

TRILOGIA DO SERVIDOR

# A SAGA DO EMPREENDEDOR PÚBLICO

elogroup



CLARA SAUER DE SOUZA

NECI MARIA GOMES CHAVES

VALÉRIO PEREIRA

ANA LUIZA LOBO LEÃO OSORIO

BRUNA REZENDE DE OLIVEIRA

ANA TEREZA MONTEIRO FELICIO DA SILVA

ANA LUIZA LOBO LEÃO OSORIO

ANA TEREZA MONTEIRO FELICIO DA SILVA

ANA TEREZA MONTEIRO FELICIO DA SILVA

ANA TEREZA MONTEIRO FELICIO DA SILVA

ANA TEREZA MONTEIRO FELICIO DA SILVA



ANTES DE MAIS NADA...

**BOM DIA**





elogroup ▶

ELOGROUP

**NOSSO PROPÓSITO PRINCIPAL  
É TRANSFORMAR O BRASIL**



A low-angle, upward-looking shot of a modern glass skyscraper. The building's facade is a grid of dark window frames, and the interior lights are glowing with a warm, golden-orange light, suggesting sunset or sunrise. The sky is a pale, clear blue. In the center of the image, a large, semi-transparent grey circle is superimposed over the building's grid. Inside this circle, the text "GOV.LAB" is written in a bold, white, sans-serif font.

**GOV.LAB**



# OLIMPÍADAS 2016

## ANTES

**UOL Notícias** (Mai/2016)

“A 80 dias da abertura, Rio 2016 ainda não empolga”

**Extra** (Jul/2016)

“Jornal americano denota a “Rio 2016: Olimpíada da sujeira – O Brasil não está conseguindo cumprir as promessas feitas para realizar os Jogos Olímpicos”

**Zero Hora** (Jul/2016)

”Porque a Rio 2016 é um equívoco – Pesquisas recentes mostram que 5 em cada 10 brasileiros não estão nem um pouco empolgados com a Olimpíada, vista como um terreno fértil para a corrupção e como um evento que trará mais prejuízos do que benefícios”

## DEPOIS

**iG São Paulo** (Set/2016)

“Do pessimismo ao orgulho, Jogos Olímpicos mudam a opinião do brasileiro”

**Agência Brasil** (Ago/2016)

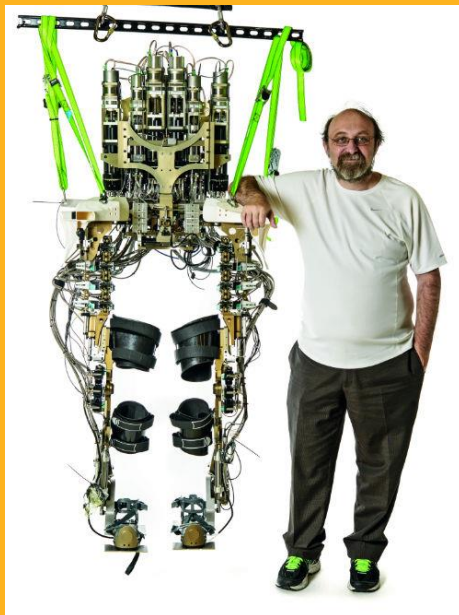
“Imprensa norte-americana destaca sucesso dos Jogos Olímpicos”

**Folha Online** (Set/2016)

”Sucesso da Olimpíada indica que Brasil pode ter pretensões de protagonismo”



# PESSOAS INCRÍVEIS



# RECURSOS INCRÍVEIS





# COMO VOCÊ **IMAGINA** O BRASIL EM **2030?**

TERRA DA  
CORRUPÇÃO

IGUAL AO QUE  
É HOJE !

UMA POTÊNCIA  
ECONÔMICA MUNDIAL E  
UMA GRANDE REFERÊNCIA EM  
DESENVOLVIMENTO SOCIAL



# QUAL O **POTENCIAL** PARA O BRASIL EM **2030?**

TERRA DA  
CORRUPÇÃO

IGUAL AO QUE  
É HOJE !

UMA POTÊNCIA  
ECONÔMICA MUNDIAL E  
UMA GRANDE REFERÊNCIA EM  
DESENVOLVIMENTO SOCIAL





# JOSEPH CAMPBELL

## O HERÓI DE MIL FACES (1949)



# STAR WARS

## The Hero's Journey

ACT 3

In the final battle, Luke hears Obi-Wan's voice and uses the Force to make an impossible shot that destroys the Death Star.

Obi-Wan sacrifices himself to help the team escape. The Death Star follows them to the Rebels, determined to destroy their base. Luke joins the Rebel's attack on the Death Star.

In the trash compactor, Luke is pulled underwater by a creature but is rescued by his friends. They begin to work together as a team to escape the Death Star.

On the Death Star, they dress as Stormtroopers, discover the princess, and attempt to rescue her. They are discovered and tested as they engage with enemy troops.

ACT 2B

gray text = inner journey

green text = outer journey (character transformation)

The power of the Evil Empire is destroyed. The team members are honored as heroes and peace is restored to the galaxy.

The Evil Empire oppresses the galaxy. Luke dreams of joining the academy but feels he is going nowhere on his uncle's desolate farm.

ACT 1

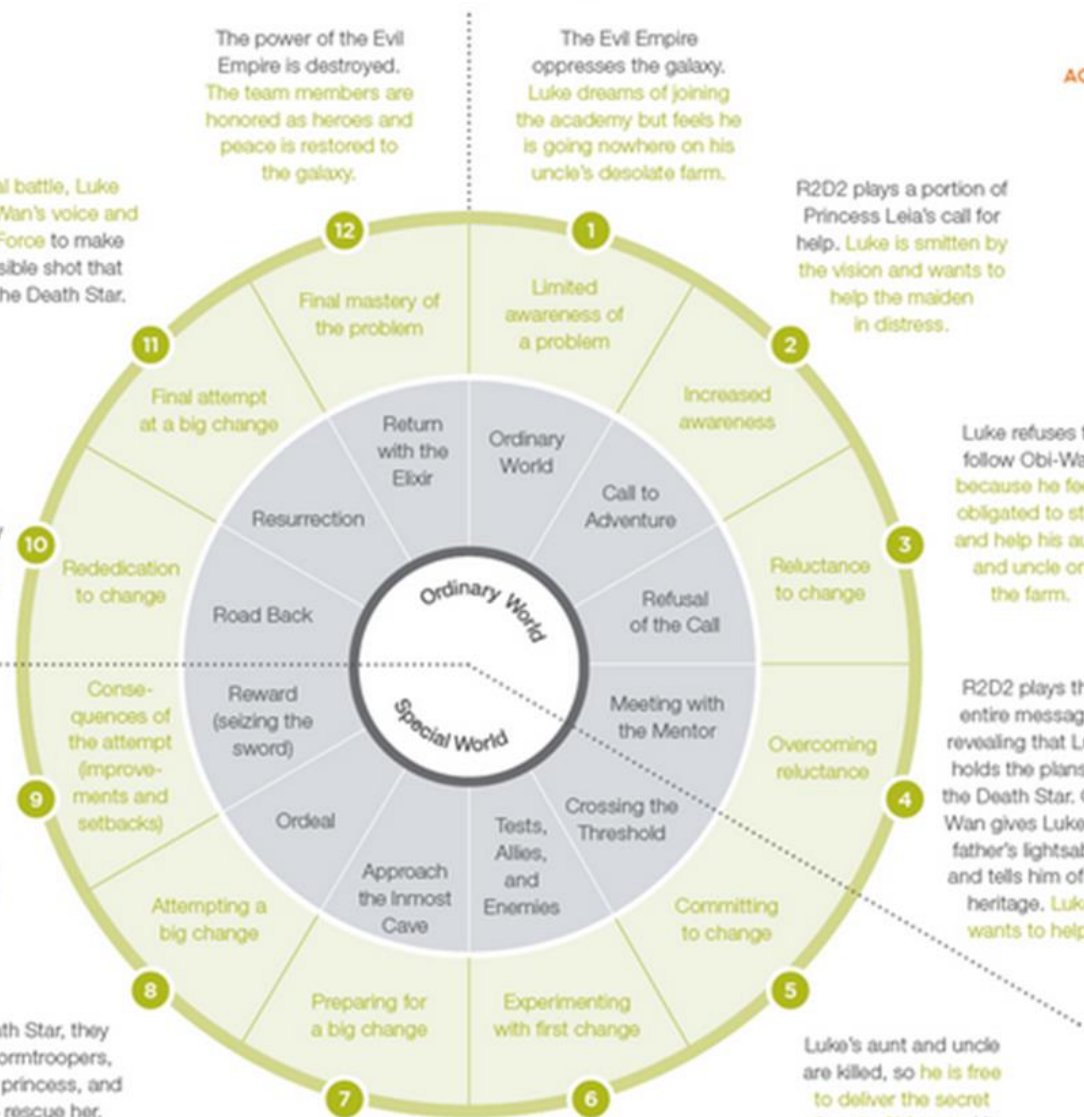
R2D2 plays a portion of Princess Leia's call for help. Luke is smitten by the vision and wants to help the maiden in distress.

Luke refuses to follow Obi-Wan because he feels obligated to stay and help his aunt and uncle on the farm.

R2D2 plays the entire message, revealing that Luke holds the plans of the Death Star. Obi-Wan gives Luke his father's lightsaber and tells him of his heritage. Luke wants to help.

Luke's aunt and uncle are killed, so he is free to deliver the secret plans to Alderaan. He and Obi-Wan travel to Mos Eisley to hire a ship for their journey.

ACT 2A



gray text = inner journey

green text = outer journey (character transformation)





JÁ OUVIU FALAR DA JORNADA DOS  
**EMPREENDEDORES PÚBLICOS?**

# ATO 3

QUAL É O MEU POTENCIAL COMO EMPREENDEDOR PÚBLICO?

O BRASIL NÃO ESTÁ BEM E EU SERVIDOR PÚBLICO NÃO ESTOU FELIZ

# ATO 1

# A SAGA DO EMPREENDEDOR PÚBLICO

QUAL É O MEU LEGADO PARA O BRASIL?

EXISTE UM GRANDE POTENCIAL NÃO EXPLORADO DENTRO DE MIM?

O QUE APRENDI COM ESSA EXPERIÊNCIA?

O QUE ME LIMITA É A BUROCRACIA OU AS MINHAS CRENÇAS?

COMO HACKEAR A BUROCRACIA E IMPLANTAR AS SOLUÇÕES?

COMO EU POSSO ME PREPARAR PARA EMPREENDER TAMBÉM?

COMO POTENCIALIZAR O TIME PARA GERAR SOLUÇÕES CRIATIVAS E IMPACTANTES?

QUAL A ALAVANCA CENTRAL QUE IMPACTA O SISTEMA E SEUS USUÁRIOS?

COMO MUDAR O COMPORTAMENTO DE SERVIDORES, LÍDERES E SOCIEDADE?

QUAL DESAFIO DO BRASIL EU QUERO E POSSO AJUDAR A RESOLVER?

# ATO 2





# A TRILOGIA

EPISÓDIO 1

CHAMADO À  
AVENTURA

EPISÓDIO 2

O MUNDO  
ESPECIAL

EPISÓDIO 3

RETORNO AO  
TRABALHO DO  
DIA A DIA

# A TRILOGIA

EPISÓDIO 1

**CHAMADO À  
AVENTURA**

EPISÓDIO 2

**O MUNDO  
ESPECIAL**

EPISÓDIO 3

**RETORNO AO  
TRABALHO DO  
DIA A DIA**





EPISÓDIO 1

# CHAMADO À AVENTURA



CAPÍTULO 1

# O MUNDO ORDINÁRIO

EPISÓDIO 1

# CHAMADO À AVENTURA



Publicado em 01/06/2015

## Pelo 5º ano seguido, Brasil arrecada muito, mas não dá retorno

Uruguai e Argentina oferecem melhores serviços públicos em relação ao que o contribuinte paga de tributos

Fonte: IBPT

Entre os 30 países que possuem as maiores carga tributárias do planeta, o Brasil é o que proporciona o pior retorno arrecadados nas esferas federal, estadual e municipal. A constatação, pelo quinto ano consecutivo, está no estudo 'Cálculo do Índice de Retorno de Bem Estar à Sociedade - IRBES', criado pelo Instituto Brasileiro de Planejamento e Triconsideração a carga tributária em relação ao PIB, ou seja, toda a riqueza produzida no País, e o Índice de Desenvolmede a qualidade de vida da população, de 2013.

"Mesmo com os sucessivos recordes de arrecadação tributária, - marca que, em 2015, já chegou aos R\$ 800 bilhões de oferecendo péssimo retorno aos contribuintes, no que se refere à qualidade do ensino, atendimento de saúde públ básico, entre outros serviços. E o pior, fica atrás de outros países da América do Sul, como Uruguai e Argentina, que 11ª e 19ª colocações no ranking", alerta o presidente - executivo do IBPT, João Eloi Olenike.

Líder do ranking, a Austrália é o país que proporcionou melhor qualidade de vida à população; seguida da Coreia do Sul

O estudo aponta que, apesar de terem carga tributária muito próxima à do Brasil - que em 2013 foi de 35,04% do PIB- , ; (36,70%) e Noruega (40,80%) estão muito à frente no que se refere a aplicação dos recursos em benefício da populaçã posições, respectivamente.

DESCRIMINAÇÃO	IRBES - ÍNDICE DE RETORNO AO BEM ESTAR DA SOCIEDADE				
	RANKING	ANO 2013	ANO 2013	ÍNDICE OBTIDO	RESULTADO
30 PAÍSES DE MAIOR TRIBUTAÇÃO	C.T SOBRE O PIB	IDH	IRBES	RANKING	RANK. ANTEIOR
AUSTRÁLIA	27,30%	0,933	162,91	1º	2º
CORÉIA DO SUL	24,30%	0,891	162,79	2º	3º
ESTADOS UNIDOS	26,40%	0,914	162,33	3º	1º
SUIÇA	27,10%	0,917	161,78	4º	5º
IRLANDA	28,30%	0,899	158,87	5º	4º
JAPÃO	29,50%	0,89	156,73	6º	6º
CANADÁ	30,60%	0,902	156,48	7º	7º
NOVA ZELÂNDIA	32,10%	0,910	155,44	8º	8º
ISRAEL	30,50%	0,888	155,41	9º	10º
REINO UNIDO	32,90%	0,892	152,99	10º	17º
URUGUAI	26,30%	0,79	151,91	11º	13º
ESLOVÁQUIA	29,60%	0,830	151,51	12º	11º
ESPANHA	32,60%	0,869	151,38	13º	12º
ISLÂNDIA	35,50%	0,895	150,25	14º	15º
ALEMANHA	36,70%	0,911	150,23	15º	14º
GRÉCIA	33,50%	0,853	148,98	16º	16º
REPÚBLICA THECA	34,10%	0,861	148,97	17º	18º
NORUEGA	40,80%	0,944	148,32	18º	20º
ARGENTINA	31,20%	0,808	147,80	19º	24º
ESLOVÊNIA	36,80%	0,874	146,97	20º	19º
LUXEMBURGO	39,30%	0,881	144,69	21º	21º
SUÉCIA	42,80%	0,898	141,15	22º	24º
ÁUSTRIA	42,50%	0,881	141,01	23º	22º
FRANÇA	43,00%	0,884	140,69	24º	29º
BÉLGICA	43,20%	0,881	140,21	25º	8º
ITÁLIA	42,60%	0,872	140,13	26º	27º
HUNGRIA	38,90%	0,818	139,80	27º	25º
DINAMARCA	45,20%	0,900	139,52	28º	28º
FINLÂNDIA	44,00%	0,879	139,12	29º	26º
BRASIL	35,04%	0,744	137,94	30º	30º

CARGA TRIBUTÁRIA 2013 - FONTE OCDE  
IDH 2013 FONTE PNUD - ONU

# OUTROS EXEMPLOS...

	Situação	Benchmark
Ministério	Tempo médio de tramitação de pedidos de certificação:  47 meses	Determinação legal:  6 meses
Agência Reguladora	Tempo médio de registro de produto:  512 a 997 dias	EUA: 180 a 300 dias Reino Unido: 210 dias
Instituto Ambiental	Tempo médio de liberação de licença prévia:  17 meses	2 meses



**PESSOAS ESTÃO NO CENTRO DA QUESTÃO...**

**DOUGLAS**





# DOUGLAS

## SITUAÇÃO ENCONTRADA

- Serviço prestado demorando 6 vezes do que a lei indica
- Equipe desmotivada
- Gestora receosa do risco do CPF
- Falta de infraestrutura de TI
- Baixo orçamento
- Cobrança da alta liderança
- Sem possibilidade de concurso público



COMO

SE SENTEM SOBRE ISSO?



A person in a white t-shirt and plaid shorts is captured mid-air, performing a backflip or similar acrobatic move. They are positioned in the upper center of the frame. The background is a vast, rocky, and somewhat desolate landscape with rolling hills and mountains under a cloudy sky. The overall tone is muted and atmospheric.

**INSIGHT:** BRASIL NÃO VAI BEM E  
EU TAMBÉM NÃO ESTOU FELIZ



CAPÍTULO 2

# CHAMADO À AVENTURA

EPISÓDIO 1

# CHAMADO À AVENTURA



**O MUNDO MUDOU...**  
**AS PESSOAS MUDARAM....**  
**AS EMPRESAS MUDARAM....**

UBER

AliExpress™

 airbnb



WhatsApp

Google

amazon

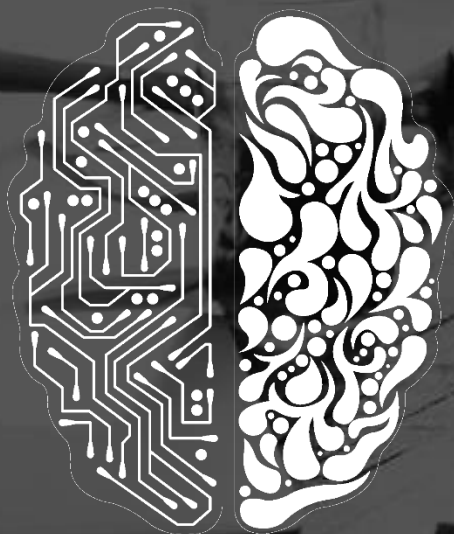
facebook.

