trazer mais participação para cada campanha. Entender cada empresa, cada público e cada realidade é dar mais inteligência à forma de fazer SIPAT.

Seja pelo computador, tablet ou celular. Na terra, no ar, no mar, no campo, no escritório ou no home office. No Brasil ou no mundo. Se tem Weex, a SIPAT é para todos.

Somos uma empresa do nosso tempo, atenta às pessoas, ao mercado e aos desafios que surgem. Evoluímos continuamente para entregar soluções relevantes, completas e eficazes. Transformamos informação em cultura, riscos em consciência e protocolos em conexão humana. Abrimos caminho para que empresas possam inovar na forma de construir cultura de segurança, com uma gestão baseada em dados.

Porque quanto maior for a participação das pessoas na SIPAT, maior será o impacto que ela pode gerar na construção dessa cultura. E mais saudável, sustentável e seguro se torna o ambiente de trabalho.



Nosso destino é ser o elo entre a inteligência e a participação das pessoas. Somos um espaço seguro para inovação e um caminho para empresas descobrirem um novo jeito de fazer SIPAT: rápido, eficaz e sem abrir mão da qualidade e do impacto. Porque, quando você mais precisa, quem está ao seu lado faz toda a diferença.

Não somos apenas uma solução. Somos um ecossistema comprometido com um futuro onde saúde e segurança representam uma cultura que valoriza e protege a vida.

Chegamos para mudar o caminho. E a jornada está só começando. Junte-se a nós nessa nova era da SIPAT no Brasil. Abra-se a um novo jeito de fazer acontecer.

A SIPAT que todo mundo participa começa na Weex.

Por que escolher a Weex?

Criamos campanhas completas usando o **Método Weex®**, aplicado do início ao fim pelos nossos especialistas, unindo gestão, inovação, conteúdo e engajamento.

Nossos recursos



Dinâmicas & avaliação gamificada de aprendizado



Como construímos este guia

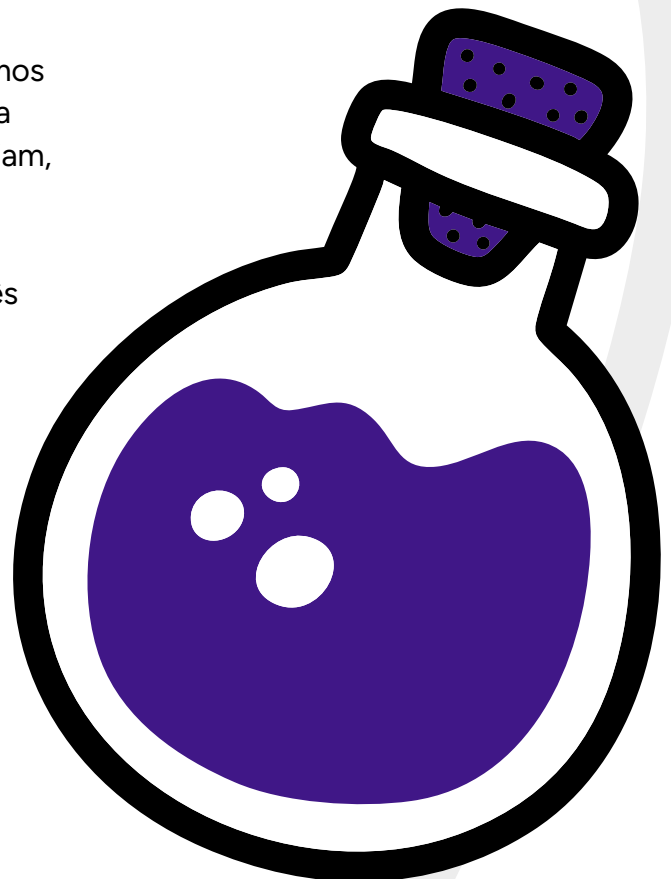
Uma análise dos movimentos que estão transformando a SIPAT

O futuro da SIPAT não nasce de uma única mudança. É construído pela combinação de diferentes movimentos: a evolução da cultura de segurança, as novas formas de aprendizagem, as mudanças no comportamento das pessoas, o avanço da tecnologia e a busca das empresas por experiências mais relevantes e mensuráveis.

Este guia foi criado a partir da observação desses movimentos e da experiência acumulada pela Weex acompanhando organizações que buscam transformar suas campanhas de saúde e segurança.

Mais do que apresentar previsões, buscamos identificar tendências que já começaram a influenciar a forma como empresas planejam, executam e avaliam suas SIPATs.

A construção deste material considera três fontes principais:



Movimentos que impactam o trabalho

Consideramos transformações relacionadas a comportamento, tecnologia, aprendizagem e cultura organizacional, que influenciam diretamente a forma como as pessoas se conectam com temas de saúde e segurança.

Dados e aprendizados de campanhas

As análises também consideram informações geradas a partir da experiência da Weex em campanhas corporativas, observando padrões de participação, formatos de interação e oportunidades de evolução.

Experiência de mercado

Acompanhamos desafios, necessidades e aprendizados de empresas de diferentes segmentos, observando como organizações estão repensando suas estratégias de comunicação, educação e engajamento.



Os quatro pilares deste guia

Conteúdo em SIPAT

Como os temas das campanhas acompanham novos desafios do mundo do trabalho.

A ampliação do olhar sobre segurança, saúde, comportamento e cultura.

Engajamento em SIPAT

Como transformar trabalhadores em participantes ativos.

A construção de experiências que geram conexão, protagonismo e participação.

Gestão em SIPAT

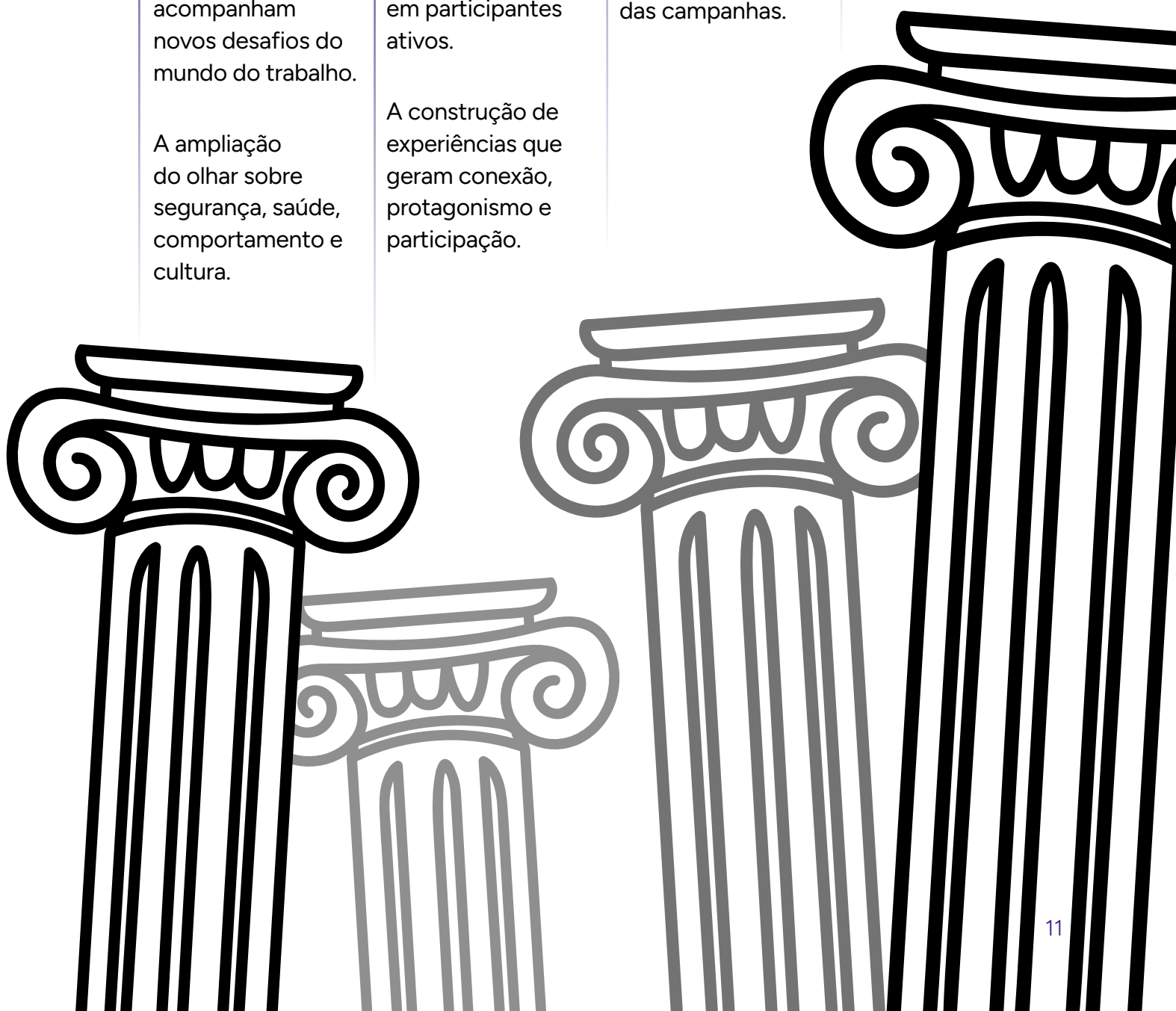
Como as empresas estão tornando a SIPAT uma estratégia de cultura.

A evolução do planejamento, da liderança, da personalização e da mensuração das campanhas.

Inovação em SIPAT

Como tecnologia e novos formatos ampliam as possibilidades de participação.

A transformação das experiências de aprendizagem e comunicação.



Intro

A SIPAT diante dos novos desafios do trabalho

O trabalho está mudando. Mudam as tecnologias, as formas de organização, as relações entre trabalhadores e empresas e os modos pelos quais as atividades são realizadas. Com essas transformações, também mudam os desafios relacionados à saúde e à segurança.

Nesse contexto, pensar a SIPAT para os próximos anos exige mais do que incorporar novos formatos, tecnologias ou temas às campanhas. Exige perguntar qual é o papel da prevenção diante das transformações do trabalho e como uma iniciativa tradicionalmente associada à informação pode contribuir para que trabalhadores e organizações compreendam melhor os riscos, discutam suas práticas e produzam novas formas de agir.

A SIPAT não acontece fora do trabalho. Ela está inserida em uma realidade marcada por diferentes condições, experiências e formas de organização. Por isso, sua capacidade de produzir resultados não depende apenas daquilo que é apresentado durante uma semana, mas da sua relação com aquilo que os trabalhadores vivem, percebem e enfrentam no cotidiano.

É nesse espaço entre a campanha e o trabalho real que surgem as principais tendências para a SIPAT 2027.

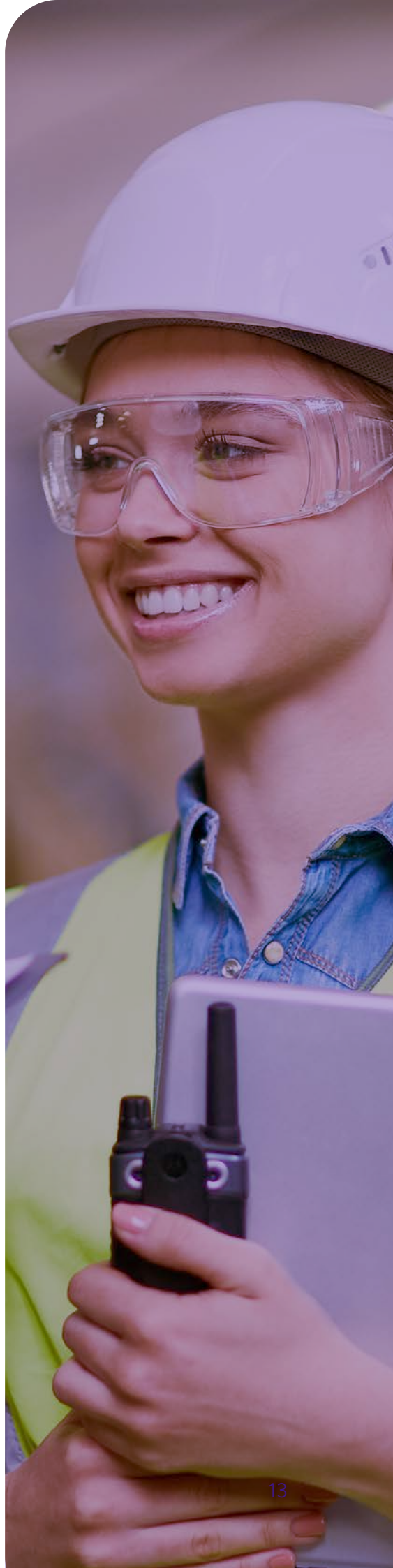
Mais do que prever quais serão os próximos formatos ou tecnologias, este guia busca identificar movimentos que apontam para uma transformação mais profunda: uma SIPAT que deixa de ser compreendida apenas como um período de comunicação e passa a ser pensada

como parte de uma estratégia permanente de prevenção, aprendizagem e construção coletiva de saúde e segurança.

