

# ETAPA 2



## DEFINIÇÃO DE PRIORIDADES –

### *Tudo é importante, mas temos que priorizar*

Confuso? Sabemos que cada demanda de cada pessoa é superimportante quando estamos numa Ouvidoria. Cada registro traz uma vida e um monte de necessidades, dores e percepções junto. Mas, para atuarmos na Governança de Serviços, teremos que começar a agregar essas coisas. Sairemos do individual para o coletivo.

E para fazermos as escolhas certas, traremos as etapas do Design Thinking para nos ajudar a organizar, priorizar, buscar soluções, testar e implementar.

**DESIGN THINKING**

**MAPA DE  
STAKEHOLDERS**

**PAINEL PROPOR**

### O que é Design Thinking?

**DESIGN THINKING**

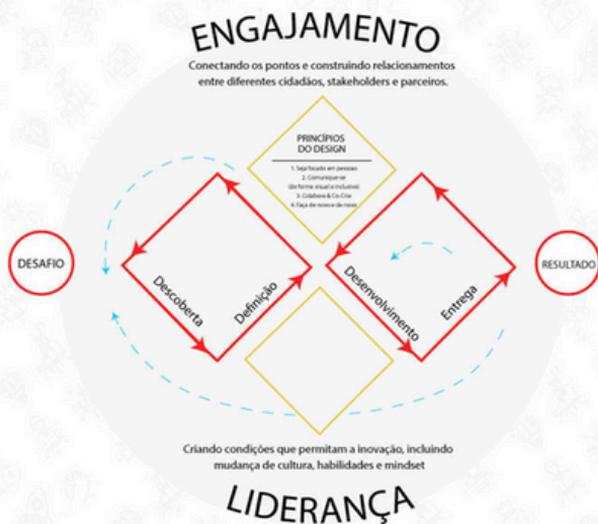
É uma abordagem criativa, que é centrada nas pessoas, com o objetivo na resolução de problemas e desenvolvimento de soluções inovadoras. O foco principal é entender as necessidades e desejos das pessoas, para quem um produto, serviço ou sistema está sendo projetado.

Esse processo de entendimento da percepção do usuário para desenho de protótipos com a finalidade de testes passa por divergências e convergências. O quer dizer isso: no Design Thinking são trabalhadas quatro etapas. A dica é “faça e refaça” quantas forem necessárias.

# ETAPA 2



## DEFINIÇÃO DE PRIORIDADES – *Tudo é importante, mas temos que priorizar*



FONTE: <https://www.euax.com.br/2020/12/duplo-diamante/> acesso em 22/10/2023.

### Aqui estão os passos principais do Design Thinking:

**1. DESCOBERTA - Empatia:** Você começa aprendendo o máximo possível sobre as pessoas que está tentando ajudar. Isso significa conversar com elas, observar como fazem as coisas e realmente entender como se sentem.

# ETAPA 2



## DEFINIÇÃO DE PRIORIDADES –

*Tudo é importante, mas temos que priorizar*

**2. DEFINIÇÃO - Definir o problema:** Depois de saber mais sobre as pessoas, você define claramente qual é o problema que deseja resolver.

### 3. DESENVOLVIMENTO:

**a. Gerar ideias:** Agora, você pensa em muitas maneiras diferentes de resolver o problema. Não importa se as ideias são boas ou ruins neste momento, apenas crie muitas delas.

**b. Prototipação:** Você cria versões simples das suas ideias, chamadas de protótipos ou Mínimo Produto Viável (MVP), para testar como elas funcionam na prática.

**c. Validação:** Você testa com as pessoas, ou seja, coloca seus protótipos nas mãos delas para ver como reagem. Dessa forma, aprende com o que funciona e o que não funciona e faz ajustes nas suas ideias com base no feedback delas.

**4. ENTREGA –** é o momento em que o produto está pronto para uso. O importante é que tenha passado por testes. Mas não ache que ele está completamente acabado e não terá melhorias e alterações, porque o segredo da inovação é estar aberto à iteração e cocriação de forma permanente e constante.

