

Guia da 1ª Maratona de Ciências Comportamentais em Políticas Públicas para o Empreendedorismo

<https://www.gov.br/gestao/pt-br/assuntos/inovacao-governamental/cinco>





Guia da 1ª Maratona de Ciências Comportamentais em Políticas Públicas para o Empreendedorismo

Brasília, abril de 2026



EXPEDIENTE

Esther Dweck

Ministra da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos

Roberto Seara Machado Pojo Rego

Secretário de Gestão e Inovação

Claudia da Costa Martinelli Wehbe

Diretora de Inovação Governamental

Marizaura Reis de Souza Camões

Coordenadora Geral da CINCO

Equipe Técnica CINCO no Projeto Maratona:

Débora Stephanie Ribeiro

Diogo Conque Seco Ferreira

Janaina Piana

Luís Henrique D'Andrea

Maurício Miranda Sarmet

Agradecimentos:

Décio Lima

Diretor Presidente do Sebrae

Carlito Merss

Gerente da Unidade de Políticas Públicas do Sebrae Nacional

Cláudia Patricia Ribeiro Dutra

Gerente Adjunto

Fausto Ricardo Keske Cassemiro

Pedro Pessoa Mendes

Coordenador de Relacionamento Governamental

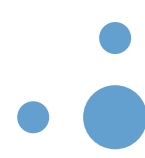
Mateus Feitosa Andrade

Analista de Relacionamento Governamental



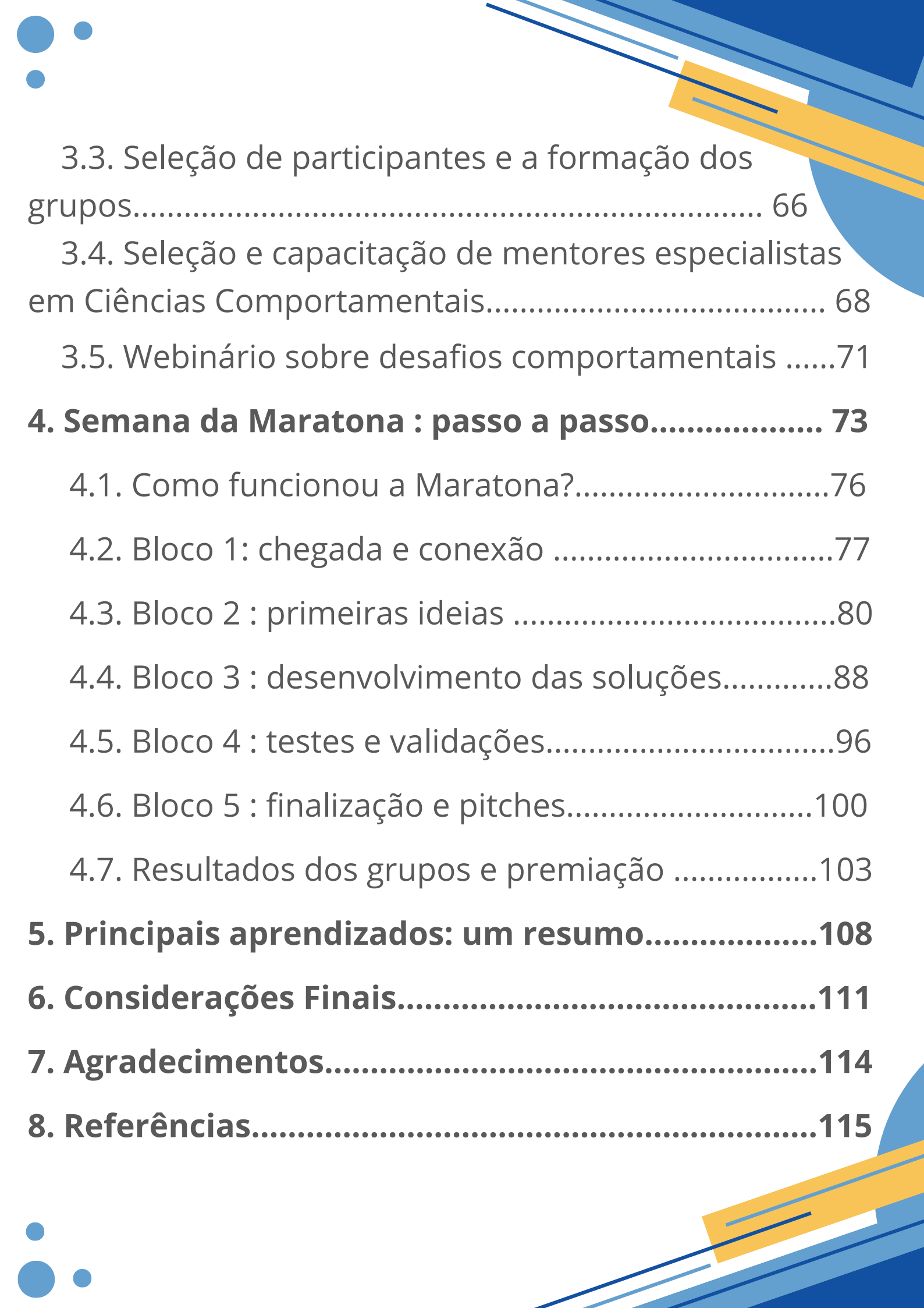
ESTE MATERIAL PODE SER USADO E COMPARTILHADO
LIVREMENTE DESDE QUE ATRIBUÍDOS OS DEVIDOS
CRÉDITOS AUTORAIS.

Guia da 1ª Maratona de Ciências Comportamentais em
Políticas Públicas para o Empreendedorismo © 2026 by
CINCO is licensed under CC BY-NC-SA 4.0



SUMÁRIO

1. Apresentação.....	6
1.1. Como tudo começou.....	9
1.2. Por que fazer uma Maratona?.....	14
1.3. Instituições envolvidas: quem fez o quê?.....	18
2. Quais desafios públicos relacionados ao Empreendedorismo resolver?.....	22
2.1. Oficina de abertura (definição de desafios)...25	
2.2. Resultados da oficina de desafios.....	31
2.3. Definição dos comportamentos-alvo (problemas comportamentais)	34
2.4. Resultados das oficinas.....	55
3. Como foi o planejamento da Maratona.....	57
3.1- Guia de participação: quais eram as regras do jogo?	61
3.2. Divulgação da Maratona: como alcançamos nosso público?	64



3.3. Seleção de participantes e a formação dos grupos.....	66
3.4. Seleção e capacitação de mentores especialistas em Ciências Comportamentais.....	68
3.5. Webinar sobre desafios comportamentais	71
4. Semana da Maratona : passo a passo.....	73
4.1. Como funcionou a Maratona?.....	76
4.2. Bloco 1: chegada e conexão	77
4.3. Bloco 2 : primeiras ideias	80
4.4. Bloco 3 : desenvolvimento das soluções.....	88
4.5. Bloco 4 : testes e validações.....	96
4.6. Bloco 5 : finalização e pitches.....	100
4.7. Resultados dos grupos e premiação	103
5. Principais aprendizados: um resumo.....	108
6. Considerações Finais.....	111
7. Agradecimentos.....	114
8. Referências.....	115

1. Apresentação

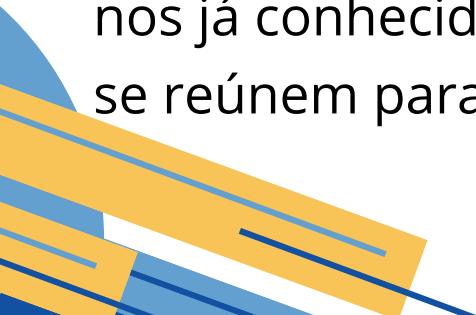
Olá! Nós da CINCO – Unidade de Ciências Comportamentais do Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos (MGI) - elaboramos este guia para contar como foi a 1ª Maratona de Ciências Comportamentais em Políticas Públicas para o Empreendedorismo, evento promovido e financiado pelo Sebrae, com apoio metodológico da CINCO, que ocorreu em agosto de 2025. Nosso intuito com este guia é relatar o histórico do projeto, contando como foram as etapas prévias de preparação para a Maratona e como se desenvolveu cada um dos dias de evento. A ideia é compartilhar com vocês qual foi o processo e a metodologia para que possam se inspirar e, quem sabe, lançar outras versões de Maratonas de Ciências Comportamentais nas áreas em que atuam. Ao longo deste guia deixamos nossas reflexões sobre o que funcionou melhor, na perspectiva da CINCO, e o que poderia ser aprimorado em edições futuras da Maratona.





Se você ainda não conhece a CINCO, somos uma unidade governamental que tem como objetivo apoiar pessoas que atuam na formulação, implementação e gestão de políticas públicas a encontrar soluções inovadoras para seus desafios, utilizando as lentes das Ciências Comportamentais. O nosso trabalho consiste em compreender os problemas abordados pelas políticas públicas, bem como os serviços e as soluções oferecidos pelos governos a partir do ponto de vista das pessoas envolvidas (quem utiliza e quem presta o serviço na ponta) e, então, informar o desenho da política pública para que ela seja mais aderente às necessidades destas pessoas e alcance melhores resultados. E claro, sempre considerando os processos decisórios e comportamentos.

Ainda em 2024 procuramos a equipe nacional do Sebrae para construirmos juntos uma Maratona de Ciências Comportamentais, em que cidadãos e cidadãs pudessem contribuir para a elaboração de soluções para problemas enfrentados por empreendedores e empreendedoras no país. Nossa proposta foi inspirada nos já conhecidos hackathons, em que grupos técnicos se reúnem para, em pouco tempo, desenvolverem



soluções tecnológicas para um problema específico. Elaboramos um projeto com o objetivo de realizar a 1ª Maratona de Ciências Comportamentais em Políticas Públicas para o Empreendedorismo.

O guia está organizado em 6 seções. Esta é a seção 1, que apresenta o objetivo desta publicação, o contexto de surgimento do projeto para desenvolver a Maratona e o papel de cada instituição envolvida. Na seção 2, apresentamos desafios de políticas públicas de empreendedorismo e como foram desdobrados em comportamentos-alvo para serem levados à Maratona. Na seção 3, relatamos o processo de planejamento da Maratona. A seção 4 trata dos dias de Maratona e de todas as atividades planejadas e realizadas pelos grupos participantes. Na seção 5, trazemos os aprendizados gerais que tivemos com o projeto. Por fim, a seção 6 traz as considerações finais e os agradecimentos.

Boa leitura!

Equipe da CINCO



1.1) Como tudo começou...

Em 2023 criamos, logo após o lançamento da CINCO, a Rede de Ciências Comportamentais em Governo – CINCONNECTE, com a missão de conectar pessoas, trocar experiências e fortalecer o uso das Ciências Comportamentais no setor público. A partir daí, os integrantes da rede se organizaram em grupos de trabalho para tocar as ações previstas para 2024, e um desses grupos ficou responsável por desenhar e implementar uma Maratona de Ciências Comportamentais. Como nem a CINCO nem os demais membros da rede tinham experiência com esse tipo de evento, começamos a buscar parceiros que pudessem apoiar e viabilizar essa iniciativa.

Preliminarmente, foram realizadas buscas por experiências internacionais em unidades de Ciências Comportamentais e universidades ao redor do mundo, no intuito de constituir um banco de boas práticas (benchmark). Após estas pesquisas, tendo já uma ideia mais clara sobre os propósitos e desafios de uma maratona, a CINCO decidiu apontar o foco para instituições nacionais que pudessem apoiar o projeto e foi, então, que chegamos à área de políticas públicas do Sebrae.



No segundo semestre de 2024, a CINCO e a equipe nacional de políticas públicas do Sebrae trabalharam em conjunto no desenho do projeto e de suas etapas. O projeto seguiu em frente com a CINCO e o Sebrae; e a CINCO firmou o compromisso de divulgar para os membros da rede CINCONNECTE informações sobre a realização da Maratona a fim de que os interessados pudessem se inscrever e se envolver nas atividades.

Quando a CINCO e o Sebrae começaram a planejar as primeiras ações necessárias, constataram que seria fundamental buscar apoio de um parceiro com experiência em execução de projetos e eventos de grande escala, com capacidade de operacionalizar atividades, sugerir intervenções comportamentais e gerar relatórios.

Elaboramos um plano de ação, com atividades mensais, e, por intermédio do Sebrae, foram acionadas consultorias na área de inovação e de Ciências Comportamentais. O Sebrae, então, fez um processo seletivo e recrutou a Impact Hub Floripa, que foi a empresa responsável pela operacionalização da Maratona e, posteriormente, dos testes das intervenções comportamentais.

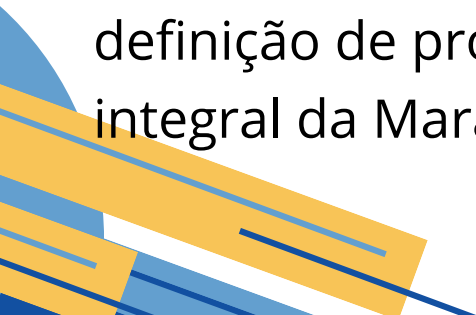




A contratação da Impact Hub Floripa pelo Sebrae inseriu-se no contexto mais amplo de implementação do seu planejamento estratégico 2035, que prevê a realização de experimentos inovadores voltados à melhoria do ambiente de negócios e ao fortalecimento do empreendedorismo no país, a exemplo da realização da pesquisa [Ciências Comportamentais aplicadas aos Pequenos Negócios](#).

À luz dessas diretrizes estratégicas, que ressaltam a importância de parcerias qualificadas para operacionalizar iniciativas específicas de inovação e de laboratórios de políticas públicas (policy labs), o Sebrae optou por selecionar, por meio de processo próprio em seu sistema de gestão de fornecedores, uma consultoria com comprovada experiência em gestão de comunidades, organização de grandes eventos e articulação com atores públicos e privados.

A Impact Hub Floripa, já credenciada no sistema Sebrae e com trajetória consolidada na condução de programas de inovação e empreendedorismo, foi contratada para apoiar tecnicamente a execução das oficinas de definição de problemas comportamentais, a gestão integral da Maratona, a operacionalização logística e





administrativa, a realização e consolidação dos testes das soluções selecionadas e a produção de relatórios de implementação.

Essa estrutura permitiu combinar a metodologia de Ciências Comportamentais desenvolvida pela CINCO com a capacidade operacional e de engajamento da consultoria, assegurando ritmo às entregas, registro sistemático dos aprendizados e preparação para eventual escala das soluções validadas. A orientação da CINCO concentrou-se na definição do perfil técnico desejável — experiência em inovação, facilitação de processos colaborativos e compreensão de políticas públicas — preservando a autonomia do Sebrae na condução do processo de contratação e na escolha da empresa parceira. No início de 2025 a Impact Hub Floripa começou a trabalhar em conjunto com as equipes do Sebrae e da CINCO.

Um dos pressupostos relevantes para o projeto foi alinhar o grande foco do Sebrae, que é o fortalecimento do empreendedorismo no país por meio de parcerias com os setores público e privado, com a oferta de alternativas de intervenções factíveis para aprimorar



políticas públicas voltadas a empreendedores e empreendedoras do Brasil, principalmente aqueles (as) que atuam em micro e pequenas empresas.





1.2) Por que fazer uma Maratona?

A CINCO estrutura seus projetos de Ciências Comportamentais em etapas. Um dos nossos anseios nos projetos sempre foi ampliar o leque de intervenções e envolver a comunidade da política pública nas diferentes etapas do projeto, em especial no desenho de novas estratégias para lidar com o problema em questão. E uma das maneiras de gerar esse envolvimento seria por meio de uma Maratona, como acontece nos hackathons.

As 5 etapas dos projetos da CINCO são:

C - COMPORTAMENTO



I - INSIGHTS



N - NOVAS ESTRATÉGIAS



C - CHECAGEM



O - ORQUESTRAÇÃO



A etapa denominada NOVAS ESTRATÉGIAS tem como objetivo a proposição de intervenções comportamentais para aumento da ocorrência do comportamento-alvo desejado (ou redução do comportamento indesejado). Nos demais projetos da CINCO, esta etapa é viabilizada por meio da participação de gestores públicos especialistas na política pública relacionada ao comportamento-alvo, de pesquisadores no tema da política pública e/ou em Ciências Comportamentais e de integrantes da equipe da CINCO.