As tendências apresentadas a seguir partem dessa perspectiva. Elas não representam uma ruptura com tudo o que foi feito até aqui, mas indicam novas possibilidades para ampliar o papel da SIPAT dentro das organizações — aproximando gestão, conteúdo, inovação e participação das questões concretas que atravessam o trabalho.

Porque a SIPAT do futuro não será definida apenas por aquilo que acontece durante a campanha.

Será definida pela capacidade de transformar a campanha em uma oportunidade para compreender melhor o trabalho, envolver as pessoas e fortalecer a prevenção no cotidiano.



A SIPAT está passando por uma transformação

Uma linha do tempo da evolução da campanha no Brasil

1970-80

PREVENIR ACIDENTES

O foco: identificar riscos e evitar acidentes.
A SIPAT: informação, normas e conscientização.



1980-90

AMPLIAR O OLHAR SOBRE A SAÚDE

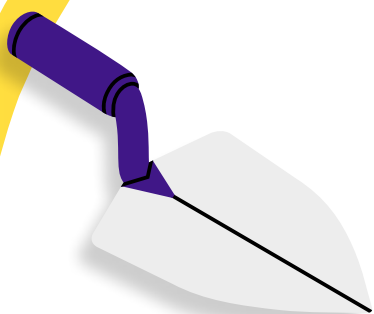
O foco: além dos acidentes, entram as condições de saúde e de trabalho.
A SIPAT: incorpora ergonomia, doenças ocupacionais e qualidade de vida.



1990-2000

COMPREENDER O TRABALHO REAL

O foco: reconhecer a diferença entre o trabalho prescrito e o trabalho realizado.
A SIPAT: começa a valorizar a experiência dos trabalhadores.



2000-10

CONSTRUIR SEGURANÇA COLETIVAMENTE

O foco: segurança não depende apenas do comportamento individual.

A SIPAT: envolve trabalhadores, lideranças e organização.

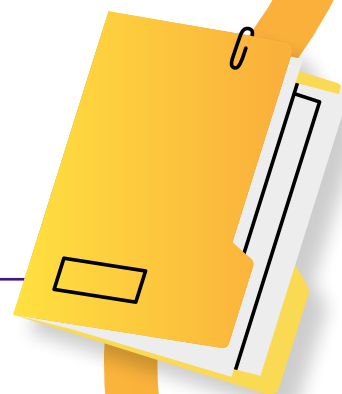


2010-20

CONECTAR E ENVOLVER

O foco: comunicação e participação ganham importância.

A SIPAT: experimenta novos formatos, linguagens e experiências.



2020-HOJE

APRENDER COM DADOS E EXPERIÊNCIAS

O foco: tecnologia, dados e novas formas de trabalho ampliam a complexidade da prevenção.

A SIPAT: busca participação, aprendizagem e acompanhamento de resultados.



EM 2027

DA SEMANA DE PREVENÇÃO À APRENDIZAGEM CONTÍNUA

A próxima evolução da SIPAT não está apenas em fazer mais. Está em compreender melhor o trabalho, ouvir quem o realiza e transformar experiência em aprendizagem e prevenção.



Pilar 1

“A SIPAT do futuro começa antes da primeira atividade: começa na estratégia que define qual transformação a empresa deseja construir.”

Pilar 1: Gestão em SIPAT

De uma ação anual para uma estratégia contínua de cultura

A evolução da SIPAT começa antes da escolha dos temas, formatos ou atividades. Começa na forma como a organização enxerga a própria campanha.

Durante muito tempo, a SIPAT foi tratada como um momento específico do calendário corporativo. Uma semana dedicada à conscientização. Uma programação com palestras, ações educativas e momentos de interação.

Esse modelo teve, e ainda tem, um papel importante. Mas empresas que buscam ampliar o impacto da SIPAT estão adotando uma visão mais estratégica: a campanha deixa de ser apenas uma entrega anual e passa a fazer parte de uma jornada contínua de construção de cultura.

O novo papel da gestão

Uma SIPAT estratégica precisa estar conectada às prioridades da organização.

Isso significa compreender:

- **quais comportamentos** precisam ser fortalecidos;
- **quais desafios** fazem parte da realidade da empresa;
- **quais públicos** precisam de maior atenção;
- **como medir** os resultados gerados.

A gestão deixa de olhar apenas para a execução da campanha e passa a olhar para o impacto que ela pode gerar.

As quatro tendências de Gestão em SIPAT

Tendência 1

Da SIPAT evento para a SIPAT jornada

Quando uma semana se transforma em uma experiência contínua

Durante anos, o principal desafio da SIPAT era organizar uma programação capaz de concentrar informação e participação em poucos dias.

Mas a evolução das campanhas mostra que grandes transformações não acontecem apenas em momentos isolados. Acontecem por meio de jornadas.

Uma jornada considera diferentes momentos:

Antes

Criar expectativa, preparar as pessoas e comunicar o propósito.

Durante

Proporcionar experiências relevantes, interação e aprendizado.

Depois

Manter conversas, acompanhar resultados e fortalecer os aprendizados.

Por que essa mudança importa?

Uma campanha concentrada em poucos dias pode gerar **atenção**.

Uma jornada bem construída pode gerar **continuidade**.

A SIPAT passa a ser vista como parte de um processo maior de cultura de segurança.

Ela pode se conectar com:

- treinamentos;
- comunicação interna;
- ações de saúde;
- iniciativas de desenvolvimento;
- objetivos estratégicos da empresa.



A SIPAT não precisa durar apenas uma semana para gerar impacto. Ela precisa ser construída como uma experiência que permanece.





A SIPAT mais estratégica não termina quando a programação acaba.

Continua presente na cultura que ajuda a construir.

Oportunidade para as empresas

Para transformar uma SIPAT em jornada:

1. Defina o propósito

Antes de escolher atividades, entenda qual transformação a campanha deseja estimular.

2. Planeje diferentes momentos

Pense na experiência completa, não apenas no evento principal.

3. Use aprendizados para evoluir

Cada edição deve gerar conhecimento para a próxima.



Dados como ferramenta de decisão

Dados não substituem a percepção humana

O uso de dados não significa transformar uma campanha em uma análise fria de números.

Pelo contrário.

Quando utilizados com propósito, os dados ajudam empresas a compreender:

- **quais conteúdos** despertaram mais interesse;
- **quais formatos** geraram maior participação;
- **quais públicos** foram alcançados;
- **quais pontos** podem evoluir.

Quando informações ajudam empresas a construir campanhas mais inteligentes

A evolução da SIPAT também passa pela forma como as empresas avaliam seus resultados.

Durante muito tempo, o sucesso de uma campanha era observado principalmente pela realização das atividades.

- Quantas ações foram feitas?
- Quantas pessoas participaram?

Esses indicadores continuam importantes.

Mas hoje existe uma oportunidade maior: usar dados para compreender melhor a experiência das pessoas.

Da medição para a inteligência

Uma SIPAT mais estratégica acompanha diferentes indicadores.

Alcance

Quantas pessoas tiveram contato com a campanha?



Percepção

Como os participantes avaliaram a experiência?



Participação

Quem participou das experiências propostas?



Aprendizado

Quais conhecimentos foram fortalecidos?



Medir uma SIPAT não é apenas comprovar resultados.

É descobrir novos caminhos para evoluir.

Oportunidade para as empresas

Para usar dados de forma estratégica:

1. Defina indicadores antes da campanha

O que precisa ser acompanhado?

2. Colete aprendizados durante a jornada

Não espere apenas o encerramento.

3. Transforme informações em decisões

Dados devem orientar melhorias.



Liderança como agente de cultura

Liderança que participa gera conexão

A participação da liderança na SIPAT demonstra que saúde e segurança não são responsabilidades isoladas de uma área.

São compromissos organizacionais.

Quando líderes participam:

- **reforçam o propósito** da campanha;
- **aproximam a mensagem** das equipes;
- **fortalecem a importância** do tema.

Quando a segurança deixa de ser apenas um tema de área e passa a fazer parte da liderança

Uma cultura de segurança forte depende de diferentes elementos.

- Processos.
- Comunicação.
- Aprendizado.
- Participação.

Mas existe um fator decisivo:
a presença da liderança.

Líderes influenciam comportamentos diariamente.

A forma como comunicam prioridades, reconhecem atitudes e participam das iniciativas transmite mensagens importantes sobre aquilo que realmente importa para a organização.

O papel da liderança na prática

Uma liderança presente pode:

Dar exemplo

Demonstrar que segurança faz parte das escolhas diárias.

Comunicar

Reforçar mensagens importantes.

Escutar

Compreender percepções das equipes.

Reconhecer

Valorizar atitudes positivas.



A cultura de segurança ganha força quando a liderança transforma discurso em atitude.

Oportunidade para empresas

Para aproximar lideranças da SIPAT:

1. Envolver desde o planejamento

A liderança precisa entender o propósito da campanha.

2. Criar participação real

Não apenas uma presença simbólica.

3. Conectar a SIPAT aos objetivos da organização

Mostrar que cultura e estratégia caminham juntas.



SIPAT conectada aos objetivos organizacionais

Quando a campanha deixa de ser uma ação isolada e passa a fazer parte da estratégia da empresa

Uma das maiores evoluções da SIPAT é seu reconhecimento como uma ferramenta de fortalecimento cultural.

Empresas que olham estrategicamente para a campanha entendem que pode contribuir para objetivos maiores:

- desenvolvimento de pessoas;
- fortalecimento de valores;
- comunicação interna;
- melhoria da experiência dos trabalhadores.

Segurança como parte da estratégia

Quando uma organização conecta sua SIPAT aos seus objetivos, deixa de pensar apenas:

- **“Qual tema vamos abordar?”**

E passa a perguntar:

- **“Qual mensagem precisa fazer parte da cultura que queremos construir?”**

Exemplos de conexão estratégica

Uma empresa que deseja fortalecer colaboração pode trabalhar temas relacionados a comportamento coletivo.

Uma empresa em transformação cultural pode usar a SIPAT como espaço de alinhamento.

Uma organização em crescimento pode utilizar a campanha para reforçar valores e práticas importantes.



“Uma SIPAT estratégica não existe apenas para cumprir uma agenda, existe para fortalecer uma cultura.”

Oportunidade para empresas

Para conectar SIPAT e estratégia:

1. Entenda prioridades organizacionais

Quais mensagens precisam ganhar força?

2. Alinhe áreas envolvidas

RH, Segurança, Comunicação e liderança precisam caminhar juntos.

3. Avalie impacto além da semana

Observe como a campanha contribui para a cultura.



Gestão em SIPAT

A evolução da gestão mostra que uma SIPAT mais forte começa antes da execução. Nasce de:

- planejamento estratégico
- uso inteligente de dados
- liderança presente
- conexão com objetivos organizacionais

Porque campanhas de impacto não são construídas apenas com boas ideias.

São construídas com direção.

Antes

Depois



A woman with long, dark, curly hair is wearing a yellow hard hat and an orange safety vest over a teal shirt. She is smiling and looking down at a tablet computer she is holding with both hands. The background is blurred, showing what appears to be a construction or industrial setting. There are large, semi-transparent blue and orange circular shapes overlaid on the image.

Pilar 2

“A inovação da SIPAT não está apenas nas ferramentas utilizadas. Está na capacidade de criar experiências que façam sentido para as pessoas.”

