



Enap

Pesquisa com usuários: como ouvir cidadãos e empresas para melhorar seus serviços

Módulo

2

O Desenho da Pesquisa



Fundação Escola Nacional de Administração Pública

Presidente

Diogo Godinho Ramos Costa

Diretor de Educação Continuada

Paulo Marques

Coordenador-Geral de Educação a Distância

Carlos Eduardo dos Santos

Conteudista/s

Ana Julieta Teodoro Cleaver (Conteudista, 2020)

Izabel da Silva Rodrigues Garcia (Conteudista, 2020)

Lara Menezes Bezerra Sampaio (Conteudista, 2020)

Luanna Sant'Anna Roncaratti (Conteudista, 2020)

Maria Soledad Maroca de Castro (Conteudista, 2020)

Equipe multimídia

Haruo Silva Takeda (Coordenação Web, 2020)

Ludmila Bravim da Silva (Revisão de texto, 2020)

Fabricia Kelly Alves Ramos da Silva (Implementação Articulate, 2020)

Karen Evelyn Scaff (Direção e produção gráfica, 2020)

Yan Almeida Garcia (Implementação Moodle, 2020)

Vanessa Mubarak Albim (Diagramação, 2020)

Curso produzido em Brasília 2020.

Desenvolvimento do curso realizado no âmbito do acordo de Cooperação Técnica FUB / CDT / Laboratório Latitude e Enap.



Enap, 2020

Enap Escola Nacional de Administração Pública

Diretoria de Educação Continuada

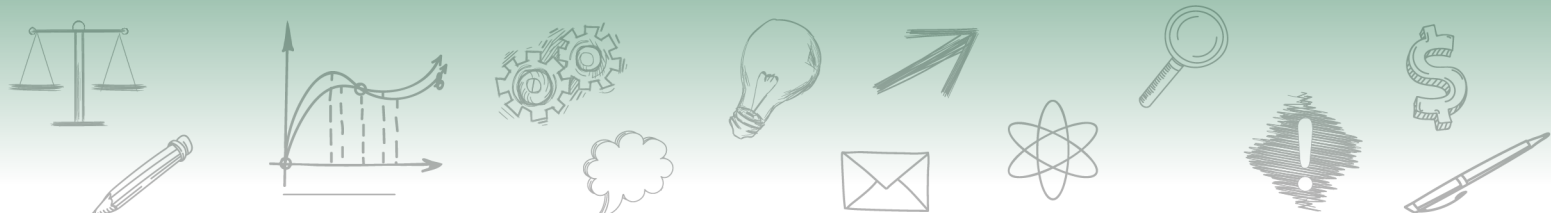
SAIS - Área 2-A - 70610-900 — Brasília, DF



Sumário

Unidade 1: Contextualização	5
1.1. O ciclo da transformação digital e o momento de realização da pesquisa.....	5
1.2. Dados a serem solicitados ao gestor do serviço.....	7
1.3. Outros levantamentos de informação sobre o serviço.....	8
1.4. Caso ilustrativo sobre o início do processo de pesquisa com usuários de serviços públicos	8
Unidade 2: Definições Importantes.....	9
2.1. Objetivo da pesquisa	9
2.2. Público-alvo do serviço.....	11
2.3. Atores envolvidos	13
2.4. Caso ilustrativo	14
Unidade 3: Plano de Trabalho.....	15
3.1. Para que serve o plano de trabalho?.....	15
3.2. Modelo de plano de trabalho.....	17
3.3. Trâmite do plano de trabalho	19
3.4. Exemplo de Plano de Trabalho	19
Unidade 4: Preparação para coleta de dados	24
4.1. Roteiro de entrevista	24
4.2. Survey.....	26
4.3. Onde realizar a pesquisa?.....	27
Glossário	28
Referências.....	31
Material complementar.....	32





Módulo

2 O Desenho da Pesquisa

Unidade 1: Contextualização

Objetivo de aprendizagem

Ao final da unidade você será capaz de:

- Identificar os principais conceitos sobre a realização da pesquisa com usuários de serviços públicos.

1.1. O ciclo da transformação digital e o momento de realização da pesquisa

Em um contexto em que se intensifica a demanda pela melhoria do setor público quanto à eficiência e à qualidade na prestação de serviços, como consequência do maior acesso à informação e do conhecimento da população sobre seus direitos, bem como dos avanços tecnológicos, diversos países vêm desenvolvendo projetos de governo digital para oferecer virtualmente informações e serviços à população e às empresas.

No Brasil, pessoas de todas as faixas etárias e classes sociais já vivenciam experiências de interações e de relações, inclusive econômicas, no mundo digital. Contudo, frequentemente se deparam com serviços e políticas públicas cujos processos ainda podem ser considerados analógicos, exigindo a presença física do cidadão, papéis e carimbos em etapas elementares.

A partir da compreensão do potencial de transformação que as tecnologias digitais podem trazer para a administração pública, o Ministério da Economia vem apoiando as organizações federais no processo de digitalização dos serviços que estas oferecem, com vistas a aprimorar os serviços públicos federais e aproximá-los da população.

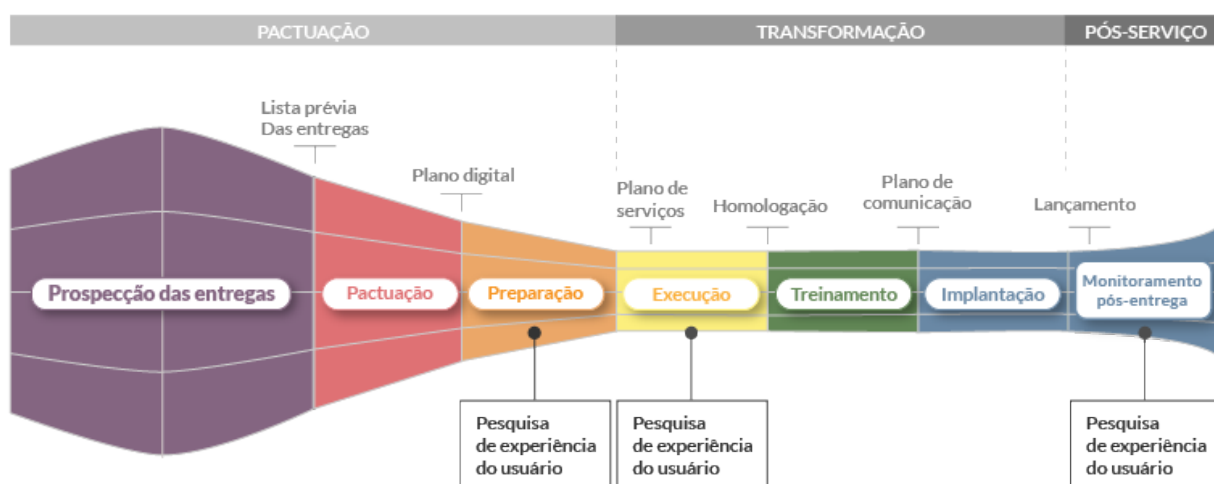
Para tanto, o governo federal desenvolve ferramentas tecnológicas que podem auxiliar, acelerar ou mesmo iniciar o processo de digitalização de serviços públicos, além de adotar metodologias ágeis com foco no cidadão para dar suporte ao redesenho dos processos que precisam ser revistos ou ajustados antes de serem digitalizados.



IMPORTANTE !

A pesquisa com usuários surge exatamente no contexto de transformação digital do governo brasileiro, com o objetivo de conhecer a perspectiva da pessoa que utiliza o serviço, mapear os pontos de contato com este serviço e com suas interfaces digitais, avaliando as condições dessa interação. Importante ressaltar que ela não envolve o redesenho do serviço ou o mapeamento de processos específicos.

A imagem abaixo ilustra o momento em que se realiza pesquisa com usuários, no âmbito do fluxo da transformação digital de serviços proposto pelo governo brasileiro.



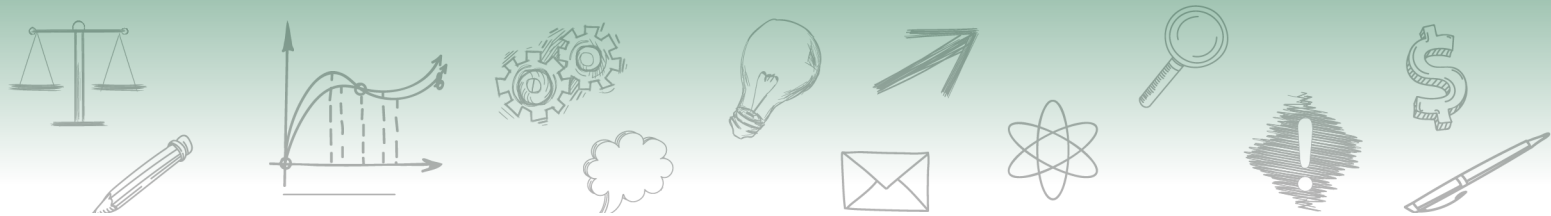
Pesquisa de experiência do usuário:

- Identificação de oportunidades de simplificação dos serviços;
- Levantamento das necessidades dos usuários;
- Levantamento de dificuldades de acesso aos serviços;
- Avaliação de interfaces.

Fonte: Departamento de Experiência do Usuário de Serviços Públicos/Secretaria de Governo Digital/Ministério da Economia.

DESTAQUE

Resumindo: a pesquisa com usuários visa identificar as oportunidades de melhoria do serviço e de sua interface digital a partir da perspectiva, das necessidades e das dificuldades do usuário final, e pode ser feita antes, durante ou depois da digitalização do serviço.



1.2. Dados a serem solicitados ao gestor do serviço

IMPORTANTE

Antes de iniciar a coleta de dados em campo, é importante que a equipe de pesquisa compreenda um pouco melhor o funcionamento do serviço para orientar o desenho da pesquisa. Esta recolhe e analisa informações de diversas fontes, entre elas o próprio gestor do serviço, sobre o qual costuma ter um conhecimento aprofundado, além de consultar documentos de referência e acessar as principais discussões sobre o tema pesquisado.

Por isso, é importante solicitar ao gestor do serviço o envio de informações úteis para o desenho da pesquisa.

Acompanhe a seguir exemplos de perguntas de pesquisa e as respectivas informações relevantes que a equipe gestora do serviço pode fornecer como resposta:

Perguntas de pesquisa	Informações relevantes
Quantas pessoas ou empresas demandam o serviço? Como esse número vem evoluindo ao longo do tempo?	Dados e indicadores que caracterizem a demanda pelo serviço.
O serviço consegue atingir seu público-alvo? Quais são as características conhecidas dos usuários? Qual o perfil de renda? Qual o nível esperado de fluência digital das pessoas que usam o serviço? O usuário é uma pessoa jurídica? Há algum recorte territorial importante?	Perfis dos usuários e do público-alvo do serviço.
É melhor procurar usuários em agências de atendimento? Ou anunciar que a pesquisa será feita em redes sociais? É possível abordar usuários do serviço em locais de grande circulação?	Possíveis meios para se chegar até o público-alvo da pesquisa.
Existem materiais organizados sobre o serviço? Quais são esses materiais? A quem se destinam? Quando e em que contexto foram elaborados?	Manuais, vídeos ou cursos a distância sobre o serviço.
Os processos relacionados ao serviço já foram mapeados alguma vez? Existem fluxogramas ilustrando esses processos? Quando e em que contexto foram elaborados?	Fluxogramas de processos do serviço.
O serviço digital pode ser acessado por aplicativo, site ou sistema? Quais são os perfis de acesso? É possível disponibilizar senhas de acesso para teste? Se não for possível o acesso prévio, podem ser enviados prints das telas mais importantes?	Acesso prévio às plataformas digitais do serviço.



1.3. Outros levantamentos de informação sobre o serviço

IMPORTANTE

Além de utilizar informações fornecidas pelos responsáveis do serviço, a equipe de pesquisa pode buscar outras fontes.

Exemplo de outras fontes de informação relevantes:

- Sites de oferta do serviço.
- Sites de serviço, como o portal gov.br, ou portais estaduais ou municipais que agreguem informações sobre vários serviços.
- Artigos e reportagens da imprensa.
- Artigos científicos.
- Postagens em redes sociais.
- Avaliações sobre os canais digitais, como notas e comentários em lojas de aplicativos.

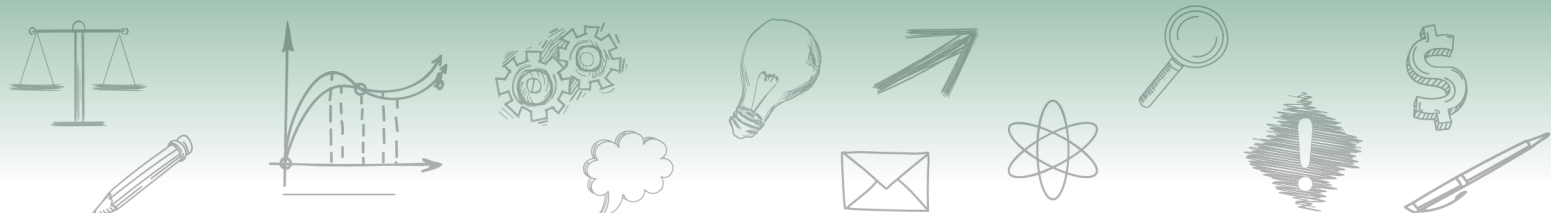
1.4. Caso ilustrativo sobre o início do processo de pesquisa com usuários de serviços públicos

DESTAQUE

Observe que:
Serviço Portuário significa levantamento inicial de informações.

As pessoas e empresas usuárias dos portos brasileiros enfrentam altos custos de transação para obter autorizações portuárias necessárias à chegada e à saída dos portos, o que resulta em queda de eficiência e de competitividade e em aumento do custo Brasil. Nesse contexto, a Secretaria Especial de Modernização do Estado da Secretaria-Geral da Presidência da República e o Ministério da Infraestrutura demandaram pesquisa para a identificação dos serviços portuários e mapeamento das jornadas de seus usuários.

Antes de iniciar os trabalhos de campo, a equipe de pesquisa solicitou que o órgão responsável pela gestão dos serviços portuários, em nível federal, encaminhasse as informações relevantes para melhor compreensão do assunto.



A equipe de pesquisa recebeu:

- Resultados de questionário aplicado anteriormente a profissionais que trabalham em portos.
- Lista de demandas de ajuste em um dos principais sistemas de tecnologia da informação utilizados por profissionais que trabalham em portos.
- Senhas de acesso a diferentes perfis de usuários desse sistema de tecnologia de informação.
- Acesso a um curso a distância sobre o sistema de tecnologia de informação para profissionais do setor.

Para complementar, a equipe de pesquisa buscou na internet documentos que comparavam a situação de portos no Brasil com a de outros países, além de vídeos de profissionais portuários relatando sua rotina diária.

Unidade 2: Definições Importantes

Objetivo de aprendizagem

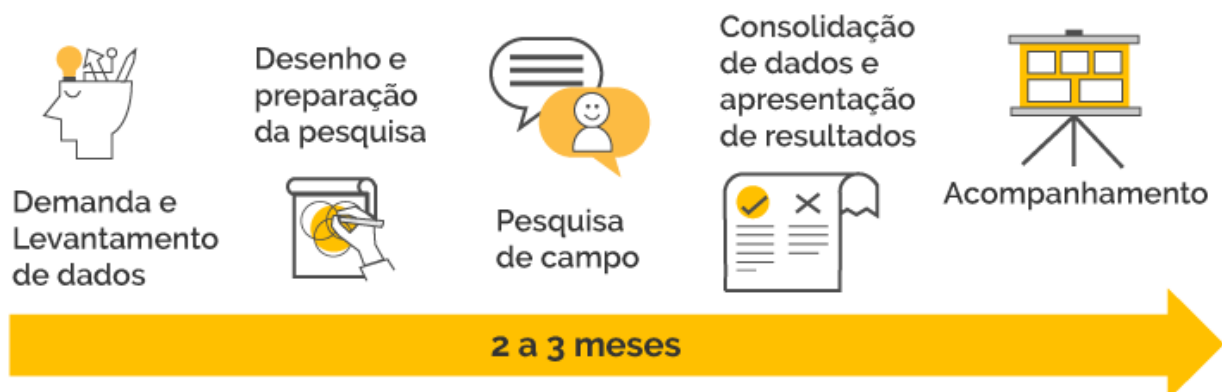
Ao final da unidade você será capaz de:

- Definir conceitos sobre pesquisa com usuários de serviços públicos.

2.1. Objetivo da pesquisa

De forma geral, a realização de pesquisa com usuários envolve as seguintes etapas:

1. Demanda e levantamento de dados.
2. Desenho e preparação da pesquisa.
3. Pesquisa de campo.
4. Consolidação de dados e apresentação de resultados.
5. Acompanhamento.



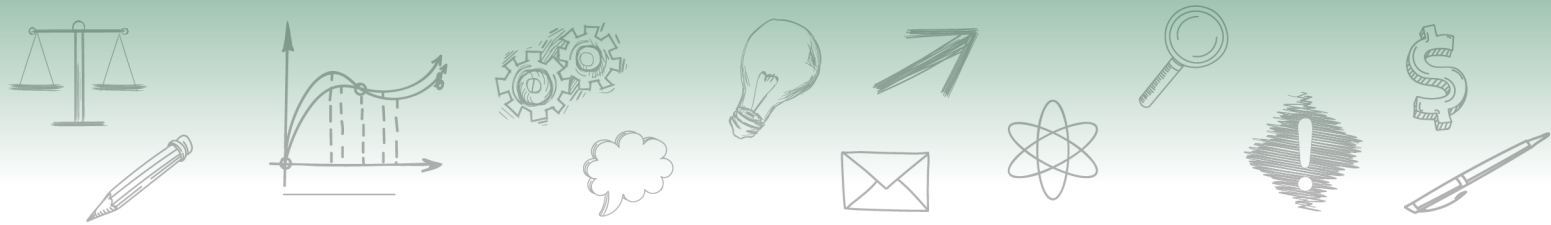
Fonte: Departamento de Experiência do Usuário de Serviços Públicos/
Secretaria de Governo Digital/Ministério da Economia.

Vivemos em um contexto de constantes mudanças, dessa forma, não é aconselhável que o projeto seja demasiadamente longo, pois corre-se o risco de que, quando se chegar ao final, ele não mais atenda às demandas do momento. Costuma-se trabalhar com um horizonte de 2 a 3 meses para a duração total de um projeto de pesquisa, sendo que o acompanhamento pode exceder esse prazo. Caso julgue-se necessário um período maior de trabalho, o ideal é dividi-lo em projetos menores, garantindo entregas mais frequentes e adequadas.

A realização da pesquisa pode ser feita pela própria equipe gestora do serviço, por uma equipe de outra área do órgão no qual o serviço é prestado, ou por uma equipe de pesquisa de outro órgão. A equipe gestora do serviço tem papel fundamental, independente de quem venha a fazer a pesquisa, pois é ela que mais conhece o serviço e sabe melhor o que funciona e o que não funciona desde a perspectiva institucional. Quando a própria equipe gestora realiza a pesquisa, o distanciamento do olhar sobre o serviço e a escuta ativa para o que os usuários expressarem são pontos de atenção. Nesse caso, é importante que a análise não seja feita apenas para validar o que já existe, mas para realmente identificar a experiência de quem usa o serviço, seus incômodos, sua jornada e suas expectativas.

Quando a pesquisa é realizada por uma equipe de outra área no mesmo órgão ou por outro órgão, os responsáveis pelo serviço possuem papel importante no processo da realização de pesquisa com usuários, notadamente no que se refere às seguintes atividades:

- Fornecer dados e informações.
- Apoiar a interlocução com usuários e agências de atendimento.
- Apoiar a logística da pesquisa.
- Elaborar plano para melhoria do serviço a partir do relatório final.



IMPORTANTE

É na primeira fase, demanda e levantamento de dados, que se torna necessário definir o objetivo da pesquisa. Essa fase é crucial, pois um escopo mal definido pode comprometer toda a pesquisa. A questão que mais orienta esse momento é: “O que queremos descobrir com a pesquisa?”.

Costuma-se levantar perguntas junto ao órgão gestor do serviço e, muitas vezes, junto a outros atores e parceiros impactados pelo serviço. Nesse momento, são levantadas questões referentes aos principais problemas e reclamações, à complexidade, ao nível de digitalização e a demais informações relevantes relacionados ao serviço.

IMPORTANTE

A definição dos objetivos e do escopo da pesquisa costuma ocorrer em uma ou duas reuniões entre demandantes da pesquisa, responsáveis pelo serviço e equipe de pesquisa. Em situações muito complexas, pode-se recorrer à realização de oficinas com pessoas previamente selecionadas que auxiliarão na definição do objetivo e do escopo da pesquisa.

De forma geral, o objetivo da pesquisa deve estar alinhado às necessidades do órgão demandante, e as informações e dados produzidos pela pesquisa devem subsidiar a transformação do serviço a partir da perspectiva dos seus usuários.

2.2. Público-alvo do serviço

Conjuntamente com a definição do escopo, é preciso definir o público-alvo do serviço a ser pesquisado.

Afinal, quem são os nossos usuários?

São pessoas físicas e jurídicas diretamente atendidas por um serviço público. No caso dos usuários dos serviços do governo federal, temos cidadãos e famílias, pessoas estrangeiras, empresas privadas, empresas públicas ou de economia mista, pessoas jurídicas de direito privado sem fins lucrativos, fundações e autarquias de direito privado, órgãos da administração direta, estados e municípios.

Ocorre que o conceito de usuário acima não envolve as características (especialmente as subjetivas) que são estudadas no âmbito da pesquisa com usuários, quando se busca responder a perguntas como quem é o usuário, onde está, o que precisa, como utiliza os serviços públicos, quais suas percepções sobre esses serviços, quais os custos da sua jornada, etc.



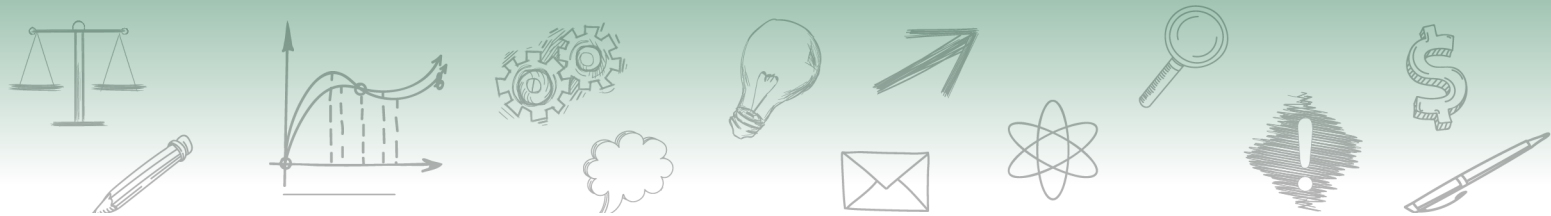
DESTAQUE

Sugere-se, então, para definir quem é o público do serviço, que se responda primeiramente à seguinte questão: “quem é ou será afetado, direta ou indiretamente, por este serviço ou política pública?”. Esse certamente é um público a ser considerado, mas não é o único. Cada pessoa entrevistada traz o ponto de vista do seu lugar de observação e, com empatia, é possível captar as diferenças.

Com frequência, a equipe de pesquisa não dispõe de tempo suficiente para chegar a todos os grupos. Nesse caso, é importante que a equipe de pesquisa se faça as seguintes perguntas: o serviço tem vários grupos de usuários? Cidadãos? Empresas? Servidores públicos? Pessoas de baixa renda, trabalhadores assalariados, trabalhadores autônomos, servidores que atendem ao público, servidores municipais usuários de sistemas de informação, empresas de grande porte, empresas de pequeno porte, microempreendedores? Quais desses grupos são mais importantes para a pesquisa sobre um serviço específico?

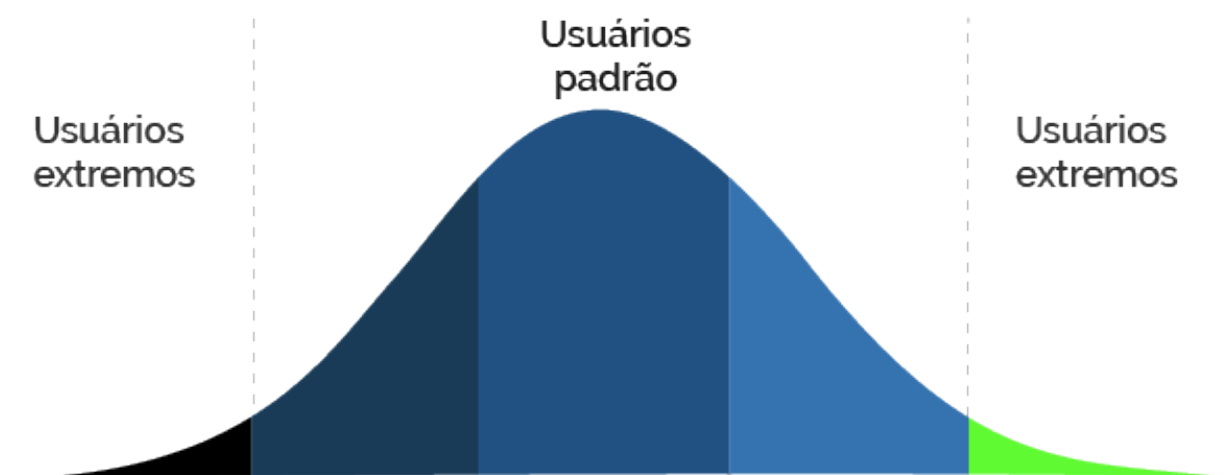
Após definir os grupos de usuários que serão ouvidos na pesquisa, é importante pensar sobre os tipos de usuários dentro de cada grupo, com o objetivo de coletar impressões relevantes e sob diferentes perspectivas. Pode-se considerar alguns dos seguintes tipos de usuários:

- **Usuário regular**
Pessoas que já utilizam o serviço regularmente e já têm uma opinião formada sobre as dores relacionadas ao serviço, as vantagens de utilizá-lo e as possibilidades de melhorias.
- **Usuário análogo**
Usuário que utiliza um serviço ou produto semelhante. Algumas vezes, trabalhamos sobre o projeto de um serviço que ainda não existe e, por isso, para coletar informações relevantes, podemos entrevistar um usuário de um serviço parecido ou que tenha aspectos semelhantes no que desejamos observar.
- **Usuário potencial**
Pessoas que podem ser o público-alvo de um serviço, mas, por alguma circunstância, ainda não o utilizam. Para algumas pesquisas, este usuário pode ser chave, já que podemos pedir para acompanhá-lo na sua primeira utilização do serviço em questão.
- **Não usuário**
Pessoas que deliberadamente não são usuárias.