A ideia de organizar a Maratona veio para ampliar e diversificar os participantes envolvidos principalmente no momento do desenho das intervenções comportamentais. Além de contar com a mentoria de especialistas em empreendedorismo e em Ciências Comportamentais, a Maratona possibilitou que empreendedores e empreendedoras pudessem se inscrever como participantes, bem como outros cidadãos e cidadãs que quisessem colaborar com o desenvolvimento de propostas para melhoria de políticas de empreendedorismo. Houve ainda um esforço de convidar agentes públicos que atuam em





políticas públicas correlatas no governo federal, para que participassem diretamente ou como orientadores nos grupos da Maratona.

Com a ampliação da participação, buscou-se tornar o debate mais inclusivo e a elaboração de propostas mais aderente à realidade de empreendedores e empreendedoras de diversos locais do país.

A Maratona foi então concebida como uma sequência de atividades em grupos fixos, desenvolvidas ao longo de 5 turnos, em 4 dias, no formato online, que buscaram nivelar o conhecimento dos participantes sobre o contexto dos desafios propostos e possibilitar que tivessem condições de debater ideias e propor alternativas focadas em promover os comportamentos desejados. Falaremos detalhadamente das atividades de cada dia da Maratona na Seção 4.

1.3) Instituições envolvidas: quem fez o quê?

No processo de construção coletiva da Maratona, uma das etapas foi a pactuação da governança do projeto, em todas as suas fases. Assim, foram definidos os objetivos, as ações e as responsabilidades de cada instituição envolvida.

Os objetivos do projeto foram assim definidos:

Objetivo geral

Apoiar órgãos públicos na adoção de abordagens inovadoras baseadas em Ciências Comportamentais para aprimorar a implementação e os resultados das políticas públicas selecionadas.

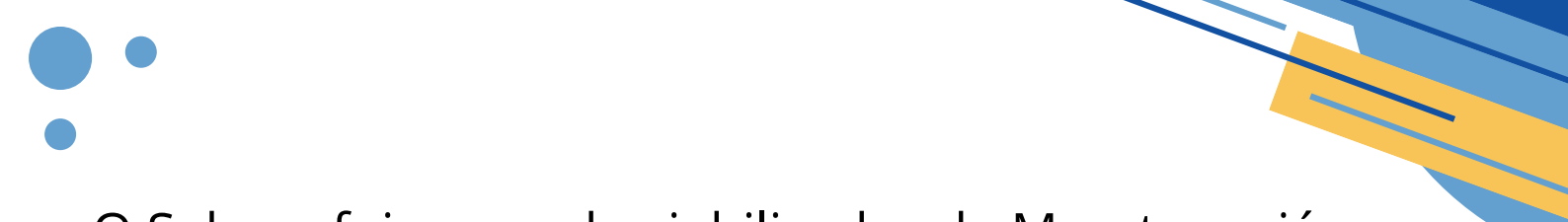
Objetivos específicos

- Realizar oficinas para definição dos problemas comportamentais a serem trabalhados;
- Organizar uma maratona de inovação para desenvolvimento de propostas de intervenção;
- Testar as soluções selecionadas para avaliar sua eficácia e viabilidade;
- Incorporar as soluções validadas nas políticas públicas envolvidas;

- Desenvolver materiais e metodologias que possam ser replicados em outras iniciativas do governo.

Vamos resumir a seguir como foi a atuação de cada instituição até a realização do evento da Maratona. Os objetivos relativos ao teste de soluções e incorporação destas nas políticas públicas ainda estão em andamento e seus resultados serão tema de futuras publicações.

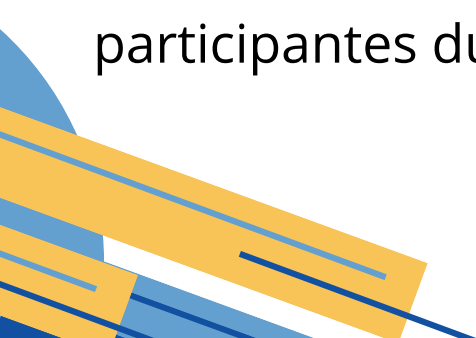
Ações	SEBRAE + IMPACT HUB	CINCO	Outras áreas parceiras (governo e sociedade civil)
Organizar reunião de início (<i>Kick off</i>) do projeto			
Participar da reunião de início do projeto			
Definir metodologia das oficinas para pactuação dos desafios comportamentais			
Organizar as oficinas			
Participar das oficinas			
Definir formato e metodologia da Maratona			
Preparar Guia de Participação e materiais de disseminação			
Recrutar mentores especialistas em Ciências Comportamentais			
Recrutar especialistas em empreendedorismo e compras públicas			
Realizar webinar de nivelamento sobre os desafios comportamentais			
Recrutar os participantes da Maratona			
Conduzir as atividades nos dias de Maratona			
Acompanhar os grupos da Maratona			
Participar do Evento de Premiação			
Entregar os prêmios			



O Sebrae foi o grande viabilizador da Maratona, já que obteve o orçamento necessário para sua execução e fez a gestão do projeto de maneira geral. A equipe do Sebrae elaborou conjuntamente com a CINCO um plano de ação inicial para viabilizar a busca e a contratação de uma empresa parceira para operacionalizar grande parte das atividades previstas, além do acompanhamento e tomada de decisão durante o projeto.

A CINCO foi responsável principalmente por desenhar e coordenar as oficinas virtuais de definição e pactuação dos desafios comportamentais e de seu desdobramento em comportamentos-alvo. Propôs também as atividades, o fio lógico e moderou o trabalho com os participantes.

Nossa unidade de Ciências Comportamentais participou com o Sebrae e a Impact Hub Floripa da construção da metodologia da Maratona e apoiou o processo de recrutamento de mentores especialistas em Ciências Comportamentais que deram suporte aos grupos participantes durante o evento.





Esteve sob responsabilidade da CINCO grande parte da articulação com áreas de governo que possuem políticas públicas para micro e pequenos empreendedores (as) ou que possuem iniciativas que impactam este mesmo público. Como resultado desse esforço, participaram das oficinas representantes do Ministério da Cultura, do Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos, do Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, dentre outros.

Vale mencionar que o Sebrae e a Impact Hub Floripa, com apoio da CINCO em alguns casos, garantiram a presença nas oficinas e na própria Maratona de representantes de associações de empreendedores (as), como a Aliança Empreendedora, bem como de empreendedores (as) que já haviam participado de outras iniciativas lideradas por eles. Durante a etapa de divulgação da Maratona, a CINCO fez a disseminação aos membros da Rede de Ciências Comportamentais em Governo – CINCONNECTE, convidou órgãos parceiros, além de elaborar matérias publicadas no site do MGI. Destacamos o grande envolvimento dos membros da CINCONNECTE que se inscreveram como participantes da Maratona e apoiaram a sua divulgação.





2. Quais desafios públicos relacionados ao Empreendedorismo resolver?

No campo do empreendedorismo, a identificação de problemas públicos prioritários demanda ir além da análise de instrumentos normativos ou da oferta de políticas, incorporando a compreensão de como empreendedores e empreendedoras interagem, na prática, com as ações governamentais. Muitos dos desafios enfrentados pelas políticas públicas manifestam-se sob a forma de barreiras comportamentais, como baixa adesão a programas, dificuldades de acesso, subutilização de instrumentos disponíveis ou decisões pouco alinhadas aos objetivos das políticas. Nesse contexto, a integração das Ciências Comportamentais permite explicitar e qualificar esses problemas públicos, oferecendo subsídios para o desenho de intervenções baseadas em evidências que



ampliem a efetividade das políticas de apoio ao empreendedorismo.

Foi a partir dessa perspectiva que, em maio de 2025, realizamos a oficina de abertura (kick-off) do Projeto Trilha de Conhecimento em Ciências Comportamentais 3, relacionado à Maratona. O encontro marcou o início das atividades conjuntas entre os parceiros já envolvidos (CINCO, Impact Hub Floripa e SEBRAE) e outros dois parceiros convidados: a Secretaria de Gestão e Inovação (SEGES) e o Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (MEMP). A participação da SEGES justificou-se por seu papel transversal na coordenação e inovação das políticas públicas federais e, de forma específica, por sua atuação na agenda de compras públicas, incluindo o desenvolvimento e a gestão da plataforma Contrata+Brasil, instrumento estratégico para a ampliação do acesso de micro e pequenos empreendedores ao mercado público. Já o envolvimento do MEMP decorreu de sua atribuição como órgão central na formulação e implementação de políticas voltadas ao empreendedorismo, à microempresa e às empresas de pequeno porte, sendo

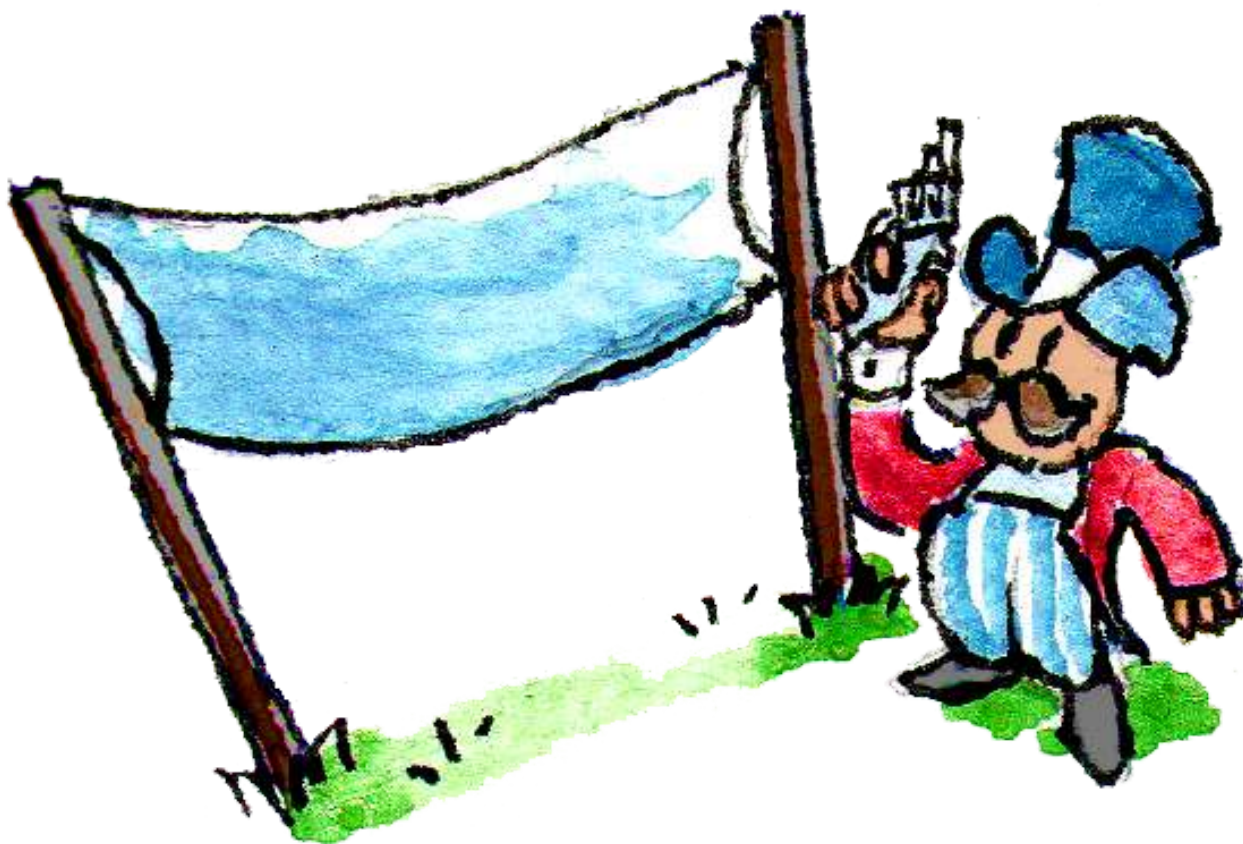


responsável por programas diretamente relacionados aos problemas públicos discutidos na oficina.

Especificamente, a oficina de abertura teve como propósitos centrais :

1. identificar dois desafios de políticas públicas relacionados à agenda do empreendedorismo e
2. definir os envolvidos em cada desafio para participar das próximas fases do projeto, especialmente as oficinas de definição de comportamentos-alvo.

Portanto, neste primeiro encontro, buscamos construir uma visão compartilhada sobre os problemas públicos relacionados ao empreendedorismo que poderiam ser enfrentados por meio de intervenções baseadas em Ciências Comportamentais.



2.1 Oficina de abertura (definição dos desafios)

Durante a oficina, apresentamos uma síntese do projeto, destacando que o objetivo principal era gerar conhecimento para a resolução de desafios públicos na agenda de empreendedorismo, por meio de inovação apoiada em evidências comportamentais.

Foram reforçados, ao longo da atividade, os papéis das instituições envolvidas:

- SEBRAE: responsável pela gestão geral do projeto, financiamento e execução da Maratona de Ciências Comportamentais, implantação de testes de intervenção e gestão do conhecimento.
- SEGES/DINOV/CINCO: responsável por aportar metodologia e expertise em Ciências Comportamentais, além de articular a participação das demais áreas governamentais.
- SEGES e MEMP (áreas gestoras de políticas públicas de empreendedorismo): responsáveis por participar de oficinas, fornecer informações e avaliar a implementação potencial das intervenções.

A oficina continuou com uma apresentação das etapas previstas do projeto, incluindo o período de preparação, a definição dos comportamentos-alvo, a realização da Maratona, os testes de intervenção e a análise dos resultados.

Em seguida, os participantes foram conduzidos a um debate estruturado voltado à identificação de desafios comuns entre as políticas públicas em foco, relacionadas à agenda de empreendedorismo. O debate foi organizado a partir de um roteiro

metodológico previamente definido, envolvendo a identificação inicial de desafios por área, o agrupamento e a clusterização dos temas emergentes e a discussão coletiva para validação dos desafios considerados transversais. O detalhamento desse processo — incluindo o fio lógico, as etapas e os instrumentos utilizados — encontra-se descrito no Quadro A, de forma a apoiar a compreensão do método e sua eventual replicação em contextos semelhantes. Esse momento foi central para garantir alinhamento entre as áreas e permitir que as próximas etapas – especialmente a definição dos comportamentos-alvo – fossem realizadas com base em um escopo consensual.

Fio lógico do processo

O debate seguiu uma lógica progressiva, composta por três movimentos principais:

- (i) identificação dos desafios prioritários no âmbito de cada política pública ou área;
- (ii) organização visual dessas contribuições por equipe na plataforma Miro; e
- (iii) análise comparativa e consolidação dos desafios comuns.
- Essa lógica permitiu partir de perspectivas institucionais específicas e avançar para uma compreensão integrada dos problemas enfrentados.

Passo a passo do debate

Etapa 1 – Preparação e contextualização dos desafios

Inicialmente, a equipe de facilitação realizou a leitura prévia dos materiais institucionais das políticas e áreas participantes. Com base nesses documentos, foram sugeridos temas orientadores para a atividade, todos relacionados ao empreendedorismo, foram eles: sustentabilidade social, inclusão socioprodutiva e atuação junto a pessoas em situação de vulnerabilidade. Esses temas serviram como referência inicial para a reflexão dos participantes, sem restringir a inclusão de novos desafios.

Etapa 2 – Identificação dos desafios prioritários por política ou área

Os participantes foram divididos em salas de trabalho por área institucional (SEGES, SEBRAE/Impact Hub Floripa e MEMP). Cada equipe trabalhou exclusivamente em um quadro específico do Miro, identificado por cor. Nessa etapa, os grupos foram convidados a registrar, em notas adesivas digitais, os principais desafios atualmente enfrentados por sua política ou área, podendo alterar, incluir ou excluir os desafios inicialmente sugeridos. O foco esteve na explicitação de problemas concretos e prioritários, a partir da experiência prática dos participantes. O tempo destinado a essa atividade foi de 15 minutos.

Etapa 3 – Organização visual/compartilhamento em plenária

Concluída a atividade em grupos, cada equipe escolheu um representante para apresentar, em plenária, os principais desafios identificados. As apresentações permitiram o compartilhamento das diferentes perspectivas institucionais e favoreceram a visualização conjunta dos desafios no Miro, ainda organizados por área.

Etapa 4 – Análise comparativa e identificação de convergências

A partir da visualização simultânea dos quadros das diferentes equipes, iniciou-se uma análise comparativa dos desafios levantados. Com mediação da equipe facilitadora, foram identificadas convergências, recorrências e interdependências entre os desafios apresentados, criando as condições para sua posterior clusterização.

Etapa 5 – Consolidação dos desafios comuns

Os desafios considerados semelhantes ou complementares foram então agrupados em categorias mais amplas, dando origem a um conjunto de desafios comuns e transversais às políticas analisadas. Essa consolidação foi realizada de forma colaborativa, por meio de debate orientado, e resultou em dois desafios prioritários (ver Seção 2.2).

Potencial de replicação

O método descrito neste Quadro para condução de um debate estruturado pode ser replicado em outros contextos de políticas públicas que demandem alinhamento interinstitucional e construção coletiva de problemas complexos. A combinação entre leitura prévia de materiais institucionais, trabalho em grupos por área, uso de códigos de cores e síntese visual em ambiente colaborativo digital mostrou-se especialmente adequada para processos participativos realizados de forma remota.

Porém, cabe ressaltar, que o uso do Miro, enquanto plataforma digital colaborativa, pode apresentar desafios iniciais de uso para participantes que não estão familiarizados com esse tipo de ferramenta, especialmente em oficinas realizadas de forma remota.



Em função disso, recomenda-se prever um período inicial de adaptação durante as atividades, destinado à apresentação das funcionalidades básicas e à experimentação livre do ambiente, de modo a reduzir barreiras operacionais, aumentar o conforto dos participantes e garantir que eventuais dificuldades técnicas não interfiram na qualidade das contribuições ao longo da oficina.

Quadro A. Fio lógico e passo a passo do debate : estruturado para identificação de desafios comuns

O encontro também proporcionou espaço para esclarecimentos sobre o processo de trabalho, prazos e expectativas de engajamento das áreas governamentais.

2.2 Resultados da oficina dos desafios

Como resultado imediato, os participantes:

- Pactuaram 2 desafios prioritários que orientaram as fases seguintes do projeto. Os desafios prioritários foram:

- Desafio 1: Os MEIs e micro e pequenas empresas não contratam com o setor público
- Desafio 2: Pequenos negócios de favelas e comunidades urbanas, liderados por mulheres empreendedoras, enfrentam baixa eficiência produtiva e dificuldade de adaptação às demandas de seus territórios

- Indicaram representantes de cada área para continuidade nas oficinas de definição dos comportamentos-alvo e;
- Consolidaram uma compreensão compartilhada sobre o papel de cada instituição e sobre a lógica geral das Ciências Comportamentais aplicada ao empreendedorismo.

Foi ressaltado que outras áreas relacionadas ao empreendedorismo poderiam ser convidadas a participar das oficinas subsequentes, mantendo, contudo, o foco nos desafios pactuados na reunião de abertura.

2.3 Definição dos comportamentos-alvo (problemas comportamentais)

A partir dos desafios identificados na oficina de abertura, iniciamos o processo de definição dos comportamentos-alvo a serem trabalhados na Maratona.

Essa definição ocorreu ao longo de uma oficina de três dias, com duração de três horas cada realizadas remotamente via Zoom. Todas as sessões foram integralmente registradas por meio da ferramenta tldv e sistematizadas em tempo real na plataforma Miro, assegurando rastreabilidade, transparência e consistência no registro das contribuições ao longo de toda a jornada.

Para essa oficina, além dos participantes da oficina de abertura, foram convidados órgãos e instituições com atuação direta ou complementar na agenda de empreendedorismo, desenvolvimento produtivo, sustentabilidade e políticas públicas. Entre os convidados estiveram a Secretaria de Economia Criativa e Fomento Cultural do Ministério da Cultura, o Gabinete da Secretaria Nacional de Periferias (GAB/SNP) do



Ministério das Cidades, o Departamento de Gestão de Resíduos do Ministério do Meio Ambiente, a Secretaria de Economia Verde, Descarbonização e Bioindústria (SEV), vinculada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, bem como a Aliança Empreendedora, uma organização do terceiro setor.

2.3.1 Oficina para definição dos comportamentos-alvo



Dia 1

O primeiro dia da Oficina teve como foco a compreensão inicial dos desafios e o aprofundamento de seus fundamentos. A dinâmica buscou promover alinhamento conceitual entre os participantes e estimular uma visão compartilhada sobre o problema a ser trabalhado ao longo dos três dias de oficina.

A facilitação iniciou com uma breve apresentação dos objetivos gerais da oficina e da metodologia a ser utilizada. Os participantes foram recepcionados com instruções claras sobre o funcionamento das atividades e sobre como utilizar o Miro para registrar contribuições. Eles foram organizados em duas equipes: uma dedicada ao Desafio 1 e outra ao Desafio 2, de acordo com a afinidade e conexão de cada grupo com o tema. Esse momento também serviu para organizar a dinâmica do grupo e alinhar expectativas



sobre o processo de trabalho, centrado em ferramentas de Ciências Comportamentais, especificamente na Metodologia CINCO (ver Brasil, 2025).

A principal atividade do dia consistiu em “destrinchar” os desafios previamente definidos:

Desafio 1: “Os MEIs e micro e pequenas empresas não contratam com o setor público”

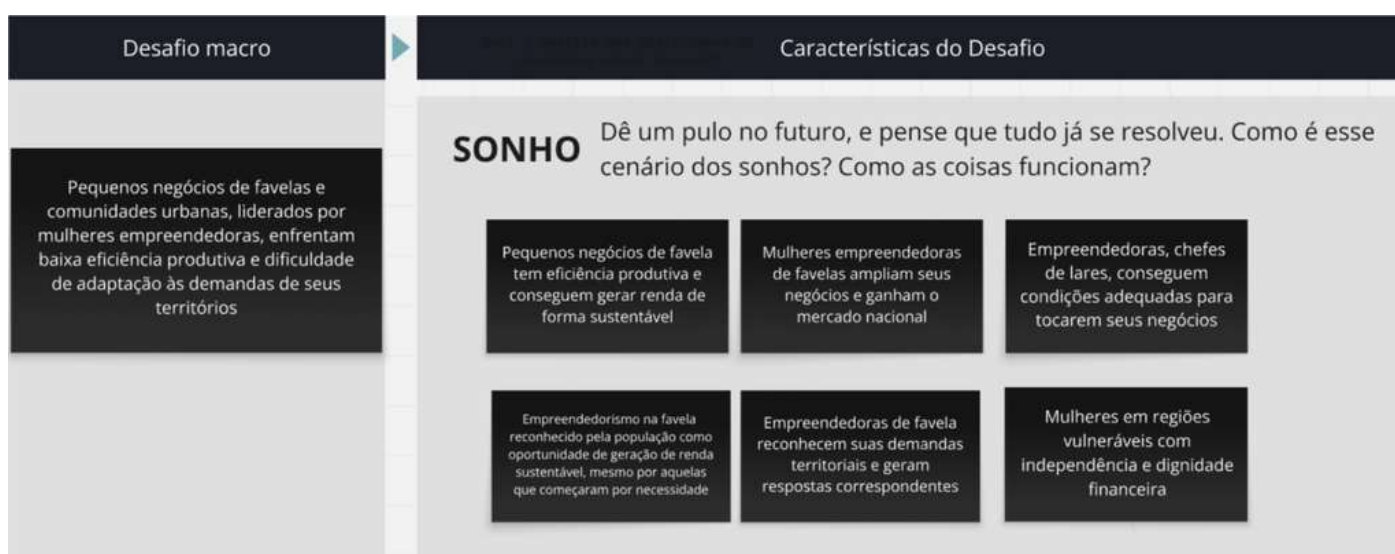
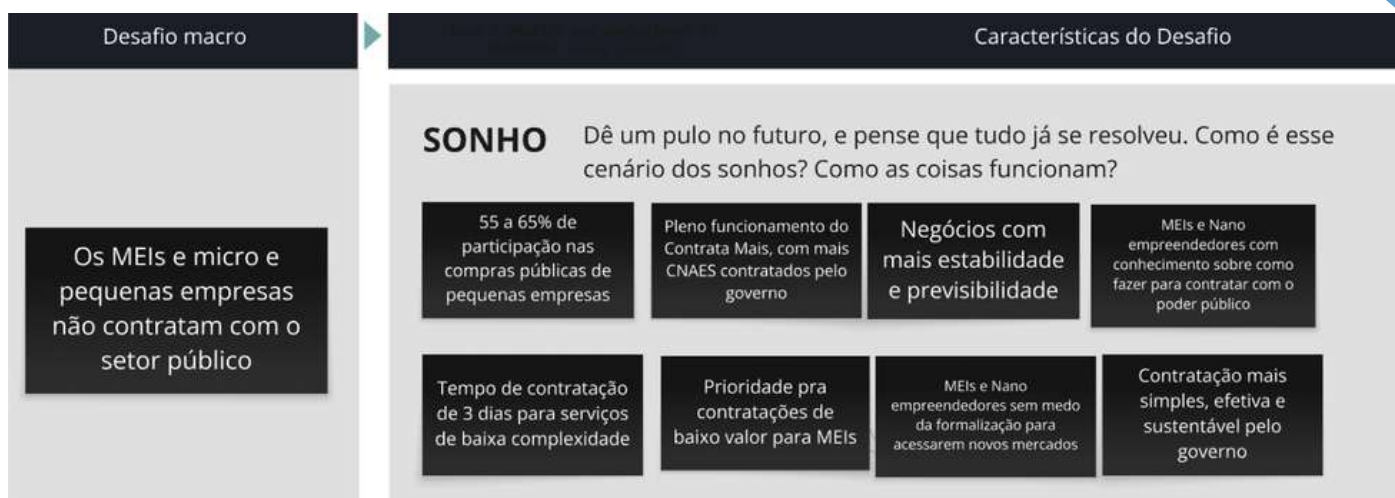
Desafio 2: “Pequenos negócios de favelas e comunidades urbanas, liderados por mulheres empreendedoras, enfrentam baixa eficiência produtiva e dificuldade de adaptação às demandas de seus territórios.”

Para isso, três etapas orientaram a participação:

ETAPA 1 - Imaginação do cenário ideal ("SONHO")

Os grupos foram convidados a imaginar qual seria a situação desejada caso o desafio estivesse completamente resolvido. Nesse exercício, cada participante descreveu, no Miro, elementos do cenário ideal, permitindo visualizar coletivamente o estado futuro almejado (ver QUadro B).





Quadro B. Exemplos da construção de cenários

ETAPA 2 - Identificação de desafios específicos

A partir do levantamento de sonhos e aspirações, os grupos passaram a detalhar o desafio, decompondo-o em problemas específicos. Utilizando o painel de “DESAFIOS ESPECÍFICOS”, os participantes discutiram possíveis causas, barreiras, comportamentos relevantes e aspectos contextuais que tornam o desafio complexo (ver Quadro C).

DESAFIOS ESPECÍFICOS

Como podemos desdobrar o desafio macro em desafios específicos? Como podemos recortar o grande desafio em desafios "menores" e mais focados?

Fazer funcionar leis e normas já existentes

Fazer chegar oportunidade e informações corretas aos interessados

Forma de contratação deve ser inclusiva, capacitação de atores

Engajamento dos gestores públicos dentro do ambiente normativo

Mudança de percepção: vendas públicas são uma possibilidade real

Diminuir (ou melhorar) as barreiras burocráticas e facilitar acesso para a contratação de empreendedores

Salientar os efeitos socio-econômicos da contratação de pequenos e médios empreendedores para os gestores públicos

Compreender a diversidade de perfis de empreendedores que participam de compras públicas

Suporte aos empreendedores com relação à logística, na contratação e na prestação do serviço

Aprimoramento da articulação intergovernamental nas políticas de contratação pública

DESAFIOS ESPECÍFICOS

Como podemos desdobrar o desafio macro em desafios específicos? Como podemos recortar o grande desafio em desafios "menores" e mais focados?

EMPODERAMENTO E NORMAS DE GÊNERO

8- Mulheres empreendedoras enfrentam normas sociais e culturais que desestimulam sua autonomia econômica, afetando sua autoestima e criando ambientes adversos ao empreendedorismo feminino.

CARGA DE CUIDADO E TEMPO

3- As empreendedoras enfrentam uma sobrecarga desproporcional com responsabilidades familiares e domésticas, que limita o tempo para planejar, operar e expandir seus negócios.

VALORIZAÇÃO DE SABERES LOCAIS

6- Saberes tradicionais e formas de produção locais são frequentemente marginalizados; mesmo quando representam ativos econômicos e culturais importantes para comunidades empreendedoras.

ACESSO A POLÍTICAS PÚBLICAS E REDES DE APOIO

2- Mesmo com a existência de políticas públicas e programas de apoio, muitas empreendedoras não conseguem acessá-los por falta de conhecimento, linguagem técnica inacessível ou barreiras digitais. Isso compromete a efetividade de políticas desenhadas para incluí-las.

CAPACITAÇÃO E FOMENTO SENSÍVEIS À REALIDADE LOCAL

5- As soluções oferecidas por programas de fomento e capacitação ao empreendedorismo muitas vezes desconsideram os contextos específicos das comunidades, dificultando sua efetiva implementação e sustentabilidade.

ACESSO A MERCADOS E VISIBILIDADE

4- Muitas mulheres empreendedoras de favelas produzem bens ou serviços de qualidade, mas enfrentam dificuldade para acessar canais de comercialização estáveis e visibilidade suficiente para gerar renda consistente.

ACESSO A POLÍTICAS PÚBLICAS

1- Mulheres empreendedoras em territórios de vulnerabilidade frequentemente enfrentam barreiras estruturais para acessar linhas de crédito adequadas, mesmo quando possuem negócios viáveis. A burocracia, a ausência de garantias e a falta de produtos financeiros adaptados às suas realidades limitam sua capacidade de investir e crescer.

REDES DE APOIO

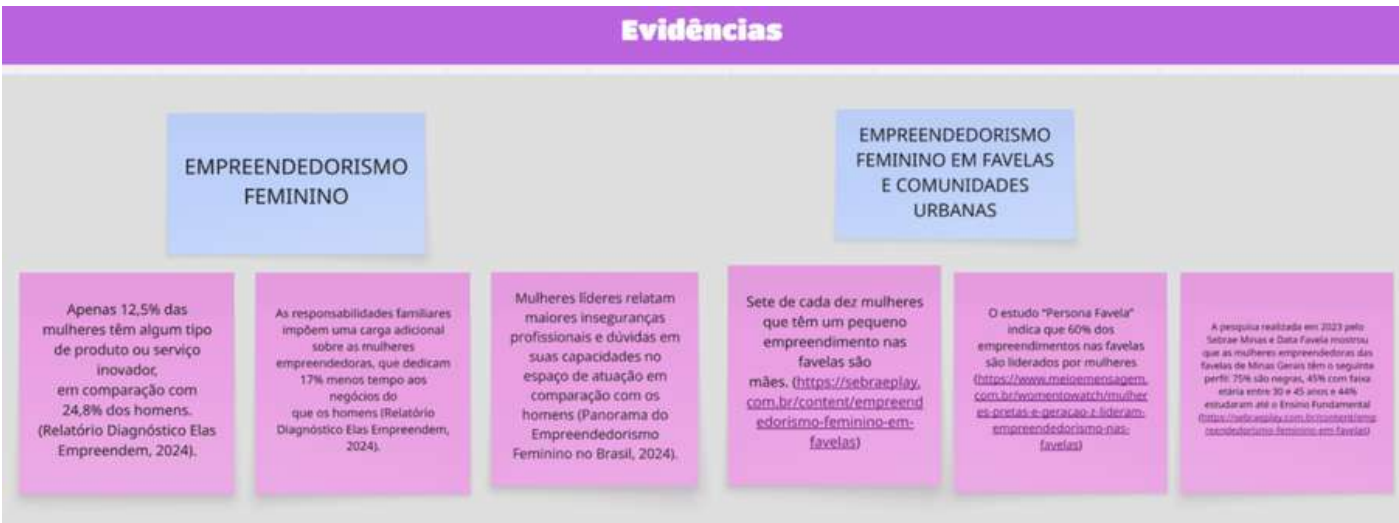
7- A ausência de redes de apoio entre pares e instituições próximas às empreendedoras compromete o fortalecimento de iniciativas coletivas e colaborativas.