Pilar 2: Inovação em SIPAT

Novas possibilidades para criar experiências mais relevantes

A inovação sempre esteve presente na evolução da SIPAT. Cada fase da história trouxe novas formas de aproximar pessoas de temas importantes.

Novos formatos.
Novas linguagens.
Novas ferramentas.

Mas inovar não significa apenas utilizar uma tecnologia diferente ou adotar um formato moderno.

A verdadeira inovação acontece quando uma organização encontra novas maneiras de gerar aprendizado, participação e conexão.

O novo papel da inovação

Durante muito tempo, inovação foi associada principalmente à tecnologia. Hoje, essa visão se ampliou. Inovar em SIPAT significa pensar em toda a experiência:

- **como as pessoas acessam** o conteúdo;
- **como interagem** com a mensagem;
- **como aplicam** o aprendizado;
- **como a empresa acompanha** os resultados.

A pergunta deixa de ser:

- “Qual ferramenta podemos usar?”

E passa a ser:

- “Como podemos criar uma experiência melhor para as pessoas?”

As quatro tendências de Inovação em SIPAT

Novos formatos de aprendizagem

Tendência 1

A evolução do aprendizado corporativo

Durante muito tempo, a principal lógica de aprendizagem era:

- Transmitir informação.
- Avaliar compreensão.
- Encerrar a atividade.

Hoje, empresas buscam experiências que estimulem:

- participação;
- reflexão;
- aplicação prática; continuidade.

O aprendizado se torna mais conectado ao cotidiano.

Quando aprender deixa de ser apenas receber informação e passa a ser viver uma experiência

A forma como as pessoas aprendem mudou.

Fora do ambiente de trabalho, elas já estão acostumadas a diferentes formatos de acesso ao conhecimento:

- vídeos curtos.
- conteúdos interativos.
- experiências personalizadas.
- aprendizado sob demanda.

Essa mudança também influencia as expectativas dentro das organizações.

O papel dos formatos

Novos formatos não substituem todos os anteriores. Eles ampliam possibilidades. Uma conversa presencial pode gerar conexão. Um vídeo pode facilitar acesso. Uma dinâmica pode estimular reflexão. Uma experiência interativa pode aumentar participação.

A inovação está na **combinação** desses recursos.

Aprendizagem que respeita diferentes realidades

Uma organização reúne pessoas com diferentes:

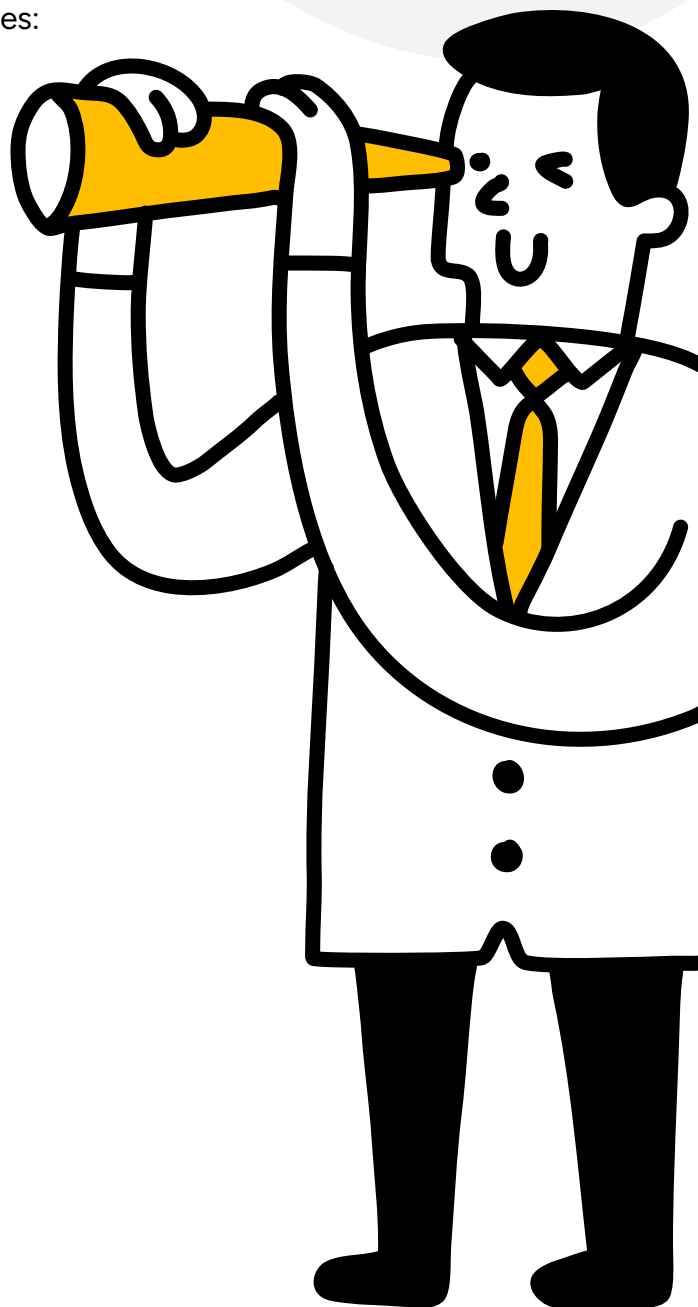
- funções;
- rotinas;
- experiências;
- formas de aprender.

Por isso, uma SIPAT mais inovadora considera diferentes caminhos para chegar à mesma mensagem.



Informação é o ponto de partida.

Aprendizado acontece quando existe conexão.





**A inovação no
aprendizado
não está
apenas em
ensinar de
novas formas.**

**Está em criar
experiências
que fazem
sentido
para quem
aprende.**

Oportunidade para as empresas

1. Conheça o público

Entenda como as pessoas se relacionam com o conteúdo.

2. Combine formatos

Use diferentes recursos com propósito.

3. Priorize aplicação

O aprendizado precisa fazer sentido no dia a dia.



Tecnologia como amplificador de experiência

Quando ferramentas digitais ampliam possibilidades sem substituir a conexão humana

A tecnologia transformou a forma como pessoas trabalham, aprendem e se comunicam. Na SIPAT, ela também abriu novas oportunidades. Mas existe um ponto essencial:

tecnologia não é o objetivo.

É uma ferramenta para criar experiências mais acessíveis, inteligentes e conectadas.

Tecnologia a serviço das pessoas

Uma aplicação estratégica da tecnologia permite:

- ampliar alcance;
- facilitar participação;
- acompanhar resultados;
- personalizar experiências;
- criar novas formas de interação.

O foco continua sendo a pessoa.

O equilíbrio entre tecnologia e humanidade

Uma campanha não se torna inovadora apenas porque utiliza recursos tecnológicos.

O valor está na forma como esses recursos ajudam a resolver desafios reais.

Uma tecnologia bem aplicada deve responder:

- **facilita** a participação?
- **melhora** a experiência?
- **aproxima** pessoas?
- **gera** aprendizados?



**A inovação
está em
combinar
recursos
para criar
experiências
melhores.**

Dados e tecnologia trabalhando juntos

Quando uma experiência utiliza recursos tecnológicos, ela também pode gerar informações importantes para a organização.

Esses dados ajudam a compreender:

- participação;
- preferências;
- pontos de atenção;
- oportunidades de melhoria.

A tecnologia como ponte

A evolução da SIPAT não deve ser vista como uma disputa entre presencial e digital.

Cada formato possui seu valor.

A questão estratégica é:

**qual combinação cria
a melhor experiência
para aquela realidade?**



**A tecnologia
amplia
possibilidades.**

**Mas são as
experiências
que geram
conexão.**

Oportunidade para as empresas

1. Comece pelo objetivo

A ferramenta deve atender uma necessidade real.

2. Pense na experiência completa

Tecnologia precisa facilitar, não complicar.

3. Use dados para evoluir

Aprenda com os resultados gerados.



Gamificação com propósito

Mais do que pontos e rankings

Gamificação não significa transformar segurança em brincadeira. Significa utilizar elementos presentes nos jogos para estimular:

- participação;
- interação;
- desafios;
- reconhecimento;
- evolução.

O objetivo é criar uma experiência mais envolvente.

Quando participar se torna parte do aprendizado

Durante muito tempo, campanhas corporativas foram construídas em uma lógica de transmissão:

A empresa comunica.
As pessoas recebem.
A mensagem é compartilhada.

Mas a aprendizagem ganha força quando as pessoas participam ativamente da experiência. É nesse contexto que a gamificação ganha espaço nas SIPATs.

A mecânica precisa servir ao propósito

Uma boa gamificação começa pela estratégia.

A pergunta não é:

“Como colocar um jogo na SIPAT?”

A pergunta é:

“Como criar uma experiência que ajude as pessoas a se conectarem com esse aprendizado?”



Case Aeromot



98% de adesão em uma campanha gamificada

A experiência da Aeromot demonstra como elementos de participação podem contribuir para ampliar o envolvimento das pessoas.

A empresa utilizou uma abordagem gamificada para estimular interação com os conteúdos da campanha.

O resultado:

O aprendizado

Quando as pessoas deixam de apenas receber uma mensagem e passam a interagir com ela, o aprendizado ganha novas possibilidades.

A large, solid yellow circle that serves as a background for the main statistic.

98% DE ADESÃO



**O
envolvimento
aumenta
quando as
pessoas
deixam de ser
espectadoras
e passam a
fazer parte da
experiência.**

Oportunidade para as empresas

1. Defina o objetivo

A mecânica deve estar conectada ao aprendizado.

2. Crie desafios relevantes

A participação precisa ter significado.

3. Valorize diferentes formas de participação

Nem todos se envolvem da mesma maneira.



Experiências personalizadas

A importância da relevância

Pessoas se conectam mais quando conseguem responder:

“Por que isso importa para mim?”

Por isso, experiências personalizadas consideram:

- **Público**
Diferentes perfis dentro da organização.
- **Formato**
Diferentes caminhos de aprendizagem.
- **Contexto**
Diferentes realidades de trabalho.

Quando a SIPAT começa a conversar com diferentes realidades

As organizações são formadas por pessoas diferentes.

Diferentes funções.
Diferentes rotinas.
Diferentes experiências.

Durante muito tempo, muitas campanhas foram construídas com uma lógica única:

- uma mensagem.
- um formato.
- uma experiência.

Mas a evolução da comunicação mostra que relevância depende de contexto.

Personalizar não significa criar uma campanha para cada pessoa

A personalização não elimina uma mensagem coletiva. Ela torna essa mensagem mais próxima.

Significa compreender:

- **quem participa;**
- **quais desafios** existem;
- **quais formatos** geram maior conexão;
- **quais temas** fazem sentido para cada realidade.

Case Águas Prata

PRATA
DESDE 1876

Tradição e inovação caminhando juntas

A experiência da Águas Prata mostra que inovação não pertence apenas a empresas digitais.

Uma organização com uma história centenária também pode encontrar novos caminhos para criar uma SIPAT mais conectada às pessoas.

Resultados:

ADESÃO

98%

na unidade Cunha

87%

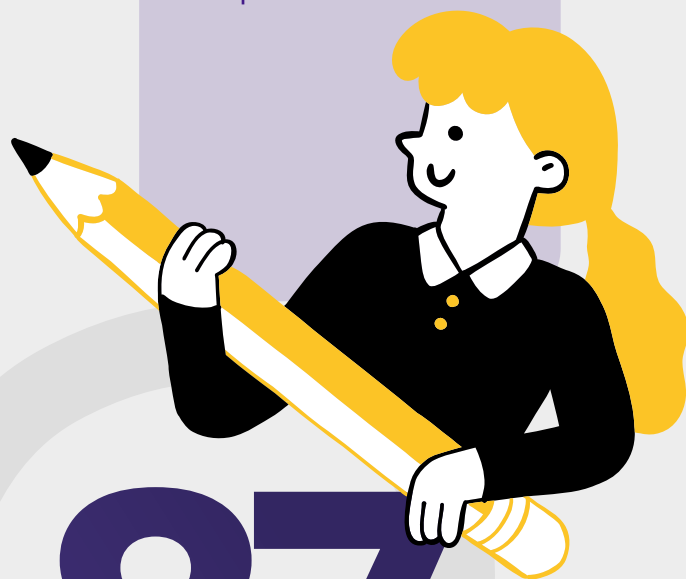
em Águas da Prata

96-100%

nos indicadores de satisfação avaliados

O aprendizado

A inovação acontece quando a experiência respeita a realidade das pessoas.



