Design Thinking

Professor: Carlos

Vamos começar!

O que é persona ?

PROFESSOR: CARLOS

O que é persona ?

Uma persona é uma representação semifictícia do seu usuário ou cliente ideal, criada a partir de dados reais (pesquisas, entrevistas, observações) e enriquecida com características que ajudam a humanizar o público-alvo.

PROFESSOR: CARLOS

Objetivo Geral da disciplina:

Capacitar o aluno a compreender, aplicar e gerenciar processos criativos e colaborativos utilizando o Design Thinking como abordagem para resolução de problemas e inovação, desde a identificação de necessidades até a entrega de soluções viáveis.

O que é Design Thinking?

Design Thinking é uma abordagem criativa e colaborativa para solução de problemas, que coloca o ser humano no centro do processo.

Em outras palavras “Design Thinking” é:

Uma forma de pensar e trabalhar voltada para resolver problemas de maneira **criativa e inovadora**, colocando sempre o usuário no centro do processo.

Professor: Carlos

Onde é usado o **Design Thinking?**

É muito usado em

Negócios e Inovação

Desenvolvimento de novos produtos e serviços: Criar um aplicativo de mobilidade com recursos que atendam melhor às necessidades dos usuários.

É muito usado em

Tecnologia e Desenvolvimento de Software

- **UX/UI Design**
- **Testes rápidos de protótipo**
- **Soluções para acessibilidade**

É muito usado em

Educação

- **Criação de metodologias ativas de ensino**
- **Desenvolvimento de plataformas de aprendizagem**

É muito usado em

Saúde

- **Melhoria da experiência do paciente**
- **Novos dispositivos médicos**

É muito usado em

Sustentabilidade e Impacto Social

- **Projetos ambientais**
- **Inovação social**

EMPRESAS QUE USAM O DESIGN THINKING

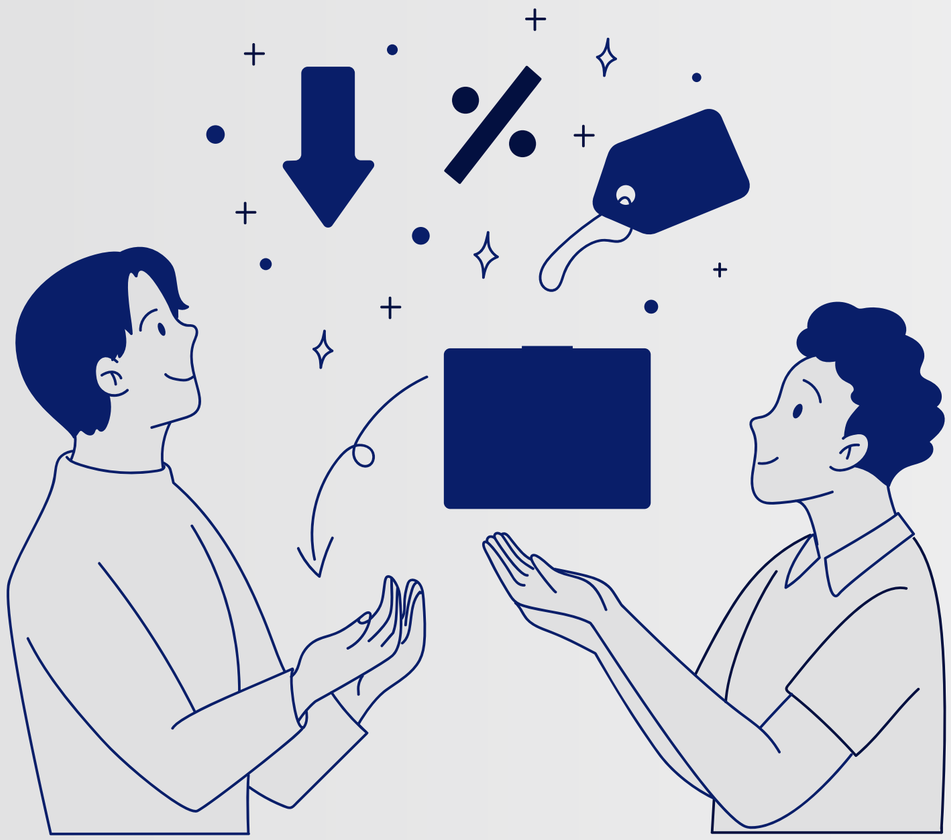
- Apple
- Google
- IBM
- Microsoft

COMO USAM?

- A Apple sempre teve o usuário no centro do processo de criação.
- o Google usa o design Thinking para testar e validar ideias rapidamente em apenas 5 dias.
- A IBM adotou o Design Thinking em toda a empresa, treinando milhares de colaboradores.
- A Microsoft utiliza Design Thinking no desenvolvimento de interfaces e acessibilidade.

FUNCIONA EM EMPRESAS DE PEQUENO PORTE?

O Design Thinking funciona perfeitamente em empresas de pequeno porte — muitas vezes até melhor do que em grandes corporações, porque a comunicação é mais simples e as mudanças podem ser aplicadas mais rápido.



POR QUE FUNCIONA EM PEQUENAS EMPRESAS?

1. **Baixo custo**: não exige ferramentas caras, e sim empatia, colaboração e criatividade.
2. **Flexibilidade**: pequenas empresas conseguem adaptar o processo com rapidez.
3. **Cultura próxima**: como as equipes são menores, é mais fácil envolver todos no processo.
4. **Foco no cliente**: ajuda a entender melhor o que o cliente realmente quer e a criar soluções que se destacam no mercado.
5. **Inovação competitiva**: permite que pequenas empresas disputem espaço com grandes, criando diferenciais sem precisar de investimentos gigantes.

CITE DUAS ÁREAS OU SETORES EM QUE O DESIGN THINKING PODE SER APLICADO.

O que é o Design Thinking?

a) Uma metodologia exclusivamente para designers gráficos.
b) Uma abordagem centrada no usuário para resolução de problemas e inovação.
c) Um método de gestão de equipes de desenvolvimento ágil.
d) Um software de prototipagem.

b) Uma abordagem centrada no usuário para resolução de problemas e inovação.

O Design Thinking é uma metodologia que busca entender profundamente as necessidades das pessoas para criar soluções inovadoras, passando por etapas como imersão, ideação, prototipagem e teste, sempre com foco no usuário.

O Design Thinking é mais utilizado para:

a) Resolver problemas complexos de forma criativa e colaborativa.
b) Elaborar planilhas financeiras.
c) Substituir completamente a programação em projetos de software.
d) Aumentar a capacidade de processamento de computadores.

A alternativa correta é:

a) Resolver problemas complexos de forma criativa e colaborativa.

O Design Thinking é muito usado para encontrar soluções inovadoras em cenários desafiadores, estimulando o trabalho em equipe, a empatia com o usuário e a experimentação.

Qual das alternativas abaixo NÃO é uma característica do Design Thinking?

a) Colaboração multidisciplinar.
b) Testes rápidos de protótipos.
c) Foco apenas em soluções técnicas.
d) Empatia com o usuário.

