

# ETAPA 3 E ETAPA 4



## ETAPA 3 MERGULHO NA ÁREA DE NEGÓCIOS e ETAPA 4 PACTUAÇÃO E CONSTRUÇÃO DE CONSENSOS – Conheça as outras realidades.

Resolvemos juntar essas duas etapas porque elas são complementares. Você precisa validar o seu Mapa de Stakeholders, ou seja, confirme se mapeou todas as partes interessadas e se os objetivos que pensou para cada uma delas, durante as atividades da ETAPA 2, convergem com a realidade. Como fazer isso? Conversando... Ouvidorias sabem fazer isso melhor do que ninguém. Mas não estamos falando de uma conversa aleatória, você precisa de um questionário para guiar esse bate-papo e compreender o que cada parte pensa sobre o problema levantado.

Agora vá com tudo! Construa uma aproximação com cada um dos stakeholders e pactue consensos e percepções sobre o problema. Apresente como funciona a Ouvidoria e o seu papel acelerador da Governança de Serviços. Fale como é importante redesenharem serviços e reformularem políticas públicas com base no que o usuário pensa e precisa. Apresente informações analíticas e estruturadas. Mostre um relatório simples, dinâmico e visualmente leve para o serviço que propor redesenhar. Mas é importante não chegar cheio de certezas! A maior dica dessa etapa é a escuta ativa, habilidade essencial para todas as Ouvidorias. Escute a percepção do outro e o convide para redesenharem juntos.

## ETAPA 3 E ETAPA 4



### ETAPA 3 MERGULHO NA ÁREA DE NEGÓCIOS e ETAPA 4 PACTUAÇÃO E CONSTRUÇÃO DE CONSENSOS – Conheça as outras realidades.

Agora avance firme para a etapa 5. Mas só avance se tiver conseguido pactuar. Caso não tenha conseguido, volte tudo e recomece. Tudo bem, é errando que aprendemos. Mas precisamos estar abertos a novas perspectivas e tentar novos caminhos após os erros cometidos. Lembre-se da dica número 1: “Tudo começa com a gente mesmo”. Não culpe o outro pelo erro. Apenas volte e recomece... Agora, se conseguiu pactuar, continue firme. E saiba que o melhor está por vir.



# ETAPA 3 E ETAPA 4



## ETAPA 3 MERGULHO NA ÁREA DE NEGÓCIOS e ETAPA 4 PACTUAÇÃO E CONSTRUÇÃO DE CONSENSOS – Conheça as outras realidades.

Dicas de como elaborar um bom questionário  
para entrevistas aos stakeholders:

### Desenhando o questionário das entrevistas



\*Fonte: Dicas adaptadas do site [www.alura.com.br](http://www.alura.com.br)

# ETAPA 3 E ETAPA 4



## ETAPA 3 MERGULHO NA ÁREA DE NEGÓCIOS e ETAPA 4 PACTUAÇÃO E CONSTRUÇÃO DE CONSENSOS – Conheça as outras realidades.

### 1) COMECE COM UM ROTEIRO:

Antes de tudo, resgate o Painel PROPOR (aquele quadro onde elaborou o “DESAFIO” do grupo). Lá constam os problemas levantados.

RESPONDA: depois do levantamento e análise de informações, o problema escolhido para trabalhar no desafio continua o mesmo?

Agora, defina o objetivo da sua pesquisa, é importante decidir quais serão as perguntas e os questionamentos que você vai usar para atingi-lo.

O roteiro serve para te guiar na hora de montar o questionário ou de realizar a entrevista. Por isso, separe um tempo para pensar com calma sobre quais são as informações que você precisa coletar do seu entrevistado. Depois de pensar bem em quais dados você tem que coletar, comece a definir e a selecionar as perguntas que trarão informações relevantes:

# ETAPA 3 E ETAPA 4



## ETAPA 3 MERGULHO NA ÁREA DE NEGÓCIOS e ETAPA 4 PACTUAÇÃO E CONSTRUÇÃO DE CONSENSOS – Conheça as outras realidades.

·Para pesquisas quantitativas, procure objetividade nos questionamentos e dê a possibilidade de o usuário marcar a opção que achar mais compatível com seu perfil e contexto.

·Já nas pesquisas qualitativas, utilize perguntas que o entrevistado precise pensar antes de responder, para que você possa coletar dados únicos a fim de entender como ele pensa e o que ele sente.

**DICA:** Uma pergunta legal para se fazer durante a criação do roteiro é: “Eu já tenho um tempo curto com essa pessoa, então será que fazer a pergunta ‘X’ é tão importante assim?” Lembre-se de que não existe uma fórmula para criar roteiros!