A próxima geração combina:

Novos formatos

+ Tecnologia

+ Interação

+ Personalização
para criar experiências
mais relevantes.

**Inovar é
encontrar
novas formas
de aproximar
pessoas de
mensagens
que importam.**





**A próxima
geração
de SIPATs
não será
apenas mais
acessível.**

**Será mais
relevante
para cada
realidade.**

Oportunidade para as empresas

1. Conheça os públicos

Entenda necessidades e desafios.

2. Combine diferentes formatos

Crie caminhos diversos de conexão.

3. Use aprendizados para evoluir

Cada campanha gera novos insights.



Inovação em SIPAT

A inovação não está apenas em utilizar novas ferramentas, está em criar experiências melhores.

A próxima geração de SIPATs combina:

- Novos formatos
- Tecnologia
- Interação
- Personalização

Para aproximar pessoas de mensagens que importam.

Antes

Informação

Recebimento

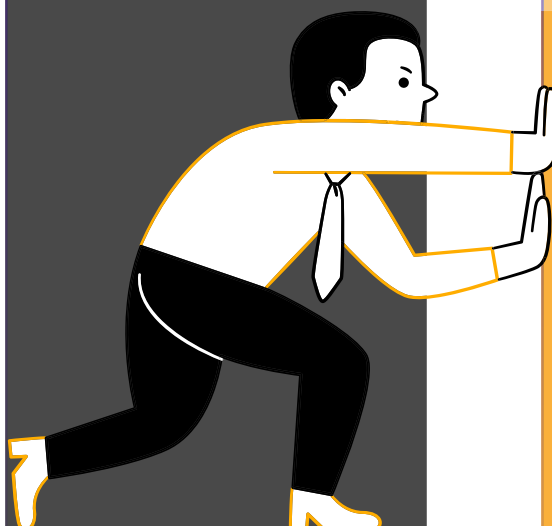
Depois

Experiência

Participação

Aprendizado

Cultura

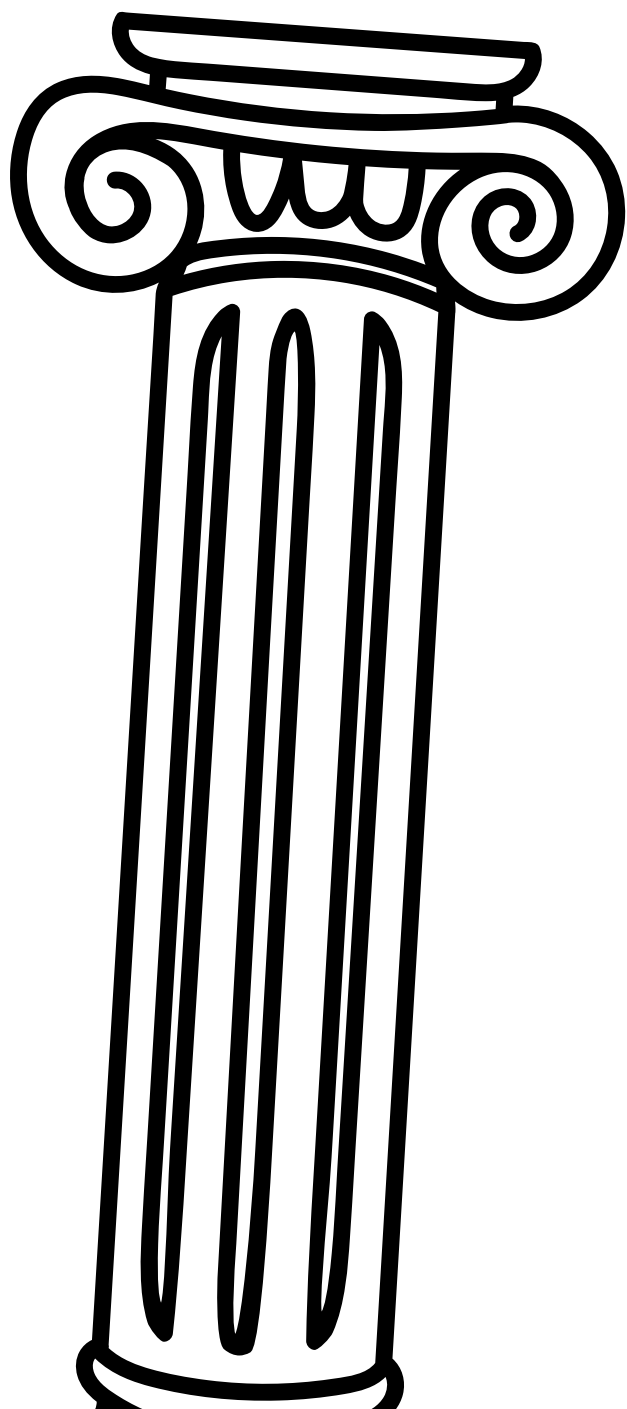


A woman wearing a yellow hard hat and a high-visibility yellow safety vest over a dark shirt. She is wearing glasses and has a small nose ring. She is looking upwards and to the left with a slight smile, holding a tablet in her hands. The background is blurred, showing what appears to be an industrial or construction setting. There are large, semi-transparent white shapes in the upper left corner of the image.

Pilar 3

“Conteúdos relevantes não são apenas aqueles que informam. São aqueles que fazem as pessoas perceberem sentido na mensagem.”

Pilar 3: Conteúdo em SIPAT



Da informação preventiva para conteúdos que geram conexão e transformação

Toda SIPAT nasce de uma intenção essencial: compartilhar conhecimentos que ajudam a construir ambientes mais seguros e saudáveis.

Mas, em um cenário de excesso de informações e diferentes desafios no cotidiano das organizações, uma pergunta se torna cada vez mais importante:

Como criar conteúdos que realmente gerem atenção, reflexão e mudança? A evolução do conteúdo em SIPAT passa por uma mudança de perspectiva.

A empresa deixa de pensar apenas:
“O que precisamos comunicar?”

E passa a pensar:
“Como essa mensagem será compreendida, vivida e aplicada pelas pessoas?”

O conteúdo como ferramenta de cultura

Durante muito tempo, conteúdos de saúde e segurança estiveram concentrados principalmente em orientações, procedimentos e informações técnicas. Esse conhecimento continua sendo indispensável.

Mas a experiência mostra que as pessoas se conectam mais quando conseguem perceber sentido naquilo que está sendo apresentado.

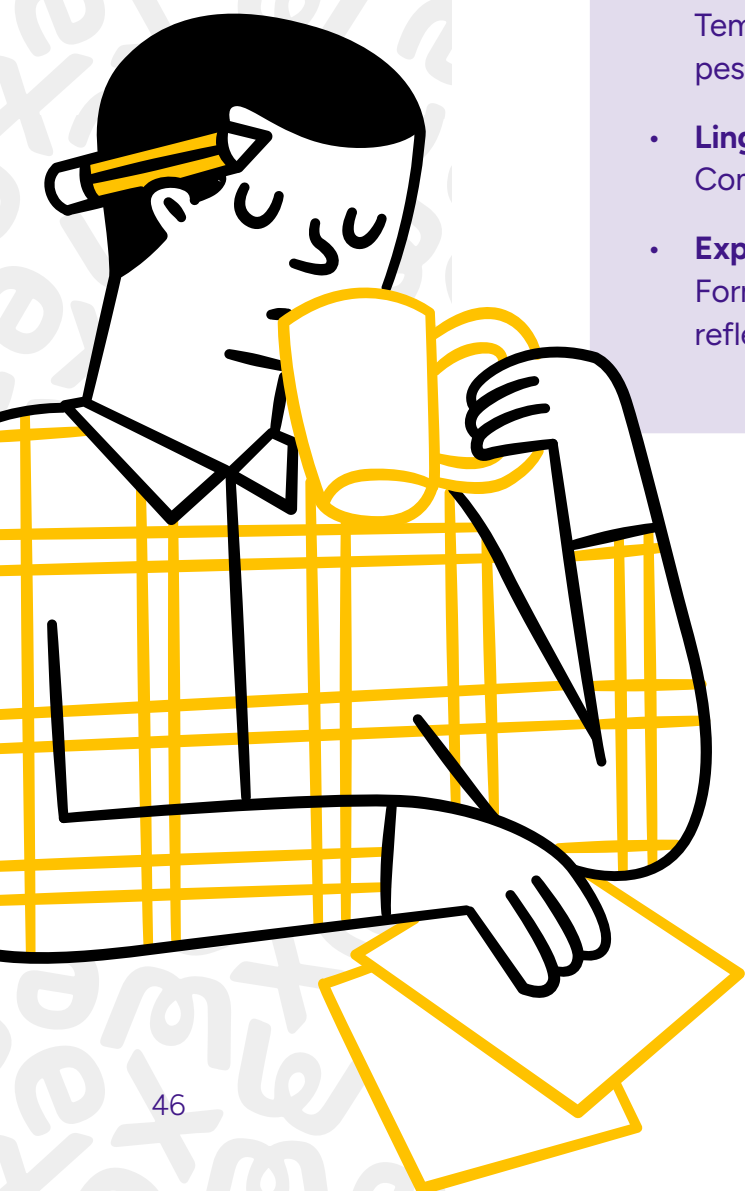
Um conteúdo relevante precisa responder:

- **Por que** isso importa?
- **Como** isso se conecta com minha realidade?
- **Que impacto** essa informação pode gerar no meu cotidiano?

O novo papel do conteúdo

A próxima geração de conteúdos em SIPAT combina três elementos:

- **Relevância**
Temas conectados aos desafios reais das pessoas.
- **Linguagem**
Comunicação clara, próxima e acessível.
- **Experiência**
Formatos que estimulam participação e reflexão.



As quatro tendências de Inovação em SIPAT

Saúde integral: o cuidado além da prevenção

Tendência 1

O novo olhar sobre saúde

A evolução da SIPAT acompanha uma transformação maior no mundo corporativo.

As empresas passaram a compreender que diferentes fatores influenciam:

- atenção;
- decisões;
- relações;
- comportamentos.

Por isso, conteúdos relacionados à saúde integral começam a dialogar com temas como:

- hábitos saudáveis;
- qualidade de vida;
- relações no ambiente de trabalho;
- equilíbrio;
- comportamento seguro.

Quando cuidar das pessoas significa olhar para todas as dimensões da experiência humana

Por muitos anos, falar sobre saúde e segurança no trabalho significava, principalmente, falar sobre prevenção de acidentes e redução de riscos. Esse olhar continua essencial. Mas a compreensão sobre cuidado evoluiu.

Hoje, organizações percebem que a experiência das pessoas no trabalho é influenciada por diferentes dimensões:

- físicas;
- emocionais;
- sociais;
- comportamentais.

A saúde deixa de ser vista apenas como ausência de problemas e passa a ser compreendida como uma construção contínua de cuidado.

Da prevenção de riscos para a promoção do cuidado

Uma cultura de cuidado não começa apenas quando existe um problema. É construída antes. Acontece quando a organização cria espaços para:



“Cuidar das pessoas é entender que saúde, segurança e qualidade de vida fazem parte da mesma jornada.”

- conscientização;
- diálogo;
- aprendizado;
- desenvolvimento de hábitos positivos.

A SIPAT se torna uma oportunidade de fortalecer essa visão preventiva e educativa.

Oportunidade para as empresas

1. Entenda a realidade das pessoas

Quais temas possuem maior conexão com o contexto da organização?

2. Equilibre prevenção e promoção

Amplie o olhar sem abandonar os fundamentos da segurança.

3. Crie conteúdos aplicáveis

Conhecimento precisa encontrar espaço no cotidiano.



