

*Etapa 2*

## **PORTAL NACIONAL DE CONTRATAÇÕES PÚBLICAS**

Projeto em parceria com o  
GNova/ENAP, PNUD e SEGES/ME

Projeto 00103483 | Edital No 129/2019  
Contrato 2020/000027

**Presidente**

Diogo Godinho Ramos Costa

**Diretor de Inovação e Gestão do Conhecimento**

Guilherme Alberto Almeida de Almeida

**Equipe GNova – Laboratório de Inovação em Governo**

Marizaura Reis de Souza Camões – Coordenadora-Geral

João Augusto Sobreiro Sigora - Coordenador

Cecília Ishikawa Lariú

**Consultor**

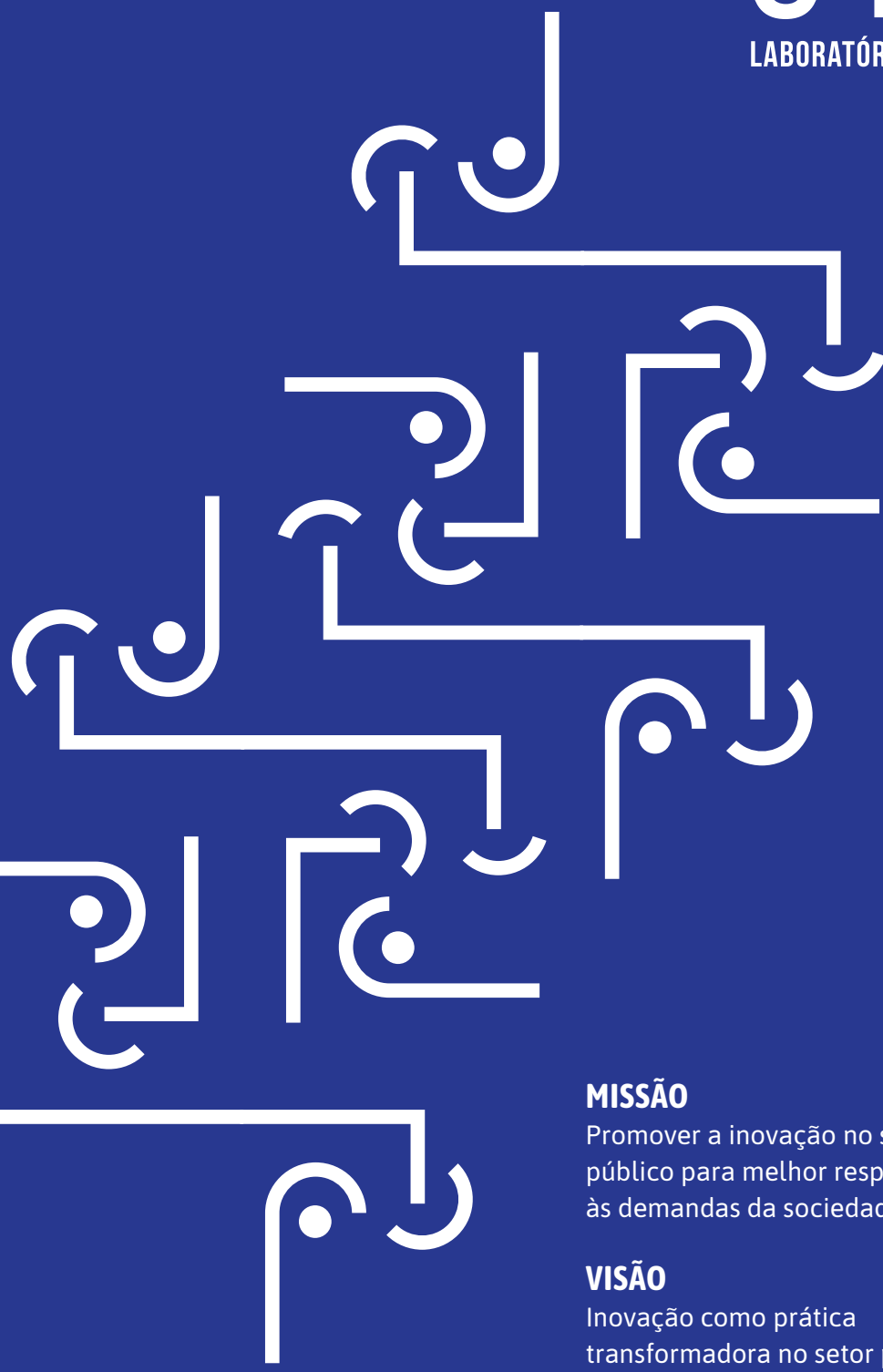
Bruno Martins Rizardi

**Diretor do Departamento de Logística**

Wesley Lira

# G'NOVA

LABORATÓRIO DE INOVAÇÃO EM GOVERNO



## MISSÃO

Promover a inovação no setor público para melhor responder às demandas da sociedade.

## VISÃO

Inovação como prática transformadora no setor público.

## VALORES

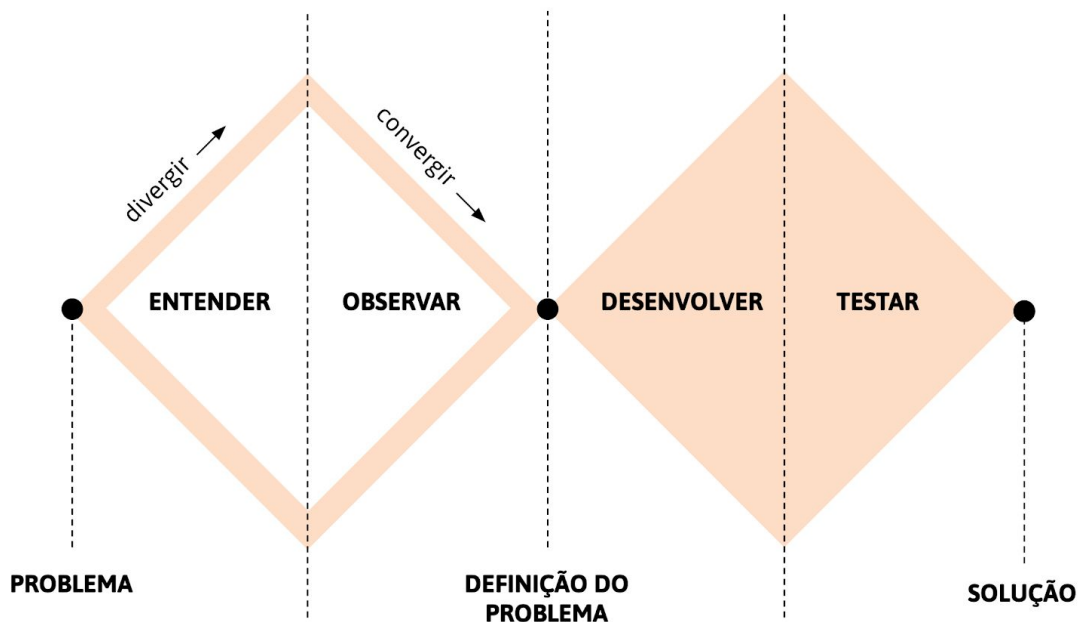
Abertura ao risco  
Atuação em rede  
Colaboração  
Empatia e foco no usuário  
Experimentação  
Geração de valor público  
Proatividade

# ÍNDICE

<b>1. Objetivos da etapa</b>	<b>1</b>
<b>2. Trabalho desenvolvido</b>	<b>3</b>
2.1. Concepção e coordenação da oficina de definição da pesquisa de campo	3
2.2. Planejamento e coordenação da visita pré-teste a campo	9
2.3. Coordenação do teste do roteiro de entrevista de campo e outras ferramentas de observação	10
2.4. Identificação dos usuários do Portal	10
2.5. Melhoria das Ferramentas de Campo	11
<b>3. Resultados parciais</b>	<b>12</b>
3.1. Resultados da oficina de Definição de pesquisa de campo	12
3.2. Resultados do pré-teste	15
3.3. Alterações para pesquisa em campo	15
<b>4. Aprendizados e próximos passos</b>	<b>17</b>
4.1. Aprendizados gerados	17
4.2. Próximos passos	19
<b>5. Anexos</b>	<b>20</b>

# 1. Objetivos da etapa

A etapa de observação é o segundo processo de um projeto com metodologia baseada em Design Thinking. Essa etapa é dedicada à observação dos problemas e investigação aprofundada dos insumos coletados na etapa de Entendimento. Neste momento, são utilizadas ferramentas baseadas em pesquisa qualitativa, como design etnográfico, e pesquisa documental, em fontes externas, como documentação, legislação e outras fontes relevantes. Para esta etapa, é necessário que haja um teste das ferramentas de coleta de informações, especialmente os instrumentos de design etnográfico. O objetivo do Pré-Teste é, portanto, a validação das ferramentas de entrevistas em profundidade.



*Duplo Diamante. Fonte: Design Council*

Para o Projeto do Portal Nacional de Contratações Públicas, o Pré-Teste consistiu na elaboração de roteiros de entrevista em profundidade em dois temas específicos, Custo de

Processos e Accountability. A partir da elaboração colaborativa destes instrumentos, foram realizadas entrevistas para o teste e melhoria dos instrumentos em sequência.

## 2. Trabalho desenvolvido

Considerando a necessidade de um aprofundamento nos temas levantados na etapa de Entendimento, esta etapa desdobrou-se em seis atividades principais, de oficinas para definir os instrumentos de design etnográfico a teste dos instrumentos e melhorias nos mesmo. A oficina e testes contaram com a participação da equipe da Secretaria de Gestão (SEGES).

### 2.1. Concepção e coordenação da oficina de definição da pesquisa de campo

A oficina de definição da pesquisa de campo tem o objetivo de definir o escopo a ser aprofundado por meio de ferramentas de design etnográfico. Normalmente, o design etnográfico pode ser realizado em três formas: por entrevistas em profundidade, observação do público alvo ou imersão na realidade do público alvo. Uma vez que há limitações físicas (decorrentes das medidas de contenção da pandemia de COVID-19) que impedem a aplicação das duas últimas ferramentas, o foco na oficina foi a seleção dos temas de maior importância, definição dos usuários do portal e elaboração de roteiros de entrevistas em profundidade.

