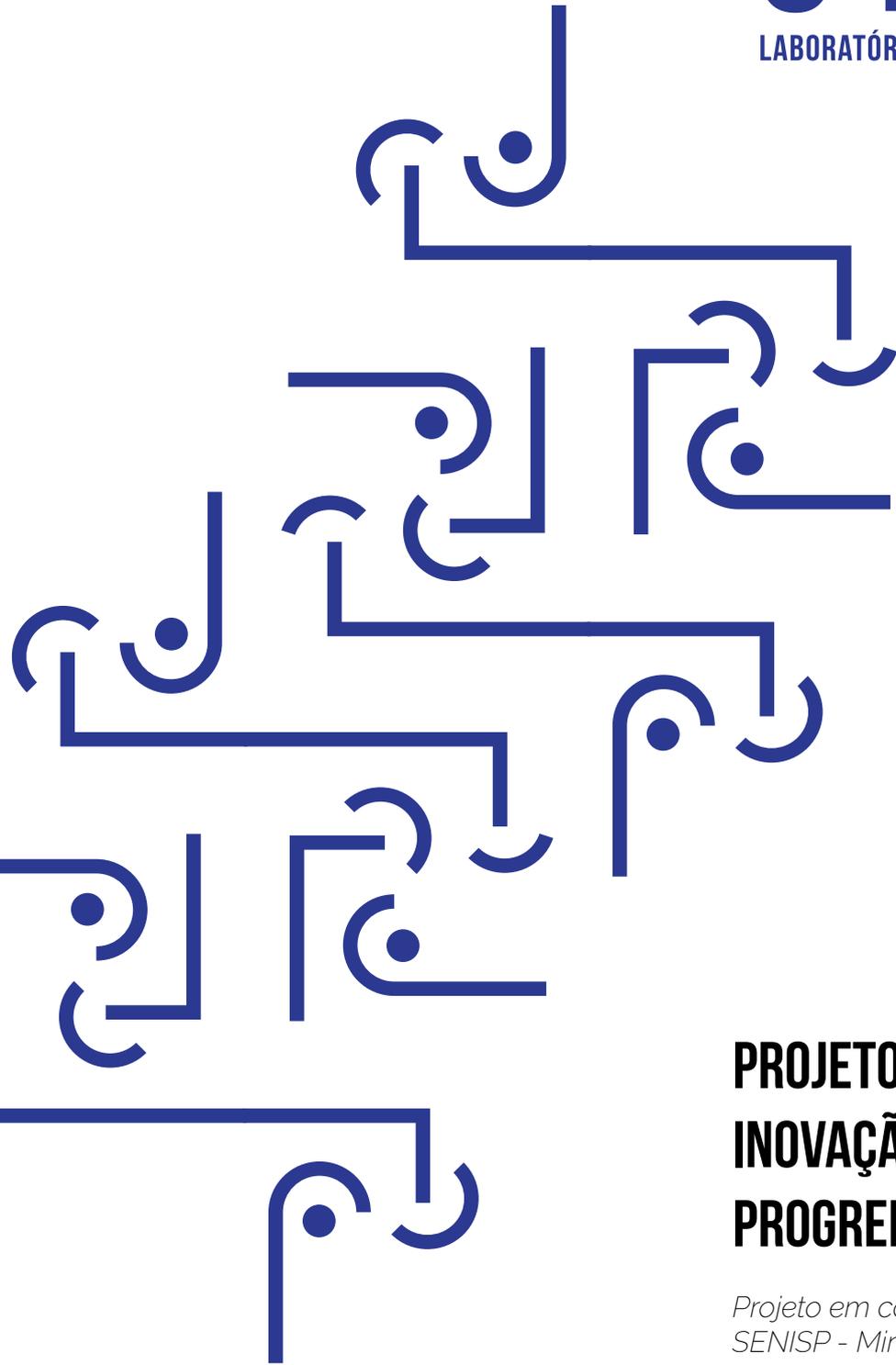


G'NOVA
LABORATÓRIO DE INOVAÇÃO EM GOVERNO



**PROJETO DE
INOVAÇÃO
PROGREDIR**

*Projeto em colaboração com a
SENISP - Ministério da Cidadania*

Brasília, Agosto de 2019

ESCOLA NACIONAL DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA – ENAP

Presidente

Diogo Godinho Ramos Costa

Diretor de Inovação e Gestão do Conhecimento

Guilherme Alberto de Almeida

Equipe GNova – Laboratório de Inovação em Governo

Marizaura Reis de Souza Camões – Coordenadora-Geral

Daniela Metello Gomes

Fernanda Machiaveli Mourão de Oliveira

Colaborador

Bruno Martins Rizardi

MINISTÉRIO DA CIDADANIA

Gustavo Segabinazzi Saldanha - Diretor de Inclusão Produtiva

Adriana Machado Brandão

Ana Lúcia Andrade

Carolina Fleury Curato

Caroline Miranda Sampaio

Cláudio Emanuel Machado Lage de Melo

Daniel Lima Kieling

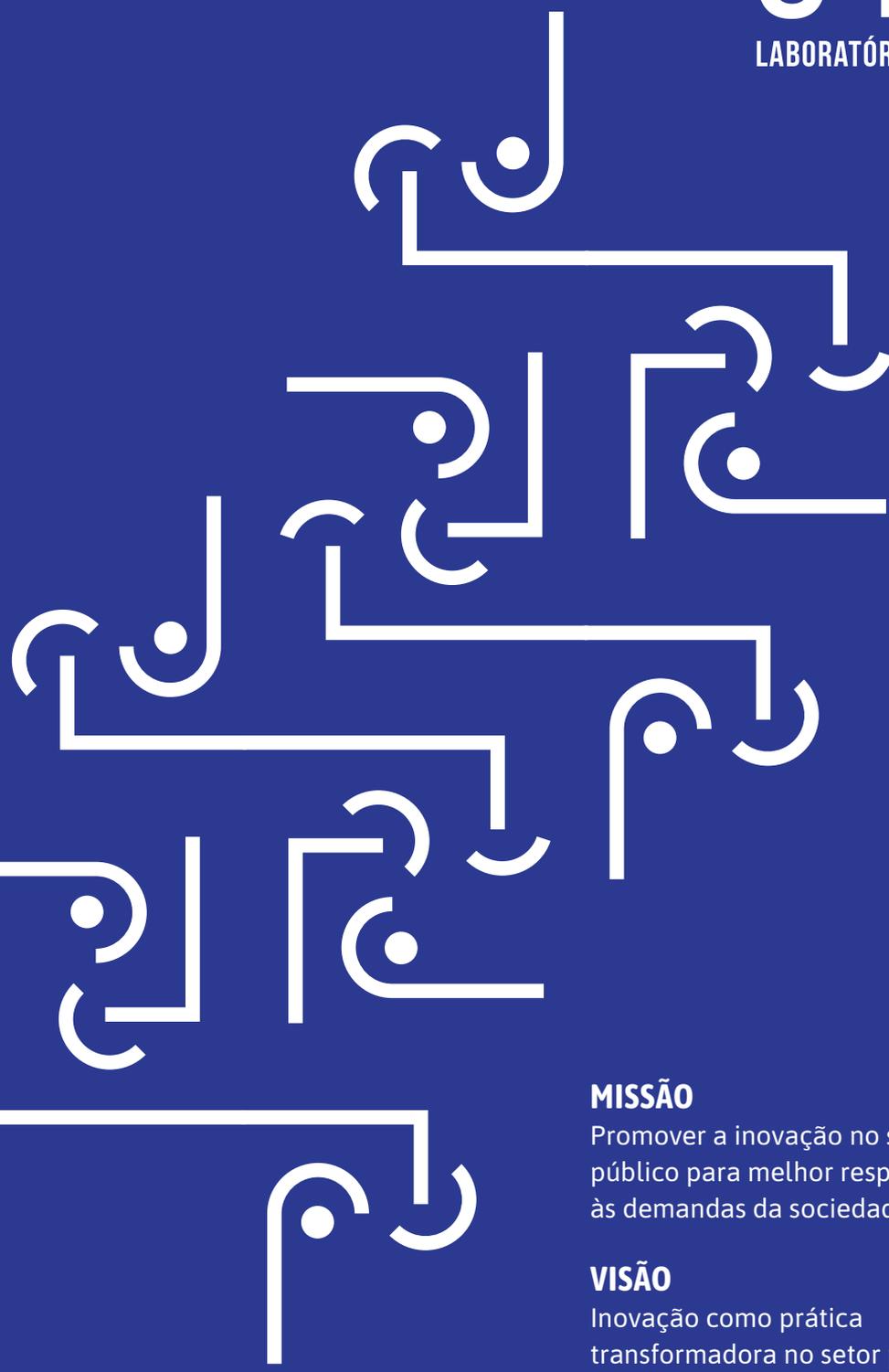
Eduardo Dalbosco

James Theodoro da Silva

Lara Montenegro de Araújo

G'NOVA

LABORATÓRIO DE INOVAÇÃO EM GOVERNO



MISSÃO

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

VISÃO

Inovação como prática transformadora no setor público.

VALORES

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

SUMÁRIO

5 1. DEMANDA APRESENTADA

6 2. TRABALHO DESENVOLVIDO

- 6 2.1 IMERSÃO
- 8 2.2 PESQUISA DE CAMPO
- 10 2.3 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA
- 11 2.4 IDEAÇÃO E PROTOTIPAGEM
- 13 2.5 TESTE
- 14 2.6 AVALIAÇÃO FINAL

15 3. RESULTADOS

- 15 3.1 MAPEAMENTO DE CONHECIMENTO E DE ATORES
- 15 3.2 ROTEIRO DE ENTREVISTAS
- 16 3.3 INSIGHTS E PERSONAS
- 16 3.4 DESAFIO DE DESIGN
- 17 3.5 CONCEITOS DE SOLUÇÃO
- 17 3.6 SOLUÇÃO PROTIPADA E TESTADA
- 17 3.7 TEORIA DA MUDANÇA

18 4. APRENDIZADOS

19 5. ANEXOS

- 19 5.1 OFICINA DE DEFINIÇÃO DE PESQUISA DE CAMPO
- 51 5.2 ORIENTAÇÃO DA PESQUISA DE CAMPO
- 88 5.3 OFICINA DE CONSOLIDAÇÃO DOS RESULTADOS DA PESQUISA
- 121 5.4 OFICINA DE PRIORIZAÇÃO
- 138 5.5 OFICINA DE COCRIAÇÃO
- 149 5.6 OFICINA DE EVIDÊNCIAS
- 156 5.7 OFICINA DE CONCEITUAÇÃO
- 162 5.8 OFICINA DE PREPARAÇÃO DO TESTE
- 173 5.9 OFICINA DE MODELO LÓGICO
- 223 5.10 APRESENTAÇÃO FINAL

1. DEMANDA APRESENTADA

O trabalho desenvolvido com a Diretoria de Inclusão Produtiva (SENISP/Cidadania) partiu de uma demanda relativa ao Progredir, um plano de ações do governo federal para gerar emprego e renda e promover a autonomia das pessoas inscritas no Cadastro Único. Este plano é executado por meio de uma plataforma digital, cujo acesso é restrito a usuários do Cadastro Único. A Diretoria apresentou à equipe do GNova dificuldades com a efetividade da plataforma, demonstrando uma necessidade de se inovar para que o Plano pudesse alcançar seus resultados. Desta forma, iniciou-se o Projeto de Inovação Progredir.

2. TRABALHO DESENVOLVIDO

O trabalho desenvolvido para o Projeto Progredir corresponde às etapas do Design Thinking. Para a primeira fase, foi feito o “primeiro diamante”, correspondendo à Imersão, Pesquisa de Campo e Definição do Problema. Esta fase foi realizada ao total de quatro oficinas e visitas a campo, executada pela equipe do Ministério da Cidadania e facilitada pela equipe do Gnova e facilitador contratado.

2.1 Imersão

Os trabalhos se iniciaram com a imersão, um momento de mapeamento de suposições e definição do objeto de pesquisa para o campo. Este momento tem como objetivo delimitar o escopo de pesquisa do design etnográfico.

2.1.1 Definição da pesquisa de campo

A oficina de definição da pesquisa de campo teve como objetivo mapear as suposições, certezas e dúvidas da equipe quanto à demanda apresentada, focando-se em mapear os conhecimentos e suas lacunas, assim gerando um objeto de pesquisa para elaboração de um roteiro de entrevista. A oficina iniciou-se com a apresentação das atividades do dia, seguidas pelo trabalho individual de cada participan-

te em descrever suas certezas, suposições e dúvidas quanto aos problemas identificados enquanto demandas. A partir disso, essas informações foram colocadas à vista e organizados em grupos temáticos. Estes grupos foram pareados com atores que poderiam ser fonte de informações. Em um segundo momento, prepararam-se roteiros de entrevistas, seguindo quatro etapas determinadas pelo método de design etnográfico. A equipe desenvolveu alguns roteiros e estes foram consolidados e deram origem ao roteiro final, utilizado na etapa de pesquisa de campo.



DATA

23/04/2019

OBJETIVO

DEFINIÇÃO DO OBJETO DE PESQUISA DO CAMPO

EQUIPE GNOVA

DANIELA GOMES METELLO, FERNANDA MACHIAVELI

EQUIPE MINISTÉRIO DA CIDADANIA

ADRIANA BRANDÃO, ANA LÚCIA ANDRADE,
CAROLINE SAMPAIO, CLÁUDIO MACHADO, GUSTAVO
SALDANHA, LARA ARAÚJO, CAROLINA FLEURY

2.2 Pesquisa de Campo

A pesquisa de campo é uma etapa de entrevista com o público-alvo do projeto. Esse momento é necessário para se entender com profundidade e empatia as pessoas que serão afetadas com o resultado do projeto. Para esta etapa, o foco é em realizar entrevistas em profundidade, priorizando-se a qualidade de entrevistas sobre a quantidade.

2.2.1 Orientação da pesquisa de campo

Foram realizadas quatro viagens a campo para o projeto: Salvador (BA), Boa Vista (RR), São Paulo (SP) e Distrito Federal, acompanhadas por diversos membros da equipe do GNova. Em São Paulo, o acompanhamento se deu pelo facilitador contratado. Foram realizadas 14 entrevistas na cidade, em visitas aos CRAS da Sé, de Itaquera e da Mooca, à Agência do Trabalhador Central, ao Projeto Dom Bosco, às Secretarias Municipais do Desenvolvimento e Trabalho e de Desenvolvimento Social, à Rua 25 de Março e à Subprefeitura de Casa Verde.

DATA

12/05/2019 A 17/05/2019

OBJETIVO

ORIENTAR OS PARTICIPANTES SOBRE PROCEDIMENTOS DE DESIGN ETNOGRÁFICO

EQUIPE MINISTÉRIO DA CIDADANIA

ADRIANA BRANDÃO

CAROLINE MIRANDA SAMPAIO

DANIEL LIMA KIELING

EDUARDO DALBOSCO

GUSTAVO SEGABINAZZI SALDANHA

LARA MONTENEGRO DE ARAÚJO



2.2.2 Consolidação dos resultados da pesquisa

A oficina de consolidação dos resultados tem como objetivo sistematizar e entender as informações levantadas em campo. A oficina iniciou-se com o compartilhamento dos participantes sobre a experiência em campo. Em seguida, cada grupo levantou os três aprendizados mais interessantes de cada entrevista, compartilhando e colocando-os no painel em rodas de fala. A partir disso, o grupo foi convidado a criar grupos temáticos com os aprendizados, realocando e aproximando-os conforme temas que surgiam no processo de agrupamento. A partir destes temas, dividiram-se os participantes em grupos temáticos, responsáveis por consolidar os temas e aprendizados em insights. Seguiram-se as atividades com a elaboração de personas de acordo com os maiores perfis encontrados em campo. Foram construídos quatro personas e seus respectivos mapas de empatia, compartilhados com todo o grupo.



DATA

29/05/2019 E 30/05/2019

OBJETIVO

DISCUTIR RESULTADOS DA PESQUISA E GERAR INSIGHTS

EQUIPE GNOVA

DANIELA GOMES METELLO

EQUIPE MINISTÉRIO DA CIDADANIA

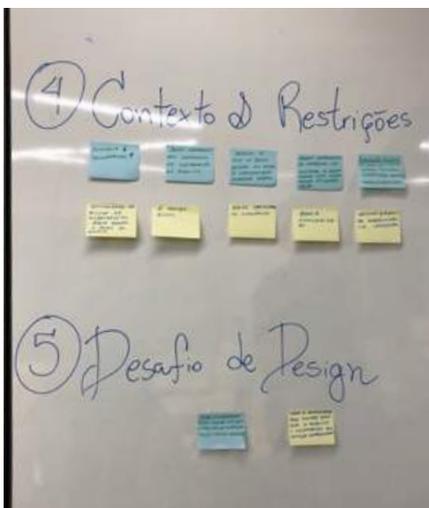
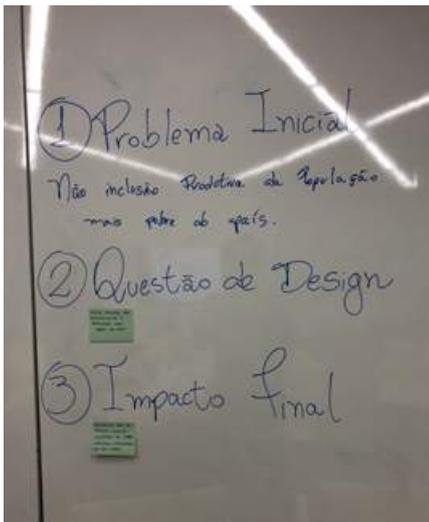
ADRIANA BRANDÃO, CAROLINE SAMPAIO, CLÁUDIO MACHADO, EDUARDO DALBOSCO, GUSTAVO SALDANHA, JAMES THEODORO, LARA ARAÚJO

2.3 Definição do Problema

A definição do problema é uma etapa em que a equipe acessa seus aprendizados e reorganiza o problema, para que o projeto tenha um desafio de design - um problema específico o suficiente para que seja passível de ação e abrangente o suficiente para que haja espaço para soluções inovadoras.

2.3.1 Oficina de priorização

A oficina de priorização tem por objetivo assimilar os insights gerados pela equipe para que se priorize um problema, definindo a estratégia de ação para as próximas etapas do projeto. Esta oficina se iniciou com a exposição dos insights do projeto para todos e entrega de materiais produzidos pela equipe. Após isso, foram recuperados os problemas iniciais que a equipe trouxe como demanda e os insights foram utilizados para entender as causas destas questões. O próximo passo foi a utilização da ferramenta "ponto de vista" em dois grupos, com a redefinição do problema e posterior discussão com o grupo todo para escolha do desafio de design.



DATA

11/06/2019

OBJETIVO

DEFINIR O DESAFIO DE DESIGN

EQUIPE GNOVA

DANIELA GOMES METELLO

EQUIPE MINISTÉRIO DA CIDADANIA

ADRIANA BRANDÃO, CAROLINE SAMPAIO, CLÁUDIO DE MELO, DANIEL KIELING, EDUARDO DALBOSCO, GUSTAVO SALDANHA, JAMES THEODORO, LARA ARAÚJO

2.4 Ideação e Prototipagem

A fase de ideação é o momento no qual se inicia o segundo diamante do design thinking, com o pensamento divergente, criando-se alternativas de solução para o desafio escolhido na oficina de priorização. Essa fase exige uma ampliação de repertório, trocas entre os participantes e exercício da mentalidade de colaboração.

2.4.1 Oficina de cocriação

A oficina de cocriação é a fase em que os atores trabalham com ferramentas criativas em conjunto com a equipe do projeto. Para essa oficina, foram convidados mais de 20 atores externos à equipe do projeto. Esses atores trabalharam de forma colaborativa na construção de possibilidades para o enfrentamento do desafio de design colocado pela equipe. Após uma apresentação dos resultados do entendimento e observação, formaram-se mesas de consultas dos especialistas, enquanto a equipe do projeto passava por cada mesa e investigava um tema estabelecido em sorteio. Após essa dinâmica, formaram-se mesas temáticas para a solução do problema conforme os eixos destacados (trabalho, educação e empreendedorismo).



DATA

25/06/2019

OBJETIVO

COCRIAR SOLUÇÕES

EQUIPE GNOVA

DANIELA GOMES METELLO JOÃO SIGORA, JOSELENE LEMOS

EQUIPE MINISTÉRIO DA CIDADANIA

ADRIANA BRANDÃO, CAROLINE SAMPAIO, CLÁUDIO DE MELO, DANIEL KIELING, EDUARDO DALBOSCO, GUSTAVO SALDANHA, JAMES THEODORO, LARA ARAÚJO



2.4.2 Oficina de evidências

A oficina de evidências foi idealizada para estimular o uso de evidências e de revisões de literatura sobre as intervenções do tema de inclusão produtiva. A partir de uma apresentação sobre as evidências no tema, os participantes trabalharam em matrizes de mash-up, misturando ideias a evidências e criando soluções mais complexas a partir de cruzamentos. Depois disso, foram analisadas as melhores ideias a partir de um gráfico de priorização para o desenvolvimento dos conceitos.

DATA

26/06/2019

OBJETIVO

CRIAR COM BASE EM EVIDÊNCIAS

EQUIPE GNOVA

DANIELA GOMES METELLO

EQUIPE MINISTÉRIO DA CIDADANIA

ADRIANA BRANDÃO, CAROLINE SAMPAIO, CLÁUDIO DE MELO, DANIEL KIELING, EDUARDO DALBOSCO, GUSTAVO SALDANHA, JAMES THEODORO, LARA ARAÚJO

2.4.3 Oficina de conceituação

A oficina de conceituação tem por objetivo aprofundar as ideias selecionadas e organizá-las para que se tornem mais concretas e agreguem mais conteúdo. Essa oficina se deu a partir da aplicação de canvas de valor e, após essa atividade, os participantes prepararam pitches de suas soluções aos tomadores de decisão, colocando suas ideias a prova de uma banca de gestores e autoridades.

DATA

27/06/2019

OBJETIVO

DEFINIR E APRESENTAR CONCEITOS DE PROJETOS

EQUIPE GNOVA

DANIELA GOMES METELLO

EQUIPE MINISTÉRIO DA CIDADANIA

ADRIANA BRANDÃO, CAROLINE SAMPAIO, CLÁUDIO DE MELO, DANIEL KIELING, EDUARDO DALBOSCO, GUSTAVO SALDANHA, JAMES THEODORO, LARA ARAÚJO



2.5 Teste

O teste é a fase em que as soluções são colocadas à prova para se confirmar ou refutar hipóteses a respeito de seu funcionamento quando em contato com a realidade. A intenção do teste é falhar pequeno e rápido, permitindo que ajustes sejam feitos anteriormente à implementação de uma solução, produzindo aprendizagem para a equipe que desenvolve o projeto e colaborando para a construção de soluções efetivas.

2.5.1 Oficina de preparação do teste

A oficina de preparação do teste foi realizada com a equipe a partir da solução que teve maior aderência juntamente aos tomadores de decisão. Essa solução foi desenvolvida em ferramentas mais complexas, a fim de desenvolver sua profundidade e permitir que se tangibilize as hipóteses elaboradas pela equipe, habilitando assim um teste da solução. A partir do desenvolvimento desta solução, orientou-se a equipe do projeto a conduzir oficinas de teste para a validação de seu protótipo



DATA

23/07/2019 E 30/07/2019

OBJETIVO

PREPARAR EQUIPE PARA TESTES DE PROTÓTIPO

EQUIPE GNOVA

DANIELA GOMES METELLO

EQUIPE MINISTÉRIO DA CIDADANIA

ADRIANA BRANDÃO, CAROLINE SAMPAIO, CLÁUDIO DE MELO, EDUARDO DALBOSCO, GUSTAVO SALDANHA, JAMES THEODORO

DATA

06/08/2019

OBJETIVO

PREPARAR MODELO LÓGICO

EQUIPE GNOVA

JOSELENE LEMOS

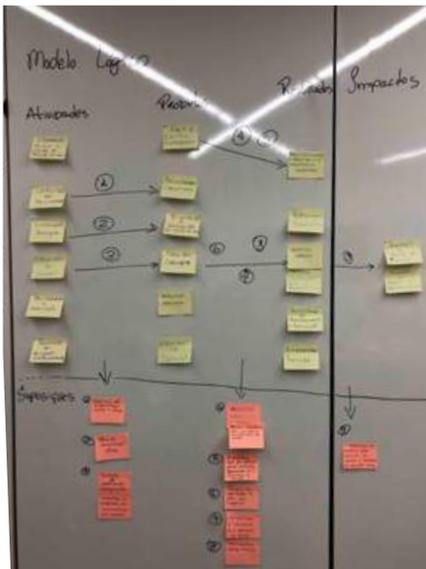
DANIELA GOMES METELLO

EQUIPE MINISTÉRIO DA CIDADANIA

ADRIANA BRANDÃO, CAROLINE SAMPAIO, CLÁUDIO DE MELO, EDUARDO DALBOSCO, GUSTAVO SALDANHA, JAMES THEODORO

2.5.2 Oficina de Modelos Lógicos

A oficina de modelos lógicos tem por objetivo concretizar as soluções testadas em modelos de teoria da mudança. Esse modelo é uma forma de mostrar sinteticamente do problema à solução de uma situação, a partir de uma lógica de mudança. Essa oficina foi realizada definindo-se o problema que estava sendo enfrentado, elaborando-se uma intervenção a partir do teste realizado e visualizando-se os resultados e impactos esperados da implementação dessa solução. Ao final, foi sintetizado em um quadro lógico com suposições, público-alvo e causas implícitas do problema.



2.6 Avaliação Final

A avaliação final é a apresentação dos resultados desenvolvidos nas oficinas do projeto, juntamente à equipe. Essa oficina demarca o final do projeto.

2.6.1 Apresentação Final

Nesta oficina, foram apresentados todos os materiais desenvolvidos ao longo do projeto, coletando-se feedbacks para aprendizados e melhorias em próximos projetos.

DATA

13/08/2019

OBJETIVO

FINALIZAR O PROJETO

EQUIPE GNOVA

JOSELENE LEMOS

EQUIPE MINISTÉRIO DA CIDADANIA

ADRIANA BRANDÃO, CAROLINE SAMPAIO, CLÁUDIO DE MELO, EDUARDO DALBOSCO, GUSTAVO SALDANHA, JAMES THEODORO



3. RESULTADOS

3.1 Mapeamento de conhecimento e de atores

O mapeamento de conhecimento mostrou algumas certezas, dúvidas e suposições importantes e fundamentais para entendimento profundo do problema por parte da equipe. Foi verificada a necessidade de se entrevistar atores institucionais, processo realizado em campo por equipes no Distrito Federal. Esta etapa resultou em dez temas de interesse para a pesquisa: economia, mobilização e parceiros, usabilidade da ferramenta, comportamento, acesso a serviços, desenho da política pública, educação e qualificação, acesso à internet, família e gênero e divulgação.

3.2 Roteiro de Entrevistas

Os roteiros das entrevistas do público-alvo foram elaborados em quatro etapas maiores: criar conexão, introduzir o assunto, buscar histórias e explorar emoções e opiniões. Os assuntos do roteiro compreenderam os seguintes temas: busca por trabalho, empreendedorismo, estudos e plataforma progredir e teste. Ao total, o roteiro continha 41 perguntas. O trabalho em campo resultou em 50 entrevistas, totalizando aproximadamente 42 horas de entrevistas

(considerando que a média de tempo de entrevista é 50 minutos).

3.3 Insights e Personas

A geração de insights produziu muitos resultados, que foram trabalhados até se tornarem agregações mais concisas. A visualização dos insights se deu de diversas formas: (1) Mapa completo, (2) Por temas, (3) Mapa de conexões e (4) por Personas. As personas foram resultados de um trabalho sobre padrões comportamentais e sociodemográficos encontrados em campo. Encontraram-se quatro grandes públicos: mães do bolsa, geração mais velha do cadastro único, filhos do bolsa e novas mães do bolsa. Cada um destes públicos agrega comportamentos distintos, importantes para a focalização do projeto.

3.4 Desafio de Design

O desafio de design selecionado foi "Como podemos promover a inclusão produtiva aproveitando os potenciais do território para gerar autonomia socioeconômica para a população de baixa renda?". Este desafio, sendo amplo, direcionou o projeto a uma abordagem sistêmica, refletido nas etapas seguintes do projeto.

3.5 Conceitos de Solução

Foram desenvolvidos 4 conceitos de solução para o desafio definido pela equipe. Ainda que apenas um tenha seguido o seu caminho no projeto, os demais geraram insumos para a equipe tomar outras ações. Há, ainda, uma visão de se desenvolver as quatro frentes pela equipe do Ministério da Cidadania.

3.6 Solução Protipada e Testada

A solução desenvolvida gerou grande aprendizagem ao time, que a elaborou em níveis de detalhamento bastante profundos, um exercício importante para o entendimento e implementação de uma política pública. Esse produto está em mãos da equipe do ministério e deverá gerar ações para a implementação de políticas de inclusão produtiva.

3.7 Teoria da Mudança

A teoria da mudança é uma ótima ferramenta para se visualizar uma política pública. Essa ferramenta permite que equipes se comuniquem de forma assertiva e consigam compartilhar um entendimento único a respeito de uma intervenção.

4. APRENDIZADOS

Um grande aprendizado deste projeto é a atuação diferenciada devido ao tamanho de seu escopo: ele se define a partir de uma política nacional. Isso, na prática, significou um campo amplo, colocando o objeto de pesquisa como o contexto das pessoas de baixa renda no país. A partir dos resultados dessa ampla pesquisa, entendeu-se a diversidade do mundo que se tratava o projeto, com um espectro de oportunidades de atuação e de limitações para a solução que gerou a demanda. A redefinição do problema apontou que o projeto teria um foco de política pública, direcionando os trabalhos para uma atuação sistêmica e com necessidade de interação com diversos atores para o desenvolvimento de soluções deste nível de complexidade.