Instagram





# ≡ O ECOSISTEMA DO SETOR PRIVADO



**MINDSET DE INOVAÇÃO**

**FOCO NA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE**

**AUTONOMIA E ENGAJAMENTO DO TIME**

**AGILIDADE E EXPERIMENTAÇÃO**

**SENSO DE COMUNIDADE**

**USO INTENSO DE TECNOLOGIA E ALGORITMOS**

# ≡ OS EMPREENDEDORES E SEUS “PROPÓSITOS DE TRANSFORMAÇÃO MASSIVO”





**A GESTÃO PÚBLICA TAMBÉM COMEÇOU A MUDAR!**



Gov hackaton



Observatório de políticas  
públicas



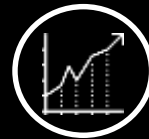
Hacking  
burocracy



Laboratórios de  
governo



Serviços públicos  
digitais



Dados abertos &  
analytics



Design de  
serviços públicos



Co-criação com  
sociedade



Apps



Portal do  
cidadão



# SERVIDORES EMPREENDEDORES

## COMO ESSES SERVIDORES EMPREENDEM?

Nos últimos anos conhecemos dezenas de servidores e gestores que empreenderam grandes transformações na gestão pública, gerando impactos significativos para toda a sociedade. Esses servidores nos inspiraram a criar essa experiência de inovação, que agora compartilhamos com você.

**CRIAM VISÕES PODEROSAS**

ao invés de reclamar da falta de patrocínio

**REALIZAM ENTREGAS CONCRETAS**

ao invés de relatórios exaustivos

**GERAM IMPACTO SOCIAL**

ao invés de colar mapas na parede

**DESFAZEM A BUROCRACIA**

ao invés de reclamar que nada pode ser feito





QUAL O  
**SEU CHAMADO?**



A person in a white t-shirt and plaid shorts is captured mid-air, jumping over a large rock in a rugged, mountainous landscape. The scene is set against a backdrop of rolling hills and mountains under a cloudy sky. The overall tone is dark and moody, with a yellow border framing the image.

**INSIGHT:** EXISTE UM GRANDE POTENCIAL  
NÃO EXPLORADO DENTRO DE MIM?



EPISÓDIO 1

# CHAMADO À AVENTURA

CAPÍTULO 3

# RECUSA AO CHAMADO



# AS BARREIRAS

# IMPOTÊNCIA

Limitação orçamentária

Patrocínio equivocado

Burocracia para a aquisição de bens e contratação de serviços

# PARALISIA

Burocracia e lentidão no processo decisório

Ambiente regulatório complexo

Baixa integração entre os órgãos

# INDIFERENÇA

Baixa motivação do servidor público

Patrocínio equivocado

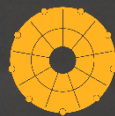
Baixo conhecimento sobre métodos e ferramentas de inovação

# MEDO

Aproximação com entes privados, terceiro setor e academia

Vulnerabilidade ao controle





---

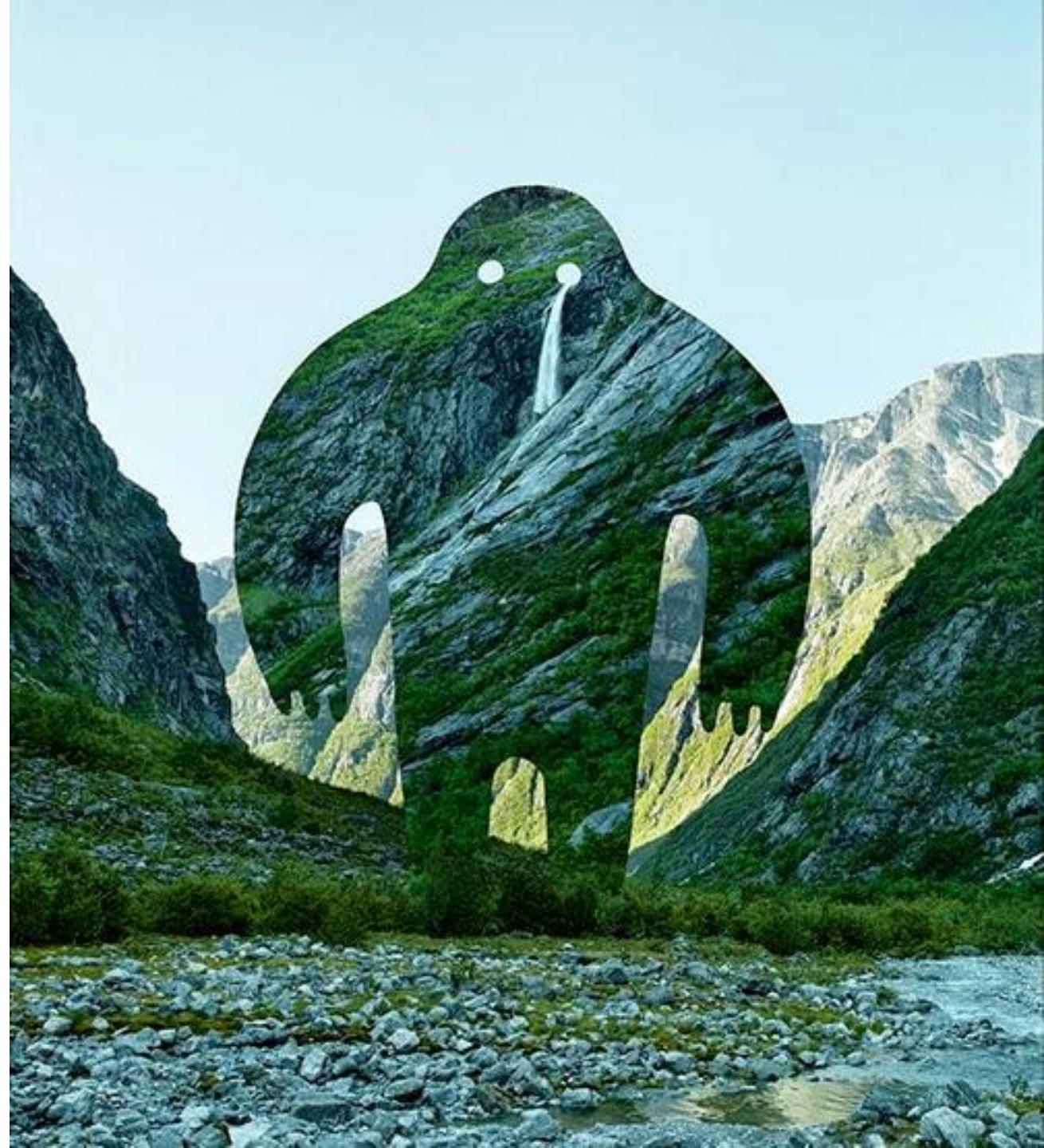
QUAIS AS  
**BARREIRAS AO SEU CHAMADO?**

---

COMO VOCÊS SE  
**SENTEM SOBRE AS BARREIRAS?**



**EGO**





**DAN**  
**MILLMAN**



# O CAMINHO DO GUERREIRO PACÍFICO

1

## Tomar Consciência

Evitar os focos de “justificativa” e “desculpa” e se colocar em uma situação de observador

2

## Centrar a Atenção

Direcionar a atenção para os aspectos objetivos do problema e de suas capacidades de resolvê-lo

3

## Aceitar a Responsabilidade

Aceitar o mundo como ele é e não como deseja que ele fosse e se posicionar para resolver os problemas

A person in a white t-shirt and plaid shorts is captured mid-air, jumping over a large rock in a rugged, mountainous landscape. The scene is set against a backdrop of rolling hills and a cloudy sky. The overall tone is dark and moody, with a yellow border framing the image.

**INSIGHT:** O QUE ME LIMITA É A BUROCRACIA  
OU MINHAS BARREIRAS PESSOAIS?





EPISÓDIO 1

# CHAMADO À AVENTURA

CAPÍTULO 4

# ENCONTRANDO O MENTOR

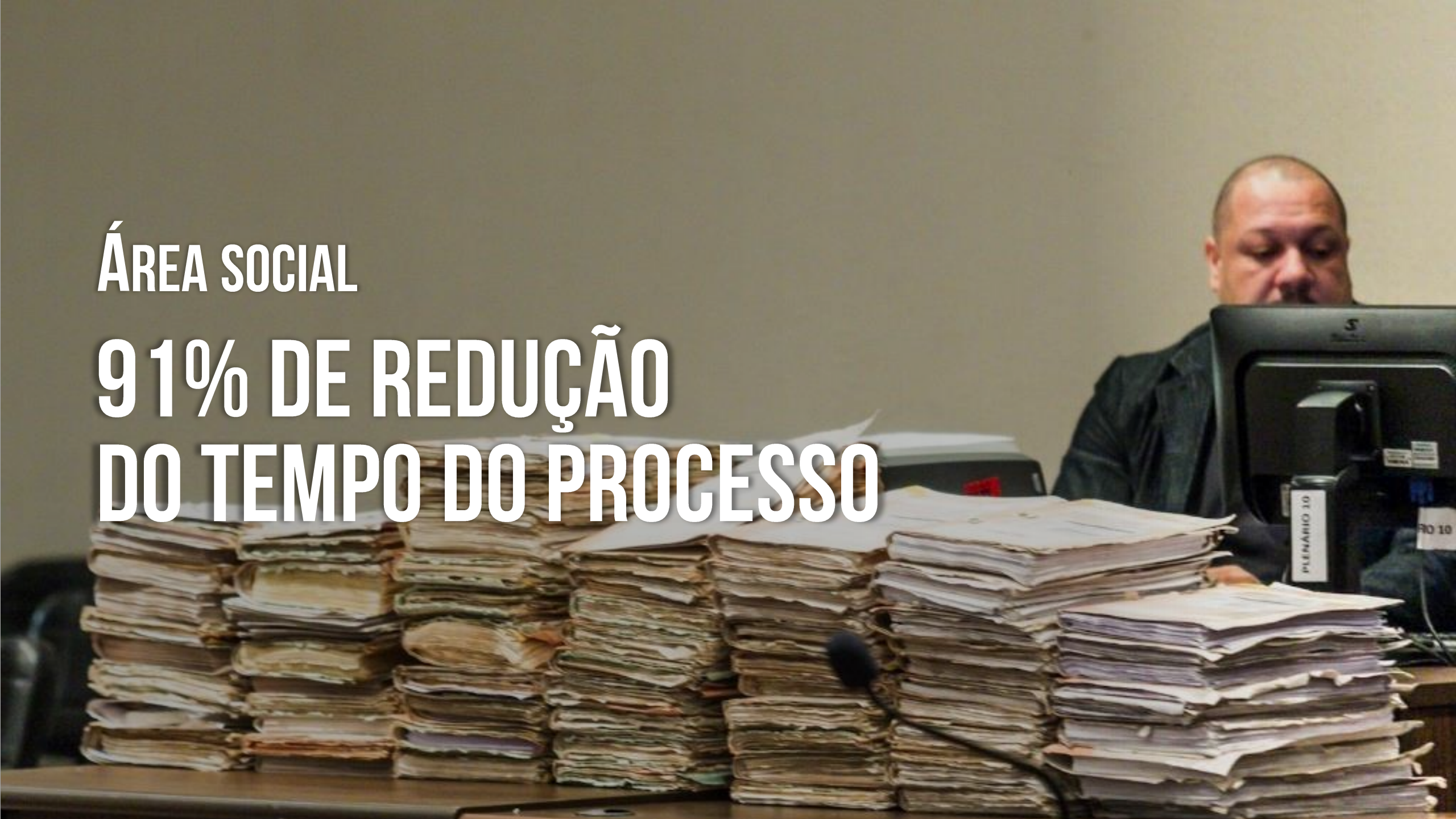
**DOUGLAS**





**ÁREA SOCIAL**

**91% DE REDUÇÃO  
DO TEMPO DO PROCESSO**







**AGRICULTURA**

**R\$ 10 MILHÕES  
EM RETORNO**



A photograph of a surgical team in an operating room. In the foreground, a surgeon is seen from the side, wearing a white surgical cap with a pink ribbon pattern, a blue surgical mask, and light blue scrubs. In the background, other surgeons in blue scrubs and masks are focused on a patient lying on an operating table. A surgical light fixture is visible above the team. The overall atmosphere is professional and clinical.

**SAÚDE**

**80% DE REDUÇÃO  
NO TEMPO DE ESPERA**

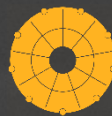


JUSTIÇA

**R\$2,5 MILHÕES  
DE ECONOMIA**







---

COMO  
**SE SENTEM AGORA?**

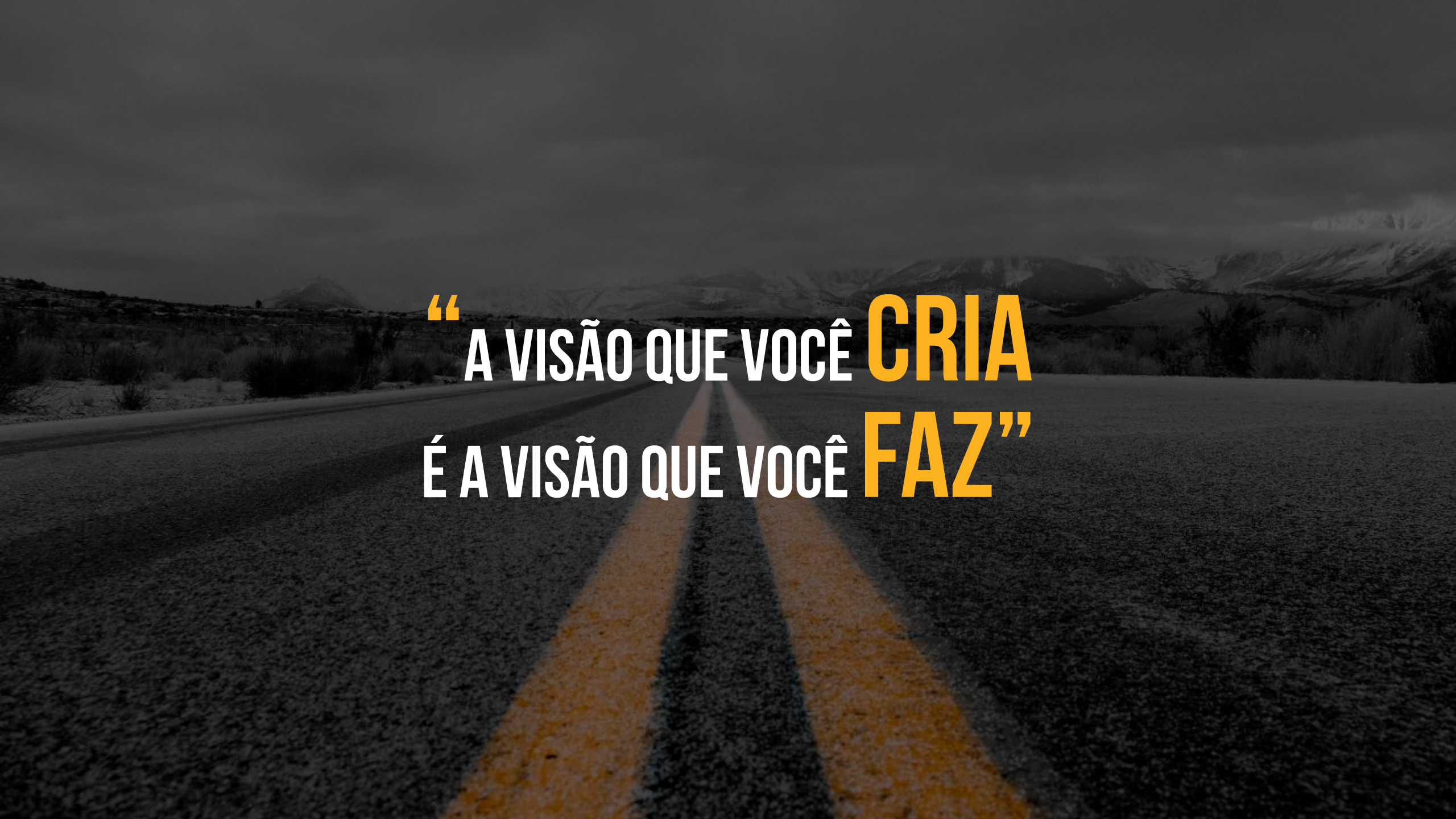
---

---

O QUE PARECE  
**VIÁVEL AGORA?**

---



A dark, atmospheric landscape featuring a road with two yellow lines leading towards a range of mountains under a cloudy sky. The scene is dimly lit, creating a sense of mystery and depth.

“ A VISÃO QUE VOCÊ **CRIA**  
É A VISÃO QUE VOCÊ **FAZ**”



A person in a white t-shirt and plaid shorts is captured mid-air, jumping over a large rock in a rugged, mountainous landscape. The background shows rolling hills and mountains under a cloudy sky. The entire image is framed by a thin yellow border.

**INSIGHT:** COMO EU POSSO ME PREPARAR  
PARA EMPREENDER TAMBÉM?

# A TRILOGIA

EPISÓDIO 1

CHAMADO À  
AVENTURA

EPISÓDIO 2

O MUNDO  
ESPECIAL

EPISÓDIO 3

RETORNO AO  
TRABALHO DO  
DIA A DIA



# ATO 3

QUAL É O MEU  
POTENCIAL COMO  
EMPREENDEDOR  
PÚBLICO?

O BRASIL NÃO ESTÁ BEM E EU  
SERVIDOR PÚBLICO  
NÃO ESTOU FELIZ

# ATO 1

## A SAGA DO EMPREENDEDOR PÚBLICO

O QUE APRENDI  
COM ESSA  
EXPERIÊNCIA?

EXISTE UM GRANDE POTENCIAL  
NÃO EXPLORADO  
DENTRO DE MIM?

O QUE ME LIMITA É A  
BUROCRACIA OU AS  
MINHAS CRENÇAS?

COMO HACKEAR A  
BUROCRACIA E  
IMPLANTAR AS  
SOLUÇÕES?

COMO EU POSSO  
ME PREPARAR PARA  
EMPREENDER  
TAMBÉM?

COMO POTENCIALIZAR O  
TIME PARA GERAR  
SOLUÇÕES CRIATIVAS E  
IMPACTANTES?

QUAL A ALAVANCA  
CENTRAL QUE  
IMPACTA O SISTEMA  
E SEUS USUÁRIOS?

COMO MUDAR O  
COMPORTAMENTO DE  
SERVIDORES, LÍDERES E  
SOCIEDADE?

QUAL DESAFIO DO BRASIL  
EU QUERO E POSSO  
AJUDAR A RESOLVER?