Saúde mental como parte da cultura de segurança

Quando cuidar das pessoas também significa cuidar da forma como elas vivem o trabalho

O ambiente de trabalho é formado por pessoas completas. Pessoas que carregam experiências, desafios, emoções e histórias. Por isso, a forma como alguém se sente pode influenciar sua atenção, comunicação, relacionamento e tomada de decisão.

A saúde mental passa a integrar uma visão mais ampla de cultura de cuidado. Segurança além do aspecto físico. Construir ambientes seguros envolve compreender diferentes fatores que influenciam a experiência das pessoas.

Entre eles:

- qualidade das relações;
- ambiente de trabalho;
- equilíbrio entre demandas;
- abertura para diálogo;
- sensação de pertencimento.

Uma cultura de cuidado cria espaços para que as pessoas tenham mais consciência sobre esses aspectos.

Saúde mental não é uma ação isolada

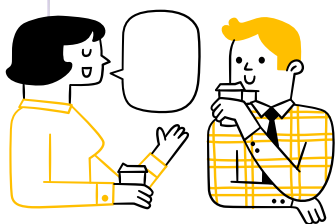
Um dos movimentos mais importantes dessa tendência é entender que saúde mental não deve aparecer apenas como um tema pontual durante uma campanha.

Faz parte de uma construção contínua.

A SIPAT pode contribuir criando espaços para:

Informação

Ajudar pessoas a compreender melhor o tema.



Reflexão

Estimular conversas importantes.



Cuidado

Reforçar a importância de buscar conhecimento e apoio quando necessário.



Comunicação responsável

Saúde mental exige uma abordagem cuidadosa.



Uma campanha pode:

- ampliar conhecimento;
- estimular reflexão;
- fortalecer conversas.

Uma cultura de segurança completa considera não apenas os riscos ao redor das pessoas, mas também os desafios que enfrentam.

Mas não substitui acompanhamento especializado quando necessário.

O papel da SIPAT é educativo e cultural.





**O cuidado
evolui quando
enxergamos a
pessoa além
da função que
ela exerce.**

Oportunidade para as empresas

1. Crie conversas responsáveis

Evite simplificar um tema complexo.

2. Conecte com a realidade do trabalho

Mostre como ambiente e relações influenciam experiências.

3. Integre ao cuidado contínuo

Não trate como uma pauta isolada.



Comunicação mais humana e próxima

A linguagem também constrói cultura

Durante muito tempo, a comunicação de segurança foi marcada por uma abordagem mais técnica e normativa.

Esse formato tem sua importância. Existem informações que precisam ser objetivas e precisas.

Mas uma comunicação mais próxima ajuda as pessoas a compreenderem:

- **por que** aquele assunto importa;
- **como** ele se relaciona com sua rotina;
- **qual papel** elas têm nessa construção.

Quando a mensagem deixa de ser apenas transmitida e passa a ser compreendida

Uma das maiores mudanças da comunicação corporativa foi perceber que informar não é o mesmo que conectar.

Uma mensagem pode estar correta.
Pode apresentar dados importantes.
Pode cumprir uma obrigação de comunicação.

Mas, para gerar impacto, ela precisa fazer sentido para quem recebe.

Comunicação que aproxima

Uma comunicação mais humana envolve:

- **Clareza**
Facilitar entendimento.
- **Contexto**
Mostrar relevância prática.
- **Proximidade**
Reconhecer situações reais.
- **Respeito**
Criar conexão sem distância.

O papel do storytelling

Pessoas se conectam com situações que reconhecem. Com exemplos. Com histórias. Com experiências.

Por isso, conteúdos que apresentam contexto e significado tendem a gerar maior identificação.



**Uma
mensagem
de cuidado
precisa ser
comunicada
de uma forma
que também
demonstre
cuidado.**

Oportunidade para as empresas

1. Conheça o público

Entenda antes de comunicar.

2. Simplifique sem perder profundidade

Clareza aumenta conexão.

3. Crie identificação

Mensagens precisam fazer sentido.



Conteúdo adaptado às novas gerações

A mudança no consumo de informação

As pessoas estão cada vez mais acostumadas a conteúdos:

- objetivos;
- visuais;
- interativos;
- acessíveis;
- conectados à prática.

Essa mudança influencia também a aprendizagem corporativa.

Quando diferentes formas de aprender exigem novas formas de comunicar

O ambiente de trabalho reúne pessoas com diferentes histórias, experiências e formas de consumir informação. Essa diversidade representa uma oportunidade.

Mas também traz um desafio:
como criar conteúdos relevantes para diferentes perfis dentro da organização?

Adaptar não significa substituir

É importante compreender:
a evolução dos formatos não elimina experiências que já funcionam.

Uma conversa presencial pode gerar conexão.
Uma atividade prática pode gerar reflexão.
Um vídeo pode facilitar acesso.
Uma experiência interativa pode ampliar participação.

A inovação está na combinação.

Diferentes pessoas. Diferentes caminhos.

Uma SIPAT reúne:

- diferentes funções;
- diferentes rotinas;
- diferentes gerações;
- diferentes experiências.

Por isso, uma comunicação eficiente considera:

- Quem são as pessoas?
- Como elas aprendem?
- O que faz sentido para sua realidade?

Estamos
criando
conteúdos
para a **realidade**
das pessoas ou
esperando que
as pessoas **se**
adaptem ao
nosso conteúdo?





A evolução da comunicação não está em falar mais. Está em criar melhores caminhos para que as pessoas compreendam e se conectem.

Oportunidade para as empresas

1. Conheça seus públicos

Mapeie necessidades e contextos.

2. Combine linguagens

Crie diferentes caminhos para a mesma mensagem.

3. Priorize relevância

O conteúdo precisa fazer sentido.



Conteúdo em SIPAT

A evolução do conteúdo mostra que uma campanha de impacto não depende apenas da informação compartilhada. Depende da capacidade de criar conexão.

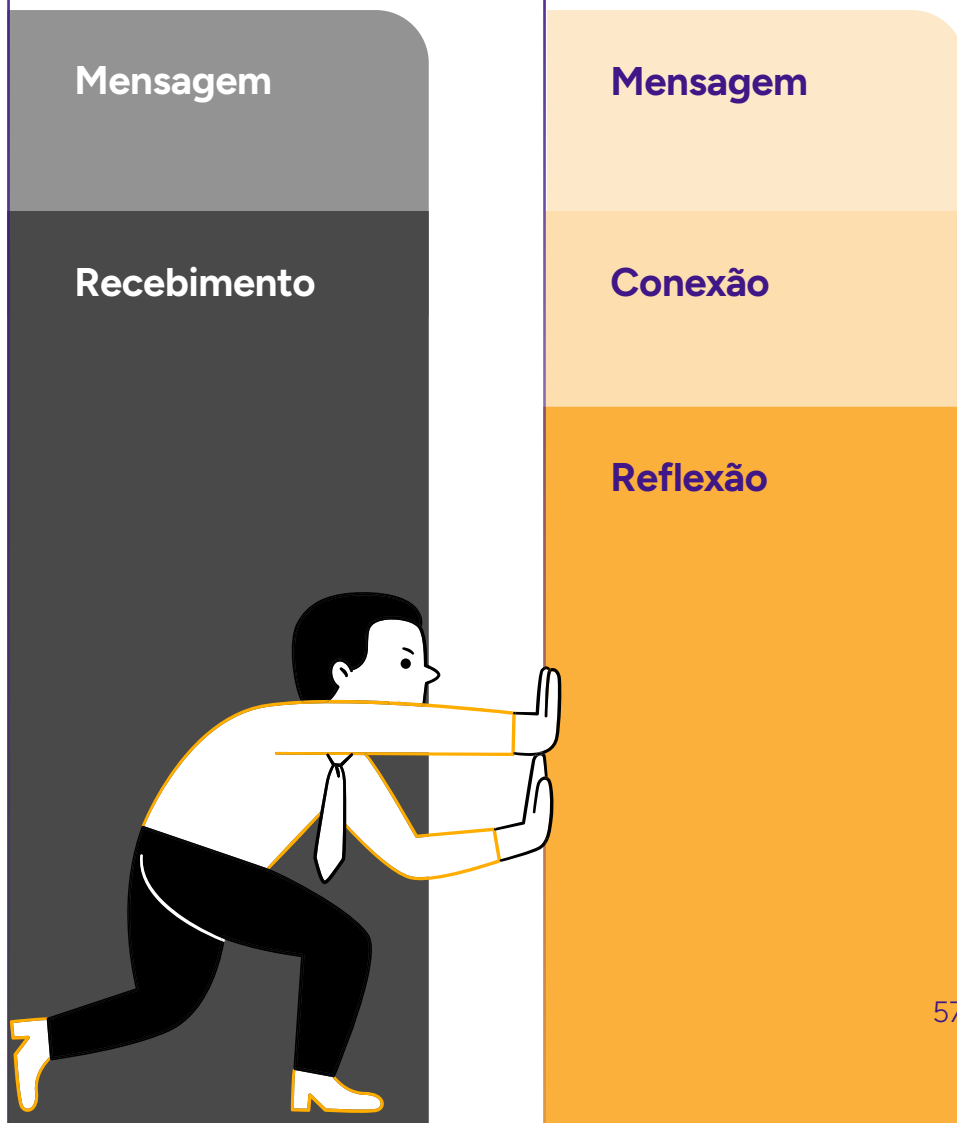
A próxima geração de SIPATs combina:

- Temas relevantes
- Comunicação humana
- Novos formatos
- Experiências de aprendizagem

Para transformar informação em cultura.

Antes

Depois





Pilar 4

“Uma campanha gera **impacto** quando as pessoas deixam de apenas receber uma mensagem e **passam a fazer parte dela.**”

Pilar 4: Engajamento em SIPAT

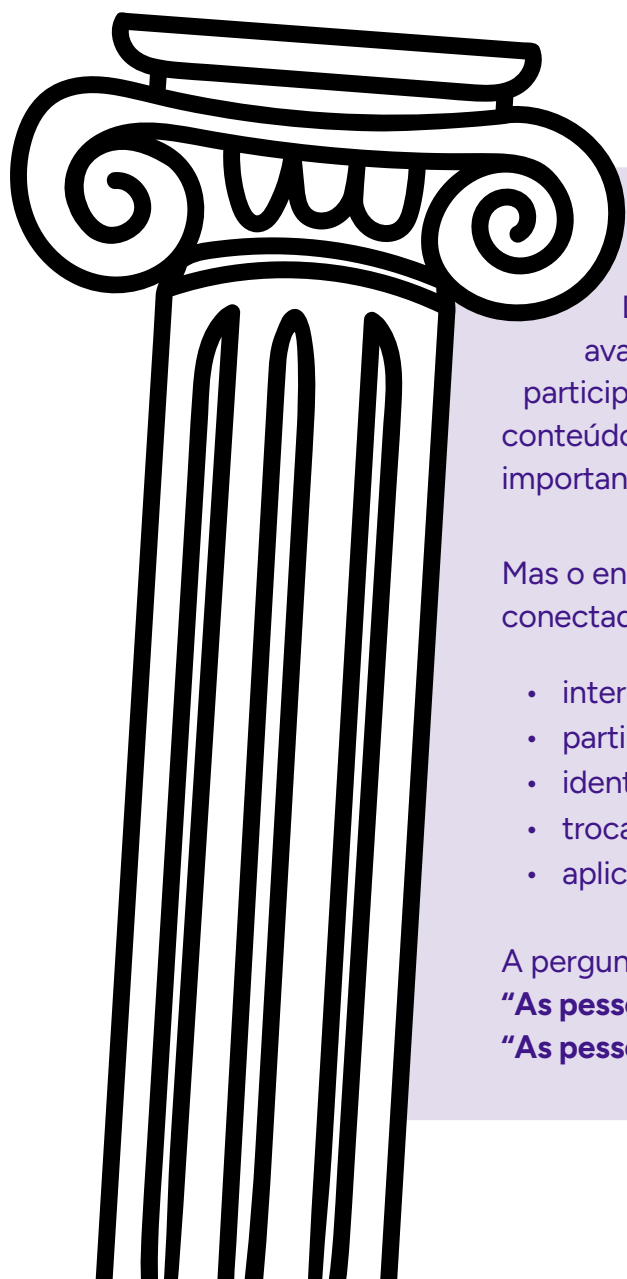
Da participação passiva ao protagonismo das pessoas

Toda SIPAT depende de um elemento essencial: pessoas.