Ainda, a equipe apontou que uma das possíveis melhorias para próximos projetos seria o desenvolvimento de mais de uma linha de solução, aprofundando-se em outras ideias e conceitos surgidos durante o projeto que foram despriorizados ao longo do processo. Também percebeu-se a necessidade de se acompanhar os projetos após a entrega dos resultados finais, em algum formato de mentoria ou incubação.

5. ANEXOS

5.1 Oficina de Definição de Pesquisa de campo

Data

23/04/2019

Objetivo

Definição do objeto de pesquisa do campo

Equipe GNova

Daniela Gomes Metello, Fernanda Machiaveli

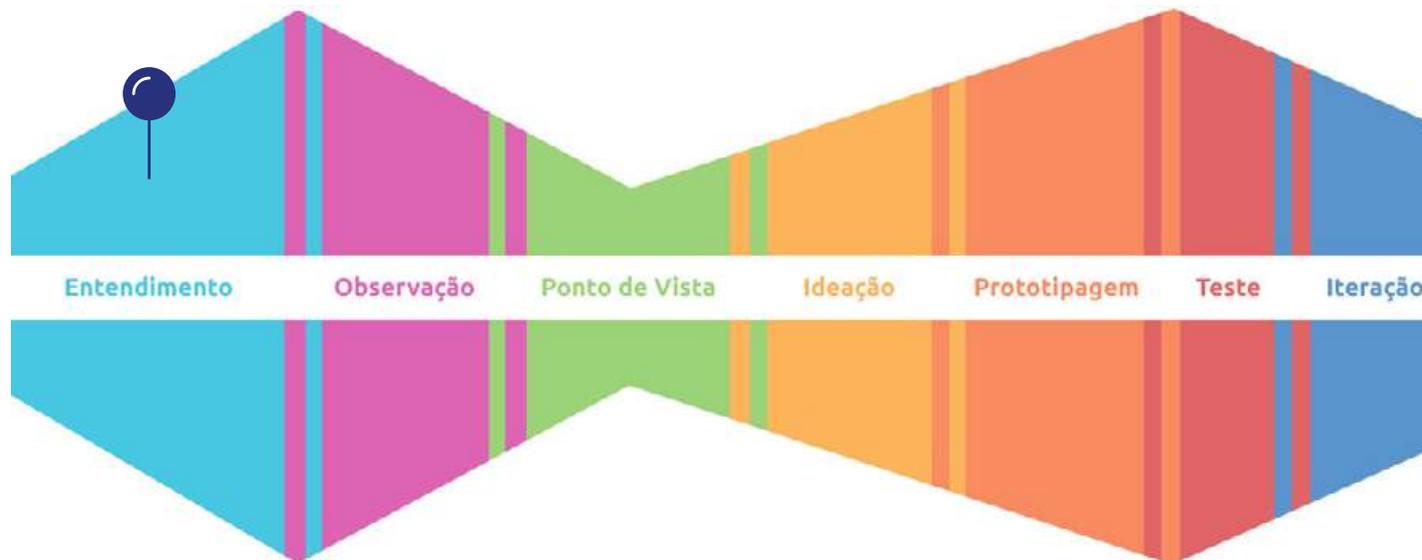
Equipe Ministério da Cidadania

Adriana Brandão, Ana Lúcia Andrade, Caroline Sampaio, Cláudio Machado, Gustavo Saldanha, Lara Araújo, Carolina Fleury

Atividades

1. Levantando Suposições
2. Definindo Escopo
3. Criando Roteiros

você está aqui



objetivos de hoje

1 LEVANTAR SUPOSIÇÕES

DEFINIR ESCOPO
DA PESQUISA

2



LEVANTANDO SUPOSIÇÕES

Antes de irmos a campo, precisamos conhecer nossas certezas, dúvidas e suposições. Assim, podemos mapear nossos conhecimentos para definir o escopo da pesquisa.

mapeando conhecimentos

SUPOSIÇÕES

O QUE EU ACHO?
"EU ACHO QUE..."

CERTEZAS

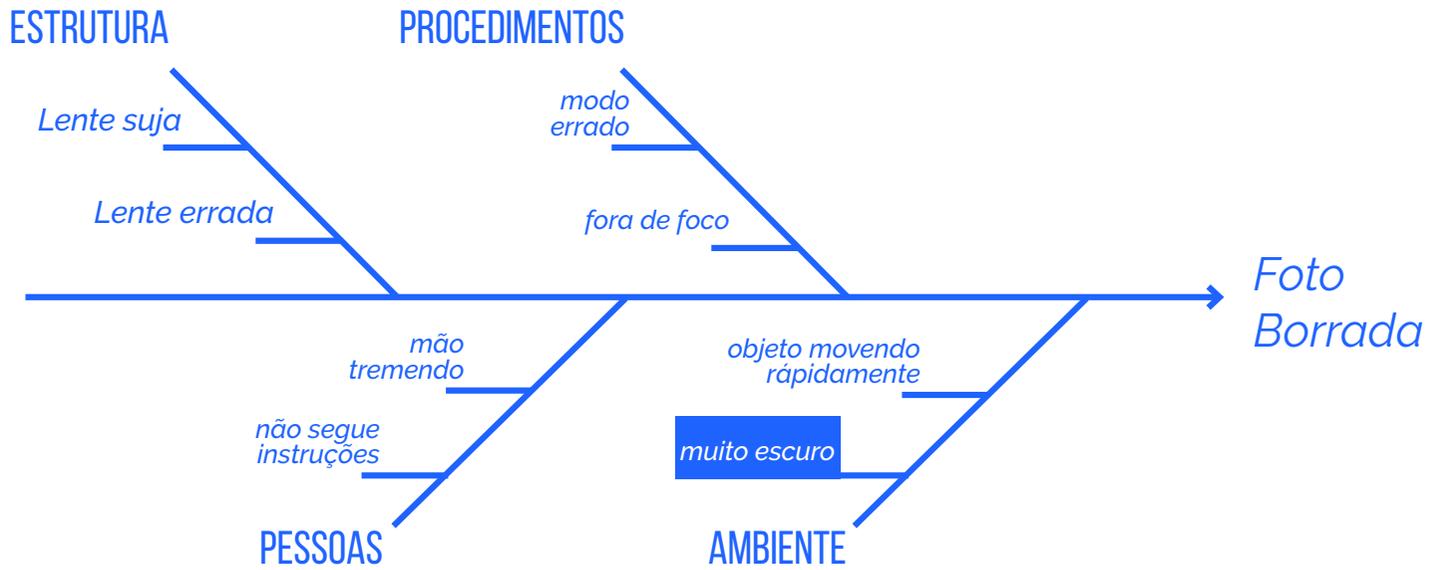
O QUE EU SEI?
DÊ UM DADO

DÚVIDAS

O QUE EU NÃO SEI?
FAÇA UMA PERGUNTA



mapeando causas



mapeando conhecimentos

MUITO ESCURO

SUPOSIÇÕES

EU ACHO QUE AS PESSOAS NÃO
GOSTAM DE USAR FLASH QUANDO
TIRAM FOTO

CERTEZAS

50% DAS FOTOS SÃO
TIRADAS À NOITE

DÚVIDAS

TODAS AS CÂMERAS TIRAM FOTOS
RUINS NO ESCURO?





DEFININDO ESCOPO

A partir dos nossos conhecimentos (e lacunas nele) podemos definir temas de pesquisa e quem poderá nos oferecer a informação.

criando temas

FOTOGRAFIA NOTURNA

50% DAS FOTOS SÃO
TIRADAS À NOITE

TODAS AS CÂMERAS
TIRAM FOTOS RUINS NO
ESCURO?

ESTÉTICA DA FOTO

EU ACHO QUE AS PESSOAS
NÃO GOSTAM DE USAR FLASH
QUANDO TIRAM FOTO



criando temas

FOTOGRAFIA NOTURNA

50% DAS FOTOS SÃO
TIRADAS À NOITE

TODAS AS CÂMERAS
TIRAM FOTOS RUINS NO
ESCURO?

**VENDEDORES /
PROFESSORES
DE FOTOGRAFIA**

**AMIGOS /
PRODUTORA
DE EVENTOS**

ESTÉTICA DA FOTO

EU ACHO QUE AS PESSOAS
NÃO GOSTAM DE USAR FLASH
QUANDO TIRAM FOTO



tipos de público-alvo

USUÁRIOS EXTREMOS

USUÁRIO DO SERVIÇO QUE
REPRESENTA ALGUM
EXTREMO NA UTILIZAÇÃO
DO SERVIÇO

USUÁRIOS ANÁLOGOS

USUÁRIO QUE UTILIZA UM
SERVIÇO OU PRODUTO
SEMELHANTE

USUÁRIOS POTENCIAIS

PESSOAS QUE PODEM SER
O PÚBLICO-ALVO DE
UM SERVIÇO, MAS, POR
ALGUMA CIRCUNSTÂNCIA
AINDA NÃO O UTILIZAM

NÃO USUÁRIOS

PESSOAS QUE
DELIBERADAMENTE NÃO
SÃO USUÁRIAS



tipos de público-alvo

**USUÁRIOS
EXTREMOS**

FOTÓGRAFOS
PROFISSIONAIS

**USUÁRIOS
ANÁLOGOS**

PRODUTORES
DE VÍDEOS E GIFS

**USUÁRIOS
POTENCIAIS**

FOTÓGRAFOS
AMADORES

**NÃO
USUÁRIOS**

PESSOAS SEM ACESSO
A CÂMERAS



tipos de atores

ESPECIALISTAS

PROFISSIONAIS, PESQUISADORES E DEMAIS PESSOAS DE REFERÊNCIA

PARCEIROS

INSTITUIÇÕES QUE AJUDAM O USUÁRIO OU ORGANIZAÇÃO A ATINGIR SEUS OBJETIVOS

GOVERNO

INSTITUIÇÕES PÚBLICAS DE REGULAÇÃO E EXECUÇÃO DE INTERVENÇÕES

COMUNIDADE

PESSOAS QUE SE RELACIONAM COM O USUÁRIO OU ORGANIZAÇÃO



tipos de atores

ESPECIALISTAS

FOTÓGRAFO RENOMADO

PARCEIROS

GRÁFICAS E CASAS DE
REVELAÇÃO DE FOTOGRA-
FIAS

GOVERNO

MUSEUS PÚBLICOS EXPOS-
ITORES DE MOSTRAS FO-
TOGRÁFICAS

COMUNIDADE

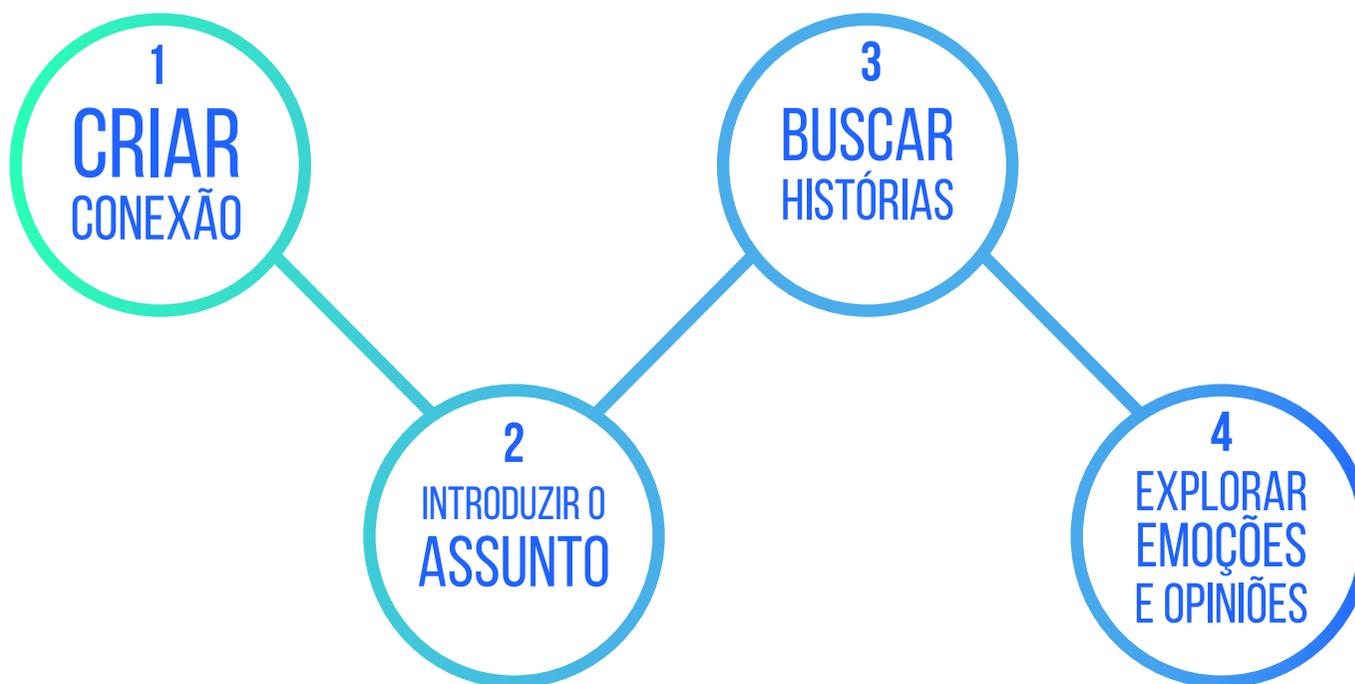
FÃS DE FOTOGRAFIA E
COMPRADORES DE FOTOS
ARTÍSTICAS



CRIANDO ROTEIROS

Os roteiros são guias que oferecem a possibilidade de mergulharmos na realidade dos entrevistados.

etapas do roteiro



etapas do roteiro

1 CRIAR CONEXÃO

TENTE DEIXAR A ENTREVISTADA À VONTADE

PERGUNTE SOBRE A ENTREVISTADA, SUA VIDA,
SUA HISTÓRIA E O CONTEXTO EM QUE
ESTÁ INSERIDA

2 INTRODUZIR O ASSUNTO

CONECTE COM O ESCOPO DA PESQUISA

FAÇA PERGUNTAS MAIS DIRETAS SOBRE
O TEMA DA ENTREVISTA E QUESTÕES
RELACIONADAS

3 BUSCAR HISTÓRIAS

REATIVE AS MEMÓRIAS

PEÇA QUE CONTE EXPERIÊNCIAS, SITUAÇÕES E
ACONTECIMENTOS PASSADOS PARA TRAZER
MAIS RIQUEZA DE INFORMAÇÕES

4 EXPLORAR EMOÇÕES E OPINIÕES

ENTENDA SUA PERSPECTIVA

A ENTREVISTADA ESTARÁ MAIS À VONTADE
AO FINAL DA ENTREVISTA. EXPLORE SUAS
OPINIÕES E EMOÇÕES NESSE MOMENTO

dicas

O QUE EU SEI SOBRE O USUÁRIO?

COMECE ABRANGENTE,
TERMINE ESPECÍFICO

O QUE EU QUERO SABER SOBRE A
EXPERIÊNCIA DELE NA SITUAÇÃO OU
ASSUNTO EM QUESTÃO?

QUESTÕES ESPECÍFICAS, ABERTAS E NÃO TENDENCIOSAS,
USANDO QUEM, O QUE, QUAL, ONDE, COMO E POR QUE (PERGUNTE
MAIS DE UM POR QUE E USE ME FALE MAIS SOBRE, LEMBRE DA
ÚLTIMA VEZ QUE ISSO ACONTECEU...)

definindo o público

REPRESENTE O PÚBLICO



GÊNERO *Feminino*

RAÇA/COR *Parda*

FAIXA ETÁRIA *20-35*

GRAU DE INSTRUÇÃO *Superior
Incompleto*

FAMÍLIA *Solteira*

FAIXA DE RENDA *5-7 Salários Mínimos/Família*

FONTE DE RENDA *Sem fonte de renda*

Sonhos

*Se tornar fotógrafa
profissional*

Principais preocupações, desafios e problemas

*Falta de acesso a
equipamentos profissionais
Mercado de trabalho pouco
desenvolvido*

Relações sociais

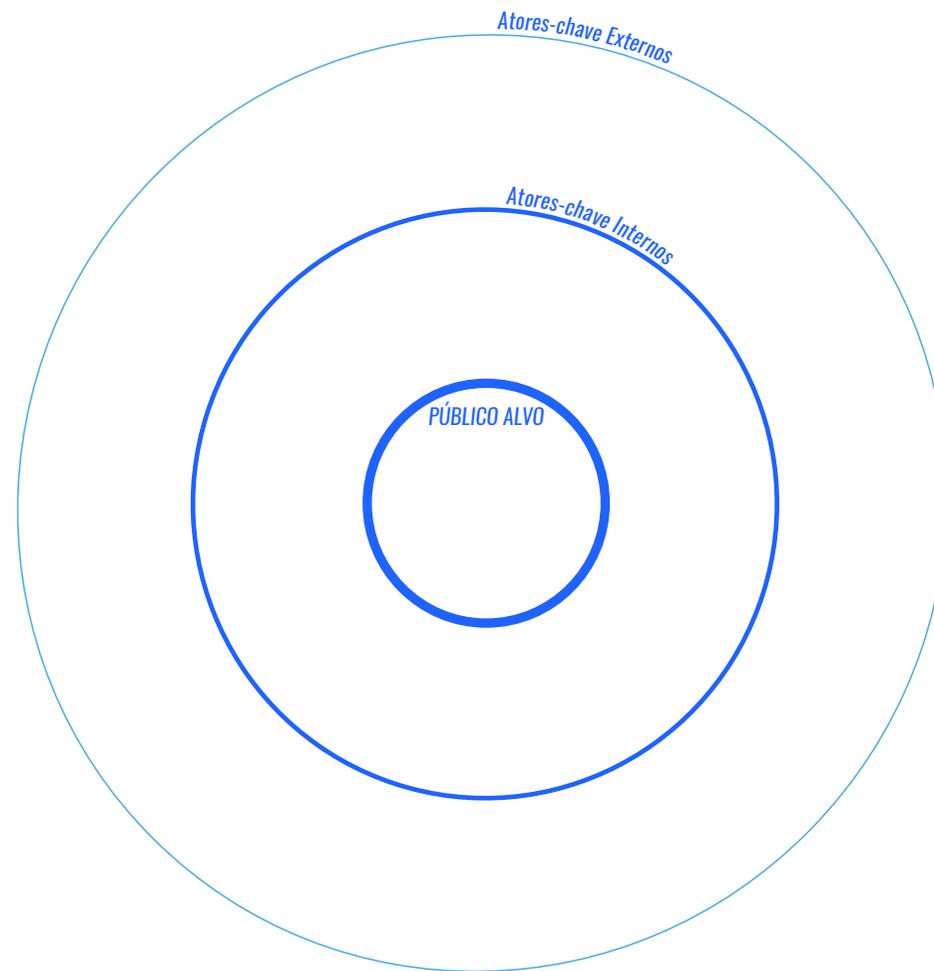
*Colegas de Curso de Fotografia
Artistas Locais
Família
Colegas de Faculdade*

Como tenta enfrentá-los

*Compra equipamentos usados
na internet
Cria páginas em mídias sociais
Trabalha em troca de
divulgação*



mapeando atores





TEMAS DE SUPOSIÇÕES, CERTEZAS E DÚVIDAS

TEMA 1: ECONOMIA

Suposições	Certezas	Dúvidas
Se as estruturas não fossem concentradas, provavelmente as pessoas teriam maior chance de se incluir produtivamente	A pobreza multidimensional cria obstáculos sociais/profissionais	E se as estruturas não fossem concentradas? As pessoas as acessariam? As pessoas se beneficiariam delas?
Adotar a perspectiva do desenvolvimento local aumentaria a inclusão produtiva?	A crise econômica dificulta a inclusão produtiva (queda oferta de emprego)	Se estivéssemos vivendo o pleno emprego, não haveria pessoas excluídas social e produtivamente?
Crise econômica impacta na motivação pela qualificação e busca pelo emprego	Economia Desaquecida	Existe contexto político para adotar as perspectivas do desenvolvimento local?
Suponho que políticas públicas inclusivas venham a minimizar os efeitos da crise econômica	Alto índice de desalentados e fora do mercado de trabalho na PNAD contínua /2017 + CadÚnico	Faz sentido apostar tão alto na inclusão produtiva via mercado formal num cenário econômico tão incerto?
	A agenda macroeconômica reduz o emprego formal	O microcrédito produz empreendimentos ou consumo?
	O modelo econômico naturaliza a desigualdade	

TEMA 2: MOBILIZAÇÃO E PARCEIROS

Suposições	Certezas	Dúvidas
Eu acho que inclusão produtiva é tema transversal a outras políticas de governo/estado	Baixo número de entidades públicas (prefeituras/secretarias) aderiram à Rede de Parceiros (Progredir relatório)	É viável apostar em políticas intersetoriais neste momento político?
Os CRAS não têm estrutura nem pessoal suficiente para assumir novas atribuições	O Progredir é pouco atrativo para os parceiros da rede oferecerem oportunidades	Será que falta estímulos para o setor privado ofertar serviços?
Eu acho que as ações de mobilização de redes locais de parceiros públicos e privados é essencial	Não existe uma rede estruturada organizada, com capacidade de chegar ao público com a missão da inclusão produtiva	Será que uma política de empregos, qualificação e acesso ao crédito com outros órgãos geraria melhores resultados?
Eu acho que as habilidades socioemocionais é o principal atrativo para as empresas participarem	O Progredir não é atrativo para as empresas e parceiros	Seriam a falta de repasses financeiros e atividades presenciais algo que gera desinteresse?



Eu acho que o mercado formal é pouco estimulado a qualificar colaboradores via progredir	Os atores locais são a melhor base de dados para a formulação de políticas de inclusão produtiva	
	Falta incentivo real para as empresas participarem do progredir	
	A política de inclusão precisa apoio federativo e ocupação ao território	

TEMA 3: USABILIDADE DAS FERRAMENTAS

Suposições	Certezas	Dúvidas
Portal com muitas falhas de conexão	Quantidade de pessoas interessadas e inscritas na plataforma Progredir	Será que a plataforma é eficiente para seleções de pessoal?
O desenvolvimento da plataforma no ministério pode ter limitado suas funcionalidades	O portal tem baixo quantitativo de usuários	Será que o portal atende ao público do Cad Único?
Eu acho que o site é pouco amigável porque ele não é agradável de navegar		Por que o APP não funciona? O que tem um bom app?
		As plataformas EAD dos cursos são de fácil navegação?
		Será que a plataforma é eficiente para seleções de pessoal?
		Os usuários conseguem encontrar na plataforma alguma vaga que já não tenham encontrado antes?
		Será que a forma como a plataforma do progredir oferta cursos é mais adequada?
		Será que o público consegue navegar no portal progredir?
		Será que nosso público está através da plataforma procurando emprego? Qualificação? Como prioridade?

TEMA 4: COMPORTAMENTO

Suposições	Certezas	Dúvidas
A população pobre é resiliente e empreendedora		



A população pobre tem medo de perder a segurança do benefício \$		
O melhor foco de inclusão de pobres é o empreendedorismo		

TEMA 5: ACESSO A SERVIÇOS

Suposições	Certezas	Dúvidas
Eu acho que o baixo envolvimento do poder público local atrapalha o crescimento do progredir	O não acesso às estruturas dificulta na inclusão sócio-produtiva das pessoas	
Eu acho que o público do CadÚnico precisa de incentivo para integrar-se no programa	A falta de acesso a bens e serviços necessários à aprendizagem multidimensional dificulta a inclusão social	
Acho que as pessoas têm dificuldade de acesso aos serviços públicos		

TEMA 6: DESENHO DA POLÍTICA PÚBLICA

Suposições	Certezas	Dúvidas
É possível que os 3 eixos do progredir não atendam às necessidades de inclusão produtiva do público do Cad.	É necessário adotar as diretrizes dos ODS nas políticas de inclusão produtiva	É possível identificar recurso dos territórios em 2 meses?
	É possível desenvolver um novo desenho que potencialize a integração entre o econômico e o social nas políticas de IP	Será possível ampliar a oferta de microcrédito àqueles que passaram por qualificação no eixo de empreendedorismo?
		Será que uma política pública de inclusão produtiva bem estruturada e comunicada pode impactar as pessoas positivamente?

TEMA 6: DESENHO DA POLÍTICA PÚBLICA

Suposições	Certezas	Dúvidas
------------	----------	---------



É possível que os 3 eixos do progredir não atendam às necessidades de inclusão produtiva do público do Cad.	É necessário adotar as diretrizes dos ODS nas políticas de inclusão produtiva	É possível identificar recurso dos territórios em 2 meses?
	É possível desenvolver um novo desenho que potencialize a integração entre o econômico e o social nas políticas de IP	Será possível ampliar a oferta de microcrédito àqueles que passaram por qualificação no eixo de empreendedorismo?
		Será que uma política pública de inclusão produtiva bem estruturada e comunicada pode impactar as pessoas positivamente?

TEMA 7: EDUCAÇÃO/QUALIFICAÇÃO

Suposições	Certezas	Dúvidas
Devido ao não acesso a serviços necessários à aprendizagem emocional, as pessoas não se incluem socialmente	Pesquisa do BID: habilidades socioemocionais é o principal requisito para empregos	É possível capacitar pessoas sem o ensino fundamental?
Os cursos de qualificação não dialogam com os pobres	Público possui baixa escolaridade	Será que se houvesse acesso aos bens e serviços necessários à aprendizagem multidimensional a inclusão produtiva seria automática?
A informalidade é opção para a baixa qualificação profissional	O déficit de aprendizagem prejudica a competitividade por emprego	Será que a elevação da qualificação profissional, de fato, aumenta a empregabilidade?
Cursos de "prateleira" não tem linguagem e adesão do público do progredir	Pesquisa do IPEA nos mostra que 80% dos NEM-NEM não tem Ensino Fundamental	Como promover a inclusão de pobres sem ambiente de alta produtividade?
	É preciso melhorar a escolaridade do público jovem PBF > 18 anos	

TEMA 8: ACESSO À INTERNET

Suposições	Certezas	Dúvidas
Eu acho que o público do CadÚnico tem dificuldade de acesso à internet	A partir do CadÚnico, verifica-se que uma parcela significativa dos inscritos não tem acesso à internet	Ter celulares permite acesso à rede para esse público?
	Mais da metade dos municípios não tem cobertura de rede	



	Baixa conectividade para a qualificação EAD	
--	---	--

TEMA 9: FAMÍLIA/GÊNERO

Suposições	Certezas	Dúvidas
Acho que precisamos criar espaços para cuidado para crianças e idosos	60% dos nem nem são mulheres	
Investir na elevação da capacidade de organização familiar tende à ampliar a possibilidade de inserção da PEA no mundo do trabalho	A inclusão produtiva precisa ter um corte de gênero	
Acho que muitas pessoas não têm com quem deixar os filhos para se capacitar/buscar emprego	90% dos nem nem cuidam de filhos ou idosos	
	As mulheres "nem nem nem" estão ocupadas em casa, mas não são remuneradas por isso	

TEMA 10: DIVULGAÇÃO

Suposições	Certezas	Dúvidas
Eu acho que a plataforma do progredir não foi suficientemente divulgada e internalizada pela Rede Assistência Social	Pouco envolvimento dos ministérios no grupo gestor do Plano Progredir	Será que houve pouca divulgação da existência do site progredir?
A tão sonhada parceria com a Assistência Social pode não ser tão profícua quanto se espera		Por que a plataforma é desconhecida do público? Será que não houve investimento em divulgação ou o que foi feito foi mal sucedido?
		Será que a divulgação do progredir vem sendo efetiva?
		Será que envolver a Rede de Assistência Social pode melhorar resultados do plano progredir?



ATORES POR TEMA

Tema	Ator	Usuários
Economia	IBGE	Usuários Análogos MEI
	Ministério da Economia	Usuários da Plataforma
	Conselhos Nacionais de Políticas Públicas	Usuários da plataforma que enviam currículos há meses e continuam desempregados
	IPEA	Usuários potenciais desempregados
	Organismos Internacionais (BIRD, BID, OIT)	
Mobilização e Parceiros	FETS/Universidades	
	CNM – Confederação Nacional dos Municípios	
	ASCOM	
	FGV	
	OSCIPS	
	Empresas que dizem que o progredir é interessante mas não se cadastram	
	Conselhos Nacionais de Políticas Públicas	
	SAP	
	Associações de Ensino Comunitário	
Usabilidade das Ferramentas	OSCIPs	Usuário Extremo com ou Sem telefone e Computador
	Associação Brasileira de Recursos Humanos	
	Empresa de Software, Site, App	
	Gestor Local	
	Ascom	
	Conselhos Nacionais de Políticas Públicas	
	STI	
Comportamento	Rede de Assistência Social "CRAS"	
	Unitrabalho / AG Besouro / AEF	
	Aliança Empreendedora / ESPRO/SP	
	Conselhos Nacionais de Políticas Públicas	
Acesso a Serviços	Conselhos Nacionais de Políticas Públicas	Não Usuários PCD
	Estados e Municípios	



	CNAS / CONGEMAS / CIT	
	Sec. Municipal de Assistência Social / Prefeituras	
Desenho da Política Pública	SPPE/ME	Usuário extremo de uma pequena cidade do interior do NE
	CNAS / CONGEMAS / CIT	Pessoas que frequentam os CRAS todas as semanas
	SEMPE/ME	Usuário extremo de uma favela de uma cidade metropolitana
	IPEA	Usuários Potenciais / Cidadãos
	ENAP	Pessoas que frequentam os CRAS todas as semanas
	Conselhos Nacionais de Políticas Públicas	
Educação / Qualificação	BIRD	Usuários extremos pessoas de baixa escolaridade
	SAGI	Usuário analfabeto
	SPPE/ME	Usuário sem ensino fundamental
	BESOURO	Não Usuário
	OSCIPS	Pessoas inscritas no cadastro e estão desempregadas, mas não estão conectadas à rede
	Aliança Empreendedora	Pessoas que frequentam unidades de assistência social
	MEC/SETEC	
	Conselhos Nacionais de Políticas Públicas	
Acesso à Internet	MCIT	
	SENARC	
	Conselhos Nacionais de Políticas Públicas	
Família/Gênero	SENARC	Usuária gestante
	SNAS	Mulheres do cadastro responsáveis pelo cuidado de crianças/idosos
	MDH (Sec. De Políticas para Mulheres)	Usuário cuidador da família
Divulgação / Mobilização	Aliança Empreendedora	Usuários cadastrados sem currículo na plataforma
	Rede de Assistência Social	Usuários cadastrados com currículo na plataforma
	Imprensa	Usuário que desconhece o progredir
	Conselhos Nacionais de Políticas Públicas	

INTRODUÇÃO

- Oi, tudo bem? Meu nome é [*nome*].
- Estamos fazendo uma pesquisa com a Escola Nacional de Administração Pública sobre trabalho e inclusão.
- Essa pesquisa é anônima e só iremos utilizar essas informações para esse estudo.
- Você poderia responder algumas perguntas? Levará de 20 a 40 minutos.
- Podemos gravar suas respostas?