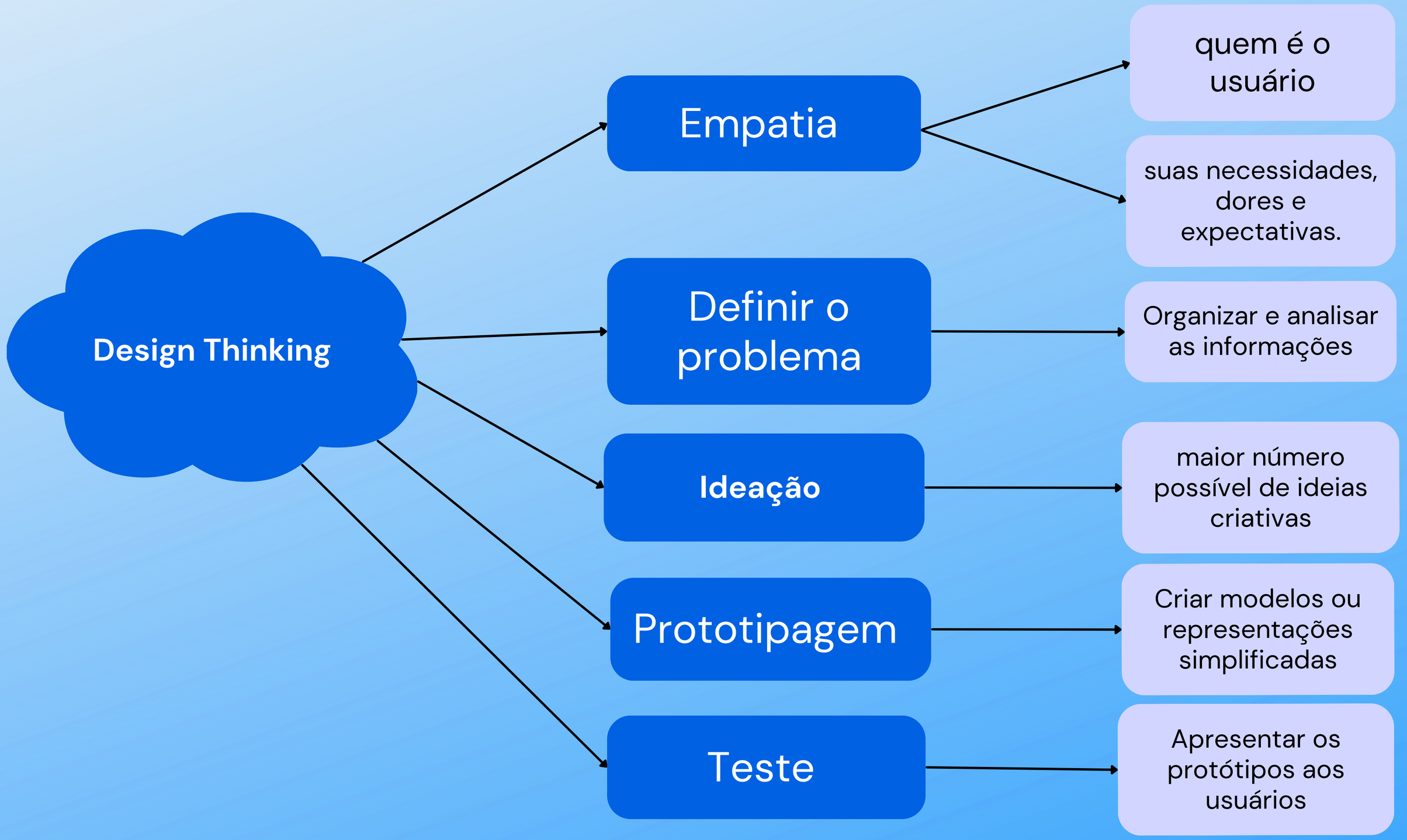
A alternativa correta é:

c) Foco apenas em soluções técnicas.

O Design Thinking não se restringe a soluções técnicas. Pelo contrário, ele busca entender as necessidades humanas, envolver diversas áreas (multidisciplinaridade), criar protótipos rápidos e manter sempre a empatia com o usuário como ponto central.

Questões de verdadeiro ou falso]

1. ( ) O Design Thinking é uma forma de pensar e trabalhar que coloca o ser humano no centro do processo.
2. ( ) O Design Thinking pode ser aplicado apenas em empresas de tecnologia.
3. ( ) No Design Thinking, errar faz parte do processo de aprendizado e inovação.


Design Thinking
Empatia
quem é o usuário
suas necessidades, dores e expectativas.
Definir o problema
Organizar e analisar as informações
Ideação
maior número possível de ideias criativas
Prototipagem
Criar modelos ou representações simplificadas
Teste
Apresentar os protótipos aos usuários

Aplicar as etapas do Design Thinking para desenvolver um protótipo de alta fidelidade (MVP) no Canva, explorando soluções criativas e inovadoras para um problema real.

Etapas da Atividade

1. Empatia (Pesquisa e Observação)

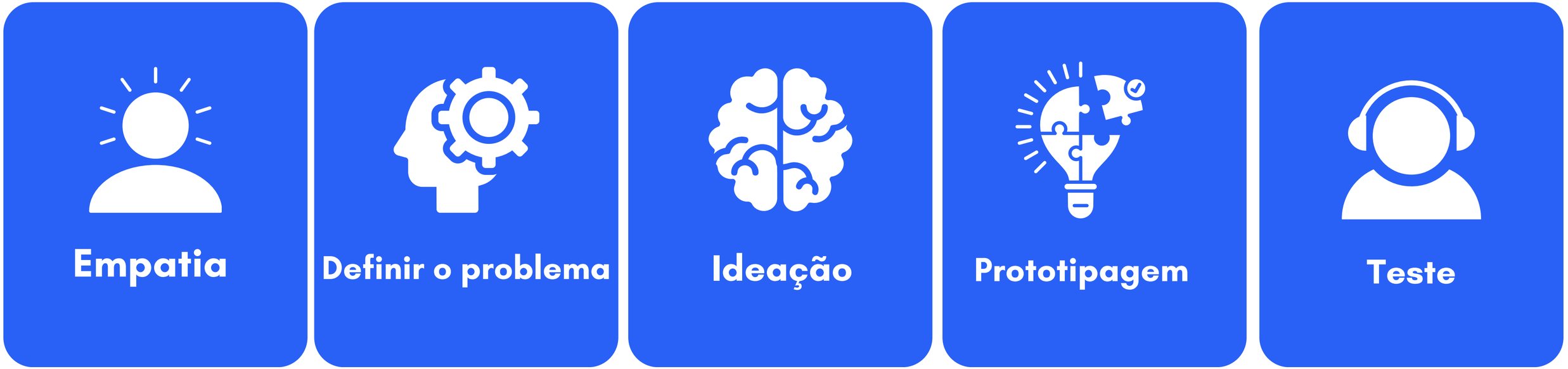
- Cada grupo deve escolher um problema real do dia a dia (ex.: dificuldade em organizar estudos, filas em hospitais, comunicação entre professores e alunos, compras online, transporte urbano).

Ideação (Gerar Soluções Criativas)

- Cada grupo deve listar o máximo de ideias possíveis (sem julgamentos).
- Selecionar as 3 melhores ideias.
- Escolher a ideia mais viável para virar MVP.

O Design Thinking é composto por etapas ou fases. Explique brevemente uma dessas etapas.

Design Thinking, professor: Carlos



Importância do Thinking

- Foco no usuário
- Estímulo à inovação
- Colaboração multidisciplinar
- Redução de riscos
- Aplicabilidade ampla

Design Thinking

Professor: Carlos

EXPLIQUE, COM SUAS PALAVRAS, O QUE É “DESIGN THINKING”.

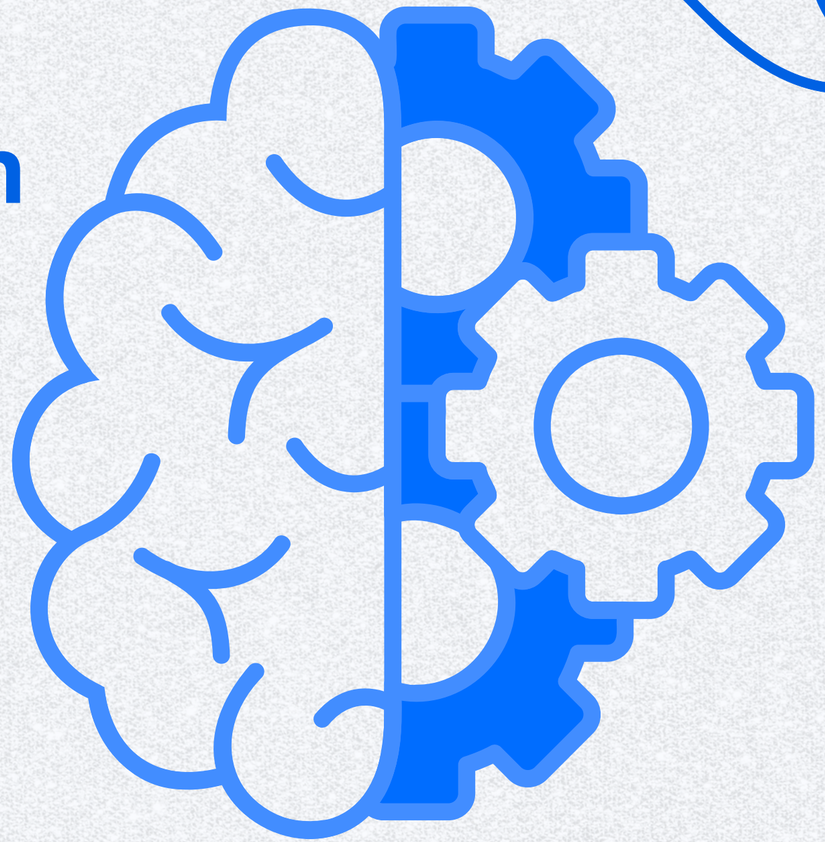
Mentalidade e Princípios do Design Thinking

O Design Thinking não é apenas um processo com etapas — ele também é uma mentalidade, ou seja, uma forma de pensar e agir para resolver problemas de maneira criativa e centrada nas pessoas.