Depois de realizar as entrevistas, escolha os stakeholders prioritários e faça um Mapa de Empatia para cada um deles, com base nas respostas coletadas.

# ETAPA 3 E ETAPA 4



## ETAPA 3 MERGULHO NA ÁREA DE NEGÓCIOS e ETAPA 4 PACTUAÇÃO E CONSTRUÇÃO DE CONSENSOS – Conheça as outras realidades.

### 2) FOCUE NO PROBLEMA

As perguntas devem ajudá-los a mergulhar no problema que vocês escolheram como “DESAFIO”.

Por isso, faça perguntas que ajudem a validar o “DESAFIO” e a entender qual o real problema.

Depois da entrevista, pode acontecer de você perceber que o seu desafio precisa ser alterado, porque não retrata o real ou principal problema. Tudo bem! Fique tranquilo... isso faz parte do processo.

Ao coletar informações sobre o stakeholder e o problema dele, você vai conseguir pensar em soluções que estejam de acordo com as necessidades reais do público-alvo.

**Para isso, você pode fazer perguntas do tipo:**

- Qual o seu papel e da unidade onde atua no funcionamento do serviço xxx?
- Como percebe esse serviço?
- Tem algo que possa melhorar?
- Aplique a regra dos 5 porquês

# ETAPA 3 E ETAPA 4



## ETAPA 3 MERGULHO NA ÁREA DE NEGÓCIOS e ETAPA 4 PACTUAÇÃO E CONSTRUÇÃO DE CONSENSOS – Conheça as outras realidades.

### 3) TENHA CAUTELA COM A COMUNICAÇÃO

**CLAREZA E OBJETIVIDADE** - Sua pesquisa deve ser simples e direta para que o stakeholder consiga entender o que está sendo pedido e tenha maior facilidade em responder aos questionamentos. Use linguagem clara e evite termos técnicos ou em outros idiomas e que não tenham sido explicados previamente.

**NÃO EXPRESSE A SUA OPINIÃO** - Evite manifestações positivas ou negativas nos questionamentos. Quem será ouvido é o entrevistado, a opinião dele que importa. Se ficar fazendo comentários e opinando, pode influenciá-lo.

Exemplo de pergunta enviesada:

“Você usaria um aplicativo de estudos sobre tecnologia?”. Isso já entrega o seu objetivo com a pesquisa e o usuário pode responder que “sim” para agradar você.

Experimente trocar por perguntas como: “Como é a organização dos seus estudos sobre tecnologia? Qual a sua experiência com esse processo? O que acredita que poderia melhorar?”

# ETAPA 3 E ETAPA 4



## ETAPA 3 MERGULHO NA ÁREA DE NEGÓCIOS e ETAPA 4 PACTUAÇÃO E CONSTRUÇÃO DE CONSENSOS – Conheça as outras realidades.

### 4) CUIDADO COM AS DISTRAÇÕES

CUIDE DO AMBIENTE E DA DURAÇÃO - Você já precisou responder a pesquisas longas, ou participou de uma reunião em um local com barulho?

Essas situações costumam ser chatas e é importante evitá-las. Se houver muitas perguntas a serem respondidas, o entrevistado tem tendência a desistir no meio da pesquisa. E se o local da entrevista for incômodo, ele tende a responder qualquer coisa para terminar logo o encontro.

Por isso, pergunte apenas o necessário e marque entrevistas em locais calmos e em horários em que todas as pessoas se sintam bem para participar.

DICA - Na hora de organizar entrevistas e, depois de delimitar o público-alvo, você pode oferecer algum tipo de recompensa para quem se dedicar à conversa. Isso pode ajudar a deixar seu entrevistado engajado e mais colaborativo na hora de responder às questões.

# ETAPA 3 E ETAPA 4



## ETAPA 3 MERGULHO NA ÁREA DE NEGÓCIOS e ETAPA 4 PACTUAÇÃO E CONSTRUÇÃO DE CONSENSOS – Conheça as outras realidades.

### 5) SEJA TRANSPARENTE

FAÇA OS COMBINADOS, ANTES DE COMEÇAR - É importante ter sinceridade com o seu público. Os entrevistados têm que estar cientes e concordar com os termos da pesquisa, então deixe claro como eles ou o negócio serão beneficiados e quais as suas intenções com os dados coletados.

É possível que na entrevista apareçam críticas à atuação da Ouvidoria, relacionado ao serviço em destaque. Caso os apontamentos sejam pertinentes, saiba reconhecer as falhas da Ouvidoria e mostrar-se aberto a receber críticas e se empenhar em melhorar seus processos internos. Se a Ouvidoria não souber reconhecer suas falhas, como vai querer que o entrevistado reconheça as suas e proponha soluções para o problema?