# ETAPA 2



## DEFINIÇÃO DE PRIORIDADES –

*Tudo é importante, mas temos que priorizar*

Para facilitar o entendimento e aplicação desta Caixa de Ferramentas, fizemos uma correlação entre as etapas do Design Thinking com a nossa Jornada da Governança de Serviços. A proposta é que você consiga perceber que em cada etapa da Jornada aplicamos técnicas relacionadas a essa metodologia para te ajudar a implementar de forma prática.

Perceba que em cada etapa da Jornada você encontrará um conjunto de ferramentas que te ajudará na implementação. Vá em frente e coloque a mão na massa! Errar faz parte do processo de aprendizado. **Tenha coragem e dê o primeiro passo.**

## DESIGN THINKING



# ETAPA 2



## DEFINIÇÃO DE PRIORIDADES –

### *Tudo é importante, mas temos que priorizar*

Para finalizar a Etapa 2 da jornada, elabore o **Mapa de Stakeholders** e o **Painel PROPOR**. Veja como funciona, clique nas ferramentas.

Este material foi inspirado no Toolkit de Design Thinking para Governo desenvolvido pelo TCU: [https://portal.tcu.gov.br/design\\_thinking/index.html](https://portal.tcu.gov.br/design_thinking/index.html). A proposta é fazermos adaptações à realidade das Ouvidorias públicas, de forma que possamos trabalhar a Governança de Serviços, por meio de metodologias de inovação.

#### MAPA DE STAKEHOLDERS

#### Como elaborar o Mapa de Stakeholders:



Antes de explicar como montar o Mapa de Stakeholders, é importante falarmos sobre a importância dessa ferramenta. No dia a dia, para executar nossas tarefas e realizar as entregas à sociedade, dependemos de diversas áreas e pessoas. Estamos falando não só no contexto das Ouvidorias, mas em qualquer atividade que desempenhamos como servidor público. E, para firmamos parcerias e atuarmos de forma integrada com todas as partes envolvidas, precisamos adotar estratégias.

# ETAPA 2



## DEFINIÇÃO DE PRIORIDADES – *Tudo é importante, mas temos que priorizar*

Se fizermos essa articulação com as partes de forma intuitiva, pode até dar certo. Mas, existe um risco de ficarmos reféns do estado emocional do dia, tanto da nossa parte, quanto da outra. Por isso, precisamos adotar essa ferramenta que nos ajudará a atribuir método e clareza em relação a quem devemos priorizar em nosso relacionamento e como abordar as partes envolvidas e em qual momento.

Para começar é **importante** fazer uma lista das partes envolvidas. Você pode incluir áreas internas ou outras instituições, mas é importante identificar quais as pessoas envolvidas, nominalmente mesmo. Você pode incluir grupos ou segmentos da sociedade também.

Depois de ter listado, chegou a hora de incluir cada pessoa em um quadrante, identificando o perfil e a ação que deve ser tomada com relação a esse perfil. Veja a imagem abaixo:

# ETAPA 2



## DEFINIÇÃO DE PRIORIDADES –

*Tudo é importante, mas temos que priorizar*

### Mapa de stakeholder (partes interessadas - personas)

Vamos construir nosso mapa de Stakeholder!



#### Visão geral

Um Mapa de Stakeholders identifica as partes interessadas em cada projeto e recomenda a melhor forma de envolvê-las.

#### Por que usar este mapa:

- Para tomar decisões inteligentes sobre como envolver as partes interessadas
- Para alocar melhor esforços e recursos

#### Quando usar este mapa:

- No início de um projeto para elaborar um plano para o envolvimento das partes interessadas
- A qualquer momento durante o projeto para garantir que os esforços de engajamento estejam corretos

Escreva o nome/cargo de cada stakeholder no quadrante que melhor o represente:

	<b>INFLUENCIADORES – MANTER SATISFAÇÃO</b> Pessoa de tomada de decisão significativa. Não pode ser diretamente envolvida por indisponibilidade ou interesse. Se estiver satisfeito não ajudará em nada, mas se tiver insatisfeita, poderá prejudicar o andamento do projeto.	<b>PROMOTORES – Construir aproximação</b> Autoridade de tomada de decisão significativa. Pode matar, sustentar ou nutrir o projeto. Importante construir momentos de contatos consistentes e estratégicos. Atenção ao momento adequado. Prioritário!
<b>Poder</b>	<b>APÁTICOS – Monitorar</b> Não está significativamente envolvido. Pode nem estar sabendo do projeto e nem quer saber. Precisamos saber quem ele é e monitorá-lo para verificar se mudou de quadrante.	<b>DEFENSORES – Manter informado</b> Pode ser impactado pelo projeto, mas tem pouca influência/poder. Pode querer mais tempo do que podemos dar, podendo drenar o esforço. Importante encontrar uma maneira de mantê-lo informado, construindo uma comunicação eficiente.
		<b>Influência</b>

Como exemplo para construção do mapa, podemos considerar o serviço de transporte públicos e suas personas:

<b>INFLUENCIADORES</b> Usuários dos ônibus Gestor de sistemas de tecnologia dos ônibus Conselho de Transportes Imprensa	<b>PROMOTORES</b> Gestor de operação dos ônibus Gestor de manutenção dos ônibus
<b>APÁTICOS</b>	<b>DEFENSORES</b> Servidores que atuam nos ônibus e na operação

# ETAPA 2



## DEFINIÇÃO DE PRIORIDADES –

### *Tudo é importante, mas temos que priorizar*

“Stakeholders são indivíduos ou grupos que possuem um interesse ou impacto em uma organização ou projeto. Eles podem ser internos, como funcionários e acionistas, ou externos, como clientes, fornecedores, governos e comunidades. O gerenciamento de stakeholders é importante para garantir que as necessidades e expectativas deles sejam consideradas e atendidas na tomada de decisões e na implementação de projetos. Isso pode ajudar a assegurar o sucesso da organização a longo prazo e a construir relações positivas com as partes interessadas.

“A gestão de stakeholders pode ser diferente para cada tipo, pois cada um tem necessidades e expectativas únicas. Algumas dicas gerais para gerenciar stakeholders incluem:

**Identificar e classificar stakeholders:** identifique quem são os stakeholders e classifique-os de acordo com sua importância e influência. Isso ajudará a priorizar as ações de gestão;

**Comunicação eficaz:** mantenha uma comunicação clara e aberta com os stakeholders. Isso inclui escutar ativamente e responder às suas preocupações e necessidades;

# ETAPA 2



## DEFINIÇÃO DE PRIORIDADES –

*Tudo é importante, mas temos que priorizar*

**Gerenciamento de expectativas:** defina as expectativas claramente e garanta que todos os stakeholders estejam alinhados. Isso inclui estabelecer metas e objetivos comuns;

**Gerenciamento de conflitos:** gerencie conflitos e questões de forma proativa e transparente. Isso pode incluir mediar discussões, buscar soluções criativas e tomar decisões justas;

**Acompanhamento e avaliação:** acompanhe e avalie regularmente o desempenho e a satisfação dos stakeholders. Isso ajudará a identificar problemas e oportunidades para melhorias.

**Além disso, a gestão de stakeholders internos pode incluir ações como:**

- Investir na formação e desenvolvimento de funcionários;
- Proporcionar condições de trabalho seguras e saudáveis;
- Garantir a equidade e a inclusão;

**Já a gestão de stakeholders externos pode incluir ações como:**

# ETAPA 2



## DEFINIÇÃO DE PRIORIDADES –

*Tudo é importante, mas temos que priorizar*

- Estabelecer relações de longo prazo com fornecedores e parceiros;
- Adotar práticas éticas e responsáveis;
- Participar ativamente em sua comunidade e ser um bom vizinho;
- Assegurar que suas operações não causem danos ambientais.

A gestão de stakeholders pode trazer muitas vantagens para uma organização, incluindo:

- Melhor desempenho: ao considerar as necessidades e expectativas dos stakeholders, é mais provável que as decisões e projetos sejam bem-sucedidos. Isso pode resultar em melhores resultados financeiros e de outros tipos;
- Relações positivas: a gestão eficaz de stakeholders pode ajudar a construir relações positivas com indivíduos e grupos externos. Isso pode incluir, por exemplo, aumentar a confiança e o engajamento de clientes, fornecedores e outras partes interessadas;

# ETAPA 2



## DEFINIÇÃO DE PRIORIDADES –

*Tudo é importante, mas temos que priorizar*

- Responsabilidade social: a gestão de stakeholders pode ajudar a garantir que a organização atenda às suas responsabilidades sociais e ambientais, o que é cada vez mais importante para muitas empresas e indústrias.