São elas que participam, refletem, compartilham experiências e levam aprendizados para o cotidiano.

Por isso, uma das maiores evoluções das campanhas de saúde e segurança está na forma como as organizações enxergam seus participantes. Eles deixam de ser apenas receptores de uma mensagem.

Passam a ser parte ativa da construção de uma cultura de cuidado.



O novo olhar sobre engajamento

Durante muito tempo, o sucesso de uma SIPAT foi avaliado principalmente pela presença. Quantas pessoas participaram? Quantas atividades foram realizadas? Quantos conteúdos foram entregues? Esses indicadores continuam importantes.

Mas o engajamento vai além. Uma experiência realmente conectada gera:

- interesse;
- participação;
- identificação;
- troca;
- aplicação prática.

A pergunta evolui de:

“As pessoas estiveram presentes?” para:

“As pessoas se conectaram com a experiência?”

Engajamento é construído

Uma percepção importante para a próxima geração de SIPATs: engajamento não é uma característica das pessoas.

É uma **construção da experiência**.

Ele depende de fatores como:

- relevância do conteúdo;
- qualidade da comunicação;
- facilidade de participação;
- incentivo da liderança;
- reconhecimento.

Quando uma empresa cria uma experiência significativa, a participação acontece de forma mais natural.



As quatro tendências de Inovação em SIPAT

Tendência 1

Participação ativa

Da comunicação unilateral para a troca

Experiências mais participativas criam espaços onde as pessoas também têm voz. Isso pode acontecer por meio de:

- **Interações**
Atividades que convidam os participantes a responder e refletir.
- **Compartilhamento**
Espaços para troca de experiências.
- **Desafios**
Dinâmicas que estimulam envolvimento.
- **Reconhecimento**
Valorização da participação.

Quando o trabalhador deixa de ser espectador e passa a fazer parte da experiência

Durante muito tempo, muitas campanhas corporativas foram construídas em uma lógica de comunicação: a empresa define a mensagem, o conteúdo é apresentado, as pessoas recebem a informação.

Esse modelo continua tendo valor. Mas a evolução da aprendizagem mostra que a participação aumenta quando as pessoas deixam de ocupar apenas o lugar de receptoras e passam a fazer parte da construção.

Participar é diferente de estar presente. Uma pessoa pode estar presente em uma atividade e ainda assim não estar conectada à experiência.

Por isso, a nova geração de SIPATs amplia o conceito de participação.

Participar significa:

- interagir;
- refletir;
- compartilhar;
- aplicar conhecimentos;
- contribuir.

Case Aeromot

AEROMOT
CORPORATE

98% de adesão ao transformar espectadores em protagonistas

Na Aeromot, a gamificação foi usada para tirar o trabalhador do papel de espectador: pontuação, desafios e reconhecimento convidaram as pessoas a agir sobre os conteúdos da campanha, não apenas recebê-los.

Essa mudança de postura, de quem observa para quem participa, sustentou o engajamento ao longo de toda a jornada.

Resultados:

O aprendizado

Quando a participação vira parte do jogo, o trabalhador deixa de ser espectador e passa a construir, na prática, a própria experiência de aprendizagem.





O verdadeiro engajamento começa quando as pessoas deixam de apenas receber uma mensagem e passam a fazer parte dela.

Oportunidade para as empresas

1. Crie espaços de interação

Transforme comunicação em troca.

2. Valorize contribuições

Mostre que a participação gera impacto.

3. Construa experiências relevantes

Pessoas participam quando encontram sentido.



Protagonismo dos trabalhadores

Protagonismo nasce do pertencimento

Pessoas tendem a se envolver mais quando percebem que fazem parte de algo maior.

Quando uma organização cria espaços de escuta e participação, fortalece uma mensagem: a segurança é construída por todos.

Como estimular protagonismo?

- **Compartilhar experiências**
Valorizar histórias reais.
- **Reconhecer boas práticas**
Dar visibilidade a atitudes positivas.
- **Criar espaços de escuta**
Permitir contribuições.
- **Transformar experiências em aprendizado**
Usar a realidade da organização como fonte de evolução.

Quando as pessoas contribuem para a construção da cultura de segurança

Uma cultura de segurança forte não nasce apenas de regras, procedimentos ou campanhas.

Também é construída pelas experiências, percepções e atitudes das pessoas que vivem a realidade da organização todos os dias.

São os trabalhadores que conhecem desafios do cotidiano. Que percebem oportunidades de melhoria. Que compartilham aprendizados com suas equipes. Por isso, uma das evoluções da SIPAT é reconhecer as pessoas como parte importante dessa construção.

Da orientação para a construção coletiva

Durante muito tempo, muitas ações de segurança seguiram uma lógica: a empresa comunica, as pessoas recebem, os procedimentos são apresentados.

Esse processo continua necessário. Mas uma cultura mais madura amplia essa relação.

Cria espaços para que as pessoas também possam:

- compartilhar experiências;
- trazer percepções;
- sugerir melhorias;
- fortalecer boas práticas.



Uma cultura de segurança se fortalece quando as pessoas deixam de apenas receber orientações e passam a construir soluções junto com a organização.

O papel da empresa

O protagonismo não acontece apenas porque as pessoas são convidadas a participar. Ele depende de um ambiente que favoreça essa participação. A organização precisa:

- ouvir;
- dialogar;
- reconhecer;
- agir a partir das contribuições.

O protagonismo é construído em conjunto.

Oportunidade para as empresas

1. Escute quem vive a realidade

As pessoas carregam conhecimento importante sobre o cotidiano.

2. Reconheça contribuições

Valorize atitudes positivas.

3. Transforme participação em melhoria

Use aprendizados para fortalecer a cultura.



Comunidades internas

O que são comunidades internas?

São espaços de conexão entre pessoas que compartilham objetivos, experiências ou interesses dentro da organização.

No contexto da SIPAT, elas podem fortalecer:

- troca de conhecimentos;
- boas práticas;
- apoio entre equipes;
- continuidade das conversas.

Quando a cultura de cuidado continua depois da SIPAT

Uma das maiores oportunidades da evolução da SIPAT está em compreender que uma campanha não termina quando a última atividade é realizada. O verdadeiro impacto aparece quando os aprendizados continuam presentes no cotidiano.

Quando uma conversa iniciada durante a campanha gera novas reflexões. Quando uma boa prática compartilhada inspira outras pessoas. Quando trabalhadores encontram espaços para continuar trocando experiências.

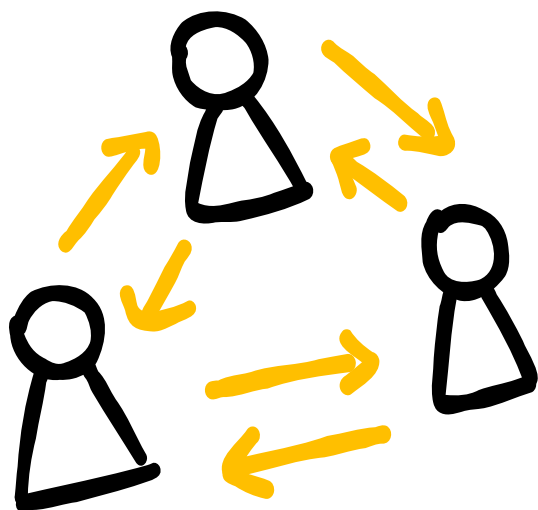
É nesse cenário que as comunidades internas ganham relevância.

Da campanha pontual para a conexão contínua

Durante muito tempo, a SIPAT esteve concentrada em um período específico.

Esse momento continua importante. Ele cria mobilização. Dá visibilidade aos temas. Fortalece a conscientização.

Mas a cultura de segurança acontece todos os dias. Por isso, cresce o movimento de criar espaços de continuidade.



Pequenas conexões geram grandes movimentos

Nem toda transformação começa com grandes ações. Muitas mudanças começam em:

- Uma conversa.
- Uma troca.
- Um exemplo.
- Uma atitude reconhecida.

Comunidades ajudam a criar esses pontos de conexão.

O papel da empresa

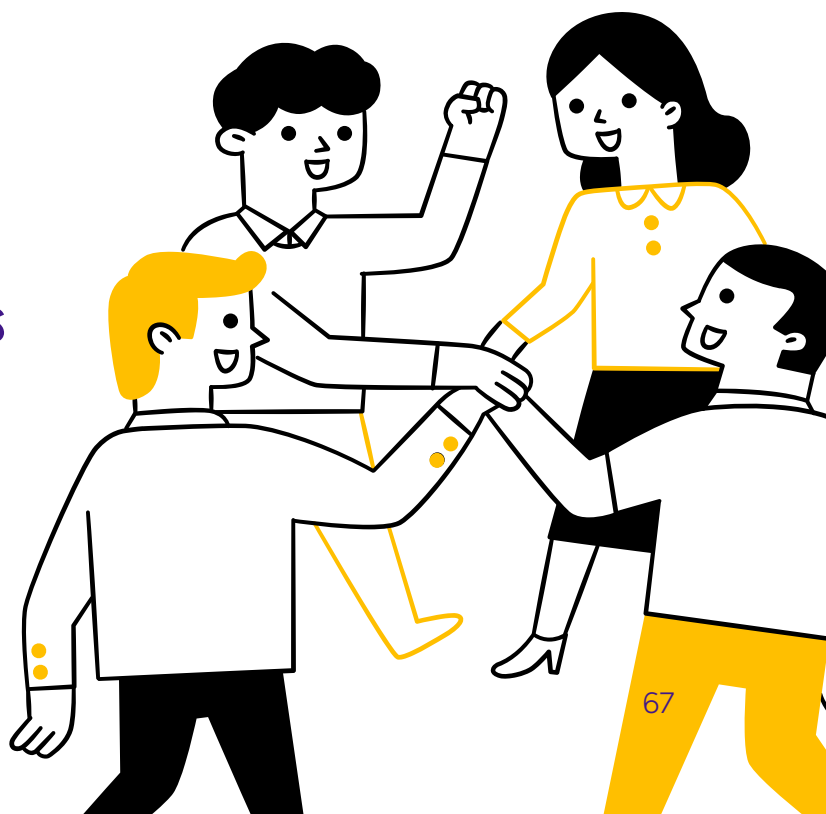
Criar comunidades não significa transferir responsabilidade para os trabalhadores.

A organização continua sendo essencial para:

- oferecer espaços;
- incentivar participação;
- reconhecer iniciativas;
- apoiar boas práticas.



**A transformação
ganha força
quando encontra
pessoas dispostas
a compartilhá-la.**





**Uma SIPAT
termina no
calendário.**

**Mas uma
cultura de
cuidado
continua nas
conexões que
a campanha
cria.**

Oportunidade para as empresas

1. Crie espaços de continuidade

Mantenha conversas além da SIPAT.

2. Valorize pessoas engajadas

Reconheça quem contribui.

3. Transforme experiências em aprendizado coletivo

Compartilhe boas práticas.



Experiência como fator de adesão

Os elementos de uma experiência que gera adesão

- **Relevância**
O conteúdo precisa fazer sentido.
- **Acessibilidade**
As pessoas precisam conseguir participar.
- **Interação**
A experiência precisa envolver.
- **Reconhecimento**
A participação precisa ser valorizada.
- **Continuidade**
O aprendizado precisa permanecer.

Quando participar deixa de ser obrigação e passa a fazer sentido

Uma das maiores mudanças na evolução da SIPAT está na forma como entendemos o engajamento.

Durante muito tempo, a participação foi analisada principalmente pela presença das pessoas.

Mas a adesão vai além. Nasce quando a experiência criada pela empresa responde uma pergunta essencial: **“por que isso é importante para mim?”**

O engajamento começa antes da participação

A experiência começa antes da atividade. Acontece quando existe:

- comunicação que desperta interesse;
- tema conectado à realidade;
- formato acessível;
- percepção de valor.

Por isso, engajamento não é resultado apenas de convite. É resultado de uma experiência bem construída.

Case Águas Prata

Uma experiência construída para gerar conexão

A Águas Prata representa um movimento importante: a inovação em SIPAT não pertence apenas a empresas jovens ou digitais.