Outra forma de categorizar usuários é a seguinte:

- **Usuário padrão**
A distribuição dos usuários da maioria dos produtos ou serviços segue uma curva em forma de sino com os usuários padrão no centro.
- **Usuário extremo**
Os "usuários extremos" estão nos dois lados do pico da curva de sino. Normalmente, eles precisam de menos ou mais de algo para atender às suas necessidades e alguns encontrarão soluções alternativas para os problemas existentes, diferentemente do usuário padrão. Estes usuários podem gerar bons insights, porque as observações sobre o serviço são mais intensas. Ao incluir usuários extremos, você pode ter mais confiança de que sua pesquisa abrange todo o espectro do seu público-alvo.



IMPORTANTE

Todas as categorias de usuários podem trazer *insights* igualmente relevantes para a pesquisa. O importante é que a definição dos usuários a serem pesquisados esteja alinhada ao objetivo da pesquisa, previamente delineado com o órgão gestor do serviço e, muitas vezes, com outros atores e demais parceiros estratégicos do projeto.

2.3. Atores envolvidos

Quando você planeja um projeto de pesquisa com usuários, envolver os diversos atores relacionados ao serviço é algo crucial. Eles podem fornecer informações preciosas para a pesquisa e garantir que você não faça um trabalho irrelevante ou perca tempo realizando algo que já foi feito.



IMPORTANTE

Mas quem são os atores envolvidos com o serviço? São indivíduos, grupos ou organizações que podem afetar ou ser afetados por uma decisão, atividade ou resultado de um projeto. São todas as partes possivelmente interessadas no projeto de pesquisa.

A melhor maneira de envolvê-los no projeto de pesquisa é simplesmente conversar com eles (por exemplo, por meio de entrevistas individuais) para que se tenha uma ideia clara do seu ponto de vista. Isso pode ajudar a garantir que a pesquisa tenha o apoio necessário e que todos estejam alinhados em prol de um objetivo comum.

De forma geral, os diversos atores devem ser envolvidos para:

- Obter todas as informações necessárias sobre o serviço.
- Levantar as questões mais relevantes, tendo em vista o objetivo previamente definido, para que a pesquisa tenha o impacto adequado.
- Engajar os diversos atores em sua pesquisa, de forma que participem e considerem os resultados gerados.

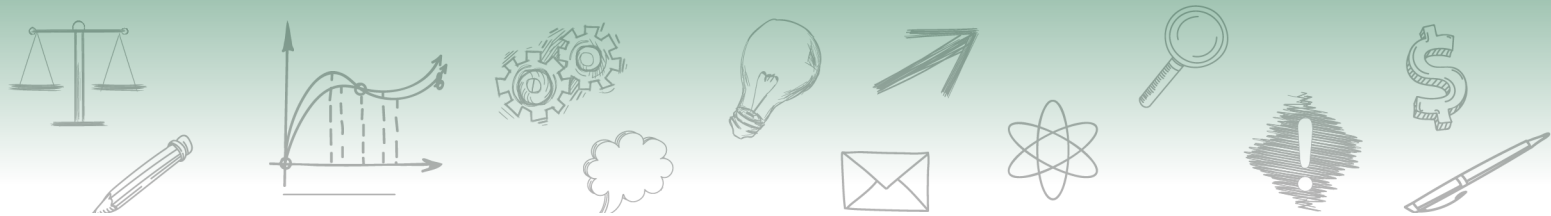
2.4. Caso ilustrativo

O Sistema Nacional de Emprego (SINE) contempla um serviço de intermediação de mão de obra, que promove o encontro entre empresas que ofertam vagas de emprego e trabalhadores desempregados. O Departamento de Experiência do Usuário de Serviços Públicos foi chamado para fazer uma pesquisa que serviria de subsídio à reformulação do serviço.

A equipe gestora do serviço estava preocupada porque os números indicavam que poucas pessoas que procuravam o SINE de fato conseguiam um emprego por ali. Também estava intrigada porque foram desenvolvidos um site e um aplicativo para uso das empresas e trabalhadores, mas esses serviços digitais eram pouco utilizados. Vários dos problemas do SINE já eram conhecidos, devido a informações que chegavam por meio de profissionais do serviço e de algumas empresas. Havia ainda interesse em descobrir como estavam sendo utilizados os totens de autoatendimento de um projeto piloto. Foram identificados quatro grupos principais de usuários: trabalhadores desempregados; empresas com vagas disponíveis; profissionais do SINE encarregados de captar vagas; profissionais do SINE responsáveis pelo atendimento aos trabalhadores.

Após algumas reuniões, foram definidos, em conjunto, os elementos essenciais do desenho da pesquisa.

O objetivo da pesquisa foi assim delimitado: acompanhar empregadores e trabalhadores na



utilização das plataformas digitais do SINE (aplicativo SINE Fácil e site Emprega Brasil) com o intuito de subsidiar a sua revisão, respondendo a duas perguntas:

1. O que poderia levar a uma ampliação da taxa de pareamento, ou seja da convergência entre as demandas das empresas e o perfil dos trabalhadores em busca de emprego?
2. O que poderia estimular os usuários do SINE (trabalhadores e empresas) a utilizarem as plataformas digitais?

Escolheu-se priorizar os usuários finais do serviço: os trabalhadores e as empresas, deixando para outra oportunidade o levantamento com os profissionais do SINE.

Unidade 3: Plano de Trabalho

Objetivo de aprendizagem

Ao final da unidade você será capaz de:

- Reconhecer a importância do plano de trabalho para a pesquisa com usuários de serviços públicos.

3.1. Para que serve o plano de trabalho?

O plano de trabalho serve para delimitar e guiar o trabalho da equipe de pesquisa.

IMPORTANTE

O plano de trabalho também é importante para registrar o acordo entre a equipe responsável pela realização da pesquisa, os demandantes da pesquisa e a equipe gestora do serviço em questão (caso a pesquisa seja uma demanda externa). É importante que o plano indique a necessidade de compromisso dos donos da solução em buscar implementar as melhorias identificadas na pesquisa e prever atividades de acompanhamento da equipe de pesquisa após a sua realização. Mesmo que a própria equipe gestora opte por realizar a pesquisa, o plano de trabalho pode ser uma peça importante para estruturar e guiar a pesquisa do início ao fim, indicando seu objetivo, levantando hipóteses, sua estratégia e as expectativas que se pode ter quanto aos seus resultados.

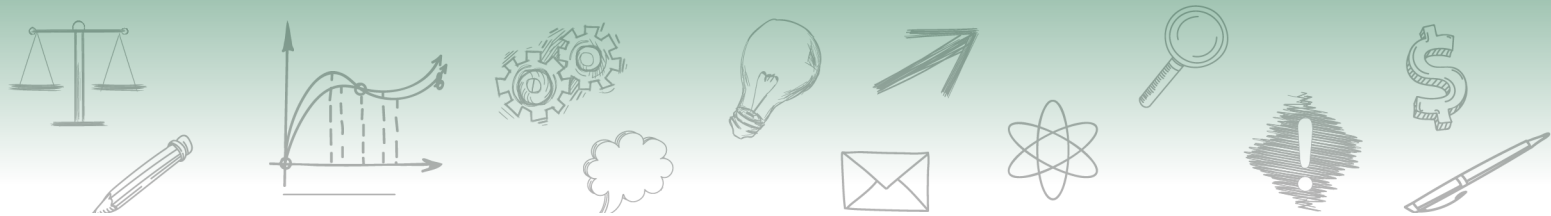
O plano de trabalho, além de nortear os pesquisadores durante **todas as etapas da pesquisa**, bem como registrar o acordo entre os diferentes atores envolvidos, é especialmente importante para:



- Validar o escopo, objetivo e prazos da pesquisa entre os parceiros.
- Alinhar as expectativas dos gestores dos serviços quanto aos métodos, técnicas e resultados esperados da pesquisa.
- Indicar os papéis e funções dos parceiros envolvidos.
- Orientar e manter o foco dos pesquisadores no objetivo da pesquisa ao longo de toda a sua execução.
- Orientar a preparação logística e o trabalho de campo.
- Orientar a confecção do relatório, de forma que nele constem todos os pontos previamente combinados.
- Facilitar a recuperação de informações caso alguém seja envolvido na pesquisa após a etapa inicial.
- Facilitar a recuperação de informações no caso de pesquisas que iriam se iniciar, mas, por algum motivo, são paralisadas por certo tempo, antes de a demanda ser retomada.
- Servir de referência para consulta ao longo do tempo por diferentes atores (inclusive pelos pesquisadores, demandantes da pesquisa e gestores do serviço).