FONTE:SEBRAE - [\*\*PAINEL PROPOR\*\*](https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-sao-e-porque-e-importante-fazer-uma-boa-gestao-dos-stakeholders,086701a472a96810VgnVCM1000001b00320aRCRD#:~:text=Elas%20podem%20ser%20internos%2C%20como,e%20na%20implementa%C3%A7%C3%A3o%20de%20projetos, acesso em 15/09/2023. ”</a></p></div><div data-bbox=)

**Como elaborar o Painel PROPOR:**

O Painel PROPOR é uma ferramenta que vai te ajudar a mergulhar nos problemas e ajudará na escolha do que será o DESAFIO relacionado ao redesenho do serviço, podendo envolver questões estruturais (de processo e de tecnologia) e comportamentais (de pessoas). Mas antes de detalhar esse painel, é interessante que você faça uma lista de todos os serviços da instituição em que atua (é uma boa oportunidade de verificar se a sua Carta de Serviços está atualizada).

# ETAPA 2



## DEFINIÇÃO DE PRIORIDADES –

### *Tudo é importante, mas temos que priorizar*

Após relacionar os serviços, você deverá, com base em fontes de informações seguras, definir um critério para escolher qual serviço será objeto do redesenho (pode ser a intensidade em que é buscado pelos cidadãos, o volume de manifestações de ouvidoria que ele gerou, a relevância dele para a instituição ou para o público, o contexto em que a sociedade vive, etc). Para ajudar na escolha do serviço prioritário ou todos que serão trabalhados, a dica é: leia os relatos das manifestações. Não pare nos números. Aprofunde-se no entendimento do problema. Depois das pesquisas e análises dos dados, faça um **brainstorm** com a equipe da própria Ouvidoria para identificar problemas, porquês e personas envolvidas em cada problema identificado.

Este Painel deve ser revisado na Etapa 5, quando for decidido o escopo do projeto piloto, podendo alterar o DESAFIO a ser superado com o redesenho do serviço escolhido. Mas já dá para você fazer uma primeira versão para que seja um ponto de partida da conversa com os stakeholders.

O **Painel PROPOR** é um resumo dos problemas, porquês e personas identificados em relação a um serviço específico. Devem ser realizadas pesquisas quantitativas em relação aos dados de Ouvidoria, mas não esqueça dos dados qualitativos.

# ETAPA 2



## DEFINIÇÃO DE PRIORIDADES –

*Tudo é importante, mas temos que priorizar*

Na prática, a técnica de brainstorming consiste na reunião de profissionais ativos e diversos em um local propício para incentivar a criatividade, que devem expor suas ideias e perspectivas sobre um mesmo tema com um objetivo claro em mente.

### Dicas:

1. **Lista de problemas** - Cada um faz uma lista dos problemas individualmente e depois, em conjunto, os temas e problemas semelhantes devem ser agrupados.
2. **5 porquês** - Para explorar bem cada problema aplique a regra dos “5 porquês”

### Aprenda como utilizar a técnica dos 5 Porquês

Antes de aprender a aplicar, vale a pena conhecer como surgiu essa técnica e para que ela serve. Os 5 Porquês da Qualidade são um método simples que tem como objetivo a solução e o descobrimento de causas raízes de problemas. Essa técnica foi desenvolvida pelo engenheiro mecânico Taiichi Ohno (1912-1990). Ele é considerado o principal responsável pela elaboração do Sistema de Produção Toyota ou Toyota System Production (TPS), em inglês.

# ETAPA 2



## DEFINIÇÃO DE PRIORIDADES – *Tudo é importante, mas temos que priorizar*

A empresa estava muito abalada devido a segunda guerra mundial e para melhorar sua evolução, Taiichi Ohno e os demais gestores criaram o TPS. Nesse sistema foram criadas filosofias de gestão, técnicas, metodologias e ferramentas de qualidade que são utilizadas até hoje. Uma dessas abordagens são os “5 Porquês”.