Uma organização com uma história centenária também pode encontrar novas formas de envolver pessoas.

Resultados:

ADESÃO

98%

na unidade Cunha

87%

em Águas da Prata

PRATA
DESDE 1876

O aprendizado

Quando uma experiência respeita a realidade das pessoas, a conexão aumenta. das pessoas.

**96
a 100%**

nos indicadores
de satisfação
avaliados





**As pessoas
não se
conectam
apenas
com uma
mensagem.**

**Se conectam
com
experiências
que fazem
sentido.**

Oportunidade para as empresas

1. Comece pela perspectiva das pessoas

Entenda necessidades e expectativas.

2. Construa uma jornada completa

Pense antes, durante e depois.

3. Meça e evolua

Use aprendizados para melhorar.



Engajamento em SIPAT

A próxima geração de campanhas entende que engajamento não é apenas participação.

É conexão.

É pertencimento.

É construção coletiva.

Uma SIPAT mais forte combina:

- Participação
- Protagonismo
- Comunidade
- Experiência

Para transformar campanhas em cultura.

Antes

Empresa
comunica

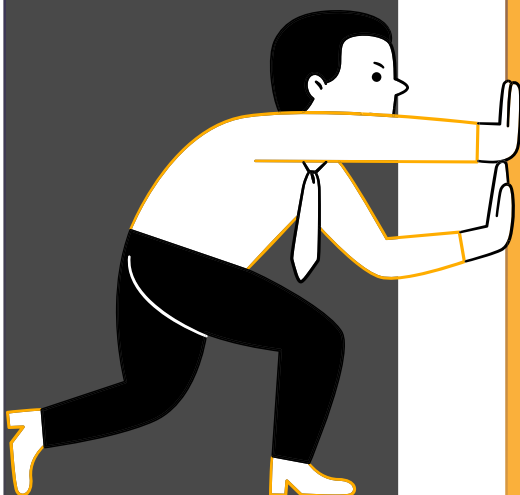
Pessoas
recebem

Depois

Empresa cria
experiência

Pessoas
participam

Cultura se
fortalece



As grandes convergências da SIPAT 2027

O futuro nasce quando diferentes movimentos se encontram

Ao longo deste guia, apresentamos diferentes tendências que estão influenciando a evolução da SIPAT.

Novos formatos de aprendizagem.
Tecnologia ampliando possibilidades.
Conteúdos mais humanos.
Participação mais ativa.
Uso estratégico de dados.
Experiências mais personalizadas.

Cada movimento representa uma oportunidade.

Mas a verdadeira transformação acontece quando eles deixam de existir separadamente e passam a trabalhar juntos.

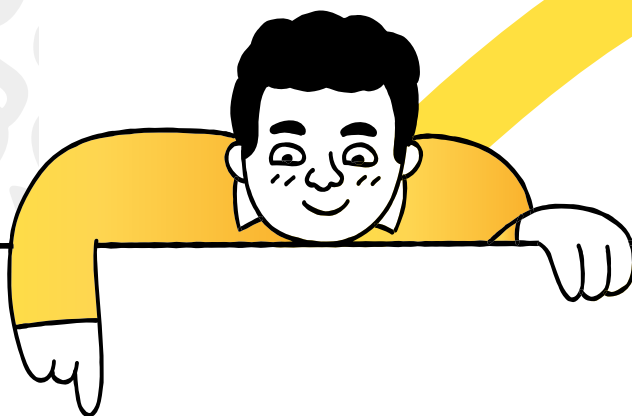
A SIPAT do futuro não será definida por uma única tendência

É comum buscar uma resposta simples:
Será a tecnologia? Será a inteligência de dados?
Será a gamificação? Será um novo formato de conteúdo?

Mas a evolução da SIPAT não depende de uma única solução. Depende da capacidade de integrar diferentes elementos para criar experiências mais completas.

Porque:

- dados ajudam a tomar melhores decisões;
- tecnologia amplia possibilidades;
- conteúdo gera conexão;
- engajamento transforma participação em cultura.



A nova equação da SIPAT

Estratégia

Entender objetivos, desafios e realidade da organização.



Experiência

Criar jornadas que façam sentido para as pessoas.



Conhecimento

Transformar informações em aprendizados aplicáveis.



Participação

Criar espaços onde as pessoas façam parte da construção.

= Cultura de segurança

As quatro grandes conexões

Gestão + Inovação

Estratégia apoiada por novas possibilidades

Uma SIPAT mais estratégica utiliza inovação para criar experiências mais inteligentes.

A tecnologia deixa de ser apenas um recurso operacional e passa a apoiar decisões, ampliar alcance e melhorar a jornada.

Inovação + Conteúdo

Formatos melhores para mensagens mais importantes

Novas ferramentas ganham valor quando estão conectadas a conteúdos relevantes.

A inovação não está apenas na forma de comunicar.

Está em criar experiências que facilitam aprendizado e reflexão.

Conteúdo + Engajamento

Mensagens que geram participação

Quando as pessoas reconhecem sentido em uma mensagem, a participação acontece de forma mais natural.

Conteúdos conectados à realidade aumentam a possibilidade de envolvimento.

Engajamento + Gestão

Participação que gera aprendizado

Uma campanha engajadora também gera informações importantes para a organização.

As percepções das pessoas ajudam a orientar novas decisões e fortalecer ciclos futuros.

O papel da empresa nessa evolução

A próxima geração de SIPATs não será construída apenas escolhendo novos formatos. Será construída por organizações capazes de:

- compreender sua realidade;
- conhecer seus públicos;
- criar experiências relevantes;
- acompanhar resultados;
- evoluir continuamente.

A SIPAT deixa de ser uma ação isolada no calendário.

Passa a fazer parte de uma estratégia maior de cuidado.

O que os cases mostram

Ao longo deste guia, quatro histórias mostraram diferentes caminhos de evolução.

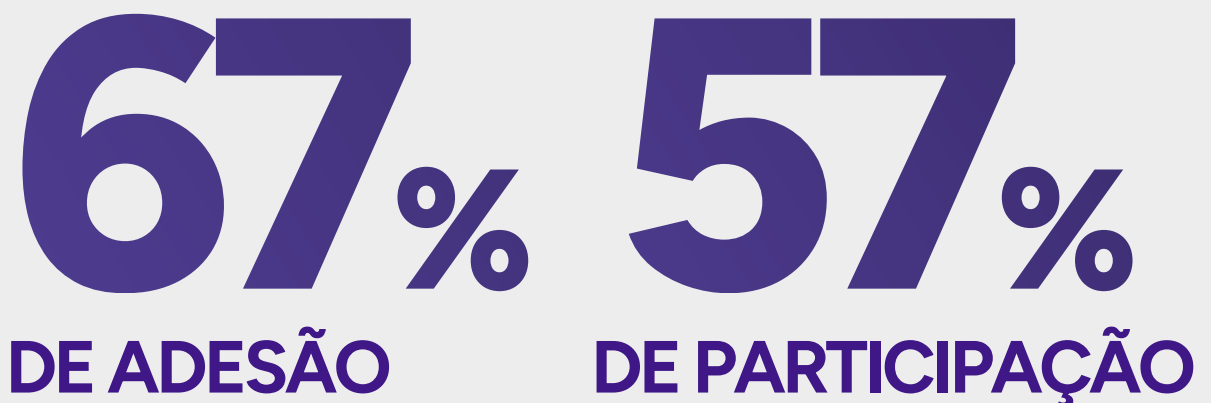


Auren Energia



Demonstra como um conceito criativo forte pode unir públicos diferentes, entre administrativo e operação, em uma única experiência de escala nacional.

Resultado:



Scania



Mostra como experiências interativas podem estimular envolvimento.

Resultado:



Reflexão para 2027

O futuro da SIPAT não será definido pela escolha entre:

- presencial ou tecnologia.
- conteúdo ou experiência.
- informação ou participação.

Será definido pela capacidade de integrar diferentes elementos para construir experiências mais completas.

Roadmap: preparando sua SIPAT 2027

Um caminho prático para transformar tendências em experiências de impacto

Entender tendências é o primeiro passo.
Transformá-las em prática é o próximo.

Uma SIPAT estratégica não começa pela escolha das atividades. Começa pela compreensão do objetivo que a organização deseja construir.

Antes de pensar: “qual palestra vamos contratar?” ou “qual formato vamos usar?” é importante responder:

- **Qual transformação** queremos estimular?
- **Quem** são as pessoas que queremos alcançar?
- **Quais desafios** fazem parte da nossa realidade?
- **Como** vamos acompanhar os resultados?



Diagnóstico

Compreender antes de construir

Toda campanha estratégica começa pelo entendimento do cenário. Antes de definir temas e formatos, é importante observar:

A realidade da organização

Quais desafios relacionados à saúde e segurança fazem parte do cotidiano? Quais comportamentos precisam ser fortalecidos?

Os diferentes públicos

Quem são as pessoas que participarão?
Quais características e necessidades precisam ser consideradas?

Os aprendizados anteriores

O que funcionou? O que pode evoluir?

Pergunta-chave

“O que nossa organização precisa fortalecer por meio da SIPAT?”



Estratégia

Definir o propósito da campanha

Uma SIPAT mais madura começa com um objetivo claro.

Antes de pensar:

“Quais ações vamos realizar?”

A organização precisa definir:

“Qual transformação queremos gerar?”

Uma estratégia bem construída considera:

- **Objetivos**
O que queremos alcançar?
- **Mensagens principais**
Quais ideias precisam permanecer?
- **Indicadores**
Como saberemos se avançamos?



Pergunta-chave

“Que comportamento, percepção ou conhecimento queremos fortalecer?”

Construir a jornada

Uma SIPAT não é apenas uma programação.
É uma experiência.

Por isso, é importante pensar em diferentes momentos:

- **Antes**
Como despertar interesse e preparar as pessoas?
- **Durante**
Como criar conexão, participação e aprendizado?
- **Depois**
Como manter os aprendizados presentes?

Pergunta-chave

“Como transformar conteúdo em uma experiência que faça sentido para as pessoas?”



Engajamento

Criar participação real

Uma campanha não gera impacto apenas porque foi disponibilizada. Gera impacto quando as pessoas encontram valor em participar.

Para fortalecer engajamento:

- **Criar conexão**
Mostrar por que aquele tema importa.
- **Facilitar participação**
Considerar diferentes rotinas e públicos.
- **Estimular interação**
Criar espaços para troca e reflexão.
- **Reconhecer envolvimento**
Valorizar quem participa.



Pergunta-chave

“As pessoas estão apenas recebendo uma mensagem ou fazendo parte dela?”

Aprender com a experiência

Uma SIPAT estratégica não termina no encerramento. Gera aprendizados.

Avaliar resultados permite compreender:

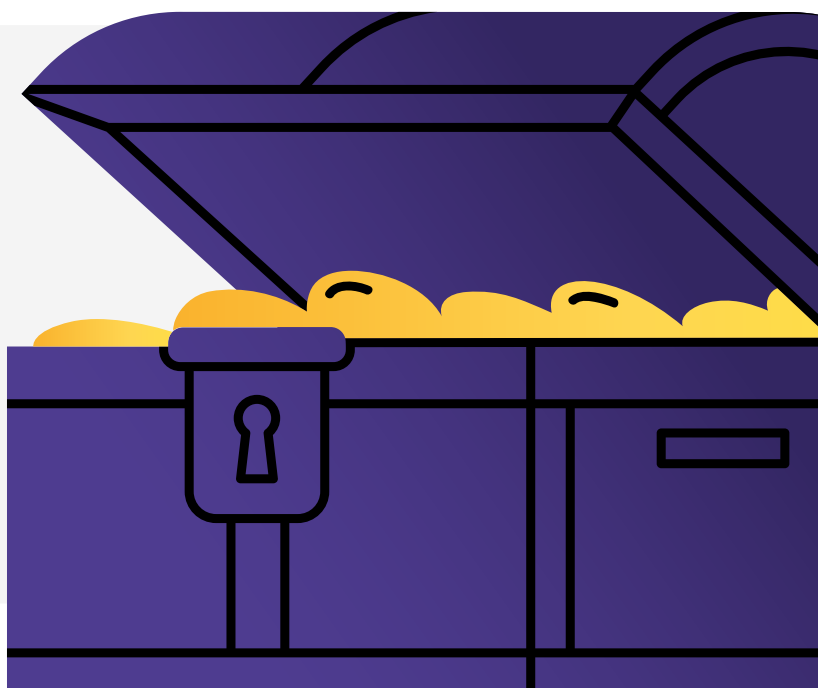
- alcance;
- participação;
- percepção;
- oportunidades de melhoria.

