**Design Thinking.**

Vários problemas na construção de soluções de projetos relacionam-se a falta de envolvimento do usuário no processo de desenvolvimento. Assim sendo, torna-se necessário um metodologia para elaboração de projetos que busquem inovação, neste sentido o trabalho propõem utiliza-se do Design Thinking (DT) como forma de mitigar tais problemas.

O objetivo inicial foi investigar e compreender o DT como método que possa auxiliar na construção de um Software. Neste contexto adotou-se o uso da metodologia do Design Thinking para a construção de Software que possa auxiliar as pessoas na procura de imóveis na cidade de Lençóis Paulista, pra isto realizou-se uma pesquisa para compreensão e extrai-se informações de sua aplicação no processo de desenvolvimento.

Para AMBROSE (2010), as etapas do pensamento que compõem o Design Thinking é o processo que transforma um conversa ou uma solicitação em um produto acabado ou em uma solução de design. Pode-se dizer que o processo de design compreende sete etapas: definir, pesquisar, gerar ideias, testar protótipos, selecionar, implementar e aprender. Cada etapa exige o design thinking, um modo de pensar voltado para o projeto e seu usuário.

O Design Thinking pode ser definido como uma metodologia utilizada por designers ao abordar problemas e pode ser aplicado em todas as áreas do conhecimento a fim de alcançar a inovação.

Segundo LIEDTKA (2019), o design inicia-se com empatia, estabelecendo uma profunda compreensão em relação àqueles para quem desenvolvemos o projeto. Que é necessário sabermos que devemos ser centrados no cliente, isto significa que é necessário conhecer os clientes, e reconhece-los como pessoas de verdade com problemas de verdade.

Para MÜLLER-ROTERBERG (2021) o Design Thinking é uma abordagem que busca a inovação centrada no ser humano utilizando ideias criativas e modelos de negócios eficazes. Basicamente tem-se a ideia de aplicação do desenvolvimento e inovação aplicada em etapas definidas, assim como o que um pesquisador faz.

AMBROSE (2010), ressalta que o primeiro passo é definir o público-alvo, uma compreensão detalhada do problema e de suas restrições permite o desenvolvimento de soluções mais precisas. Essa etapa determina o que é necessário para o projeto ser bem-sucedido. A etapa de pesquisa analisa informações como o histórico do problema de design, pesquisas de usuário final e entrevistas de opinião orientadas, e identifica os possíveis obstáculos.

Assim procurou-se promover um mapeamento sistemático do problema que vamos abordar na construção desse projeto.

A coleta de ideias é a etapa em que as necessidades do consumidor final são identificadas e as ideias podem ser apresentadas por meio de brainstorming.

Posteriormente temos o teste de protótipos que tratam da resolução ou do desenvolvimento dessas ideias, que são apresentadas para análise de grupo.

A seleção trata das soluções propostas e analisadas em relação ao objetivo do projeto.

A implementação trata do desenvolvimento do design e de sua entrega final ao cliente.

O Design Thinking tornou-se consideravelmente popular em vários campos, e é considerado uma forma nova de lidar com problemas em várias áreas como Tecnologia da Informação (TI). As práticas de Design Thinking auxiliam as pessoas a resolverem problemas, incentivando a inovação e apoiando o processo criativo.

Por sua vez, a inovação resulta da elaboração de uma solução criativa que é uma busca do empreendedor atual e da sociedade em geral. No contexto da TI, é importante, pois como a indústria moderna de software tornou-se altamente competitiva, há vários produtos que tem a mesmas aplicações, e que competem entre si para atender aos usuários. Portanto deve haver um diferencia para manter-se no mercado, o software precisa distinguir-se dos outros produtos similares e satisfazer seus clientes, proporcionando novidade e utilidade.

**Referências.**

LIEDTKA, Jeanne; OGILVIE, Tim. **A Magia do Design Thinking**. Editora Alta Books, 2019. E-book. ISBN 9788550814162. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788550814162/. Acesso em: 09 mar. 2024.

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. Design thinking. (Design básico). Grupo A, 2010. E-book. ISBN 9788577808267. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577808267/. Acesso em: 09 mar. 2024.

MÜLLER-ROTERBERG, Christian. Design Thinking para Leigos. Editora Alta Books, 2021. E-book. ISBN 9786555204445. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555204445/. Acesso em: 09 mar. 2024.