### *“O que é o método dos 5 Porquês da Qualidade?”*

É uma técnica que visa encontrar a causa e não o sintoma de alguma variabilidade encontrada na empresa. Pode-se dizer que o método visa “descascar” as camadas dos problemas, como quem descasca uma cebola, com o objetivo de eliminar o conteúdo superficial e chegar no seu centro do problema, a sua real causa.

Os porquês são uma forma de arguição que visa atingir as causas-raízes, trata-se de uma atividade investigativa. O método consiste em perguntar “por que” cinco vezes, sempre fazendo relações com o processo e as causas que antecederam o problema.

Nada impede que sejam realizadas mais do que cinco perguntas, o importante é compreender o que está causando a variabilidade.

# ETAPA 2



## DEFINIÇÃO DE PRIORIDADES – *Tudo é importante, mas temos que priorizar*

Nada impede que sejam realizadas mais do que cinco perguntas, o importante é compreender o que está causando a variabilidade.

A estipulação do número cinco foi realizada por Taiichi Ohno, através de sua observação. Segundo o engenheiro, as cinco repetições costumam ser suficientes para se alcançar a causa raiz de uma problemática.

Os principais objetivos do uso do método dos 5 porquês são:

- determinar o que aconteceu: qual foi a variabilidade encontrada;
- analisar o porquê de o problema ter ocorrido;
- descobrir o que deve ser feito para reduzir a probabilidade de o problema acontecer novamente.

Essa técnica japonesa afirma que:  
no 1º porquê, encontramos um sintoma;  
no 2º porquê, encontramos uma desculpa;  
no 3º porquê, encontramos um culpado;  
no 4º porquê, encontramos uma causa;  
no 5º porquê, encontramos a causa raiz.

# ETAPA 2



## DEFINIÇÃO DE PRIORIDADES – *Tudo é importante, mas temos que priorizar*

Dessa forma é possível determinar a relação entre as causas anteriores até se chegar na expressividade do problema, como o encontramos atualmente.

Mesmo que o método de repetição de perguntas pareça simples, deve-se realmente estudar as causas. Não se pode basear as “respostas” dos porquês em achismos ou opiniões.

Quando se responde uma das perguntas do método, essa resposta precisa estar estruturada em fatos passíveis de observação e análise.

É necessário ir além do mero questionamento, é recomendável a utilização de testes para comprovar a veracidade das respostas encontradas.

Por exemplo, um gestor percebeu que seus produtos estão sendo produzidos com defeitos. Ao aplicar a técnica dos porquês, ele verifica uma indicação de que esses defeitos são causados porque uma ferramenta não está sendo executada como deveria. A partir daí, é preciso realizar testes para conferir se o equipamento está mal calibrado ou se os funcionários não estão conseguindo utilizá-lo da maneira correta.

# ETAPA 2



## DEFINIÇÃO DE PRIORIDADES –

*Tudo é importante, mas temos que priorizar*

Por vezes, um trabalho de investigação pode tomar meses. Entretanto, quando bem executado possibilita que os erros não voltem a prejudicar a empresa.

**FONTE:** <https://caetreinamentos.com.br/blog/qualidade/os-5-porques-da-qualidade/> , acesso em 15/09/2023.”

## EXEMPLO DE APLICAÇÃO DOS 5 PORQUÊS

### CASO: PROBLEMAS NA IDA AO SUPERMERCADO

#### Problema 1: Não tinha o produto desejado

1. Por que o cliente não encontrou o produto desejado no supermercado?

Resposta: Porque o produto estava fora de estoque na prateleira.

# ETAPA 2



## DEFINIÇÃO DE PRIORIDADES –

*Tudo é importante, mas temos que priorizar*

### **2. Por que o produto estava fora de estoque na prateleira?**

Resposta: Porque houve uma alta demanda pelo produto recentemente.

### **3. Por que houve uma alta demanda pelo produto recentemente?**

Resposta: Porque o produto estava em promoção com um desconto significativo.

### **4. Por que o produto estava em promoção com um desconto significativo?**

Resposta: Porque o supermercado estava realizando uma promoção especial para atrair mais clientes.

