




Núcleo de
Empreendedores

FEA-RP/USP

StartYou



Design Thinking

Origem

- Década de 70
- Rolf Faste
- David M. Kelley
- Tim Brown
- IDEO



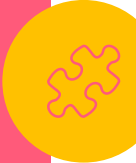

O que é?

É uma metodologia?

É uma ferramenta?

Nãooooo, é uma abordagem!!





"Design Thinking é uma abordagem centrada nas pessoas que usa ferramentas dos designers para integrar as necessidades das pessoas, as possibilidades da tecnologia e os requisitos para o sucesso de um produto/projeto"

- Tim Brown

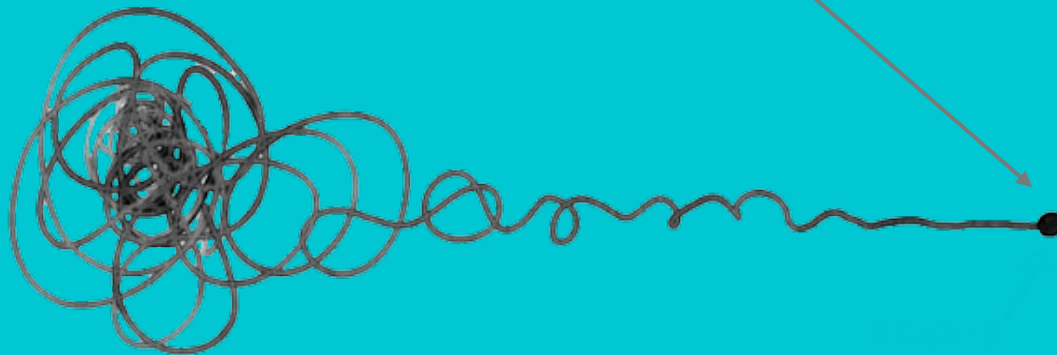


Forma “Designer de Pensar”

- Pessoas
- Perspectivas e ângulos
- Interação
- Aprendizado



Solução



DIVERGENTE

CONVERGENTE

**CRIAR
OPÇÕES**

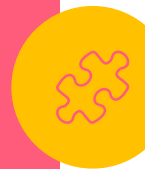
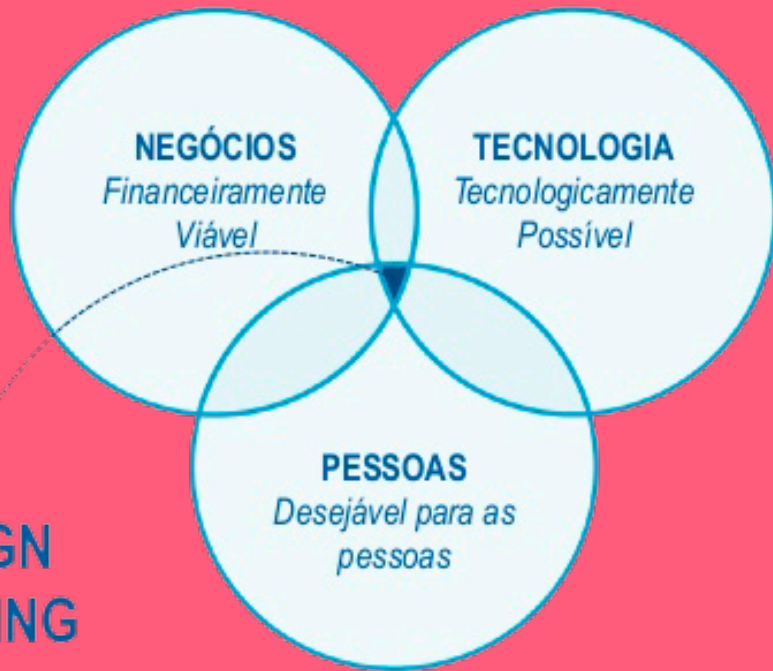
**FAZER
ESCOLHAS**