Quadro C. Exemplos da construção de cenários

ETAPA 3 - Análise das evidências

Para apoiar a definição dos desafios específicos, foi utilizado um quadro contendo um conjunto de evidências categorizadas — incluindo temas, como por exemplo para o Desafio 2, empreendedorismo feminino, e empreendedorismo em favelas e comunidades urbanas (ver Quadro D). Os participantes analisaram esses insumos para verificar como cada

evidência poderia inspirar ou fundamentar a formulação dos desafios específicos. A visualização conjunta dessas informações possibilitou conectar percepções individuais com dados estruturados, fortalecendo a compreensão do problema.



Quadro D. Painel simplificado de evidências

Ao final do encontro, os participantes:

(i) construíram uma visão coletiva do cenário ideal desejado,



(ii) estruturaram um conjunto preliminar de desafios específicos derivados do desafio macro e

(iii) utilizaram as evidências disponíveis para fundamentar suas análises. Esse primeiro dia estabeleceu a base conceitual e metodológica que orientaria as atividades dos dias seguintes, garantindo uma compreensão alinhada sobre o problema e seus possíveis desdobramentos.

Dia 2

O segundo dia da oficina teve como foco o aprofundamento no entendimento dos comportamentos envolvidos nos desafios específicos e a preparação para a definição de intervenções. As atividades foram organizadas em três grandes blocos de trabalho: identificação de comportamentos, priorização de comportamentos e jornada comportamental.

A facilitação iniciou retomando os objetivos gerais da oficina e apresentando o encadeamento das atividades do dia. Esse momento buscou garantir alinhamento quanto ao propósito das tarefas e ao uso das ferramentas de ciências comportamentais que sustentam a Metodologia CINCO (Brasil, 2025).

A primeira atividade concentrou-se na identificação de comportamentos. Partindo dos desafios específicos trabalhados no dia anterior, os participantes foram orientados a registrar comportamentos observáveis relacionados ao problema – isto é, o que as pessoas fazem hoje, na prática, no contexto do serviço ou política analisada.



Cada participante, junto a sua equipe, preencheu post-its descrevendo ações, omissões, decisões e rotinas dos diferentes públicos envolvidos na política em análise. Em seguida, a equipe discutiu semelhanças e diferenças entre as contribuições, realizando ajustes, fusões e pequenos agrupamentos no próprio Miro. Esse processo permitiu transformar descrições abstratas do problema em um conjunto mais concreto de comportamentos relevantes.

Na sequência, passou-se à etapa de priorização de comportamentos. Utilizando um quadro em formato de matriz (ver Quadro E), os participantes analisaram os comportamentos mapeados, considerando dois critérios centrais: impacto (potencial contribuição para o alcance do objetivo desejado) e facilidade de mudança (grau de viabilidade para promover alteração naquele comportamento).

IMPACTO X FACILIDADE DE MUDANÇA DE COMPORTAMENTO



Os comportamentos foram, então, posicionados na matriz de “Impacto x Facilidade de Mudança”, o que exigiu negociação, argumentação e reflexão conjunta sobre o contexto real em que o público-alvo está inserido. Ao final dessa etapa, um comportamento precisou ser selecionado como prioritário. Os comportamentos selecionados para cada desafio estão descritos no Quadro F.

Desafio	Comportamento
Desafio 1	Participar do processo de contratação pública pela primeira vez
Desafio 2	Realizar o planejamento necessário para a sustentabilidade do negócio.

Quadro F. Comportamentos selecionados para cada desafio

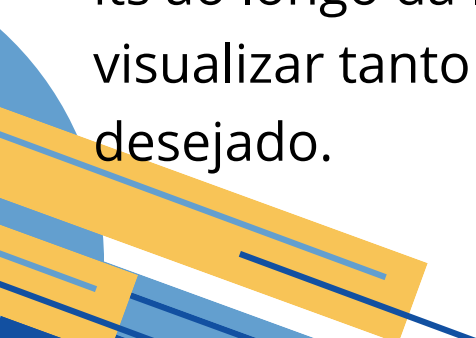
Cabe destacar, que no caso do Desafio 2, o comportamento inicialmente definido — “realizar o planejamento necessário para a sustentabilidade do negócio” — revelou-se posteriormente amplo e pouco delimitado, abrangendo diferentes dimensões (financeira, operacional, comercial, entre outras) e múltiplas etapas possíveis. Essa abrangência dificultou a tradução do



desafio em ações e decisões mais específicas ao longo da Maratona, gerando incerteza sobre qual recorte priorizar e, conseqüentemente, trazendo obstáculos para a execução das atividades posteriores, especialmente nas etapas de ideação, refinamento e definição de intervenções mais objetivas.

A terceira atividade do dia foi dedicada à jornada comportamental. A partir da pergunta norteadora “O que queremos que a pessoa faça no lugar do que faz hoje?”, os participantes foram convidados a mapear, em um novo quadro do Miro, a jornada comportamental do público que realiza o comportamento-alvo.

Nesse espaço, registraram-se momentos-chave antes, durante e depois da ação comportamental desejada, bem como pontos de fricção, barreiras, gatilhos e oportunidades de apoio. As cartas de ajuda (ver Figura G) e as instruções funcionaram como guia para que as equipes pensassem em aspectos contextuais, emocionais, informacionais e estruturais que influenciam o comportamento. As contribuições foram organizadas em post-its ao longo da linha do tempo da jornada, permitindo visualizar tanto a situação atual quanto o caminho desejado.



CARTAS DE AJUDA

DICAS PARA ENCONTRAR COMPORTAMENTOS

Comportamento observável

É o comportamento que **pode ser visto** por uma terceira pessoa e/ou **medido**.

Por que isso é importante?

Pois esse comportamento precisa ser **MEDIDO** antes e **DEPOIS** da intervenção para avaliar seu impacto na mudança de comportamento. Nem todo comportamento tem garantia de ser observado/comprovado.

Exemplo

Limpeza é observável. O descuido não.

Agressão é observável. A intenção não.

A falta de atendimento é observável. A "má vontade" não.

Use verbos de ação

Comportamentos **são ações** de uma **pessoa** em uma **situação**.

Exemplo

Usar ou não usar repelente.

Vacinar ou não vacinar.

Esvaziar recipientes de água.

Ir ao posto de vacinação.

Diversidade: explore visões diferentes

Que comportamento você teria se fosse uma pessoa com:

Recurso Financeiro: Muito / Pouco

Saúde e atipicidades: Saudável/ Doente/ Com deficiência /

Educação: Alfabetizado/ Analfabeto / Dificuldade Cognitiva

Moradia: Cidade Grande/Pequena/Nobre/Pobre/Ribeirinha/Litorânea

Idade: Criança, Adolescente, Adulto, Idoso

Nacionalidade: Brasileiro/Estrangeiro

Quadro G. Cartas de ajuda para auxiliar a identificação de comportamentos

Ao final do segundo dia, o Miro reunia um registro visual do trabalho realizado: uma lista estruturada de comportamentos relevantes, a definição de um comportamento-alvo priorizado por equipe e uma primeira versão das jornadas comportamentais associadas a esses comportamentos. Esse material consolidado criou a base para a etapa seguinte da oficina, voltada para a formulação de insights

comportamentais (ver Quadro H).

O que é insight?

É algo oculto que se torna claro a partir de uma nova percepção do que é observado.

É uma nova visão do problema, mais aprofundada. O insight pode possibilitar:

- Ver a realidade de outra forma;
- Ter novas reflexões;
- Perceber necessidades ocultas;
- Identificar algo que estava oculto e foi revelado;
- Sair do óbvio.

O insight não é uma solução para o problema! Ele contribui para ampliar o entendimento sobre o problema.

Fonte: Brasil (2025)

Quadro H. O que é insight?

Dia 3

O terceiro dia da oficina iniciou com um momento de nivelamento conceitual, conduzido de forma acessível e simplificada, visando alinhar o entendimento dos participantes sobre a ferramenta SIMPLEMENTE (CAMPOS FILHO, 2020). Essa etapa foi fundamental para garantir uma base comum de conhecimento, permitindo que todos participassem das atividades práticas subsequentes de forma qualificada.

Na sequência, os participantes assistiram a vídeos contendo relatos de empreendedores e empreendedoras diretamente relacionados aos desafios em discussão. Esses vídeos foram produzidos a partir de entrevistas previamente realizadas, com recortes selecionados para evidenciar situações concretas do cotidiano dos públicos-alvo, como processos de tomada de decisão, dificuldades recorrentes, estratégias de adaptação e motivações individuais. Como exemplo, alguns trechos destacavam obstáculos enfrentados na gestão do negócio e na interação com políticas públicas. Esses depoimentos tiveram como objetivo aproximar os participantes da realidade concreta vivenciada pelos empreendedores, enriquecendo o debate com



evidências empíricas e contribuindo para uma reflexão coletiva mais qualificada e ancorada em experiências reais. Portanto, os vídeos serviram como insumo inicial para reflexão e discussão coletiva.

Como forma de exemplificar o tipo de material utilizado na oficina, alguns dos vídeos com relatos de empreendedores e empreendedoras estão disponíveis publicamente e podem ser acessados por meio de links abertos (ver [Vídeo 1](#), [Vídeo 2](#)). Esses exemplos ilustram o formato adotado e a riqueza do uso de depoimentos audiovisuais como insumo empírico, permitindo observar narrativas em primeira pessoa sobre desafios enfrentados, percepções, motivações e comportamentos no contexto do empreendedorismo.

Após os vídeos, foi realizada a primeira atividade prática em grupo: o Quadro de Criação de Falas. Nessa dinâmica, os participantes foram convidados a assumir a perspectiva dos públicos envolvidos (“personas”) e a construir “falas” representativas de seus pensamentos, sentimentos, dúvidas e decisões.

A atividade foi realizada inicialmente de forma

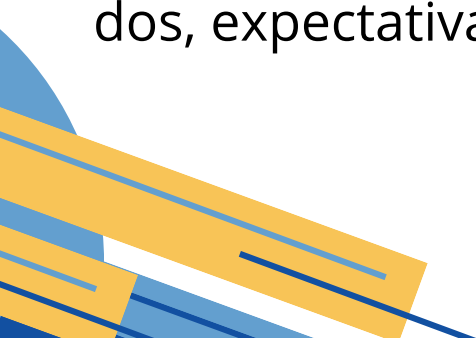




individual, com tempo delimitado para registro, e posteriormente compartilhada na equipe. O uso de personagens diversos contribuiu para ampliar a empatia, reduzir vieses e considerar diferentes contextos e realidades, favorecendo uma compreensão mais profunda dos fatores comportamentais que influenciam as decisões analisadas.

A atividade seguinte, Quadro de Insights Comportamentais, teve como objetivo transformar as falas em interpretações analíticas sobre os fatores que influenciam os comportamentos observados. Essa etapa foi fundamental para avançar do nível descritivo para o nível interpretativo, permitindo identificar padrões, barreiras e oportunidades comportamentais relevantes para o desenho de intervenções.

Inicialmente, cada participante analisou as falas construídas na atividade anterior. A partir dessa observação, os participantes registraram insights preliminares, buscando identificar aspectos não imediatamente evidentes nas falas, como crenças implícitas, motivações, medos, expectativas, heurísticas ou limitações contextuais.



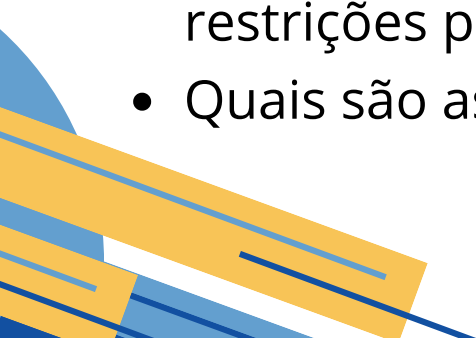


Nesse momento, foi reforçado o conceito de insight comportamental como algo que se torna claro a partir de uma nova perspectiva sobre o comportamento observado, e não como uma simples repetição ou resumo das falas.

Na sequência, os participantes compartilharam seus insights, organizando-os a partir das falas analisadas. Esse processo permitiu:

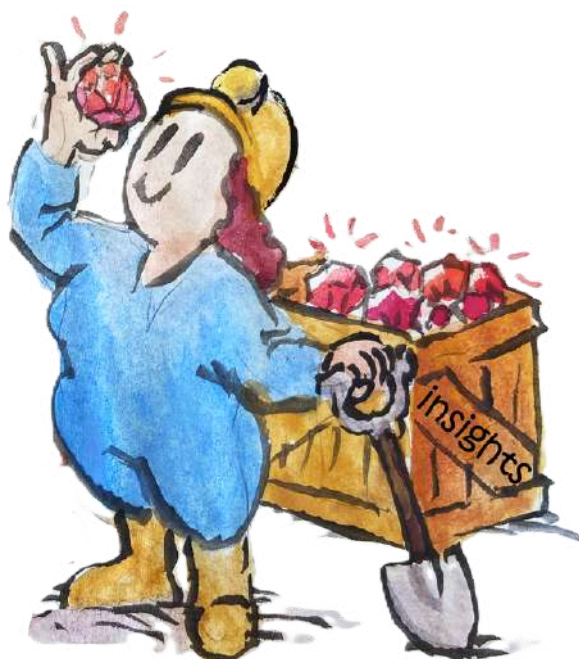
- Agrupar insights semelhantes ou complementares;
- Identificar recorrências e padrões comportamentais;
- Diferenciar observações descritivas de interpretações analíticas.

Para apoiar a análise e evitar conclusões superficiais, os participantes utilizaram cartas de ajuda, compostas por perguntas orientadoras, tais como:

- O que pode estar ajudando ou dificultando o comportamento desejado?
 - O que as pessoas ganham ou perdem ao agir (ou não agir)?
 - Quais são as motivações, necessidades ou restrições percebidas?
 - Quais são as consequências de não realizar a ação?
- 

Essas perguntas funcionaram como estímulos cognitivos para aprofundar a reflexão e explorar diferentes dimensões do comportamento.

Após a consolidação do conjunto de insights, cada equipe foi orientada a selecionar os principais insights comportamentais, considerando critérios como relevância, recorrência, potencial de intervenção e alinhamento com o desafio trabalhado. Os insights priorizados foram registrados em um espaço específico do quadro, sinalizando aqueles que serviriam de base para as próximas etapas do projeto.



Os principais insights selecionados e relacionados ao Desafio 1 foram:

Principais insights relacionados ao Desafio 1

Custos de participação parecem muito altos (linguagem, excesso de documentos)

Alguns pequenos empreendedores não se percebem como possíveis fornecedores para o governo

O governo não é visto como possível cliente para os pequenos negócios

Os benefícios de fornecer para o governo não são tão claros no médio/longo prazo

Conhecer a ordem de grandeza do serviço ajuda na tomada de decisão, de saber qual o passo vai ser dado de fato

O contato próximo com pessoas e grupos de confiança parece ser determinante para a decisão

Ceticismo na estrutura de apoio e suporte no processo da primeira compra, o pequeno não acredita que vai receber a informação que precisa

Os principais insights selecionados e relacionados ao Desafio 2 foram:

Principais insights relacionados ao Desafio 2

Redes de colaboração entre mulheres empreendedoras são fundamentais para o planejamento e a sustentabilidade dos negócios — e funcionam como espaços de regeneração coletiva, onde a conexão entre as pessoas fortalece vínculos, saberes e autonomia.

A lógica da sobrevivência favorece a informalidade e o afastamento do planejamento formal

A sobrecarga emocional e mental reduz a capacidade de ação e planejamento das empreendedoras

Falta de comunicação inclusiva e representatividade mina o engajamento das empreendedoras de favela

A ausência de acesso a conhecimento e ferramentas adequadas compromete o planejamento dos negócios

Quando essas mulheres não se veem representadas nas narrativas institucionais, nas capacitações ou nos espaços de decisão, o planejamento deixa de ser percebido como algo acessível ou legítimo. Em vez disso, prevalecem estratégias de sobrevivência imediata e sentimentos de frustração que dificultam a organização de longo prazo.

Ao final da atividade, os grupos apresentaram seus principais insights em plenária, permitindo o compartilhamento de aprendizados, e uma compreensão compartilhada sobre os fatores comportamentais envolvidos em cada desafio.

OFICINA DESAFIO 2 Maratona Negócios Mulheres Comunidades - Miro

OFICINA DESAFIO 1 Maratona contratação - Miro

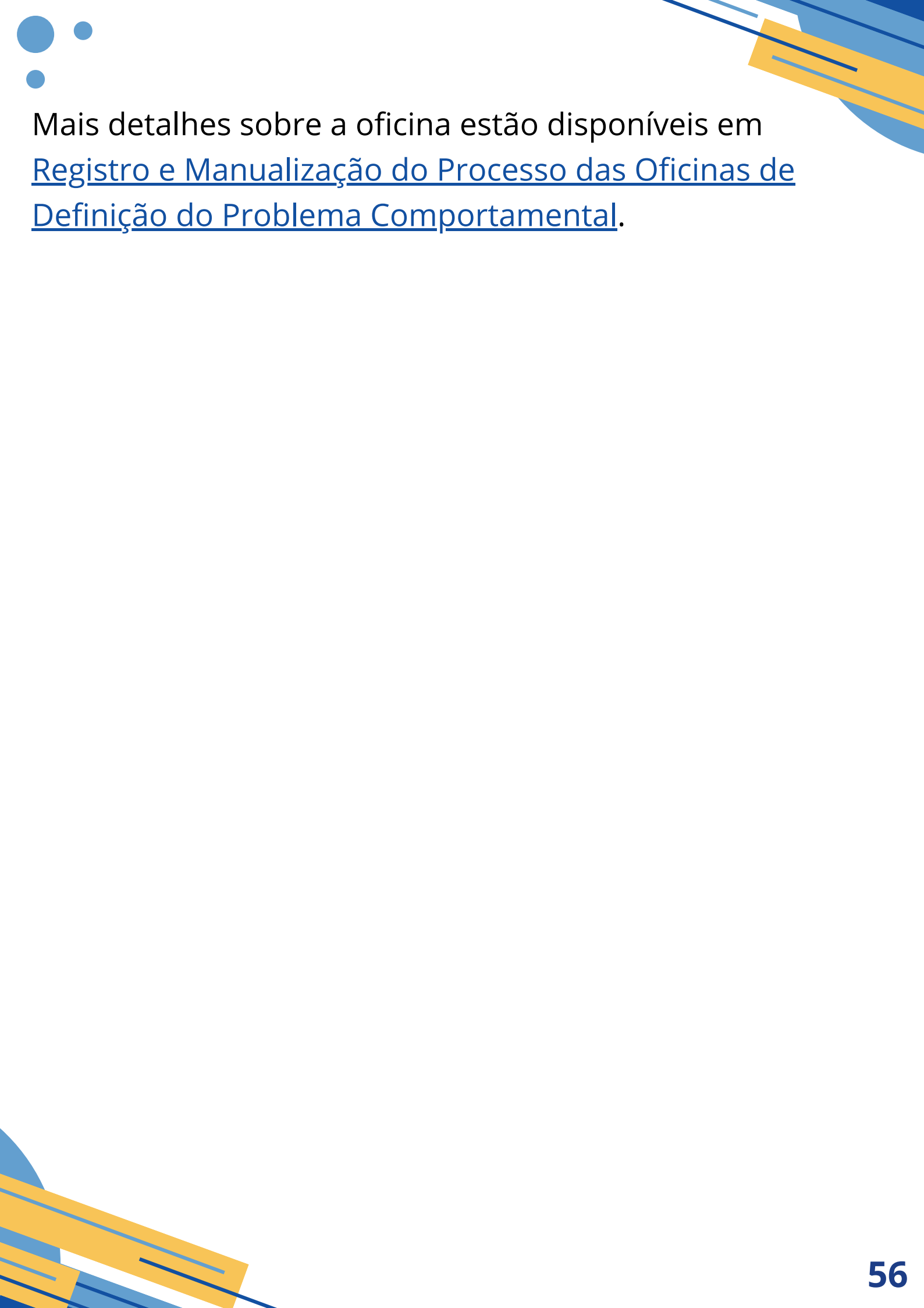


2.4 Resultados das oficinas

A oficina resultou na pactuação de dois desafios prioritários de políticas públicas relacionadas ao empreendedorismo e na consolidação de um entendimento compartilhado entre os órgãos envolvidos sobre o papel das Ciências

Comportamentais no enfrentamento desses desafios. A partir de um processo estruturado de trabalho colaborativo, foram definidos comportamentos-alvo associados a cada desafio, bem como mapeadas jornadas comportamentais e identificados insights relevantes sobre barreiras, motivações e fatores contextuais que influenciam as decisões dos públicos-alvo.

Os resultados obtidos na oficina constituíram insumos diretos para a formulação da Maratona de Ciências Comportamentais, orientando a delimitação dos desafios a serem trabalhados e qualificando o escopo das propostas de intervenção. Assim, a oficina assegurou que a Maratona se estruturasse a partir de problemas bem definidos, aumentando a aderência das soluções propostas às necessidades das políticas públicas.



Mais detalhes sobre a oficina estão disponíveis em [Registro e Manualização do Processo das Oficinas de Definição do Problema Comportamental](#).

3. Como foi o planejamento da Maratona?

Os principais pontos de partida para o desenvolvimento da metodologia da Maratona foram as experiências prévias da equipe do Sebrae e da Impact Hub Floripa com grandes eventos de inovação, especialmente os hackathons, e o método adotado pela CINCO em seus projetos de aplicação de Ciências Comportamentais em políticas públicas, publicado em nossa [página](#) junto com relatórios sobre cada um deles e outros materiais.

Algumas diretrizes prévias foram amplamente debatidas pela equipe da Maratona e se tornaram pilares importantes para as deliberações que se seguiram:

- Evento gratuito para os participantes;
- Maratona em formato online, ao vivo, para viabilizar a participação de pessoas em todo o país;

- Apoio direto aos participantes em relação à aplicação de Ciências Comportamentais, de tal maneira que mesmo quem nunca teve contato com o tema pudesse contribuir nas atividades;

Apoio durante a jornada



Mentoria Especializada

Ciências Comportamentais

Políticas Públicas de Empreendedorismo



Ferramentas e Recursos

Zoom, Mural, e outras plataformas colaborativas

Templates e modelos estruturados

Momentos de checkpoint com especialistas



Rede de Apoio

Espaços de troca entre grupo

Suporte para dúvidas

Comunidade contínua pós-evento

Quadro I - Figura do Guia de Participação da Maratona

- Regras claras para seleção de participantes e para avaliação das propostas de cada grupo;



Quadro J - Figura do Guia de Participação da Maratona

- Alinhamento prévio com os participantes selecionados sobre os desafios comportamentais que seriam objeto das propostas desenvolvidas na Maratona.



Desafio 1

Participar do processo de contratação pública pela primeira vez

Público-alvo: Empreendedores(as) (MEIs e MPes)

O cenário:

- 16 milhões de MEIs em operação no Brasil;
- Apenas 70 mil cadastrados como fornecedores do Governo Federal;
- Potencial enorme de ampliação das contratações públicas.



Desafio 2

Realizar o planejamento necessário à sustentabilidade do negócio

Público-alvo: Mulheres empreendedoras em favelas e comunidades urbanas

O cenário:

- 60% dos negócios em favelas são liderados por mulheres negras;
- Maioria com baixa escolaridade formal e jornadas múltiplas;
- Acesso limitado a crédito e formação empreendedora;
- Barreiras invisíveis: racismo, desigualdade de gênero, desvalorização territorial.

Quadro K - Figura do Guia de Participação da Maratona

3.1- Guia de participação: quais eram as regras do jogo?

O [Guia de Participação](#) foi o principal documento publicado antes da Maratona. Ele previu as “regras do jogo”, explicitando o caminho percorrido desde as oficinas para delimitação dos desafios comportamentais até o que se esperava como resultado de cada grupo da Maratona após conclusão das atividades.

O Guia foi escrito e publicado pela Impact Hub Floripa, após alinhamento e revisão pelo Sebrae e pela CINCO. O objetivo da Maratona aparece logo no início do Guia: “criar soluções comportamentais para desafios reais enfrentados por microempreendedores e pequenos negócios”. A pessoa interessada encontrava no Guia a programação de atividades, com as datas e os horários em que precisaria estar disponível para fazer parte de um dos grupos da Maratona.

O Guia buscou contextualizar de forma breve o que denominávamos como soluções comportamentais e que critérios deveriam ser atendidos. As soluções dos

grupos seriam avaliadas por um júri e para os grupos das três melhores haveria premiação.

Os dias e horários previstos de atividades estão no quadro abaixo, que fazia parte do Guia de Participação:

07/08 (9h às 12h)	12/08 (9h às 12h)	13/08 (9h às 12h)	14/08 (9h às 12h)	15/08 (9h às 12h)	15/08 (13h30 às 18h)
Webinário Preparatório:	Chegada e Conexão:	Primeiras Ideias:	Desenvolvimento das Soluções:	Testes e Validações:	Finalização e apresentação das soluções desenvolvidas:
Encontro para nivelar os conhecimentos e explicar a dinâmica do desafio.	Acolhimento, alinhamento e dinâmicas de grupo.	Geração e estruturação inicial de propostas.	Validação técnica e refinamento das ideias.	Ajustes finais com base em testes práticos.	Apresentações para a banca e premiação.

Quadro L - Figura do Guia de Participação da Maratona

Acesse a [publicação completa](#) para conhecer os detalhes do Guia!

3.2- Divulgação da Maratona: como alcançamos nosso público?

Para divulgar o evento da Maratona, foi criada uma [página](#) na internet com o resumo das informações mais importantes e com “chamadas” para o público se inscrever por meio do preenchimento de um formulário. O link para esta página foi inserido nos diferentes materiais de divulgação utilizados e ela funcionou como o principal meio de acesso a informações sobre a Maratona.



Quadro M - Imagem inicial da página de inscrições, no topo

A página tinha como objetivo atrair as pessoas para se inscreverem, e por isso havia uma seção com as razões para participar:



Quadro N - Imagem da página de inscrições

O Guia de Participação também era divulgado nesta página, por meio de link no rodapé, e havia um item com dúvidas frequentes.

A equipe do projeto definiu algumas estratégias de divulgação da Maratona:

- Card para envio via whatsapp a redes de empreendedores (as), inovação em governo e Ciências Comportamentais;



Quadro O - Card de divulgação da Maratona no whatsapp

- E-mail com convite para parceiros das três instituições - CINCO, Sebrae e Impact Hub Floripa;
- Matérias publicadas nas [páginas do MGI](#) e da Impact Hub Floripa;

GESTÃO E EMPREENDEDORISMO

Vem aí a primeira Maratona de Ciências Comportamentais em Políticas Públicas para Empreendedorismo

Inscrições estão abertas até 30 de julho. Maratona busca desenvolver soluções para que MEIs, micro e pequenos empreendedores alavanquem seus negócios por meio das ciências comportamentais

Publicado em 17/07/2025 15h10 | Atualizado em 18/07/2025 12h19

Compartilhe: [f](#) [X](#) [in](#) [📧](#) [🔗](#)

Quadro P - Imagem com o título de matéria publicada na página do MGI

- Apresentação do projeto em reunião interna da Rede [CINCONNECTE](#) - Ciências Comportamentais em Governo.

As estratégias de divulgação alcançaram um público bem variado e possibilitaram que mais de 180 pessoas de todas as regiões do país se inscrevessem.

3.3- Seleção de participantes e formação dos grupos

Foi estabelecido pela equipe gestora da Maratona que poderiam participar apenas 100 pessoas do evento, divididas em 10 grupos. Critérios de seleção destes participantes foram previstos no Guia de Participação e o que se desejava eram grupos que mesclassem pessoas com perfis distintos – de diferentes estados, com formação acadêmica variada e experiência diversa com Ciências Comportamentais e inovação.

Os participantes foram informados por e-mail se haviam sido ou não selecionados. Aqueles selecionados teriam que participar das atividades dos 5 turnos da Maratona e precisavam estar presentes no webinar preparatório, que teve o intuito de apresentar o tema de Ciências Comportamentais, compartilhar as informações sobre os dois desafios comportamentais escolhidos e tirar dúvidas sobre a Maratona de maneira geral.

Uma parte dos inscritos acabou não participando nem do webinar e nem do primeiro dia da Maratona: então foram formados 8 grupos – 4 iriam propor



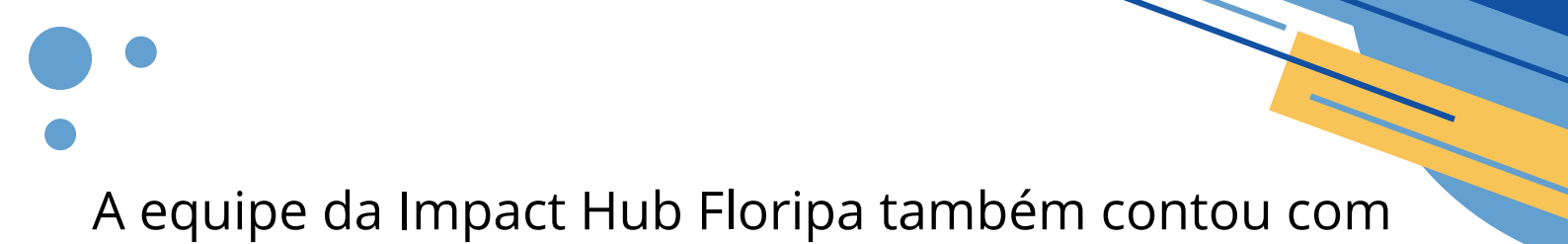
intervenções para o Desafio 1 e 4 para o Desafio 2.
Cerca de 50 pessoas participaram de todas as atividades do evento. Houve pouco tempo para formar os grupos e informar as pessoas.

3.4- Seleção e capacitação de mentores especialistas em Ciências Comportamentais

Com apoio da equipe da CINCO, a Impact Hub Floripa recrutou e selecionou profissionais especialistas em Ciências Comportamentais para participarem da Maratona como mentores dos grupos. A presença destes profissionais apoiando os grupos na realização das tarefas, especialmente com orientações sobre a aplicação de Ciências Comportamentais, foi fundamental para o alcance do objetivo final.

Como os participantes inscritos não precisavam ter nenhuma experiência em Ciências Comportamentais ou em políticas públicas, precisariam de suporte para que conseguissem desenvolver soluções aderentes à proposta da Maratona.

Cinco mentores foram selecionados, sendo que cada um deles ficaria responsável por acompanhar 2 grupos de participantes durante todas as atividades da Maratona. Como algumas pessoas desistiram de participar, no primeiro dia os grupos foram reconfigurados e 2 dos mentores acompanharam apenas 1 grupo do início ao fim do evento.



A equipe da Impact Hub Floripa também contou com uma especialista em Ciências Comportamentais desde a fase de planejamento da Maratona. Como os profissionais selecionados para serem mentores tinham ampla experiência na área, o treinamento planejado para eles focou mais no alinhamento sobre cada atividade prevista e sobre os resultados esperados. Foi possível repassar cada atividade com os mentores, já usando a mesma ferramenta que seria disponibilizada aos participantes nos dias da Maratona, o [Mural](#).

O treinamento teve duração de 2 horas, aproximadamente, e ocorreu em formato online. A CINCO participou da proposição do treinamento e da realização dele junto aos mentores. A condução do treinamento foi da Impact Hub Floripa.

Entre as orientações feitas aos mentores no dia do treinamento, destacamos as seguintes, sintetizadas no material utilizado:

Orientações para os Mentores

Objetivo: Garantir que as soluções propostas:

Tenham base nas ciências comportamentais.

Sejam intervenções éticas e viáveis.

O que devem fazer:

- Orientar quando uma ideia foge do escopo (ex.: estrutural, regulatória, sem característica comportamental).
- Ajudar a identificar barreiras cognitivas ou vieses que a solução deve atacar.
- Reforçar critérios: Ética, Simplicidade, aplicabilidade.

O que os mentores NÃO devem fazer:

- Criar soluções para o grupo.
- Mudar a ideia do grupo sem discussão.
- Impor uma solução com base em preferência pessoal. O papel do mentor é apoiar a reflexão crítica e o amadurecimento da proposta, sem direcionar o grupo a seguir uma solução apenas porque ela "parece melhor".

Quadro Q - Slide usado pela Impact Hub Floripa no treinamento de mentores

3.5- Webinário sobre desafios comportamentais

O webinário de preparação para a Maratona ocorreu no dia 07/08/2025, em formato online e ao vivo, durante o turno da manhã. A programação do evento contemplava uma hora e meia de apresentação da CINCO e meia hora para perguntas e interação com os participantes. As equipes do Sebrae e da Impact Hub Floripa também estavam presentes para subsidiar nos esclarecimentos aos participantes.