### **5. Por que o supermercado estava realizando uma promoção especial para atrair mais clientes?**

Resposta: Para comemorar um aniversário ou um evento especial.

# ETAPA 2



## DEFINIÇÃO DE PRIORIDADES –

*Tudo é importante, mas temos que priorizar*

Portanto, o cliente não encontrou o produto desejado no supermercado porque o produto estava fora de estoque devido à alta demanda causada por uma promoção especial realizada para comemorar um evento. Nesse caso, a falta do produto pode ter sido temporária devido à promoção e à grande procura. O cliente pode verificar a disponibilidade do produto em uma data posterior ou escolher uma alternativa.

### **Problema 2: Filas longas e espera nos caixas do supermercado.**

1. Por que há filas longas e espera nos caixas do supermercado?

Resposta: Porque muitos clientes estão fazendo compras ao mesmo tempo.

2. Por que muitos clientes estão fazendo compras ao mesmo tempo?

Resposta: Porque as pessoas tendem a fazer compras nos mesmos horários de pico, como após o trabalho ou nos fins de semana.

# ETAPA 2



## DEFINIÇÃO DE PRIORIDADES – *Tudo é importante, mas temos que priorizar*

**3. Por que as pessoas escolhem fazer compras nos mesmos horários de pico?**

Resposta: Porque esses horários são convenientes para a maioria das pessoas devido aos seus horários de trabalho ou disponibilidade.

**4. Por que o supermercado não implementa medidas para reduzir o congestionamento nos horários de pico?**

Resposta: Talvez porque o supermercado não tenha implementado estratégias de gerenciamento de filas eficazes ou não tenha pessoal suficiente durante esses horários movimentados.

**5. Por que o supermercado não tem estratégias de gerenciamento de filas eficazes ou pessoal suficiente nos horários de pico?**

Resposta: Possivelmente porque eles não têm dados suficientes para identificar esses horários

# ETAPA 2



## DEFINIÇÃO DE PRIORIDADES –

*Tudo é importante, mas temos que priorizar*

Neste exemplo, a causa raiz do problema das filas longas e espera nos caixas do supermercado pode ser a falta de análise de dados e estratégias de gerenciamento de filas eficazes. Identificar essa causa pode ajudar o supermercado a implementar medidas para melhorar a experiência dos clientes durante os horários de pico, como adicionar mais caixas, implementar horários de funcionamento estendidos ou incentivar os clientes a fazerem compras em horários menos movimentados.

### **Problema 3: Falta de assistência aos cadeirantes em um supermercado.**

1. Por que não há assistência adequada aos cadeirantes no supermercado?

Resposta: Porque a equipe da loja não está ciente das necessidades dos cadeirantes.

2. Por que a equipe da loja não está ciente das necessidades dos cadeirantes?

Resposta: Porque não houve treinamento específico para os funcionários sobre como atender às necessidades dos clientes com deficiência.

# ETAPA 2



## DEFINIÇÃO DE PRIORIDADES –

*Tudo é importante, mas temos que priorizar*

**3. Por que não houve treinamento específico para os funcionários sobre como atender às necessidades dos clientes com deficiência?**

Resposta: Porque a gerência da loja não reconheceu a importância de tal treinamento.

**4. Por que a gerência da loja não reconheceu a importância de tal treinamento?**

Resposta: Por falta de conscientização sobre as barreiras e desafios enfrentados pelos cadeirantes durante as compras.

**5. Por que há falta de conscientização sobre as barreiras e desafios enfrentados pelos cadeirantes durante as compras?**

Resposta: Porque a loja não recebeu feedback suficiente de cadeirantes ou clientes com deficiência para destacar a necessidade de melhorias na assistência.

**Portanto, a causa subjacente da falta de assistência aos cadeirantes no supermercado é a falta de conscientização e treinamento adequado da equipe, que, por sua vez, resulta da falta de feedback e reconhecimento da importância de atender às necessidades específicas dos clientes com deficiência.**

# ETAPA 2



## DEFINIÇÃO DE PRIORIDADES –

*Tudo é importante, mas temos que priorizar*

Para resolver esse problema, o supermercado precisa investir em treinamento para sua equipe, coletar feedback dos clientes com deficiência e criar uma cultura de sensibilização e inclusão.