O plano de trabalho pode amenizar alguns problemas frequentes nos projetos de pesquisa, a exemplo de:

- Definição de escopo, de métodos e técnicas ou de público do serviço a ser abrangido pela pesquisa, sem acordo prévio com os demandantes da pesquisa e com os gestores do serviço.
- Mal-entendidos descobertos apenas no final da pesquisa que acabam frustrando as expectativas dos demandantes da pesquisa.
- Perda de informação porque houve mudança nos atores envolvidos ao longo da realização da pesquisa (pesquisadores, demandantes ou gestores do serviço).
- Falta de apoio à realização da pesquisa por parte dos gestores do serviço, que, em muitos casos, precisam abrir as portas de órgãos e unidades de atendimento para permitir o acesso às informações importantes sobre o serviço e às pessoas que serão entrevistadas.



3.2. Modelo de plano de trabalho

O plano de trabalho deve ser pensado de acordo com as necessidades daqueles envolvidos na pesquisa, tendo sempre em mente que ele irá guiar o trabalho a ser realizado. Como qualquer outro instrumento, ele deve estar em constante processo de evolução e melhoria. Por isso, o modelo aqui apresentado pode e deve ser alvo de mudanças para se ajustar às necessidades dos seus projetos e sempre que julgarem pertinente.

DESTAQUE

O plano de trabalho deve ser um documento simples, com poucas páginas e que não demande muito esforço em sua confecção. Ele é um documento de apoio e formalização de combinados, não devendo ser transformado em um entrave burocrático.

A seguir, descrevemos alguns tópicos que podem ser relevantes no plano de trabalho:

1. Contexto

Neste item são trazidas informações essenciais sobre o serviço, como:

- a) Descrição do propósito do serviço.
- b) Indicação de quem são e quantos são seus principais usuários.
- c) Esclarecimento sobre o momento em que está sendo feita a pesquisa: antes, durante ou depois da digitalização do serviço.
- d) Definição do problema que justifica a realização da pesquisa e, se possível, evidências desse problema.
- e) Indicação de quem solicitou a pesquisa.

- Para conseguir essas informações, pode-se fazer buscas na internet ou, se necessário, perguntar diretamente à equipe gestora do serviço.

- Mesmo que a pesquisa tenha sido solicitada com um propósito específico e pontual, se for possível, é interessante aproveitar a oportunidade para averiguar com os usuários outras questões gerais sobre o serviço.

“As pessoas muitas vezes testam para decidir que cor de cortina é melhor apenas para descobrir que se esqueceram de colocar janelas na sala.” (KRUG, 2014)

2. Objeto da pesquisa

Objeto é aquilo que se pretende investigar.



3. Perguntas a serem respondidas pela pesquisa e hipóteses formuladas pelos pesquisadores.

Muitas vezes, já temos alguma opinião sobre qual é o problema ou sua solução. É interessante deixar isso documentado, tanto para ficarmos cientes de nosso viés, quanto para focarmos a observação nesses aspectos no decorrer da pesquisa.

4. Métodos e técnicas de pesquisa para coleta e análise dos dados a serem empregados.

Alguns dos métodos e técnicas de pesquisa mais utilizados são:

- a) Pesquisa etnográfica – observação do usuário no contexto em que se dá o serviço, para identificar comportamentos, reações, rotinas, emoções e incômodos não verbalizados em entrevistas.
- b) Entrevistas – conversa com usuários para compreender sua perspectiva em relação aos serviços.
- c) Teste de usabilidade – observação do usuário enquanto ele interage com a solução digital (técnica de *shadowing*).
- d) Grupo focal – discussão em grupo para captar as percepções de usuários que têm uma experiência em comum ou partilham de opiniões comuns.
- e) Card sorting – técnica em que usuários utilizam cartões para categorizar informações da forma que faça mais sentido para eles.
- f) Survey – aplicação de questionários para grande número de respondentes.
- g) Análise heurística – avaliação da solução digital realizada por especialistas, com base em princípios de usabilidade.
- h) Oficina – método em que se reúnem pessoas com perfil diversificado (multidisciplinar) para trabalhar colaborativamente na solução de uma questão.

5. Atores envolvidos na pesquisa e responsabilidades de cada um deles.

Nas pesquisas conduzidas pelo Departamento de Experiência do Usuário de Serviços Públicos, o próprio Departamento é responsável por desenhar e conduzir a pesquisa. Em geral, a equipe gestora do serviço fica encarregada de prestar informações sobre os serviços e fazer contato com as unidades de prestação de serviço, para que as portas sejam abertas à equipe de pesquisa.

6. Cronograma

No cronograma, incluímos as macro-etapas da pesquisa, a saber: levantamento de informações e alinhamento da demanda, desenho da pesquisa, trabalho de campo, análise de dados e elaboração do relatório final, além de informarmos os responsáveis e prazos respectivos para cada atividade.

7. Roteiro inicial de entrevista

Caso a equipe já tenha informações suficientes sobre o serviço, pode colocar em anexo uma proposta de roteiro inicial de entrevista, contendo as perguntas que poderão ser



feitas aos usuários do serviço, para avaliação e contribuições dos parceiros. A vantagem de se inserir esse esboço é poder contar, desde o início, com sugestões da equipe gestora do serviço.

Apesar de ser uma referência importante da pesquisa, as definições contidas no plano de trabalho podem mudar à medida que a pesquisa evolui. Por exemplo, em alguns casos o trabalho de campo revela que é essencial ouvir também um outro grupo de usuários que não estava previsto inicialmente. Caso as alterações no desenho da pesquisa sejam significativas, pode-se fazer uma segunda versão do plano para registro dessas modificações, sempre compartilhando com os gestores do serviço.

3.3. Trâmite do plano de trabalho

É interessante que o plano de trabalho seja enviado para todos aqueles com responsabilidades definidas dentro dele, a fim de registrar sua pactuação, além de possibilitar a todos que solicitem os ajustes que julgarem necessário. O nível de formalidade desejada fica a critério dos envolvidos.

3.4. Exemplo de Plano de Trabalho

PLANO DE TRABALHO

MINISTÉRIO DA ECONOMIA

SECRETARIA DE GOVERNO DIGITAL

DEPARTAMENTO DE EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO DE SERVIÇOS PÚBLICOS

COORDENAÇÃO-GERAL DE PESQUISA COM USUÁRIOS

SERVIÇO: INTERMEDIÇÃO DE MÃO DE OBRA SINE FÁCIL E EMPREGA BRASIL

Passo 1

Contexto

O presente plano de trabalho apresenta uma proposta de pesquisa sobre a experiência do usuário na utilização dos serviços digitais de intermediação de mão de obra do Sistema Nacional de Emprego (SINE).

O SINE procura promover o pareamento entre oferta e demanda de vagas de emprego, facilitando que desempregados se recolorem no mercado de trabalho.



Dados da Secretaria Especial de Produtividade, Emprego e Competitividade (ME/SEPEC) indicam que há cerca de 15 milhões de registros e 100 milhões de acessos mensais no SINE.

Os trabalhadores e as empresas podem interagir hoje com dois principais canais digitais do SINE: a plataforma Emprega Brasil e o aplicativo SINE Fácil. Além desses canais, o serviço é acessado de forma presencial em cerca de 1.600 postos do SINE.

O SINE permite que empregadores cadastrem vagas, pesquisem o perfil profissional dos candidatos e façam seleção para entrevista. Os trabalhadores podem fazer seu cadastro profissional, pesquisar vagas de emprego e candidatar-se às vagas que estejam de acordo com o perfil profissional e agendar entrevistas.

Apesar de o aplicativo do SINE Fácil ter sido lançado em 2017, gestores do serviço da ME/SEPEC avaliam que sua utilização ainda é baixa em relação ao volume de atendimento presencial. Tais gestores também consideram que é possível ampliar significativamente as taxas de pareamento do SINE. Ainda segundo a ME/SEPEC, 3% dos desempregados reinseridos no mercado de trabalho formal em 2018 utilizaram a intermediação do SINE.

Diante do exposto, a SEPEC está empreendendo esforços para revisão do SINE, em especial no que diz respeito às regras de pareamento e ao aperfeiçoamento das plataformas digitais, com o intuito de aumentar a taxa de (re)inserção no mercado de trabalho.

A pesquisa proposta visa compreender a experiência dos usuários do SINE, buscando identificar pontos de melhoria e eventuais recomendações para auxiliar a sua revisão.

Passo 2

Objetivo da Pesquisa

Acompanhar empregadores e trabalhadores na utilização das plataformas digitais do SINE (aplicativo SINE Fácil e site Emprega Brasil) com o intuito de subsidiar a sua revisão, respondendo a duas perguntas:

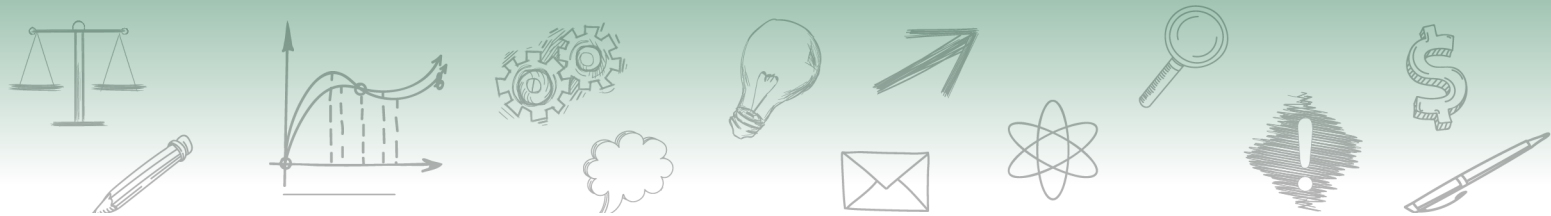
- a) o que pode levar a uma ampliação da taxa de pareamento?
- b) o que pode estimular os usuários do SINE (trabalhadores e empresas) a utilizarem as plataformas digitais?