Durante a apresentação da CINCO, foi realizada a exposição "Um olhar das políticas públicas pelas lentes das Ciências Comportamentais", com explicação e introdução às Ciências Comportamentais para ambientar os participantes. Em seguida, foram abordados os seguintes tópicos:

- O que é a Maratona;
- Desafio1 - Contratação de microempreendedores(as) individuais (MEIs) e micro e pequenas empresas (MPEs) pelo governo;
- Desafio 2 – Planejamento para a sustentabilidade dos negócios de mulheres empreendedoras de favelas e comunidades urbanas;

- Soluções esperadas na Maratona.

O objetivo do webinar foi contextualizar os participantes em relação à própria Maratona e à sua finalidade, bem como sobre a aplicação de Ciências Comportamentais na ideação de soluções para os dois desafios de políticas públicas propostos. Cada um dos desafios foi detalhado com a identificação do comportamento-alvo e das barreiras e facilitadores para a presença ou ausência deste comportamento entre empreendedores e empreendedoras.

Os participantes do webinar puderam enviar perguntas e esclarecer dúvidas após a apresentação. A gravação do webinar foi disponibilizada e enviada aos participantes selecionados, com a recomendação de que aqueles que não estavam presentes assistissem o vídeo antes do primeiro dia da Maratona.

Muitos participantes não receberam o e-mail informativo sobre o webinar em tempo hábil ou o e-mail recebido foi para o spam. Assim, acreditamos que a quantidade de participantes poderia ter sido maior, contemplando quase todos aqueles selecionados para comporem os grupos.

4. Semana da Maratona : passo a passo

Após todas as etapas e atividades preparatórias, chegamos à semana de Maratona! As atividades previstas na Maratona foram organizadas em cinco blocos, distribuídos da seguinte forma em cada dia:

Data	Horário	Nome do Bloco	Objetivos do Bloco
12/08/2025	9h às 12h	Bloco 1 – Chegada e Conexão	• Apresentar as regras gerais e o objetivo da Maratona; • Indicar e explicar qual desafio comportamental seria trabalhado por cada grupo; • Possibilitar que os integrantes de cada grupo se conhecessem e que o grupo pudesse pactuar o papel de cada um; • Navegar pela ferramenta Mural, buscando se familiarizar com ela; • Apresentar os mentores de Ciências Comportamentais e a equipe de apoio para os grupos; • Propiciar um ambiente colaborativo e divertido.

Data	Horário	Nome do Bloco	Objetivos do Bloco
13/08/2025	9h às 12h	Bloco 2 – Primeiras Ideias	• Criar e registrar ideias de solução para o desafio, a partir de um processo de brainstorming. Para aquecer a criatividade, as equipes receberam no Mural materiais e pesquisas inspiracionais (notícias, exemplos de intervenções e ideias de outros contextos); • Refinar as ideias a partir do baralho SIMPLEMENTE, com elementos comportamentais; • Representar a jornada do usuário e onde o comportamento-alvo se localiza nela; • Priorizar as melhores ideias do grupo.
14/08/2025	9h às 12h	Bloco 3 – Desenvolvimento das Soluções	• Transformar as ideias priorizadas em uma proposta de solução; • Verificar se a solução está alinhada a fundamentos de Ciências Comportamentais a partir do uso da ferramenta EAST; • Checar o alinhamento da solução com o desafio que pretende impactar a partir da interação com especialistas dos desafios convidados para esta etapa de refinamento.

Data	Horário	Nome do Bloco	Objetivos do Bloco
15/08/20...	9h às 12h	Bloco 4 – Testes e Validações	• Testar com empreendedores (as) reais se a solução seria vista por eles como funcional e positiva para resolver o problema comportamental identificado; • Analisar o que da solução funcionou e o que não funcionou a partir das conversas com empreendedores (as); • Realizar os ajustes necessários na proposta de solução.
15/08/20...	13h30 às 18h	Bloco 5 - Finalização e <i>Pitches</i>	• Elaborar apresentação da solução para os jurados; • Definir o/a apresentador/a e ensaiar; • Escolher a proposta vencedora.

4.1- Como funcionou a Maratona?

A Maratona ocorreu em formato online, por meio da plataforma de videoconferência Zoom. No início de cada bloco todos os participantes acessavam o mesmo link, enviado antes a seus e-mails, e no momento das atividades cada grupo era direcionado a uma sala do Zoom específica.

Durante toda a Maratona havia um mestre de cerimônias da Impact Hub Floripa para recepcionar os participantes e explicar cada atividade antes da divisão em grupos no Zoom. Em cada sala havia uma pessoa da equipe de apoio, com o objetivo de ajudar aqueles com dúvidas sobre o uso do Zoom e do Mural. Os mentores de Ciências Comportamentais tinham livre acesso às salas e entravam quando necessário, assim como os integrantes da CINCO e do Sebrae, designados para essa tarefa. Membros da CINCO também contribuíram, por vezes, com comentários e explicações sobre as atividades.

A Impact Hub Floripa criou no whatsapp grupos em que os participantes poderiam se comunicar entre si e com

os mentores. O whatsapp foi um canal usado por todos os grupos durante as atividades e nos momentos assíncronos, e funcionou como ótimo canal de comunicação.



Vamos agora detalhar as atividades propostas em cada bloco da Maratona.

4.2) Bloco 1: chegada e conexão

No bloco 1 foi disponibilizado bastante tempo para as pessoas se apresentarem em seus grupos e para utilizarem o Mural, ferramenta principal para as atividades de todos os dias. Para o primeiro contato com o Mural, foi proposta uma atividade de “check in”, em que cada participante deveria preencher no link do Mural de seu grupo:

CHECK-IN DE CHEGADA

1- Crie um post-it com o seu nome



2- Em seguida, escreva um pequeno parágrafo respondendo:

Qual a sua relação com esta maratona (como você está contribuindo ou por que está participando)

Texto:

3- Depois, arraste o emoji que melhor representa como você está se sentindo hoje até o post-it com seu nome.



Feliz



Entusiasmado(a)



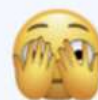
Encantado(a)



Reflexivo(a)



Assustado(a)



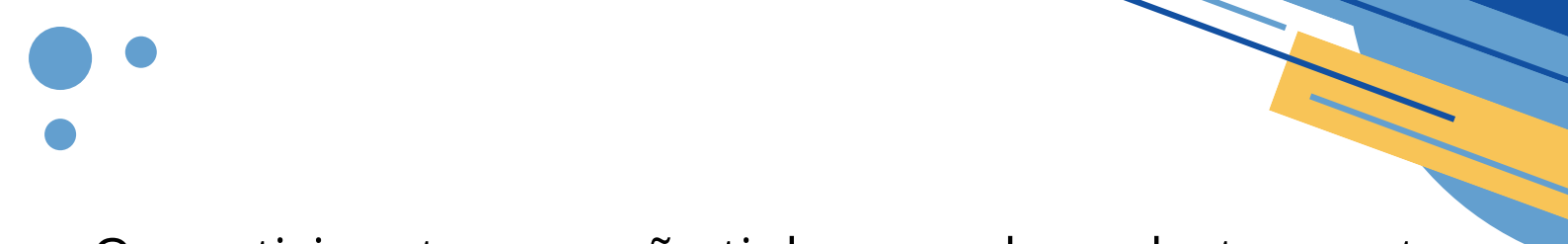
Tímido(a)

Quadro R - Atividade de check in – ferramenta Mural da Maratona

Ao conhecerem alguns recursos iniciais do Mural, o link específico a ser usado pelo grupo até o final da Maratona e um pouco sobre cada participante, o grupo foi convidado a definir qual seria o papel de cada membro durante a Maratona.

Os papéis definidos eram:

- Líder: coordena as atividades e organiza o grupo. Busca garantir a participação de todos (as) nas discussões e deliberações;
- Relator (a): registra as ideias e busca garantir que as discussões sejam espelhadas e transcritas no Mural, de maneira objetiva e resumida;
- Guardiã(o) do tempo: controla o tempo gasto pelo grupo nas atividades, alertando os participantes sobre os minutos faltantes;
- Porta voz: apresenta nas plenárias as conclusões do grupo de maneira clara e concisa.



Os participantes que não tinham nenhum destes quatro papéis específicos deveriam estar disponíveis para participarem ativamente de todas as atividades, apoiando o grupo durante todo o tempo.

O bloco 1 ocorreu durante o primeiro dia de Maratona.

Mesmo prevendo um tempo considerável para que os participantes se familiarizassem com a ferramenta Mural, muitos tiveram dificuldades para usá-la. Talvez este tenha sido um dos motivos de saída de alguns participantes da Maratona após o bloco 1. Em novos eventos semelhantes podemos propor alguma atividade prévia à Maratona que facilite o processo de familiarização com os recursos tecnológicos adotados, a fim de que estes não representem uma barreira à participação.

4.3) Bloco 2: primeiras ideias

O segundo dia da Maratona começou com uma atividade de empatia, com a finalidade de os participantes “calçarem os sapatos” de empreendedores e empreendedoras que enfrentam o desafio que era foco do grupo. A proposta era pensar em como seria o cenário desejado, caso o desafio comportamental estivesse superado.



1. Sinta na pele o comportamento



05 min para
realização da
atividade

10 min para
debate em grupo

INSTRUÇÕES

Objetivo: Explorar como o empreendedor se sentiria, agiria e pensaria após a implementação da solução, em um cenário onde as barreiras foram superadas e o comportamento desejado está presente. A ideia é imaginar o estado ideal, conectando emoções positivas, novos hábitos e percepções transformadas.

O que fazer: Preencha os blocos do mapa imaginando como seria a experiência do empreendedor se tudo estivesse funcionando da melhor forma possível. Pense em um cenário em que a solução já foi implementada, gerou impacto e superou os obstáculos identificados.

- Quais são seus pensamentos e sentimentos agora que as dificuldades foram resolvidas?
- O que observa no seu ambiente agora que a solução está funcionando?
- O que escuta de colegas, clientes, instituições, familiares?
- Que comportamentos ele passou a ter? O que costuma dizer para os outros?

O que ela pensa e sente?

O que realmente conta
Maiores preocupações
Aspirações

O que ouve?

O que as pessoas ao seu
redor dizem
Fatores de influência, mídia,
ideologias, etc.



O que vê?

Ambiente
Amigos
O que o mercado oferece

O que ela faz?

Atitude em público
Aparência
Comportamento

Quadro S - Atividade de check in – ferramenta Mural da Maratona

A proposta foi que os grupos inserissem *post its* em torno das perguntas norteadoras, representadas na figura – *O que ela pensa e sente? O que vê? O que ela faz? O que ouve?*

A segunda atividade foi de ideação livre. Para essa atividade as equipes tiveram acesso, no Mural, a um material inspiracional com notícias, exemplos de intervenções e ideias de outros contextos, disponibilizado também como referência para revisão fora da Maratona, com o objetivo de que os grupos gerassem o maior número possível de ideias de solução

para o desafio comportamental. Os participantes foram estimulados a registrar individualmente suas propostas e, posteriormente, compartilhá-las com o grupo e organizarem as ideias por similaridade.

Após o registro e o debate sobre as ideias, houve uma atividade de refinamento, para que elementos comportamentais fossem usados para classificar as ideias por temas. Para esta tarefa foi usado o baralho do SIMPLEMENTE (CAMPOS FILHO, et al. 2020).

3. Refinamento e novas ideias SIMPLEMENTE



40 min para
realização da
atividade

INSTRUÇÕES

3. Clusterização com Cartas do SimplesMENTE

Objetivo: refinar as ideias criadas anteriormente ou, criar novas ideias inspiradas nas cartas da metodologia **SIMPLEMENTE**, com base nos princípios das ciências comportamentais.

O que fazer:

Esta atividade deve ser feita com ritmo ágil: **reserve aproximadamente 3 minutos para cada carta.**

Copie e cole as ideias da atividade anterior, identificando-as com as cartas correspondentes, para que possam ser refinadas. Utilize também as cartas como fonte de inspiração para criar novas ideias alinhadas às bases das ciências comportamentais. Agrupe as ideias de acordo com a carta à qual se relacionam.

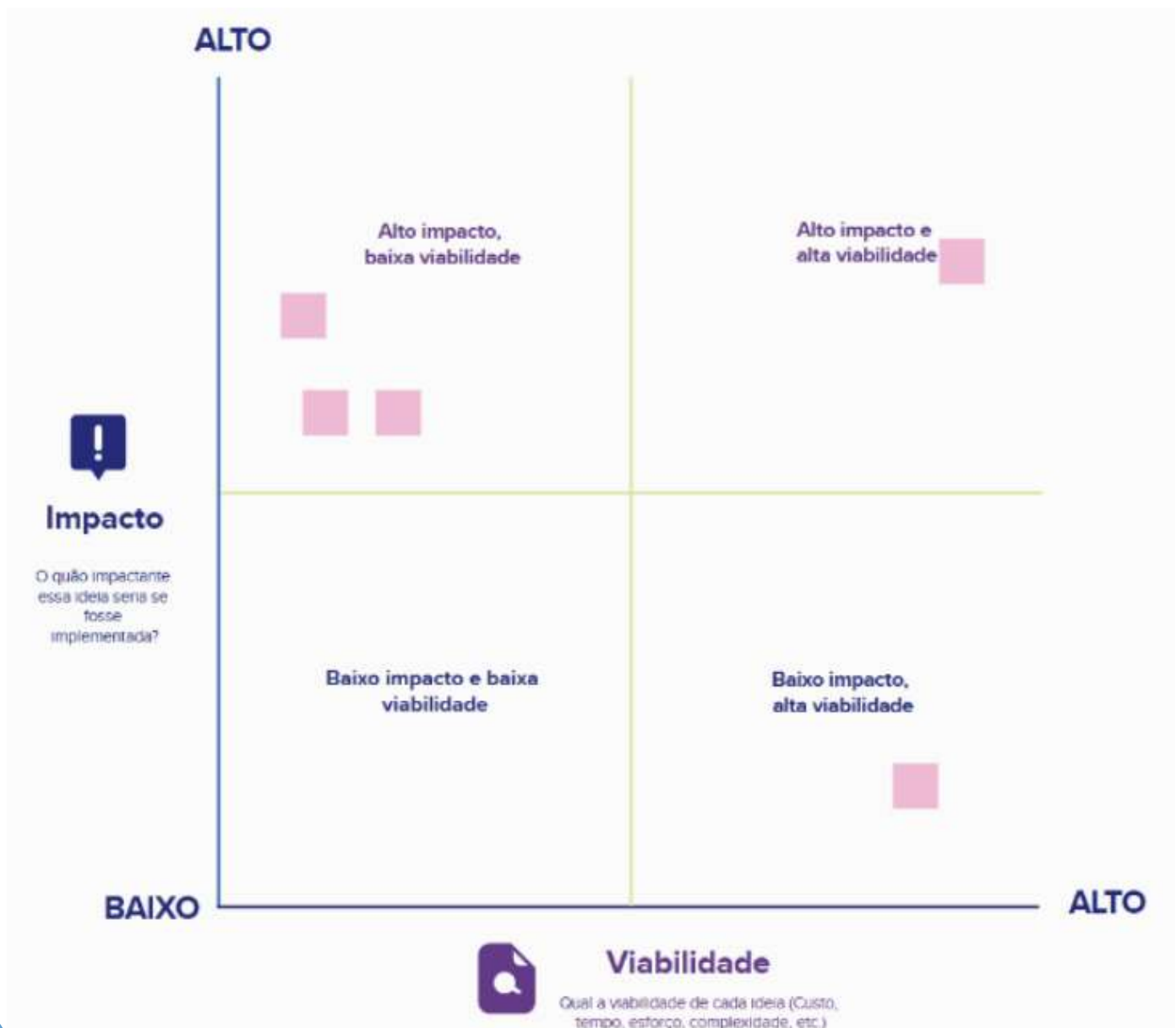
Ideias sem encaixe ficam no grupo "Outras Ideias".



Quadro T - Atividade – ferramenta Mural da Maratona

Para cada carta do baralho SIMPLEMENTE havia posts disponíveis para os participantes escreverem as ideias relacionadas a ela. Os insights comportamentais gerados antes da Maratona não tiveram o destaque necessário no Mural das equipes. Somente o problema e o comportamento-alvo estavam no material. Assim, o que foi apresentado no webinar não ficou disponível para consulta imediata no Mural, o que pode ter prejudicado um pouco o alinhamento com a fase anterior de definição dos desafios.