### **Problema 4: As prateleiras são altas demais para um cadeirante no supermercado.**

#### **1. Por que as prateleiras são tão altas para cadeirantes?**

Resposta: Porque foram projetadas originalmente sem considerar a acessibilidade para pessoas com mobilidade limitada.

#### **2. Por que as prateleiras foram projetadas sem considerar a acessibilidade?**

Resposta: Porque os responsáveis pelo design da loja não consideraram as necessidades específicas dos cadeirantes no momento do projeto.

#### **3. Por que os responsáveis pelo design não consideraram as necessidades dos cadeirantes?**

# ETAPA 2



## DEFINIÇÃO DE PRIORIDADES –

*Tudo é importante, mas temos que priorizar*

Resposta: Porque pode haver uma falta de conscientização sobre a importância da acessibilidade e inclusão na loja.

**4. Por que pode haver falta de conscientização sobre a importância da acessibilidade?**

Resposta: Porque a empresa não forneceu treinamento ou diretrizes específicas sobre design acessível durante o processo de construção ou reforma da loja.

**5. Por que a empresa não forneceu treinamento ou diretrizes sobre design acessível?**

Resposta: Porque não reconheceu a necessidade de priorizar a acessibilidade e inclusão na experiência do cliente.

**Portanto, as prateleiras são altas demais para um cadeirante no supermercado devido a uma falta de conscientização sobre a importância da acessibilidade e à ausência de diretrizes e treinamento específicos para garantir o design acessível da loja. Para resolver esse problema, a empresa precisa reconhecer a importância da acessibilidade, fornecer treinamento adequado e considerar a reforma ou ajuste das prateleiras para atender às necessidades dos cadeirantes e de outros clientes com mobilidade limitada.**

# ETAPA 2



## DEFINIÇÃO DE PRIORIDADES – *Tudo é importante, mas temos que priorizar*

**Identifique personas** - Agora que já listou os problemas e explorou os “porquês”, relacione cada problema a uma, ou mais personas (pessoa/grupo de dentro da instituição, usuário ou pessoa/grupo de alguma instituição externa).

Agora organize essas informações em um Painel, que pode ser físico (ex: papel craft, quadro branco, cartolina, post-it) ou virtual (ex: miro, Mentimeter, Canva).

Não há melhor formato e nem receita de bolo. Cada Painel tem que representar as características de cada grupo que o está realizando. Importante contemplar todas as opiniões. O painel NÃO pode ter apenas a cara de quem produziu. Lembre-se é uma construção conjunta! Envolve a equipe da Ouvidoria. E se você for sozinho na sua Ouvidoria não se desespere e nem pense que não poderá aplicar essa técnica. Forme grupos de trabalho com outras Ouvidorias que tratam de serviços semelhantes.

E não ache que esta versão do Painel PROPOR será a final. Vocês irão trabalhar em duas versões do Painel: rascunho e apresentação, sendo que a última será a versão final. Tudo ao seu tempo... Revise e altere, sempre que precisar. Se bater aquela sensação de pedido de socorro, aquele sentimento que está no caminho errado, não se desespere!

# ETAPA 2



## DEFINIÇÃO DE PRIORIDADES –

### *Tudo é importante, mas temos que priorizar*

Essa sensação é comum e necessária. Para criar e inovar, precisamos passar pelo caos e pela dor da incerteza. Mas fiquem tranquilos... No final vai dar tudo certo. Como já falamos, o importante é desfrutar o processo de construção sem pressa.

#### **Lembretes:**

- É importante fazer um Painel por serviço, para que consiga mergulhar no problema.
- Durante a construção do Painel PROPOR, não se deve pensar e nem escrever soluções neste momento.

Aproveite a oportunidade para rever a forma de trabalhar da Ouvidoria em que atua. Revise o processo de levantamento de dados e análises de informações. Repense o formato dos relatórios e para quem apresenta ou entrega.

Agora que você já mergulhou, repensou e ressignificou sua Ouvidoria, vamos abrir a cancela, abrir as portas e entrar a fundo nas áreas internas da instituição em que atua. Siga firme para a etapa 3 e 4, com um primeiro escopo do problema que entende que poderá trabalhar.