# ATO 2





CAPÍTULO 5

# CRIAÇÃO DO PROPÓSITO COMUM

**QUAL DESAFIO DO BRASIL EU QUERO  
E POSSO AJUDAR A RESOLVER?**



# JOSÉ SPARTA

Secretário de Educação  
de um Município do  
interior de Minas Gerais



# STAKEHOLDERS DA EDUCAÇÃO



**MARCELINA EDU**

Assessora Pedagógica  
da Secretaria de  
Educação



**TIO PAULO**

Professor do 4º ano



**DONA CLEIDE**

Diretora de Escola



**MARCEL KID**

Aluno do 4º ano



A person in a white t-shirt and plaid shorts is captured mid-air, jumping over a rocky ridge in a mountainous landscape. The scene is dimly lit, suggesting dusk or dawn, with a cloudy sky. The person's arms are raised, and their legs are bent, indicating a powerful leap. The background shows rolling hills and mountains under a soft, grey light.

**INSIGHT 1: CONSTRUIR O  
PROPÓSITO COMUM DO PROJETO**



***Para definir nossas batalhas, escolhemos as que são grandes o bastante para serem importantes, mas pequenas o bastante para serem vencidas”***

**Must-Win Battles**



# CANVAS DO LEGADO



# MAPA DO LEGADO

## PROPOSTA DE VALOR

### JORNADA DO USUÁRIO



## CANAIS

### PROCESSOS INTERNOS



## CAPACIDADE ORGANIZACIONAL



## REDE DE LEGITIMIDADE

## IMPACTOS & RESULTADOS

IMPACTOS

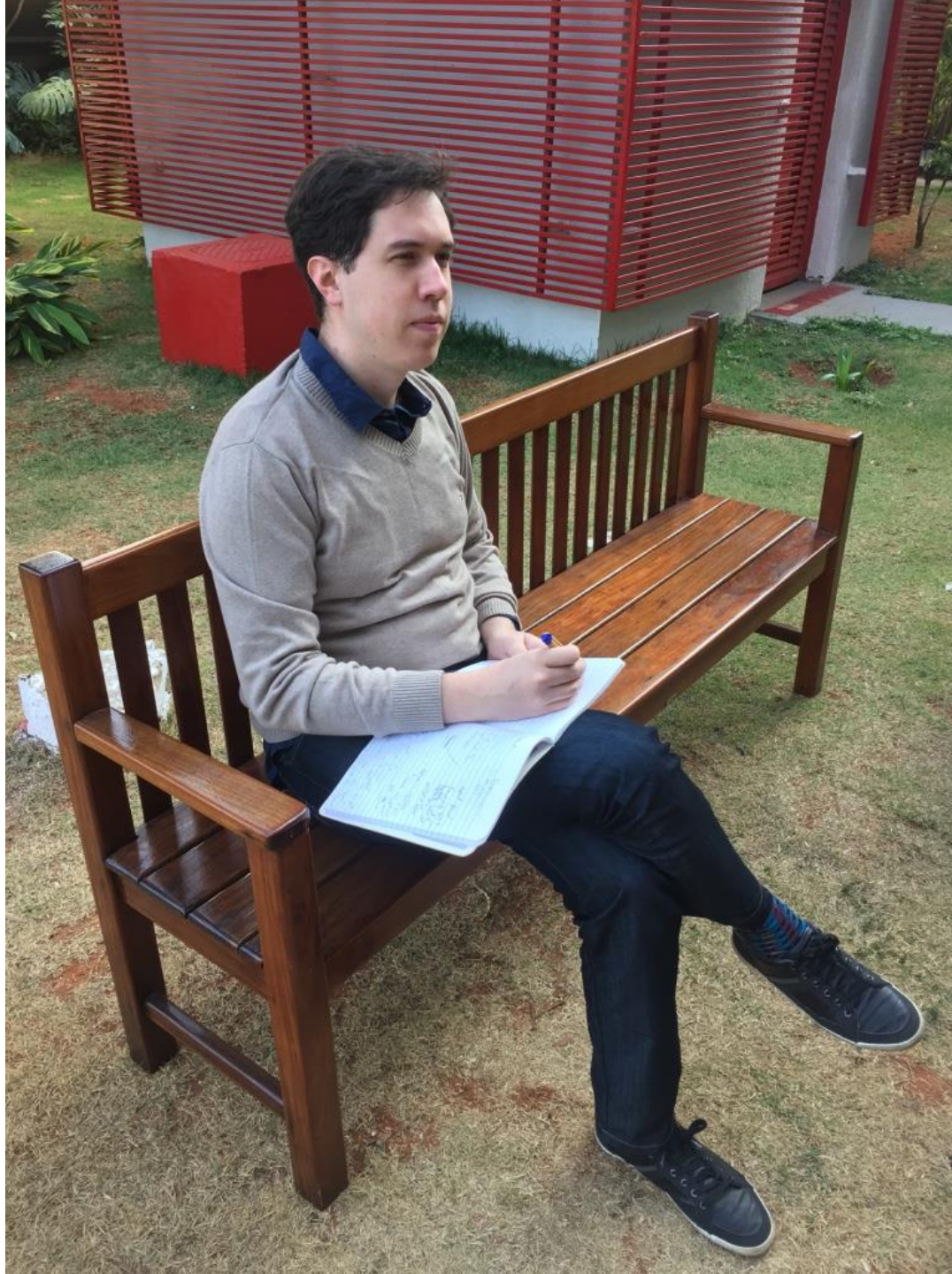
RESULTADOS





# IVAN PERIODI

Escritor que vive no  
interior de Minas  
Gerais





**CONTE HISTÓRIAS QUE MOVAM AS PESSOAS**





# CONTE HISTÓRIAS QUE MOVAM AS PESSOAS

## #1 SEJA HUMANO E REAL

A audiência se conecta mais facilmente com histórias pessoais e reais.

Contar histórias de pessoas de verdade, com problemas reais, nomes e detalhes é mais impactante do que apresentar personas genéricas com dados genéricos.

LEMBRAM DO DOUGLAS?



# CONTE HISTÓRIAS QUE MOVAM AS PESSOAS

## #2 CONTE COM EMOÇÃO

Expresse o que está sentido de verdade. Nos conectamos mais com emoções do que com dados.

Se permita ser ser vulnerável e demonstrar suas emoções – seu público irá se conectar com você.





# CONTE HISTÓRIAS QUE MOVAM AS PESSOAS

## #3 USE CASOS E REFLEXÕES

Um pequeno conto pode representar um macro-problema e facilitar o processo de entendimento.

Casos levam as pessoas para a cena, com a descrição do que ocorreu de forma visual e com detalhes.

Refleta com o público para ajudá-los a entender o que ouviram – e para internalizarem os aprendizados.





*Tap water in a Flint hospital on Oct. 16, 2015.*

JOYCE ZHU / FLINTWATERSTUDY.ORG





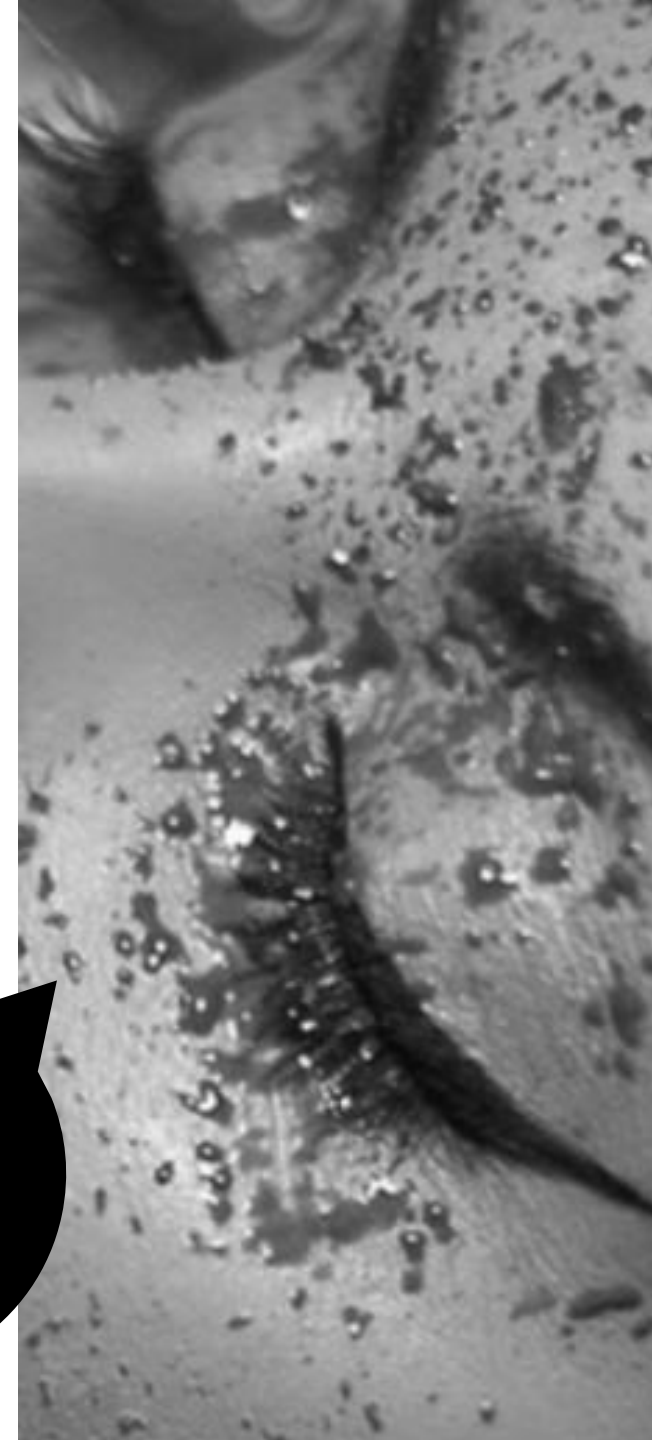
# CONTE HISTÓRIAS QUE MOVAM AS PESSOAS

## #4 SEJA VISUAL

Use imagens e fotos para ativar o cérebro. Ou até mesmo metáforas visuais na fala.

Imagens convidam as pessoas a serem mais empáticas e tornam a história mais real, ou menos assustadora etc.

IMAGENS SÃO  
CHOCOLATE  
PARA O  
CÉREBRO





# CONTE HISTÓRIAS QUE MOVAM AS PESSOAS

## #5 TENHA UM CHAMADO PARA AÇÃO

Tenha um pedido na sua história, algo simples que os ouvintes já possam fazer e sentir a diferença – e finalize a apresentação explicando como o público se envolve com essa história.

Deixe claro ao final qual é o principal mensagem: “Aqui está o que eu gostaria que vocês se lembrassem” ou “Se você for fazer alguma coisa, faça isso”.

“TELL A STORY,  
MAKE A POINT”



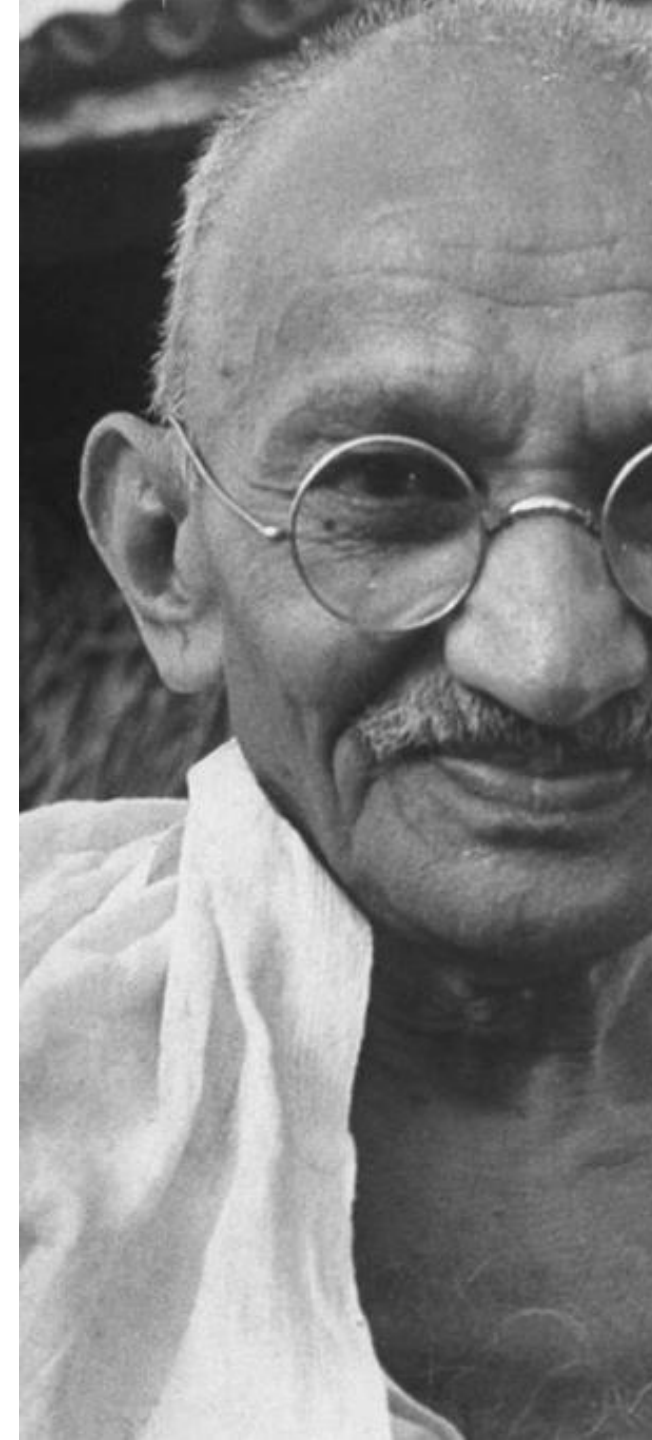
# CONTE HISTÓRIAS QUE MOVAM AS PESSOAS

## #6 SE INPIRE SEMPRE

Contar histórias é uma ação criativa e é difícil ser criativo se o seu cérebro estiver sem repertório!

Ouçá história, leia livros, preste atenção no mundo ao seu redor.

Se inspire sempre!







**ATIVIDADE 1: CONSTRUIR O  
CANVAS E O PITCH DO PROJETO**

# MAPA DO LEGADO

## PROPOSTA DE VALOR

### JORNADA DO USUÁRIO



## CANAIS

### PROCESSOS INTERNOS



## CAPACIDADE ORGANIZACIONAL



## REDE DE LEGITIMIDADE

## IMPACTOS & RESULTADOS

IMPACTOS

RESULTADOS







CAPÍTULO 6

# ENGAJAMENTO DO GOVERNO E SOCIEDADE

COMO MUDAR O COMPORTAMENTO DE SERVIDORES, LÍDERES E SOCIEDADE?

# JOSÉ SPARTA

Secretário de Educação





A person in a white t-shirt and plaid shorts is captured mid-air, jumping over a rocky ridge in a mountainous landscape. The person's arms are raised, and their legs are bent. The background shows a vast, hazy mountain range under a cloudy sky. The entire scene is framed by a thin yellow border.

**INSIGHT 2: ENGAJAR O GOVERNO E A  
SOCIEDADE NO PROJETO**

A black and white photograph of Peter Drucker, an elderly man with glasses, wearing a suit and tie. The image is semi-transparent, serving as a background for the text.