Que mentalidade é essa?

Essa mentalidade foca o Design

- Centrado no ser humano
- Colaborativo
- Experimental
- Otimista
- Orientado à ação



Por que o Design Thinking é considerado uma abordagem centrada no usuário?

Professor: Carlos

VAMOS PRATICAR

Vocês irão trabalhar em grupos para criar uma solução que resolva um problema proposto, utilizando todas as etapas do Design Thinking:

1. **Empatia**: compreender o usuário e suas necessidades.
2. **Definição**: formular de forma clara o problema a ser resolvido.
3. **Ideação**: gerar o máximo possível de ideias para solucionar o problema.
4. **Prototipagem**: representar a solução por meio de um pseudocódigo ou fluxograma.
5. **Teste**: trocar o algoritmo com outro grupo para validar e ajustar a solução.

Objetivo: desenvolver uma solução lógica, criativa e centrada no usuário, unindo raciocínio computacional e inovação.

Hanover and Tyke

SISTEMA DE DOAÇÃO DE ALIMENTOS

Problematica: Muitas ONGs recebem doações sem controle e acabam não sabendo distribuir corretamente.

Solução: Criar um sistema que permita:

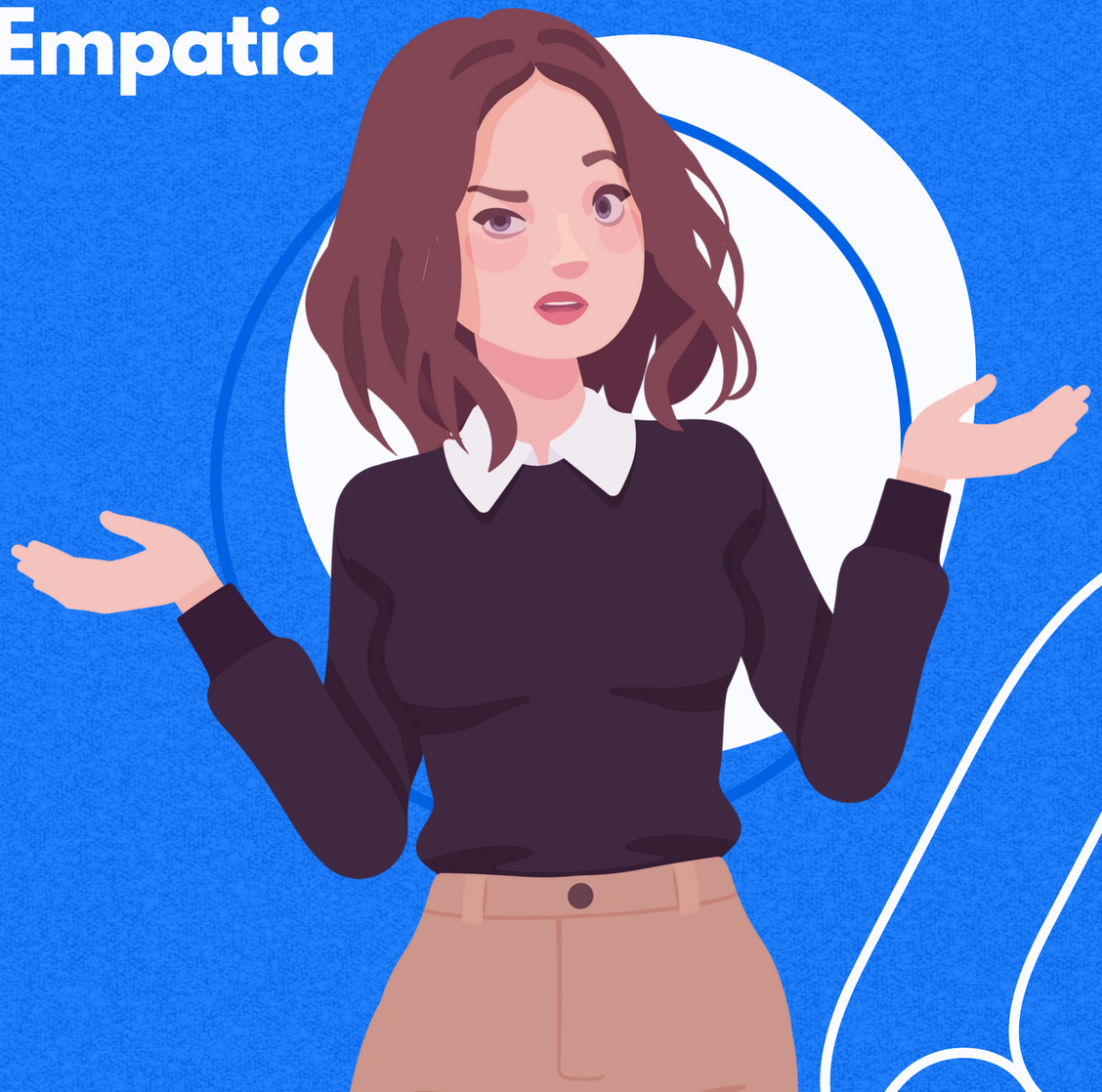
- Cadastro de doadores e beneficiários.
- Registro de alimentos recebidos.
- Controle de estoque.
- Distribuição de cestas básicas com histórico.
- Relatórios de doações por período.

January 2025

Etapa 1 do Design Thinking: Empatia

- **Pesquisa com Usuários,**
- **Entrevistas,**
- **Observação**

A Empatia é a primeira etapa do Design Thinking e tem como objetivo entender profundamente as pessoas para quem vamos criar a solução



Principais Técnicas

1- Pesquisa com Usuários

- Aplicar questionários ou formulários para coletar dados quantitativos e qualitativos.

2- Entrevistas

- Conversas abertas para explorar experiências, sentimentos e opiniões.

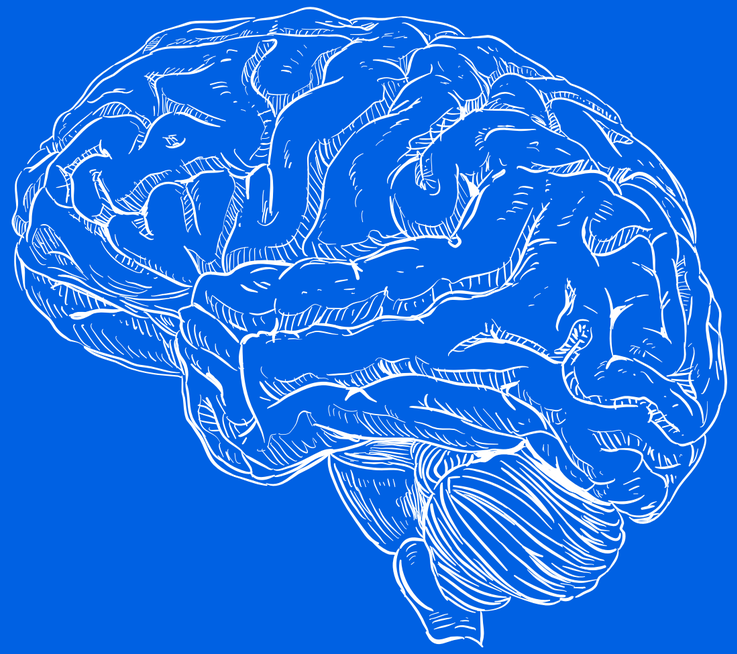
3- Observação (Imersão)

- Observar o usuário no contexto onde o problema acontece.

Atividade pratica!

Formem duplas ou trios. Um aluno será o entrevistador, outro o usuário (personagem fictício) e, se houver um terceiro, será o observador. O entrevistador fará perguntas abertas para compreender melhor as necessidades e dores do “usuário”. O observador anotará pontos importantes e comportamentos.

Mapa de Empatia e Jornada do Usuário

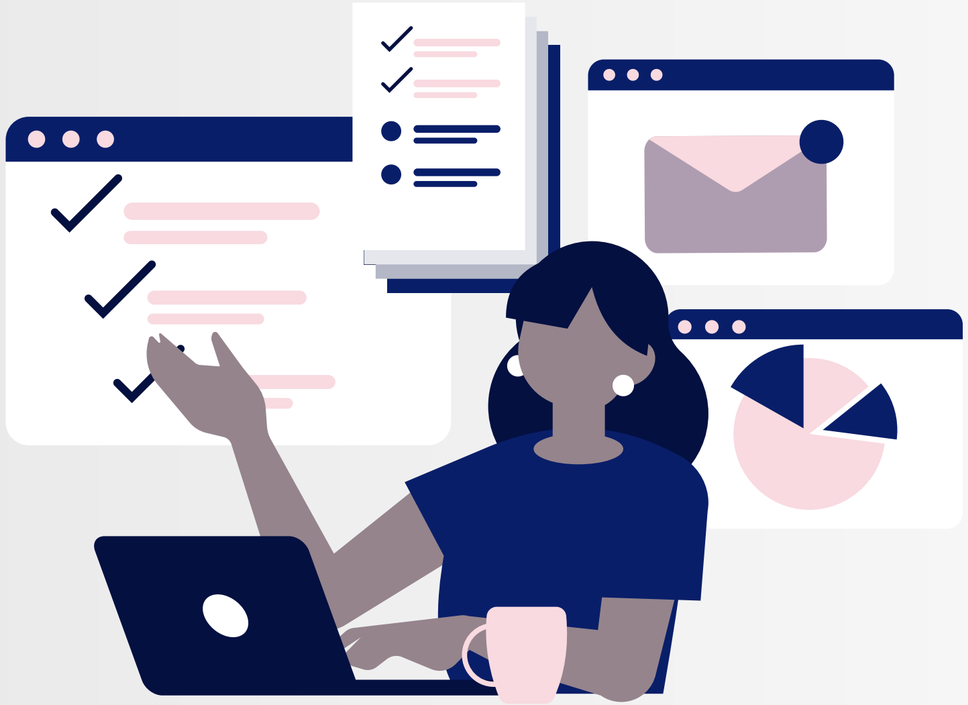


Mapa de Empatia

Para entender melhor o usuário e suas necessidades, o Design Thinking usa ferramentas visuais que ajudam a organizar informações e insights coletados na etapa de Empatia.

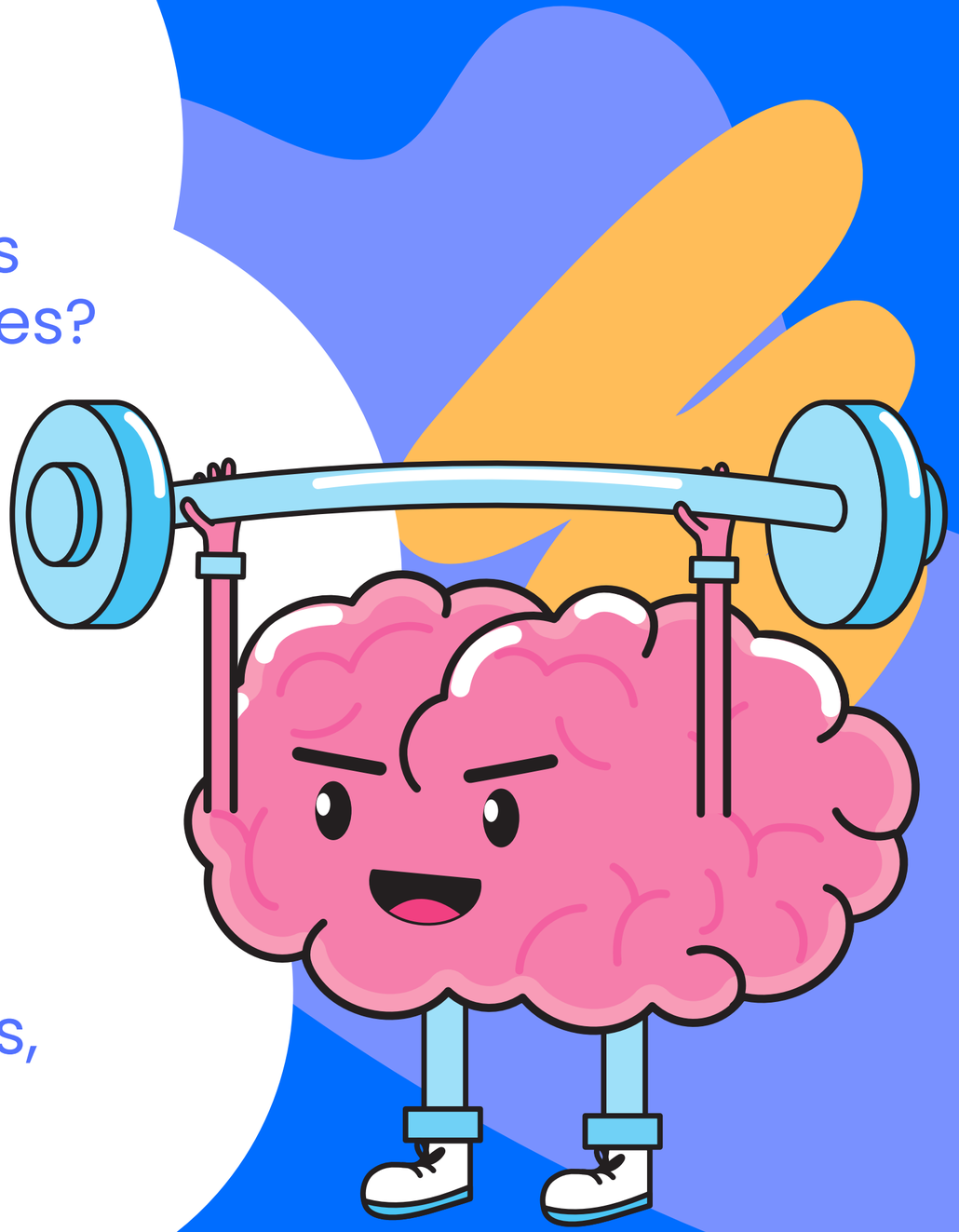
Usuário	**Descrição**
O que pensa?	Quais são as principais preocupações, desejos e pensamentos do usuário?
O que vê?	O que ele vê no ambiente ao seu redor (amigos, mercado, concorrentes)?
O que fala?	O que expressa verbalmente? Quais são suas opiniões e comportamentos?
Quais são suas dores?	Quais são as frustrações, medos e obstáculos que ele enfrenta?

EXPLIQUE COM SUAS PALAVRAS QUAL É O OBJETIVO DO MAPA DE EMPATIA NO DESIGN THINKING



Respondendo às perguntas do Mapa de Empatia após a entrevista com o usuário:

- O que o usuário pensa e quais são seus principais pensamentos e preocupações?
- O que vê? Quais são os elementos do ambiente que influenciam o usuário?
- O que fala? Quais opiniões e comportamentos ele expressa?
- O que faz? Quais ações ele realiza?
- Quais são suas dores? Que dificuldades, medos ou frustrações enfrenta?



Professor: Carlos

O Mapa de Empatia é utilizado principalmente para:

a) Analisar a concorrência de uma empresa.
b) Entender o usuário e suas necessidades.
c) Medir os custos de um projeto.
d) Planejar o orçamento de marketing.

b) Entender o usuário e suas necessidades.

O Mapa de Empatia é uma ferramenta do Design Thinking que ajuda a visualizar o que o usuário pensa, sente, vê, ouve e faz, facilitando a compreensão de suas dores, necessidades e desejos.

Qual das opções NÃO faz parte das perguntas do Mapa de Empatia?

a) O que o usuário vê?
b) O que o usuário ouve?
c) O que o usuário pensa e sente?
d) Qual é a cor favorita do usuário?

d) Qual é a cor favorita do usuário?

O Mapa de Empatia foca em entender comportamentos, pensamentos, sentimentos, dores e necessidades do usuário, e não informações pessoais irrelevantes, como a cor favorita.

Quando analisamos “o que o usuário sente e pensa”, buscamos entender:

a) Seus obstáculos técnicos.
b) Suas preocupações, sonhos e motivações.
c) Suas roupas e estilo de vida.
d) Apenas seus desejos financeiros.

b) Suas preocupações, sonhos e motivações.

No Mapa de Empatia, a seção “O que o usuário pensa e sente” busca compreender emoções, valores, medos, sonhos e motivações, para que soluções sejam desenvolvidas de forma centrada no usuário.

As “dores” (pains) do Mapa de Empatia representam:

a) Os sonhos que o usuário deseja alcançar.
b) Os problemas e frustrações enfrentados.
c) Os benefícios de uma solução.
d) O que os amigos dizem para o usuário.

As “dores” (pains) do Mapa de Empatia representam:

a) Os sonhos que o usuário deseja alcançar.
b) Os problemas e frustrações enfrentados.
c) Os benefícios de uma solução.
d) O que os amigos dizem para o usuário.

b) Os problemas e frustrações enfrentados.

No Mapa de Empatia, as “dores” (pains) representam as dificuldades, obstáculos, medos e frustrações do usuário, ou seja, tudo o que causa desconforto ou impede que ele alcance seus objetivos.

As “ganhos” (gains) no Mapa de Empatia significam:

a) O que o usuário deseja conquistar ao resolver um problema.
b) As críticas que ele faz sobre produtos.
c) Os obstáculos que impedem sua satisfação.
d) O que ele vê no ambiente ao redor.

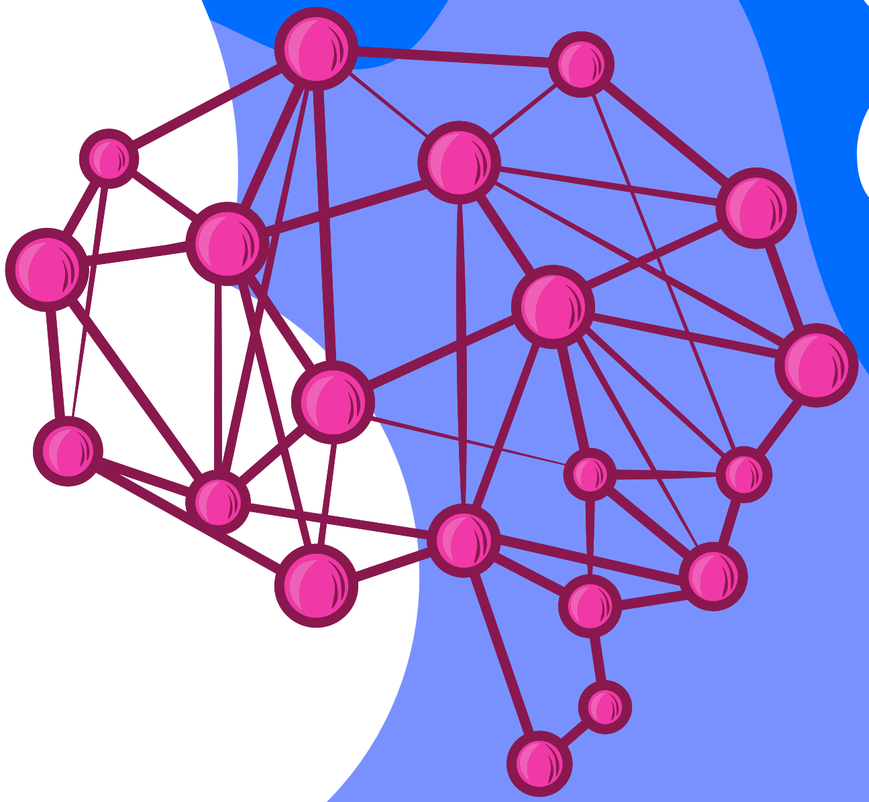
Como o Mapa de Empatia ajuda a criar soluções mais centradas no usuário?

Etapa 2: Definição do problema (Define).

Essa etapa consiste em analisar e interpretar as informações coletadas na etapa anterior (Empatia) para identificar claramente qual é o problema real que precisa ser resolvido.

Como fazer a Definição do Problema?

- Organizar as informações coletadas
- Revisar entrevistas, observações, e pesquisas.
- Detectar necessidades, dores e desejos dos usuários.
- Criar uma declaração do problema
- Escrever uma frase curta que defina o problema focando nas pessoas afetadas e na sua necessidade.



Como Definir o Problema de forma facil?

Por quê?

- Por que o App está lento

Como Poderíamos...?

- Como poderiamos torna o app mais rapido?

A etapa “Definição do problema” no Design Thinking tem como objetivo principal:

a) Criar protótipos rapidamente.
b) Entender profundamente o problema a ser resolvido.
c) Lançar o produto no mercado.
d) Analisar apenas os concorrentes.

b) Entender profundamente o problema a ser resolvido.

No Design Thinking, a etapa de Definição do problema (Define) foca em interpretar as informações coletadas na fase de Empatia para formular uma definição clara e precisa do problema, garantindo que as soluções criadas atendam às reais necessidades do usuário.

Durante a fase de definição do problema, é importante:

a) Focar apenas em soluções técnicas sem considerar o usuário.
b) Reunir e organizar as informações coletadas na fase de imersão.
c) Ignorar feedbacks de usuários.
d) Trabalhar sozinho, sem colaboração da equipe.

b) Reunir e organizar as informações coletadas na fase de imersão.

Na fase de definição do problema do Design Thinking, é essencial analisar e sintetizar os dados coletados durante a empatia para identificar padrões, dores e necessidades reais do usuário. Isso permite criar uma definição clara do problema que servirá de base para as próximas etapas.

O “problema bem definido” no Design Thinking deve ser:

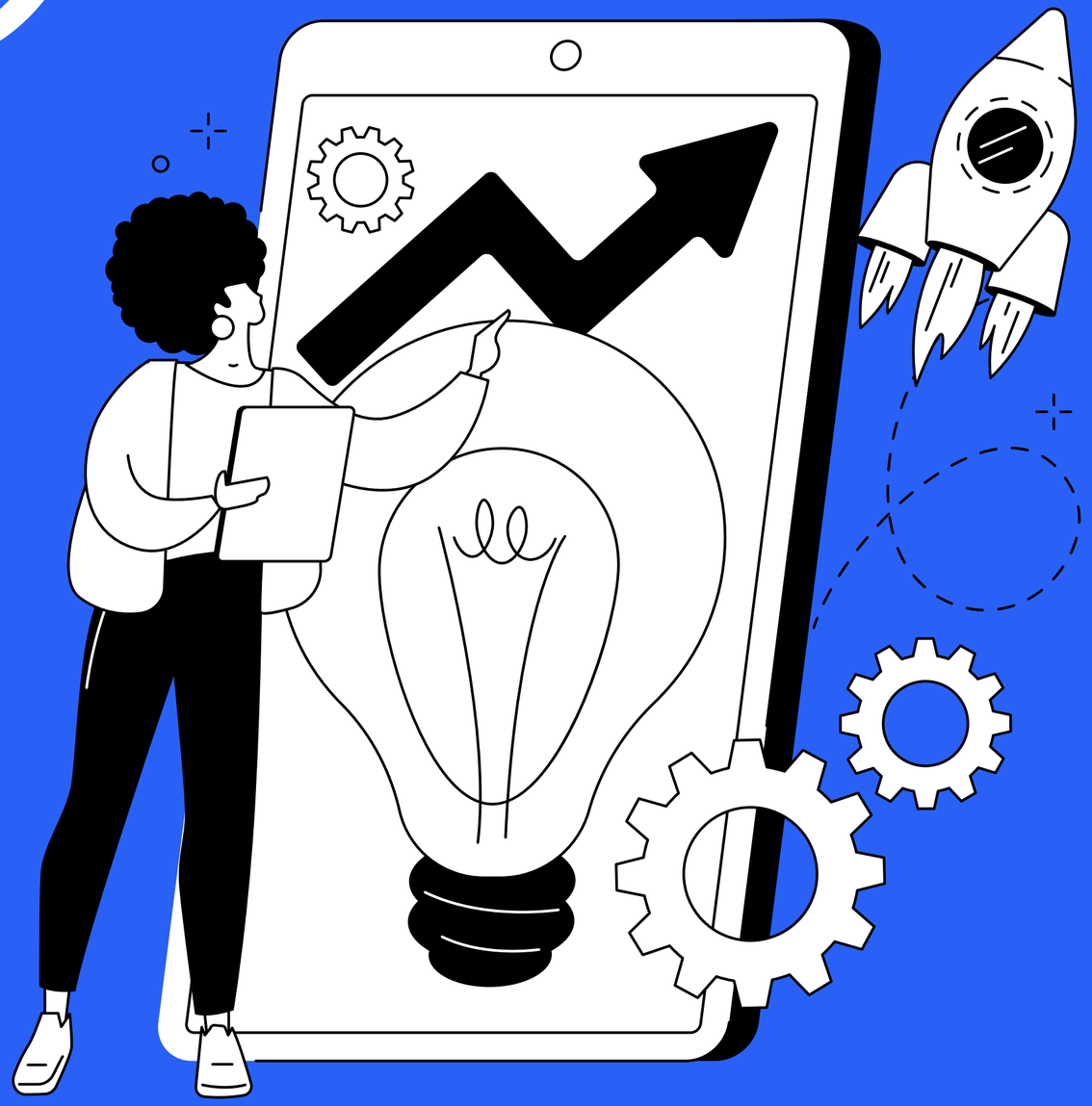
a) Vago e genérico, para dar mais liberdade à equipe.
b) Específico, centrado no usuário e baseado em evidências.
c) Focado apenas em aspectos financeiros.
d) Determinado por especialistas sem considerar o usuário.

b) Específico, centrado no usuário e baseado em evidências.

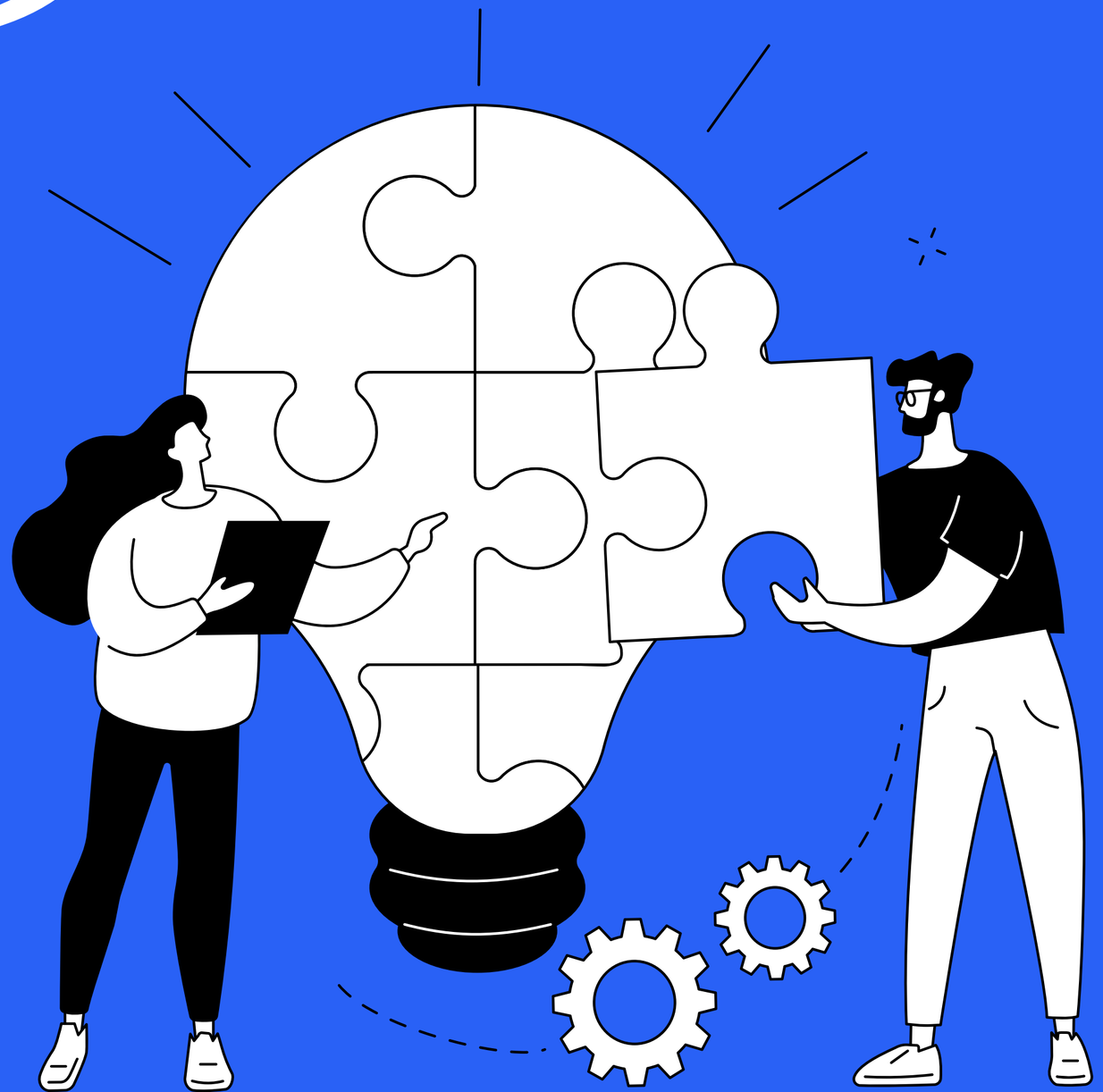
No Design Thinking, um problema bem definido deve ser claro, focado nas necessidades do usuário e fundamentado em dados ou observações reais. Isso garante que as soluções desenvolvidas sejam relevantes e eficazes.

Uma boa definição de problema ajuda a:

a) Garantir que a solução será relevante e eficaz para o usuário.
b) Reduzir o tempo de desenvolvimento do protótipo sem analisar o usuário.
c) Evitar qualquer tipo de validação com usuários.
d) Substituir a fase de testes e feedback.



Explique com suas palavras a importância da etapa de definição do problema no Design Thinking.



Por que definir o problema de forma correta aumenta a chance de criar soluções inovadoras e eficazes?

Etapa 3: Ideação (Gerando ideias criativas)

Momento de gerar o maior número possível de ideias para resolver o problema definido, sem julgamentos ou críticas.

Tempestade de ideias

Participantes falam livremente todas as ideias que surgem, sem censura.

Como aplicar a tempestade de ideias

01

Definir um tema centra

Defina um tema central para que as ideias geradas se mantenham focadas na temática do problema, garantindo relevância, coerência e alinhamento com as necessidades do usuário.

02

Anotar todas as ideias geradas

Anote todas as ideias geradas, sem descartar nenhuma inicialmente, garantindo que todas respeitem o tema central do problema

03

Agrupamento de ideias

Agrupamento de ideias é o processo de organizar as ideias geradas em categorias ou temas comuns.

04

Votação

Votação é o processo de escolher, entre todas as ideias geradas, aquelas que a equipe considera mais relevantes ou promissora

Regras da Tempestade de Ideias

Sem julgamentos ou críticas

Gerar o máximo de ideias possível

Registrar todas as ideias

Construir sobre ideias dos outros

Evitar discussões longas durante a geração

Incentivar a criatividade e o pensamento livre

Qual é o objetivo principal da tempestade de ideias (Brainstorming)?

a) Avaliar criticamente cada ideia antes de registrá-la.
b) Gerar o máximo de ideias possíveis sem julgamentos.
c) Escolher imediatamente a solução final.
d) Substituir a etapa de prototipagem.

b) Gerar o máximo de ideias possíveis sem julgamentos.

No Design Thinking, a fase de Ideação (Brainstorming) tem como objetivo estimular a criatividade, permitindo que todas as ideias surjam, mesmo as mais inusitadas. A avaliação e seleção das ideias vêm após a geração, em etapas posteriores.

b) Incentivar a criatividade e registrar todas as ideias, mesmo as estranhas.

Durante o brainstorming, o foco é gerar muitas ideias sem julgamentos, estimulando a criatividade da equipe. A avaliação ou filtragem das ideias acontece apenas depois da sessão, para identificar as soluções mais viáveis.

Uma regra básica da tempestade de ideias é:

a) Priorizar ideias que já existem no mercado.
b) Evitar pensar em soluções inovadoras.
c) Não julgar ou criticar ideias durante a geração.
d) Limitar o número de ideias a três.

c) Não julgar ou criticar ideias durante a geração.

No brainstorming, uma regra fundamental é permitir que todas as ideias surjam livremente, sem críticas ou avaliações imediatas. Isso estimula a criatividade e possibilita soluções inovadoras que poderiam ser descartadas se fossem julgadas cedo demais.

A tempestade de ideias é mais eficaz quando:

a) Todos os membros da equipe colaboram e constroem ideias uns dos outros.
b) Apenas o líder decide quais ideias são válidas.
c) As ideias são filtradas antes mesmo de serem registradas.
d) Apenas soluções técnicas são consideradas.

a) Todos os membros da equipe colaboram e constroem ideias uns dos outros.

O brainstorming é mais eficaz quando há colaboração e troca entre todos os participantes, permitindo que uma ideia inspire outra e que soluções criativas e inovadoras surjam de forma coletiva.

Por que é importante não julgar as ideias durante o Brainstorming?

3. SCAMPER

Um acrônimo para 7 técnicas para estimular a criatividade e gerar novas ideias a partir do que já existe.

SCAMPER

- S (Substituir): O que pode ser substituído? 01
- C (Combinar): O que pode ser combinado? 02
- A (Adaptar): O que pode ser adaptado? 03
- M (Modificar/Magnificar/Minimizar): O que pode ser modificado? 04

SCAMPER

P (Propor outros usos): Que outros usos podem ser dados? 05

- E (Eliminar): O que pode ser eliminado? 06
-

- R (Reverter ou Rearranjar): O que pode ser invertido ou rearranjado? 07

Vamos praticar!

O que é a técnica SCAMPER?

a) Uma metodologia para definir problemas complexos.
b) Um método para gerar ideias criativas a partir de um produto ou processo existente.
c) Um software de prototipagem.
d) Um tipo de teste de usuário.

Professor: Carlos

b) Um método para gerar ideias criativas a partir de um produto ou processo existente.

A técnica SCAMPER é uma ferramenta de criatividade e inovação usada no Design Thinking. Ela ajuda a modificar ou melhorar produtos, serviços ou processos existentes por meio de perguntas estratégicas: Substituir, Combinar, Adaptar, Modificar, Propor outros usos, Eliminar e Reverter.

Professor: Carlos

Vamos praticar!

O “S” em SCAMPER significa:

a) Substituir – pensar em substituir partes, materiais ou processos.
b) Simplificar – reduzir custos.
c) Selecionar – escolher a melhor ideia.
d) Separar – dividir tarefas da equipe.

Professor: Carlos

a) Substituir – pensar em substituir partes, materiais ou processos.

No SCAMPER, o “S” de Substituir incentiva a equipe a identificar elementos que podem ser trocados para melhorar um produto, serviço ou processo, gerando novas soluções criativas.

Professor: Carlos

Vamos praticar!

O “C” em SCAMPER é usado para:

a) Combinar ideias ou elementos para criar algo novo.
b) Criar planilhas financeiras.
c) Cancelar ideias que não funcionam.
d) Controlar o tempo da equipe.

Professor: Carlos

a) Combinar ideias ou elementos para criar algo novo.

No SCAMPER, o “C” de Combinar estimula a equipe a unir diferentes ideias, funções ou elementos existentes para gerar soluções inovadoras ou produtos aprimorados.

Professor: Carlos

Vamos praticar!

Qual é o objetivo geral da técnica SCAMPER?

a) Criar soluções completamente novas sem considerar o que já existe.
b) Explorar diferentes maneiras de melhorar, modificar ou reinventar produtos, serviços ou processos existentes.
c) Desenvolver protótipos físicos imediatamente.
d) Substituir a fase de imersão no Design Thinking.

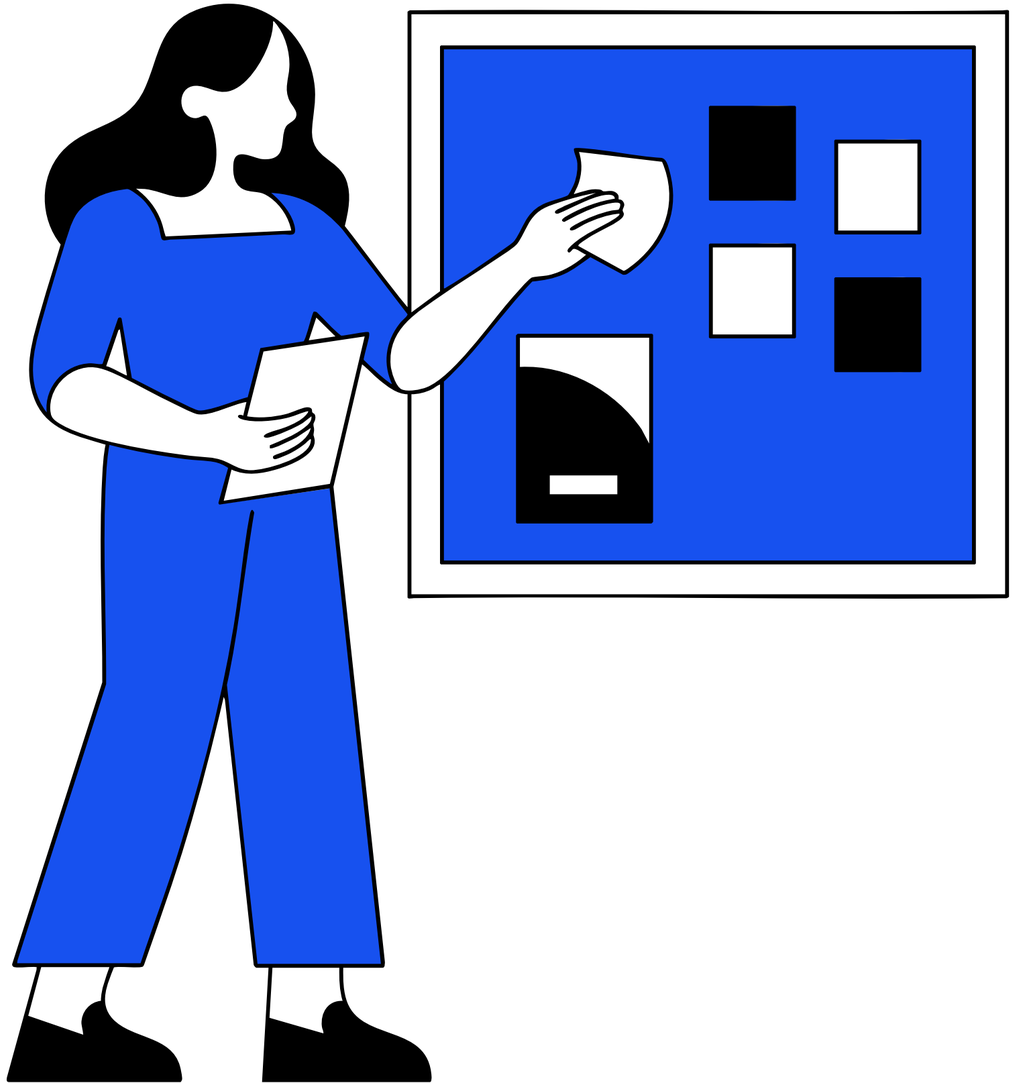
Professor: Carlos

b) Explorar diferentes maneiras de melhorar, modificar ou reinventar produtos, serviços ou processos existentes.

O objetivo do SCAMPER é estimular a criatividade e a inovação a partir de algo que já existe, usando perguntas estratégicas para gerar novas ideias e soluções.

Professor: Carlos

Dê um exemplo de como aplicar cada uma das letras do SCAMPER em um produto cotidiano, como uma garrafa de água.



Professor: Carlos

SELEÇÃO DE IDEIAS E PRIORIZAÇÃO

A seleção de ideias e priorização é a etapa do Design Thinking (normalmente dentro da fase de Ideação) em que o grupo escolhe, entre todas as ideias geradas, quais são as mais promissoras para seguir adiante.

Como é feita?

- Critérios de avaliação;
- Votação da equipe;
- Definição de prioridade;
- Matriz Impacto x Esforço;

IMPACTO X ESFORÇO

Como nem sempre é viável executar todas as ideias, é necessário avaliar qual trará mais impacto e qual exigirá menos esforço, para investir energia de forma estratégica.

IMPACTO E ESFORÇO

01

Impacto

O quanto essa ideia resolve o problema, gera valor para o usuário e alcança os objetivos.

02

Esforço

O quanto de recursos, tempo, dinheiro ou trabalho será necessário para colocá-la em prática.

ALTO IMPACTO + BAIXO ESFORÇO

Grande resultado com pouca demanda de recursos.

ALTO IMPACTO + ALTO ESFORÇO

Solução relevante, mas **complexa** ou **cara**.

Planejar para médio/longo prazo

BAIXO IMPACTO + BAIXO ESFORÇO

Simples, mas com pouco retorno.

Fazer só se houver tempo/recursos extras

BAIXO IMPACTO + ALTO ESFORÇO

Difícil e pouco efetiva.

Descartar ou repensar

NA PRÁTICA ESSA ETAPA SIGNIFICA:

- Revisar todas as ideias geradas
- Avaliar cada ideia usando os critérios de impacto e esforço.
- Escolher de 1 a 3 ideias prioritárias para levar para a etapa de prototipagem.

Explique com suas palavras como a matriz Impacto x Esforço ajuda na priorização de ideias.

Qual é o objetivo da matriz Impacto x Esforço?

a) Organizar ideias de acordo com sua relevância e facilidade de implementação.
b) Criar protótipos sem considerar viabilidade.
c) Substituir a fase de definição do problema.
d) Medir o desempenho financeiro de um projeto.

a) Organizar ideias de acordo com sua relevância e facilidade de implementação.

A matriz Impacto x Esforço é uma ferramenta do Design Thinking usada para priorizar ideias ou soluções, classificando-as em quadrantes que indicam alto ou baixo impacto e alto ou baixo esforço. Isso ajuda a equipe a focar nas ações mais eficazes e viáveis primeiro.

Na matriz Impacto x Esforço, uma ideia de “alto impacto e baixo esforço” é:

a) Baixa prioridade.
b) Ideal para ser priorizada e implementada rapidamente.
c) Difícil de executar.
d) Irrelevante para o usuário.

b) Ideal para ser priorizada e implementada rapidamente.

Na matriz Impacto x Esforço, ideias de alto impacto e baixo esforço são consideradas “vitórias rápidas” — soluções que trazem grande benefício para o usuário ou projeto e podem ser implementadas com facilidade.

Qual quadrante representa ideias de baixo impacto e alto esforço?

a) Prioridade máxima.
b) Prioridade intermediária.
c) Geralmente devem ser descartadas ou reconsideradas.
d) Ideias inovadoras garantidas.

c) Geralmente devem ser descartadas ou reconsideradas.

Na matriz Impacto x Esforço, ideias de baixo impacto e alto esforço exigem muito trabalho, mas trazem pouco benefício, por isso geralmente não são priorizadas e podem ser descartadas ou repensadas para melhorar sua viabilidade.

O que significa “impacto” na matriz Impacto x Esforço?

a) A quantidade de recursos necessários para implementar a ideia.
b) O efeito positivo que a ideia terá sobre o usuário ou o problema.
c) O tempo gasto em reuniões de equipe.
d) A complexidade do software usado.

b) O efeito positivo que a ideia terá sobre o usuário ou o problema.

Na matriz Impacto x Esforço, o impacto refere-se a quanto benefício ou valor a ideia trará, seja para o usuário, para o projeto ou para o negócio. Quanto maior o impacto, mais relevante é a ideia.

Por que é importante considerar o esforço ao priorizar ideias?

a) Para garantir que todas as ideias sejam descartadas.
b) Para equilibrar os recursos disponíveis e focar em soluções viáveis.
c) Para medir apenas o impacto financeiro.
d) Para substituir testes com usuários.

b) Para equilibrar os recursos disponíveis e focar em soluções viáveis.

Considerar o esforço na matriz Impacto x Esforço ajuda a equipe a avaliar o custo, tempo e recursos necessários para implementar cada ideia, garantindo que sejam priorizadas soluções realistas e executáveis.

ETAPA 4 – PROTOTIPAGEM NO DESIGN THINKING

Transformar uma ideia em algo tangível que possa ser testado e avaliado rapidamente, antes de investir tempo e recursos na versão final.

01 TIPOS DE PROTÓTIPOS

Baixa fidelidade

Simples, rápido, barato, feito com papel, desenhos ou materiais recicláveis.

Início do projeto, para validar conceitos e fluxos.

01

TIPOS DE PROTÓTIPOS

Média fidelidade

Mais detalhes, formato próximo do real, mas ainda sem funcionalidade completa.

Quando já há definição mais clara da solução

01

TIPOS DE PROTÓTIPOS

Alta fidelidade

Muito próximo do produto final, com aparência e funcionamento realistas.

Etapa final antes do lançamento/teste real.

ATIVIDADE

PRÁTICA EM SALA

Cada grupo escolherá uma ideia priorizando impacto e esforço e vai desenvolver um protótipo de baixa fidelidade, defina o objetivo do protótipo e prepare uma breve explicação de como o protótipo funciona e, por fim, apresentar para a turma e receber feedback.

ETAPA 5 – TESTE NO DESIGN THINKING

Validar se o protótipo realmente atende às necessidades do usuário, identificar pontos de melhoria e coletar insights para ajustes antes de uma versão final.

MÉTODOS DE VALIDAÇÃO

Teste de usabilidade: colocar o usuário para interagir com o protótipo e observar sua experiência.

MÉTODOS DE VALIDAÇÃO

Entrevista pós-teste: perguntar o que funcionou bem, o que poderia melhorar e o que não fez sentido.

MÉTODOS DE VALIDAÇÃO

Teste A/B (comparativo): apresentar duas versões da solução e verificar qual gera melhor resultado.

MÉTODOS DE VALIDAÇÃO

Observação direta: anotar reações, expressões e comportamentos durante o uso.

COLETA DE FEEDBACK

O QUE POSSO FAZER?

- **Perguntas abertas**: “O que você mais gostou?”, “O que mudaria?”, “Como se sentiu usando?”.

- **Notas ou pontuação:** pedir que o usuário avalie de 1 a 5 determinados critérios (facilidade, utilidade, atratividade).

- **Registro visual:** tirar fotos ou gravar vídeos para analisar posteriormente.

PASSO 1 – TROCA DE PROTÓTIPOS

01 Cada grupo vai entregar o seu protótipo para outro grupo, que será o “usuário” nesta atividade.

02 O grupo que está testando vai interagir com o protótipo como se ele fosse real.

03 Depois do teste, o grupo que experimentou o protótipo vai dar um feedback verbal: o que funcionou bem, o que não funcionou, o que poderia melhorar.

ITERAÇÃO E MELHORIAS

1. REVISAR O FEEDBACK

- Reúnam todos os comentários recebidos no teste anterior.

- **Destaquem:**
  - O que foi positivo (pontos fortes).
  - O que precisa melhorar?

2. SELECIONAR MELHORIAS PRIORITÁRIAS

Usem perguntas-guia:

- O que, se não for corrigido, pode comprometer a solução?
- O que podemos melhorar rápido usando os materiais que temos agora?

3. AJUSTAR O PROTÓTIPO

Trabalhem em equipe para:

- Corrigir falhas detectadas.
- Tornar a experiência mais clara e funcional.
- Adicionar detalhes que facilitem o entendimento.