BLOCO 1 – PERGUNTAS PADRÃO

1. Qual seu nome? Qual a sua idade?
2. Você está no Cadastro Único?
3. Como é seu dia-a-dia? O que você fez ontem, por exemplo? (*entender rotina*)
4. Você mora onde? Como é lá? (*tem CRAS/posto de saúde/você usa? Pra quê?*)
5. Mora com quem? Como é sua família? Quem cuida da casa/família? (*entender como é a organização da família/da casa e do trabalho doméstico*)
6. Quais são suas maiores preocupações hoje?
7. Já usou o computador? Pra quê você usa? Onde usa?
8. Você tem celular? Pra quê você usa? Me mostra? (*perguntar se a pessoa se sente confortável*)
9. Você trabalha?
 - Sim: Com o quê?
 - Não: Você ganha dinheiro com alguma coisa?
 - Se responder trabalho por conta própria: **BLOCO 2B P1**
10. Está procurando trabalho? (*No quê?*)
 - Se sim: **BLOCO 2A P1**
 - Se não: **BLOCO 3 P1**

BLOCO 2A – TRABALHO

1. Como você busca trabalho?
2. Você costuma procurar por trabalho pelo celular/computador? Onde você procura? Me mostra?
3. Quais trabalhos normalmente aparecem pra você?
4. O que você acha dos trabalhos que têm aparecido?
5. Você recusou algum trabalho nos últimos 2 meses? Por quê?
6. Conta para a gente como é o seu trabalho/foi o último trabalho que você teve?
7. Como foi que esse trabalho apareceu para você?
8. Como seria um trabalho dos sonhos pra você? Por quê?
9. Você tem algum amigo ou familiar com carteira de trabalho assinada? Como essa pessoa conseguiu?

BLOCO 2B - EMPREENDEDORISMO

1. Você tem um negócio próprio?
 - Sim: Como é? **P3**
 - Não: **P2**

2. Já pensou em abrir seu próprio negócio? Como seria?
 - Sim: **P6**
 - Não: Por quê?

3. Como é o seu dia-a-dia no trabalho?

4. Quanto você ganha mais ou menos?

5. Como foi que você começou com seu negócio? Quais são as maiores dificuldades?

6. Já procurou ajuda para o seu negócio? Já pegou dinheiro emprestado?
 - Sim: Como foi?
 - Não: Por quê?

7. Já procurou microcrédito em bancos? Como foi?

8. Você gosta de ter o seu próprio negócio?

9. Onde você aprendeu a fazer isso? (*Referindo-se às habilidades para executar o trabalho*)

10. O que você gostaria que fosse diferente?

BLOCO 3 - ESTUDOS

1. Você estuda? (*O quê?*)
2. Até que ano estudou? Por que parou?
3. Já pensou em voltar a estudar?
 - o Sim: O quê?
 - o Não: Por quê?
4. Você já fez algum curso? Qual? Como foi? Onde foi?
5. Você já fez algum curso na internet? Como foi?
6. O que você aprendeu no curso? Você usou isso pra alguma coisa?
7. Conhece alguém que estuda pela internet? Como é?
8. Você gostava/gosta de estudar? Se fosse estudar hoje, qual seria o melhor horário para você?

BLOCO 4 - FINALIZAÇÃO

1. Você recebe alguma ajuda/benefício do governo? (*Qual?*)
2. Qual a importância disso para você?
3. O que você queria pro futuro? (*sonhos, ambições*)

BLOCO 5 - PLATAFORMA PROGREDIR + TESTE

1. Conhece o site Progredir?
 - o Sim: O que fez? Como foi? Alguém ajuda?
 - o Não: Quer tentar usar agora?

5.2 Orientação da pesquisa de campo

Data

12/05/2019 a 17/05/2019

Objetivo

Orientar os participantes sobre procedimentos de design etnográfico

Equipe Gnova

Daniela Gomes Metello, Fernanda Machiavelli

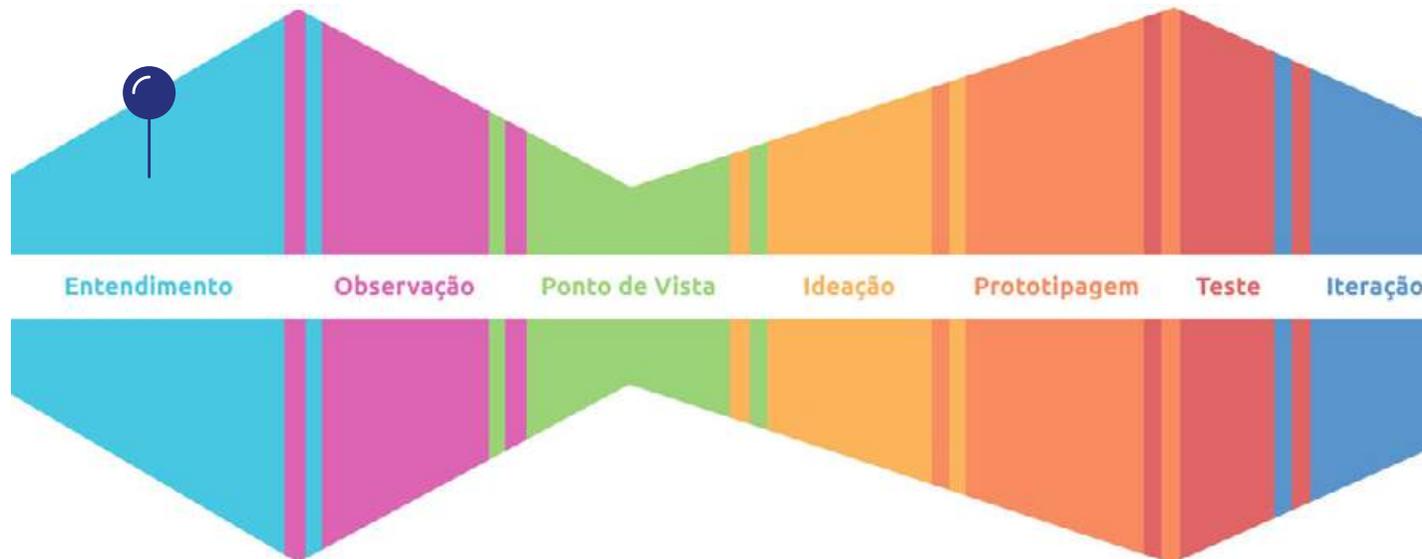
Equipe Ministério da Cidadania

Adriana Brandão Lara Araújo, Cláudio Machado, Eduardo Dalbosco, Caroline Sampaio

Atividades

1. Visita aos CRAS
2. Visitas às Secretarias Municipais
3. Visitas a outros equipamentos públicos e locais

você está aqui



objetivos de hoje

1 VALIDAR ROTEIRO

PREPARAR
PARA CAMPO

2



CRIANDO ROTEIROS

Os roteiros são guias que oferecem a possibilidade de mergulharmos na realidade dos entrevistados.

atores internos e externos

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE RH

CONSELHO NACIONAL DE ECONOMIA SOLIDÁRIA

CONSELHO NACIONAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL

CNM

IPEA

ALIANÇA EMPREENDEDORA

SENARC

CRAS

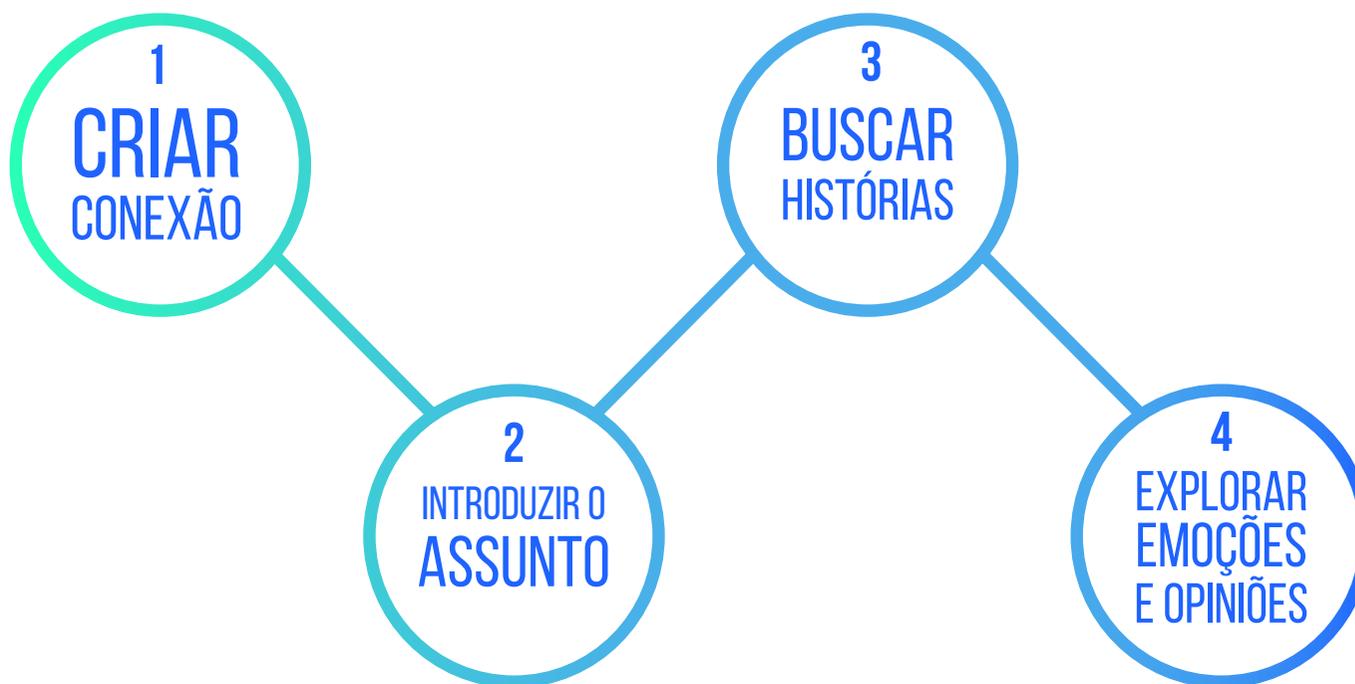
BIRD

BANCO DO NE/INEC

VALIDANDO O ROTEIRO



etapas do roteiro



etapas do roteiro

1 CRIAR CONEXÃO

TENTE DEIXAR A ENTREVISTADA À VONTADE

PERGUNTE SOBRE A ENTREVISTADA, SUA VIDA,
SUA HISTÓRIA E O CONTEXTO EM QUE
ESTÁ INSERIDA

2 INTRODUZIR O ASSUNTO

CONECTE COM O ESCOPO DA PESQUISA

FAÇA PERGUNTAS MAIS DIRETAS SOBRE
O TEMA DA ENTREVISTA E QUESTÕES
RELACIONADAS

3 BUSCAR HISTÓRIAS

REATIVE AS MEMÓRIAS

PEÇA QUE CONTE EXPERIÊNCIAS, SITUAÇÕES E
ACONTECIMENTOS PASSADOS PARA TRAZER
MAIS RIQUEZA DE INFORMAÇÕES

4 EXPLORAR EMOÇÕES E OPINIÕES

ENTENDA SUA PERSPECTIVA

A ENTREVISTADA ESTARÁ MAIS À VONTADE
AO FINAL DA ENTREVISTA. EXPLORE SUAS
OPINIÕES E EMOÇÕES NESSE MOMENTO

dicas

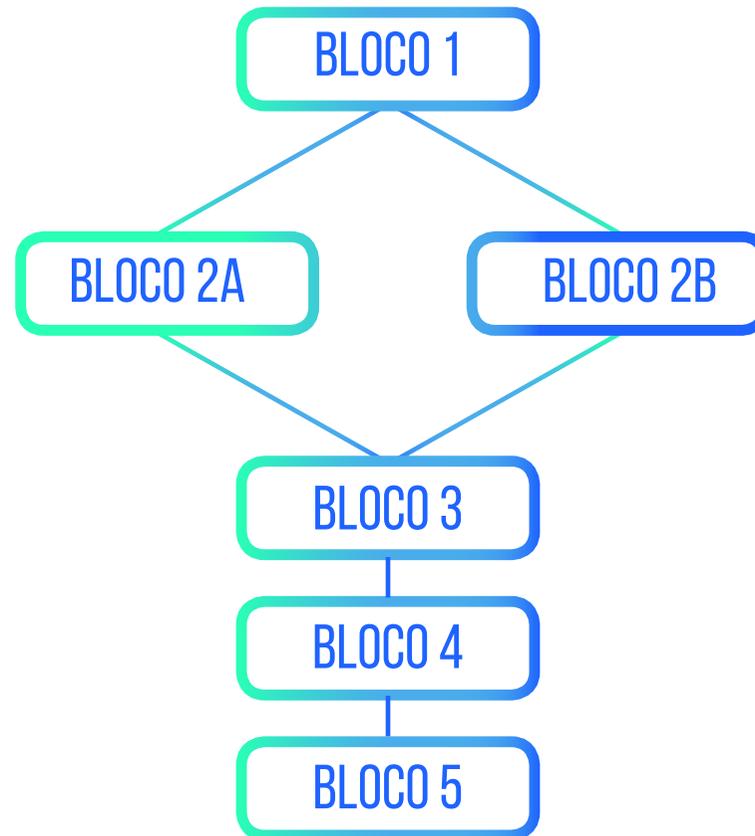
O QUE EU SEI SOBRE O USUÁRIO?

COMECE ABRANGENTE,
TERMINE ESPECÍFICO

O QUE EU QUERO SABER SOBRE A
EXPERIÊNCIA DELE NA SITUAÇÃO OU
ASSUNTO EM QUESTÃO?

QUESTÕES ESPECÍFICAS, ABERTAS E NÃO TENDENCIOSAS,
USANDO QUEM, O QUE, QUAL, ONDE, COMO E POR QUE (PERGUNTE
MAIS DE UM POR QUE E USE ME FALE MAIS SOBRE, LEMBRE DA
ÚLTIMA VEZ QUE ISSO ACONTECEU...)

estrutura do roteiro



1: perguntas padrão

**OBJETIVO: CONECTAR COM A ENTREVISTADA E
ENTENDER SEU PERFIL SOCIOECONÔMICO**

Introdução

- Se apresentar
- Dizer o que vai fazer
- Perguntar se pode gravar
- Garantir anonimato

1: perguntas padrão

1. Olá, tudo bem?
2. Qual seu nome? Qual a sua idade?
3. Você trabalha? (Com o quê?)
4. Está procurando emprego? (No quê?)
5. O que você costuma fazer pra se divertir?
6. O que você fez ontem? (entender rotina)
7. Você mora onde? Como é lá? (tem CRAS/posto de saúde/você usa? Pra quê?)

1: perguntas padrão

8. Mora com quem? Quem cuida da casa (filhos/ idosos)? Como é sua família? (entender como é a organização da família/da casa)

9. Quais são suas maiores preocupações?

10. Já usou o computador? Pra quê você usa?

11. Você tem celular? Pra quê você usa? Me mostra?

2a: busca por trabalho

OBJETIVO: ENTENDER COMO A PESSOA BUSCA POR TRABALHO E COMO SE RELACIONA COM O MERCADO

1. Onde você busca trabalho? Como é?
2. Você costuma procurar por trabalho na internet? Onde você procura? Me mostra?
3. Quais trabalhos normalmente aparecem pra você?
4. O que você acha dos trabalhos que tem aparecido?

2a: busca por trabalho

5. Conta para a gente como é o seu trabalho/foi o último trabalho que você teve?

6. Como foi que esse trabalho apareceu para você?

7. Conhece alguém que conseguiu um emprego com carteira? Como essa pessoa conseguiu?

8. Como seria um trabalho dos sonhos pra você? Por quê?

2b: empreendedorismo

OBJETIVO: ENTENDER COMO É O NEGÓCIO E COMO
ISSO IMPACTA NA VIDA DA ENTREVISTADA

1. Como é o seu negócio?
1. Como é o seu dia-a-dia do trabalho?
2. Quanto você ganha mais ou menos?
3. Como foi que você começou com seu negócio?
Quais são as maiores dificuldades?
4. Já procurou ajuda para o seu negócio? (Sim:
Como foi? Não: Por quê?)

2b: empreendedorismo

5. Você gosta de ter o seu próprio negócio?
6. O que você gostaria que fosse diferente?

3: *estudos*

OBJETIVO: ENTENDER SE A PESSOA ESTUDA, ESTUDOU, COMO FOI E COMO SE QUALIFICA

1. Você estuda? (O quê?)
2. Até que ano estudou? Por quê parou?
3. Já pensou em voltar a estudar? (Sim: O quê? / Não: Por quê?)
4. Você já fez algum curso? Como foi?
5. Você já fez algum curso na internet? Como foi?

3: estudos

6. O que você aprendeu no curso? Você usou isso pra alguma coisa?

7. Conhece alguém que estuda pela internet? Como é?

8. Você gostava/gosta de estudar?

4: *plataforma progredir*

OBJETIVO: ENTENDER SE A PESSOA CONHECE A
PLATAFORMA E COMO É O SEU USO

1. Você conhece o Programa Progredir?
2. Sim – O que fez? Como foi? Alguém ajuda? Pode mostrar como você usa?
3. Não – Quer tentar usar agora?

5: finalização

OBJETIVO: ENTENDER A RELAÇÃO COM PROGRAMAS DO GOVERNO E SONHOS, ASPIRAÇÕES E DESEJOS

1. Você recebe alguma ajuda do governo? Como é?
2. O que você queria pro futuro? (sonhos, ambições)



PREPARANDO O CAMPO

*O trabalho de campo exige uma
preparação sensível e que vai além de
perguntas e respostas*

define design etnográfico

GERAR
INSIGHTS

SUPOSIÇÕES
SITUAÇÕES

QUANTI
+QUALI

valores design etnográfico

FOCO NO
USUÁRIO

OLHAR DE
PRINCIPIANTE

EMPATIA

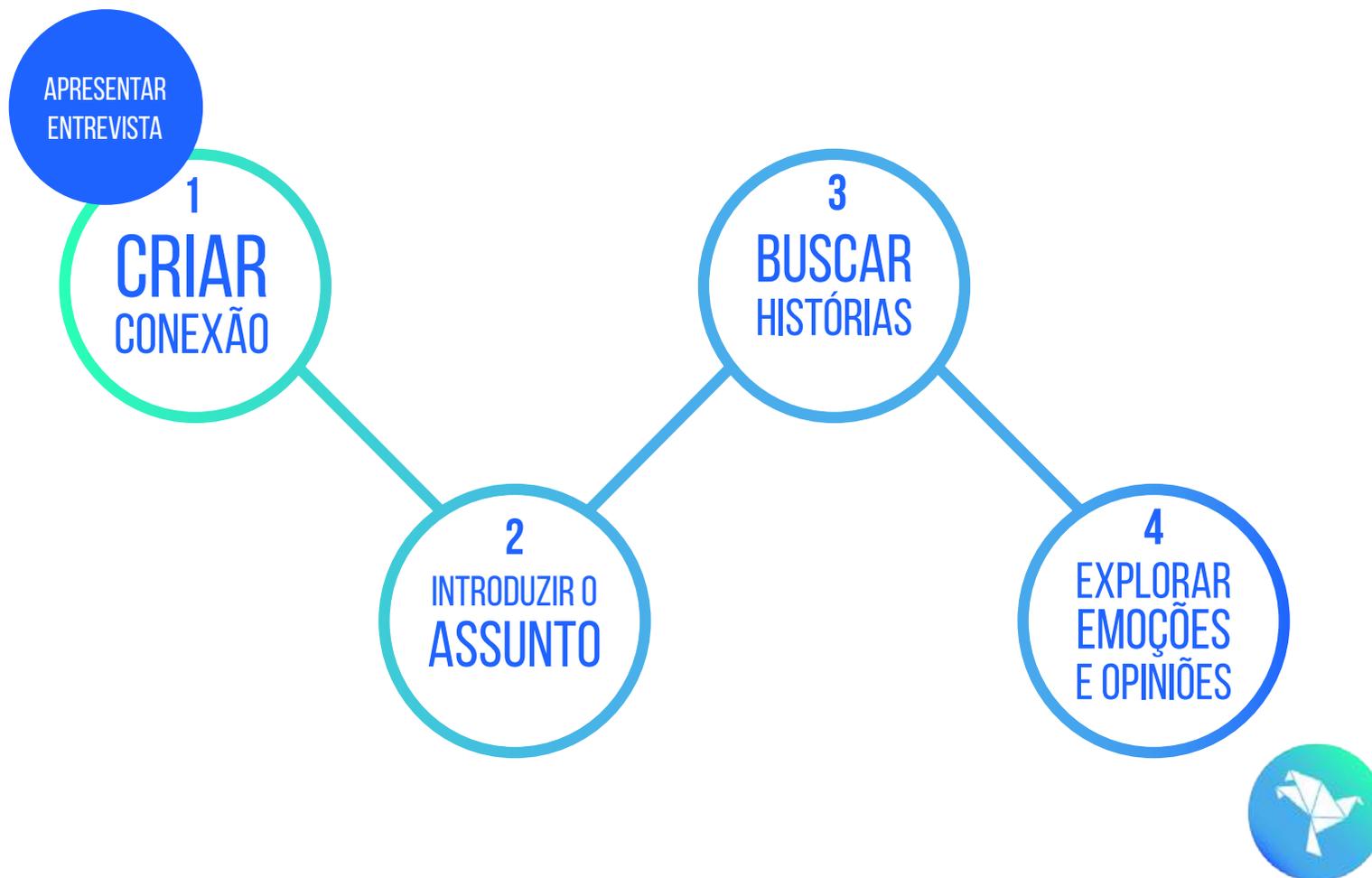
como design etnográfico

OBSERVAR

IMERGIR

INTERAGIR

momentos da entrevista



O OBJETIVO É GERAR INSIGHTS!

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

Não busca solução, mas uma oportunidade de ação

Citação ≠ Observação ≠ Insight ≠ Ideia



citações

**“A GENTE NÃO SABE PARA QUEM
LIGAR”**

**“O 0800 É MEU ÚNICO CANAL DE
COMUNICAÇÃO E ELE NÃO ME
ATENDE, É LENTO E
BUROCRÁTICO”**

observações

QUASE TODAS AS UNIDADES
CADASTRADORAS
RELATARAM CASOS DE
FORNECEDORES QUE
PAGARAM PARA FAZER O
CADASTRO NO SICAF

O 0800 ESTÁ LOCALIZADO
NO SERPRO, RESPONSÁVEL
PELA MANUTENÇÃO DO
SISTEMA, E NÃO NO MP,
ÓRGÃO GESTOR DO SICAF

insight

O 0800 LOCALIZADO NO SERPRO É INSUFICIENTE. HÁ DIFERENTES TIPOLOGIAS E CONSEQUENTE NECESSIDADE DE ATENDIMENTO POR CANAIS ESPECIALIZADOS: DÚVIDAS DE FORNECEDORES, ORIENTAÇÃO PARA RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS PELAS UNIDADES

ideias

TRAZER O 0800 PARA O MP

REMODELAR O 0800 PARA ATENDIMENTO DOS FORNECEDORES

CRIAR OUTROS CANAIS DE ATENDIMENTO PARA
ATENDIMENTOS DE PÚBLICO ESPECIALIZADO:
UNIDADES CADASTRADORAS, INSTITUIÇÕES
PARCEIRAS

dicas

Anfitrião/convidado: não é entrevista de emprego!

Linguagem corporal: mostre que você está engajado e interessado

Não há certo ou errado: entrevistado é especialista na sua experiência e deve ser valorizado

Mostrar mais do que contar

Mantenha o foco, mas abra espaço para desvios no roteiro

Não interrompa o entrevistado e dê tempo para informações adicionais

Incentive exemplos concretos e histórias (a última vez que...)

Estude muito o roteiro!

questões éticas

Consciência do viés e subjetividade

Não adaptação da pesquisa a objetivos não declarados

Integridade e anonimato, respeitar vulnerabilidade

Relevância social, com vantagens significativas para os sujeitos da pesquisa

Dicas de Campo

Deixe seus vieses de lado ao entrevistar. **Nossa intenção é entender e não julgar!**

Lembre-se que **queremos entender o problema, não validar a solução**. Foque na pessoa entrevistada e seu contexto.

Não tenha medo de se conectar com a pessoa entrevistada. **Buscamos criar empatia.**

Cuidado com a linguagem e a abordagem. Busque deixar a pessoa à vontade - adapte-se ao ambiente dela.