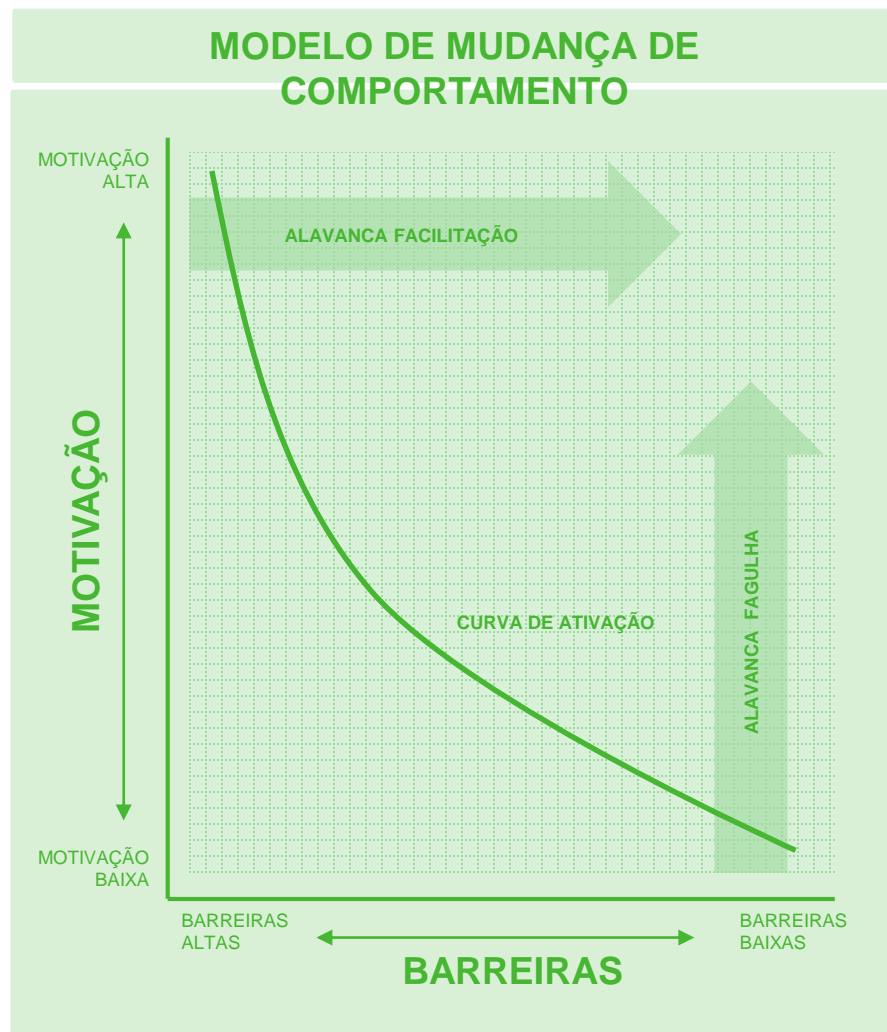
“

*A cultura devora a  
estratégia no café  
da manhã”*

Peter Drucker



# O FRAMEWORK RESUMIDO



## Fundamental:

Entender os comportamentos

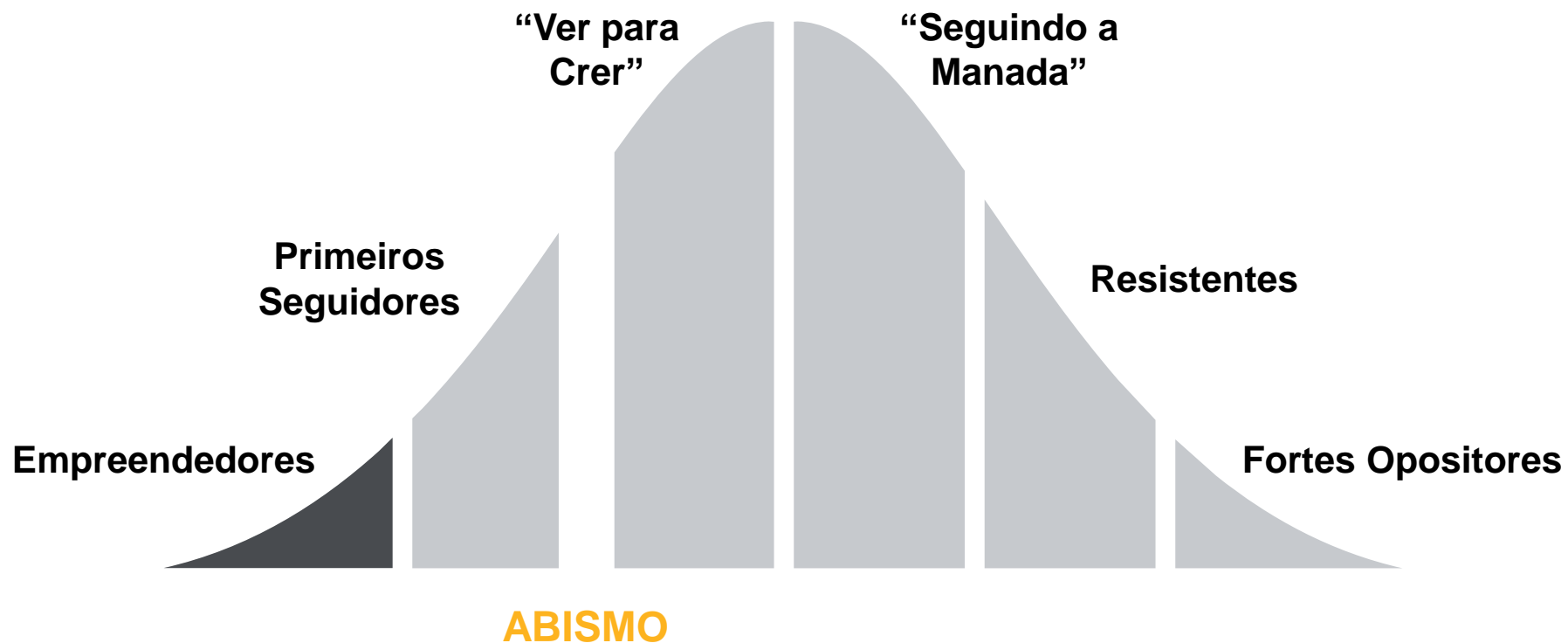
## Comportamento?

Fazer as pessoas comerem melhor = errado!

## Fazer as pessoas:

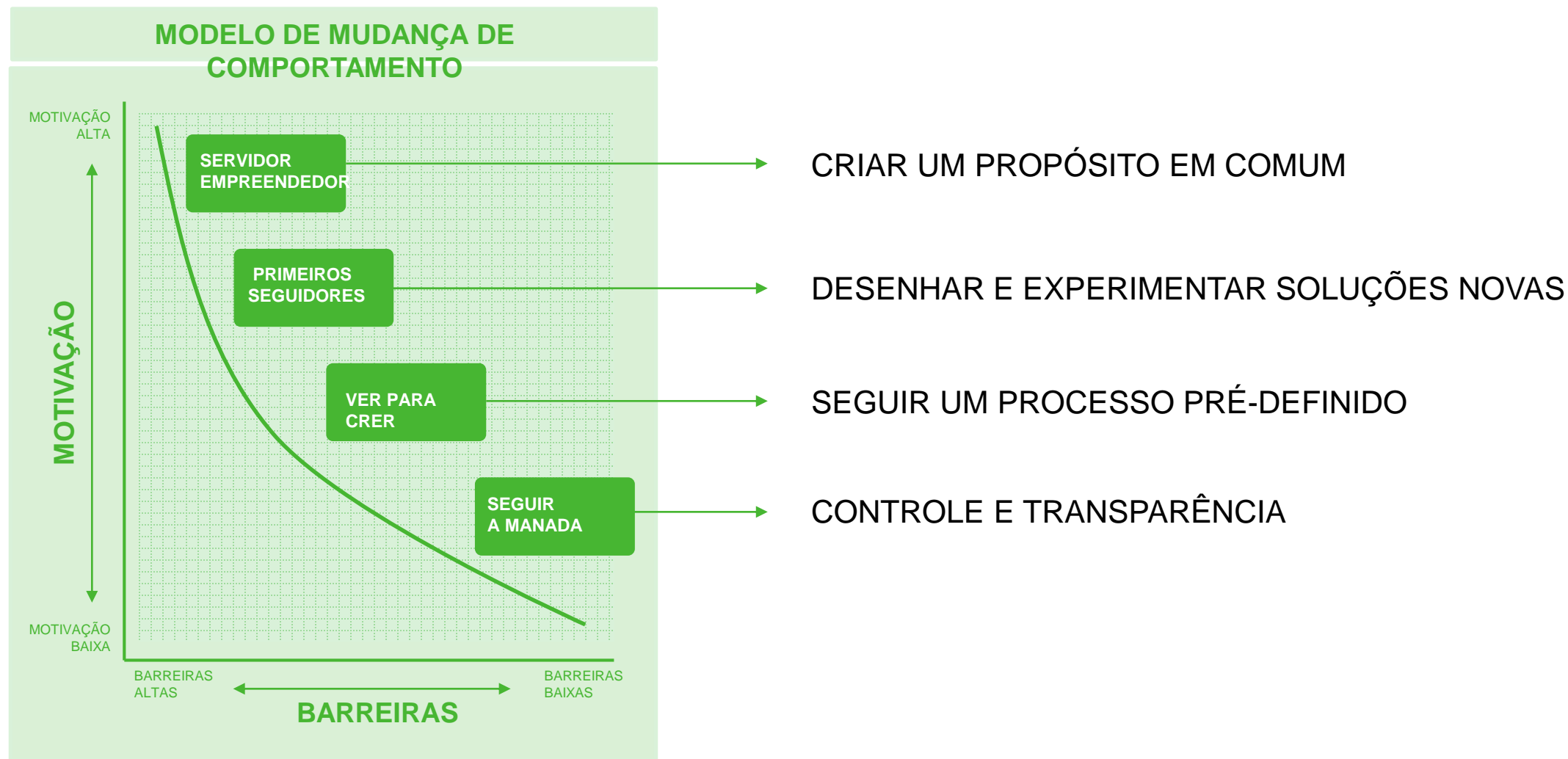
- Comprarem vegetais
- Beberem água
- Não comprarem chocolate

# PERFIL DOS SERVIDORES



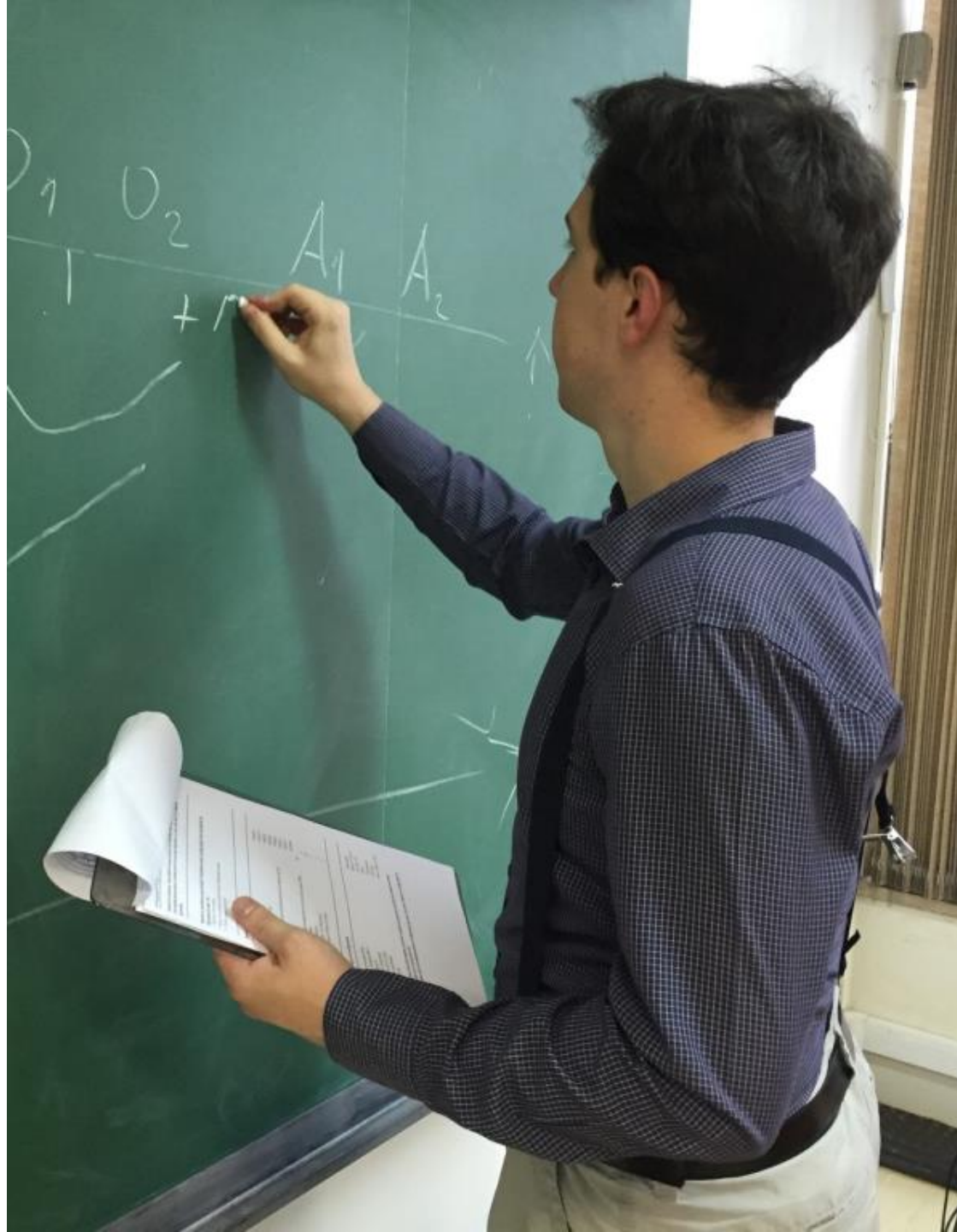


# O FRAMEWORK RESUMIDO



# JOÃO SCIE

Cientista Social



# QUAL MENSAGEM FARIA VOCÊ DOAR MAIS DINHEIRO?

"Existem 100 milhões de crianças em necessidade no mundo. Ajude-os hoje."

Pedro está com fome e precisa da sua ajuda





# “A CADA 26 SEGUNDOS UMA PESSOA É AUDITADA PELA RECEITA”

Contact Us  
(415) 562-8348 

## My **AUDIT** Protection

IRS Audit Protection from \$4.95/mo.  
IRS Collects \$55 BILLION from over 14 MILLION Audit Inquiries

- ✓ Tax Hotline Support
- ✓ Best Practice Assessment
- ✓ Tax Tips & Strategies
- ✓ Audit Defense
- ✓ Legal Plan Programs
- ✓ Monthly Tax Bulletin
- ✓ Audit Risk Meter
- ✓ Tax Software
- ✓ Identity Theft Protection
- ✓ Up To \$40,000 Audit Protection

IRS Audit Inquiries since January 1, 2011

**17,955,504**

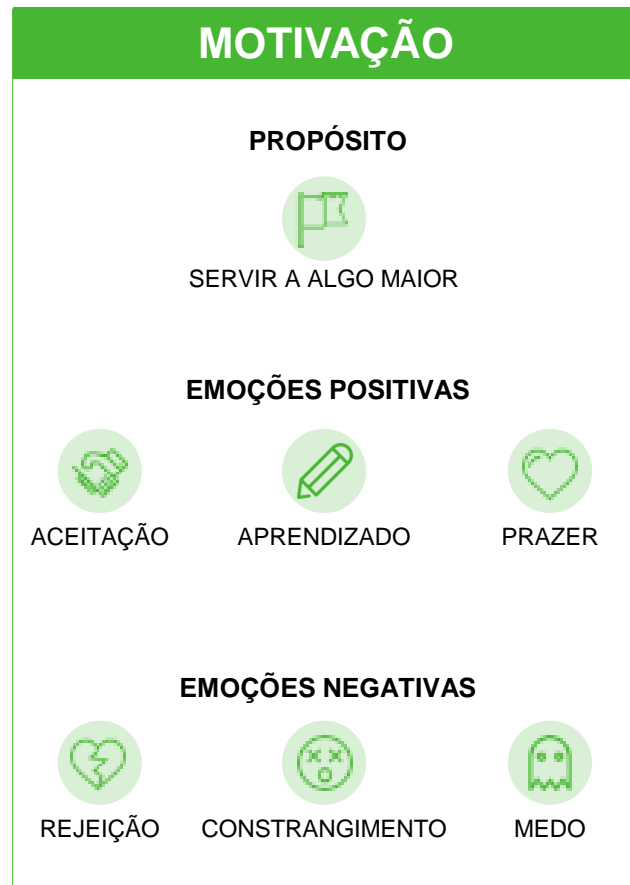
"Every 26 seconds, an IRS Audit inquiry happens!"

**START YOUR 1 MONTH FREE TRIAL** 

**Continue** 

Package and Pricing Options

# MOTIVAÇÕES – O QUE MOVE AS PESSOAS A ADOTAREM UM NOVO COMPORTAMENTO?



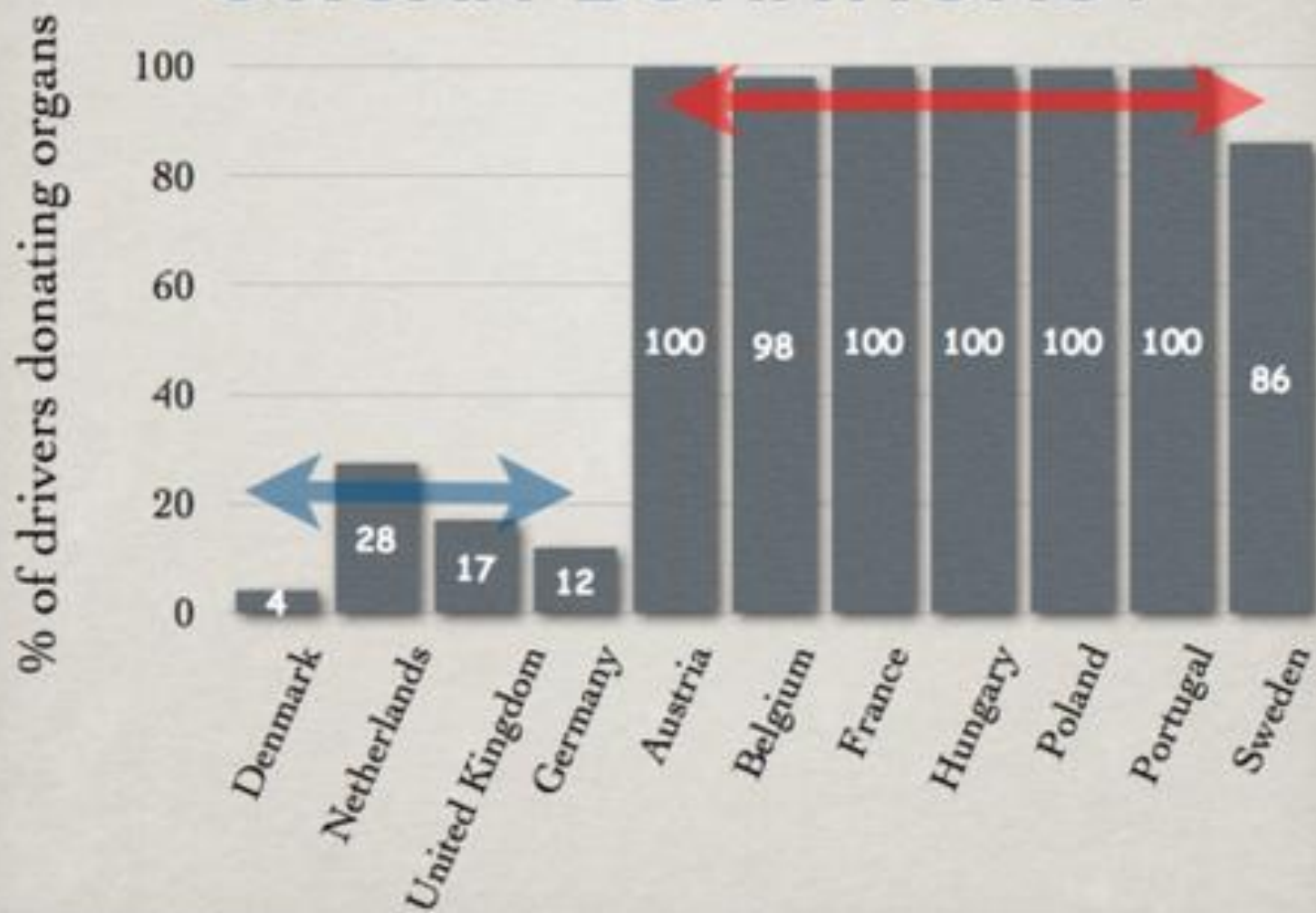
A white truck with a crane is lifting a car. The truck has "PREGADO'S" written on the side and a license plate that reads "BNF 0897". The car is suspended in the air by the crane. The background shows a fence and some trees.