Após redigirem as ideias neste novo formato houve uma atividade de priorização para que o grupo conseguisse selecionar as três ideias mais promissoras, considerando dois critérios: impacto (alto/baixo) e viabilidade de implementação (alta/baixa). Para isso, utilizou-se uma matriz de priorização, orientando que as ideias prioritárias se aproximassem do quadrante de alto impacto e alta viabilidade.



QUadro U - Atividade – ferramenta Mural da Maratona



Nessa etapa também um participante assumiu o papel de “advogado(a) do diabo”, analisando a jornada do usuário para verificar se a intervenção estava posicionada no ponto adequado — ou se ignorava etapas prévias essenciais para sua efetividade. Ao final, embora até três ideias fossem mantidas como candidatas, cada grupo precisou convergir para uma solução única a ser detalhada no bloco seguinte (podendo combinar ideias, se viável; caso contrário, escolhendo apenas uma).

Após pactuar a ideia prioritária, o grupo foi então conduzido a analisar o passo a passo da jornada do (a) empreendedor (a), identificando em que momento dela o comportamento-alvo se encontrava. A jornada foi representada em formato de fluxo de ações encadeadas e sequenciais. O grupo deveria verificar em que ponto da jornada a ideia de solução impactaria mais diretamente, para refletir se as etapas anteriores, caso não resolvidas, poderiam impedir o sucesso da futura intervenção.

Em seguida a proposta era que um dos participantes do grupo fizesse o papel de “advogado do diabo”,

levantado dúvidas e questionamentos sobre a ideia de solução subsidiando-se na jornada desenhada. Neste momento a ideia era estimular a refletir sobre os possíveis pontos fracos da ideia de solução, o que seria objeto de novo refinamento no bloco seguinte da Maratona.

Esta foi a última atividade prevista para o bloco 2. É importante ressaltar que não houve tempo hábil para a execução de todas as atividades no turno dedicado ao bloco 2 e a dinâmica de “advogado do diabo” acabou não acontecendo.

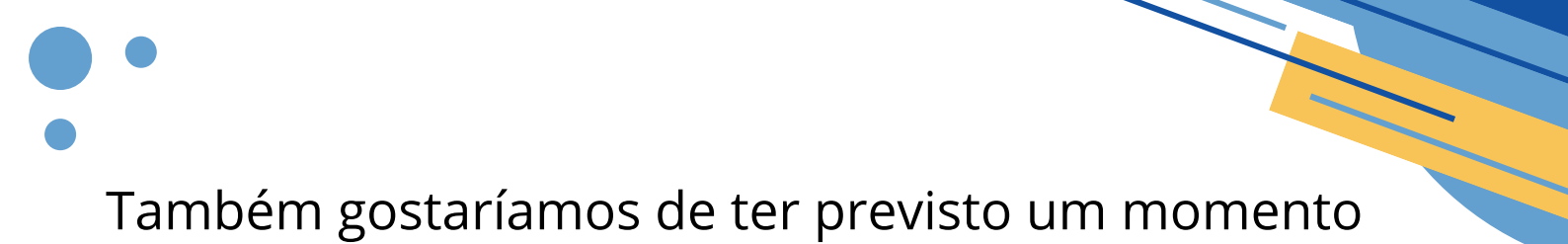


Quadro V - Parte da jornada do usuário usada na atividade, representada como fluxograma - ferramenta Mural da Maratona

4.4) Bloco 3: desenvolvimento das soluções

O bloco 3 teve início com o contato entre especialistas em empreendedorismo feminino e em compras públicas (servidores/as públicos e empreendedores/as) com os grupos, a fim de que estes especialistas pudessem repassar suas impressões sobre as propostas em elaboração e suas sugestões de mudanças. Cada grupo teve oportunidade de conversar com um especialista sobre o seu tema de trabalho. Antes dos especialistas entrarem nas salas dos grupos, a equipe gestora da Maratona (CINCO, Impact Hub Floripa e Sebrae) fez um alinhamento com eles sobre a Maratona e sobre o que esperávamos das conversas deles com os grupos.

Os especialistas em empreendedorismo e compras públicas foram convidados pela CINCO, pelo Sebrae e pela Impact Hub Floripa previamente, para contribuírem com os grupos a partir da experiência que possuem na área. Este contato foi avaliado de maneira muito positiva pelos participantes. Avaliamos que teria sido mais proveitoso se tivéssemos elaborado roteiro prévio detalhado e explicativo para esses especialistas.



Também gostaríamos de ter previsto um momento com os especialistas no início do processo de ideação, no bloco anterior, antes dos grupos terem priorizado uma ideia para seguirem em frente. Alguns especialistas tiveram que auxiliar mais de um grupo, o que achamos que não foi adequado – seria melhor um especialista dedicado para cada grupo, com mais tempo de aprofundamento.

Após a interação com os especialistas, houve o detalhamento da proposta de intervenção do grupo, com foco em organizar todas as informações necessárias para o planejamento de sua implementação. Esta atividade do bloco visava ainda evidenciar a relação entre o comportamento-alvo (desafio comportamental) e a ideia de solução, para que houvesse o encadeamento lógico entre as ações pretendidas, recursos, métricas e o comportamento que se desejava impactar. Para facilitar o preenchimento no Mural, foi disponibilizado um exemplo para consulta dos grupos.

6. CANVAS PARA INTERVENÇÃO

CANVAS PARA INTERVENÇÃO

Objetivo: Transformar a ideia em um plano prático e aplicável, com base nas ciências comportamentais.

O que fazer: Preencha cada um dos blocos abaixo com as informações da sua intervenção. Esse é o momento de estruturar sua solução de forma clara, completa e acionável.

✓ **Intervenção** (nome da ideia)

✓ **Objetivo comportamental:** o comportamento que está estimulando

✓ **Descrição da solução/ intervenção:** explique as características principais da ideia (ex: se for uma mensagem, descreva o conteúdo e o tom; se for uma mudança no ambiente ou processo, explique como funcionará)

✓ **Canal e momento:** onde e quando a intervenção será aplicada

✓ **Público-alvo:** quem será impactado e quais são suas barreiras

✓ **Passo a passo:** sequência de ações desde a aplicação até a resposta esperada

✓ **Recursos necessários:** pessoas, tempo, ferramentas, materiais

✓ **Métricas de sucesso:** como saberemos se funcionou?

Quadro W - Atividade – ferramenta Mural da Maratona

Após preencher os itens sobre a intervenção, a ideia de solução foi analisada por meio de um check list (lista de itens) da ferramenta EAST. O EAST, que significa easy (fácil/simples), attractive (atrativa/o), social (social) e timely (oportuna/o), propõe que as ideias sejam analisadas por meio destes critérios antes de seguirmos para as etapas seguintes de implementação (THE BEHAVIOURAL INSIGHTS TEAM, 2014).

Para cada um dos critérios do EAST o grupo deveria identificar pontos fortes da ideia de solução e o que deveria ser melhorado. Havia dicas e perguntas orientadoras para que o grupo conseguisse preencher os aspectos positivos e negativos de sua intervenção.

EASY (Simples):

- Usa linguagem clara e direta.
- Tem poucos passos ou exigências.
- Já vem preenchido ou com sugestão de padrão (default).
- Reduz burocracias, cliques ou formulários.

Perguntas para guiar:

- É Fácil de entender?
- Reduz etapas?
- Usa linguagem clara?

ATTRACTIVE (Atrativa):

- Oferece incentivos.
- Utiliza design visual atraente, cores chamativas ou gamificação.
- Usa lembretes, compromissos, ou elementos de engajamento.
- Deixa claro o que a pessoa ganha com isso

Perguntas para guiar:

- Chama a atenção?
- Gera benefício?
- Tem design atrativo?

SOCIAL

- Mostra que outras pessoas iguais já fazem isso.
- Usa histórias reais ou depoimentos.
- Cria senso de pertencimento, reciprocidade, comunidade ou rede.

Perguntas para guiar:

- Mostra que outros fazem?
- Usa prova social?
- Cria senso de pertencimento?

TIMELY(Oportuna)

- Ocorre num momento relevante (antes de uma decisão importante, por exemplo).
- Dá feedback imediato (benefício/custo) sobre o comportamento.
- Ajuda a se preparar com antecedência para algo futuro.

Perguntas para guiar:

- Acontece no momento certo?
- Tem lembretes?
- Evita atrasos na decisão?



O EAST funciona como uma matriz de análise da ideia, a fim de torná-la mais viável e com mais chances de ter o impacto desejado. Embora estivesse prevista uma breve apresentação introdutória da ferramenta EAST — para apoiar a apropriação pelos participantes antes do preenchimento —, devido ao tempo reduzido essa apresentação não foi realizada e a atividade seguiu diretamente para a etapa seguinte. Após o preenchimento, haveria um tempo previsto para propor os ajustes necessários no item 1 do bloco, que continha o detalhamento da intervenção. Não houve tempo para a execução completa dessa atividade de refinamento com o EAST; assim, os mentores de Ciências Comportamentais recorreram à ferramenta durante o período de orientação das equipes, sem que os participantes pudessem se apropriar dela plenamente. Como ponto de melhoria, recomenda-se incluir a apresentação curta do EAST que estava preparada, de modo a qualificar o uso da matriz e apoiar o refinamento das ideias.

A proposta do grupo ajustada após os elementos do EAST foi submetida a uma prova de conceito com empreendedores/as reais. Pessoas que possivelmente

enfrentavam os desafios objeto do trabalho dos grupos na Maratona foram identificadas previamente pela Impact Hub Floripa, que acordou com elas que durante este bloco da Maratona os grupos entrariam em contato para apresentar as ideias de intervenção e ouvir as suas opiniões e sugestões sobre as propostas.

Prova Conceito

INSTRUÇÕES

Objetivo:

Realizar uma validação rápida da ideia com pessoas reais. Esta etapa serve para simular a aplicação da solução ou fazer perguntas abertas que ajudem a entender se a proposta faz sentido na prática ou validar a suas hipóteses. O foco é coletar percepções úteis para aprimorar a solução.

O que fazer:

1. Utilize os contatos de usuários reais que serão disponibilizados para seu grupo.
2. Entre em contato com essas pessoas (por WhatsApp, ligação ou vídeo)
3. Simule como a solução funcionaria — pode ser com um esboço, roteiro, explicação simples.

• Faça perguntas abertas, como:

- Isso faria sentido para você no seu dia a dia?
- O que te motivaria a usar isso?
- Alguma parte pareceu confusa ou pouco útil?
- O que você mudaria?

Importante: Foque em ouvir e entender. Não tente defender a ideia — apenas investigue como ela é percebida.

Exemplo (Doação de sangue):

Versão 1. Com simulação pronta:

O grupo quer incentivar mais pessoas a doarem sangue por meio de um compromisso entre amigos com envio de lembretes.

Durante a prova de conceito, o grupo mostra uma simulação da mensagem que seria enviada:

"Você e seus amigos topam esse pacto de doação? Escolham uma data e recebam um lembrete personalizado para doar juntos."

Depois, pergunta para os usuários:

- Você se sentiria motivado a doar com esse tipo de mensagem?
- O que chamou mais sua atenção?
- Alguma parte te incomodou ou pareceu exagerada?
- Você se sentiria confortável convidando seus amigos assim?
- O que facilitaria esse processo para você?

Versão 2. Validação de hipótese (sem simulação):

O grupo ainda está explorando qual abordagem funcionaria melhor para incentivar doações e quer validar hipóteses como:

"As pessoas doariam mais se fossem lembradas por amigos"

"Se a empresa oferecesse um dia fixo para doação de sangue, sem necessidade de pedir autorização, mais pessoas se engajariam."

Depois pergunta, para os usuários:

- O que te impede de doar sangue com mais frequência?
- Você se sentiria mais motivado se alguém próximo te lembrasse ou fosse junto?
- E se a empresa tivesse um dia fixo para doação, em que você pudesse se ausentar sem precisar pedir permissão, isso ajudaria?
- Você já doou sangue? Como foi essa experiência?
- Que tipo de lembrete ou incentivo funcionaria melhor no seu caso?

Quadro Y - Atividade – ferramenta Mural da Maratona

A prova de conceito não tinha um formato fechado porque teria que ser adaptada a cada tipo de solução proposta - não era possível prever antes que perguntas seriam feitas nas conversas com empreendedores/as. Entretanto, havia no Mural um exemplo de prova de conceito que orientava a condução pelo grupo. Além disso, é importante lembrar que a participação dos mentores de Ciências Comportamentais foi essencial



para esclarecer dúvidas e orientar os grupos sobre a melhor abordagem possível.

Não foi possível fazer o roteiro de entrevista no dia do bloco 3. Esta atividade foi desenvolvida apenas no início do bloco 4. Quando os participantes começaram a fazer os contatos com empreendedores (as), muitos (as) não quiseram prosseguir com as chamadas porque alegaram não terem compreendido que seriam acionados ou a razão exata das ligações. Assim, houve dificuldade de falar com algumas pessoas e percebemos que o alinhamento prévio não funcionou bem. O “custo” de acesso a esses empreendedores e empreendedoras deveria ser apenas da organização do evento e não de cada equipe. Cada uma dessas pessoas poderia ficar em uma sala do Zoom, criada com antecedência, e a cada 20 minutos, por exemplo, uma equipe seria autorizada pela organização a acessar a sala e fazer a entrevista. Este e outros ajustes tornariam o processo mais fácil e dinâmico para os participantes, que usariam mais tempo para prepararem e realizarem entrevistas.

4.5- Bloco 4: testes e validações

O bloco 4 teve como objetivos principais incorporar os aprendizados da prova de conceito com empreendedores(as) reais — registrando o que foi validado, invalidado ou demandava ajustes —, refletir sobre as percepções dos usuários e atualizar integralmente o Canvas da Intervenção com base nesses insights (copiando e refinando o conteúdo anterior na estrutura lógica da solução).



9. Compartilhamento dos Resultados e Observações (prova de conceito;)



20 min para
realização da
atividade

INSTRUÇÕES

Objetivo: Registrar e organizar os aprendizados obtidos nos testes com usuários reais, para identificar o que funcionou, o que precisa ser ajustado e como a solução pode evoluir.

O que fazer:

✓ Em equipe, discutam os resultados dos testes e preencham este quadro com post-its organizando as observações em três áreas:

1.  **O que foi validado** (o que funcionou bem) (Pontos positivos e reações favoráveis)
2.  **O que foi invalidado** (o que não deu certo ou gerou dúvida) (Erros, confusões ou barreiras percebidas)
3.  **O que pode ser melhorado** (oportunidades de melhoria) (Ideias de ajustes ou novas abordagens)

Quadro Z - Atividade – ferramenta Mural da Maratona

Em seguida, previa-se a realização de um Teste de Resistência (pré-morte), com cenários fictícios desafiadores, porém plausíveis, para antecipar imprevistos, situações extremas e possíveis falhas, prospectando

impactos na implantação e fortalecendo a robustez da proposta. Contudo, não houve tempo para executar essa etapa de registro/reflexão e o teste de resistência, e os grupos consumiram o tempo planejado na própria prova de conceito e nos ajustes pós-entrevistas.

11. Teste de Resistência



15 min para
realização da
atividade

INSTRUÇÕES

Objetivo: Avaliar se a solução continua funcionando mesmo em situações difíceis ou inesperadas.

É o momento de imaginar:

"Se isso acontecesse..., o que teria que ser adaptado?
Nossa solução daria conta?"

Objetivo: Testar a solução em cenários críticos para garantir resiliência.

Preencha para cada cenário:

1. Cenário extremo:
2. Impacto na solução:
3. Ajustes necessários:

Sugestão do cenário:

- Restrição de recursos (menos verba /equipe)
- Baixa adesão do público
- Mudança no contexto ou regras



Quadro z1 - Atividade – ferramenta Mural da Maratona

4.6- Bloco 5: finalização e pitches

Neste momento da Maratona os grupos já estavam com suas propostas testadas e ajustadas. Todos eles receberam um link com um modelo de apresentação com os tópicos a serem preenchidos sobre suas soluções. Neste bloco os grupos deveriam preparar os slides e definir quem do grupo faria a apresentação para os jurados. O orador do grupo também pôde treinar a apresentação para que conseguisse abordar nos 10 minutos previstos todo o conteúdo necessário.

Os itens sugeridos para apresentação foram:

- Impacto do desafio (contextualização do problema enfrentado);
- Relação Comportamental (como a solução proposta impactava no comportamento-alvo);
- Hipóteses que embasaram a solução (o que se esperava que aconteceria a partir da implantação da solução);
- Análise de viabilidade para implementar a intervenção.

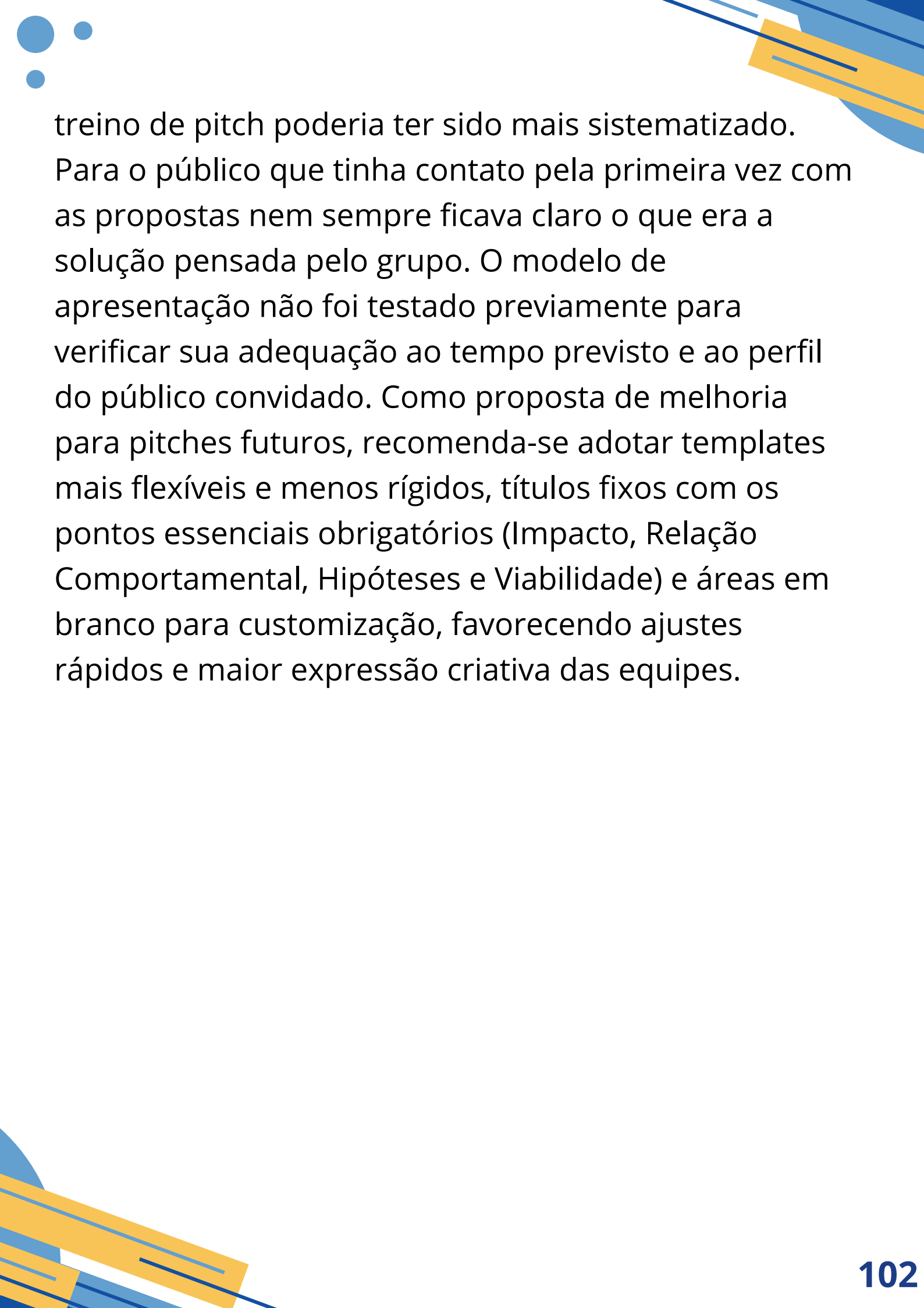
O último bloco da Maratona teve um formato híbrido: os grupos participantes, os mentores especialistas e

parte da equipe de apoio estavam online, como nos demais blocos. Parte da equipe de apoio, o moderador/apresentador, os jurados e alguns convidados do Sebrae Nacional e do MGI estavam participando presencialmente na sede do Sebrae em Brasília/DF.



Quadro Z2 - Equipe gestora da Maratona no evento presencial

O tempo de apresentação de cada equipe poderia ser maior, para melhor detalhamento das soluções. Isso faria sentido se as atividades do último dia da Maratona fossem redistribuídas em dois dias. Alternativamente, o



treino de pitch poderia ter sido mais sistematizado. Para o público que tinha contato pela primeira vez com as propostas nem sempre ficava claro o que era a solução pensada pelo grupo. O modelo de apresentação não foi testado previamente para verificar sua adequação ao tempo previsto e ao perfil do público convidado. Como proposta de melhoria para pitches futuros, recomenda-se adotar templates mais flexíveis e menos rígidos, títulos fixos com os pontos essenciais obrigatórios (Impacto, Relação Comportamental, Hipóteses e Viabilidade) e áreas em branco para customização, favorecendo ajustes rápidos e maior expressão criativa das equipes.

4.7- Resultados dos grupos e premiação

Após as apresentações dos grupos, os jurados e juradas tiveram um tempo para conversarem em uma sala reservada sobre as propostas e para votarem nas 3 melhores. Conforme previsto no Guia da Participação da Maratona, os critérios para avaliação das soluções pelos jurados eram:



Critérios de Avaliação

Critério	O que será avaliado
Impacto no desafio	Sua ideia responde bem ao problema proposto?
Relação comportamental	É clara a conexão com o comportamento-alvo?
Hipóteses científicas	Descreve como pode aumentar as chances de mudança?
Viabilidade	Pode ser feita com recursos disponíveis?
Testabilidade	Prevê estratégias e métricas de avaliação?
Inovação	Possui elementos inovadores?
Eficiência	Usa poucos recursos para máximo impacto?
Relevância estratégica	É importante para os atores envolvidos?
Fundamentação científica	Baseia-se em conceitos comportamentais?
Foco no público	Considera características e contexto do público?

Quadro Z3 - Imagem do Guia de Participação da Maratona

Como um dos aprendizados principais deste momento de júri destacamos a necessidade de reduzir a quantidade de critérios de avaliação, para tornar o processo de avaliação mais simples e objetivo.

A simplificação da avaliação pelo júri aliada à melhoria da preparação dos participantes para o pitch tornaria o bloco final da Maratona mais fácil de ser acompanhado pelo público.

Além de convidados para a cerimônia presencial em Brasília, também houve envio de convite para a versão on-line.



Quadro Z4 - Convite de divulgação do evento enviado pelo whatsapp

Gestores e gestoras públicos, que atuam com empreendedorismo feminino e compras públicas, pesquisadores de inovação e Ciências Comportamentais, empreendedores (as), entre outros,

foram convidados para acompanharem por videochamada o evento a partir do momento das apresentações das soluções (bloco 5).



Quadro Z 5 - Convidados presenciais e tela com os participantes online

Os 8 grupos que seguiram até o final da Maratona fizeram suas apresentações, com controle de tempo pelo apresentador, e após um período reservado aos jurados eles puderam deliberar e anunciar o resultado final. Os três grupos que alcançaram os 1º, 2º e 3º

lugares receberam a premiação, composta por cursos em plataformas online e vales (vouchers) para aquisição de livros. Os membros dos grupos idealizadores destas soluções receberam premiação alguns dias após o término do evento.





5. Principais aprendizados: um resumo

Entre os principais aprendizados da 1ª Maratona de Ciências Comportamentais em Políticas Públicas para o Empreendedorismo, destaca-se o alto potencial de mobilização e inovação aplicada do modelo adotado, evidenciado pelo engajamento de 181 inscritos e 100 participantes selecionados para enfrentar dois desafios estratégicos relacionados a compras públicas e ao empreendedorismo feminino em territórios vulneráveis.

O planejamento foi fortalecido por materiais claros, mentoria especializada e um webinar preparatório que forneceu base conceitual e evidências relevantes para o desenvolvimento das propostas. A estrutura metodológica baseada em Ciências Comportamentais e





o uso de ferramentas colaborativas permitiram que as equipes chegassem a soluções comportamentais viáveis e alinhadas às políticas públicas existentes.

Ao longo dos quatro dias de Maratona, as equipes participaram de um processo metodológico estruturado, envolvendo ideação, priorização, refinamento, testes com público-alvo e apresentação de soluções a uma banca de jurados. A participação de mentores de Ciências Comportamentais e especialistas nos desafios foi decisiva para a qualificação das propostas, assegurando aderência às políticas públicas existentes e aos princípios da abordagem comportamental. Como resultado, foram geradas soluções com potencial de testagem e escalabilidade, alinhadas às necessidades dos públicos-alvo e às diretrizes do projeto.

Do ponto de vista da execução, o evento também produziu aprendizados relevantes para a melhoria de futuras edições. Dentre eles, destacam-se a necessidade de maior antecedência na seleção e confirmação dos participantes, de mecanismos mais robustos de comunicação prévia, de preparação técnica





para o uso das ferramentas digitais (incorporar estratégias para mitigar desigualdades de acesso tecnológico) e de maior estruturação das etapas de validação com empreendedores e de avaliação por jurados. Esses ajustes são fundamentais para reduzir a evasão, aumentar a efetividade das atividades e assegurar que os recursos investidos resultem em processos de inovação ainda mais consistentes e inclusivos.

6. Considerações finais

A realização do evento da Maratona, considerando todas as etapas prévias de planejamento e a execução das atividades, já foi por si só uma grande entrega do projeto desenvolvido em parceria pelo Sebrae, pela CINCO e pela empresa contratada pelo Sebrae, a Impact Hub Floripa.

Entretanto, para além do evento, o projeto teve outros objetivos relevantes. Um deles é que as soluções propostas pelos participantes da Maratona pudessem ser testadas e apresentadas a gestores (as) de políticas públicas, a fim de que estes (as) as analisem e decidam sobre sua incorporação total ou parcial em ações existentes voltadas a empreendedores e empreendedoras.

Mesmo se os testes indicarem que as soluções não impactam de maneira significativa o comportamento-alvo, a apresentação dos resultados mensurados aos gesto-



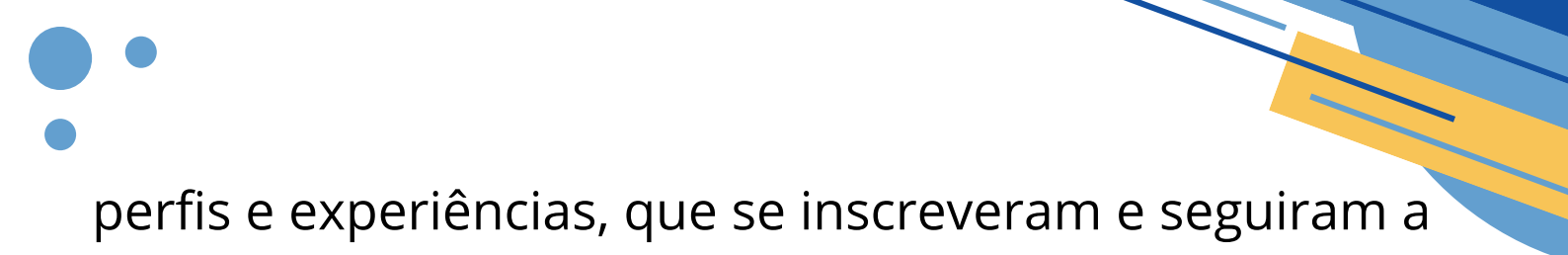
res e gestoras será essencial para que tenham informações sobre quais estratégias poderiam evitar futuramente.

A etapa de teste das soluções está em andamento no momento de elaboração deste relatório e, nos próximos meses, terão seus resultados disseminados.

Além de compartilhar com a Administração Pública os resultados das soluções testadas, a Maratona cumpriu uma função de dar abertura para que os cidadãos e cidadãs participantes pudessem se debruçar sobre desafios que impactam políticas públicas. Assim, a Maratona também foi uma estratégia de participação social na proposição de possibilidades de intervenção em problemas enfrentados por empreendedores e empreendedoras no país.

Acreditamos que a experiência da Maratona é inovadora ainda em seu arranjo de governança, pois possibilitou um trabalho conjunto entre o MGI, do governo federal, o Sebrae, do sistema S (serviços sociais autônomos), a Impact Hub Floripa, da iniciativa privada, e pessoas de todo o país, com diferentes





perfis e experiências, que se inscreveram e seguiram a Maratona até o final.



AGRADECIMENTOS

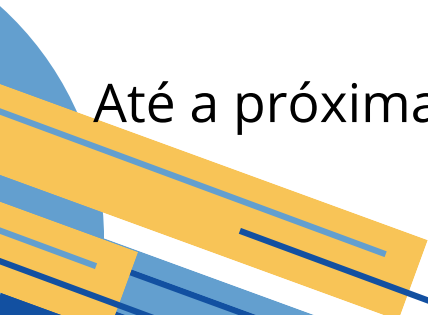
Deixamos aqui nossos agradecimentos especiais ao Sebrae , por meio da Unidade de Políticas Públicas do Sebrae Nacional, que viabilizou o projeto e financiou todas as atividades.

Agradecemos à dedicada equipe da Impact Hub Floripa que foi a principal executora das ações previstas.

Agradecemos aos colegas servidores e servidoras públicos que nos apoiaram durante momentos específicos, como a equipe do Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, a equipe do programa Contrata Mais do MGI e equipes de outras áreas do governo federal.

Por fim, nosso grande abraço às pessoas que se inscreveram na Maratona e confiaram em nosso trabalho. A participação e o engajamento de vocês foram essenciais para a realização do que foi proposto.

Até a próxima!



REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos. Guia Metodológico: CINCO. Brasília, DF: MGI, 2025. Disponível em: <<https://www.gov.br/gestao/pt-br/assuntos/gestaoeinovacao/inovacao-governamental-carreiras-transversais/inovacao-governamental/cinco/cincopedia/guia-metodologico>>

CAMPOS FILHO, Antonio Claret; SIGORA, João; BONDUKI, Manuel. Ciências comportamentais e políticas públicas: o uso do SIMPLES MENTE em projetos de inovação. Brasília: Enap, 2020. Disponível em: < <https://repositorio.enap.gov.br/handle/1/5219> >

IMPACT HUB. Registro e manualização do processo das oficinas de definição do problema comportamental. 2025. Disponível em: < <https://docs.google.com/document/d/1KSmduGIEGgZJ9S77jGSUCD83nZhyHkNw/edit#heading=h.p0kyndvn7n2o> >

SEBRAE. Ciências Comportamentais aplicadas aos Pequenos Negócios. 2025. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Arquivos/Ci%C3%Aancias%20Comportamentais%20Aplicadas%20aos%20Pequenos%20Neg%C3%B3cios.pdf>>

SEBRAE. Guia de Participação. 1ª Maratona de Ciências Comportamentais em Políticas Públicas para o Empreendedorismo. 2025. Disponível em: < <https://content.app-us1.com/46p0m/2025/07/11/c23969ec-6e74-4dd1-a16c-7eaed3161b27.pdf> >



BSEBRAE. Maratona de Ciências Comportamentais: políticas públicas para empreendedorismo. Página de inscrições (landing page). 2025. Disponível em: <https://impacthubflnsp.ac-page.com/maratonacienciascomportamentaissebraeimpacthub>.

SEBRAE. Mural da Maratona de Ciências Comportamentais. Modelo. 2025. Disponível em:
<<https://app.mural.co/t/ecossistemasmaratona3205/m/ecossistemasmaratona3205/1752519769006/4f997d7231f269b2aa418c991eed306852e7922b>>

THE BEHAVIOURAL INSIGHTS TEAM. EAST. Four simple ways to apply behavioural insights. 2014. Disponível em:
< <https://www.bi.team/wp-content/uploads/2014/04/BITEAST-handbook.pdf>>