O objetivo da mensuração não é apenas comprovar resultados.

É tornar as próximas campanhas melhores.

Pergunta-chave

“O que essa campanha nos ensinou para o próximo ciclo?”



Checklist SIPAT 2027

Antes da campanha

- ☐ Definimos o objetivo estratégico?
- ☐ Conhecemos nossos públicos?
- ☐ Escolhemos indicadores?

Durante a campanha

- ☐ Criamos experiências relevantes?
- ☐ Facilitamos participação?
- ☐ Estimulamos interação?

Depois da campanha

- ☐ Avaliamos resultados?
- ☐ Registramos aprendizados?
- ☐ Identificamos próximos passos?





Uma SIPAT mais estratégica não é construída apenas com boas ideias: **é construída com intenção, planejamento e aprendizado contínuo.**



Cases Weex

Transformação na prática

Quando tendências deixam de ser conceitos e se tornam experiências reais

As tendências apresentadas neste guia representam movimentos que já começaram. Aparecem quando empresas encontram novas formas de conectar pessoas, fortalecer culturas e ampliar o impacto de suas campanhas de saúde e segurança.

Cada organização possui sua própria realidade.

Seus desafios. Sua cultura. Seus públicos.

Por isso, não existe uma única fórmula para construir uma SIPAT de impacto.

Existe a necessidade de compreender o contexto e criar experiências que façam sentido para as pessoas.

Os cases a seguir mostram diferentes caminhos dessa transformação.





Da participação limitada ao engajamento ampliado

O aprendizado

Quando a experiência é construída considerando a realidade das pessoas, novas possibilidades de conexão aparecem.

Uma campanha mais estratégica consegue transformar alcance em participação.

Quando uma estratégia estruturada transforma o alcance de uma grande instituição

Grandes organizações possuem desafios específicos quando o assunto é engajamento.

Diferentes públicos. Diferentes rotinas. Diferentes formas de acesso à informação. Nesse cenário, criar uma experiência capaz de envolver mais pessoas exige planejamento, estratégia e compreensão da realidade institucional.

O desafio

Ampliar a participação na campanha e criar uma experiência capaz de alcançar diferentes públicos dentro de uma organização complexa.

O movimento

Construção de uma jornada de SIPAT pensada para facilitar o acesso, estimular participação e aproximar as pessoas dos conteúdos trabalhados.

PARTICIPAÇÃO

5%

87%

Auren Energia



De semana obrigatória a campeonato disputado

Como a linguagem do futebol uniu trabalhadores de 41 unidades espalhadas pelo Brasil

Empresas com operações espalhadas pelo país enfrentam um desafio parecido: como criar uma única experiência de campanha que faça sentido tanto para quem trabalha na administração quanto para quem atua direto nas plantas industriais.

Múltiplas unidades. Múltiplos perfis. Uma mesma mensagem de segurança para transmitir.

Nesse cenário, a Auren Energia mostrou que um conceito criativo forte consegue unir públicos tão diferentes em uma só linguagem.

O desafio

Engajar trabalhadores de 41 unidades pelo Brasil, entre equipes administrativas e operacionais, em uma única experiência de campanha de saúde, segurança, meio ambiente, responsabilidade social e ética.

O movimento

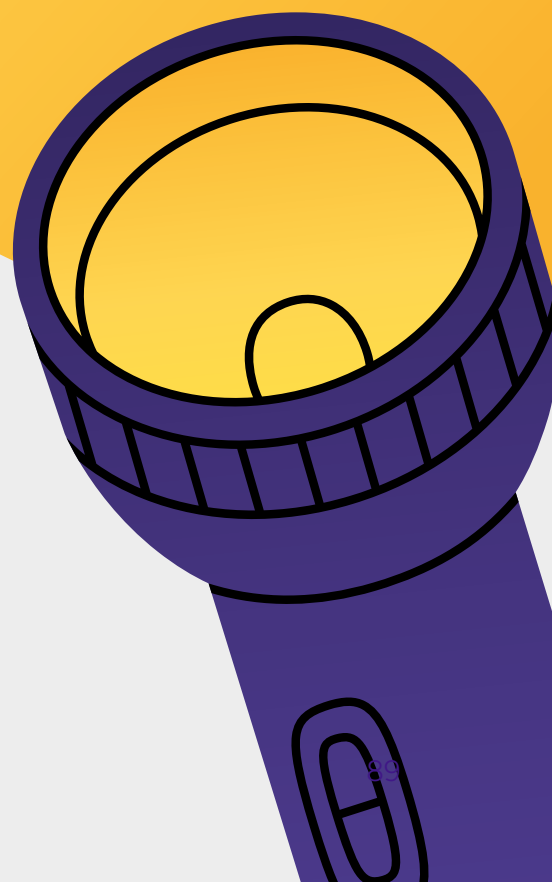
Criação da Copa SIPATMA: a campanha adotou a linguagem do futebol, com equipes organizadas por pilar de conteúdo, ranking, pontuação e gamificação aplicada a cada tema, aproveitando o contexto do ano de Copa do Mundo.

98%

DE ADESÃO VOLUNTÁRIA

O aprendizado

Quando as pessoas deixam de apenas receber uma mensagem e passam a participar da experiência, o aprendizado ganha novas possibilidades.



Mondelez International



Do digital isolado ao modelo figital

O aprendizado

O equilíbrio entre presencial e digital é o que faz a campanha funcionar: o presencial fortalece o senso de comunidade, o digital amplia alcance e flexibilidade.

Uma campanha bem estruturada consegue incluir, pela primeira vez, também os parceiros terceirizados na mesma experiência.

Como a fusão entre presencial e digital quase dobrou a participação em uma multinacional de alimentos

Empresas com operação pulverizada em várias praças enfrentam um problema comum: como envolver quem está na fábrica e, ao mesmo tempo, quem trabalha remoto ou em unidades distantes, sem transformar a campanha em dois eventos separados.

A Mondelez encontrou a resposta unindo presencial e digital em uma única jornada.

O desafio

Modernizar a SIPATMA em múltiplas filiais (Pernambuco, Curitiba e São Paulo), superando a baixa adesão de 36% registrada em 2023 e a dificuldade de incluir trabalhadores remotos e parceiros terceirizados.

O movimento

Adoção do modelo figital: check-in por QR code nas atividades presenciais, quizzes e desafios gamificados digitais, vídeos curtos e dashboard de gestão centralizada com monitoramento em tempo real, integrado à intranet corporativa da empresa.



40.898

ATIVIDADES REALIZADAS

8.000

TRABALHADORES IMPACTADOS

**ADESÃO
VOLUNTÁRIA**

alta de 83%

36%

66%



As melhores experiências de SIPAT não são aquelas que seguem uma tendência.

São aquelas que entendem pessoas e transformam tendências em soluções.

O que esses cases mostram?

Três empresas. Três contextos. Diferentes desafios.

Uma mesma direção:

A SIPAT está evoluindo porque as pessoas, as empresas e a forma de aprender também evoluíram.

Os resultados aparecem quando a campanha combina:

- estratégia;
- conteúdo relevante;
- experiência;
- participação.





Sobre a Weex

Acreditamos que trabalhar deve ser saudável, sustentável e seguro.

Há seis anos, fazemos da SIPAT um momento para informar, envolver e mobilizar trabalhadores a pensar e agir diferente, com impacto comportamental que continua depois que a campanha acaba.

Somos líderes em SIPAT no Brasil e já estivemos ao lado de empresas de diferentes setores e portes, brasileiras e globais, transformando campanhas em experiências memoráveis para quem participa e práticas para quem organiza.

Nosso diferencial está no Método Weex®, que combina gamificação, gestão, inovação, conteúdo e dados para criar SIPATs mais completas, personalizadas e engajadoras, com um especialista dedicado a conduzir a campanha de ponta a ponta.

Com a gente, sua campanha é mais do que uma semana de conteúdo. É uma oportunidade de transformar a SIPAT em cultura de segurança.

A SIPAT que todo mundo participa começa na Weex.

Uma história construída com experiência

A trajetória da Weex é marcada por milhares de experiências realizadas junto a empresas de diferentes segmentos.

São mais de:



+3.000

campanhas realizadas

+1.000

empresas clientes

+1.8 mi

trabalhadores impactados





Uma nova geração de campanhas

A evolução da SIPAT mostra um movimento maior.

Empresas precisam cada vez mais de experiências capazes de educar, envolver e gerar aprendizado contínuo.

Por isso, a Weex acredita que campanhas corporativas não devem ser apenas momentos isolados.

Podem ser oportunidades de:

- aprendizado;
- conexão;
- transformação cultural.

Gamificação, aprendizado e participação

A Weex acredita que a SIPAT tem valor quando aproxima pessoas de mensagens importantes.

Por isso, combina:

- **Método**
Para compreender objetivos e desafios.
- **Conteúdo**
Para transformar temas importantes em mensagens relevantes.
- **Gestão e Inovação**
Para ampliar possibilidades de participação.
- **Engajamento**
Para transformar conhecimento em cultura.

Nossa visão

Acreditamos que toda SIPAT pode gerar mais impacto quando coloca os trabalhadores no centro. Porque conhecimento é essencial. Mas é a participação que fortalece mudanças.

Mensagem final

O futuro da SIPAT é construído todos os dias

A Segurança e Saúde no Trabalho não se resumem a uma semana de atividades. A SIPAT tem um papel importante nesse processo porque cria um espaço para informação, diálogo e participação dos trabalhadores na prevenção de acidentes e doenças relacionadas ao trabalho.

Mas o mundo do trabalho está em transformação. Mudam as formas de organização do trabalho, as relações entre as pessoas, os riscos e os desafios para a promoção de ambientes mais seguros e saudáveis. A SIPAT, portanto, também precisa acompanhar essas transformações.

Uma SIPAT não deve ser avaliada apenas pelo número de atividades realizadas ou pela quantidade de pessoas alcançadas. Seu sentido está na capacidade de produzir conhecimento, estimular a participação e contribuir para que a prevenção faça parte do cotidiano de trabalho. Não se trata de escolher entre o presencial e o digital. Nem de acreditar que a tecnologia, por si só, produzirá mudanças. Trata-se de utilizar diferentes recursos para aproximar as pessoas da informação, favorecer o diálogo e fortalecer uma cultura permanente de prevenção.

A participação dos trabalhadores é parte fundamental desse processo. Quando as pessoas podem compreender os riscos presentes no trabalho, compartilhar suas experiências e participar da construção de soluções, a prevenção deixa de ser apenas uma orientação e passa a fazer parte da realidade dos ambientes de trabalho. Por isso, pensar o futuro da SIPAT é pensar também no futuro da própria prevenção. Uma cultura de segurança não se constrói em uma semana. É resultado de ações contínuas, conhecimento, participação e compromisso coletivo.

É nesse espaço que a SIPAT pode cumprir um papel ainda mais relevante: não apenas informar, mas contribuir para que saúde, segurança e cuidado estejam presentes todos os dias no trabalho.

Na Weex, acreditamos que uma campanha pode ser mais do que uma programação de atividades. Pode ser um espaço de aprendizagem, participação e construção coletiva, mobilizando trabalhadores a pensar e agir diferente. Porque a prevenção começa quando a informação encontra as pessoas e continua quando esse conhecimento passa a fazer parte do cotidiano.



O jeito mais **inteligente** de transformar
campanhas de **SIPAT em cultura.**

 (11) 5039-7529

 @weex.br

 facebook.com/weex.br

 linkedin.com/company/weexdigital

 youtube.com/@weexdigital

 weex.com.br

Aponte o celular
para o QR Code e
converse com a
nossa equipe direto
pelo WhatsApp.