**“PAGUE OU O SEU *CELTA*  
SERÁ APREENDIDO”**

**“PAGUE OU O SEU *CELTA*  
SERÁ APREENDIDO”  
+ FOTO DE UM CELTA**



# ORGAN DONATIONS?



Johnson & Goldstein (2003)

# O CAMINHO DE MENOR RESISTÊNCIA OU “SOMOS TODOS PREGUIÇOSOS”

## O que causa preguiça?

Tomar uma decisão

Complexidade e número de opções

## Casos Reais

Geleia

6 opções - Taxa de compra 30%

24 opções - Taxa de compra 3%

## Fundo de Previdência

5 opções – tx de compra 72%

35 opções – tx de compra 67,5%



# BARREIRAS – QUAL O ESFORÇO PARA ADOÇÃO DO COMPORTAMENTO?

## BARREIRAS



CUSTO



VARIABILIDADE



TEMPO



INCERTEZA TÉCNICA



ESFORÇO INTELECTUAL

## ALAVANCAS



SIMPLIFICAÇÃO



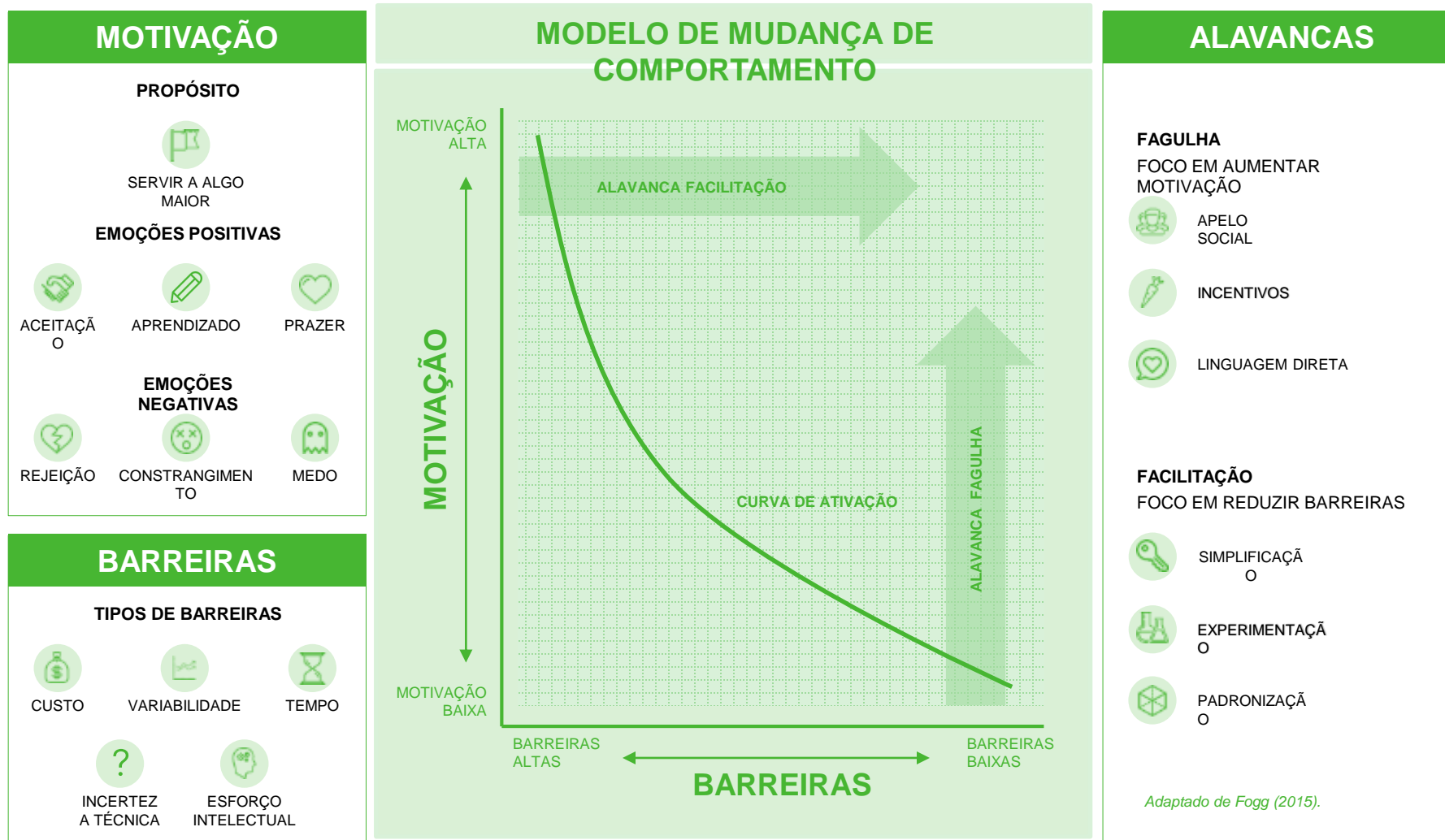
EXPERIMENTAÇÃO



PADRONIZAÇÃO



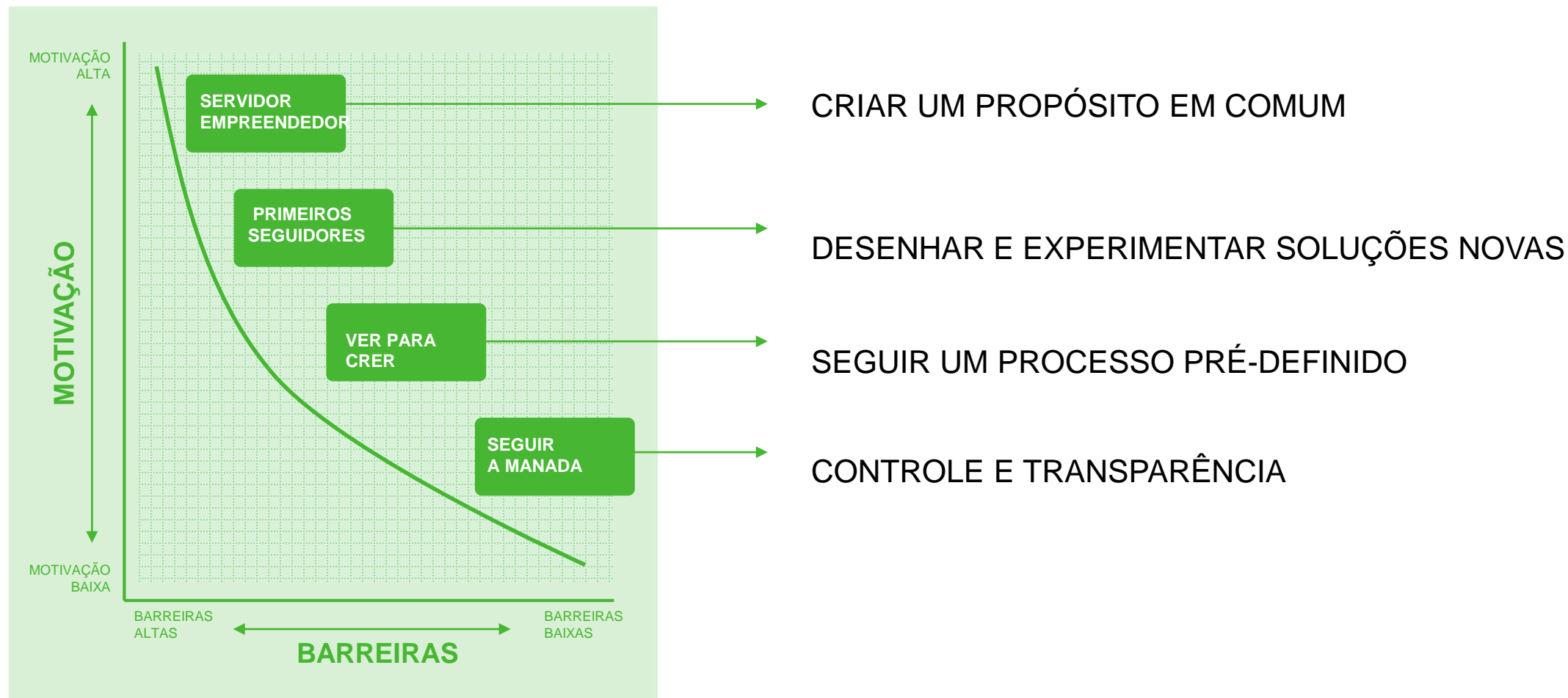
# O FRAMEWORK COMPLETO



A black and white photograph of five people (three women and two men) sitting around a table in a meeting. They are looking at documents and a smartphone on the table. The image is framed by a thin yellow border. The text 'ATIVIDADE 2: MUDE O COMPORTAMENTO DOS SERVIDORES DA SECRETARIA DE EDUCAÇÃO' is overlaid in the bottom left corner.

## **ATIVIDADE 2: MUDE O COMPORTAMENTO DOS SERVIDORES DA SECRETARIA DE EDUCAÇÃO**

# MODELO DE MUDANÇA DE COMPORTAMENTO







CAPÍTULO 7

# DESCOBERTA DA ALAVANCA CENTRAL

QUAL A ALAVANCA CENTRAL QUE  
IMPACTA O SISTEMA E SEUS USUÁRIOS?

# CONCEITO DE ALAVANCA

ASPECTO DO PROBLEMA **QUE EU POSSA MEXER**  
E GERAR UM GRANDE IMPACTO

**NÃO** É A CAUSA RAIZ DO PROBLEMA. MUITAS  
VEZES, ELA NÃO PODE SER INFLUENCIADA

A person in a white t-shirt and plaid shorts is captured mid-air, performing a backflip or similar acrobatic move. They are positioned in the upper center of the frame. The background is a vast, rocky, and somewhat desolate landscape with mountains in the distance under a cloudy sky. The entire image is framed by a thin yellow border.

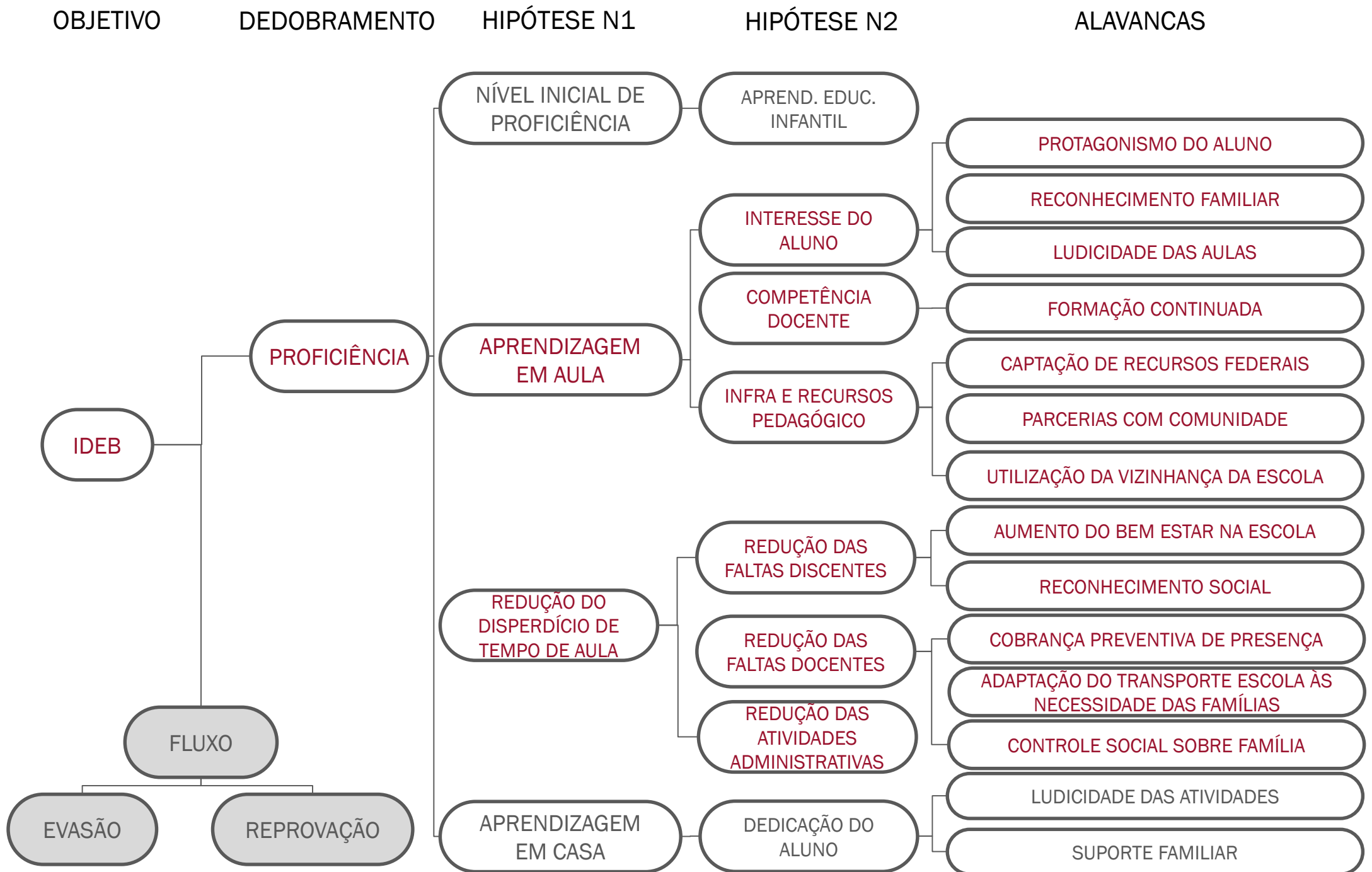
**INSIGHT 3: ENCONTRAR A  
ALAVANCA CENTRAL**



# JOSÉ SPARTA

Secretário de Educação





# CIRILO ANPHI

Antropólogo







# TER EMPATIA

Capacidade de se colocar no lugar do outro. Buscar compreender os sentimentos e as reações de outra pessoa, imaginando-se nas mesmas circunstâncias que ela.





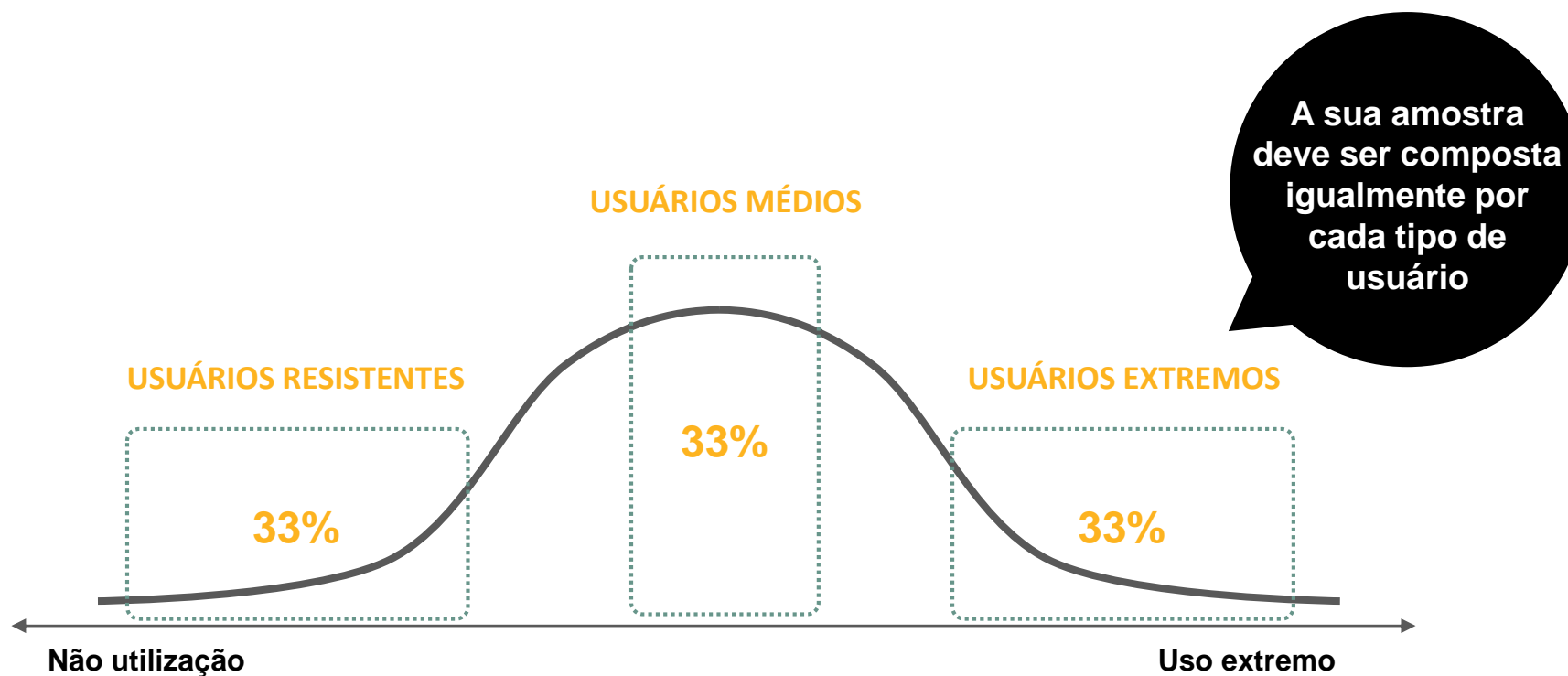






# ESCOLHENDO OS USUÁRIOS COM QUEM APRENDER

Ao interagir com aqueles que utilizam um produto ou serviço, deve-se ir além do usuário médio. É importante pesquisar também pessoas resistentes aos serviços existentes, assim como aqueles que façam usos não esperados (usuários extremos)