#### **Concepção da oficina de definição da pesquisa de campo**

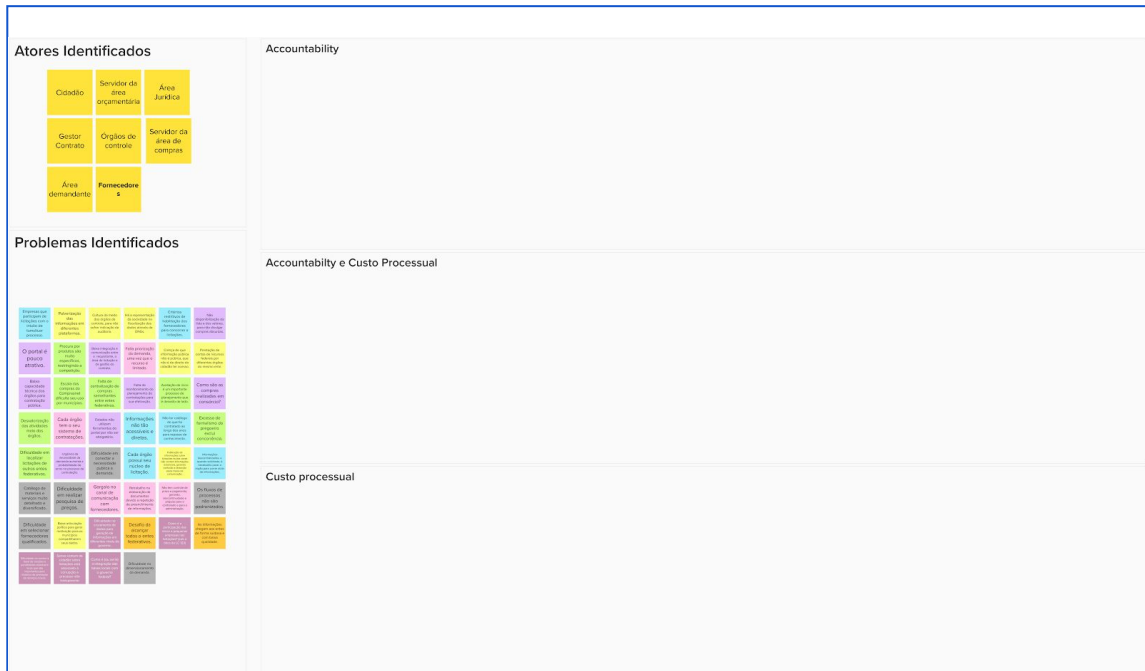
A oficina de definição da pesquisa de campo foi planejada a partir dos resultados da Etapa 1 - Entendimento. Os resultados foram tratados e organizados para compor as ferramentas utilizadas na oficina. É necessário ressaltar que, devido às limitações impostas pelas medidas de contenção da COVID-19, a oficina foi realizada no modelo de

videoconferência, utilizando-se das ferramentas do Zoom e Mural. Essa limitação também impactou a duração da oficina, que foi de 2:30 hs. A partir dessas restrições, foi elaborado o Fio Lógico, detalhando as atividades a serem realizadas na oficina:

Horário	Tempo da Atividade	Atividade	Descrição
8:00	0:05	Entrada da equipe na sala virtual	
8:05	0:05	Check-in	Dinâmica de compartilhamento dos participantes do projeto
8:10	0:05	Retomada da Etapa de Entendimento	Apresentação do que foi feito e principais conclusões
8:15	0:10	Explicação Design Etnográfico	Apresentação do método de Design Etnográfico, seus objetivos e importância
8:25	0:20	Usuários nos Temas	Validação dos usuários relevantes a serem entrevistados no Campo
8:45	0:30	Problemas Identificados nos Temas	Os usuários serão pareados com os problemas levantados.
9:15	0:10	Instrução de como montar um Roteiro	Os participantes serão instruídos em como construir um roteiro de entrevistas
9:25	0:50	Divisão em temas e construção dos roteiros temáticos	Os participantes escolherão os usuários para elaboração de perguntas a respeito de determinado tema.

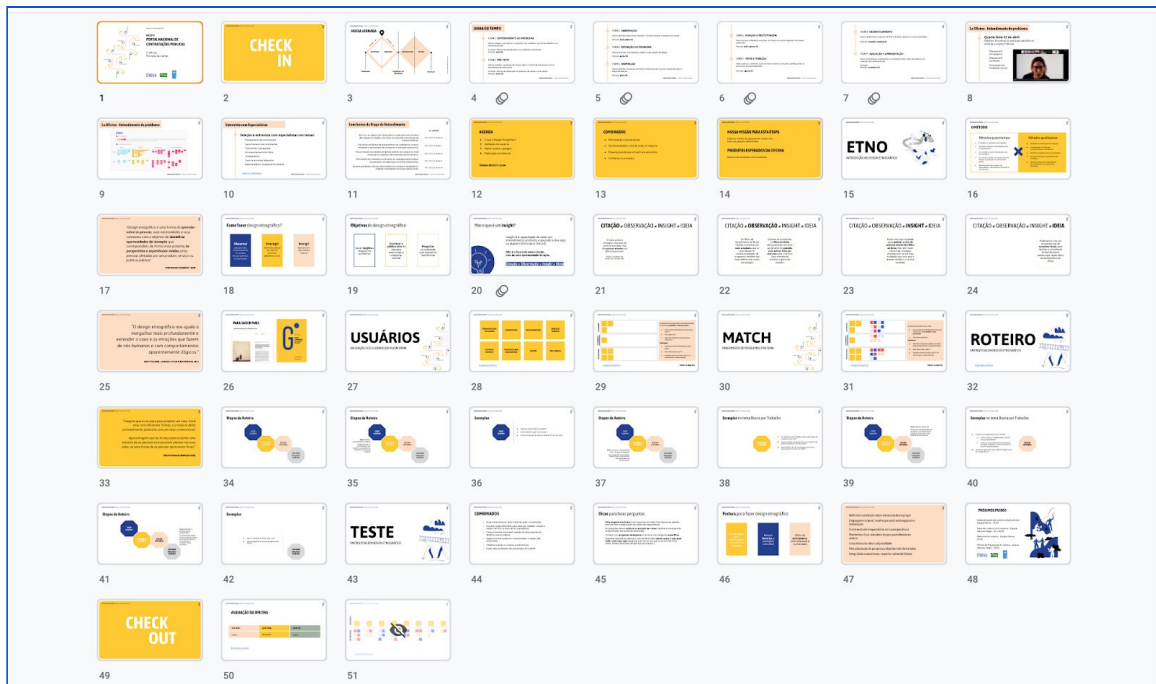
Para o desenvolvimento deste trabalho, foi desenhado o canvas no MURAL, com os atores identificados na Etapa 1, os gargalos decorrentes das Entrevistas com Especialistas e Oficina com equipe da SEGES e temas sugeridos pela alta direção da SEGES.





Canvas de Temas e Usuários  
Fonte: elaboração própria.

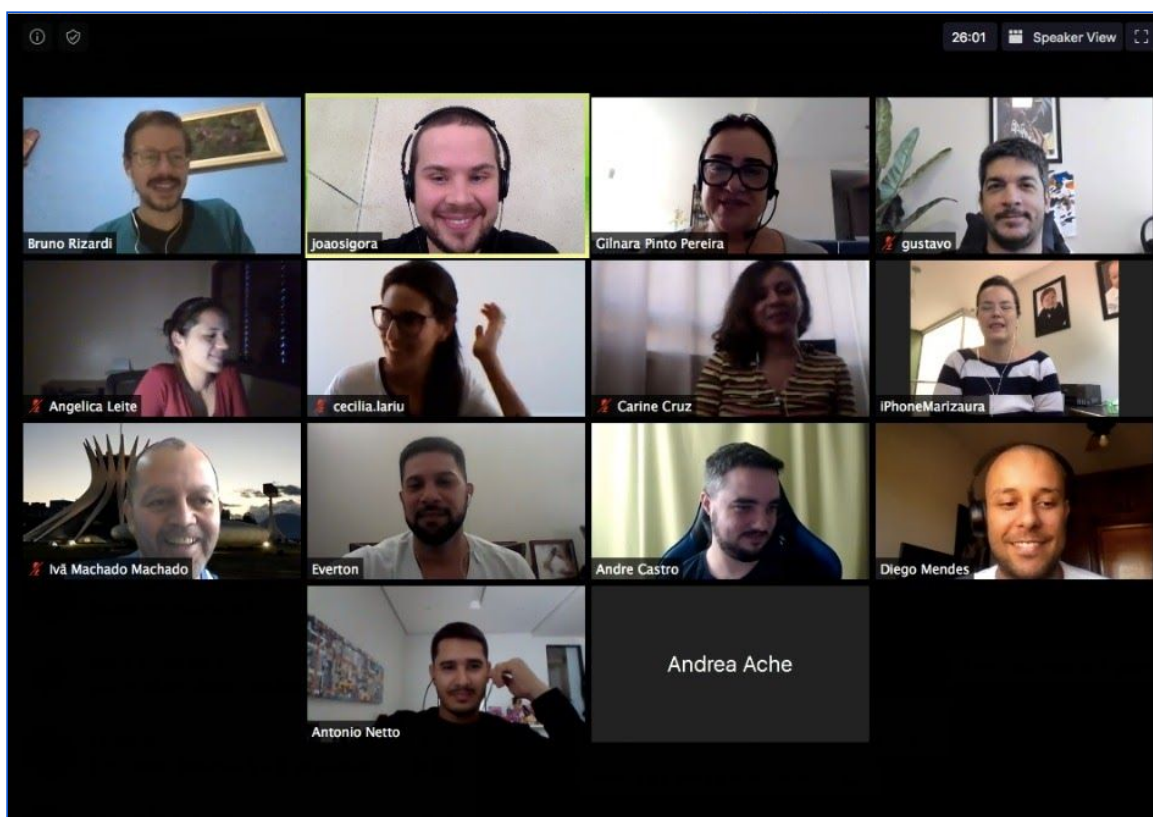
Por fim, foi elaborada a apresentação de slides com base no fio lógico e ferramentas escolhidas. Os slides podem ser verificados na seção de Anexos (Anexo 1).



Slides da oficina de Definição de Pesquisa de Campo.  
Fonte: elaboração própria.

## Coordenação da oficina de definição de pesquisa de campo

A partir dos materiais elaborados e do fio lógico, foi realizada a Oficina de Definição de Pesquisa de Campo, com a participação de 14 pessoas. A oficina ocorreu no dia 22/05, das 8:00 às 10:30h.



Facilitação virtual da oficina via Zoom. Fonte: acervo do autor.

A oficina se iniciou com uma apresentação breve dos participantes, mencionando nome e função. Seguidamente, foi apresentado o projeto, recapitulou-se a Etapa de Entendimento e os principais resultados, os objetivos do dia e os combinados entre facilitadores e equipe.

A primeira atividade foi uma pequena palestra no tema de Design Etnográfico, suas especificidades teóricas e ferramentas para o trabalho de pesquisa de campo. Após a explanação, seguiu-se com a primeira atividade, com a identificação dos usuários do portal. Os usuários apresentados foram resgatados da atividade da oficina de

definição de problema inicial e complementados pela equipe durante esta atividade. Foi pedido aos participantes que fizessem a categorização dos usuários em dois temas: accountability e custo processual, além de sua intersecção.

A partir dessa divisão, prosseguiu-se para a próxima atividade, na qual a equipe deveria conectar os problemas aos mesmos temas. Estes problemas foram identificados na Oficina de Definição de Problemas e na Entrevista com Especialistas, além da complementação da equipe durante a atividade.



Canvas de Temas e Usuários preenchido. Fonte: acervo do autor.