Passo 3

Objetivos Específicos

- **Junto a empregadores:**

Compreender a visão dos usuários sobre o cadastro de vagas e a seleção de candidatos com objetivo de identificar incômodos e dificuldades na **jornada de oferta de vagas**.



- **Junto a trabalhadores:**

Compreender a visão dos usuários sobre o cadastro no SINE, a busca por vagas e o processo seletivo para preenchimento de vagas com objetivo de identificar incômodos e dificuldades na **jornada da busca por vagas**.

- **Junto a empregadores e trabalhadores:**

Realizar testes de usabilidade para identificar incômodos e dificuldades de cumprir tarefas ao **navegar pelo aplicativo e pelo portal Emprega Brasil**.

- ✓ Consolidar dificuldades, incômodos e necessidades dos usuários para subsidiar o desenvolvimento de melhorias nas regras de pareamento e nas plataformas digitais do SINE.

Passo 4

Estratégia

A pesquisa está baseada em uma abordagem qualitativa que visa compreender em profundidade as perspectivas dos usuários dos serviços e o contexto em que o serviço é acessado. Serão utilizados os seguintes métodos e técnicas de pesquisa:

Pesquisa de campo etnográfica:

Observação da rotina de pelo menos um posto de atendimento do SINE em Brasília.

Entrevistas:

Diálogo utilizando roteiros de entrevista semiestruturada com empresas usuárias do SINE e trabalhadores que estejam utilizando os serviços presenciais dos postos do SINE. Também serão entrevistados profissionais que realizam atendimento nos postos SINE. Pretende-se entrevistar por volta de 15 pessoas.

Grupo focal:

Discussões com empresas que ofertam vagas pelo SINE de modo a coletar uma diversidade de opiniões e percepções sobre o processo de oferta de vagas e seleção de profissionais por meio do SINE.

Teste de usabilidade (*shadowing*):

Observação de usuários utilizando as plataformas digitais do SINE.



Passo 5

Responsáveis e Parceiros

Equipes Envolvidas

ME/SGD/Departamento de Experiência do Usuário de Serviços Públicos: desenho e execução da pesquisa.

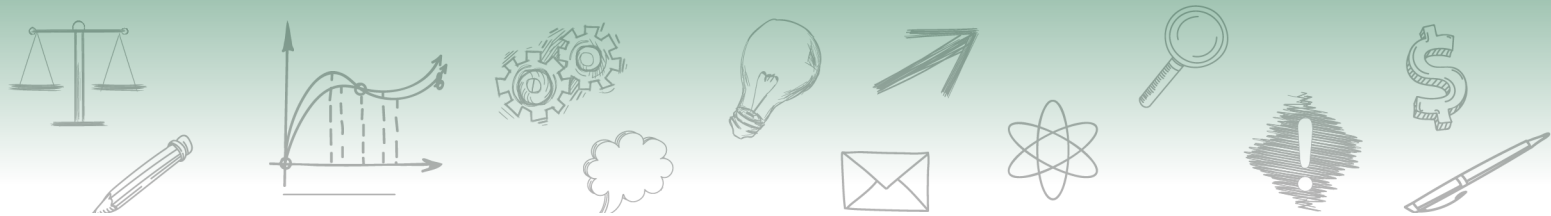
Informational Technology Research and Application Center (ITRAC/FGA/UnB): apoio ao desenho e à execução da pesquisa.

Secretaria Especial de Produtividade, Emprego e Competitividade (ME/SEPEC):

- disponibilização de dados e informações e de logins para testes internos;
- interlocução inicial com empresas, informando sobre os objetivos da pesquisa e solicitando sua contribuição;
- interlocução inicial com profissionais dos postos do SINE, informando sobre os objetivos da pesquisa e solicitando sua contribuição. É fundamental que a comunicação prévia com os profissionais do SINE seja clara para evitar eventuais ruídos e barreiras de acesso;
- articulação com os postos do SINE para disponibilidade de espaço próprio nos testes de usabilidade do Emprega Brasil (sala, cadeiras e três computadores com acesso à internet).

Postos do SINE:

- breve contextualização da pesquisa aos trabalhadores que procurem o SINE e convite para que participem da pesquisa;
- se for necessário, indicação de profissionais de atendimento ao público para diálogo com pesquisadores sobre o SINE;
- organização de espaço próprio para os testes de usabilidade do Emprega Brasil (sala, cadeiras e três computadores com acesso à internet).



Cronograma das Atividades

Macro-etapa	Atividades	Responsável	Responsável
Levantamento e alinhamento da demanda	Reunião de apresentação	ME/SGD/DEUX ME/SEPEC	02/07/2019
	Envio de informações complementares sobre o serviço (indicadores, logins de teste e outros materiais de referência)	ME/SEPEC	De 02 a 31/07/2019
	Encaminhamento de plano de trabalho e cronograma	ME/SGD/DEUX	24/07/2019
	Reunião de alinhamento do plano de trabalho	ME/SGD/DEUX ME/SEPEC	26/07/2019
	Oficina de ideação com ME/SEPEC, DATAPREV e representantes do Governo do Estado de Minas Gerais	ME/SEPEC	06/08/2019 a 09/08/2019
Desenho e preparação do trabalho de campo	Agendamento de primeira ida a campo com uma empresa e um posto do SINE (expedição etnográfica)	ME/SEPEC	Até 30/07/2019
	Teste de roteiro e da pesquisa de campo etnográfica	ME/SGD/DEUX	De 29/07/2019 a 02/08/2019
	Agendamento de atividades presenciais (entrevistas e grupo focal) com empresas e postos do SINE	ME/SEPEC	De 01/08/2019 a 09/08/2019
Trabalho de campo	Pesquisa de campo (entrevistas, grupo focal e testes de usabilidade)	ME/SGD/DEUX	12/08/2019 a 30/08/2019
Conclusão e acompanhamento	Entrega do relatório final	ME/SGD/DEUX	20/09/2019
	Reunião de apresentação do relatório final e discussão das sugestões	ME/SGD/DEUX ME/SEPEC	27/09/2019
	Reunião de pactuação de cronograma para incorporação das recomendações	ME/SGD/DEUX ME/SEPEC	11/10/2019
	Reunião de acompanhamento	ME/SGD/DEUX ME/SEPEC	11/11/2019

Documento com exemplo de plano de Trabalho, disponível na plataforma do curso.



Unidade 4: Preparação para coleta de dados

Objetivo de aprendizagem

Ao final da unidade você será capaz de:

- Identificar a preparação para a coleta de dados da pesquisa com usuários de serviços públicos.

4.1. Roteiro de entrevista

Independentemente dos métodos e técnicas escolhidos para a pesquisa, será necessário fazer perguntas às pessoas que utilizam o serviço. Enumeramos a seguir algumas questões sobre o perfil do usuário que podem ser interessantes:

a) Gênero

Sempre que possível, a entrevista será feita pessoalmente, logo, não será necessário fazer esta pergunta.

Simplesmente anote o gênero da pessoa com quem você está falando.