# MAPA DE EMPATIA



# STAKEHOLDERS DA EDUCAÇÃO



**MARCELINA EDU**

Assessora Pedagógica  
da Secretaria de  
Educação



**SR. PAULO**

Professor do 4º ano



**DONA CLEIDE**

Diretora de Escola



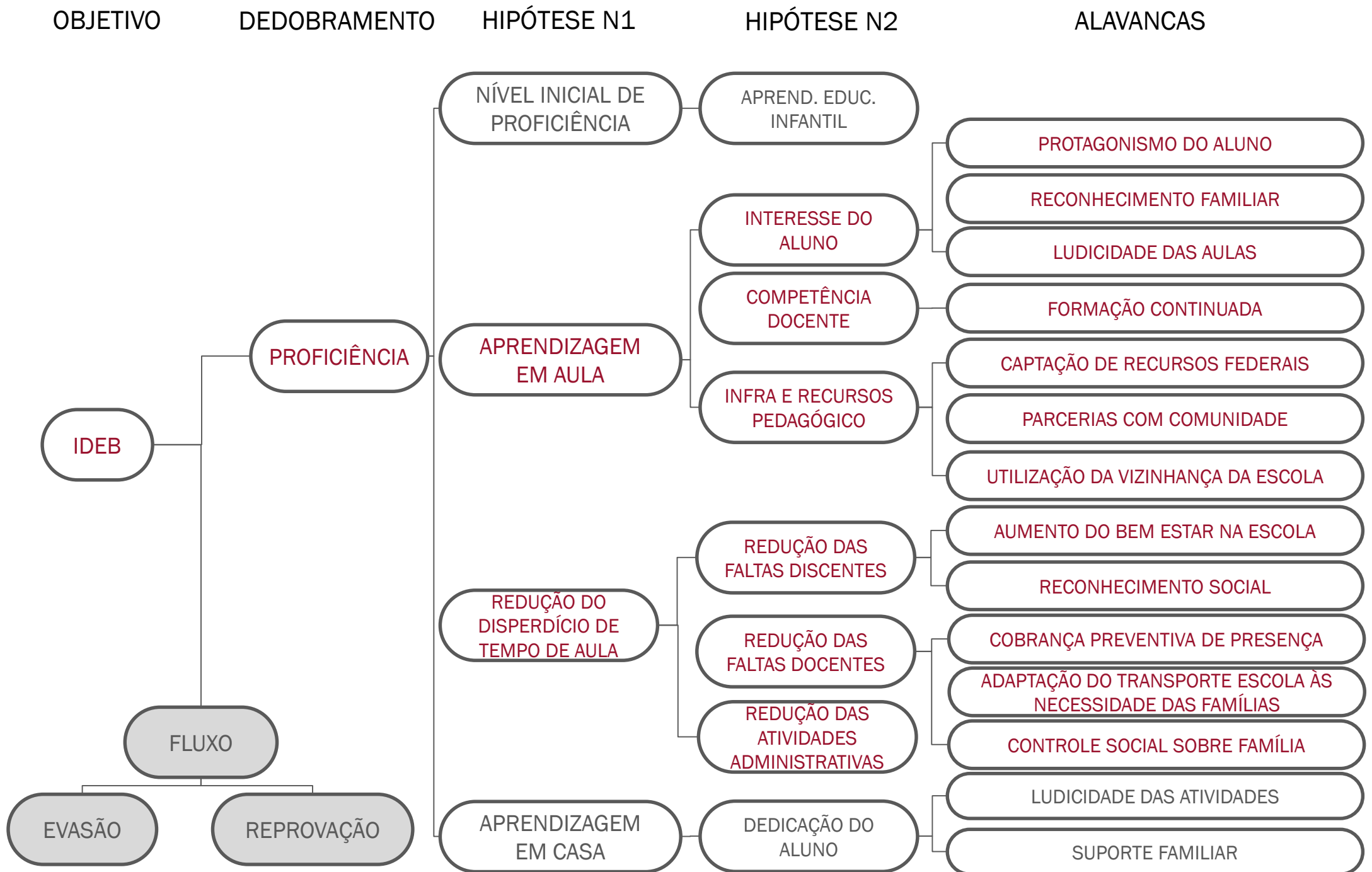
**MARCEL KID**

Aluno do 4º ano



A black and white photograph of five people (three women and two men) sitting around a table in a meeting. They are looking at documents and a smartphone on the table. The scene is dimly lit, with a yellow border around the image. The text is overlaid on the bottom left.

**ATIVIDADE 3: DEBATE SOBRE O QUE É E  
COMO SE ESCOLHE UMA ALAVANCA**





CAPÍTULO 8

# CO-CRIAÇÃO DAS JORNADAS DO USUÁRIO

COMO POTENCIALIZAR O TIME PARA GERAR  
SOLUÇÕES CRIATIVAS E IMPACTANTES?









ETAPAS  
**PRÉ-SERVIÇO**

ETAPAS  
**SERVIÇO**

ETAPAS  
**PÓS-SERVIÇO**

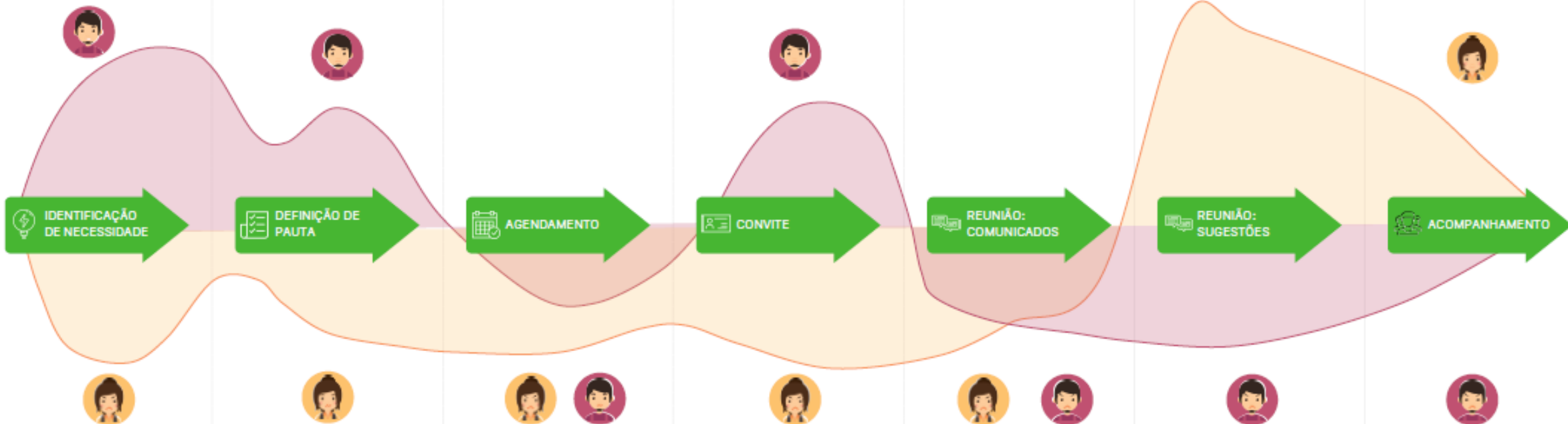
**Professor:**  
"As reuniões são feitas sempre no início do ano e assim que fechamos as notas dos bimestres".

**Professor:**  
"Nós temos que usar a reunião para conscientizar os familiares da importância de melhorar o comportamento das crianças".

**Professor:**  
"Os convites são enviados antes de 100% das reuniões, todos os pais sabem dela".

**Pais:**  
"A escola parece que não ouve o que a gente fala, já até desistir de sugerir qualquer coisa".

**Pais:**  
"Gostaria de ajudar, mas o dia é sempre corrido que não consigo me envolver em tudo".



**Pais:**  
"As reuniões ocorrem sempre um dia após recebermos o convite".

**Pais:**  
"A escola só sabe reclamar. A reunião é muito desgastante".

**Professor:**  
"A gente faz a reunião quando dá, tem que ser ainda no fim do bimestre, em geral a secretaria de educação que define a data".

**Pais:**  
"Sempre assino a agenda do meu filho confirmando recebimento, mas nem sempre consigo ir".

**Professor:**  
"A gente passa tudo que tem que passar para os pais que vem, o problema é que os que mais precisam sempre faltam".

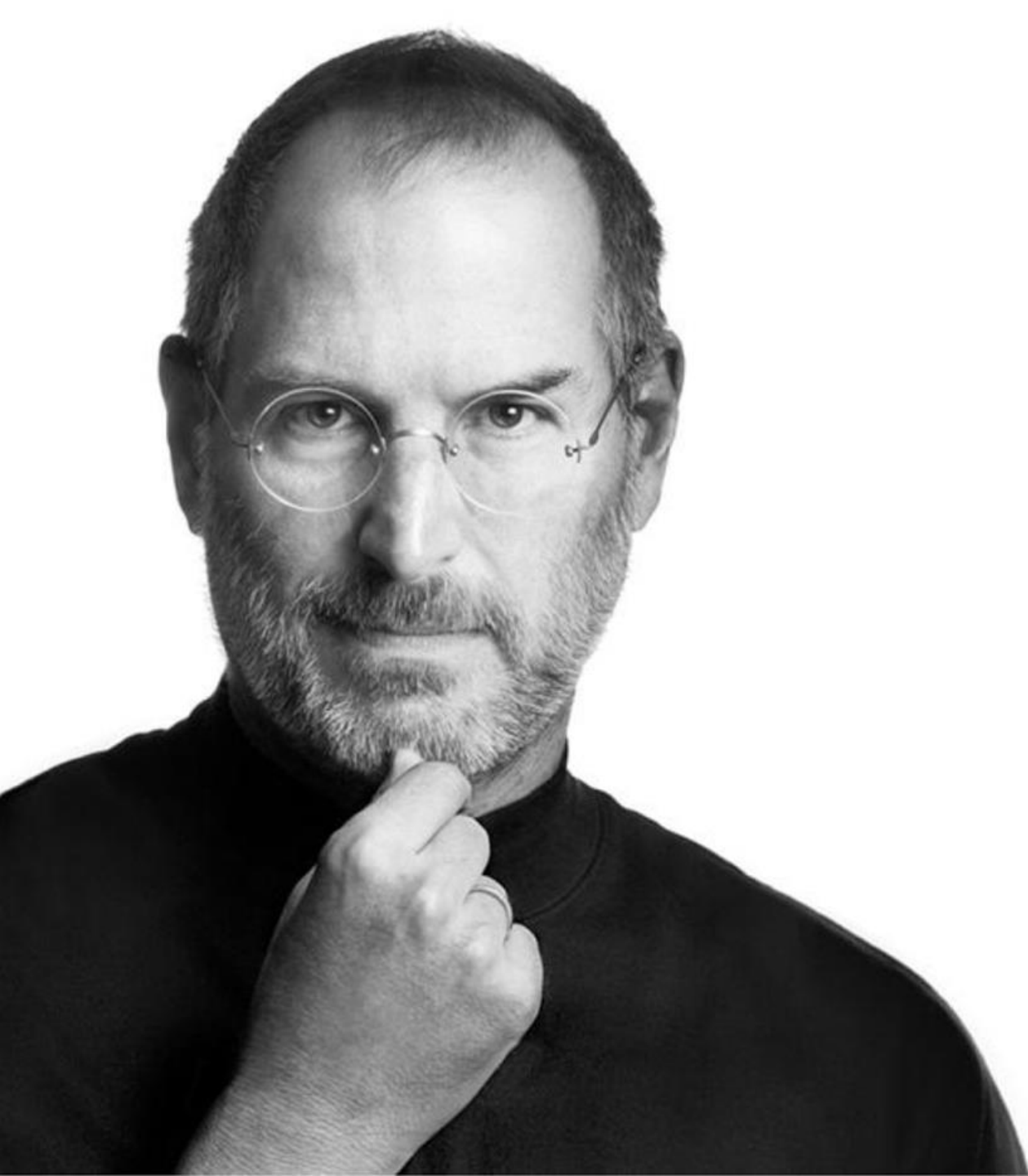
**Professor:**  
"Os familiares dão sugestões que não condizem com a realidade, eles acham que temos recursos infinitos".

**Professor:**  
"Os pais reclamam na reunião, mas quando é para ajudar eles somem".

**Pais:**  
"Sexta-feira é o dia que eu tenho mais serviço (doméstica) e é exatamente quando marcam reuniões".

**Pais:**  
"Eles falam dos problemas dos nossos filhos, como se a gente tivesse que fazer o papel deles que é ensinar".



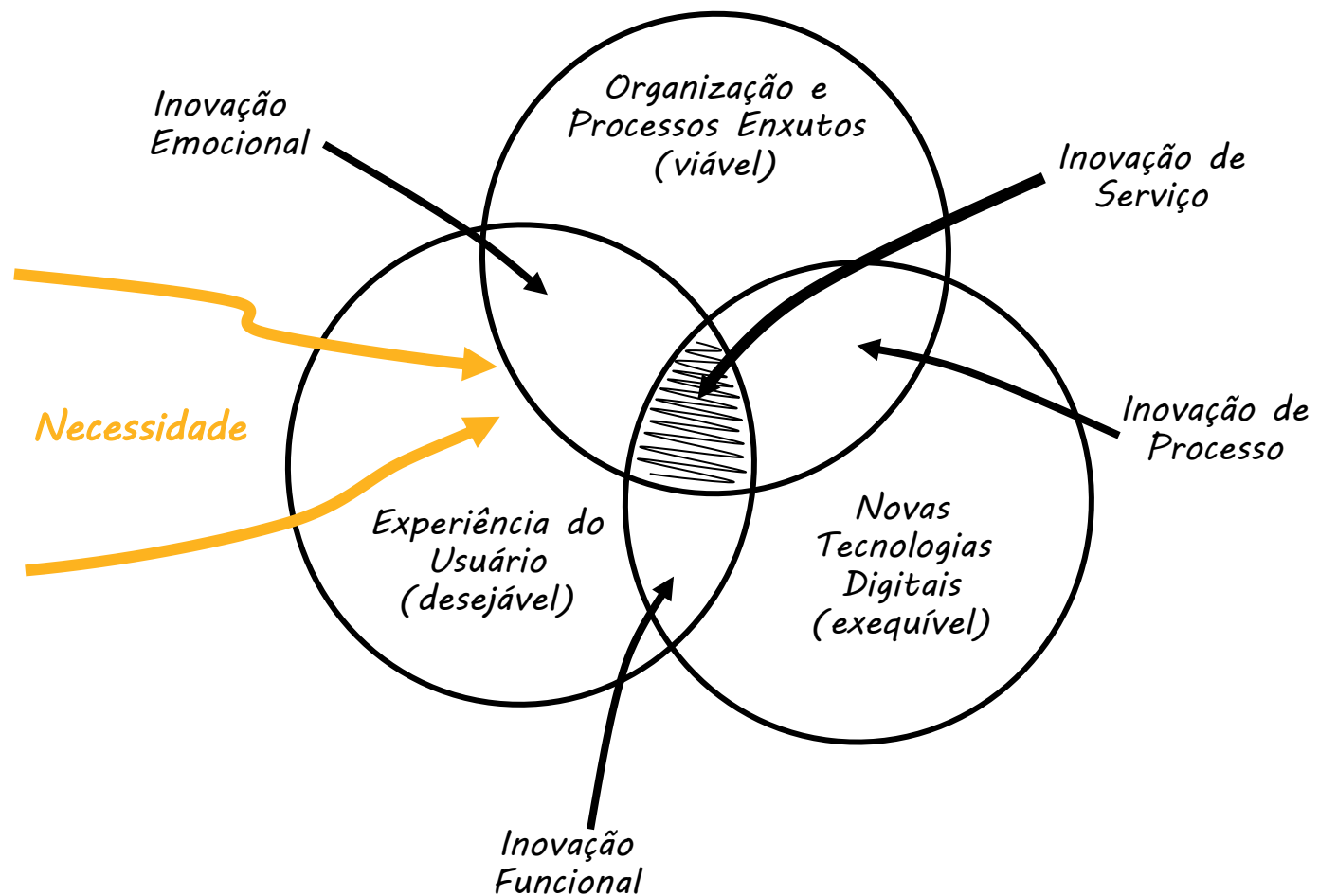


“


***You've got to start  
with the customer  
experience and work  
back toward the  
technology”***

Steve Jobs

# INTEGRAR DIVERSAS DIMENSÕES



# JORNADA DO USUÁRIO

	ANTES	DURANTE	DEPOIS
ETAPAS			
			
FAZ			
PENSA E SENTE			
EXPERIÊNCIA			
ATRIBUTOS DE VALOR			





**INSIGHT 4: REALIZAR A CO-CONSTRUÇÃO  
E IDEACÃO DA JORNADA DO USUÁRIO**

# EDUARDO CHESS

Designer



# CONFORTO COM A AMBIGUIDADE

Abrir-se criativamente para perseguir diversas ideias e caminhos diferentes, podendo alcançar soluções inesperadas