A próxima atividade foi um novo momento de exposição, no qual se apresentaram as ferramentas de produção de roteiros de entrevistas a partir dos temas e problema



<p><b>QUE BOM</b></p> <p>3 respostas</p> <p>Foco nas trilhas a seguir pautadas pela alta gestão</p> <p>O proposito é empolgante. A dinâmica foi excelente assim como as ferramentas utilizadas.</p> <p>Objetividade</p>
<p><b>QUE PENA</b></p> <p>3 respostas</p> <p>Gastamos muito tempo nas apresentações pessoais no início da oficina</p> <p>Ser chamado para uma oficina dessa importância de ultima hora. Queria ter sido convocado antes.</p> <p>Foi enviado o link para a oficina com 40 minutos de atraso</p>
<p><b>QUE TAL</b></p> <p>3 respostas</p> <p>Os consultores assumirem um papel mais atuante</p> <p>aumentar o tempo da oficina e propiciar um tempo de intervalo</p> <p>Disponibilização do material trabalhado</p>

*Avaliação da oficina  
preenchida por participantes.  
Fonte: acervo do autor.*

## 2.2. Planejamento e coordenação da visita pré-teste a campo

A partir dos roteiros elaborados, fez-se uma revisão dos textos e ajustes finos pela consultoria, para melhor aplicação da ferramenta. Com a versão de teste dos roteiros prontas para serem aplicadas, prosseguiu-se com para o planejamento da visita de pré-teste a campo. Devido às limitações trazidas pelas medidas de contenção à pandemia de COVID-19, a visita de pré-teste foi realizada a partir de entrevistas de videoconferência com potenciais usuários do portal. Para esta

atividade, decidiu-se por realizar duas entrevistas em cada tema, totalizando quatro entrevistas. Os usuários entrevistados fazem parte das seguintes instituições:

<b>Accountability</b>	<b>Custo Processual</b>
Transparência Internacional	Secretaria de Estado de Planejamento e Gestão de Minas Gerais
Tribunal de Contas do Estado do Paraná	Central de Licitações do Rio Grande do Sul

Foi pedido à SEGES a participação de duas pessoas da equipe, além da participação de duas pessoas da equipe GNova. A condução das entrevistas foi realizada pela equipe GNova e consultores.

### 2.3. Coordenação do teste do roteiro de entrevista de campo e outras ferramentas de observação

A partir da determinação dos atores a serem entrevistados em campo, prosseguiu-se com a marcação das entrevistas e realização das mesmas. As entrevistas ocorreram entre os dias 28/05 e 02/06, com entrevistas durando até uma hora. A partir das informações colhidas na entrevista, foi possível melhorar os instrumentos. Considerando-se que os ajustes nas ferramentas foram pequenos, os resultados destas entrevistas também farão parte das informações levantadas para o Campo.

### 2.4. Identificação dos usuários do Portal

Os usuários identificados pela equipe dividem-se entre setor público, organizações do terceiro setor, sociedade civil, setor privado e mídia. Cada grupo de usuários desse

mapeamento será destrinchado em outras categorias na próxima etapa.

<b>Lista de Usuários Identificados</b>
Cidadão
Representantes de mídia e jornais
Órgãos de controle
Representantes de sistemas de compras privados
Servidor da área de compras
Gestor Contrato
Responsáveis centrais de normas e sistemas
Fornecedores
Ordenador de despesas
Área demandante
Servidor da área orçamentária
Área Jurídica

## 2.5. Melhoria das Ferramentas de Campo

As melhorias nos roteiros foi realizada pela equipe da SEGES, GNova e consultores após a observação do funcionamento destas ferramentas na entrevista. As mudanças concentraram-se em correções na redação das perguntas, especialmente na melhoria a sintaxe e coerência e foi realizada em um documento modelo. O roteiro final está disponível na seção de Anexos.

### 3. Resultados parciais

A partir das oficinas, identificaram-se os problemas e usuários relacionados a cada tema indicado para as compras públicas. A partir dessa divisão, elaborou-se roteiros de entrevista em profundidade nos temas Accountability e Custo Processual.

#### 3.1. Resultados da oficina de Definição de pesquisa de campo

A oficina resultou em um mapeamento de problemas e usuários por tema e sua interseção, estabelecidos pela direção da SEGES. Os problemas e usuários seguem de forma detalhada.

Accountability
Problemas
Informações não tão acessíveis e diretas.
Publicação de informações sobre licitações muitas vezes não contém informações essenciais, gerando confusão e distorção pelos meios de comunicação.
Crença de que informação pública não é pública, que não é de direito do cidadão ter acesso.
Unificação de conceitos e terminologias adequadas à realidade de órgãos e mercado
Há a representação da sociedade na fiscalização dos dados através de ONGs.
Não disponibilização da lista e dos valores, para não divulgar compras absurdas.
Falta de um sistema único que integre o planejamento, licitação, fiscalização e gestão de riscos. Gestor tem que cuidar de todo processo e ainda se justificar. A jornada do servidor é naturalmente para colocá-lo contra o controle.
Procura por produtos são muito específicos, restringindo a competição.
Cada órgão tem o seu sistema de contratações.
Prestação de contas de recursos federais por diferentes órgãos do mesmo ente.
Senso comum do cidadão sobre licitações está associado à corrupção e processo não transparente.
Publicação de informações sobre licitações muitas vezes não contém informações essenciais, gerando confusão e distorção pelos meios de comunicação.
Falta de monitoramento do planejamento de contratações para sua efetivação.



<b>Atores</b>
Cidadão
Representantes de mídia e jornais
Órgãos de controle
Representantes de sistemas de compras privados

<b>Custo Processual</b>
<b>Problemas</b>
Dificuldade no cruzamento de dados para geração de informações em diferentes níveis de governo.
Dificuldade em conectar a necessidade pública à demanda.
Empresas que participam de licitações com o intuito de tumultuar processo.
Não tem controle de prazo e pagamento, gerando descontinuidade e prejuízo para o contratado e para a administração.
Retrabalho na elaboração de documentos devido a repetição de preenchimento de informações.
Dificuldade em selecionar fornecedores qualificados.
Excesso de formalismo do pregoeiro exclui concorrência.
Retrabalho na elaboração de documentos devido a repetição de preenchimento de informações.
Baixa integração e comunicação entre o requisitante, a área de licitação e de gestão do contrato.
Dificuldade no dimensionamento da demanda.
Desafio de alcançar todos os entes federativos.
Urgência da necessidade da demanda aumenta a probabilidade de erros no processo de contratação.
Cada órgão possui seu núcleo de licitação.
Falta priorização da demanda, uma vez que o recurso é limitado.
Avaliação de risco é um importante processo de planejamento que é deixado de lado.
Desvalorização das atividades meio dos órgãos.
Órgãos buscam comprar outras ferramentas para pesquisar preços, quando a solução deveria ser única, pública e integrada.
As informações chegam aos entes de forma ruidosa e com baixa qualidade.
Baixa articulação política para gerar motivação para os municípios compartilharem seus dados.
<b>Atores</b>
Área demandante
Servidor da área orçamentária
Responsáveis centrais de normas e sistemas
Área Jurídica

<b>Custo Processual e Accountability</b>
<b>Problemas</b>
Pulverização das informações em diferentes plataformas.
Estados não utilizam ferramentas do portal por não ser obrigatório.
Desafio de alcançar todos os entes federativos.
Como é a participação das micro e pequenas empresas nas licitações? (sob a ótica da LC 123)
Estados não utilizam ferramentas do portal por não ser obrigatório.
Informações descentralizadas: e quando solicitado, é necessário parar o órgão para correr atrás de informações.
Unidades de fornecimento dificultam o uso por municípios.
Dificuldade no acesso à base de sanções e penalidades estadual e local, que são importantes para histórico de prestação de serviços e bens.
Dificuldade de aplicação completa sobre o regramento da LC 123.
Catálogo de materiais e serviços muito detalhado e diversificado.
Uso de várias ferramentas que exigem muita dedicação, o que aumenta o risco de falha humana.
Baixa capacidade técnica dos órgãos para contratação pública.
Dificuldade em realizar pesquisa de preços.
Dificuldade em localizar licitações de outros entes federativos.
O portal é pouco atrativo e usável.
Informações descentralizadas: e quando solicitado, é necessário parar o órgão para correr atrás de informações.
Os fluxos de processos não são padronizados.
Falta de centralização de compras semelhantes entre entes federativos.
Dificuldade em conectar a necessidade pública à demanda.
Capacitações dispersas e "especialistas" de mercado terceirizam servidores, ganham lucros absurdos apenas intermediando as capacitações. Isso precisa entrar na conta e poderia ser resolvido.
Não ter catálogo do que foi contratado ao longo dos anos para repasse de conhecimento.
Dificuldade do servidor em aplicar o processo de compra.
Baixa integração e comunicação entre o requisitante, a área de licitação e de gestão do contrato.
Cultura do medo dos órgãos de controle, para não sofrer indicação de auditoria.
Gargalo no canal de comunicação com fornecedores.
Como é (ou seria) a integração das bases locais com o governo federal?
Crítérios restritivos de habilitação dos fornecedores para concorrer a licitações.
<b>Atores</b>
Servidor da área de compras
Gestor Contrato

Responsáveis centrais de normas e sistemas
Fornecedores
Ordenador de despesas

## 3.2. Resultados do pré-teste

A partir do pré-teste, identificou-se a oportunidade de melhoria na redação de algumas questões dos roteiros de entrevistas, assim como uma melhoria na abordagem aos entrevistados e entrevistadas do projeto, considerando fatores como identificação dos entrevistados, detalhamento do escopo da entrevista, maior envolvimento dos entrevistados no processo de construção do portal, entre outros.

Um outro ponto relevante é a variedade de atores a serem entrevistados. Uma vez que se trata de um Portal Nacional de Contratações Públicas, há uma variedade enorme entre cada um dos atores identificados na seção 2.4, especialmente considerando-se que o portal atenderá a todos os níveis federativos (municipal, estadual, distrital e federal), todas as esferas de poder (executivo, legislativo e judiciário) e deverá também servir como instrumento para a sociedade civil. Dessa forma, o maior desafio identificado a partir do pré-teste é a variedade e extensão da pesquisa de campo.

## 3.3. Alterações para pesquisa em campo

As alterações para a pesquisa em campo concentram-se, especialmente, no modelo de entrevistas em profundidade a ser aplicado. As principais orientações notadas para aplicação na pesquisa de campo são:

1. Entrevistas serão conduzidas pela equipe GNova e consultores: uma vez que o perfil dos entrevistados será bastante variado, será necessária que o entrevistador ou entrevistadora seja mais experiente no uso da abordagem de Design Etnográfico. Dessa forma, a adaptação do roteiro ao perfil da pessoa entrevistada e condução será menos ruidosa.
2. Restrição do escopo de pesquisa de Campo: os temas selecionados para aprofundamento e produção de valor para o Portal Nacional de Contratações Públicas são "Accountability" e "Custo Processual". Dessa forma, demais problemas descritos na PL e apontadas pelas pessoas entrevistadas serão registradas, mas não farão parte do escopo do projeto.
3. Restrição física da pesquisa em campo: há impacto na aplicação de ferramentas de Observação e Imersão na realidade dos entrevistados. Essa limitação poderá ser endereçada e remediada nas etapas de Ideação (a partir de ferramentas de cocriação) e Teste (a partir de testes cíclicos e iterativos).
4. Melhoria nos instrumentos: houve uma melhoria na redação as questões componentes do roteiro de entrevistas elaborados em oficina. Os modelos finais a serem aplicados em Campo podem ser visualizados na seção de Anexos.

## 4. Aprendizados e próximos passos

A partir das atividades realizadas na segunda etapa do projeto, foram elencadas algumas lições aprendidas no modelo de *After Action Review* (revisão pós-ação), composto pelas seguintes questões: O que esperava que acontecesse?; o que aconteceu?; o que aprendi com a lacuna?

### 4.1. Aprendizados gerados

Os aprendizados gerados foram divididos nas duas atividades principais: a Oficina de Definição de Pesquisa de Campo do Problema e o Teste Pré-campo.

#### **Concepção e Coordenação de Oficina de Definição de Pesquisa de Campo**

##### 1. *O que esperava que acontecesse?*

Realização de oficina com equipe SEGES para mapeamento dos pontos de aprofundamento a serem realizados em campo. A intenção principal era realizar uma conversa estruturada para levantamentos dos principais problemas a serem investigados com usuários potenciais da plataforma, a fim de desenhar uma ferramenta de entrevista em profundidade nos temas definidos pela direção da SEGES.

##### 2. *O que aconteceu?*

A oficina se desenvolveu com atrasos e novas pessoas participantes, especialmente convidados de última hora. Essa interação gerou alguns ruídos na condução da

oficina, uma vez que havia pessoas mais ou menos informadas sobre os acontecimentos prévios do projeto. Todavia, os participante mostraram-se engajados, realizaram as tarefas com pouca dificuldade e finalizando as atividades no tempo planejado.

3. *O que aprendi com a lacuna?*

O principal aprendizado é a comunicação com a equipe do projeto. Aparenta-se que não há um núcleo duro, portanto, existe uma equipe flutuante no projeto, que pode acarretar descontinuidades e dificuldades na comunicação sobre o que já foi realizado pela equipe. É necessário, portanto, um instrumento de comunicação e revisão dos produtos já entregues. Outro aprendizado é a assertividade e baixa complexidade das ferramentas utilizadas resultou em uma participação mais efetiva da equipe da SEGES. Dessa forma, a equipe do Gnova e consultores ficou a cargo de refinar o que foi produzido, melhorando o fluxo dos trabalhos e resultando em produtos mais completos.

**Teste pré-campo**

1. *O que esperava que acontecesse?*

Realização de entrevista de teste de roteiro com potenciais usuários do PNCP. A intenção principal era melhorar os modelos de roteiros e exercitar a prática de entrevistas em profundidade com a equipe da SEGES.

2. *O que aconteceu?*

A participação da equipe SEGES deu-se mais como observadores do processo e no registro da entrevista,

enquanto a condução ficou a cargo do GNova e consultores. Dessa forma, houve alguma dificuldade no exercício da ferramenta pela equipe.

### 3. *O que aprendi com a lacuna?*

O principal aprendizado é a divisão das atividades de forma diferenciada entre GNova, consultores e SEGES. A partir dessa experiência, as entrevistas serão conduzidas pela equipe do GNova com os consultores, enquanto a equipe SEGES participará fazendo registros e colaborando com perguntas adicionais e análise das entrevistas.

## 4.2. Próximos passos

Para os próximos passos do projeto, espera-se a aplicação dos roteiros em campo, coletando observações, citações e insights para uma análise qualitativa da pesquisa de design etnográfico. Essa pesquisa resultará em um mapa de insights, elemento que irá conduzir a definição do problema e, na sequência, a ideação de soluções para o PNCP.

## 5. Anexos

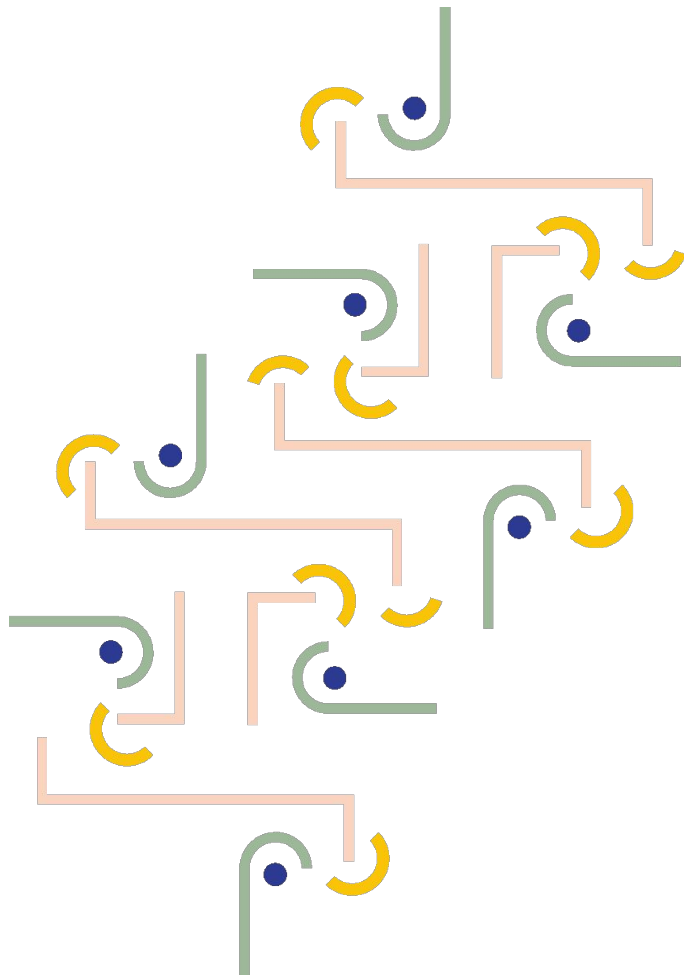


Brasília, 22 de maio de 2020.

# PROJETO PORTAL NACIONAL DE CONTRATAÇÕES PÚBLICAS

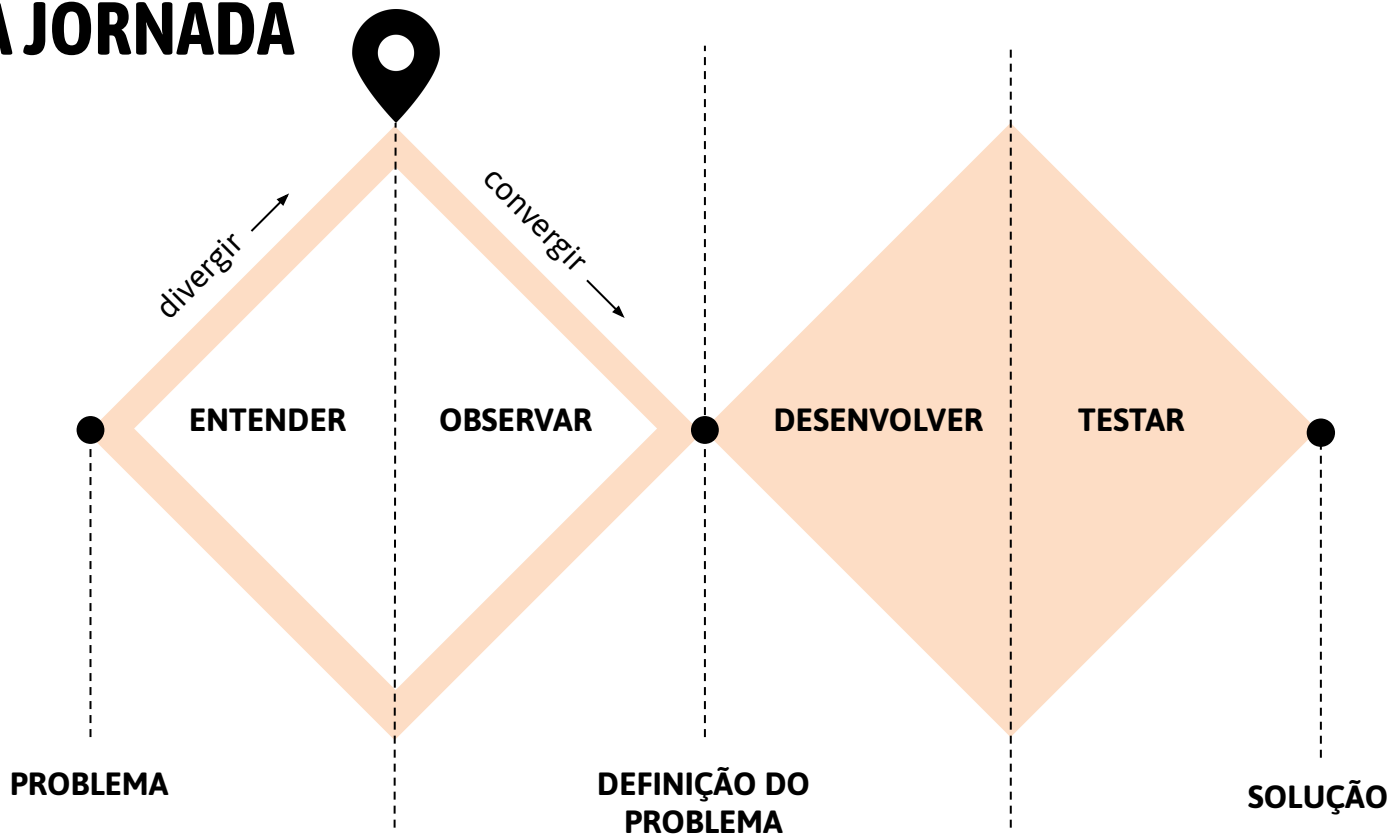
2ª Oficina  
Pré-teste de Campo

G'NOVA



# CHECK IN

# NOSSA JORNADA



## ETAPA 1 - ENTENDIMENTO DO PROBLEMA

Vamos mapear a jornada do comprador e do vendedor, suas dores/desafios e os atores envolvidos

Formato: Oficina de entendimento do problema e entrevistas

Período: **abril/20**

## ETAPA 2 - PRÉ-TESTE

Vamos preparar a pesquisa de campo, testar o roteiro de entrevista e outras ferramentas de observação

Formato: Oficina de preparação da pesquisa de campo e pré-campo

Período: **maio/20**

### ETAPA 3 - **OBSERVAÇÃO**

Vamos levantar dados para subsidiar o Portal e realizar a pesquisa de campo

Período: **maio-junho/20**

### ETAPA 4 - **DEFINIÇÃO DO PROBLEMA**

Vamos priorizar os problemas e definir nosso desafio de design

Período: **junho/20**

### ETAPA 5 - **INSPIRAÇÃO**

Vamos levantar iniciativas nacionais e internacionais e outras inspirações para a etapa de ideação

Período: **julho/20**

## ETAPA 6 - IDEACÃO E PROTOTIPAGEM

Vamos propor e desenhar soluções com base nos insumos gerados nas etapas anteriores

Período: **julho-agosto/20**

## ETAPA 7 - TESTE E ITERAÇÃO

Vamos aplicar o teste em usuários reais e avaliar as reações, aperfeiçoando os protótipos de baixa fidelidade

Período: **agosto/20**

## ETAPA 8 - DESENVOLVIMENTO

Vamos desenvolver proposta de MVP e levantar requisitos e funcionalidades

Período: **setembro-outubro/20**

## ETAPA 9 - AVALIAÇÃO E APRESENTAÇÃO

Vamos sistematizar e apresentar os resultados finais, além de elaborar um roadmap de implementação

Formato:

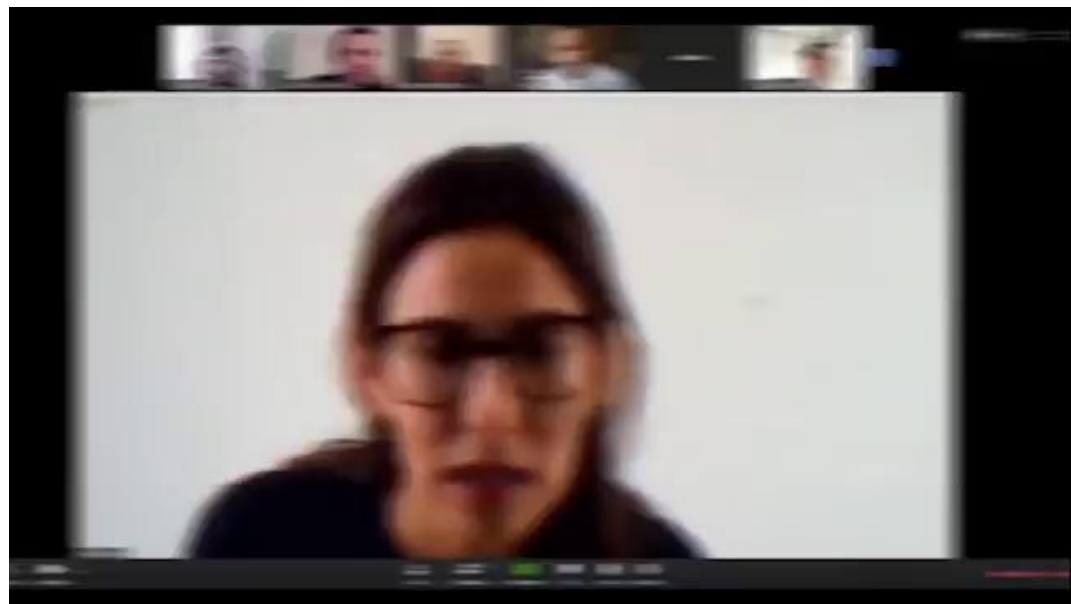
Período: **novembro/20**

# 1a Oficina - Entendimento do problema

## Quarta-feira 22 de abril

Objetivo: Encontrar os principais desafios no tema de Compras Públicas

- Mapeamento dos Gargalos
- Mapeamento dos Atores
- Priorização dos Problemas Iniciais

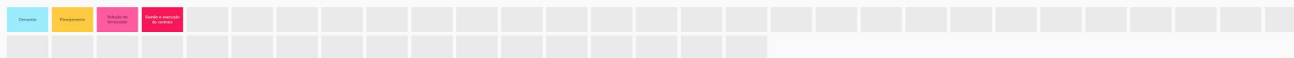




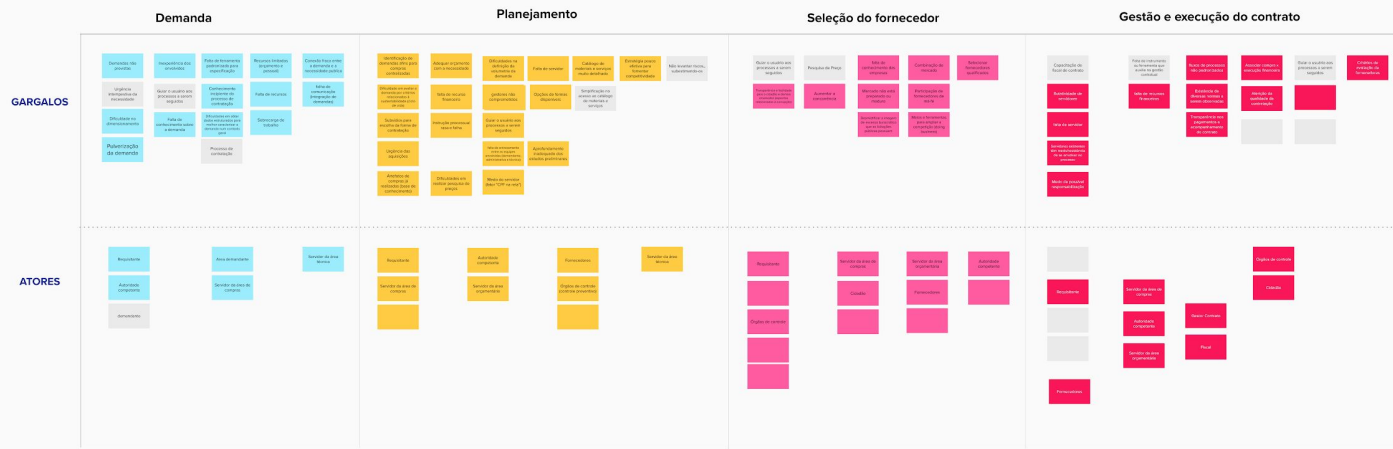
# 1a Oficina - Entendimento do problema

G'NOVA

1 Passo 1: Etapas Macro



2 Passo 2: Detalhamento das Etapas



## Seleção e entrevista com especialistas nos temas:

- Planejamento de contratações
- Gerenciamento de contratações
- Controle de contratações
- Acompanhamento de Obras
- Transparência
- Suporte aos entes federados
- Base de dados e integração do sistema

[\[MAPA DE PROBLEMAS\]](#)

# Conclusões da Etapa de Entendimento

## PL 1292/95

Alto foco no aspecto da transparência, ainda que mencionada a dificuldade do cidadão e da mídia em entender informações de compras públicas.

Art. 173, § 3, inciso VI

Há muitos problemas de planejamento nas unidades de compra, revelando a necessidade de se explorar a realidade subnacional.

Art. 173, § 2, inciso I

Pouca menção aos desafios de gerenciamento de compras no nível municipal ou estadual, demonstrando distanciamento.

Art. 173, § 3, inciso III

Dificuldade das unidades na utilização de catálogos padronizados, necessitando de exploração nos entes subnacionais.

Art. 173, § 2, inciso II

Existem problemas culturais relacionados ao controle e transparência, exigindo investigação nos entes subnacionais.

Art. 173, § 3, inciso VI

# AGENDA

1. O que é Design Etnográfico?
2. Validação de usuários
3. Match usuário x gargalo
4. Elaboração de Roteiros

**TÉRMINO PREVISTO: 10:30H**

# COMBINADOS

- Participação e escuta ativas
- Horizontalidade: a voz de cada um importa
- Presença (ainda que virtual!) nos encontros
- Confiança no processo

# **NOSSA MISSÃO PARA ESTA ETAPA**

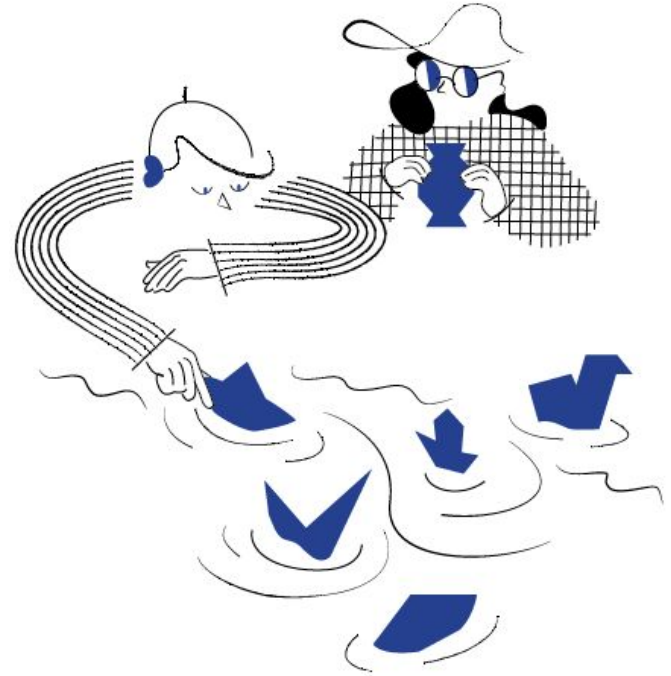
Elaborar roteiros de pesquisa em campo com base nos gargalos identificados

# **PRODUTOS ESPERADOS DA OFICINA**

Roteiros de entrevistas com os usuários

# ETNO

INTRODUÇÃO AO DESIGN ETNOGRÁFICO



# O MÉTODO

## Métodos quantitativos

- O objetivo é confirmar uma hipótese;
- Você quer mensurar uma tendência de comportamento;
- Os conceitos a serem mensurados não são ambíguos;
- Os conceitos podem ser mensurados em relação à proporção ou usando uma escala.
- Necessita de amplo número de respondentes, normalmente associado a um amostral.



## Métodos qualitativos

- Entender as motivações de um grupo;
- Compreender e interpretar comportamentos e tendências;
- Identificar hipóteses para um problema;
- Descobrir opiniões e expectativas de indivíduos.
- Necessita de poucos respondentes, aprofundando-se na experiência individual.



"Design etnográfico é uma forma de **aprender sobre as pessoas**, suas necessidades e seus contextos com o objetivo de **identificar oportunidades de inovação** que correspondam, de forma mais próxima, **às perspectivas e experiências vividas** pelas pessoas afetadas por um produto, serviço ou política pública"

# Como fazer design etnográfico?

## Observar

peças e seus  
comportamentos  
no contexto  
em que queremos  
nos aprofundar.

## Interagir

entrevistar pessoas  
por meio de  
encontros,  
agendados ou não.

## Imergir

experienciar o  
que a pessoa  
vivencia.

# Objetivos do design etnográfico

Gerar **insights** a respeito do problema;

**Conhecer o público-alvo** de maneira emocional e comportamental

**Mergulhar** na realidade que queremos transformar

# Mas o que é um **insight**?

Insight é a capacidade de obter um entendimento profundo e apurado sobre algo ou alguém (Dicionário Oxford).

***Não é a busca de uma solução,  
mas de uma oportunidade de ação.***

***Citação ≠ Observação ≠ Insight ≠ Ideia***



# CITAÇÃO ≠ OBSERVAÇÃO ≠ INSIGHT ≠ IDEIA

"O meu sonho é conseguir emprego de carteira assinada, mas tive **poucos estudos** e aí dificulta pra mim"

Afrânio, vendedor de dindin em Salvador/BA

# CITAÇÃO ≠ OBSERVAÇÃO ≠ INSIGHT ≠ IDEIA

Os filhos de beneficiários do Bolsa Família costumam ser **mais estudados** que os pais devido às condicionalidades do programa, também são mais hábeis com novas tecnologias

Durante as entrevistas, os **filhos do Bolsa** demonstraram um forte sentimento de **gratidão pelo esforço feito por seus pais** para criá-los e uma vontade de retribuir o gesto de carinho.

# CITAÇÃO ≠ OBSERVAÇÃO ≠ **INSIGHT** ≠ IDEIA

Existe uma oportunidade para **quebrar o ciclo de pobreza através dos filhos do Bolsa**. Eles têm maior chance de conseguir emprego por serem mais estudados que seus pais e querem retribuir o carinho recebido.

# CITAÇÃO ≠ OBSERVAÇÃO ≠ INSIGHT ≠ **IDEIA**

Poderíamos criar um programa que dá **incentivos fiscais** para facilitar a contratação formal de jovens adultos que sejam filhos de beneficiários do Bolsa



*“O design etnográfico nos ajuda a mergulhar mais profundamente e entender o caos e as emoções que fazem de nós humanos e com comportamentos aparentemente ilógicos.”*

**ANDY POLAINE, LAVRANS LOVLIE E BEN REASON, 2013**

# PARA SABER MAIS

[gnova.enap.gov.br/publicacoes](http://gnova.enap.gov.br/publicacoes)

12

Inovação na Prática  
Gnova 2018

Design etnográfico  
em políticas públicas

13

Foto: Isabella Brandalise (MindLab)



aprendermos a olhar com os olhos do outro, a quem queremos atender ou beneficiar.