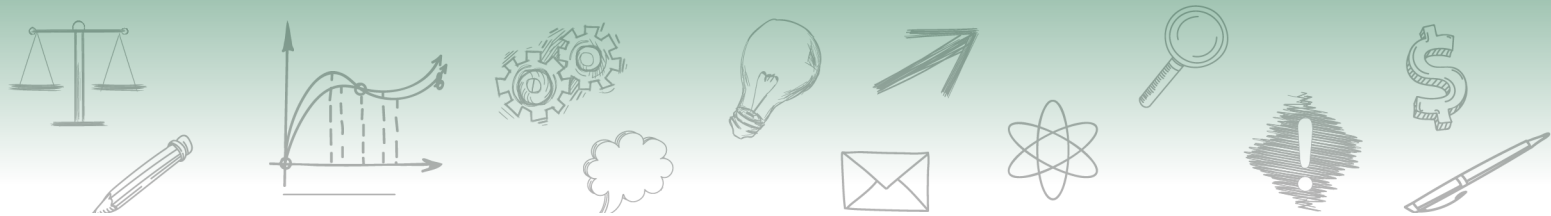
Esta informação será importante para observar se existe alguma diferença relevante entre homens e mulheres quanto ao acesso ao serviço ou, pelo menos, irá demonstrar que o público-alvo entrevistado foi abrangente nesse aspecto.

b) Idade

Especialmente quando se trata de tecnologia, via de regra, pode-se perceber uma grande diferença em sua utilização de acordo com a idade do usuário. Contudo, isso pode ser apenas um preconceito. Por isso, é importante saber a idade das pessoas com quem se conversa (ou, pelo menos, a faixa etária) e tirar conclusões baseadas no que foi observado durante a pesquisa.

c) Ocupação e escolaridade

Essas perguntas permitem inferir quanto ao perfil socioeconômico das pessoas que utilizam o serviço, o qual costuma ser relevante. Caso não sejam consideradas relevantes para a pesquisa, ou se o público-alvo for naturalmente segmentado nesse aspecto, não há necessidade de fazê-las. De todo modo, a forma como essas questões serão realizadas merece cuidado por parte dos entrevistados, pois uma pessoa com escolaridade mais baixa pode se sentir constrangida ao ser questionada a respeito e se desmotivar a se engajar na conversa sobre o serviço.



d) Fluência digital

Em alguns casos, pode ser importante saber o quão familiarizada a pessoa é com a tecnologia. Para isso, podem ser utilizadas perguntas como:

- Você costuma usar computador/celular?
- Costuma utilizá-los para quê? (muitas pessoas com menor fluência digital utilizam apenas para comunicação: realização de chamadas e redes sociais)
- Tem acesso à internet? Tem pacote de dados no celular? Tem wi-fi em casa ou no trabalho?

Essas questões também devem ser colocadas com cautela, buscando uma conversa fluida com o entrevistado, para que ele não se sinta constrangido ou invadido pelo entrevistador.

O nível de profundidade das perguntas irá depender da necessidade da pesquisa.

Observe agora as questões básicas sobre o serviço:

Além de questões que a equipe de pesquisa queira saber sobre o serviço específico ao qual a pesquisa se refere, existem algumas que costumam se aplicar à maioria dos serviços públicos, por exemplo:

- a) Clareza da linguagem.
- b) Dificuldades e incômodos encontrados.
- c) Sugestões de melhoria.
- d) Pontos positivos da experiência.
- e) Que nota daria para o serviço (pode ser escala até 10, avaliação de até 5 estrelas ou outra).
- f) Uma palavra para descrever o serviço (é possível formar uma interessante nuvem de palavras com as respostas, na qual se pode identificar uma tendência na avaliação do serviço, a partir de palavras preponderantemente positivas, negativas ou até mesmo uma composição mista, o que também diz muito sobre o serviço).

Procure evitar perguntas que guiem a resposta do usuário. Por exemplo, em vez de perguntar “Foi difícil fazer o login?”, experimente perguntar “O que você achou do processo de login ou de autenticação?” Caso a pessoa não compreenda bem, pode-se esclarecer melhor “Como foi fazer o primeiro acesso? Foi fácil, foi difícil, foi como você esperava?”.



DESTAQUE

Às vezes, percebe-se que as pessoas têm certa resistência em dizer que tiveram alguma dificuldade com o serviço. Pode acontecer, também, de a pessoa querer agradar o entrevistador, dando uma nota boa para um serviço que visivelmente lhe proporcionou uma experiência ruim. Para contornar tais situações, pode-se realizar perguntas sobre outras pessoas próximas a quem utiliza o serviço, cujas respostas tenderão a ser, na realidade, sobre ele próprio. Por exemplo:

- “Você acha que seus amigos ou familiares teriam alguma dificuldade?”
- “Você recomendaria esse serviço para seus amigos e familiares?” (no caso de serviços que não sejam obrigatórios) ou “Você recomendaria o canal digital desse serviço para amigos e familiares?” (no caso de serviços que tenham a opção de canal presencial).

Observe os princípios básicos:

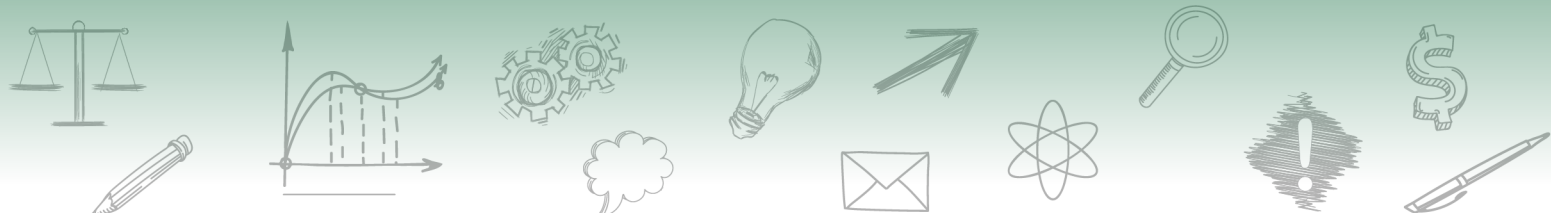
- Pergunte apenas o necessário.
- Utilize vestimentas alinhadas ao perfil dos participantes da pesquisa (se a entrevista ocorrerá em um ambiente informal, não vá de paletó, por exemplo).
- Utilize linguagem simples e fluida.

DICA

Teste de roteiro: após realizar as primeiras entrevistas, reúna a equipe de pesquisa e discuta impressões sobre o roteiro. Incluam perguntas das quais tenham sentido falta, excluam aquelas que não fazem sentido e reformulem as que não foram bem entendidas. E, então, prossigam com o roteiro aprimorado.

4.2. Survey

No caso do *Survey*, as perguntas não diferem muito das realizadas na entrevista. Mas deve-se dar preferência, o máximo possível, a perguntas fechadas, nas quais as alternativas de respostas são apresentadas aos respondentes, facilitando, posteriormente, o processamento dos dados e a análise.



DICA

O teste de roteiro também é válido nesta modalidade. Aqui ele também tem uma vantagem adicional: enviando o questionário para um pequeno grupo de pessoas (ou fazendo entrevistas presenciais com poucas pessoas), pode-se utilizar perguntas abertas, e suas respostas ajudarão a criar opções de respostas fechadas no questionário a ser enviado para um grupo maior.

4.3. Onde realizar a pesquisa?

O local para realização da pesquisa vai depender do serviço em questão.

Algumas questões para guiar essa definição:

- Existe algum local onde o serviço é prestado presencialmente?
- Quem é o público-alvo e onde consigo encontrá-lo?
- As pessoas irão parar, terão tempo e paciência para responder à pesquisa neste local?

IMPORTANTE

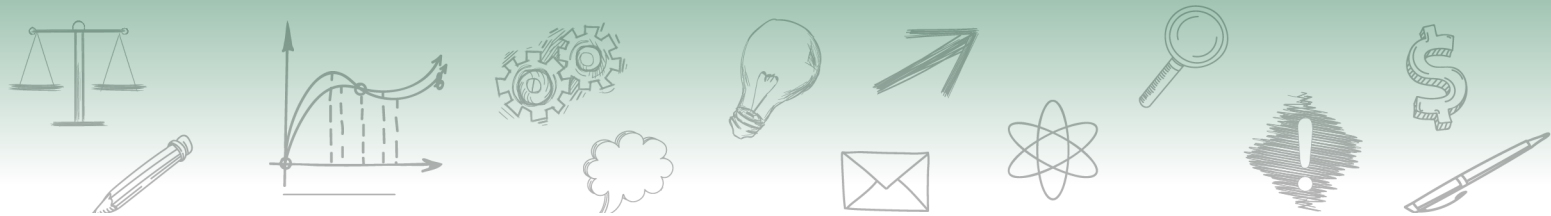
Se não for lugar público, é indicado pedir autorização a quem o administra previamente à visita. Mesmo que seja um órgão público, o ideal é que seja feito contato prévio com a pessoa responsável, para que esta avise aos funcionários locais, a fim de que não haja entraves e resistência à realização da pesquisa.

Se tiver dificuldade, solicite que o gestor do serviço sugira um lugar para a realização da pesquisa e, se for o caso, faça contato prévio com o pessoal desse local para facilitar a entrada da equipe de pesquisa.



Glossário

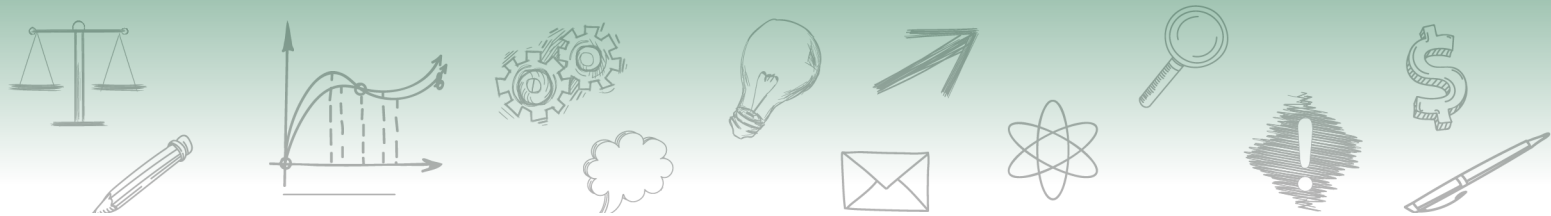
Verbetes	Palavra associada	Definição / Significado
Abordagem qualitativa	Pesquisa qualitativa.	Pesquisa que estuda aspectos subjetivos de fenômenos sociais e do comportamento humano.
Análise heurística		Avaliação da solução digital realizada por especialistas, com base em princípios de usabilidade.
Aplicativo		Programa eletrônico desenvolvido para ser instalado em um dispositivo móvel, como um telefone celular ou tablet, por meio do qual se acessa um serviço.
Atores envolvidos	<i>Stakeholders</i>	Indivíduos, grupos ou organizações relacionados ao serviço e que podem afetar ou ser afetados pelo projeto de pesquisa.
Canal digital	Solução tecnológica, solução digital	Ferramenta digital desenvolvida para que um determinado serviço esteja também disponível digitalmente, além do balcão que faz o atendimento presencial aos usuários.
<i>Card sorting</i>		Técnica em que usuários utilizam cartões para agrupar e categorizar informações da forma que faça mais sentido para eles.
Cronograma		Previsão da execução de um trabalho, na qual se indicam os prazos em que se deverão executar as tarefas e suas diversas fases.
Dores	Angústias, incômodos	Dificuldades que os usuários experimentam ao acessar ou ao solicitar determinado serviço.
Eficiência		Relação entre os resultados obtidos e os recursos empregados.
Empatia	Compreensão empática	Capacidade psicológica para compreender o que sente uma outra pessoa caso estivesse na mesma situação vivenciada por ela.
Entrevista		Conversa com usuários para compreender sua perspectiva.
Entrevista semiestruturada		Entrevista guiada por um grupo de questões preestabelecidas, mas que também permite que o pesquisador adicione perguntas de acordo com o conteúdo trazido pela pessoa entrevistada.
Fluência digital		Capacidade de lidar com os recursos tecnológicos ao resolver problemas reais.
Fluxograma		Diagrama que representa cada etapa de um processo ou atividade.



Gênero		Características socialmente relacionadas ao masculino e ao feminino. A categoria gênero é mais abrangente que a categoria sexo, que se refere ao aspecto biológico da pessoa.
Gestor do serviço	Equipe gestora do serviço, dono do serviço	Equipe responsável por um determinado serviço ou política pública.
Governo digital	Governo eletrônico, e-gov	Modalidade de oferta de políticas públicas e serviços públicos à população por meio digital.
Grupo focal		Discussão em grupo para captar as percepções de usuários.
Ideação		Levantamento de ideias que contribuam para solucionar os problemas identificados.
<i>Insights</i>		Compreensão espontânea e intuitiva a respeito de uma questão ou de uma situação.
Interação		Ação entre uma instituição pública e a população que utiliza os seus serviços, por meio de um canal de atendimento presencial ou digital.
Interface digital		Aquilo que consta na tela por meio da qual há uma interação entre um usuário e um programa de computador.
Jornada dos usuários		Representação gráfica das interações do usuário necessárias para a obtenção de um produto ou o acesso a um serviço, indicando todas as suas etapas, pontos de dores, emoções, desde antes da compra do produto ou do acesso ao serviço até depois de sua obtenção.
<i>Login</i>	Autenticação	Processo para identificar um usuário ao acessar um sistema eletrônico usando os dados já cadastrados no sistema.
Logística da pesquisa		Organização dos recursos e informações necessários para a realização da pesquisa.
Macro-etapa		Etapa do desenvolvimento do projeto que envolve a realização de várias atividades distintas.
Nuvem de palavras		Representação gráfica que mostra as palavras mais usadas nas respostas das pessoas entrevistadas.
Objetivo da pesquisa	Escopo da pesquisa	Aquilo que se pretende examinar, o que se espera encontrar com a pesquisa.
Oficina		Reunião de pessoas com perfil diversificado e multidisciplinar para discutir as soluções de uma questão.
Pacote de dados		Estrutura de transmissão de informações por uma rede de comunicação em rede.



Pactuação		Ação de validar um acordo.
Perguntas abertas		Perguntas cujas respostas refletem o pensamento das pessoas pesquisadas, em suas próprias palavras.
Perguntas fechadas		Perguntas cujas alternativas de respostas são limitadas e apresentadas aos respondentes como únicas possibilidades de resposta.
Pesquisa de experiência dos usuários		Processo que busca identificar problemas de acesso e de obtenção de serviços, indicando as emoções, dores, necessidades, motivações, valores vivenciadas pelos usuários e mapeando oportunidades de melhoria e inovação dos serviços.
Pesquisa etnográfica		Análise do comportamento de um grupo social ou cultural, buscando identificar valores, comportamentos, reações, rotinas, emoções e incômodos.
Plano de trabalho		Documento que descreve, delimita e guia um projeto a ser realizado. No caso da pesquisa, indica seu objetivo, levanta hipóteses, especifica sua estratégia e aponta para as expectativas quanto aos seus resultados.
Plataformas digitais		Tecnologia que permite a conexão entre os usuários e os prestadores de serviço, por meio da internet.
Pontos de contato		Canais disponíveis para que o usuário interaja com um serviço.
<i>Print</i> de tela		Captura em forma de imagem da tela de um computador ou celular, como uma foto.
Público-alvo		Quem é, será ou poderá ser afetado, direta ou indiretamente, pelo serviço ou política pública.
Redesenho do serviço	Reformulação do serviço, desenho do serviço	Ajuste da elaboração teórica do fluxo, práticas e procedimentos que regem um determinado serviço.
Roteiro de entrevista		Guia com as perguntas a serem feitas às pessoas pesquisadas e com as orientações aos pesquisadores.
Sistema		Programa eletrônico que fornece uma interface acesso a um serviço ao usuário por meio de um computador, telefone celular ou <i>tablet</i> .
<i>Survey</i>		Forma de pesquisa por meio de questionário estruturado e aplicado a um grande número de respondentes.
Taxa de pareamento		No caso da inserção no mercado de trabalho, convergência entre as demandas das empresas e o perfil dos trabalhadores em busca de emprego.



Teste de usabilidade	<i>Shadowing</i>	Observação dos usuários enquanto utilizam uma ferramenta digital a fim de realizar uma tarefa específica.
Totem de autoatendimento		Equipamento eletrônico que possibilita o autoatendimento e a obtenção de informações diretamente pelos usuários.
Trabalho de campo	Pesquisa de campo	Atividade de pesquisa realizada no local onde ocorre aquilo que se quer observar.
Transformação digital	Digitalização dos serviços	Uso da tecnologia para oferecer um serviço, resultando no redesenho e na digitalização de serviços públicos. Tecnologia que permite a conexão entre os usuários e os prestadores de serviço, por meio da internet.
Usuários		Indivíduos (pessoas físicas) ou empresas (pessoas jurídicas) que utilizam determinado produto ou serviço.
<i>Website</i>	<i>Site</i>	Conjunto de páginas disponíveis na internet.

Referências

CAVALCANTE, Pedro et al (Org.). **Inovação e políticas**: superando o mito da ideia. Brasília: Ipea, 2019. Disponível em: http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/livros/livros/190530_livro_inovacao_e_politicas_publicas.pdf. Acesso em: 24 fev. 2020.

ENAP. **Pesquisa sobre serviços públicos de atendimento do governo federal**. Brasília: Enap, 2018. Disponível em: <https://repositorio.enap.gov.br/handle/1/3217>. Acesso em: 24 fev. 2020.

INTERACTION **Design Foundation**. Página institucional. Disponível em: <https://www.interaction-design.org/>. Acesso em: 25 fev. 2020.

KRUG, Steve. **Não me faça pensar**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014.

METELLO, Daniela. **Design etnográfico em políticas públicas**. Coleção Inovação na Prática. Brasília: Enap, 2018. Disponível em: https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/3524/4/livro-amarelo_DIGITAL.pdf. Acesso em: 24 fev. 2020.

ROHRER, Christian. **When to Use Which User-Experience Research Methods**. Nielsen Norman Group, 2014. Disponível em: <https://www.nngroup.com/articles/which-ux-research-methods/>. Acesso em: 10 mar. 2020.

YIN, Robert K. **Pesquisa Qualitativa do Início ao Fim**. Porto Alegre: Penso, 2016.



Material complementar

- BROWN, Tim. **Design Thinking - Uma Metodologia Poderosa Para Decretar o Fim Das Velhas Ideias**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2018.
- KOLKO, Jon. **Do design thinking ao design doing - como usar a empatia para criar produtos que as pessoas amam**. São Paulo: M.BOOKS, 2018.
- NORMAN, Don; NIELSEN, Jakob. **The Definition of User Experience (UX)**. Disponível em: <https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>. Acesso em: 24 fev. 2020.
- NUNNALLY, B; FARKAS, D. **UX Research: Practical Techniques for Designing Better Products**. English Edition. O'Reilly Media, Inc, 2016.