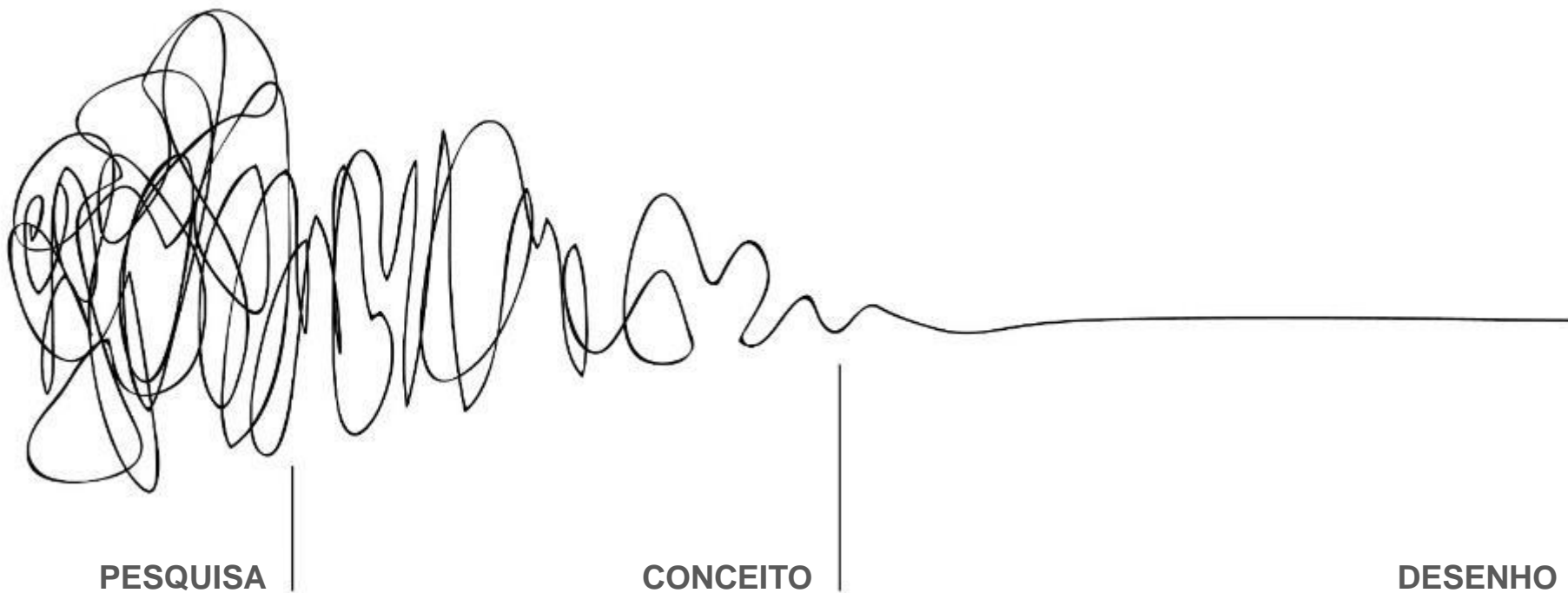




# PERCORRER UM PROCESSO NÃO LINEAR

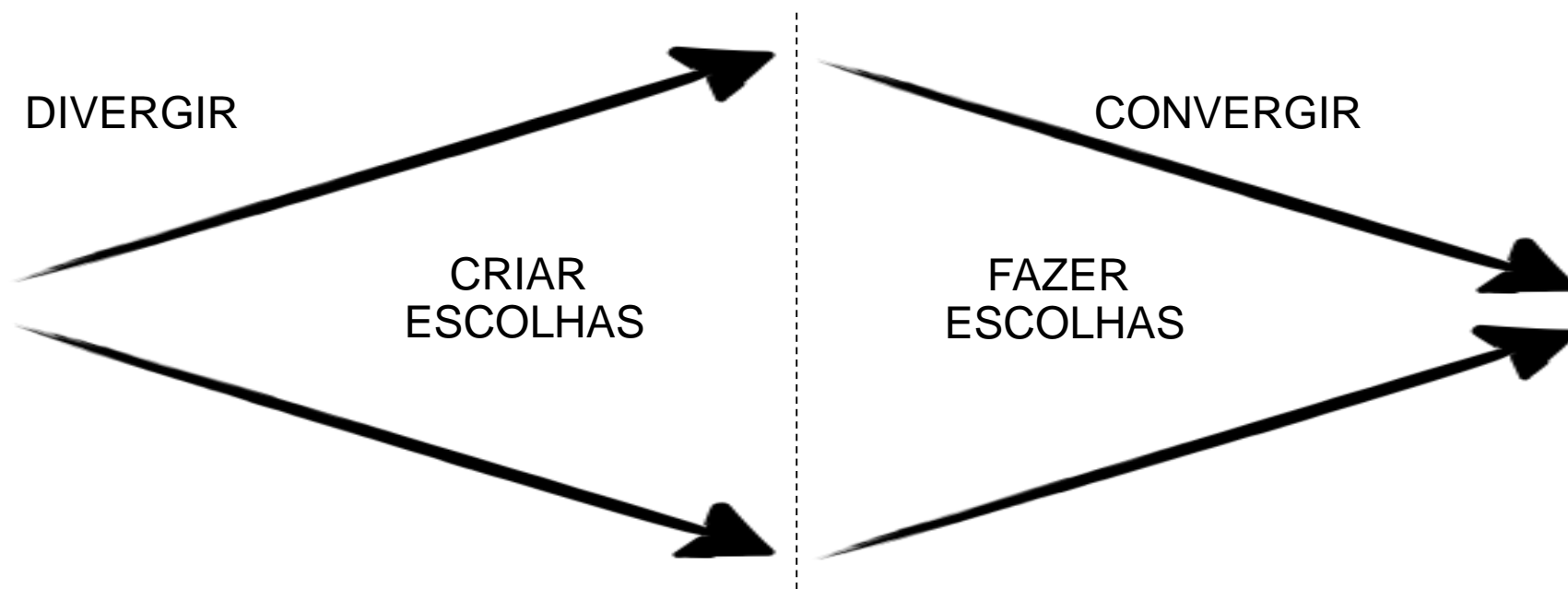
INCERTEZA / PADRÕES / INSIGHTS

CLAREZA / FOCO



# PERCORRER UM PROCESSO NÃO LINEAR

É necessário reconhecer as características de cada uma das etapas do processo de Desenho do Serviço e utilizar ferramentas adequadas a cada momento







- Ferramentas**
- 1. Design Briefing
  - 2. Personas
  - 3. Jornada de Cliente
  - 4. Mind Map
  - 5. "How Might We" Questions
  - 6. Brainstorming
  - 7. Business Model Canvas
  - 8. História e Experiência
  - 9. Canvas de Valor
  - 10. Canvas de Posicionamento



“Se você não  
é parte da  
solução, é  
parte do  
problema”



“Se você não  
é parte da  
solução, é  
parte do  
problema”

“Você só é  
parte da  
solução se  
fizer parte do  
problema”



**DESIGN  
DA EXPERIÊNCIA**





# SÃO NOS PONTOS DE CONTATO QUE A EXPERIÊNCIA SE MANIFESTA

Ir para busca | Ir para o menu | Ir para o conteúdo | Ir para rodapé

GOVERNO DE BRASÍLIA

31° ☀️ | 21 DE SETEMBRO

Fale com o governo

f t i y

GOVERNO DE BRASÍLIA

🔍 Digite aqui o que você procura

Sobre Brasília Sobre o Governo Serviços Programas

**NÚCLEO BANDEIRANTE** ↑

**O governo está chegando para ouvir você.**

**Roda de Conversa**

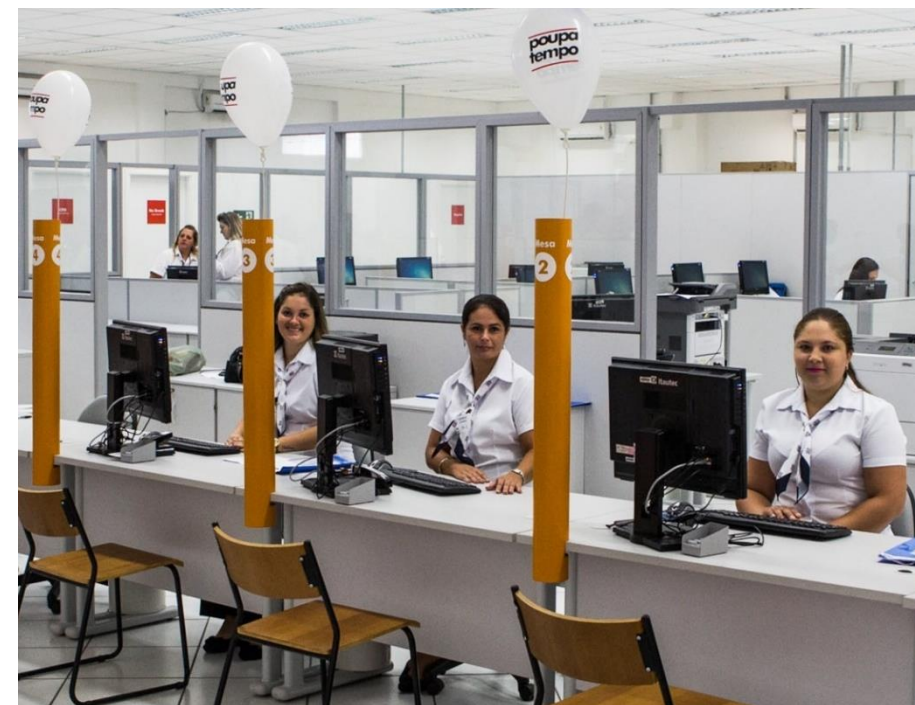
**22** DE SETEMBRO  
QUINTA-FEIRA

20h

SALÃO COMUNITÁRIO - PRAÇA CENTRAL  
3ª AVENIDA/AV. CONTORNO - AE 4  
(ENTRE O GINÁSIO DE ESPORTES E A FEIRA PERMANENTE)

INSCRIÇÃO PARA FALA A PARTIR DAS 19h.

GOVERNO DE BRASÍLIA



# EXPERIÊNCIAS DEVEM SER TANGIBILIZADAS



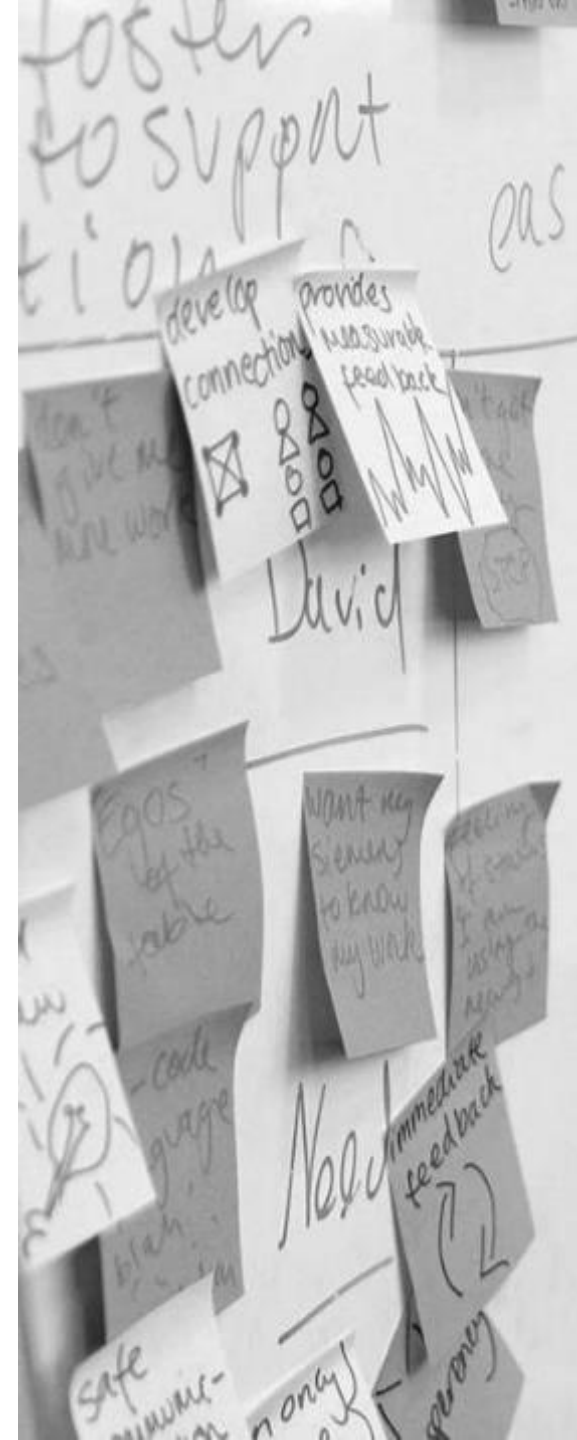
Como um hotel lembra ao cliente do trabalho da arrumadeira no banheiro



Mesmo com um processo de compra e entrega completamente automatizado, a Amazon usa a sua caixa para incluir um sorriso no atendimento ao cliente



Cartão de recompensas: relembra um relacionamento de longa data com a marca oferecendo descontos especiais





A person in a white t-shirt and plaid shorts is captured mid-air, jumping over a large rock in a rugged, mountainous landscape. The background shows rolling hills and mountains under a cloudy sky. The entire image is framed by a thin yellow border.

**ATIVIDADE 4: REALIZAR A CO-CONSTRUÇÃO  
E IDEAÇÃO DA JORNADA DO USUÁRIO**

ETAPAS  
**PRÉ-SERVIÇO**

ETAPAS  
**SERVIÇO**

ETAPAS  
**PÓS-SERVIÇO**

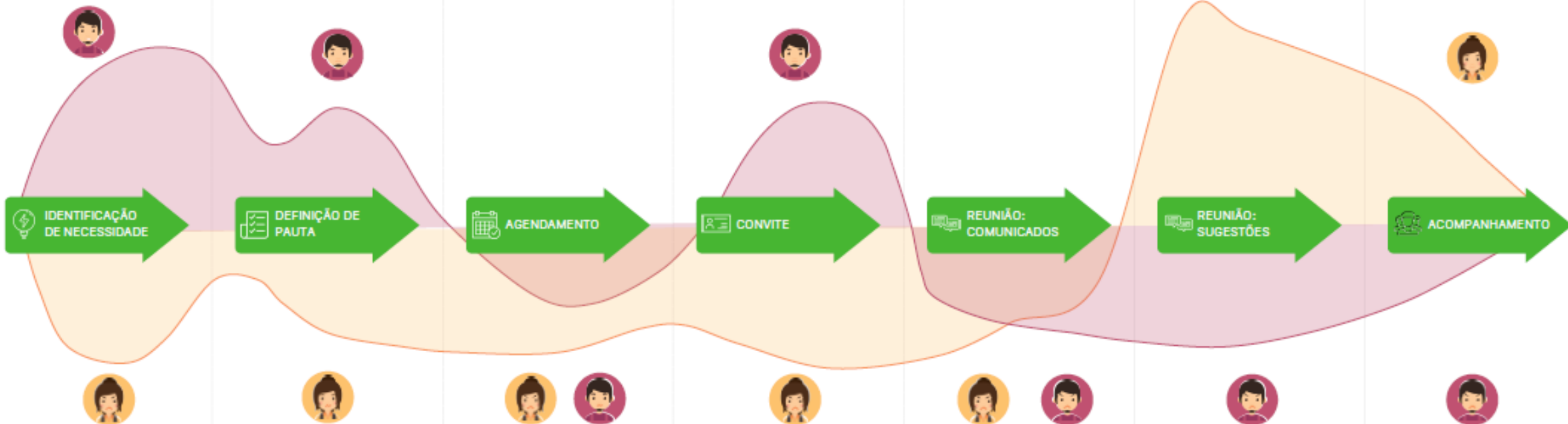
**Professor:**  
"As reuniões são feitas sempre no início do ano e assim que fechamos as notas dos bimestres".

**Professor:**  
"Nós temos que usar a reunião para conscientizar os familiares da importância de melhorar o comportamento das crianças".

**Professor:**  
"Os convites são enviados antes de 100% das reuniões, todos os pais sabem dela".

**Pais:**  
"A escola parece que não ouve o que a gente fala, já até desistir de sugerir qualquer coisa".

**Pais:**  
"Gostaria de ajudar, mas o dia é sempre corrido que não consigo me envolver em tudo".



**Pais:**  
"As reuniões ocorrem sempre um dia após recebermos o convite".

**Pais:**  
"A escola só sabe reclamar. A reunião é muito desgastante".

**Professor:**  
"A gente faz a reunião quando dá, tem que ser ainda no fim do bimestre, em geral a secretaria de educação que define a data".

**Pais:**  
"Sempre assino a agenda do meu filho confirmando recebimento, mas nem sempre consigo ir".

**Professor:**  
"A gente passa tudo que tem que passar para os pais que vem, o problema é que os que mais precisam sempre faltam".

**Professor:**  
"Os familiares dão sugestões que não condizem com a realidade, eles acham que temos recursos infinitos".

**Professor:**  
"Os pais reclamam na reunião, mas quando é para ajudar eles somem".

**Pais:**  
"Sexta-feira é o dia que eu tenho mais serviço (doméstica) e é exatamente quando marcam reuniões".

**Pais:**  
"Eles falam dos problemas dos nossos filhos, como se a gente tivesse que fazer o papel deles que é ensinar".



CAPÍTULO 9

# EXPERIMENTOS & APRENDIZADO

COMO HACKEAR A BUROCRACIA E  
IMPLANTAR AS SOLUÇÕES?