**“O design etnográfico nos ajuda a mergulhar mais profundamente e entender o caos e as emoções que fazem de nós humanos e com comportamentos aparentemente ilógicos.”**

Andy Polaine, Lavrans Lovlie e Ben Reason, 2013

O método para realização do design etnográfico, que será discutido nesta publicação, não persegue o rigor estatístico, pois o objetivo não é confirmar ou refutar uma tese, e sim imergir na realidade do outro, para que se conheça e descubra coisas novas. É importante mencionar que as informações geradas pelo design etnográfico podem compor e enriquecer o entendimento dos dados quantitativos. Por isso, recomenda-se inclusive que as constatações de campo sejam correlacionadas a dados e estatísticas, ampliando o entendimento sobre a realidade em análise. Dessa forma, enquanto os métodos quantitativos podem identificar, confirmar ou refutar tendências sobre determinado comportamento em maior escala; o design etnográfico, por sua vez, permite analisar esse comportamento em menor escala e obter insights sobre o porquê da sua ocorrência, identificando oportunidades de ação para o desenho ou aperfeiçoamento de uma política ou serviço.



INOVAÇÃO NA PRÁTICA

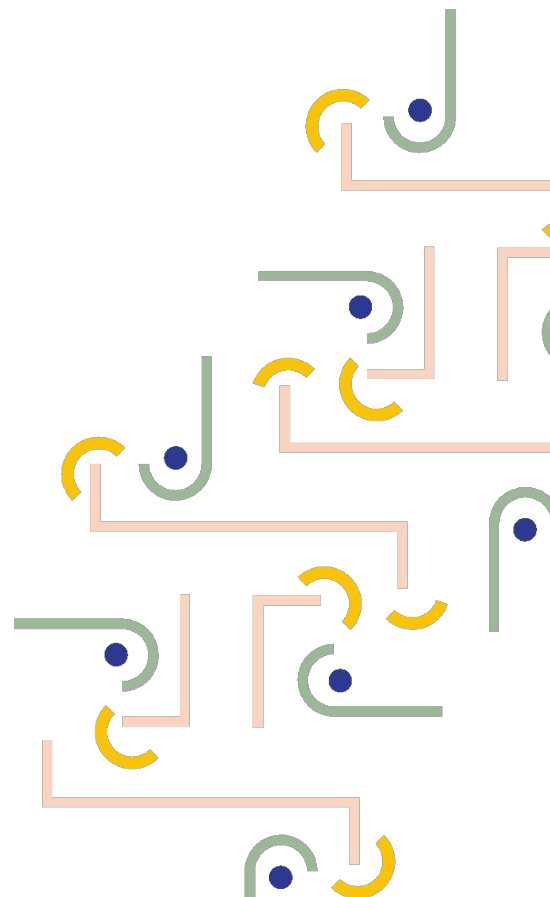
**DESIGN  
ETNOGRÁFICO  
EM POLÍTICAS  
PÚBLICAS**

Daniela Gomes Metello

Gnova – Laboratório de  
Inovação em Governo

# USUÁRIOS

VALIDAÇÃO DOS USUÁRIOS DA PLATAFORMA



**SERVIDOR DA ÁREA  
DE COMPRAS**

**FORNECEDORES**

**ÁREA DEMANDANTE**

**ÓRGÃOS DE  
CONTROLE**



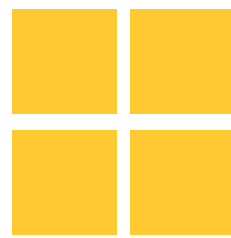
**GESTOR DE  
CONTRATO**

**SERVIDOR DA ÁREA  
ORÇAMENTÁRIA**

**CIDADÃO**

**ÁREA JURÍDICA**

[CANVA DE MATCH]

ACCOUNTABILITY	
ACCOUNTABILITY + CUSTO PROCESSUAL	
CUSTO PROCESSUAL	

[\[CANVA DE MATCH\]](#)

Validação dos atores relevantes a serem entrevistados nos temas **accountability** e **custos processuais**.

- Quais os atores relevantes para cada um dos temas?
- Falta algum ator?
- Algum ator listado não seria necessário entrevistar?

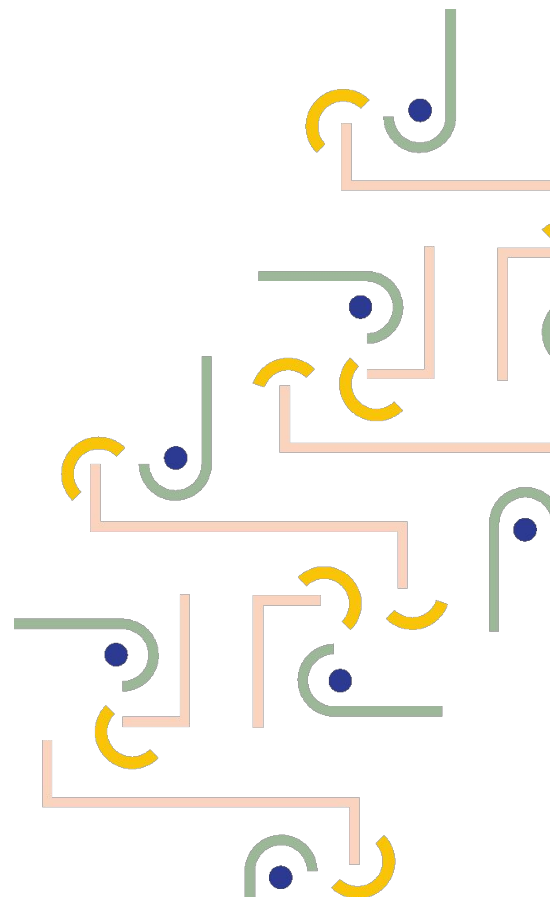
**Orientações:**

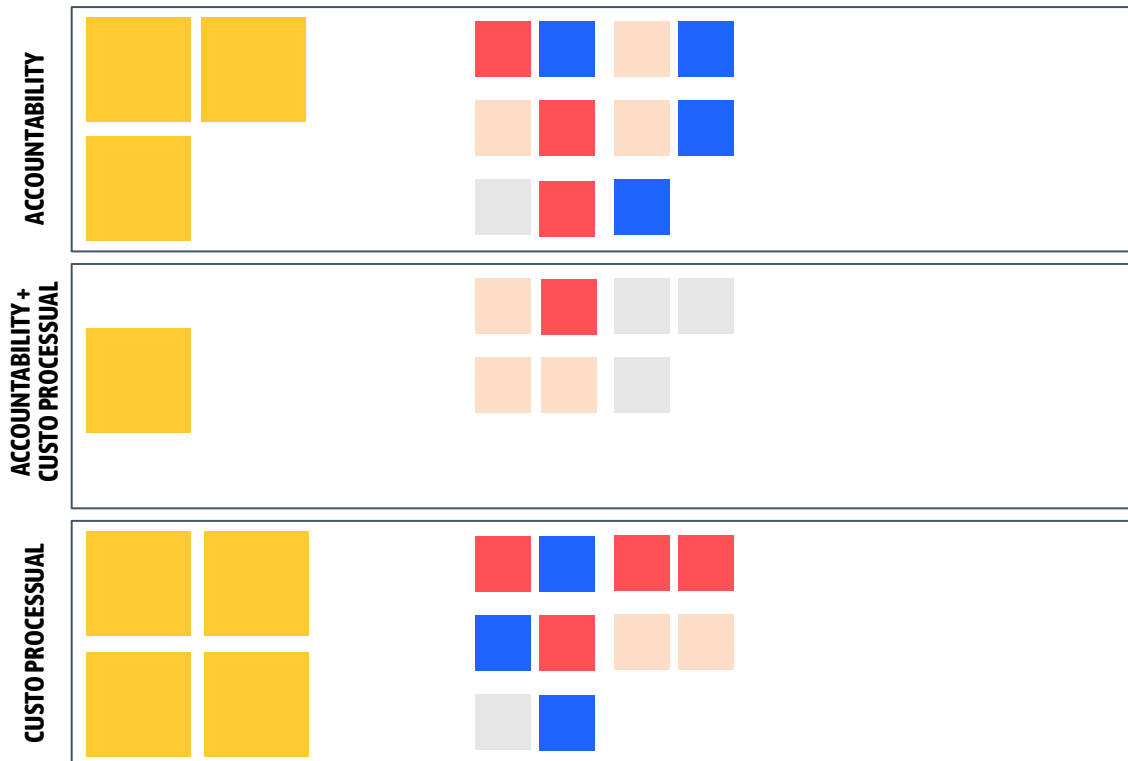
- Pode haver atores relevantes para os dois temas.
- Favor não arrastar o post-it.
- Duplique o mesmo clicando Control + D e arraste-o para o campo indicado.

**TEMPO: 20 MINUTOS**

# MATCH

PAREAMENTO DE PROBLEMAS POR TEMA





[\[CANVA DE MATCH\]](#)

Pareamento dos problemas por tema.

- Quais problemas já identificados se associam a cada tema - **accountability** e **custos processuais**?
- Falta algum problema?

**Orientações:**

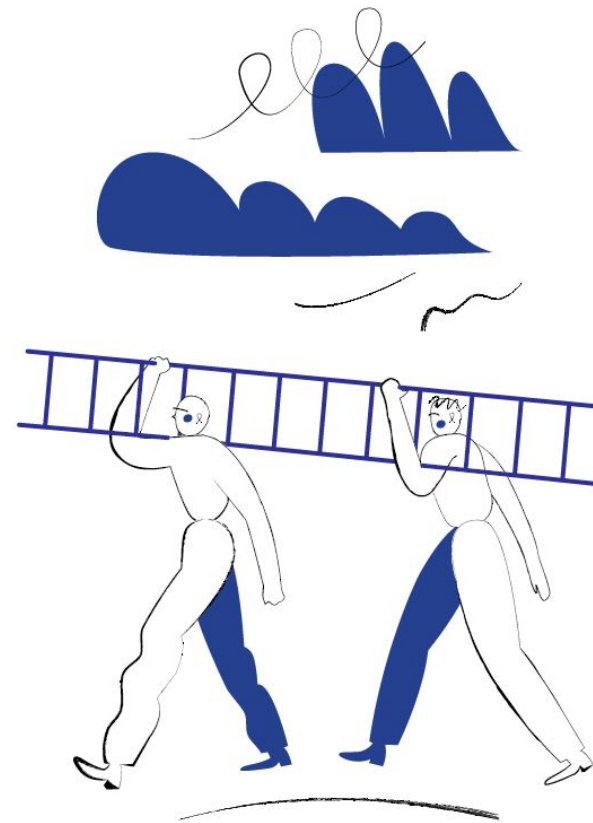
- Pode haver um mesmo problema associado aos dois temas (inclua-o no espaço do meio).
- Favor não arrastar o post-it.
- Duplique o mesmo clicando Control + D e arraste-o para o campo indicado.