E
Q
U
I
L
Í
B
R
I
O

H
A
R
M
O
N
I
O
S
O

DESIGN
THINKING



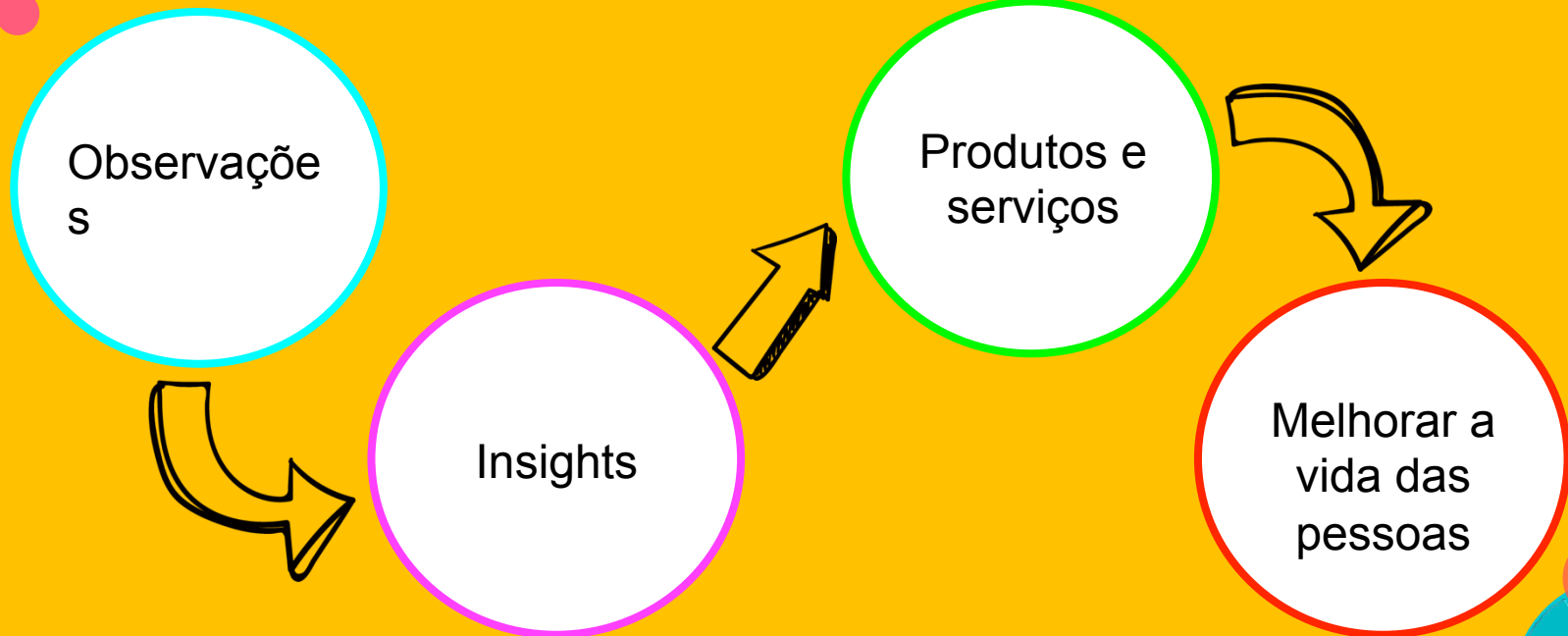


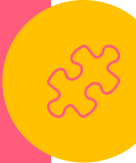


Pesquisa de Design x Pesquisa de Mercado

	PESQUISA DE DESIGN	PESQUISA DE MERCADO
OBJETIVO	Entender cultura, experiências, pensamentos e comportamentos para inspirar o projeto	Entender comportamentos a partir do que as pessoas fazem para prever o que elas fariam numa nova situação
LEVANTAMENTO DE DADOS	Interação (principalmente conversas semi-estruturadas)	Prioriza questionários e entrevistas estruturadas

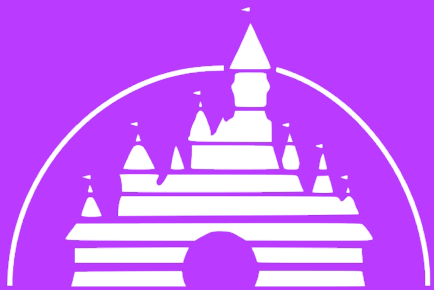
Missão do Design Thinking:





1. Empatia

A decorative graphic on a teal background. It features a large white circle in the center containing the text '1. Empatia'. Surrounding this central circle are several smaller circles in various colors (yellow, orange, red, pink, blue) and icons: a puzzle piece, a lightbulb, and a thumbs-up gesture.



WALT DISNEY



Empatia

- Se colocar no lugar do outro
- Entender a um nível emocional e psicológico
- Descobrir suas Motivações, Necessidades e seus Pensamentos e



Mas como fazer isso?



Mapa de Empatia

18



Vamos por a mão na massa?



- Fazer um Mapa de empatia;
- Tema: Inserção no mercado de trabalho

EMPATIA



1- O que ele vê?

- Ele vê que os ônibus estão sempre lotados;
- Vê que as passagens são muito caras;



EMPATIA



2- O que ele ouve?

- Ouve que os ônibus não estão em um bom estado;
- Ouve sobre assaltos nos pontos de ônibus;



EMPATIA



3- O que ele pensa e sente?

- Ele se incomoda com o barulho e a lotação;
- Ele sente muito calor durante suas viagens;



EMPATIA



4- O que ele fala e faz?

- Ele pega uber;
- Ele tenta pegar carona;
- Ele usa fone de ouvidos;



Storytelling

24



EXEMPLO



Maurício é um estudante do curso de administração da USP, ele mora um pouco longe da sua faculdade e por isso depende do ônibus como meio de transporte para ir às aulas.

Assim como muitas pessoas, ele por vezes perde os horários e não consegue pegar sua linha, tendo que pegar outros trajetos e demorar mais tempo que o previsto.

Maurício também se queixa do barulho excessivo e da falta de conforto, o que faz com que muitas vezes ele decida por outros meios para se locomover, como Uber ou táxi.





Ponto importante:
**VALIDAÇÃO DO
PROBLEMA!!**



Validação



Validação de problema

- A validação, nada mais é que testes para entender e se ter certeza de premissas e hipóteses.
- Hipóteses e decisões pautada em dados e métricas.



Validação



• Mas como fazer isso?



Exemplos

30

DEFINIÇÃO

- Formulários online
- Entrevistas e conversas
- Interações em redes sociais





Validação

Amostragem enviesada



Idosas na pista de Skate

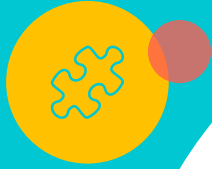
“Oi você compraria brigadeiro?”



Perguntas enviesadas



2. Definição



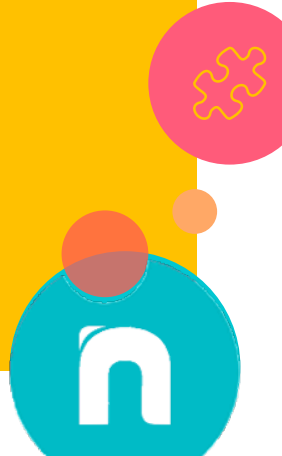
DEFINIÇÃO

- Definir de forma precisa o problema a ser resolvido

TAREFA:

Buscar dados e apresentar
um novo story telling

Obrigado!
Alguma dúvida?





**Núcleo de
Empreendedores**
FEA-RP/USP



[/nucleodeempreendedoresfearp](#)



[/nucleo-de-empreendedores](#)



[/NucleodeEmpreendedores](#)



[neusp.com.br](#)