# JOSÉ SPARTA

Secretário de Educação



“

***There is a difference  
between knowing  
the path and walking  
the path”***

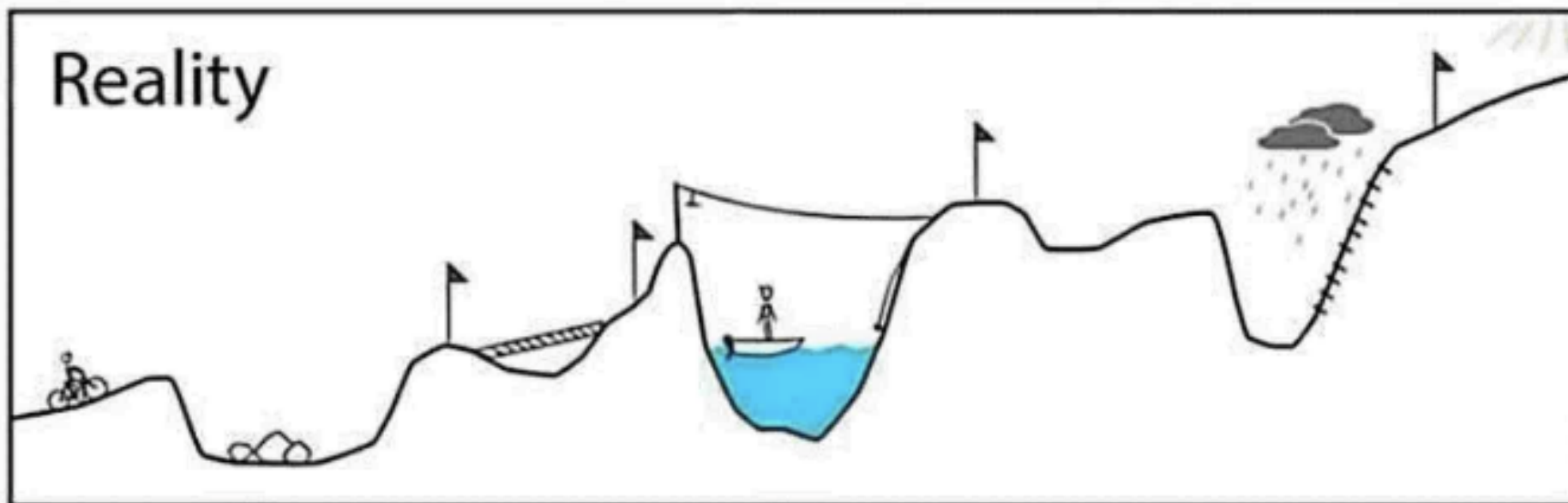
Morpheus, The Matrix



Your plan

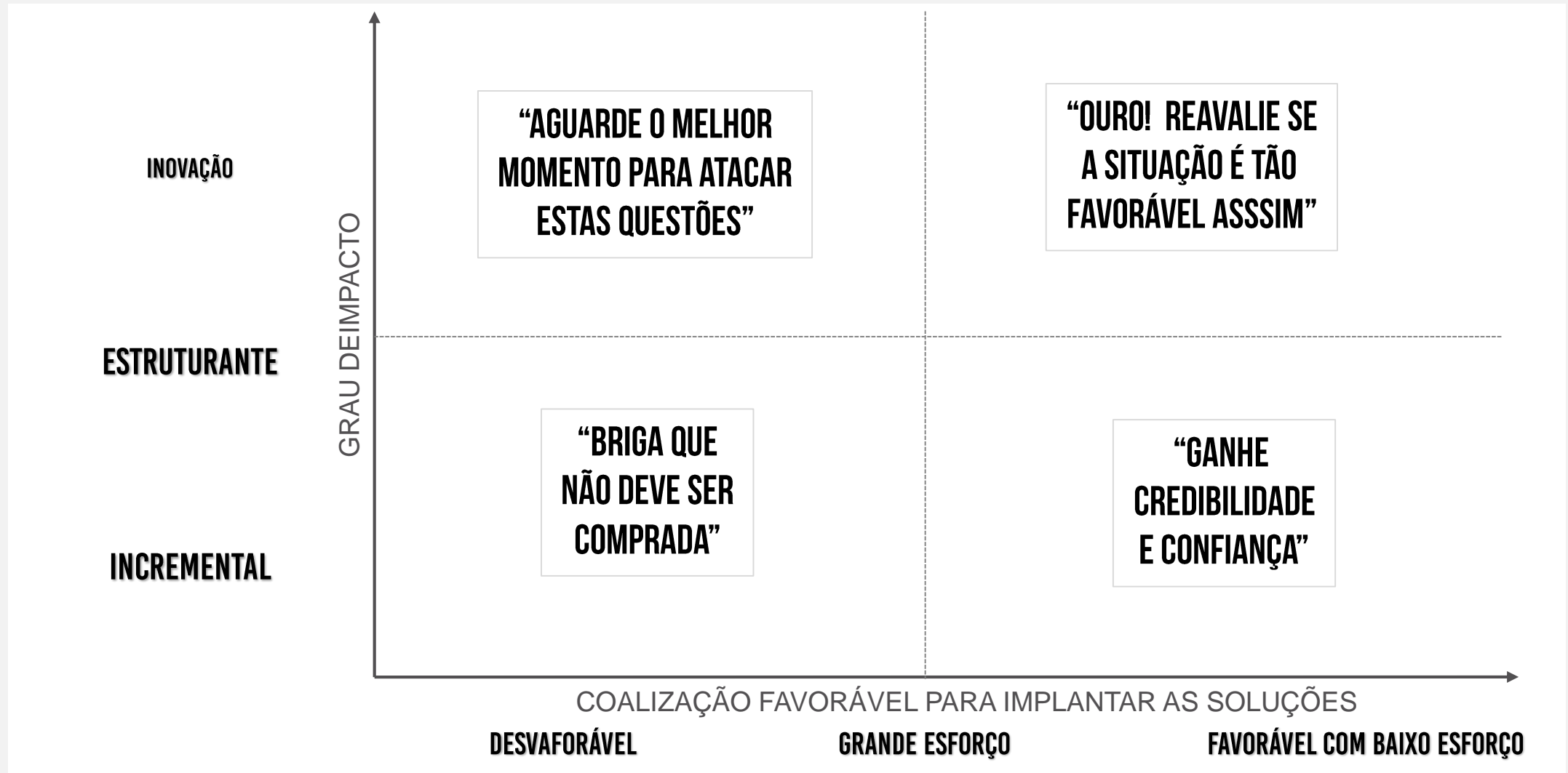


Reality



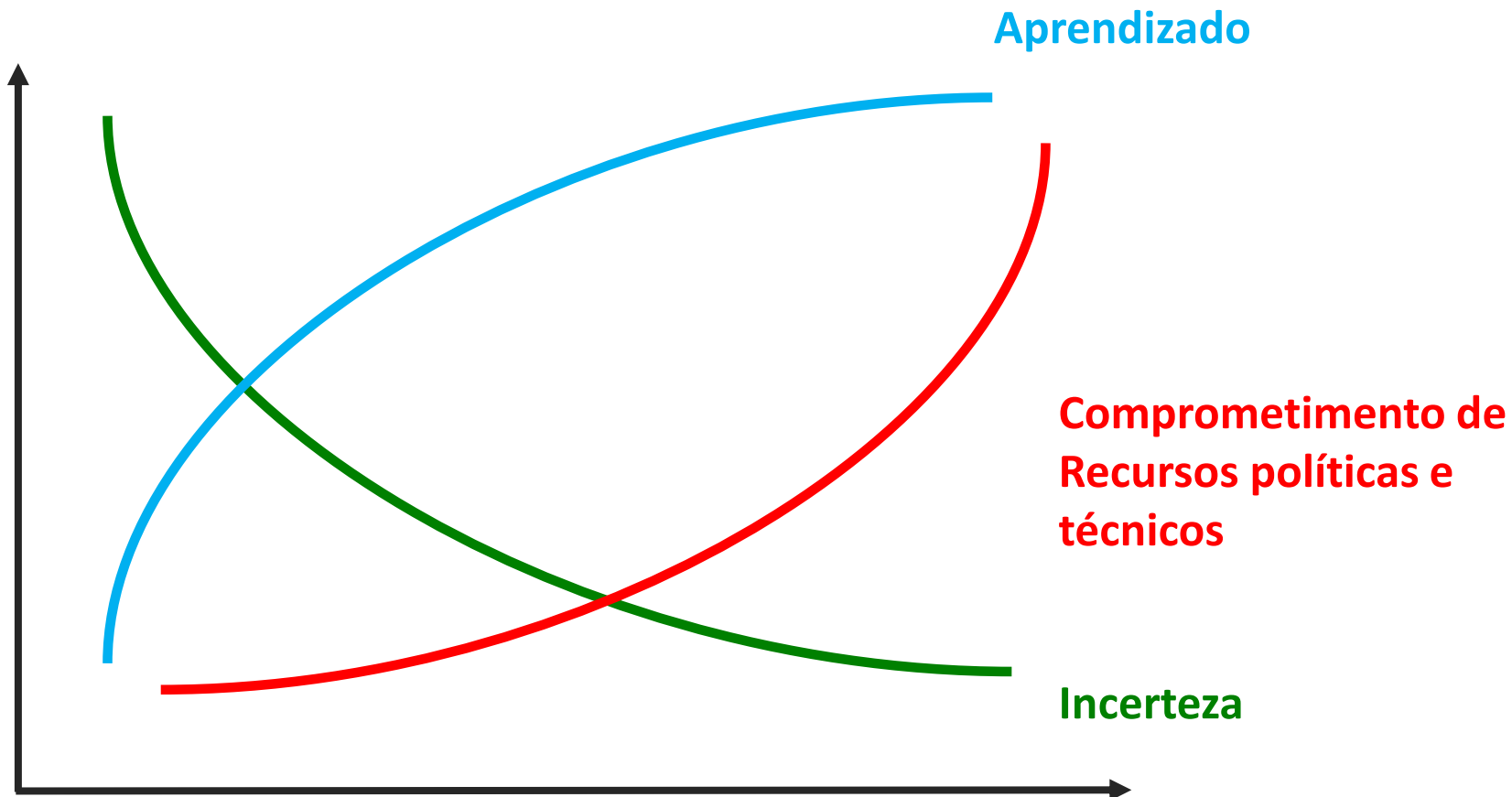


# A IDEIA DA JANELA DE OPORTUNIDADE



# LEARN TO BURN

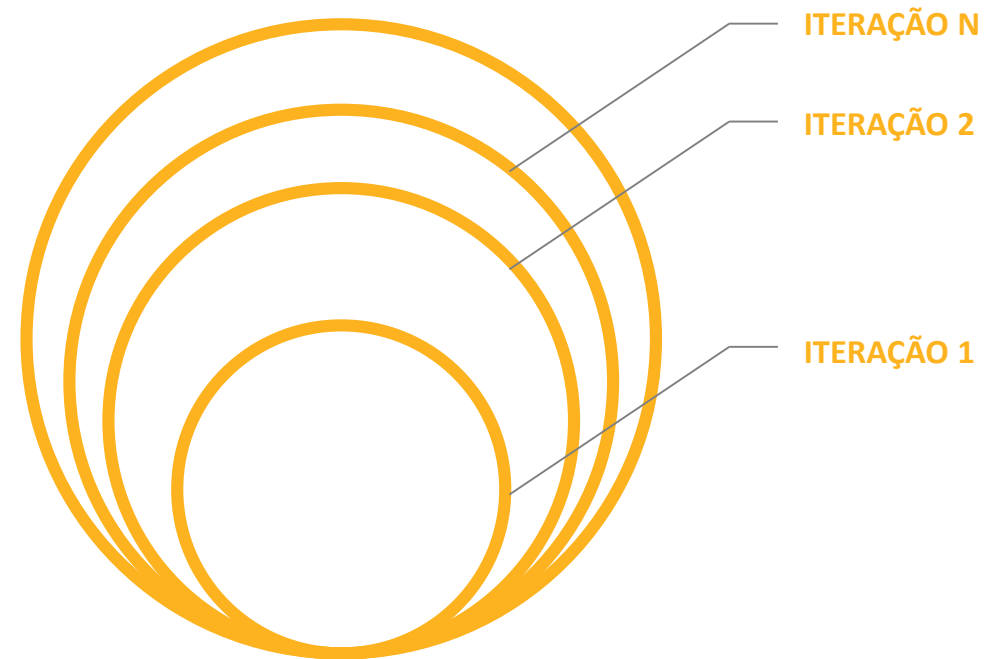
## APRENDER GASTANDO O MINIMO





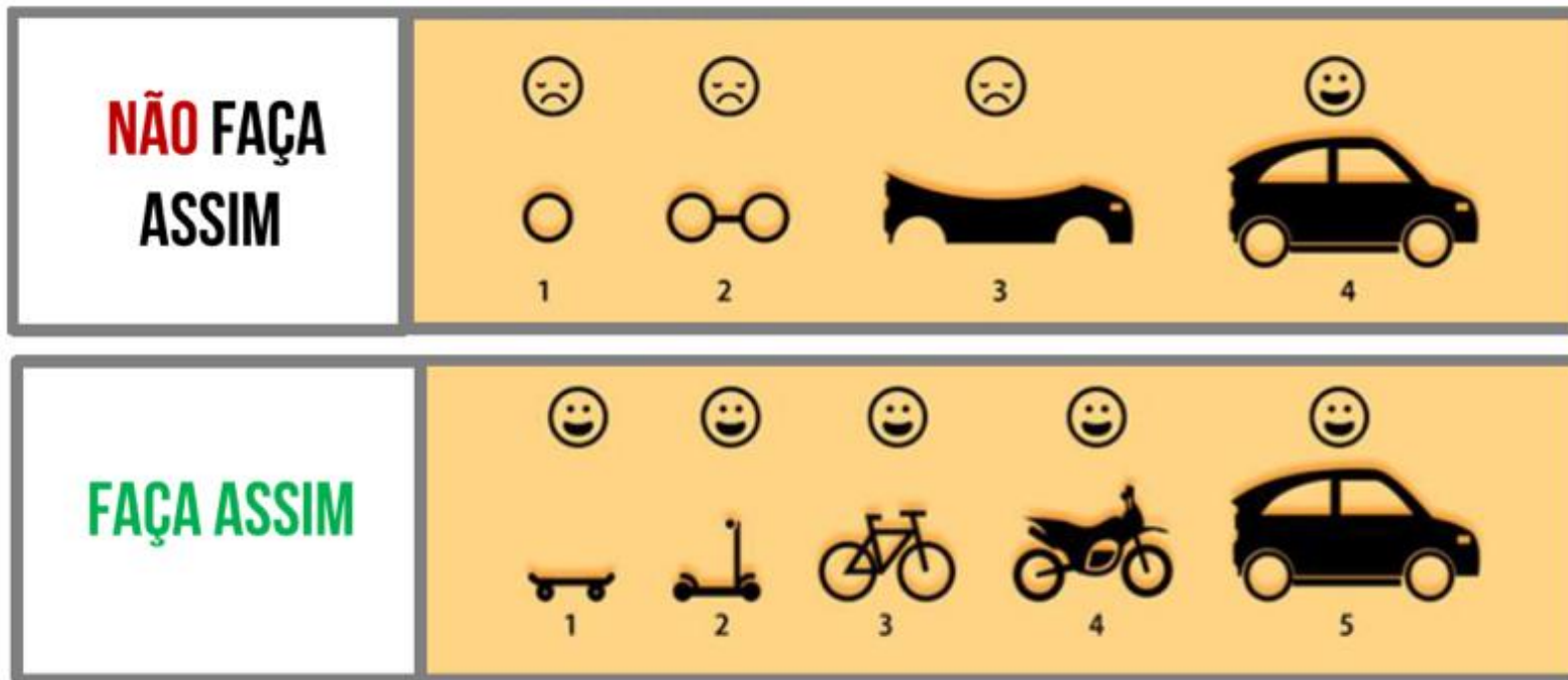
# CRIAR POR TER **ITERAÇÃO**

Coloque suas ideias em prática e utilize os feedbacks para refiná-las ou, até mesmo, mudar de direção





# AGILIDADE NA PRÁTICA



## Manifesto Ágil

- Entrega contínua
- Responder as mudanças
- Colaborar e aprender com a sociedade
- Indivíduos e interações

A black and white photograph of five business professionals (three women and two men) sitting around a table in a meeting. They are looking at documents and a smartphone on the table. The scene is dimly lit, with a yellow border around the image. The text 'INSIGHT 5: ERRAR RÁPIDO PARA APRENDER RÁPIDO' is overlaid in the bottom left corner.

# INSIGHT 5: ERRAR RÁPIDO PARA APRENDER RÁPIDO

# JOSÉ SPARTA

Secretário de Educação





# A TRILOGIA

EPISÓDIO 1

CHAMADO À  
AVENTURA

EPISÓDIO 2

O MUNDO  
ESPECIAL

EPISÓDIO 3

RETORNO AO  
TRABALHO DO  
DIA A DIA



EPISÓDIO 3

# RETORNO AO TRABALHO DO DIA A DIA

A black and white photograph of a hand holding a pen, writing on a document. The image is partially obscured by a dark vertical bar on the left side of the page.

CAPÍTULO 10

# O CAMINHO DE VOLTA

EPISÓDIO 3

# RETORNO AO TRABALHO DO DIA A DIA





# RELEMBRANDO O ATO 2

1

Construir o propósito comum do projeto

2

Engajar o governo e a sociedade no projeto

3

Encontrar a alavanca central

4

Realizar a co-construção e ideação da jornada do usuário

5

Errar rápido para aprender rápido



CAPÍTULO 11

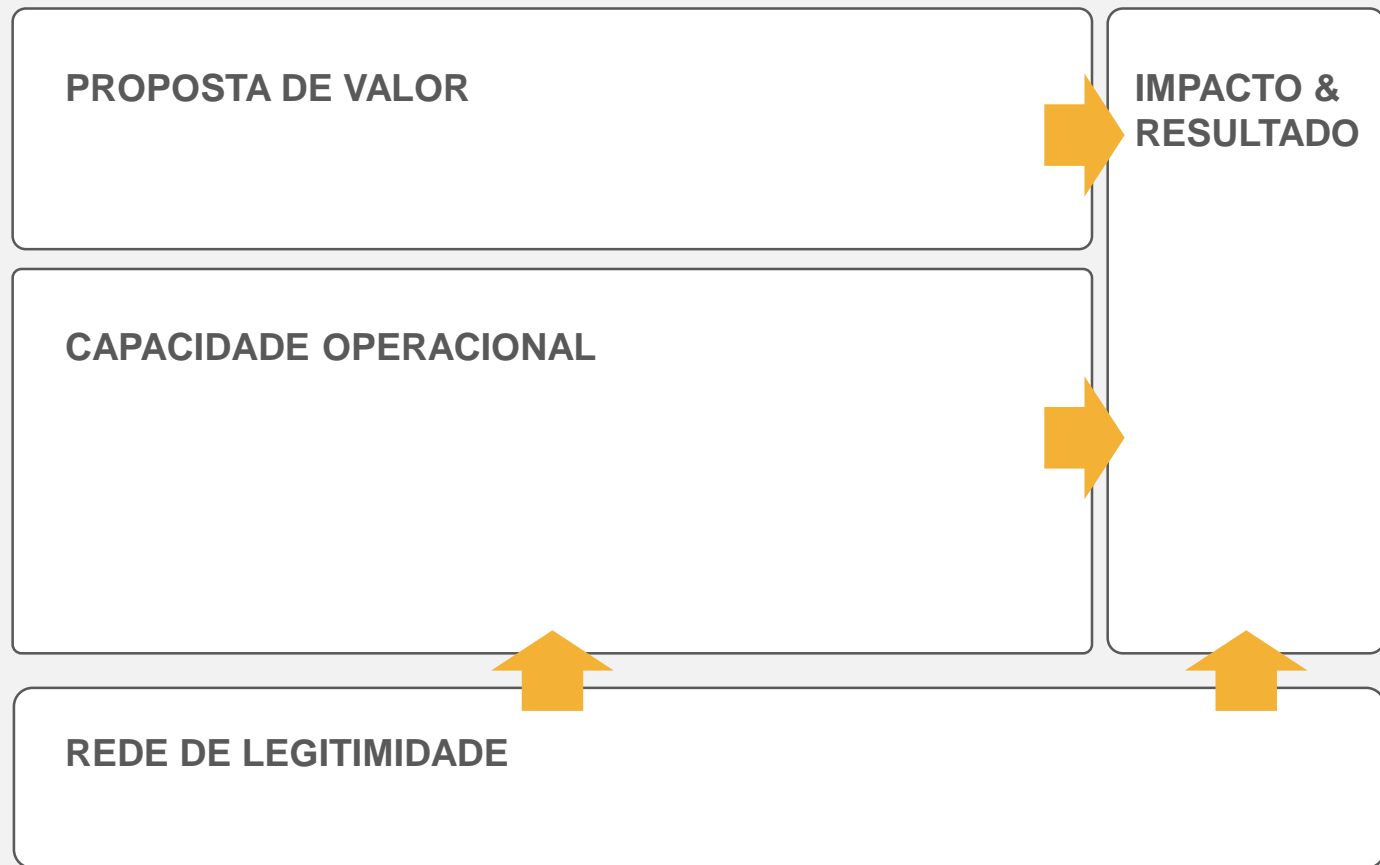
# RESSURREIÇÃO

EPISÓDIO 3

**RETORNO AO  
TRABALHO DO  
DIA A DIA**

# ENTENDENDO O MEU CHAMADO

Cada um irá construir seu  
próprio Canvas de Legado do  
seu Chamado







EPISÓDIO 3

# RETORNO AO TRABALHO DO DIA A DIA

CAPÍTULO 12

# RETORNO COM O ELIXIR



COMO SE  
**SENTEM QUANTO AO CHAMADO?**



COMO VOCÊ **IMAGINA**  
O BRASIL EM **2030?**

QUAL O **POTENCIAL**  
PARA O BRASIL EM **2030?**

TERRA DA  
CORRUPÇÃO

IGUAL AO QUE  
É HOJE !

UMA POTÊNCIA  
ECONÔMICA MUNDIAL E  
UMA GRANDE REFERÊNCIA EM  
DESENVOLVIMENTO SOCIAL





QUAL A NOSSA RESPONSABILIDADE  
**NO BRASIL DE 2030?**



KEVIN CARTER







*Be the change you  
want to see in the  
world”*

Mahatma Gandhi