**TEMPO: 30 MINUTOS**

# ROTEIRO

ENTREVISTAS EM DESIGN ETNOGRÁFICO

[\[LINK PARA A PASTA\]](#)



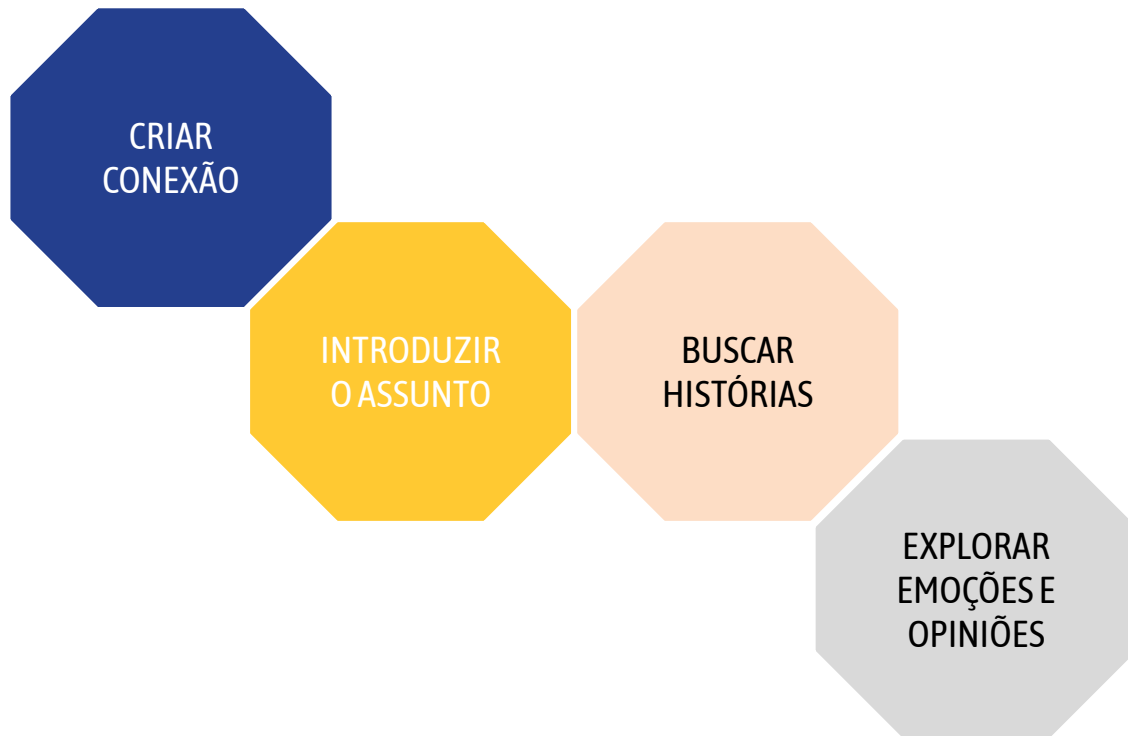


*“Imagine que eu te peça para projetar um vaso. Você viria com diferentes formas, e a maioria delas provavelmente pareceria com um vaso convencional.*

*Agora imagine que eu te peça para projetar uma maneira de as pessoas incorporarem plantas nas suas vidas, ou uma forma de as pessoas apreciarem flores.”*

**SHELLEY EVENSON (TRADUÇÃO LIVRE)**

# Etapas do Roteiro



# Etapas do Roteiro



**CRIAR  
CONEXÃO**

**Foco:** Deixar a entrevistada à vontade.

Pergunte sobre a entrevistada, suas origens, o que gosta e o contexto em que está inserida.

**INTRODUZIR  
O ASSUNTO**

**BUSCAR  
HISTÓRIAS**

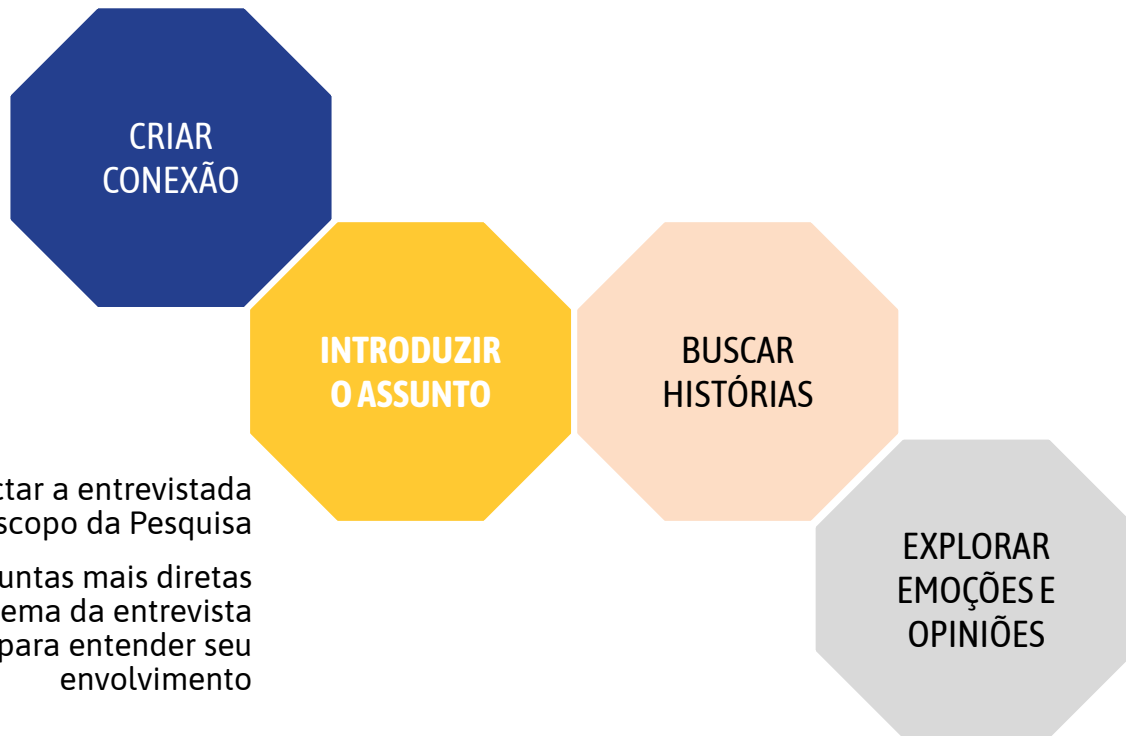
**EXPLORAR  
EMOÇÕES E  
OPINIÕES**

# Exemplos



1. Qual seu nome? Qual a sua idade?
2. Onde trabalha? Qual a sua função?
3. Você é fornecedor do governo federal? Se não, por quê?

# Etapas do Roteiro



**Foco:** Conectar a entrevistada com o Escopo da Pesquisa

Faça perguntas mais diretas sobre o tema da entrevista para entender seu envolvimento

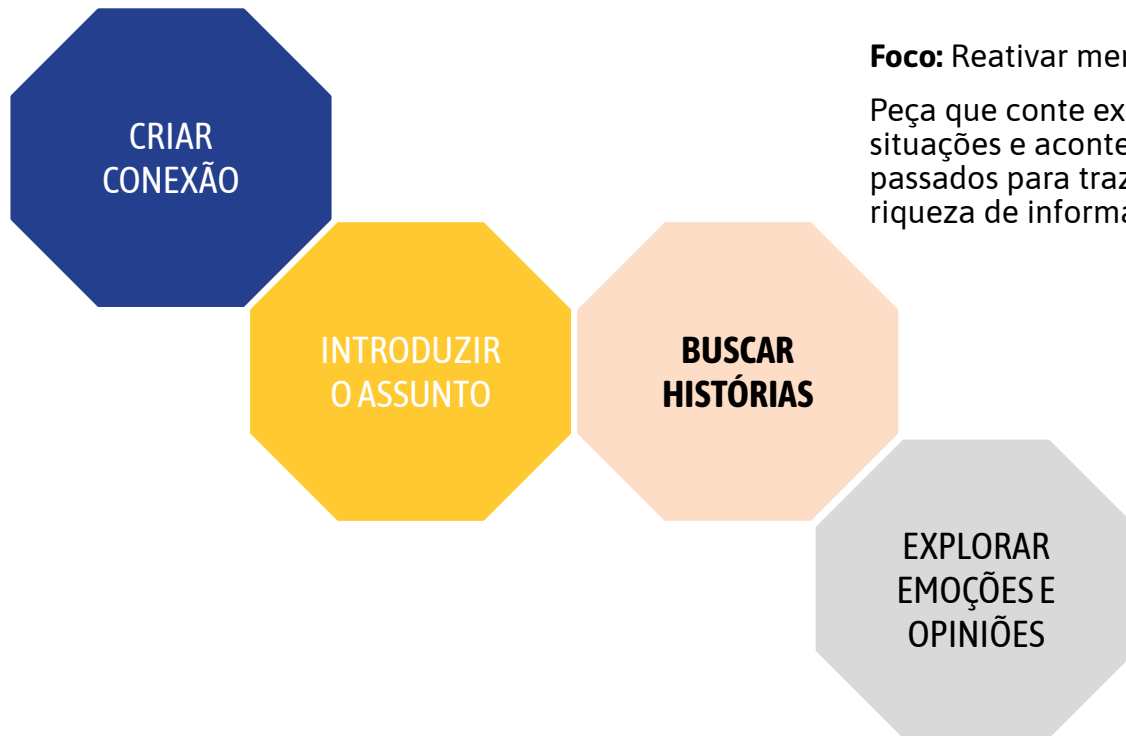
# Exemplos no tema Busca por Trabalho



**INTRODUZIR  
O ASSUNTO**

1. Em quantas oportunidades você já participou de contratos com o GF?
2. Qual área desta empresa lida com o SICAF? É da própria empresa ou terceirizado?
3. Existe algum tipo de informação que você se preocupa em fornecer ao SICAF?

# Etapas do Roteiro



# Exemplos no tema Busca por Trabalho

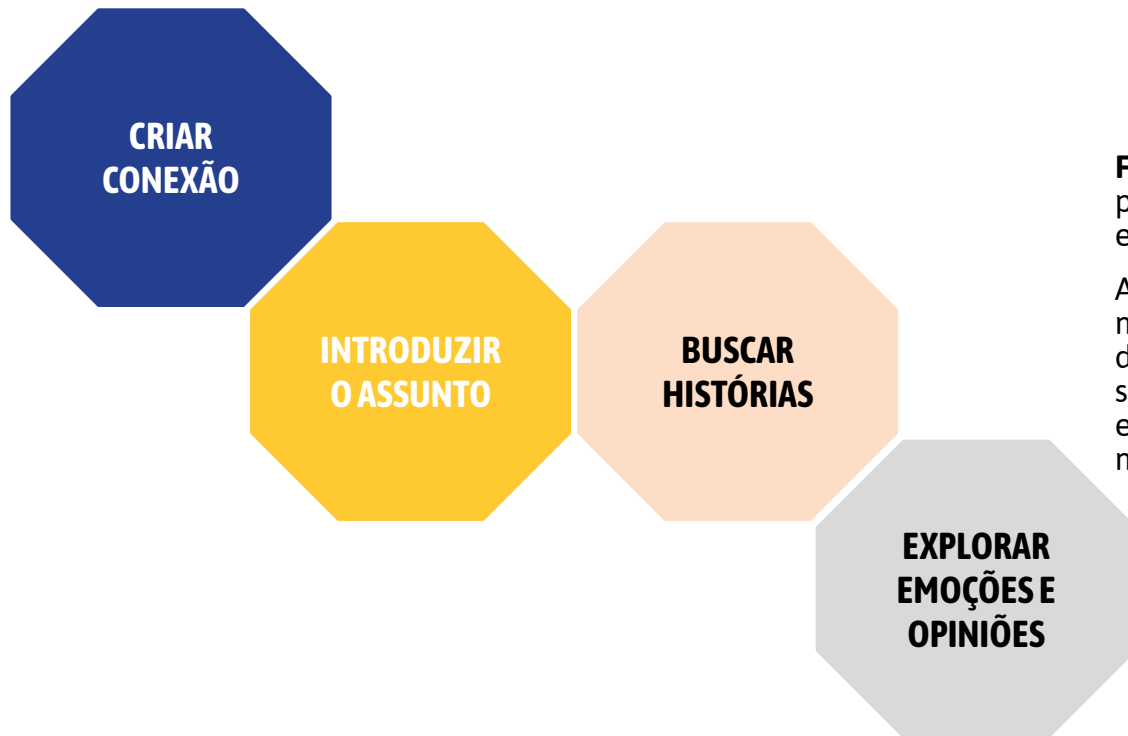
1. Como foi sua experiência com o SICAF?
  - a. Como foi feito o cadastramento inicial? Houve dificuldades?
  - b. Como é o procedimento de atualização de dados cadastrais e de documentos no SICAF? Há dificuldades?
2. Já buscou ajuda para usar o SICAF? Onde? Como foi a experiência?



**BUSCAR  
HISTÓRIAS**



# Etapas do Roteiro



**Foco:** Entender a perspectiva da entrevistada

A entrevistada estará mais à vontade ao final da entrevista. Explore suas opiniões e emoções nesse momento

# Exemplos

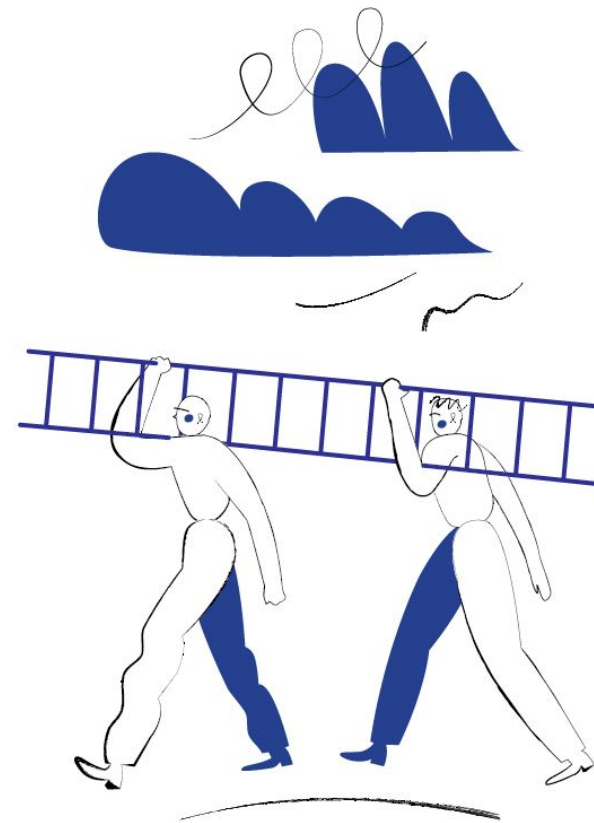
1. Qual a utilidade do SICAF para você?
2. Quais sugestões você teria de melhoria do SICAF?



**EXPLORAR  
EMOÇÕES E  
OPINIÕES**

# TESTE

ENTREVISTAS EM DESIGN ETNOGRÁFICO



# COMBINADOS

- Duas entrevistas por tema (total de quatro entrevistas);
- Escolher perfis diferentes para teste (*ex: cidadão comum e auditor de TCE no teste de Accountability*);
- Cada entrevista terá a participação de duas pessoas da SEGES e uma do GNova;
- Sugerimos que se alterne o entrevistador e relator das entrevistas;
- Objetivo é testar os roteiros e melhorá-los;
- Prazo para realização das entrevistas: 25 a 28/05.

# Dicas para boas perguntas

**Evite perguntas fechadas** (com respostas sim/não). Elas devem ser abertas para permitir a elaboração por parte dos especialistas.

As perguntas devem **explorar os porquês das coisas**. Lembrem-se sempre de se aprofundar nas questões levantadas.

Comece com **perguntas abrangentes** e termine com perguntas **específicas**.

Questões específicas, abertas e não tendenciosas, **usando quem, o que, qual, onde, como e por que** (pergunte mais de um *por que* e use *me fale mais sobre, lembre da última vez que isso aconteceu...*)

# Postura para fazer design etnográfico

Escuta ativa,  
sem  
interromper,  
concordar ou  
discordar

Busque  
**histórias** e  
exemplos  
concretos

Olhar de  
**principiante**,  
com interesse e  
curiosidade

Anfitrião/convidado: não é entrevista de emprego!

Linguagem corporal: mostre que você está engajado e interessado

O entrevistado é especialista em sua experiência

Mantenha o foco, mas abra espaço para desvios no roteiro

Consciência do viés e subjetividade

Não adaptação da pesquisa a objetivos não declarados

Integridade e anonimato, respeitar vulnerabilidade

# PRÓXIMOS PASSOS

Sistematização dos produtos desta oficina -  
Equipe GNova - 25/05

Teste dos roteiros com usuários - Equipe  
GNova e Seges - 25 a 28/05

Melhoria dos roteiros - Equipe GNova -  
02/05

Oficina de Preparação de Campo - Equipe  
GNova e Seges - 03/06

GNova





**CHECK  
OUT**

# AVALIAÇÃO DA OFICINA

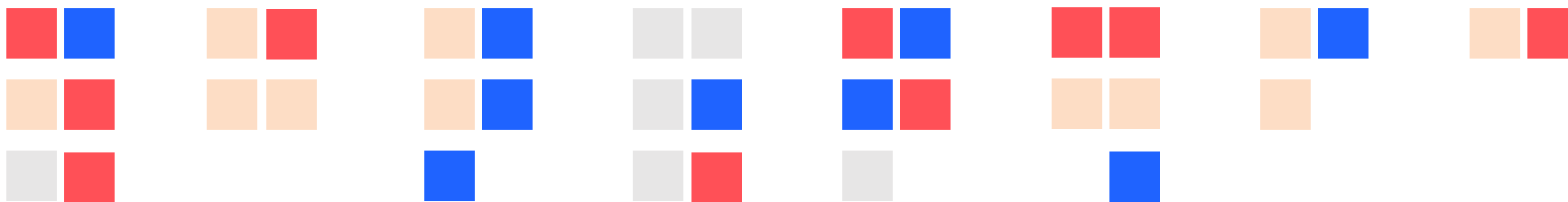
<b>QUE BOM</b>	<b>QUE PENA</b>	<b>QUE TAL</b>
Gostei...	Não gostei...	Sugiro...

[bit.ly/pncp\\_preteste](https://bit.ly/pncp_preteste)

**USUÁRIOS**



**PROBLEMAS**



[CANVA DE MATCH]

## Roteiro Entrevista com Usuário

Accountability	
Nome:	Idade:
Instituição/Cargo:	Sexo:
Entrevistador GNova:	Entrevistador Seges:
Data:	Hora/Duração:

Introdução
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Olá, tudo bem? Meu nome é [nome] e faço parte de um projeto de inovação na Escola Nacional de Administração Pública sobre Compras Públicas.</li> <li>• Essa pesquisa é anônima e só iremos utilizar essas informações para esse estudo.</li> <li>• Você poderia responder algumas perguntas? Levará de 30 a 50 minutos.</li> </ul>
1. Qual seu nome e idade?
2. Qual a sua profissão? Onde trabalha? Qual o seu cargo?
Perguntas para Cidadão e Mídia
3. O que você entende por compras públicas? É importante para você? Por quê?
4. Você entende o processo de compra pública? Quais são os pontos que você considera mais importantes?
5. Você busca informações a respeito de compras públicas? Como é? Quais as principais dificuldades? Em que fontes?
6. Quantos sites/sistemas você precisa acessar para obter uma informação completa?
7. Quais os desafios para cobertura midiática de temas relacionados a contratações públicas?
8. O que é transparência para você?
9. Na sua opinião o que falta para uma maior transparência na área de contratações públicas?
10. Você confia nos dados disponibilizados pelo governo? Por quê?
Perguntas para Gestores Públicos, Órgãos de Controle e Fornecedores

1. Você tem experiência com compras públicas? Como foi?
2. Como você entende o processo de compra pública? a. Quais são os pontos que você considera mais importantes?
3. Como você avalia comunicação entre a Administração Pública e o fornecedor no momento da contratação?
4. Quantos sites/sistemas você precisa acessar para obter informações? a. Qual possui a melhor experiência para fins de transparência? b. Quais as suas maiores dificuldades em obter informações?
5. Você utiliza portais de compra? Quais? Quais as suas maiores dificuldades?
6. Pensando em um sistema informatizado de compras públicas, o que você acha que é mais relevante para esse sistema ter?
7. Quais informações você alimenta nos sistemas e canais de comunicação? Em quais sistemas? E quais informações você acha importante ter ou fornecer a mais?
8. Com quais órgãos de controle você está mais familiarizado? O que acontece quando um órgão de controle pede uma informação?
9. O que é transparência para você? Na sua opinião o que falta para uma maior transparência na área de contratações públicas?
10. Você realiza o processo com que tipo de interesse ou motivação? Quais fatores o influenciam?
11. Como você enxerga o relacionamento com o governo federal/Administração Pública?



## Roteiro Entrevista com Usuário

Custo de Processo	
Nome:	Idade:
Instituição/cargo:	Sexo:
Entrevistador GNova:	Entrevistadores Seges:
Data:	Hora/Duração:

Introdução
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Olá, tudo bem? Meu nome é [nome] e faço parte de um projeto de inovação na Escola Nacional de Administração Pública sobre Compras Públicas.</li> <li>• Essa pesquisa é anônima e só iremos utilizar essas informações para esse estudo.</li> <li>• Você poderia responder algumas perguntas? Levará de 30 a 50 minutos.</li> </ul>
1. Qual seu nome e idade?
2. Qual a sua profissão? Onde trabalha? Qual o seu cargo?
Perguntas
3. Qual o seu papel no processo de compras públicas? Como é esse processo?
4. Há clareza e padronização nos processos em sua área? Como funciona?
5. Quais as principais dificuldades que você encontra em cada etapa do processo de compras? Tem alguma história para ilustrar?
6. Como é o planejamento das contratações? Como funciona o processo de realização de estudos técnicos?
7. Como se dá a escolha do fornecedor? Como chegar no mais qualificado?
8. Que instrumentos você utiliza para facilitar seu trabalho? (aqui queremos entender se usam registro de preços - atas, grupos de compras compartilhadas)
9. Quais informações do processo de compras você alimenta nos sistemas? Em quais sistemas? E quais informações você acha importante fornecer ou ter a mais?
10. Você aproveita como fonte de pesquisa documentos produzidos por outros órgãos (TR, Edital etc.)? Como funciona?

11. Como você utiliza os normativos de compras? Quais suas maiores dificuldades? Onde você vai buscá-los?
12. Tivemos muitas mudanças recentes nas compras públicas no Brasil. Como foram essas mudanças para você? Como essas informações chegaram pra você?
13. O que poderia ser informatizado para facilitar o seu processo de trabalho? Por quê?
14. Qual o seu sonho para um portal de compras públicas? Qual seu pesadelo?
15. Como você enxerga o relacionamento com o governo federal?





**OBRIGADO!**

**G·NOVA**



MINISTÉRIO DA  
ECONOMIA



PÁTRIA AMADA  
**BRASIL**  
GOVERNO FEDERAL