5.3 Oficina de Consolidação dos resultados da pesquisa

Data

29/05/2019 e 30/05/2019

Objetivo

Discutir resultados da pesquisa e gerar insights

Equipe GNova

Daniela Gomes Metello

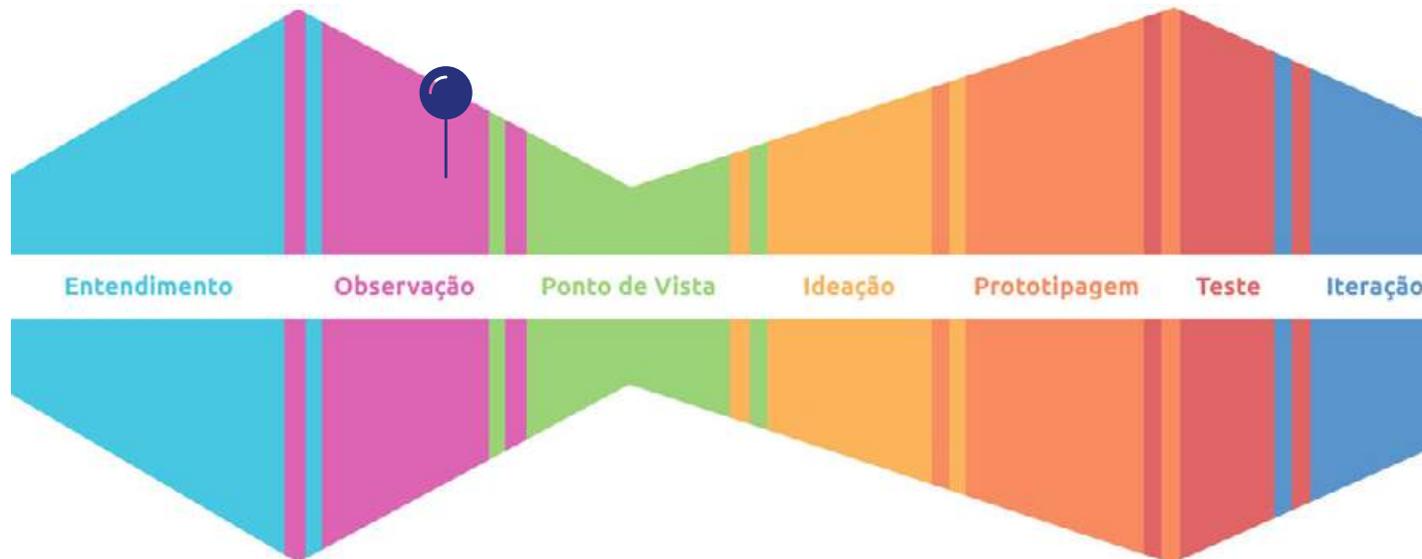
Equipe Ministério da Cidadania

Adriana Brandão, Caroline Sampaio, Cláudio Machado, Eduardo Dalbosco, Gustavo Saldanha, James Theodoro, Lara Araújo

Atividades

1. Compartilhamento de Insights
2. Criando Personas

você está aqui



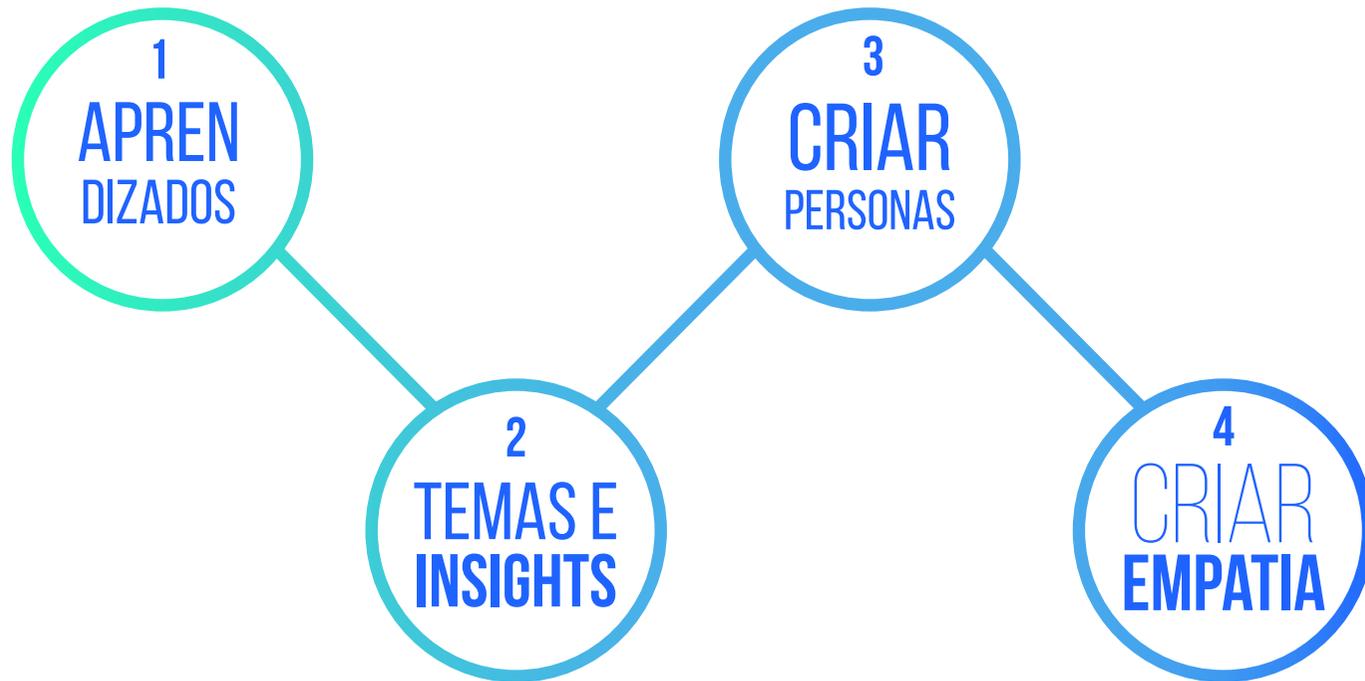
objetivos de hoje



COMPARTILHAR
APRENDIZADOS

GERAR
INSIGHTS

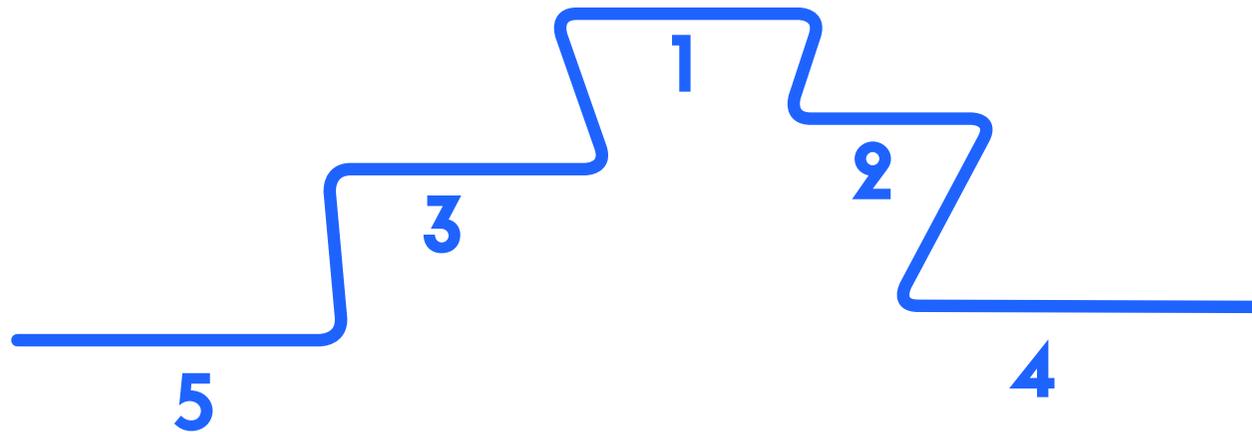


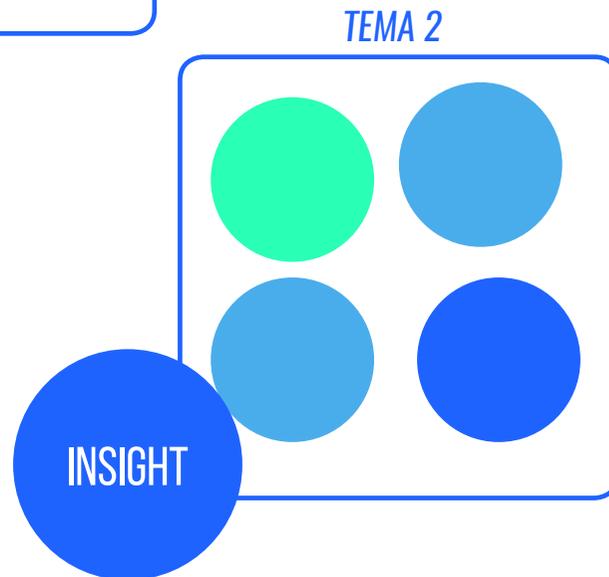
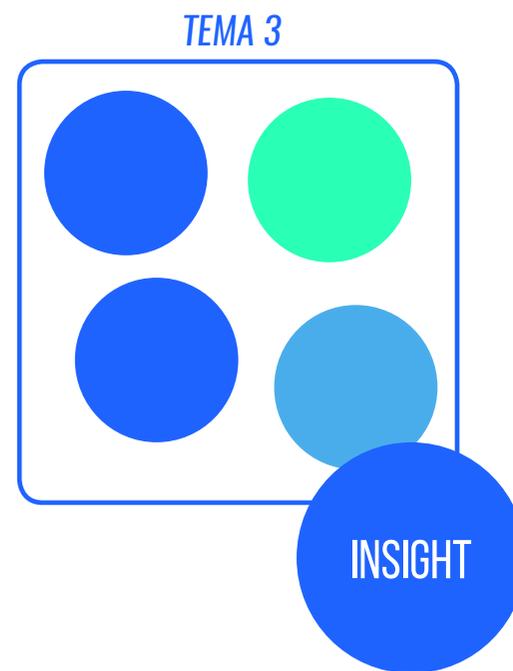
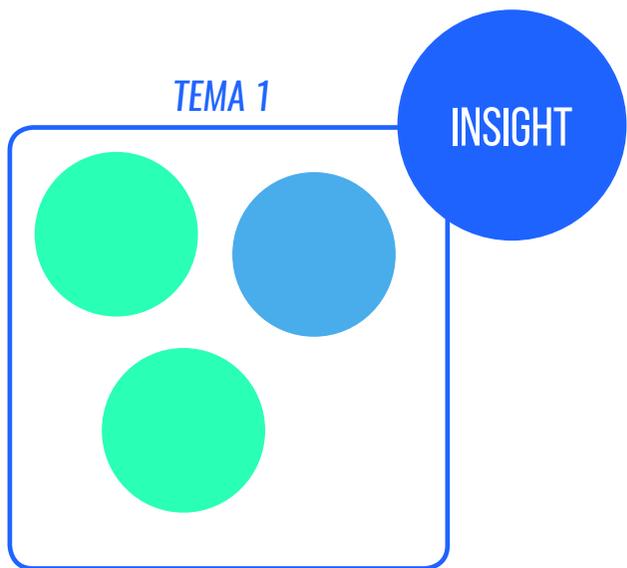




COMPARTILHANDO APRENDIZADOS

**TOP 5
APRENDIZADOS
DE CADA CANVAS**





insight

Mapeie o estado das coisas

Aloque tempo para entender a situação atual, com as suposições e soluções atuais – gerando algo para comparar com os *insights*

E daí?!

Sempre cheque se os seus *insights* têm implicações para os objetivos do projeto, atores principais e a solução final

Não é sobre ‘novo’

Insights não precisam ser novos ou originais (eles têm que ser interessantes) – pergunte ‘como nós lidamos com isso hoje?’

Simplifique & priorize!

3, 5, 7 ou 10! Cada um diferente e com claras implicações para a solução em questão

Mensagem clara

Cuidadosamente formulada & mutuamente exclusiva, coletiva, exaustiva

A perspectiva geral

Busque a história maior ou linhas comuns nos seus *insights*

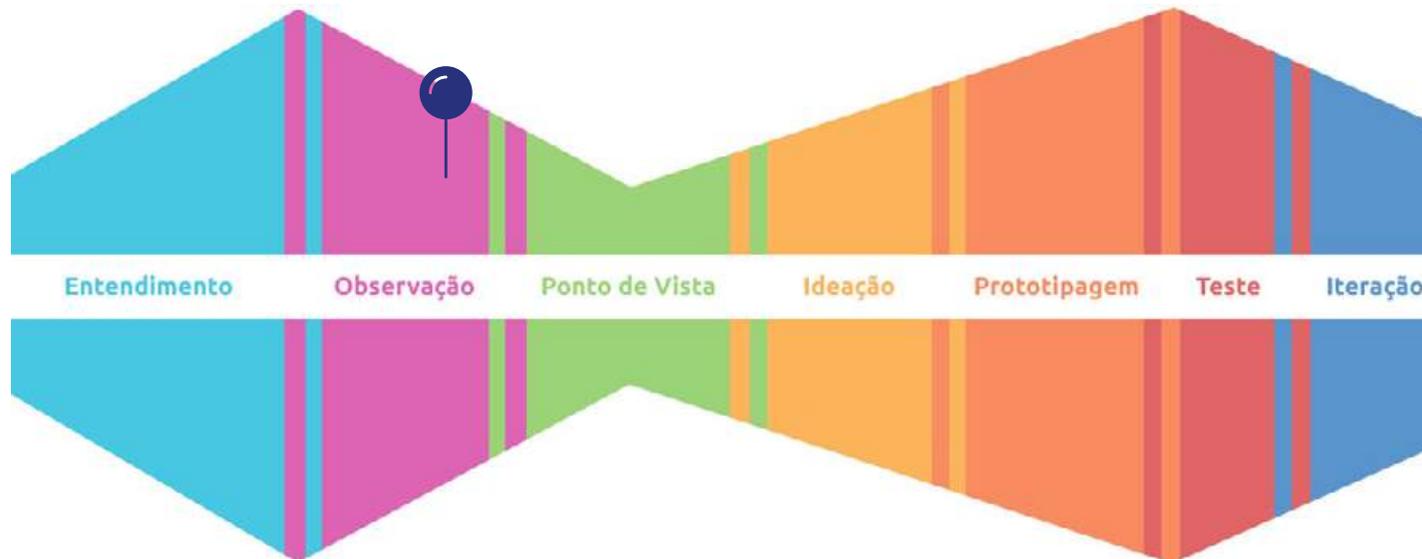
O que caracteriza um bom *insight*?

Raposa vs. falcão

Varie entre pensamentos de baixo para cima e de cima para baixo



você está aqui



objetivos de hoje

1

GERAR INSIGHTS

EMPATIZAR COM
O USUÁRIO

2



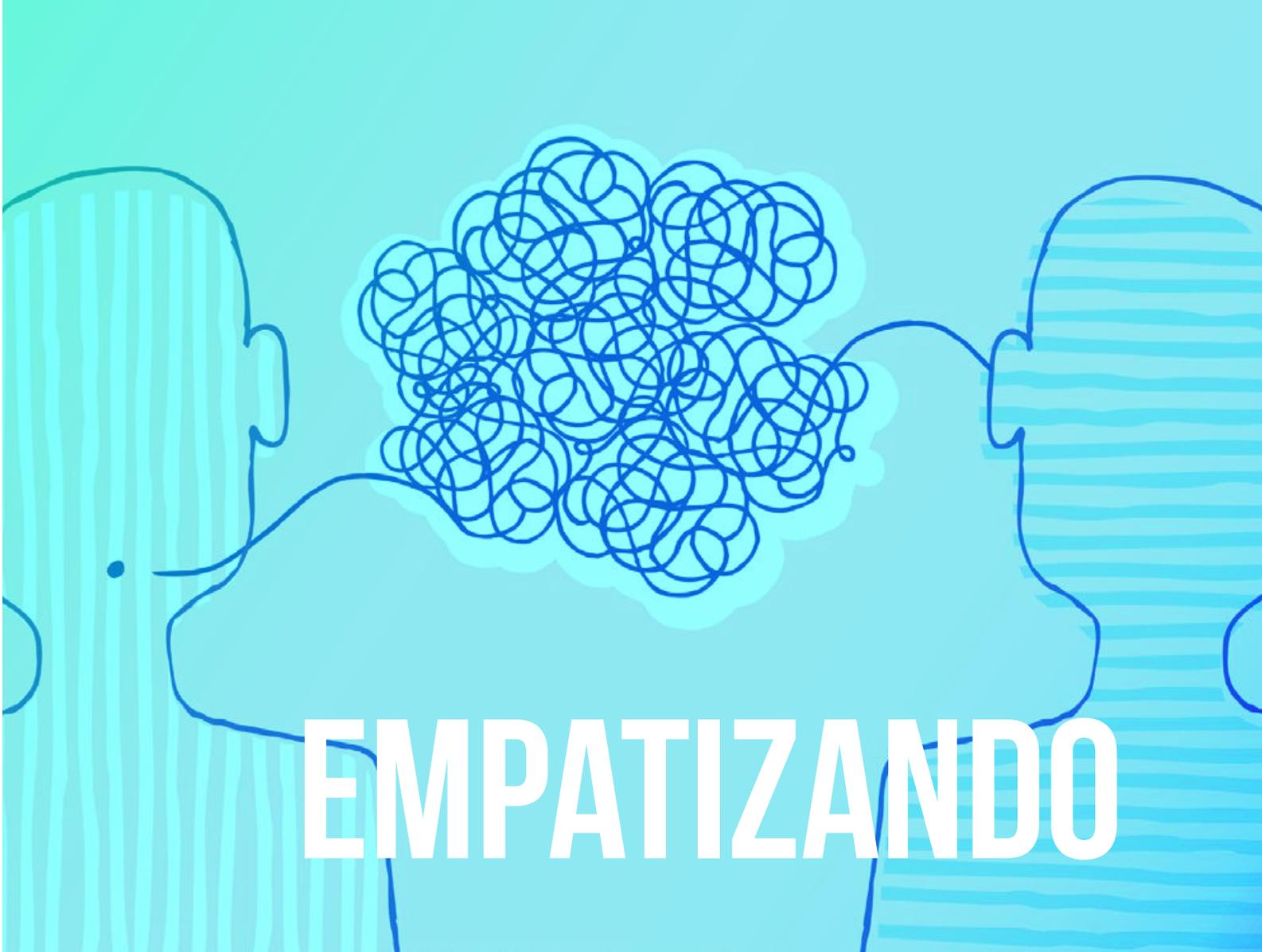


CRIANDO PERSONAS

PERSONA

Persona é um personagem que agrega os padrões reconhecidos do público em campo. O persona deve representar os “tipos” de pessoas do projeto.

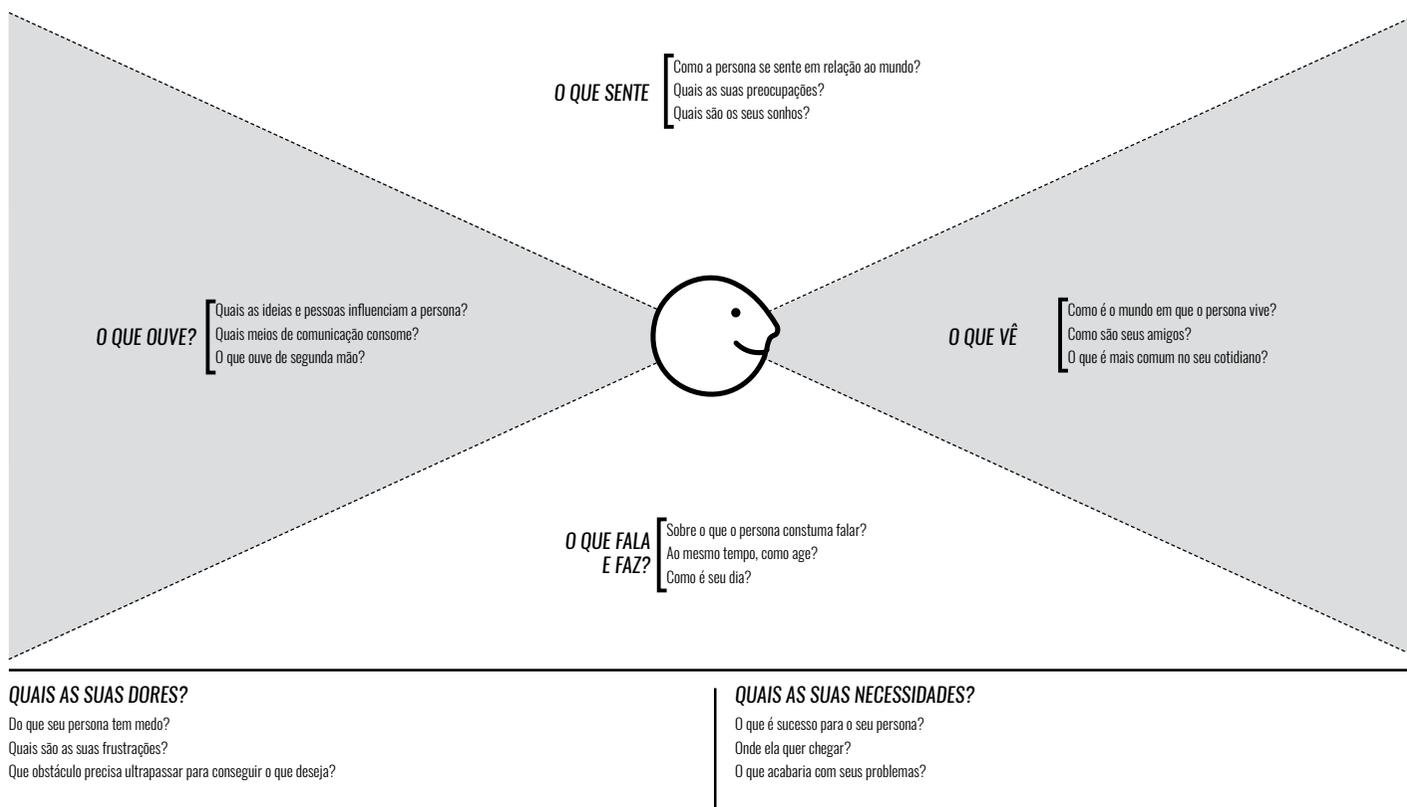
<p><i>adicione uma figura ou desenho</i></p>	<p><i>Quem sou eu?</i></p> <p><i>Gênero Idade Família Raça/Cor Grau de instrução</i></p>	<p><i>Razões para engajar</i></p> <p>1. _____</p> <p>2. _____</p> <p>3. _____</p>	
	<p><i>Minha história</i></p>	<p><i>Razões para não engajar</i></p> <p>1. _____</p> <p>2. _____</p> <p>3. _____</p>	
<p><i>Meus interesses</i></p>	<p><i>Minhas habilidades</i></p>	<p><i>Meus sonhos</i></p>	<p><i>Meu ambiente social</i></p>



EMPATIZANDO

MAPA DE EMPATIA

O mapa de empatia é uma ferramenta para entender com profundidade o persona e tentar se conectar com suas perspectivas.





INSIGHTS

PROJETO PROGREDIR

G'NOVA
LABORATÓRIO DE INOVAÇÃO EM GOVERNO

MÍDIAS SOCIAIS

O PROGREDIR
NÃO USA MÍDIAS
SOCIAIS, AINDA QUE SEJA
O PRINCIPAL ACESSO
DESTE PÚBLICO

AS MÍDIAS SOCIAIS SÃO UM
CANAL IMPORTANTE PARA
QUEM EMPREENDE – DÁ ESCALA
AO NEGÓCIO COM BAIXO RISCO E
INVESTIMENTO.

BUSCA DE TRABALHO POR MEIO
DE CANAIS DA INTERNET FAZ PARTE
DA ROTINA DE MUITOS BENEFICIÁRIOS.
(SITES DE INTERMEDIÇÃO, INSTAGRAM,
JORNAIS, SITES, WHATSAPP)

AS MÍDIAS SOCIAIS
(INSTAGRAM E WHATSAPP)
SÃO IMPORTANTES CANAIS DE
DIVULGAÇÃO DOS NEGÓCIOS

OS
PRINCIPAIS USOS
DA INTERNET SÃO
NAS MÍDIAS SOCIAIS
(WHATSAPP, FACEBOOK
E INSTAGRAM)

REDES DE RELACIONAMENTO

HÁ UMA BUSCA DE
APOIO EMOCIONAL EM
INSTITUIÇÕES
RELIGIOSAS.

AS REDES DE
RELACIONAMENTO DAS
PESSOAS SÃO IMPORTANTES
PARA INDICAÇÃO E PARA INCLUSÃO
PRODUTIVA. CONSEGUE MELHORES
TRABALHOS QUEM SE RELACIONA
COM PESSOAS “BEM
COLOCADAS”.

AS INSTITUIÇÕES RELIGIOSAS
TÊM UM PAPEL TANTO DE REDE DE
CONTATOS NA VIDA DAS PESSOAS
QUANTO DE OCUPAÇÃO DE ESPAÇOS
NÃO PREENCHIDOS PELO ESTADO.

USO DE REDES

WHATSAPP
É INCLUÍDO
NOS PLANOS DE
OPERADORAS

ENTREGA DE C.V.
PRESENCIAL AINDA É
BASTANTE PRESENTE E NEM
SEMPRE HÁ FEEDBACK DOS
RHS.

ACESSO À INTERNET
DE QUALIDADE É UMA
BARREIRA PARA ATIVIDADES
MAIS LONGAS, COMO
QUALIFICAÇÃO EAD.

PÚBLICO MAIS VELHO
DO BOLSA FAMÍLIA/
CADASTRO ÚNICO TEM
DIFICULDADES NO USO DA
INTERNET.

PARA
HAVER INCLUSÃO
DIGITAL, HÁ NECESSIDADE
DE TER ACESSO A UM
DISPOSITIVO, SABER USÁ-LO
E TER INTERNET DE BOA
QUALIDADE

MUITOS JOVENS
TÊM SMARTPHONE,
POUCOS TÊM
COMPUTADOR

PLATAFORMA É ACESSÍVEL
PARA JOVENS COM MAIOR
ESCOLARIDADE

PLATAFORMA
APRESENTA
PROBLEMAS NO
FUNCIONAMENTO

USO DA PLATAFORMA

PLATAFORMA É INSTÁVEL
E IMPEDE DIVULGAÇÃO EM
MASSA

PLATAFORMA NÃO É
ACESSÍVEL A ANALFABETOS

EMPRESAS
TAMBÉM SÃO
USUÁRIOS DA
PLATAFORMA

GOVERNANÇA

NÃO HÁ INDICADORES PARA AVALIAR A GOVERNANÇA DAS POLÍTICAS DE INCLUSÃO PRODUTIVA

EXISTE UMA REDE DE PROSPECÇÃO DE VAGAS DE TRABALHO FORMAL NO SINE

FALTAM POLÍTICAS PÚBLICAS PARA ECONOMIA INFORMAL

NAS POLÍTICAS DE TRABALHO, EXISTE UM VIÉS PRÓ MERCADO FORMAL

NÃO EXISTEM DADOS CONSOLIDADOS SOBRE SETOR PRODUTIVO E INCLUSÃO PRODUTIVA, PRINCIPALMENTE DA ECONOMIA INFORMAL

NÃO EXISTEM AÇÕES DE INCLUSÃO PRODUTIVA INSTITUCIONALIZADAS NA ASSISTÊNCIA SOCIAL, MAS ALGUNS CRAS PERCEBEM A NECESSIDADE E O FAZEM VOLUNTARIAMENTE.

EXISTE UMA LACUNA ENTRE O CRAS E O SINE.

HÁ SOBREPOSIÇÃO DE AÇÕES INCLUSÃO PRODUTIVA EM DIVERSOS ÓRGÃOS.

EDUCAÇÃO

NÃO HÁ
ALINHAMENTO
DAS COMPETÊNCIAS
DEMANDADAS PELAS
EMPRESAS E AS OFERTADAS
PELA FORÇA DE
TRABALHO

A
QUALIFICAÇÃO
PODE NÃO SER UM
BOM INVESTIMENTO SE
O MERCADO NÃO TEM
CAPACIDADE DE
ABSORÇÃO

ÀS VEZES,
JOVENS FAZEM
MUITOS CURSOS, MAS
NÃO NECESSARIAMENTE
CONSEGUEM EMPREGO
POR ISSO

OFERTA
E DEMANDA
DE CURSOS É
DESCASADA

PROGRAMAS DE
MENOR APRENDIZ E
DE ESTÁGIO DIMINUEM AS
LAGUNAS ENTRE EDUCAÇÃO
BÁSICA E
EMPREGABILIDADE

PROJETOS QUE
TRABALHAM COM
INCLUSÃO PRODUTIVA EM
POPULAÇÕES VULNERÁVEIS
FOCAM EM COMPETÊNCIAS
SOCIOEMOCIONAIS

QUALIFICAÇÃO
PROFISSIONAL NEM
SEMPRE É VALORIZADA
NA CONTRATAÇÃO DE
PESSOAL.

NEM TUDO
PODE SER
ENSINADO EAD

PARA
QUALIFICAÇÃO E
CERTIFICAÇÃO, CURSOS
PRESENCIAIS TÊM MAIS
CREDIBILIDADE QUE
CURSOS ONLINE

EDUCAÇÃO BÁSICA É
CONDIÇÃO NECESSÁRIA,
MAS NÃO SUFICIENTE PARA
EMPREGO FORMAL

EQUIPAMENTOS
E MATERIAIS SÃO
RESTRICÕES A CURSOS
EAD. (EX: CURSO DE
CABELEREIRO).

O YOUTUBE
É AMPLAMENTE
ACESSADO PELO PÚBLICO
DE BAIXA RENDA PARA
FINS DE QUALIFICAÇÃO
PROFISSIONAL

CURSOS EM VÍDEO
TÊM MAIOR ADERÊNCIA
POR PARTE DO PÚBLICO DE
BAIXA RENDA

O
YOUTUBE É
UTILIZADO PELOS
EMPREENDEDORES PARA
APRENDER HABILIDADES
DE FORMA PRÁTICA E
RÁPIDA

MERCADO E TRABALHO

PESSOAS DO CADASTRO ÚNICO BUSCAM TRABALHO DE TODA FORMA

MUITOS SONHAM COM CARTEIRA ASSINADA

MOBILIDADE MUITAS VEZES É UM ENTRAVE PARA CONSEGUIR EMPREGO

EXISTEM POUCAS VAGAS NO MERCADO FORMAL, PRINCIPALMENTE EM LOCAIS COM ECONOMIA ESTAGNADA

EM GERAL, AS PESSOAS DO CADÚNICO FAZEM TRABALHOS TEMPORÁRIOS

MUITAS VEZES ESSE PÚBLICO NÃO QUER TRABALHAR LONGE E ALGUNS EMPREGADORES TÊM PREFERÊNCIA POR TRABALHADORES QUE MORAM PRÓXIMO (MENOR VT)

EMPREENDEDORISMO

MUITOS EMPREENDEM SOZINHOS

EMPREENDEDORISMO É UMA FORMA E SOBREVIVÊNCIA

MUITOS NÃO TOMAM RISCOS POR MEDO DE PERDER MEIOS DE SOBREVIVÊNCIA

RESTRICÇÕES AO MICROCRÉDITO: TEMPO MÍNIMO, PRECONCEITO, UM FOCO NA BAIXA E NÃO EM BAIXÍSSIMA RENDA

COOPERATIVISMO É UMA FORMA DE DIMINUIR O CUSTO DE PRODUTOS

EMPREENDEM COM PRODUTOS COM BAIXO VALOR AGREGADO, ALGUNS APENAS REVENDEM

PERFIL GERAÇÃO MAIS VELHA DO CADASTRO ÚNICO

FAIXA ETÁRIA MAIS DE 40 ANOS

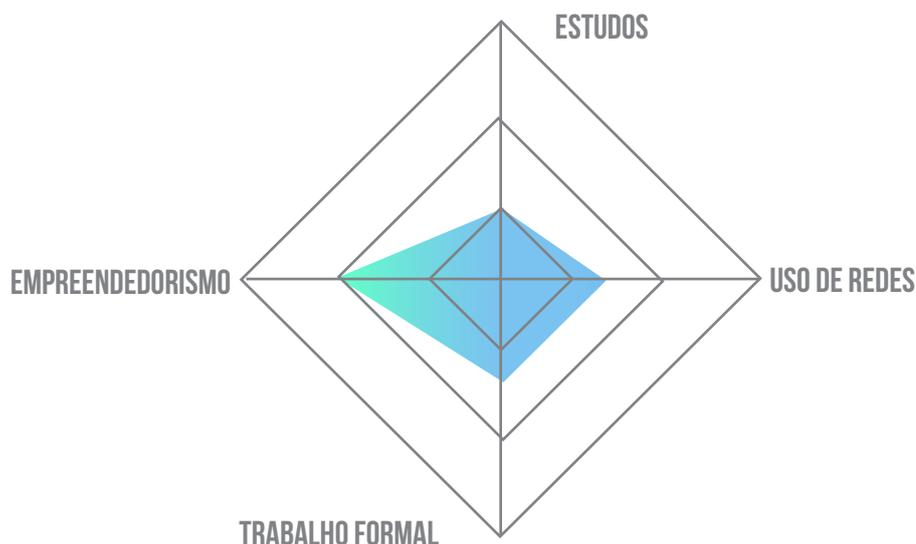
ESCOLARIDADE TENDE A NÃO TER CONCLUÍDO EDUCAÇÃO BÁSICA

USO DE INTERNET TEM DIFICULDADE / USA WHATSAPP

RECEBE BENEFÍCIO ALGUMAS VEZES



RELAÇÃO COM OS TEMAS



TÊM MEDO DE PERDER O BOLSA FAMÍLIA.

TÊM BAIXA AUTO-ESTIMA

SOFREM PRECONCEITO POR PARTE DOS "PATRÕES" POR SEREM BENEFICIÁRIOS

INSIGHTS

MEDO É UM FATOR IMPORTANTE: NÃO PERTENCER, SER ENGANADO, PERDER O BOLSA FAMÍLIA, HUMILHAÇÃO, SOBREVIVER AO "DIA DE AMANHÃ"

VALORIZAM A EDUCAÇÃO

O MEDO DE SER ENGANADO GERA DESCONFIANÇA

PERFIL

MÃE DO BOLSA



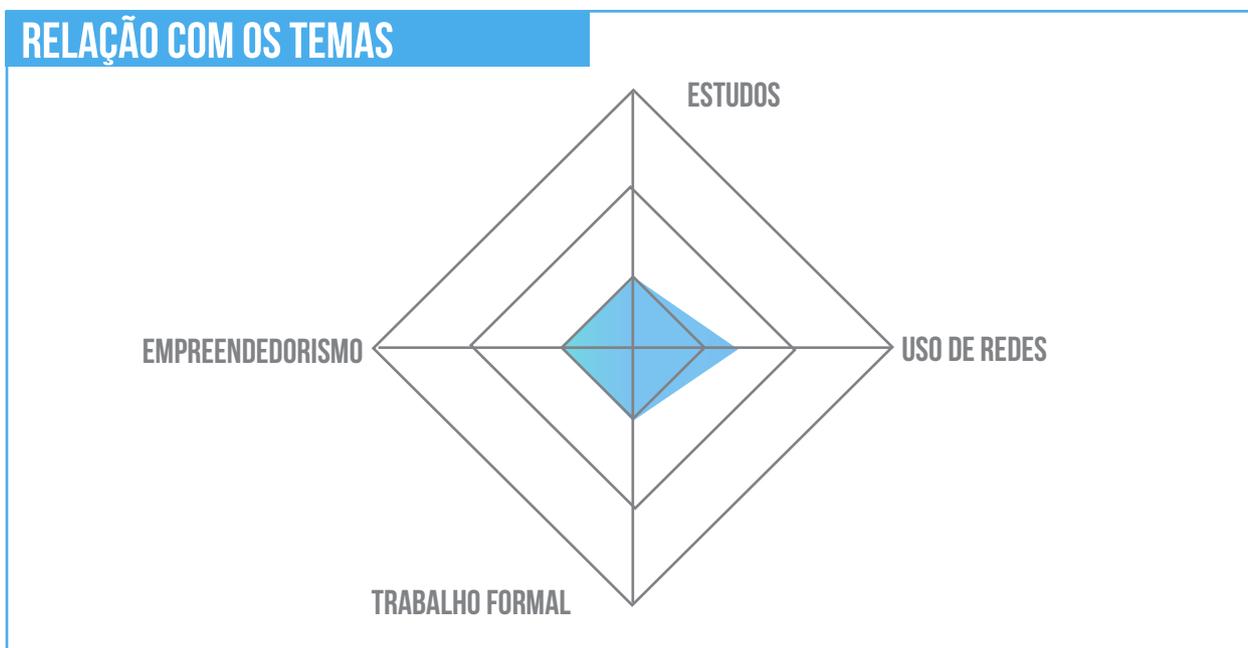
FAIXA ETÁRIA MAIS DE 40 ANOS

ESCOLARIDADE TENDE A NÃO TER CONCLUÍDO EDUCAÇÃO BÁSICA

USO DE INTERNET TEM DIFICULDADE / USA WHATSAPP

RECEBE BENEFÍCIO SIM

RELAÇÃO COM OS TEMAS



INSIGHTS

PREFEREM CURSOS PRESENCIAIS

FILHOS BUSCAM MELHORAR DE VIDA E AJUDAR AS MÃES.

FALTA DE PERSPECTIVA

TÊM ESPERANÇA NOS FILHOS

POSSUEM TRABALHO ESPORÁDICO

TÊM PREOCUPAÇÃO COM O AMPARO PARA FILHOS

SÃO EXCLUÍDAS DIGITALMENTE, TÊM DIFICULDADE DE USO DE DISPOSITIVOS

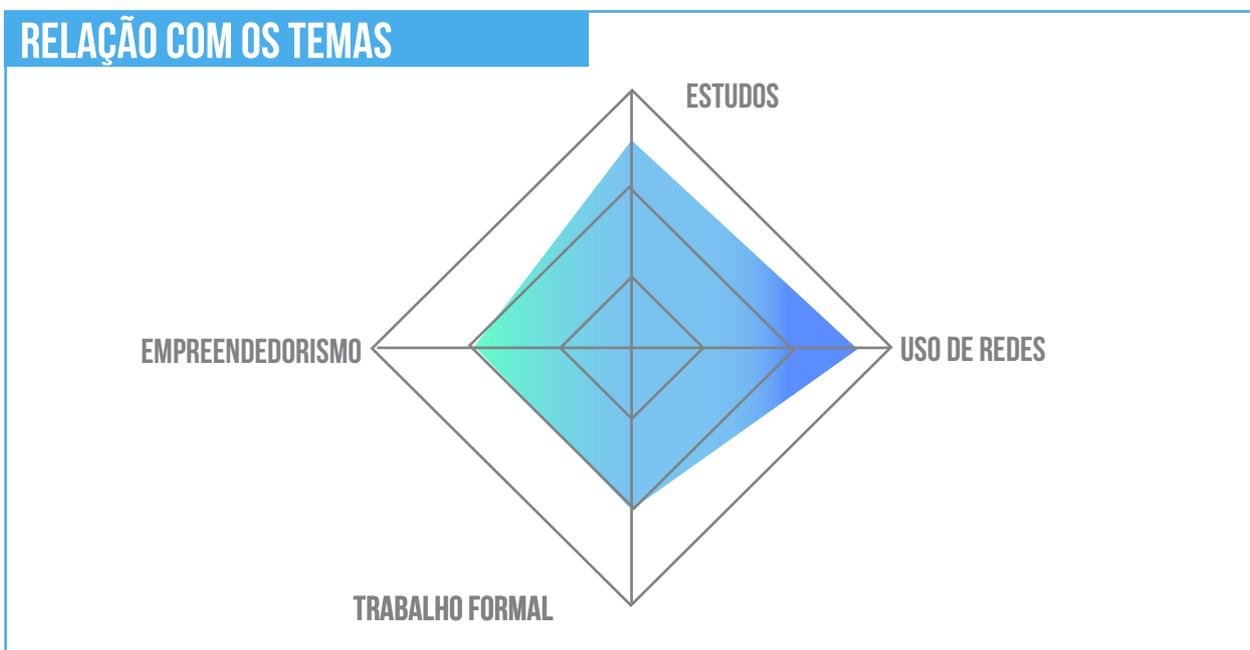
FILHOS(CAS) DO BOLSA

FAIXA ETÁRIA ATÉ 30 ANOS

ESCOLARIDADE TENDE A TER CONCLUÍDO EDUCAÇÃO BÁSICA

USO DE INTERNET USA REDES SOCIAIS E INTERNET

RECEBE BENEFÍCIO NÃO



INSIGHTS

NÃO TÊM OU NÃO FICAM COM OS FILHOS

HOMENS NORMALMENTE TRABALHAM COM FERRAMENTAS FORA DE CASA.

QUEREM MELHORAR DE VIDA E AJUDAR AS MÃES

NÃO USAM SERVIÇOS DA ASSISTÊNCIA SOCIAL

RELATAM TRABALHO E ESTUDOS COMO PRINCIPAL PREOCUPAÇÃO/ASPIRAÇÃO. E NÃO MAIS A SOBREVIVÊNCIA, COMO AS GERAÇÕES MAIS VELHAS

NÃO APRENDERAM COMPETÊNCIAS SOCIOEMOCIONAIS

TRABALHAM NO MERCADO FORMAL OU SÃO EMPREENDEDORES

TENDEM A TER CONCLUÍDO A EDUCAÇÃO BÁSICA E FEITO QUALIFICAÇÕES ONLINE.

SÃO TECH-FRIENDLY

PERFIL

NOVAS MÃES DO BOLSA



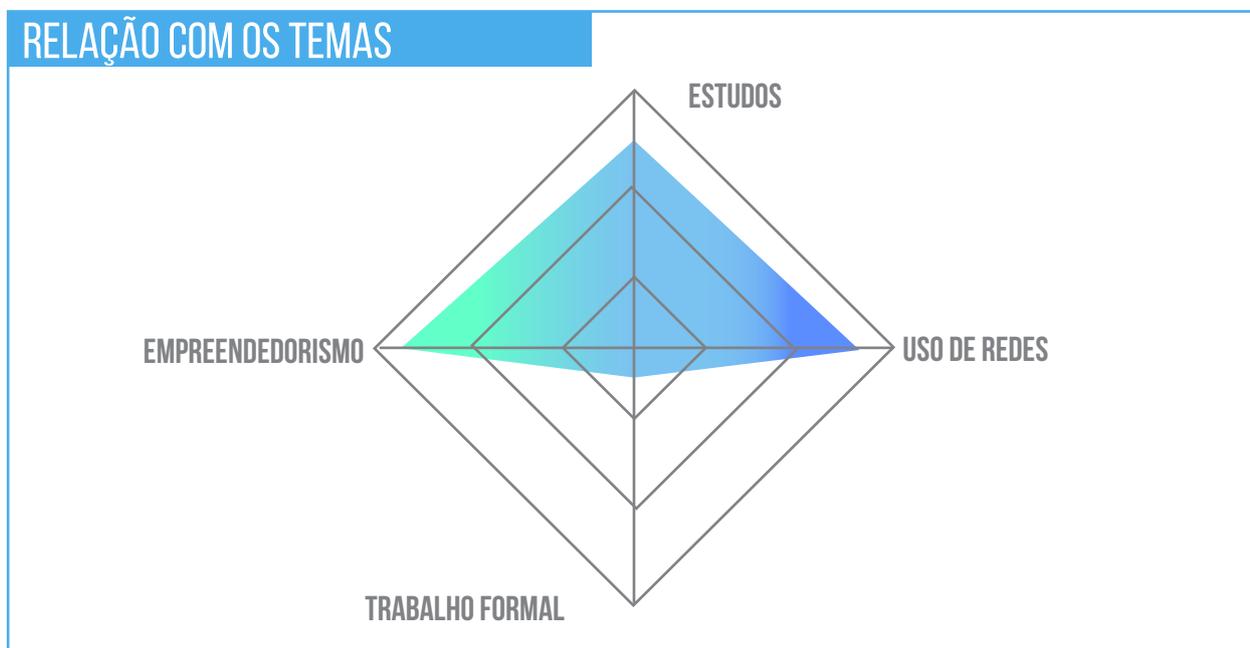
FAIXA ETÁRIA ATÉ 30 ANOS

ESCOLARIDADE TENDE A TER CONCLUÍDO EDUCAÇÃO BÁSICA

USO DE INTERNET USA REDES SOCIAIS E INTERNET

RECEBE BENEFÍCIO SIM

RELAÇÃO COM OS TEMAS



INSIGHTS

FOCAM EM QUALIFICAÇÕES ONLINE

PODEM REPRODUZIR O CICLO DE POBREZA

SÃO TECH-FRIENDLY

EMPREENDEM DIGITALMENTE (VENDA EM REDES).

GRAVIDEZ PRECOCE É A PRINCIPAL BARREIRA PARA INCLUSÃO PRODUTIVA DAS MENINAS JOVENS. ELAS SÃO QUALIFICADAS, USAM A INTERNET, MAS SÃO RETIRADAS DO MERCADO PARA CUIDAR DA CASA E FILHOS

TENDEM A TER CONCLUÍDO A EDUCAÇÃO BÁSICA, EXCETO POR GRAVIDEZ PRECOCE

MULHERES NEM-NEM-NEM ESTÃO CUIDANDO DOS FILHOS.

QUEREM DAR UMA VIDA MELHOR AO FILHO

UTILIZAM SERVIÇOS DO GOVERNO.

MUITAS TÊM SMARTPHONE, POUCAS TEM COMPUTADOR

FAZEM TRABALHOS MANUAIS EM CASA PARA FICAR COM OS FILHOS.

NÃO APRENDERAM COMPETÊNCIAS SOCIOEMOCIONAIS

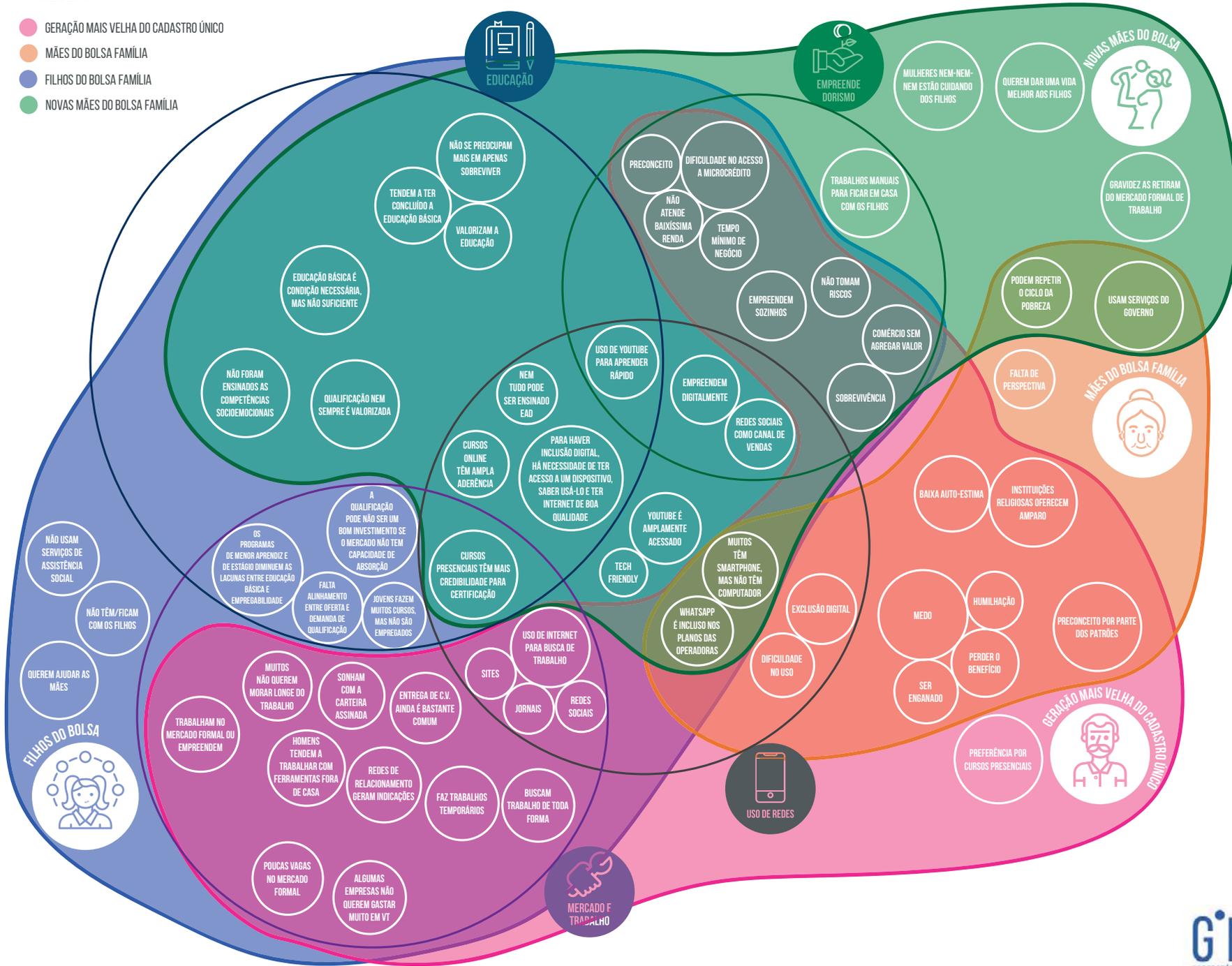
INOVAÇÃO
*pro
gre
dir*



G·NOVA
LABORATÓRIO DE INOVAÇÃO EM GOVERNO

LEGENDA

- GERAÇÃO MAIS VELHA DO CADASTRO ÚNICO
- MÃES DO BOLSA FAMÍLIA
- FILHOS DO BOLSA FAMÍLIA
- NOVAS MÃES DO BOLSA FAMÍLIA



OUTROS INSIGHTS

GOVERNANÇA

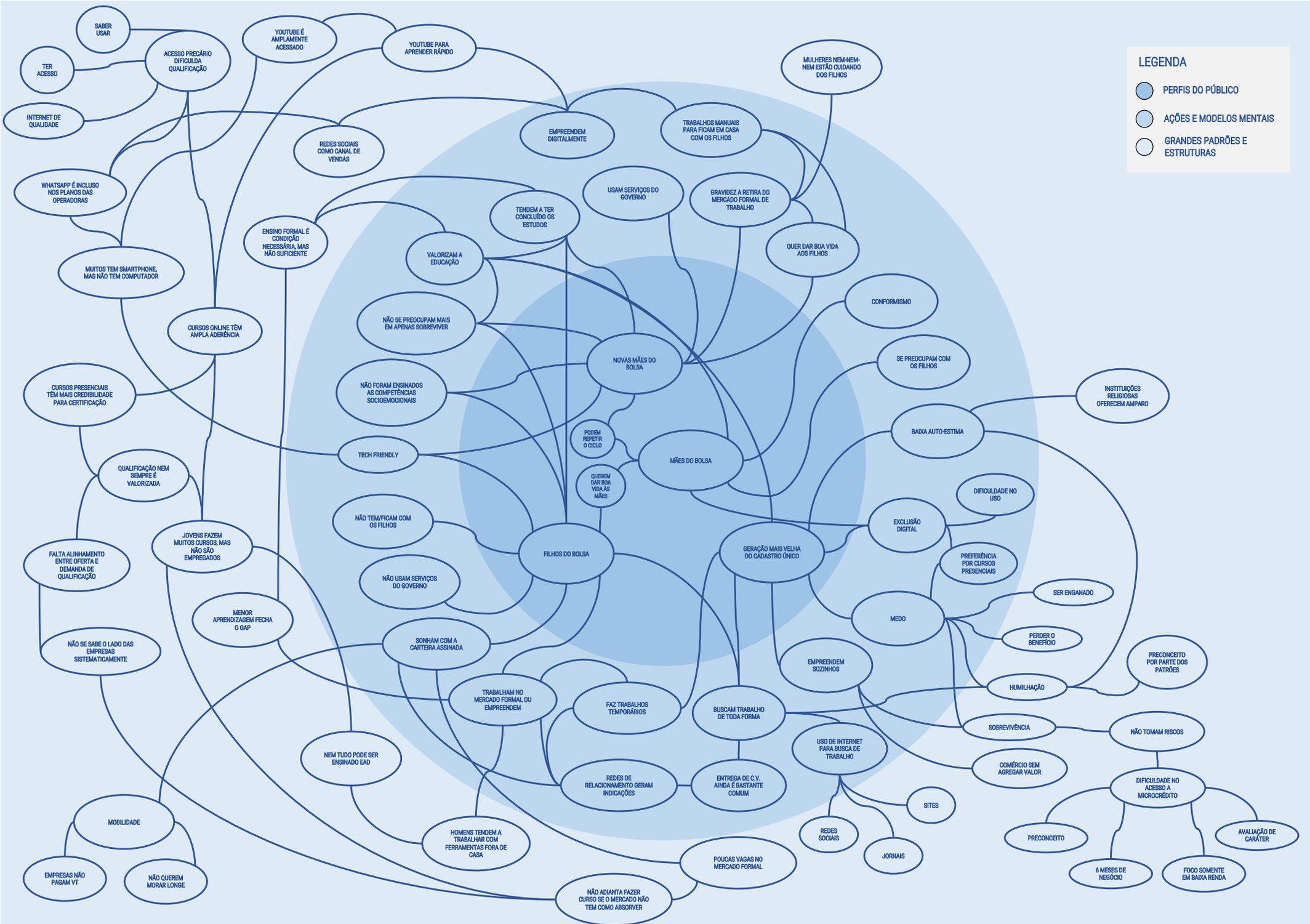
- NAS POLÍTICAS DE TRABALHO, EXISTE UM VIES PRÓ MERCADO FORMAL
- HÁ A SOBREPÓSICÃO DE AÇÕES DE INCLUSÃO PRODUTIVA EM DIVERSOS ÓRGÃOS.
- NÃO HÁ INDICADORES PARA AVALIAR A GOVERNANÇA DAS POLÍTICAS DE INCLUSÃO PRODUTIVA
- EXISTE UMA REDE DE PROSPECÇÃO DE VAGAS DE TRABALHO FORMAL NO SINE
- EXISTE UMA LACUNA ENTRE O CRAS E O SINE
- NÃO EXISTEM AÇÕES DE INCLUSÃO PRODUTIVA INSTITUCIONALIZADAS NA ASSISTÊNCIA SOCIAL, MAS ALGUNS CRAS PERCEBEM A NECESSIDADE E O FAZEM VOLUNTARIAMENTE.

USO DA PLATAFORMA

- PLATAFORMA APRESENTA PROBLEMAS NO FUNCIONAMENTO
- PLATAFORMA É INSTÁVEL E IMPEDIR DIVULGAÇÃO EM MASSA
- PLATAFORMA NÃO É ACESSÍVEL A ANALFABETOS
- PLATAFORMA É ACESSÍVEL PARA JOVENS COM MAIOR ESCOLARIDADE
- EMPRESAS TAMBÉM SÃO USUÁRIOS DA PLATAFORMA

LEGENDA

- PERFIS DO PÚBLICO
- AÇÕES E MODELOS MENTAIS
- GRANDES PADRÕES E ESTRUTURAS





PERSONAS

Marilvânia	
Gênero	Feminino
Idade	42
Família	Solteira com filha, genro e neto
Raça/cor	Negra
Grau de Instrução	Fundamental Incompleto
Minha história	Doméstica, teve filha com 17 anos, cuida da neta, o que prejudica o seu tempo para trabalhar (da filha também). Tem trabalho intermitente, informal. O genro faz bico, analfabeta funcional. Faz vendas ocasionais.
Meus interesses	Família, religião, saúde, aprender outras atividades que gerem renda
Minhas habilidades	Cozinhar, vendas de cosméticos, limpar a casa, cuidar do neto.
Meus sonhos	Que o neto tenha um futuro melhor, com estudo e emprego formal, Que a filha conclua os estudos e tenha emprego fixo, bem remunerado
Meu ambiente social	Igreja, comunidade, posto de saúde, vizinhos.
Razões para Engajar	<ul style="list-style-type: none">• Oferta de trabalho• Concluir estudos• Qualificação
Razões para não Engajar	<ul style="list-style-type: none">• Analfabetismo• Dificuldade de acesso à internet• Distância das oportunidades• Falta de vagas na área de interesse
O que ouve?	Redes sociais, rádio, TV Pastor, filha, genro Patroas, colegas de profissão Insegurança, crise econômica, família
O que fala e faz?	Trabalhar, cuidar do neto, ir na igreja Fala do trabalho, saúde, convívio na igreja Tem uma postura muito passiva perante ao cotidiano
O que vê?	Humilde, não sonha em sair dessa situação Vizinhos, amigos da igreja, família Administra a busca de trabalho, trabalho e problemas da família
O que sente?	Mundo pequeno: religião, trabalho e família O futuro da filha e do neto Preocupação Emprego dos membros da família Ter um emprego fixo Terminar os estudos Pensa no curto prazo, sanar as necessidades básicas Filha e neto tenham educação e emprego melhor Preocupação: comer, morar, educação da filha e neto
Dores?	Déficit educacional Fome, desemprego, problemas de saúde Poder terminar os estudos Filha e genro trabalharem
Necessidades?	O sucesso e união da família



Marilvânia	
	Garantir trajetória melhor para neto Maior renda

Miguel Santos	
Gênero	Masculino
Idade	19 anos
Família	Mãe e irmãos
Raça/cor	Parda
Grau de Instrução	Ensino Médio Completo
Minha história	Filho de mãe-solo, Miguel é tímido, tem dois irmãos mais novos e mora em Ceilândia. Trabalha como jovem aprendiz no supermercado do bairro e quer estudar engenharia para oferecer uma vida melhor à sua mãe.
Meus interesses	Videogames, robótica, filmes futuristas, youtube, celulares e computador
Minhas habilidades	Bom de matemática, introvertido, persistente, conserta computadores e celulares
Meus sonhos	Dar uma vida melhor para mãe, construir robôs, ser engenheiro mecatrônico, comprar um carro
Meu ambiente social	Mora com a mãe e dois irmãos, mãe é cozinheira, MCM.V, joga bola, Jogar games na lan house, amigos moram perto.
Razões para Engajar	<ul style="list-style-type: none">• Letramento digital• Persistência• Urgência de aumentar renda
Razões para não Engajar	<ul style="list-style-type: none">• Prefere estudar no youtube• Vagas não são exclusivas• UX da plataforma
O que ouve?	Pai ausente e alcoólatra, youtube para o bem e para o mal, memes, amigos ganhando dinheiro com tráfico e desmotivando.
O que fala e faz?	Viciado em games (aposta). Fala que cuida dos irmãos, mas fica no whatsapp. Estuda, mas se distrai fácil. Fala sobre o que vê na internet e filmes.
O que vê?	Memes, tráfico, vídeos, muito esforço da família, mas não saem do lugar. Trabalha no caixa do mercado. Amigos nerds ou no tráfico.
O que sente?	Gosta de ir à igreja. Se preocupa com a mãe. É tímido. Quer fazer engenharia e ganhar dinheiro. Vergonha da casa simples. Inveja dos amigos que estão ganhando dinheiro.
Dores?	Abandono do pai. Não passou direto no vestibular. Não consegue focar nos estudos (distração).
Necessidades?	Às vezes usa algo para se soltar. Quer ser bem-sucedido. Quando ganhar dinheiro, acabaram os problemas.



Junior	
Gênero	Masculino
Idade	40
Família	Casado, uma filha de 13 anos
Raça/cor	Parda
Grau de Instrução	Médio incompleto
Minha história	Eu sou mestre em marcenaria. Era contratado por um MEI, que tinha capital, maquinários e captava serviços. Eu planejava a produção, formava a equipe e executava o trabalho. Eu não tinha CP, mas recebia todos os direitos trabalhistas. Quando o MEI não conseguiu mais pagar esses direitos eu resolvi começar a empreender por conta.
Meus interesses	Sobreviver, educação da filha (até Ensino Médio), religião.
Minhas habilidades	Marcenaria, coordenação de equipe (do mesmo nível social), projeta o serviço.
Meus sonhos	Ver a filha com um emprego e casada.
Meu ambiente social	Sou uma pessoa simples, moro em Valparaíso.
Razões para Engajar	<ul style="list-style-type: none">• Acesso à microcrédito• Qualificação para vendas e gestão de negócios• Inserção em redes de negócio
Razões para não Engajar	<ul style="list-style-type: none">• Dúvidas em investir tempo nas ações acima. "Vai me trazer retorno financeiro?"• Baixa auto-estima• Sem inclusão digital - medo.
O que ouve?	Ideias conservadoras. Autoridades "morais". TV, rádio, whatsapp. Comentários de amigos e familiares.
O que fala e faz?	Fala pragmática (desconfiado em relação a estranhos). Moderado em suas atitudes, discreto. Família, trabalho, pouco lazer.
O que vê?	Conservador. Pessoas também conservadoras (rede pequena, vizinhos, colegas de trabalho e familiares). Rotina familiar, de trabalho e religiosa.
O que sente?	Eu não me defino, é o mundo quem me define. Sobreviver e garantir um futuro melhor para a minha filha. Ver minha filha casada e com emprego.
Dores?	Instabilidade financeira / trabalhar e não receber. Não conseguir usar suas habilidades para produzir dinheiro para si próprio. Obstáculos socioemocionais (baixa autoestima).
Necessidades?	Dinheiro estável, Estabilidade financeira. Estabilidade financeira.

Junior	
Gênero	Masculino
Idade	40
Família	Casado, uma filha de 13 anos
Raça/cor	Parda
Grau de Instrução	Médio incompleto
Minha história	Eu sou mestre em marcenaria. Era contratado por um MEI, que tinha capital, maquinários e captava serviços. Eu planejava a produção,



Junior	
	formava a equipe e executava o trabalho. Eu não tinha CP, mas recebia todos os direitos trabalhistas. Quando o MEI não conseguiu mais pagar esses direitos eu resolvi começar a empreender por conta.
Meus interesses	Sobreviver, educação da filha (até Ensino Médio), religião.
Minhas habilidades	Marcenaria, coordenação de equipe (do mesmo nível social), projeta o serviço.
Meus sonhos	Ver a filha com um emprego e casada.
Meu ambiente social	Sou uma pessoa simples, moro em Valparaíso.
Razões para Engajar	<ul style="list-style-type: none">• Acesso à microcrédito• Qualificação para vendas e gestão de negócios• Inserção em redes de negócio
Razões para não Engajar	<ul style="list-style-type: none">• Dúvidas em investir tempo nas ações acima. "Vai me trazer retorno financeiro?"• Baixa auto-estima• Sem inclusão digital – medo.
O que ouve?	Ideias conservadoras. Autoridades "morais". TV, rádio, whatsapp. Comentários de amigos e familiares.
O que fala e faz?	Fala pragmática (desconfiado em relação a estranhos). Moderado em suas atitudes, discreto. Família, trabalho, pouco lazer.
O que vê?	Conservador. Pessoas também conservadoras (rede pequena, vizinhos, colegas de trabalho e familiares). Rotina familiar, de trabalho e religiosa.
O que sente?	Eu não me defino, é o mundo quem me define. Sobreviver e garantir um futuro melhor para a minha filha. Ver minha filha casada e com emprego.
Dores?	Instabilidade financeira / trabalhar e não receber. Não conseguir usar suas habilidades para produzir dinheiro para si próprio. Obstáculos socioemocionais (baixa autoestima).
Necessidades?	Dinheiro estável, Estabilidade financeira. Estabilidade financeira.

Kelly	
Gênero	Feminino
Idade	23
Família	Mora com os pais. Mãe solteira, um filho de 2 anos.
Raça/cor	Parda
Grau de Instrução	Ensino Médio completo
Minha história	Após concluir o ensino médio, tornou-se caixa de supermercado. Teve uma gravidez não planejada, precisou sair do emprego para cuidar do filho. A família não pode cuidar da criança e não há creches no local.
Meus interesses	Continuar os estudos. Trabalhar em um escritório jurídico.
Minhas habilidades	Sabe usar internet e redes sociais. Assiste a aulas no youtube. Proatividade. Crochê.
Meus sonhos	Garantir um bom futuro ao filho. Tornar-se advogada. Ter sua própria casa e constituir sua família.
Meu ambiente social	Frequenta a igreja. Convive com um grupo de mães do CRAS. Possui celular, mas usa a internet e o computador da vizinha.
Razões para Engajar	<ul style="list-style-type: none">• Qualificação?



Kelly	
	<ul style="list-style-type: none">• Perfil empreendedor• Necessidade de Renda
Razões para não Engajar	<ul style="list-style-type: none">• Não busca trabalho formal por ter de cuidar do filho• Não conhece o progredir• Dificuldade de deslocamento
O que ouve?	Pastor (formador de opinião). Mãe ajuda. Youtubers. Novelas. Não se emprega mãe com filhos.
O que fala e faz?	Serviços de casa. Cuida da criança, vê youtube. Crochê amador para outras mães. Fala que quer ser advogada, mas não estuda para isso.
O que vê?	Mães do CRAS e igreja. Mãe dona de casa.
O que sente?	Dar melhor vida ao filho. Solidão (pertencimento). Continuar estudos. Não tem perspectiva real de futuro. Impotência. Sentimento de dependência dos pais.
Dores?	Ter onde deixar o filho. Perda de emprego. Passar dificuldade com o filho.
Necessidades?	Sucesso do filho. Ser independente.

5.4 Oficina de Priorização

Data

11/06/2019

Objetivo

Definir o desafio de design

Equipe GNova

Daniela Gomes Metello

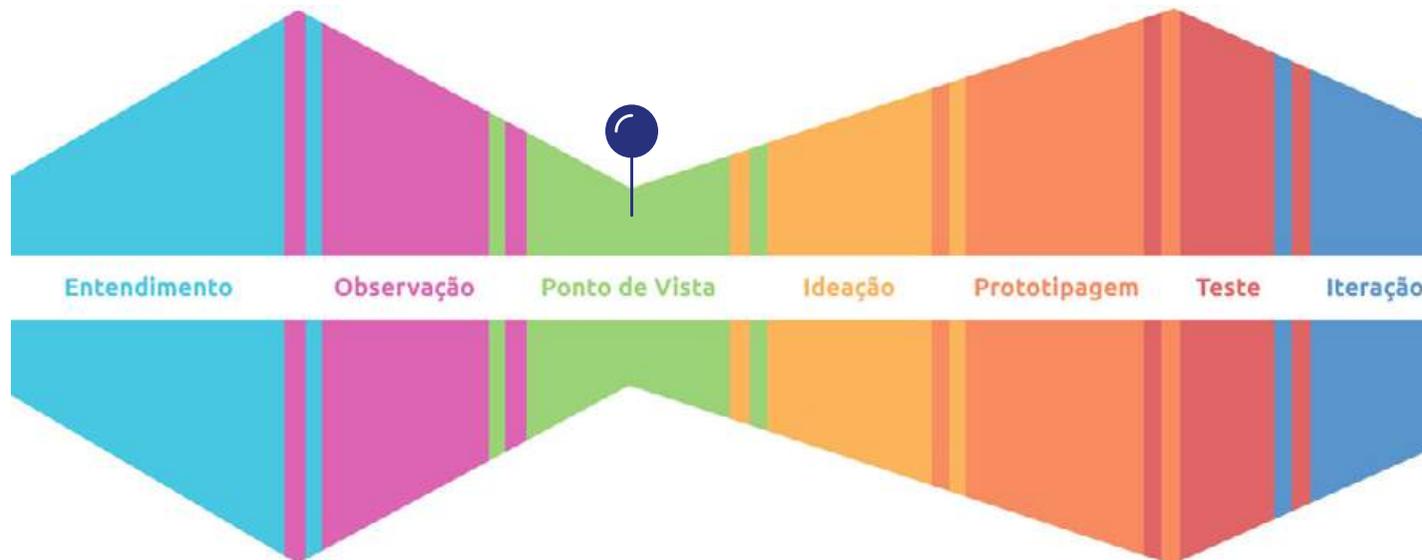
Equipe Ministério da Cidadania

Adriana Brandão, Caroline Sampaio, Cláudio de Melo, Daniel Kieling, Eduardo Dalbosco, Gustavo Saldanha, James Theodoro, Lara Araújo

Atividades

1. Compartilhando Insights
2. Voltando ao Problema

você está aqui



objetivos de hoje



COMPARTILHAR
INSIGHTS

DEFINIR DESAFIO
DE DESIGN



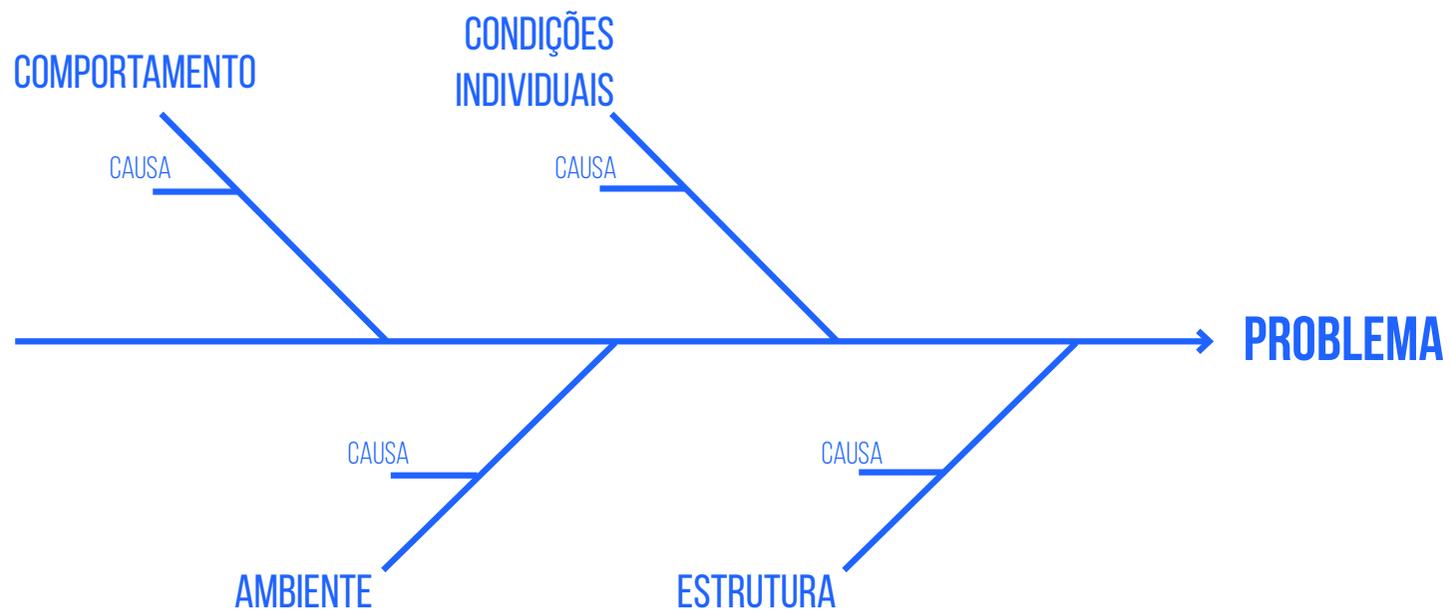


VOLTANDO AO
PROBLEMA

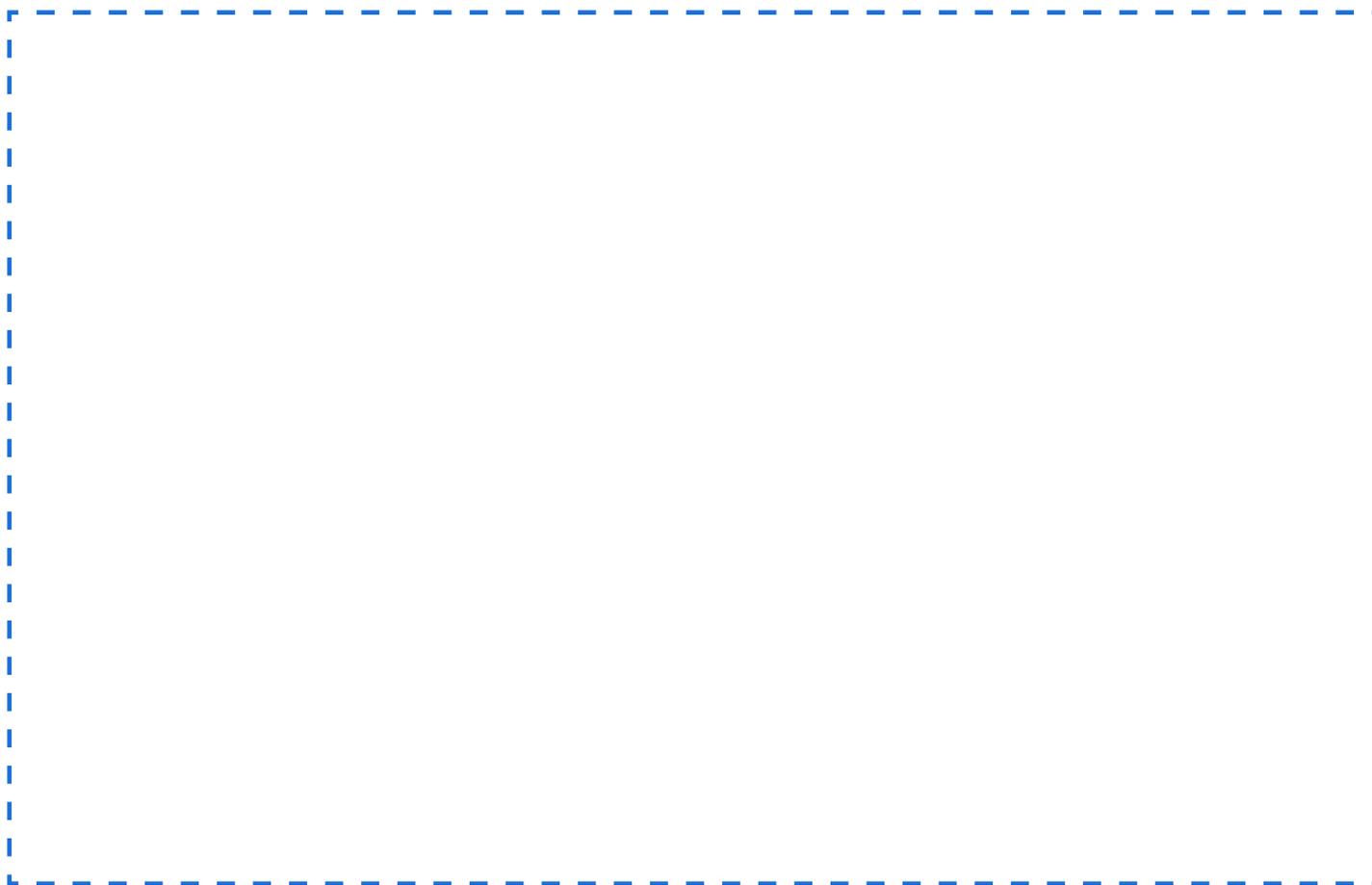
BAIXA TAXA DE USO DA
PLATAFORMA PROGREDIR

NÃO INCLUSÃO PRODUTIVA
DA POPULAÇÃO MAIS
POBRE DO PAÍS





COMO PODEMOS...?



COMO PODEMOS...?

PROBLEMA INICIAL Melhorar a vida das crianças.

COMO PODEMOS...?

PROBLEMA INICIAL Melhorar a vida das crianças.

QUESTÃO DE DESIGN Como podemos melhorar a vida das crianças?

COMO PODEMOS...?

PROBLEMA INICIAL Melhorar a vida das crianças.

QUESTÃO DE DESIGN Como podemos melhorar a vida das crianças?

IMPACTO FINAL Queremos que crianças de baixa-renda da comunidade prosperem.

COMO PODEMOS...?

PROBLEMA INICIAL Melhorar a vida das crianças.

QUESTÃO DE DESIGN Como podemos melhorar a vida das crianças?

IMPACTO FINAL Queremos que crianças de baixa-renda da comunidade prosperem.

CONTEXTO E RESTRIÇÕES Crianças não tem controle de suas circunstâncias, por isso devemos direcionar a solução para os pais; Queremos uma solução que funcione em diferentes regiões.

COMO PODEMOS...?

PROBLEMA INICIAL Melhorar a vida das crianças.

QUESTÃO DE DESIGN Como podemos melhorar a vida das crianças?

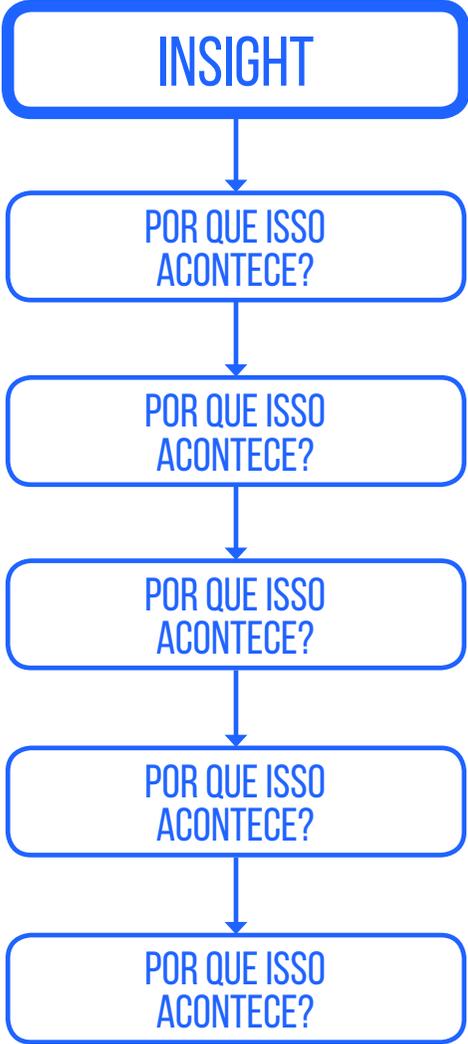
IMPACTO FINAL Queremos que crianças de baixa-renda da comunidade prosperem.

CONTEXTO E RESTRIÇÕES Crianças não tem controle de suas circunstâncias, por isso devemos direcionar a solução para os pais; Queremos uma solução que funcione em diferentes regiões.

DESAFIO DE DESIGN Como podem os pais em comunidades de baixa-renda garantir que as crianças prosperem em seus primeiros cinco anos?



ENCONTRANDO
CAUSAS RAÍZ



A hand is shown holding a blank Polaroid photograph against a blue background with a bokeh effect. The text "REDEFININDO O PROBLEMA" is overlaid on the image.

REDEFININDO O
PROBLEMA



DESAFIO DE DESIGN – GRUPO 1

Problema Inicial

Não inclusão produtiva da população mais pobre do país.

Questão de Design

Como podemos aprimorar o serviço de intermediação de mão de obra da plataforma?

Como podemos aprimorar os serviços do eixo de empreendedorismo?

Impacto Final

Aumentar a inserção do público do Cadastro Único.

Incluir o público mais vulnerável do Cadastro Único no Mundo do Trabalho.

Contexto e Restrições

Economia desce e desemprego crescente.

Baixo interesse das empresas na contratação do público.

Jovens não tem com quem deixar os filhos para conseguirem emprego formal.

Baixo interesse da empresa em utilizar a plataforma como ferramenta para contratação.

Exclusão digital de parte do público: acesso à internet, smartphone como mídia, analfabetismo digital.

Dificuldade no acesso ao microcrédito, baixa renda, 6 meses de negócio.

Não tomam riscos

Baixo crescimento econômico

Baixa escolaridade

Necessidades de sobrevivência imediata.

Desafio de Design

Como a plataforma pode melhor atender à procura de emprego pelos filhos do bolsa?

Como a plataforma pode melhor atender o público mais vulnerável que deseja empreender?



DESAFIO DE DESIGN – GRUPO 2

Problema Inicial

Não inclusão produtiva da população mais pobre do país.

Questão de Design

Como incluir produtivamente a população mais pobre do país?

Impacto Final

Queremos que as pessoas tenham condições de sobrevivência, independente dos meios.

Contexto e Restrições

Economia informal = 56%

Buscam estabilidade de renda.

População mais pobre já está incluída.

Tem emprego para todo mundo?

Baixa produtividade.

Contexto urbano.

Redes complexas.

Existe um viés pró-mercado formal.

Quem gera emprego é o setor privado.

Empreendedorismo como atividade solitária.

Baixo socioemocional afeta medo/perspectivas

Diversidade de realidades econômicas.

Diversidade de realidades individuais.

População de baixa renda não consegue gerar renda através das potencialidades dos territórios.

Promover condições dignas de geração de renda.

Empreendedorismo agrega pouco valor (revenda)

Conhecimento dificulta perspectivas/visão de oportunidades.

Desafio de Design

Como podemos promover a inclusão produtiva com aproveitamento dos potenciais do território para gerar autonomia socioeconômica para população de baixa-renda.

5.5 Oficina de Cocriação

Data

25/06/2019

Objetivo

Cocriar soluções

Equipe GNova

Daniela Gomes Metello João Sigora, Joselene Lemos

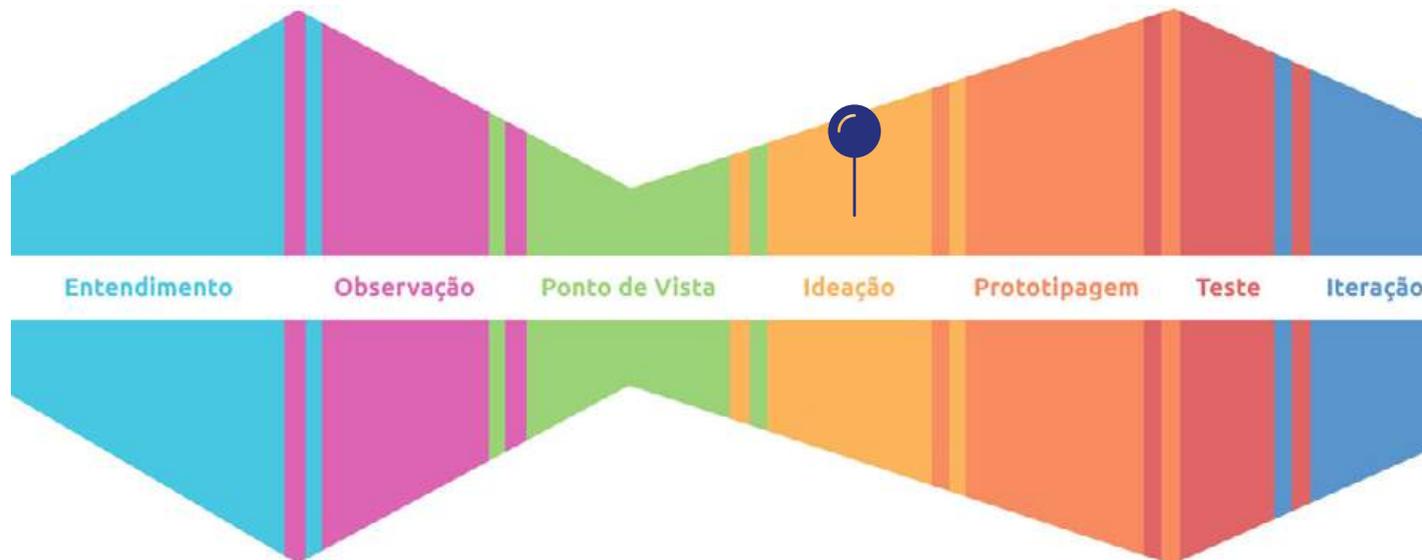
Equipe Ministério da Cidadania

Adriana Brandão, Caroline Sampaio, Cláudio de Melo, Daniel Kieling, Eduardo Dalbosco, Gustavo Saldanha, James Theodoro, Lara Araújo

Atividades

1. Ampliar o Repertório
2. Cocriar

você está aqui



objetivos de hoje

1 AMPLIAR O
REPERTÓRIO

CO-CRIAR

2



COMPARTILHANDO INSIGHTS





O DESAFIO
DE DESIGN

Como podemos promover a inclusão produtiva aproveitando os potenciais do território para gerar autonomia socioeconômica para a população de baixa-renda?





COMPETIÇÃO

INSTRUÇÕES

1. Nessa dinâmica, você terá o trabalho de investigar sobre o tema descrito nessa folha;
2. Você poderá falar com qualquer mesa de especialistas, preenchendo o canvas desse kit;
3. Você terá várias rodadas para conversar com os especialistas. Você só poderá mudar de mesa no final de cada rodada;
4. Após passar a rodada conversando com uma mesa, você ganhará um adesivo da mesa;
5. Você pode ficar quantas rodadas quiser na mesma mesa;
6. Ganha a pessoa que colecionar a maior quantidade de adesivos diferentes.



GERAÇÃO DE IDEIAS



BRAINSTORMING INTUITIVO

BRAINSTORMING ESTRUTURADO



ESPIÃO



5.6 Oficina de Evidências

Data

26/06/2019

Objetivo

Criar com base em evidências

Equipe GNova

Daniela Gomes Metello João Sigora, Joselene Lemos

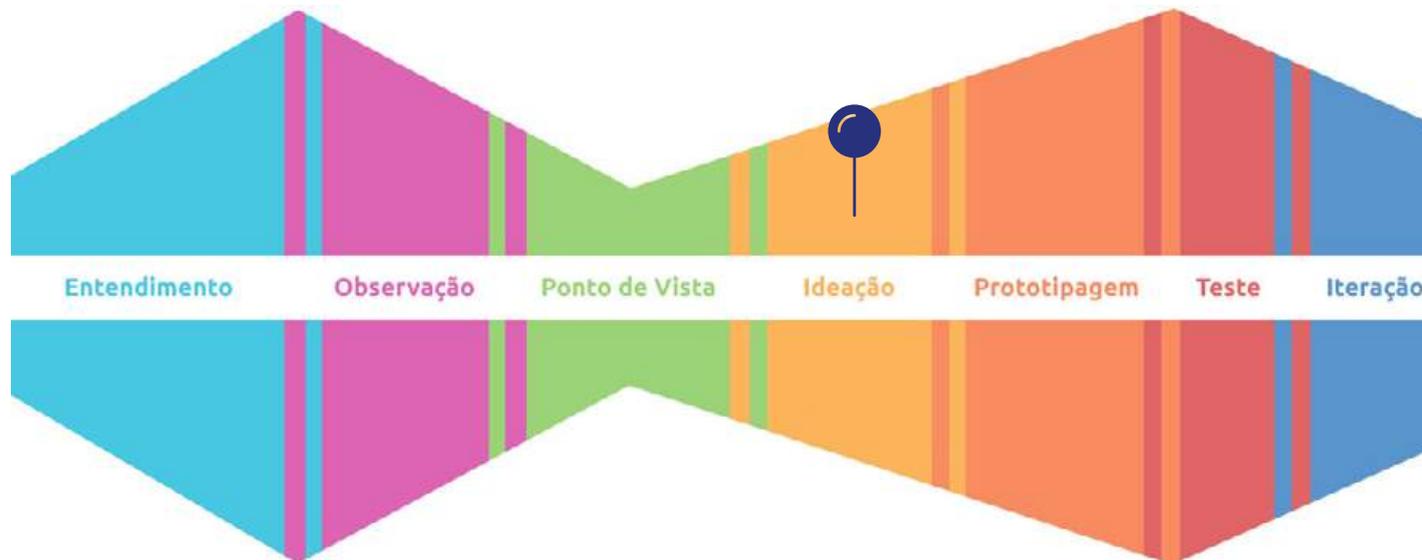
Equipe Ministério da Cidadania

Adriana Brandão, Caroline Sampaio, Cláudio de Melo, Daniel Kieling, Eduardo Dalbosco, Gustavo Saldanha, James Theodoro, Lara Araújo

Atividades

1. Usar Evidências
2. Desenvolver Conceitos

você está aqui



objetivos de hoje

1

USAR
EVIDÊNCIAS

DESENVOLVER
CONCEITOS

2





COMPARTILHANDO EVIDÊNCIAS



MASHUP

GRÁFICO DE PRIORIDADES





E SE...

5.7 Oficina de Conceituação

Data

27/06/2019

Objetivo

Definir e apresentar conceitos do projeto

Equipe GNova

Daniela Gomes Metello João Sigora, Joselene Lemos

Equipe Ministério da Cidadania

Adriana Brandão, Caroline Sampaio, Cláudio de Melo, Daniel Kieling, Eduardo Dalbosco, Gustavo Saldanha, James Theodoro, Lara Araújo

Atividades

1. Conceituação
2. Pitch



SOLUÇÕES DE MERCADO FORMAL

Solução 1	
Público-alvo	Jovens e PCD's do CadÚnico
Parceiros-chave	Empresas
	SINE
	Plataformas de intermediação de mão de obra
	Estados e municípios
	3º Setor
Objetivo	Elevar os níveis de renda das famílias do Cadastro Único pela inserção no mercado de trabalho
Proposta de Valor	Emancipação socioeconômica por meio da empregabilidade
Atividades	1 - Implementar o programa de estágio e socioaprendizagem no governo. <ul style="list-style-type: none"> • Buscar apoio político no Ministério. • Atuar junto ao poder legislativo.
	2 - Fomentar a realização de feiras de emprego para pessoas do Cadastro único. <ul style="list-style-type: none"> • Identificar regiões de maior vulnerabilidade social e alguma dinâmica econômica. • Por meio da rede Progredir induzir a oferta de vagas para o público do Cadastro Único • Abrir chamada pública para estimular e financiar a realização das feiras de emprego para pessoas do Cadastro Único • Avaliar e monitorar os resultados do projeto.
	3.1 – Aumentar a oferta de vagas de trabalho no Portal Progredir <ul style="list-style-type: none"> • Integrar a plataforma com o Sine. • Articulação com o Ministério da Economia. • Estruturação e integração de bases tecnológicas.
	3.2 – Aumentar a oferta de vagas de trabalho no Portal Progredir <ul style="list-style-type: none"> • Aumentar a oferta de vagas de empregos através a integração com sites de vagas de emprego. • Mapear e articular parcerias com stakeholders. • Adesão à rede de parceiros. • Engajar e Integrar bases.
	4 - Premiar as empresas que mais empregam por meio do Progredir. <ul style="list-style-type: none"> • Desenvolvimento de critérios e edital • Adesão da rede de parceiros • Seleção das empresas que mais ofertaram vagas de emprego aos jovens e PCDs do cadastro único. • Premiação
	5 – Tornar a plataforma progredir como fonte de currículos para perfis para as empresas. <ul style="list-style-type: none"> • Levantar dados sobre PCDs no Cad único e a demanda das empresas. • Realizar ajustes na Plataforma



Solução 1	
	<ul style="list-style-type: none"> Estabelecer 2 planos de comunicação: um para os PCDs e outro para empresas Divulgar e mobilizar o público.
Recursos Necessários	Equipes de Governos municipais, estaduais e federais.
Resultados Esperados	Redução da taxa de desemprego entre jovens. Redução da taxa de desemprego entre PDCs Aumentar o número de jovens em estágio ou aprendizagem.
Estimativa de Tempo	2019: 3 2020: 2, 3, 4, 5 2021: 1, 2, 3, 4, 5 2022: 2, 3, 4, 5

Solução 2	
Público-alvo	Jovens do Cadastro Único
Parceiros-chave	Sistema S
	CEBAS
	Instituições Públicas, Privadas e 3º Setor.
	Estados e Municípios
	Acessuas, CRAS, CREAS
Objetivo	Qualificar contemplando as potencialidades dos indivíduos e dos territórios.
Proposta de Valor	Tornar o público do Cadastro Único mais competitivo na busca de trabalho por meio de qualificação técnica e em habilidades socioemocionais.
Atividades	1 - Criação do benefício variável jovem ou benefício jovem Progredir <ul style="list-style-type: none"> Definir o instrumento normativo do benefício variável Elaborar ferramenta de controle de presença e pagamento do benefício Definir formato da parceria com o Sistema S Viabilizar orçamento para o benefício Acompanhar, junto à SAGI, monitoramento e avaliação do projeto
	2.1 – Incluir no Progredir os cursos das organizações que possuem CEBAS <ul style="list-style-type: none"> Aprovar a minuta de lei complementar Buscar apoio político no ministério Articular junto ao poder legislativo
	2.2 - Incluir no Progredir os cursos das organizações que possuem CEBAS <ul style="list-style-type: none"> Incentivar a adesão das entidades à Rede Progredir Incluir cursos das entidades na plataforma Divulgar cursos e mobilizar o público
	3 – Cursos presenciais focados nas potencialidades do território <ul style="list-style-type: none"> Mapear as regiões de maior vulnerabilidade, com alta concentração de jovens e condições de ofertar qualificação presencial Identificar, junto ao setor produtivo, as demandas de qualificação para a ocupação de vagas formais de trabalho Por meio da rede, identificar ou estabelecer as parcerias necessárias para a oferta dos cursos adequados ao território



Solução 2	
	<ul style="list-style-type: none">• Abrir chamamentos públicos para a contratação de outros ofertantes, que não inclusos na rede de parceiros• Disponibilizar, regularmente os cursos ao público interessado, sempre com transporte e alimentação.• Monitorar e avaliar ofertas.
Recursos Necessários	Recursos financeiros para pagamento de facilitadores e espaço físico Equipes de governo municipais, estaduais e federais Recursos financeiros para pagamento das bolsas de estudo, habilidade e alimentação.
Resultados Esperados	Diminuir parcela dos nem-nem-nem Aumentar permanência dos jovens em seus empregos Aumentar a empregabilidade entre os jovens do Cadúnico Qualificar 6 milhões de pessoas em 4 anos (reavaliar sistema S) Ampliar a participação do 3º Setor na oferta de qualificação adequada ao território na rede de parceiros.
Estimativa de Tempo	2019: 1,3,4 2020: 2,3,4 2021: 3,4 2022: 3,4



SOLUÇÕES DE EMPREENDEDORISMO

Solução 1: Dataemprender	
Público-alvo	Agente público local
Parceiros-chave	IBGE
	SAGI
	DataViva/Datapedia
	CAGED
Objetivo	Desenvolvimento Local
Proposta de Valor	Informação para desenvolvimento local
Atividades	Cruzamento de bancos de dados.
	Criação de indicadores
	Produção de evidências
	Qualificar agentes locais
	Entrega de informações por território
Recursos Necessários	Consultoria Orçamento Agentes Locais Sistema (TI)
Resultados Esperados	Desenvolvimento do empreendedorismo para sobrevivência.
Estimativa de Tempo	12 meses

Solução 2: Empreender+ : Rede de empreendedorismo social	
Público-alvo	Território vulneráveis com foco em extrema pobreza Prioridade em jovens mães do bolsa
Parceiros-chave	MDR
	ONGs
	Sistema S
	Entidades de Microcrédito
	Ministério da Economia
	Estados e Municípios
Objetivo	Aumento de Renda Inclusão cidadã Aumento do dinamismo econômico Diminuição da vulnerabilidade social
Proposta de Valor	Fomentar empreendedorismo baseado nas necessidades do território
Atividades	1 - Mapear o público do território



Solução 2: Empreender+ : Rede de empreendedorismo social	
	2 - Desenvolvimento de metodologias de formação empreendedora <ul style="list-style-type: none">• Microcrédito• Socioemocional• Uso dos potenciais do território• Gestão de negócios• Educação financeira
	3 - Formação em grupos
	4 - Apresentação de plano de negócios aos pares <ul style="list-style-type: none">• Mentores• Pares empreendedores (aprovam os planos)
	5 - Acesso ao crédito
	6 - Assistência técnica
	7 - Acompanhamento e formação em grupos
Recursos Necessários	Técnicos em empreendedorismo de baixa renda Voluntários Cursos de empreendedorismo Orçamento Redes de articuladores Informações do público e do território
Resultados Esperados	Aumento do número de empreendimentos econômicos Saída voluntária do PBF pelo critério de renda Empreendimento com mais de um ano de duração
Estimativa de Tempo	Lançamento: 6 meses Entrega: 18 meses

5.8 Oficina de Preparação do Teste

Data

23/07/2019 e 30/07/2019

Objetivo

Preparar equipe para testes de protótipo

Equipe GNova

Daniela Gomes Metello

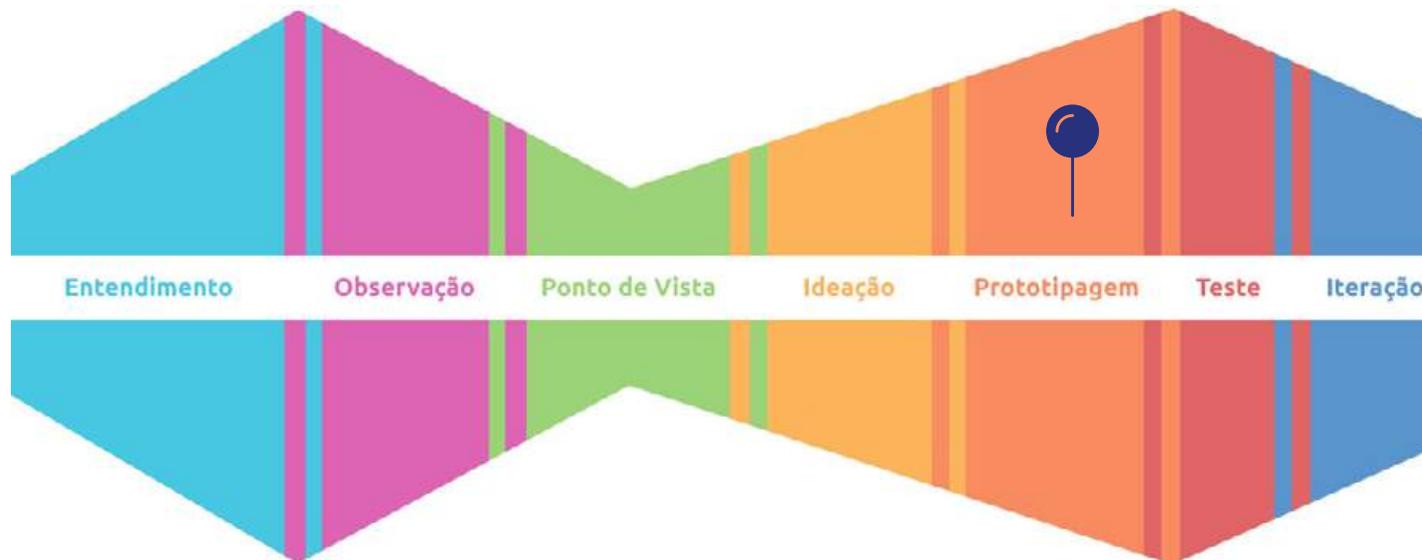
Equipe Ministério da Cidadania

Adriana Brandão, Caroline Sampaio, Cláudio de Melo, Eduardo Dalbosco, Gustavo Saldanha, James Theodoro

Atividades

1. Prototipagem
2. Orientação ao Teste

você está aqui



objetivos de hoje



DESENVOLVER
CONCEITOS

CRIAR
PROTÓTIPOS



RESGATANDO OS CONCEITOS



O que vamos prototipar?



DESENVOLVENDO CONCEITOS

BLUEPRINT DE SERVIÇO

G^oNOVA
LABORATÓRIO DE INOVAÇÃO EM GESTÃO



ORGANIZAÇÃO

G·NOVA
LABORATÓRIO DE INOVAÇÃO EM GESTÃO

Proposta de Valor

Qual a proposta de valor? Como isso será entregue?

Estrutura Organizacional

Qual a estrutura organizacional? Quais os departamentos, departamentos-chave e especialistas?

Processos

Quais processos serão necessários? Quais os recursos, competências e capacidades necessárias?

Capacidades

Quais capacidades essenciais para oferecer a proposta de valor? Quais outras capacidades necessárias? Que competências são necessárias?



PLANEJANDO O TESTE

STORYBOARD



BLUEPRINT DE SERVIÇO

- Avaliação Pós-Atividade
- Ação de Ensino
- Linha de Atividade
- Linha de Implementação
- Linha de Realização
- Linha de Atividade Interna
- Recursos de Suporte



5.9 Oficina de Modelo Lógico

Data

06/08/2019

Objetivo

Preparar Modelo lógico

Equipe GNova

Joselene Lemos

Daniela Gomes Metello

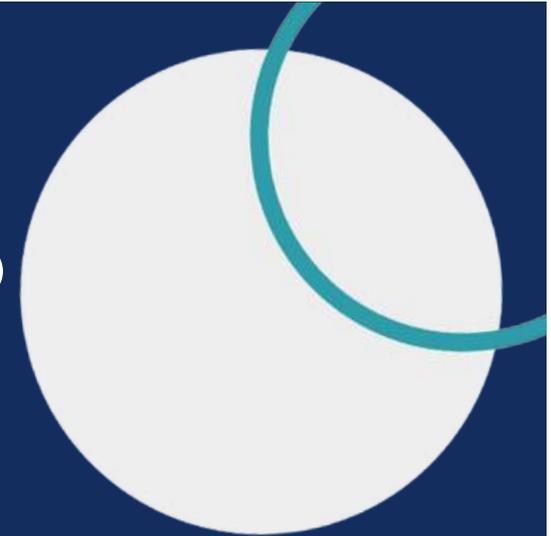
Equipe Ministério da Cidadania

Adriana Brandão, Caroline Sampaio, Cláudio de Melo,
Eduardo Dalbosco, Gustavo Saldanha, James Theodoro



Oficina de monitoramento de políticas públicas

1º dia: Modelos Lógicos



Agenda do dia

14:00h Boas vindas e integração

14:15h Análise de políticas públicas

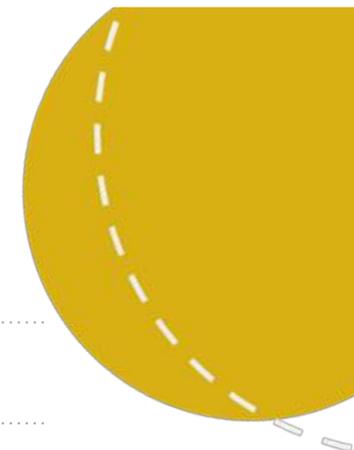
14:45h Definindo o problema

15:30h Definindo o Público-Alvo

16:00h Definindo a intervenção

17:00h Definindo os efeitos

17:45h Finalização



Apresentação



Análise políticas públicas

Monitoramento e avaliação



Por que analisar políticas públicas?



Benefícios de produzir **dados** e **avaliações** de políticas públicas:



Controle social



Subsidiar a tomada de decisão



Melhoria do gasto público

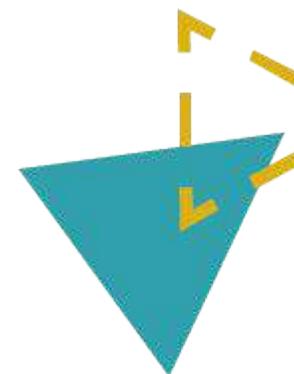
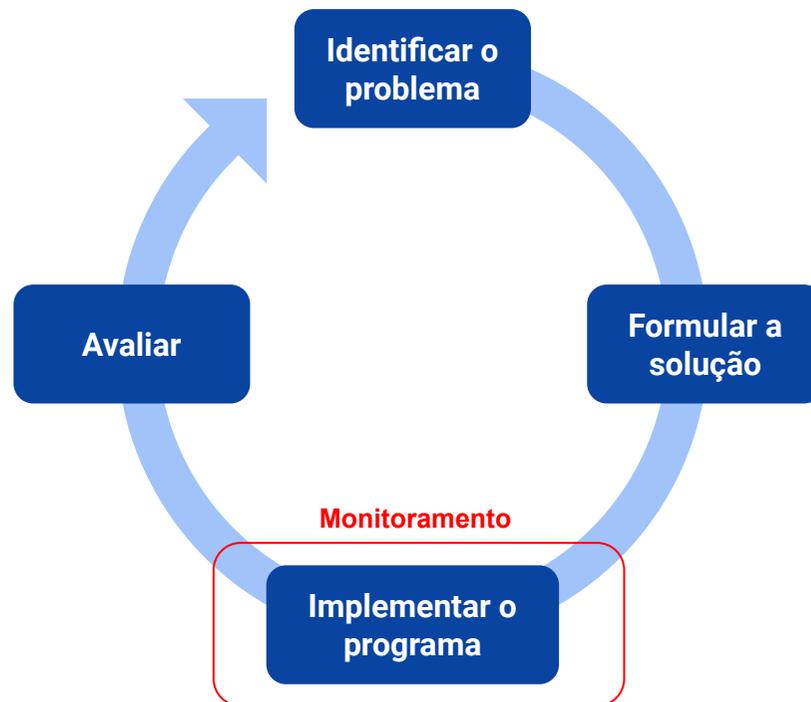


Aprendizado para a gestão





Ciclo das políticas públicas



O que é monitoramento e avaliação

- **Monitoramento:** coleta e sistematização contínua de dados sobre a implementação de um programa
 - Quantas atividades foram realizadas?
 - Quantos produtos e serviços foram entregues?
 - Qual é a cobertura do programa?
 - Como os beneficiários se comportam?



Permite correção
de rumos e ajustes
durante a
implementação

O que é monitoramento e avaliação

- **Monitoramento:** coleta e sistematização contínua de dados sobre a implementação de um programa
 - Quantas atividades foram realizadas?
 - Quantos produtos e serviços foram entregues?
 - Qual é a cobertura do programa?
 - Como os beneficiários se comportam?

- **Avaliação:** atribuição de valor a um determinado programa ou política pública
 - Atende o público-alvo pretendido?
 - Atinge seus resultados esperados?
 - Alcança o impacto esperado?

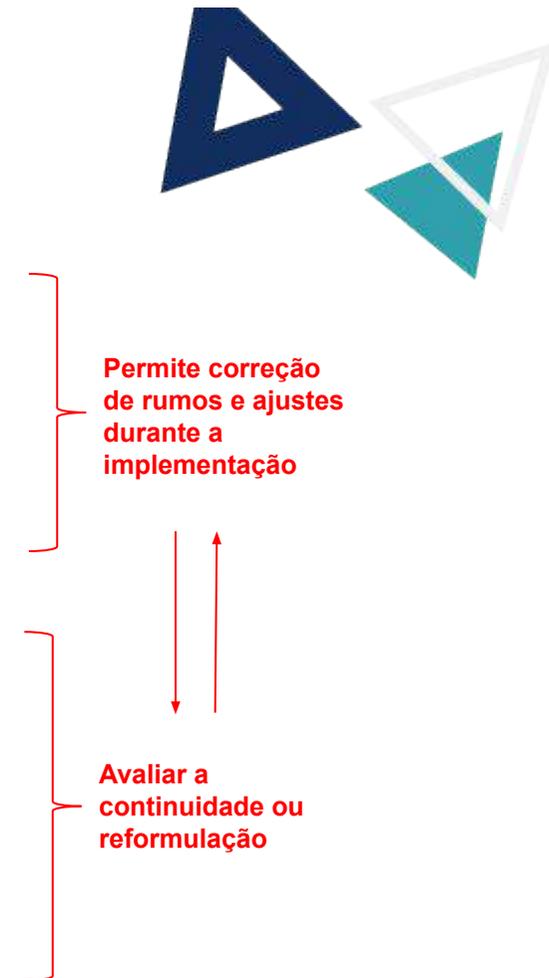


Permite correção de rumos e ajustes durante a implementação

Avaliar a continuidade ou reformulação

O que é monitoramento e avaliação

- **Monitoramento:** coleta e sistematização contínua de dados sobre a implementação de um programa
 - Quantas atividades foram realizadas?
 - Quantos produtos e serviços foram entregues?
 - Qual é a cobertura do programa?
 - Como os beneficiários se comportam?
- **Avaliação:** atribuição de valor a um determinado programa ou política pública
 - Atende o público-alvo pretendido?
 - Atinge seus resultados esperados?
 - Alcança o impacto esperado?



Importância de monitoramento e avaliação

Exemplo: imaginem um programa de formação de professores

Que tipo de perguntas o **monitoramento** e a **avaliação** respondem?



Importância de monitoramento e avaliação



Exemplo: imaginem um programa de formação de professores

Que tipo de perguntas o **monitoramento** e a **avaliação** respondem?

Monitoramento

- Quantas formações foram realizadas?
- Quantos professores são formados em relação ao total de professores pretendido?
- Qual é a distribuição dos professores formados entre UFs, municípios ou escolas?
- Qual é a qualidade das formações realizadas?
- Os professores utilizam os conteúdos da formação no seu dia a dia?

Importância de monitoramento e avaliação



Exemplo: imaginem um programa de formação de professores

Que tipo de perguntas o **monitoramento** e a **avaliação** respondem?

Monitoramento

- Quantas formações foram realizadas?
- Quantos professores são formados em relação ao total de professores pretendido?
- Qual é a distribuição dos professores formados entre UFs, municípios ou escolas?
- Qual é a qualidade das formações realizadas?
- Os professores utilizam os conteúdos da formação no seu dia a dia?

Avaliação

- O público-alvo pretendido está sendo atingido?
- O quanto os professores aprendem de fato com as formações?
- As aulas dos professores melhoraram com as formações?
- Qual é o impacto das formações sobre o aprendizado dos estudantes?

O que preciso saber sobre o programa para pensar no M&A?

- Qual é **problema** que o programa busca resolver?
- Quais são as **causas e evidências** desse problema?
- Como está organizada a **intervenção** (atividades e produtos)?
- Quais são os **efeitos** pretendidos (resultados e impactos)?



Modelo lógico

Ferramenta de sistematização de desenho
do programa



O que é o modelo lógico



- Ferramenta para sistematizar o desenho de um programa **em elaboração** ou **em implementação**
- Por ser um modelo, é uma **simplificação da realidade**
- Deve ser o mais fiel possível, mas **não deve ser excessivamente complexo**
- Existem **diversas** ferramentas e metodologias
- A Assessoria Estratégica de Evidências desenvolveu uma **metodologia específica para o MEC**

MODELO LÓGICO

DATA

PROBLEMA

Qual problema o programa se propõe a resolver?

EVIDÊNCIA

Qual a evidência da existência do problema?

PÚBLICO-ALVO

Para quem é destinado o programa?

CAUSAS IMPLÍCITAS

Quais são as causas implícitas do problema?



ATIVIDADES



PRODUTOS



RESULTADOS



IMPACTOS

SUPOSIÇÕES



MODELO LÓGICO Programa de Formação de Professores (exemplo)

DATA

PROBLEMA

Qual problema o programa se propõe a resolver?

Aprendizado da maioria dos alunos da rede municipal é insuficiente.

EVIDÊNCIA

Qual a evidência da existência do problema?

Meta de aprendizado do SAEB 2017 não foi alcançada.

PÚBLICO-ALVO

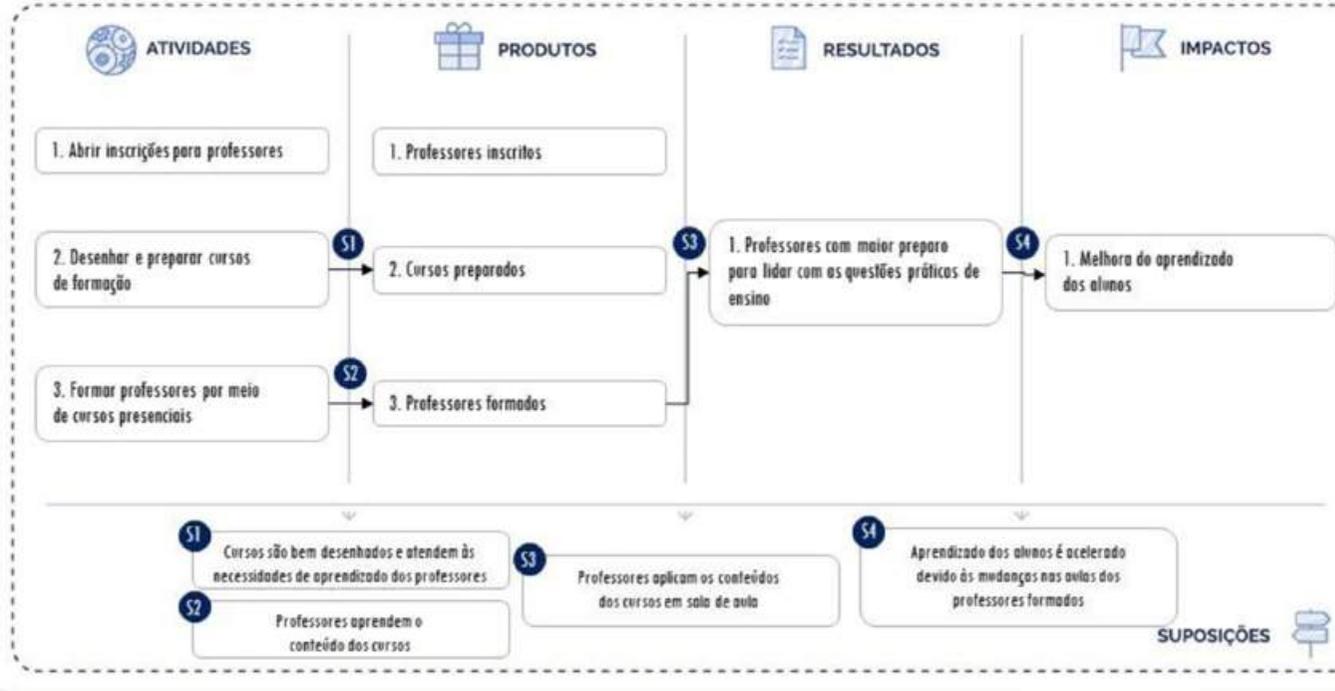
Para quem é desenhado o programa?

Professores recém-formados que atuam em escolas públicas da rede municipal.

CAUSAS IMPLÍCITAS

Quais são as causas implícitas do problema?

1. Professores recém-formados possuem uma formação pouco voltada para prática do ensino.



Definindo o problema

Situação indesejada que originou o programa





Qual é o problema que o programa se propõe a resolver?



O que é um problema?



Situação indesejada que orienta o desenho do programa



O que é um problema?



Situação indesejada que orienta o desenho do programa

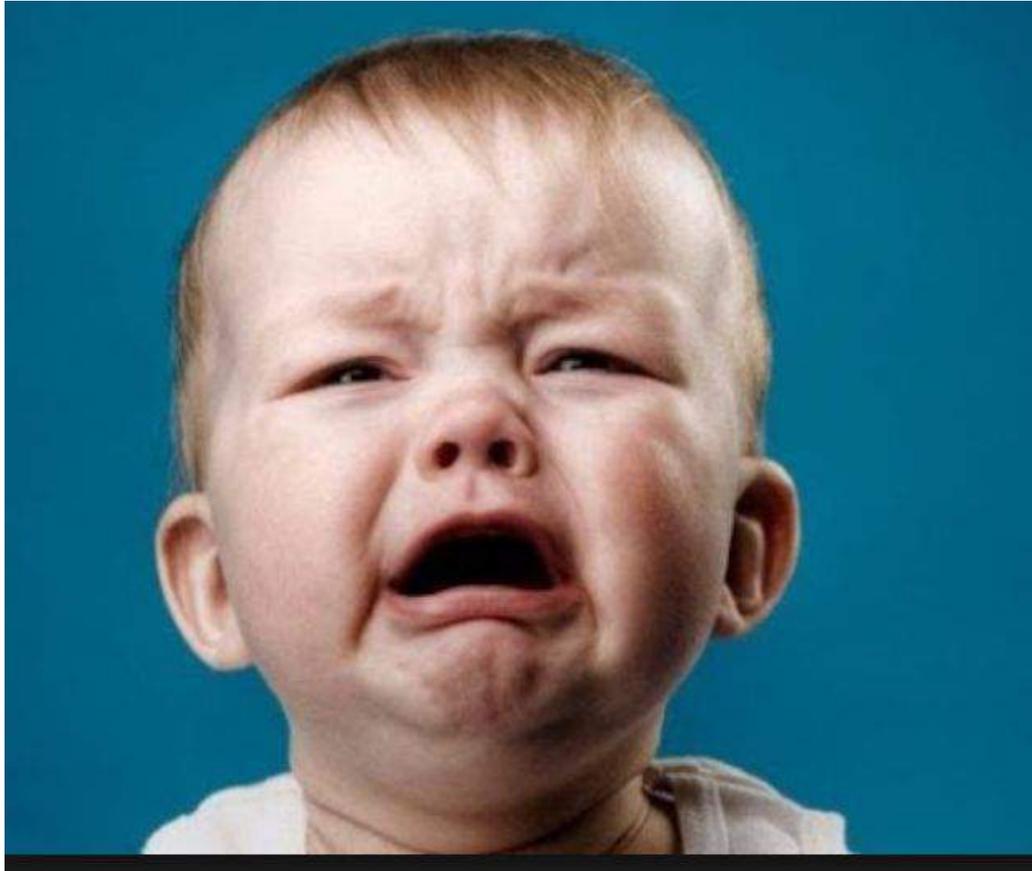
Um problema bem definido:

- Cria senso de urgência, motivando a ação de todos aqueles que precisam fazer algo para a situação mudar
- Possui, pelo menos, uma causa e uma consequência
- Permite uma resposta estratégica e sequencial
- É claro e conciso – menos é mais!



“Adultos, se eu não comer nas próximas duas horas ficarei um pouco infeliz e consumirei menos calorias que o que recomendado pelos pediatras”





- (x) Cria senso de urgência
- (x) Causa e uma consequência
- (x) Resposta estratégica e sequencial
- (x) É claro e conciso

Erros frequentes na definição de um problema



Falta de uma solução: “No meu município não temos escola integral”



Erros frequentes na definição de um problema



Falta de uma solução: “No meu município não temos escola integral”

Escopo mal especificado: “O problema é o aprendizado dos estudantes”



Erros frequentes na definição de um problema



Falta de uma solução: “No meu município não temos escola integral”

Escopo mal especificado: “O problema é o aprendizado dos estudantes”

Mistura múltiplas causas e consequências: “Os alunos têm baixa proficiência em português e alta evasão pois o município não tem formação continuada nem escolas de ensino integral”



Erros frequentes na definição de um problema



Falta de uma solução: “No meu município não temos escola integral”

Escopo mal especificado: “O problema é o aprendizado dos estudantes”

Mistura múltiplas causas e consequências: “Os alunos têm baixa proficiência em português e alta evasão pois o município não tem formação continuada nem escolas de ensino integral”

Você identifica alguma dessas falhas na sua definição de problema?





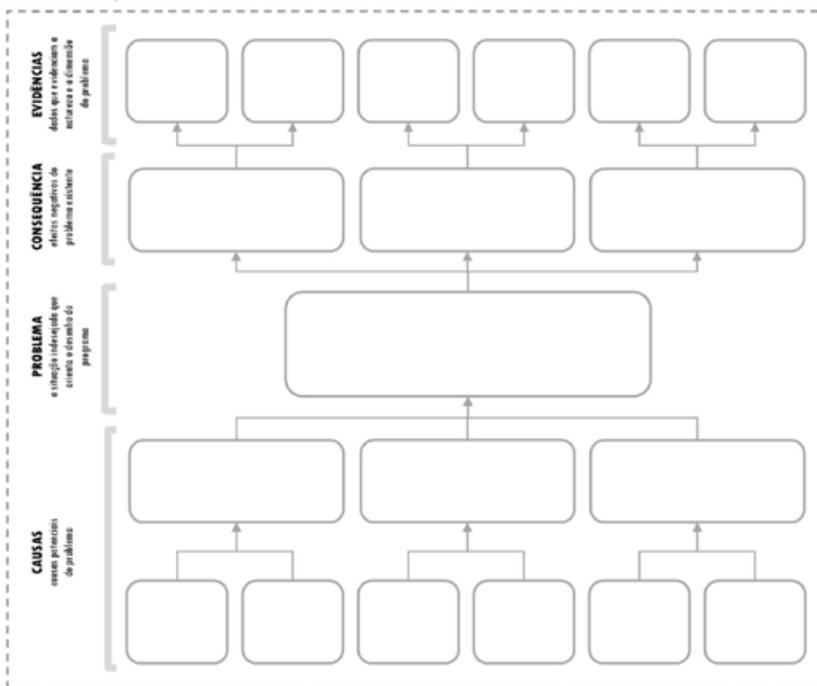
Muitos programas são desenhados com base em problemas mal definidos e isso compromete sua efetividade!



Árvore de problema

DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

A árvore de problemas é uma ferramenta que ajuda a entender o problema, suas causas, consequências e evidências

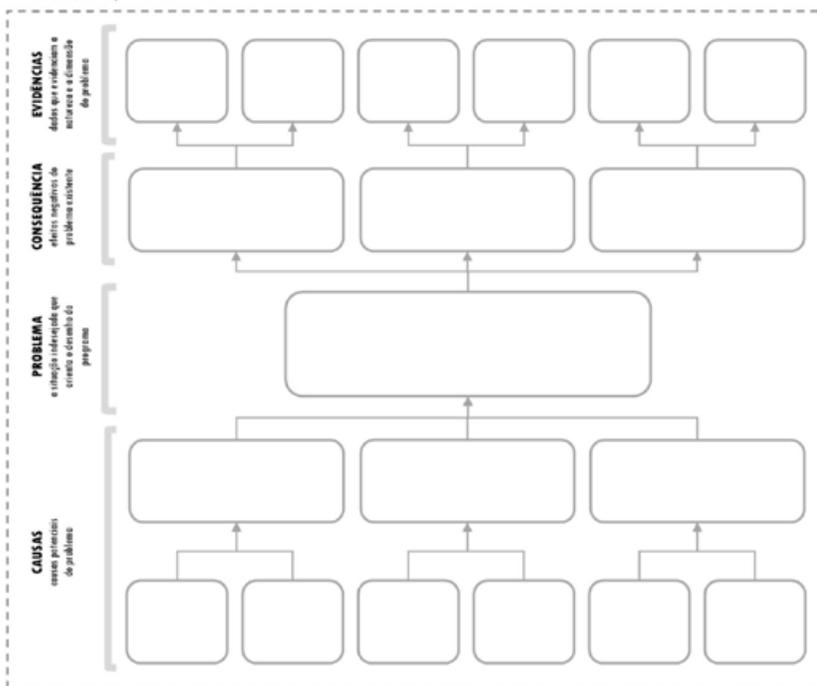


Ferramenta que ajuda a entender o problema, suas causas, consequências e evidências

Árvore de problema

DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

A árvore de problemas é uma ferramenta que ajuda a entender o problema, suas causas, consequências e evidências



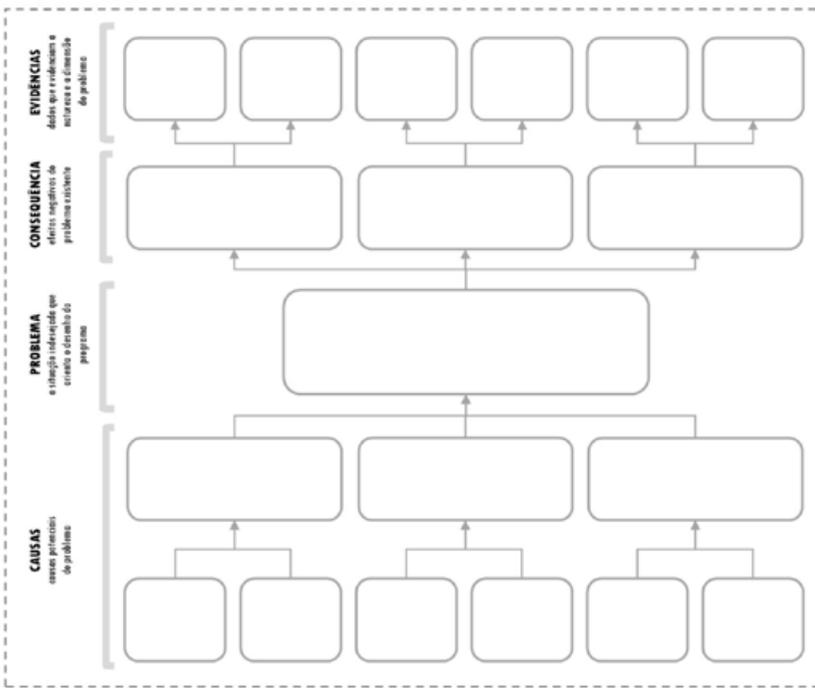
Problema: situação indesejada que orienta o desenho do programa



Árvore de problema

DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

A árvore de problemas é uma ferramenta que ajuda a entender o problema, suas causas, consequências e evidências



Consequência: efeitos negativos do problema existente



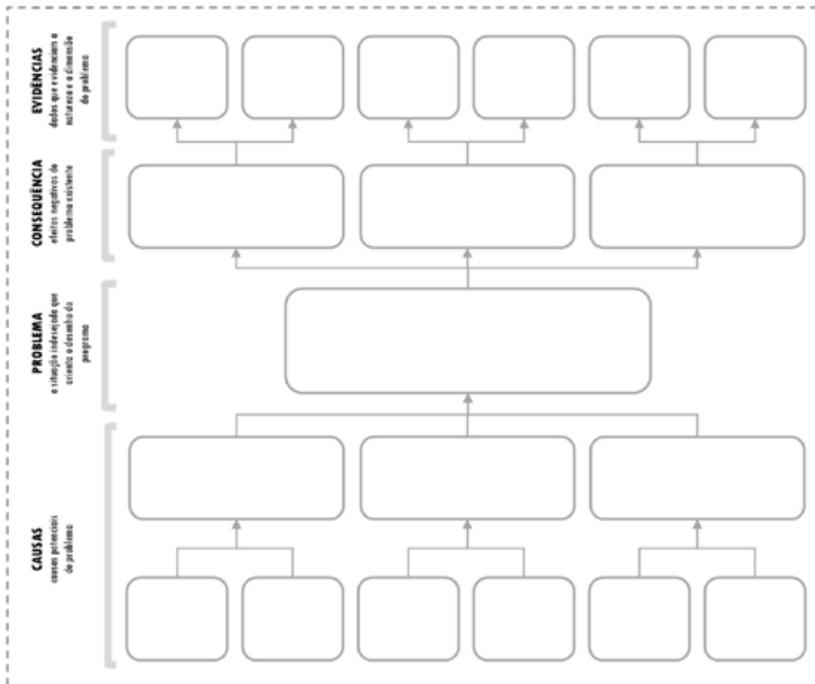
Problema: situação indesejada que orienta o desenho do programa



Árvore de problema

DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

A árvore de problemas é uma ferramenta que ajuda a entender o problema, suas causas, consequências e evidências



Evidências: dados que evidenciam a natureza e a dimensão do problema



Consequência: efeitos negativos do problema existente



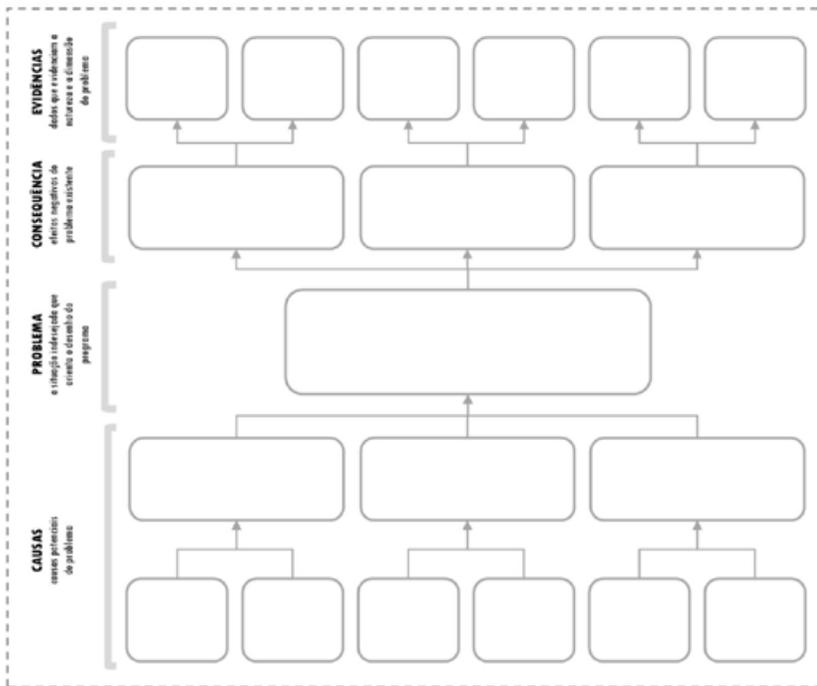
Problema: situação indesejada que orienta o desenho do programa



Árvore de problema

DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

A árvore de problemas é uma ferramenta que ajuda a entender o problema, suas causas, consequências e evidências



Evidências: dados que evidenciam a natureza e a dimensão do problema



Consequência: efeitos negativos do problema existente



Problema: situação indesejada que orienta o desenho do programa



Causas: causas potenciais do problema

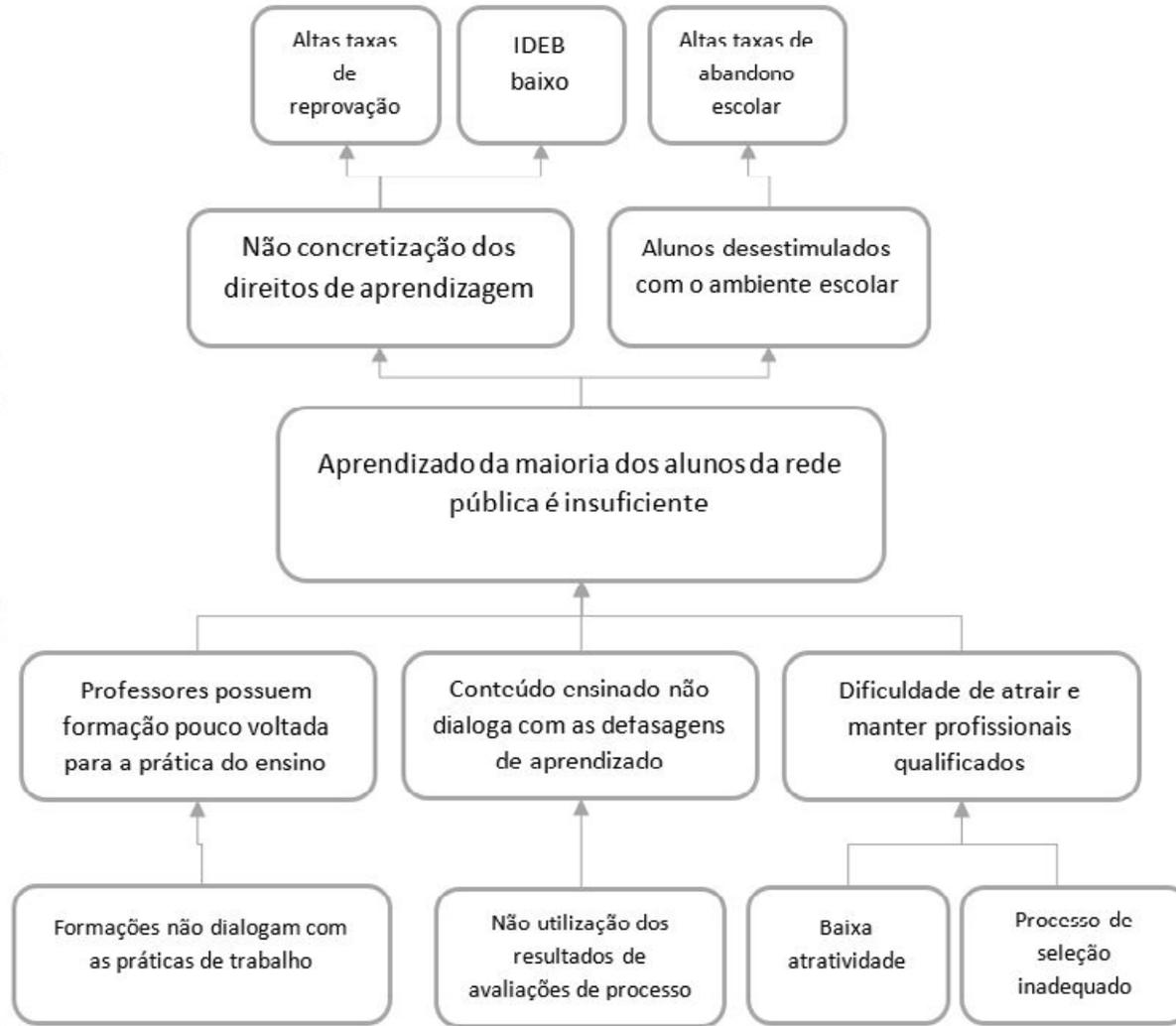


EVIDÊNCIAS
dados que evidenciam a natureza e a dimensão do problema

CONSEQUÊNCIA
efeitos negativos do problema existente

PROBLEMA
a situação indesejada que resulta do desvio de programa

CAUSAS
causas potenciais de problema



Definição do público-alvo

O público-alvo do programa são os principais afetados pelo problema, sendo os beneficiários do programa

PÚBLICO POTENCIAL

Qual o público potencial do programa? (regionalize a sua distribuição, se possível, e destaque as diferenças demográficas)

ELEGIBILIDADE

Quais os critérios para que o público possa se beneficiar do programa?

PRIORIZAÇÃO

Quais os critérios para a priorização de públicos?

Desenhando a intervenção

Atividades e produtos



O que é a intervenção



Intervenção é o conjunto de atividades e produtos gerado por um programa, como pretende intervir na realidade

- **Atividades:** são os processos executados pelo MEC que produzem bens e serviços
- **Produtos:** bens ou serviços resultantes de uma atividade, com os quais se procura atacar as causas do problema



Como mapear a intervenção



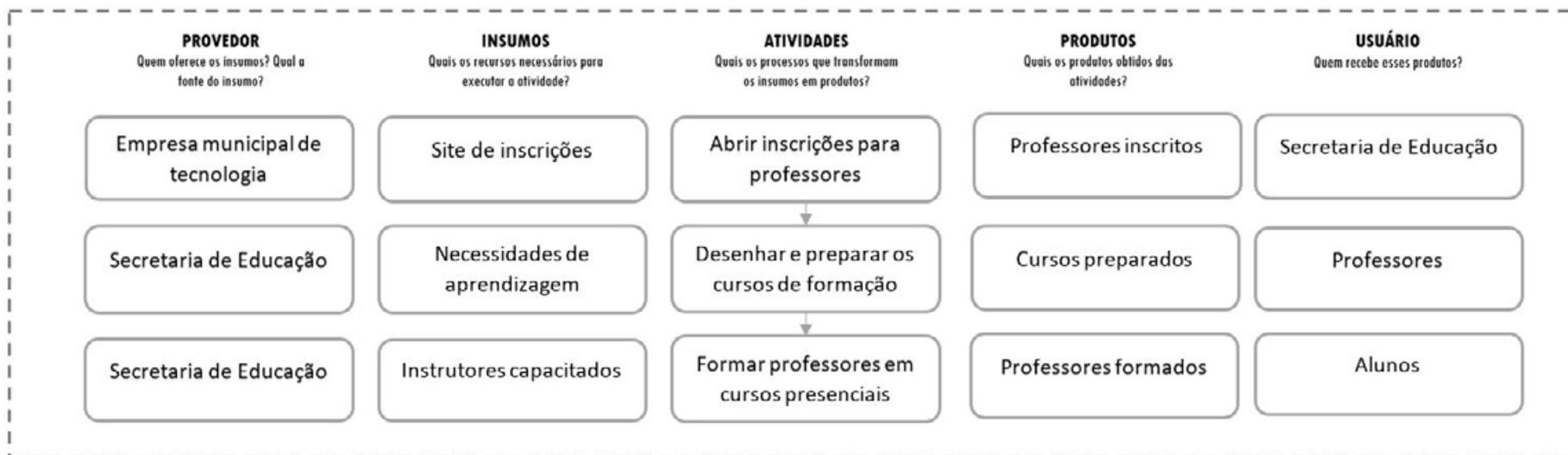
- Reflita sobre os **processos** executados pelo MEC e quais são os **produtos ou serviços** gerados
- **Elenque os mais relevantes** para o funcionamento do programa, preferencialmente em ordem cronológica
- Atividades e produtos devem ser **específicos e mensuráveis**, para possibilitar seu acompanhamento por meio do monitoramento do programa
- Cuidado para:
 - não inserir atividades muito pontuais e que não geram produtos relevantes
 - não inserir produtos muito pontuais ou intermediários às atividades

Matriz SIPOC



DEFINIÇÃO DA OFERTA

A matriz SIPOC ajuda a visualizar os recursos e esforços necessários para a oferta de produtos à sociedade



Visualizando os efeitos

Resultados e impactos



O que são os efeitos



Efeitos são os resultados e impactos esperados de uma intervenção, que podem ou não se concretizar:

- **Resultados:** os efeitos gerados em relação ao enfrentamento das causas implícitas do problema
- **Impactos:** os efeitos gerados em relação ao problema do programa



Como identificar os efeitos



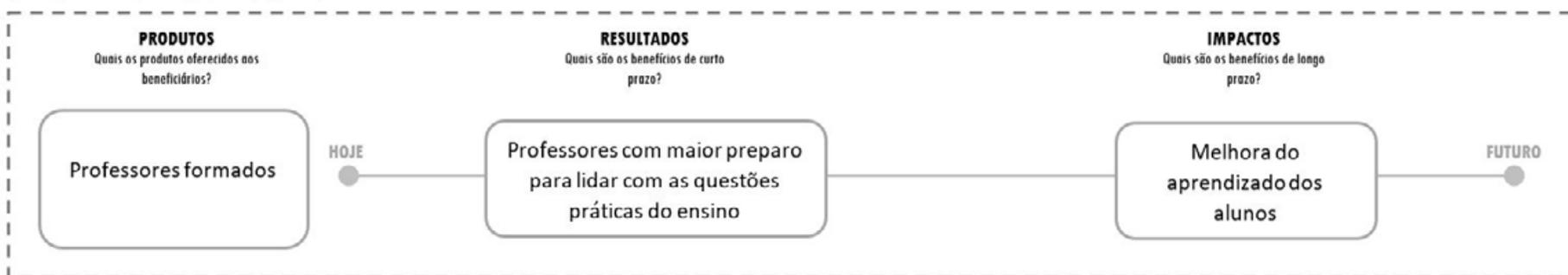
- Os resultados e impactos devem ser bem **definidos** e **específicos**
- Normalmente **não estão sob controle** total da equipe de implementação
- Podem ser **mudanças de comportamentos** de determinados agentes ou **melhora de determinadas condições**
- Os resultados são **conquistas intermediárias** do programa, conectam os produtos aos impactos
- Os impactos devem ser vinculados ao **problema** a ser resolvido ou mitigado pelo programa





DEFINIÇÃO DOS RESULTADOS

A linha do tempo ajuda na visualização dos benefícios do programa a curto prazo (resultados) e a longo prazo (impactos)



Consolidação do modelo lógico



MODELO LÓGICO DATA

PROBLEMA Qual problema a proposta se propõe a resolver?	EVIDÊNCIA Qual evidência de atuação do problema?	PÚBLICO-ALVO Para quem é destinado o programa?	
CAUSAS IMPLÍCITAS Qual seria a causa implícita do problema?			
ATIVIDADES	PRODUTOS	RESULTADOS	IMPACTOS
SUPOSIÇÕES			

MINISTÉRIO DA
EDUCAÇÃO

Assessoria
Tecnológica de
Evidências

Anexo: definições importantes



- **Modelo lógico:** mapa do programa ou intervenção, conecta as atividades com os bens e serviços produzidos (produtos) e demonstra como pretende-se atingir as causas do problema (resultados) e gerar mudanças (impactos)
- **Problema:** a situação indesejada que orienta o desenho do programa
- **Evidência:** comprovação da existência do problema
- **Público-alvo:** população para qual o programa é dirigido, seus beneficiários diretos
- **Causas implícitas:** causas potenciais do problema atacadas pelo programa
- **Atividades:** são os processos executados pelo MEC que produzem bens e serviços
- **Produtos:** bens ou serviços resultantes de uma atividade, com os quais se procura atacar as causas do problema
- **Resultados:** os efeitos gerados em relação ao enfrentamento das causas implícitas do problema
- **Impactos:** os efeitos gerados em relação ao problema do programa
- **Suposições:** as condições que devem ocorrer para que parte do programa ocorra como esperado

PROBLEMA
Qual problema o programa se propõe a resolver?
Desigualdade de oportunidade de acesso a direitos e inclusão social e produtiva de pessoas em situação de vulnerabilidade

EVIDÊNCIA
Qual a evidência da existência do problema?
60% de economia é informal

PÚBLICO-ALVO
Para quem é desenhado o programa?
Jovens nem-nem-nem do Programa Bolsa Família

CAUSAS IMPLÍCITAS
Quais são as causas implícitas do problema?
1. Baixa qualificação profissional 2. Dificuldade das pessoas se enxergarem no mundo produtivo





DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

Evidências				Poucos postos de saúde no local; não acesso aos serviços de saúde; Locais com baixo IDH-M; Moradia em locais de baixa infraestrutura	Indicadores de Criminalidade
Consequências	Informalidade	Incapacidade Produtiva	Pobreza e pouco acesso a bens de consumo	Insuficiência da ação do Estado	Criminalidade
Problema	Desigualdade de oportunidade de acesso a direitos e inclusão social e produtiva de pessoas em situação de vulnerabilidade				
Causas	Baixa Escolaridade	Falta de acesso a crédito	Baixa qualificação profissional	Modelo econômico concentrador	
Causas Raiz	Educação "inadequada" insuficiente de baixa qualidade (ensino forma); acesso limitado a locais de ensino	Não existência do prédio para essa população; Não conhecimento do crédito por parte dessa população	Dificuldade de acesso a cursos profissionalizantes	Renda insuficiente; baixa oferta de empregos; Baixa produtividade; Uso intenso de tecnologia e automação; Mercado de trabalho seletivo; Alto custo no investimento produtivo.	

MATRIZ DE ATIVIDADES

Fornecedores	Insumos	Atividades	Produtos	Usuários
Senisp	Recursos humanos e tempo	Elaboração de ACT e Edital para seleção de municípios	ACT e edital elaborados	Municípios e OSCIP
OSCIP	Recurso financeiro e metodologia	Capacitação dos facilitadores	Facilitadores capacitados	Pessoal selecionado pela prefeitura
Prefeituras; SENISP; OSCIP	Ações do plano de comunicação	Divulgação e inscrição do público-alvo	Comunicação realizada	Público Potencial
Município e OSCIP	Espaço, material gráfico, corpo técnico	Capacitação do público-alvo	Público-alvo capacitado.	Novos empreendedores municipais
OSCIP	Recurso financeiro e levantamento de dados	Monitoramento e avaliação	Relatórios de monitoramento e avaliação	Senisp; Municípios
Prefeitura	Passagens e diárias	Premiação dos melhores empreendimentos	Empreendedores premiados	Empreendedores municipais



EFEITOS DA INTERVENÇÃO

Produtos	Resultados	Impactos
ACT e Edital Elaborados	OSCIIP selecionada e prefeitura com os profissionais contratados	
Facilitadores capacitados		
Comunicação realizada	Público Inscrito	
Público-alvo capacitado	Negócios abertos; Pessoas qualificadas para o empreendedorismo	Aumento de Renda das pessoas; aumento ao acesso à serviços e direitos.
Relatórios de monitoramento e avaliação	Avaliação realizada	
Empreendedores premiados	Evento de premiação	

5.10 Apresentação Final

Data

13/08/2019

Objetivo

Finalizar o projeto

Equipe GNova

Joselene Lemos

Equipe Ministério da Cidadania

Adriana Brandão, Caroline Sampaio, Cláudio de Melo,
Eduardo Dalbosco, Gustavo Saldanha, James Theodoro

PROJETO PROGREDIR

UM PROCESSO DE EMPATIA,
COLABORAÇÃO E EXPERIMENTAÇÃO



EM NÚMEROS

13

ENCONTROS

6

CIDADES VISITADAS

27

CANVAS UTILIZADOS

232

HORAS DE TRABALHO

LINHA DO TEMPO



ENTENDIMENTO

Nesse dia, nós trabalhamos sobre o diagrama de causas para entender as causas dos problemas e definimos o público-alvo



1ª Oficina | Validando o Problema

ENTENDIMENTO

Nessa oficina, nosso objetivo foi mapear nossas Dúvidas, Suposições e Certezas e iniciar um Roteiro de Entrevista



2ª Oficina | Levantando Suposições

ENTENDIMENTO

Nesse dia, focamos em melhorar e desenvolver o roteiro e preparar a entrevista com os Atores



3ª Oficina | Validando o Roteiro

ENTENDIMENTO

Nessa oficina, fechamos o Roteiro e preparamos para a ida a campo.



4ª Oficina | Preparando para o Campo

ENTENDIMENTO

Essa oficina aconteceu após o teste dos roteiros, com o compartilhamento de aprendizados e melhorias para a equipe.



5ª Oficina | Teste

Problemas Iniciais

BAIXA TAXA DE USO DA
PLATAFORMA PROGREDIR

NÃO INCLUSÃO PRODUTIVA
DA POPULAÇÃO MAIS
POBRE DO PAÍS

OBSERVAÇÃO

Parte da equipe visita
equipamentos públicos e
conversa com cidadãos no
Distrito Federal



1º Campo | Distrito Federal

OBSERVAÇÃO

Parte da equipe visita
equipamentos públicos e
conversa com cidadãos em
São Paulo



2º Campo | São Paulo

OBSERVAÇÃO

Parte da equipe visita
equipamentos públicos e
conversa com cidadãos em
Salvador



3º Campo | Salvador

OBSERVAÇÃO

Parte da equipe visita
equipamentos públicos e
conversa com cidadãos em
Boa Vista



4º Campo | Boa Vista

OBSERVAÇÃO

A equipe reuniu aprendizados e insights e consolidar experiências dos campo



6ª Oficina | Pós-Campo

PONTO DE VISTA

Nesta oficina, a equipe refletiu e refletiu sobre os aprendizados e redefiniu o problema, criando um desafio de design.



7ª Oficina | Definição do Problema

Desafio do Projeto

**Como podemos promover a
inclusão produtiva aproveitando
os potenciais do território para
gerar autonomia socioeconômica
para a população de baixa-
renda?**

LINHA DO TEMPO



IDEAÇÃO

A primeira oficina de ideação contou com a participação de 25 pessoas de diferentes instituições e níveis federativos.



8ª Oficina | Cocriação

IDEAÇÃO

Após uma apresentação de evidências em inclusão produtiva, a equipe misturou suas ideias com intervenções da literatura.



IDEAÇÃO

No último dia, a equipe desenvolveu quatro conceitos de solução e apresentou a uma mesa de tomadores de decisão.



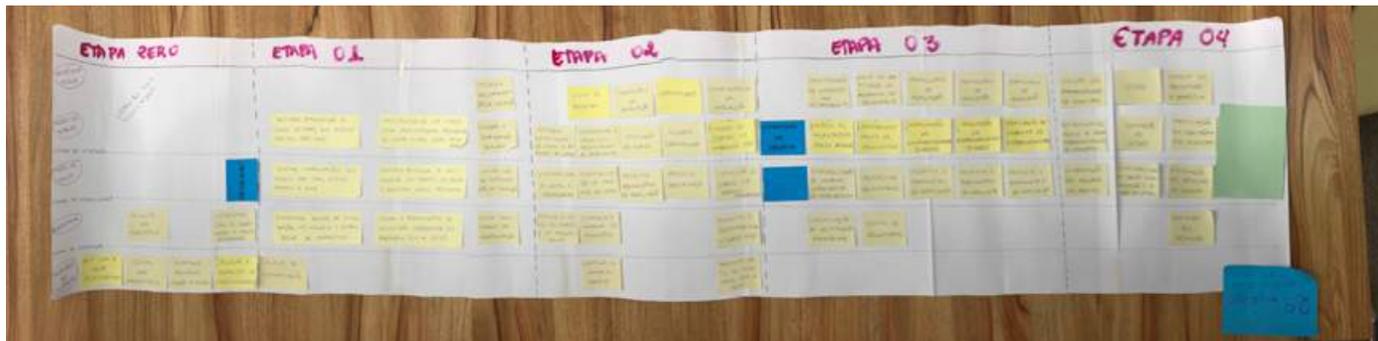
10ª Oficina | Dolphin Tank

LINHA DO TEMPO

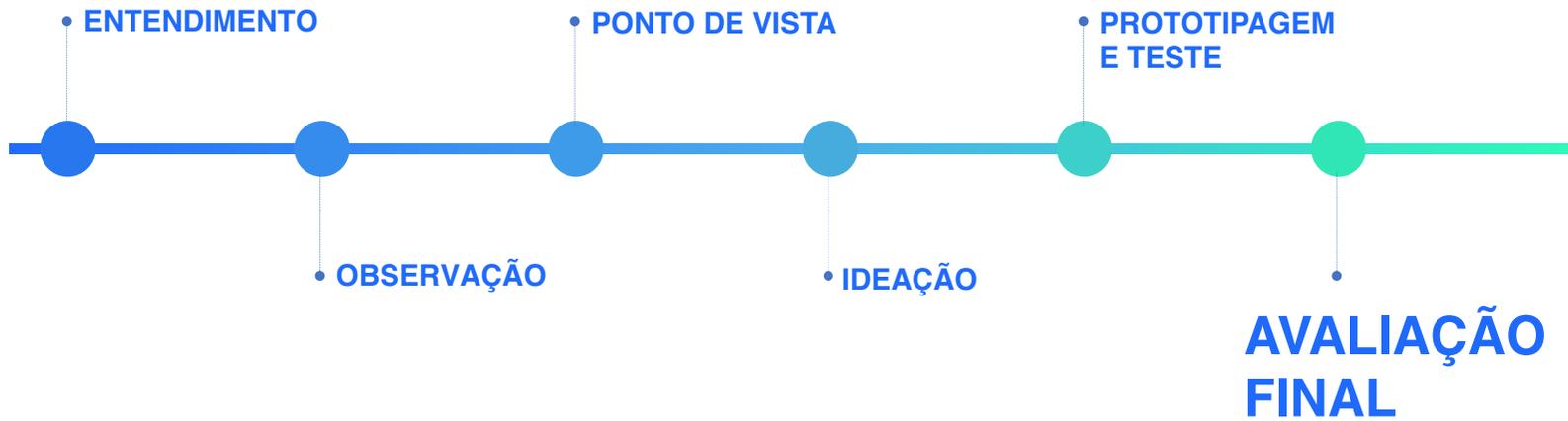


PROTOTIPAGEM E TESTE

Nessa oficina, se discutiram os blueprints finalizados e as possibilidade de testes a serem realizados pela equipe

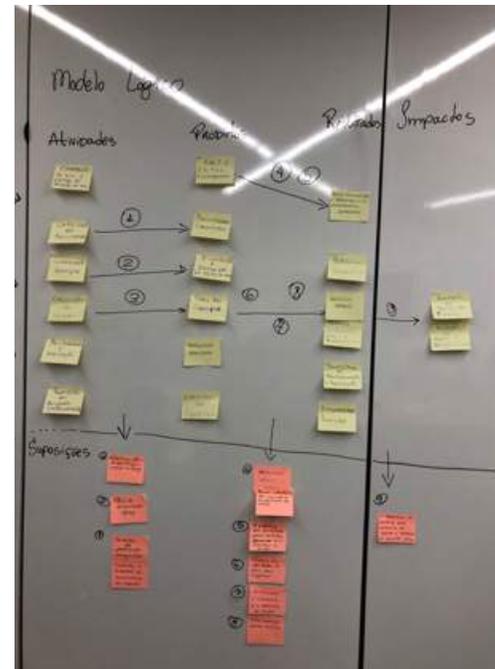


LINHA DO TEMPO



AVALIAÇÃO FINAL

Essa oficina marcou o final das atividades, com elaboração do modelo de teoria da mudança pela equipe Progredir.



ENTREGAS



SITE

G'NOVA



MINISTÉRIO DA
ECONOMIA



PÁTRIA AMADA
BRASIL
GOVERNO FEDERAL