**DICA** - Lembre-se de seguir à risca a Lei Geral de Proteção de Dados e de tomar todas as precauções possíveis na hora de utilizar dados de terceiros.

# ETAPA 3 E ETAPA 4



## ETAPA 3 MERGULHO NA ÁREA DE NEGÓCIOS e ETAPA 4 PACTUAÇÃO E CONSTRUÇÃO DE CONSENSOS – Conheça as outras realidades.

### DICAS DE PERGUNTAS ESPECÍFICAS PARA ENTREVISTAS COM USUÁRIOS DO SERVIÇO:

Check list para elaborar as perguntas ao usuário do serviço:

- Como o usuário descobre por onde começar?
- Em quantos balcões ele precisa se apresentar?
- Existe um canal digital para solicitação do serviço?
- Quantos documentos ele precisa reunir e levar?
- Quanto custa para o usuário obter o serviço?
- Por quantas etapas ele precisa passar até conseguir o que precisa?
- Quanto tempo ele deve esperar para que o serviço seja entregue?
- O tempo entre a solicitação e a entrega é informado no momento em que o serviço é requerido?
- O usuário consegue monitorar o andamento do processo?
- O usuário sabe a quem recorrer caso tenha dúvidas?
- A quem ele recorre se não tiver seus direitos garantidos e precisar reclamar?

**FONTE:** Texto adaptado do material do curso da Enap - “Pesquisa com usuários: como ouvir cidadãos e empresas para melhorar seus serviços”

# ETAPA 3 E ETAPA 4



**ETAPA 3 MERGULHO NA ÁREA DE NEGÓCIOS e  
ETAPA 4 PACTUAÇÃO E CONSTRUÇÃO DE  
CONSENSOS – Conheça as outras realidades.**



O Mapa de Empatia é uma ferramenta que auxilia no processo de conhecimento dos stakeholders. O ideal é fazer primeiro o Mapa de Stakeholders para identificar todas as partes envolvidas no serviço, aplicar a entrevista naqueles que classificar como prioritário e depois aplicar o Mapa de Empatia com base nas informações levantadas. Ajudará na compreensão do ponto de vista do outro e como ele se sente no contexto daquele serviço.

# ETAPA 3 E ETAPA 4



## ETAPA 3 MERGULHO NA ÁREA DE NEGÓCIOS e ETAPA 4 PACTUAÇÃO E CONSTRUÇÃO DE CONSENSOS – Conheça as outras realidades.

Nome: \_\_\_\_\_ Idade: \_\_\_\_\_

Queria escolher sem me preocupar com os preços	Animação	Frustração	Estresse
Se sobrar um pouco nesse mês, vou sair com as crianças	Ansiedade	Tédio	
Quanto será que vai custar?	Será que esse lugar é o mais barato?		
o que <b>PENSA E SENTE?</b>			
Anúncios no som do supermercado	o que <b>OUVE?</b>	o que <b>VÊ?</b>	Filas grandes de pagamento
			Cartazes informando promoção
			Cartazes de campanha
			Preços de produtos nas prateleiras
o que <b>FALA E FAZ?</b>			
Este produto também está em promoção?			
Qual é o mais barato?	Compara produtos entre preços		
Procura promoções	Compara preços em supermercados próximos		
	Decide se vale a pena enfrentar a fila do caixa		
quais são as <b>DORES?</b>		quais são as <b>NECESSIDADES?</b>	
Enfrentar filas	Não saber quanto economizou	Saber qual supermercado terá mais economia	Saber onde tem e quais são as promoções
Baixa Renda	Não saber a melhor oferta de produtos	Ter um atendimento rápido	

FONTE: Sebrae Minas - O Mapa de Empatia é uma ferramenta que auxilia no processo de conhecimento dos stakeholders. O ideal é fazer primeiro o Mapa de Stakeholders para identificar todas as partes envolvidas no serviço, aplicar a entrevista naqueles que classificar como prioritário e depois aplicar o Mapa de Empatia com base nas informações levantadas. Ajudará na compreensão do ponto de vista do outro e como ele se sente no contexto daquele serviço. acesso em 17/09/2023.

# ETAPA 3 E ETAPA 4



## ETAPA 3 MERGULHO NA ÁREA DE NEGÓCIOS e ETAPA 4 PACTUAÇÃO E CONSTRUÇÃO DE CONSENSOS – Conheça as outras realidades.

Exemplo – serviço “Ida ao Mercado”:

