



INNOVATION  
THROUGH  
PEOPLE

Bom dia

# Design Thinking

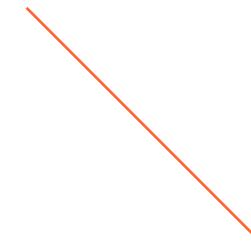
Para Inovação nos  
Negócios

# Somos um lab de inovação



**Nosso propósito é  
desenvolver a nova  
geração de inovadores e  
de inovação pelo mundo**

# Quem sou



**Natália Franzon**

*design thinker*

Nós acreditamos  
no poder do  
**design**

# design

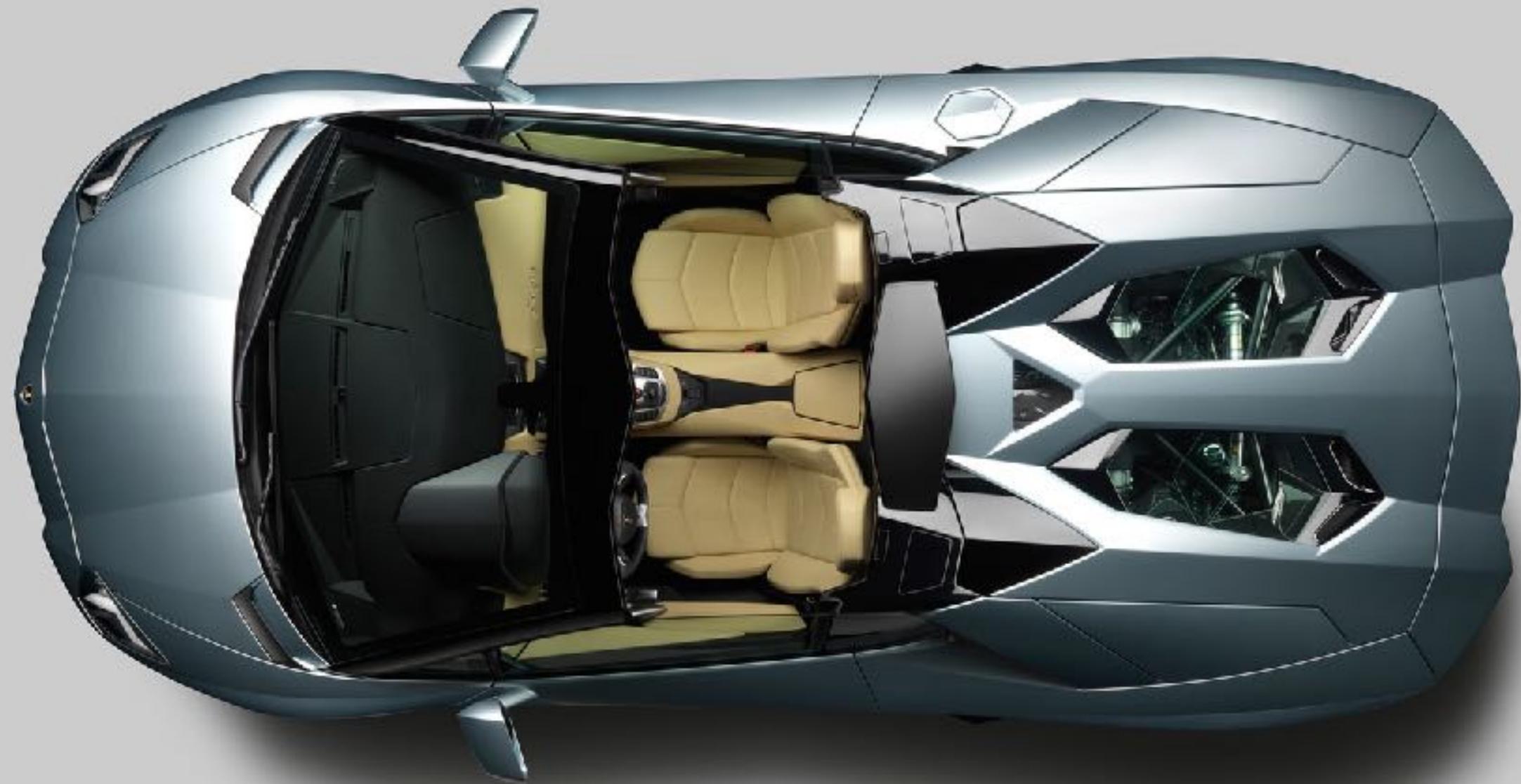
*o poder de  
transformar  
realidades e construir  
futuros desejáveis*

# Somos designers das coisas invisíveis



- serviços
- processos
- modelos de negócio
- experiências de aprendizado
- transformação
- cultura
- mudança

# O que é design?



ECH  
2S



ECH  
S





**“É obsoleto ver o design como uma arma para que o marketing possa vender mais, tornando os produtos mais sexy.”**

Philippe Starck

# DESIGN

(verbo)

**to design**

(projetar)

**para**

(alguém)

Precisamos colocar as  
**pessoas** no centro de nossas  
decisões para criar soluções  
que impactem suas vidas.

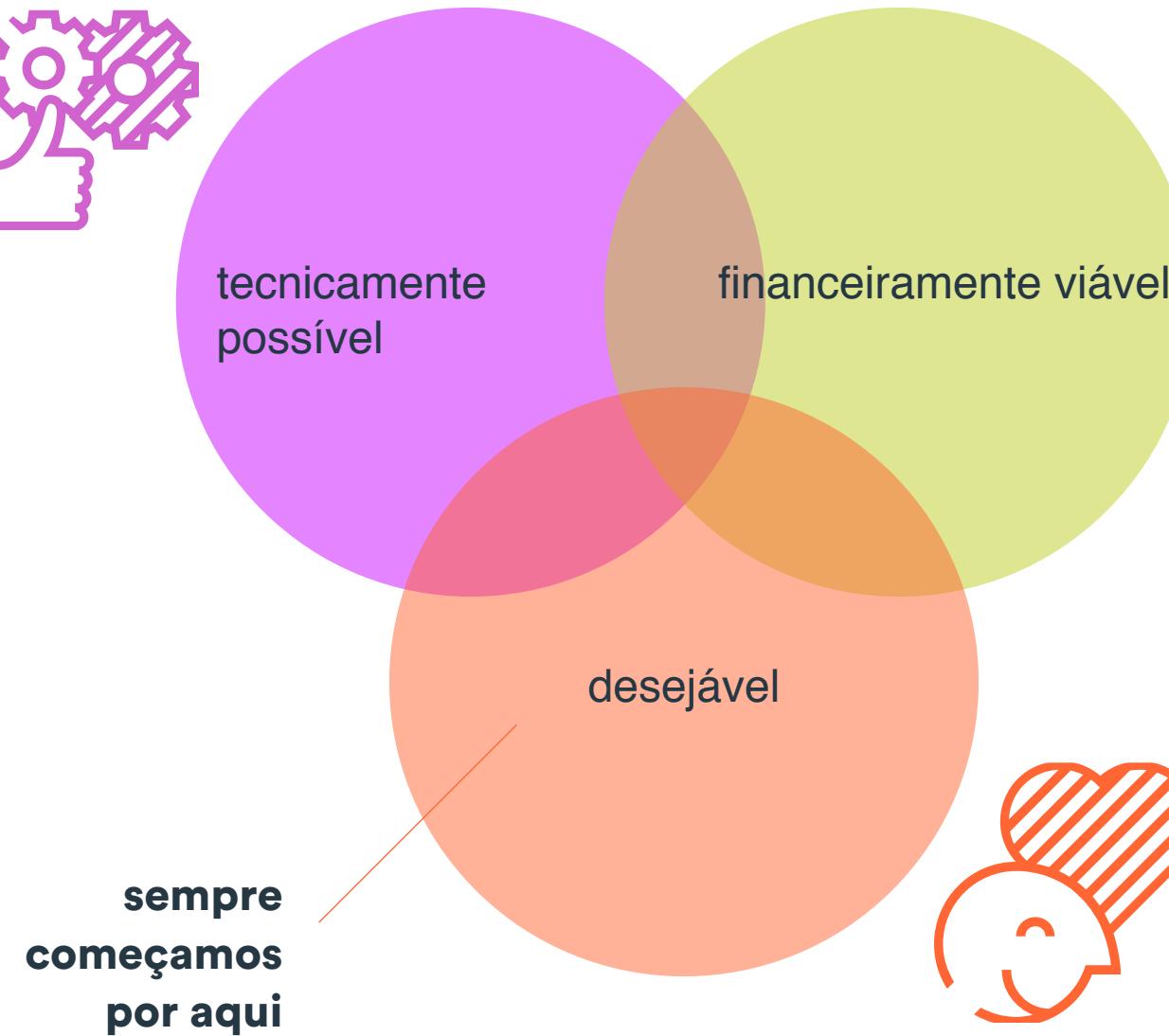
Design  
orientado à  
marca

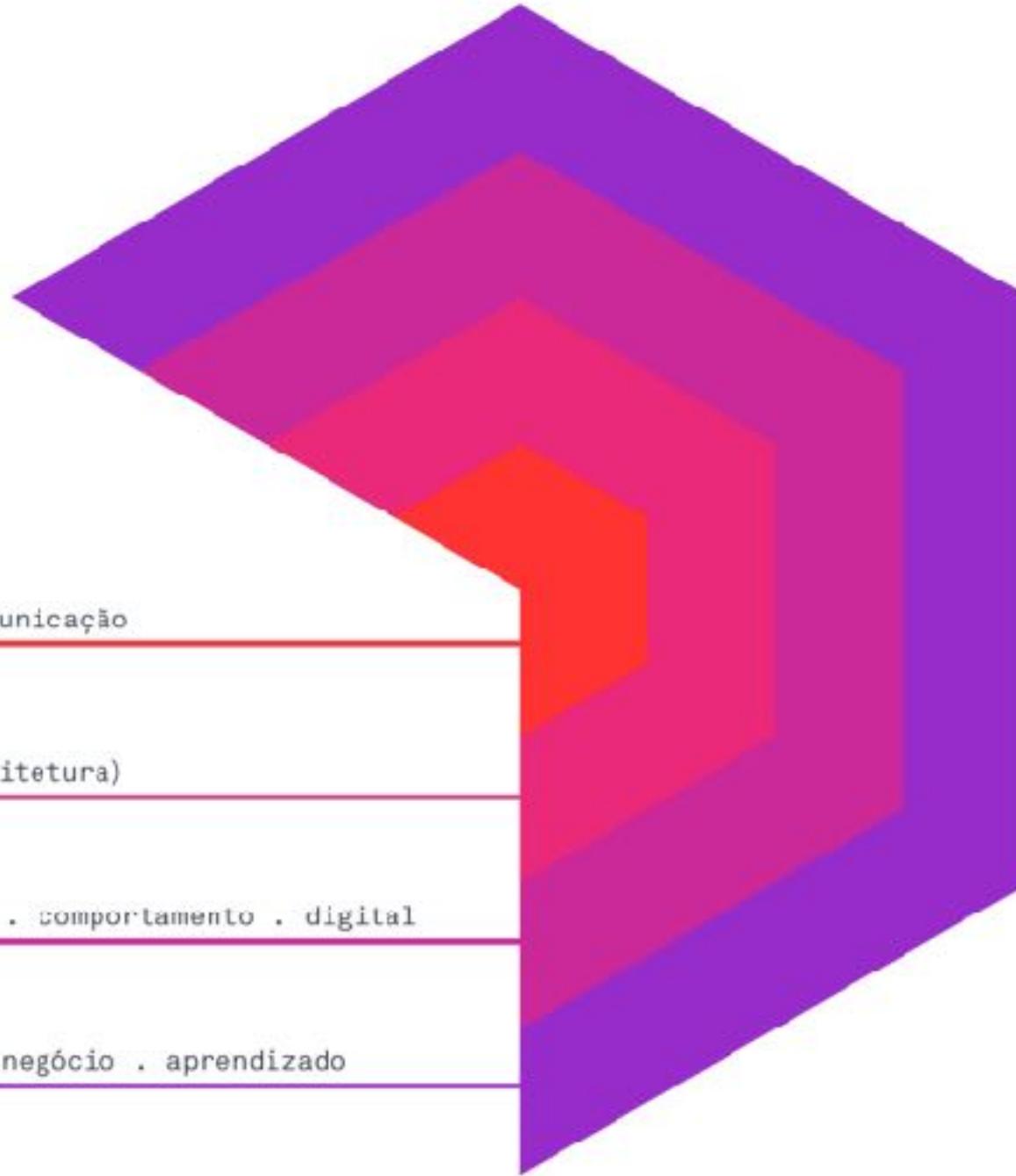


Design  
orientado à  
marca



Design  
orientado às  
pessoas





Design thinking  
**integra disciplinas**  
que difficilmente  
**conversam**

# I shaped people

PSICOLOGIA

ADMINISTRAÇÃO

FILOSOFIA

ENGENHARIA

ADVOCACIA

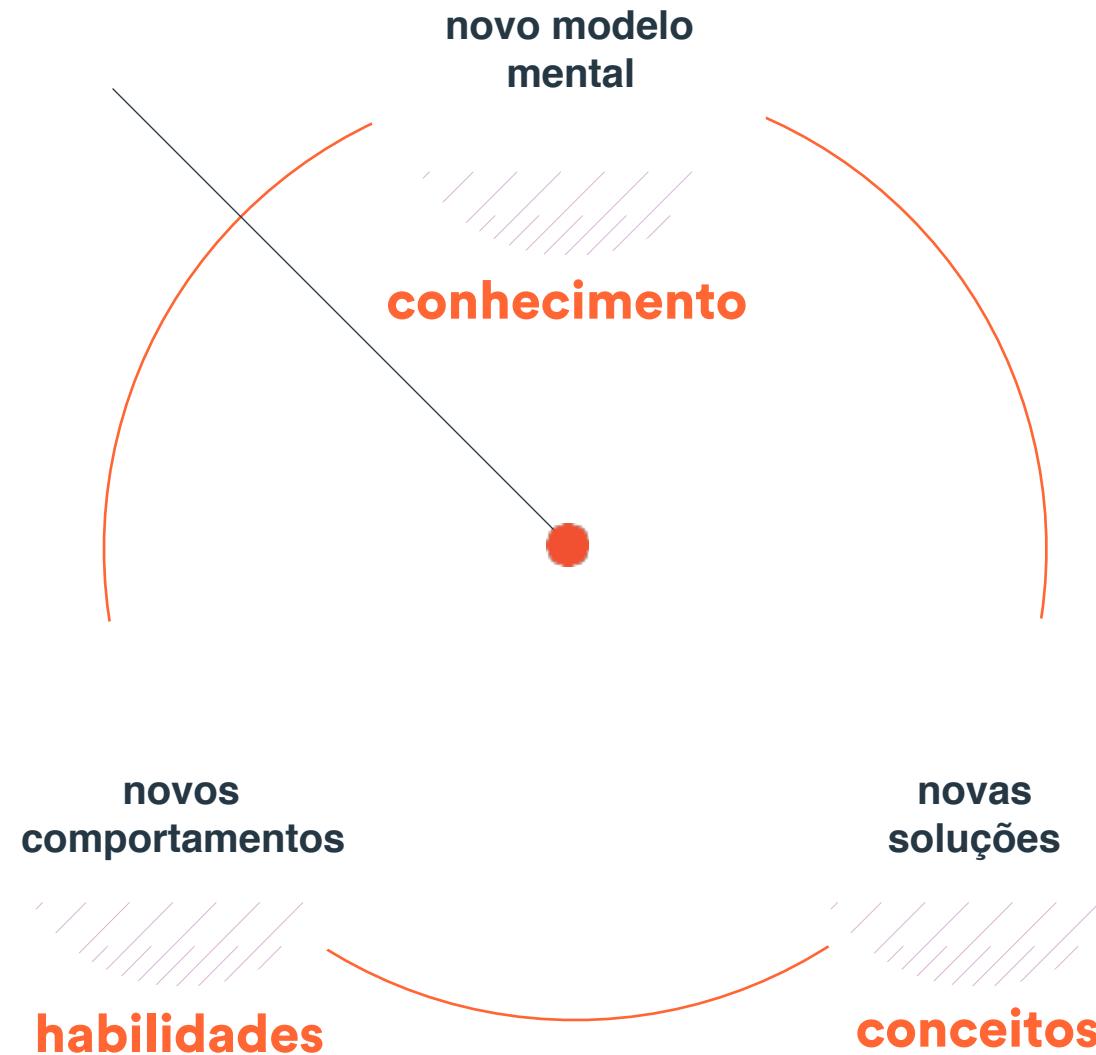
# T shaped people



# Valores



# Como a inovação acontece



# Empatia

Menu de Conversas

# Design Thinking

Inovação com foco no ser humano



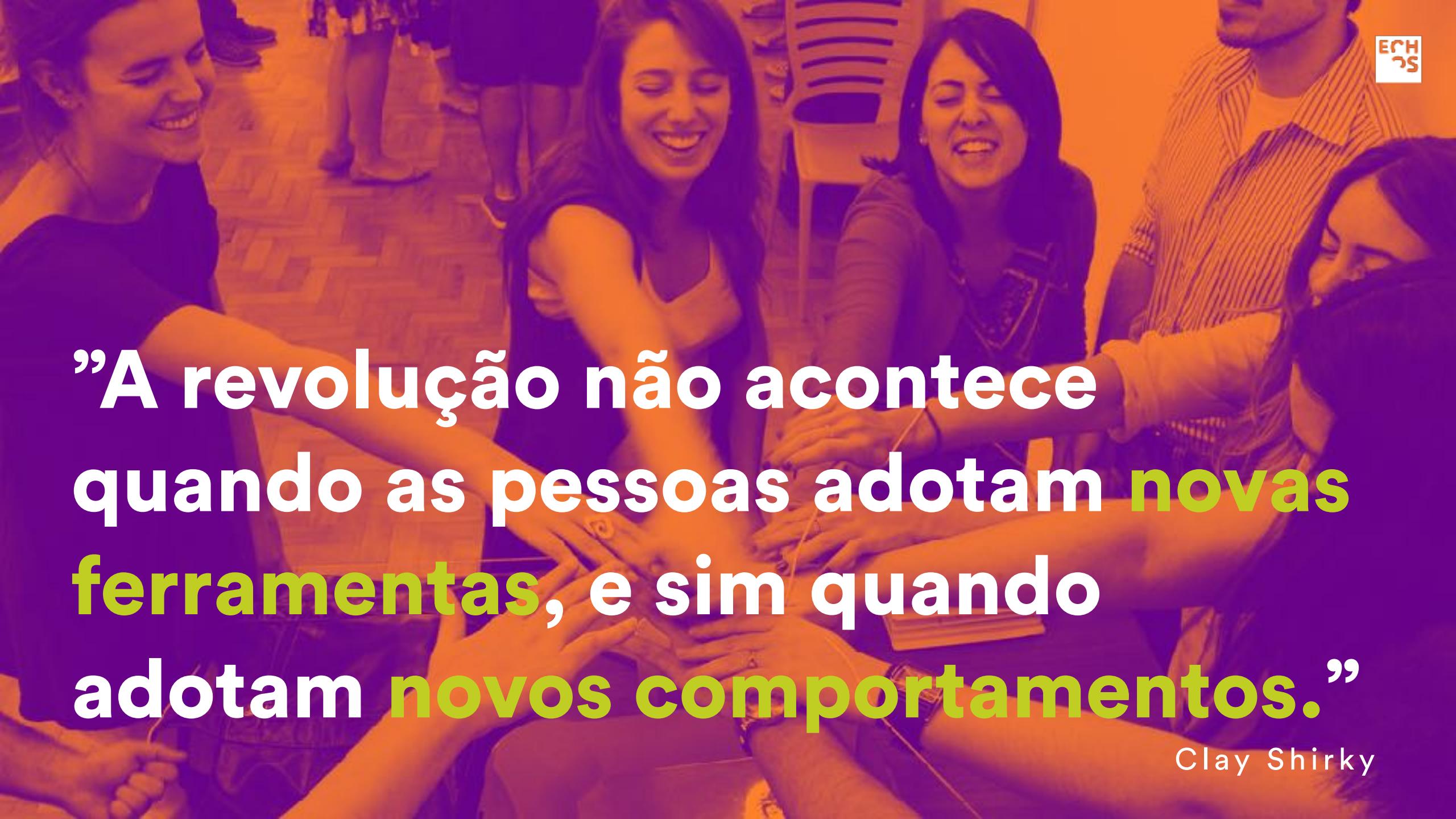
**Design thinking é  
uma abordagem  
prática para solução  
de problemas  
através de um olhar  
mais humano.**



# Por que é difícil **inovar** nos negócios?

# É difícil de imaginar





**”A revolução não acontece quando as pessoas adotam novas ferramentas, e sim quando adotam novos comportamentos.”**

Clay Shirky



**Não matou a indústria da música.**

Obrigar as pessoas a comprarem álbuns  
completos o fez.

# NETFLIX

Reed Hastings

## Não matou a blockbuster.

Cobranças de multas e falta de  
comodidade o fizeram

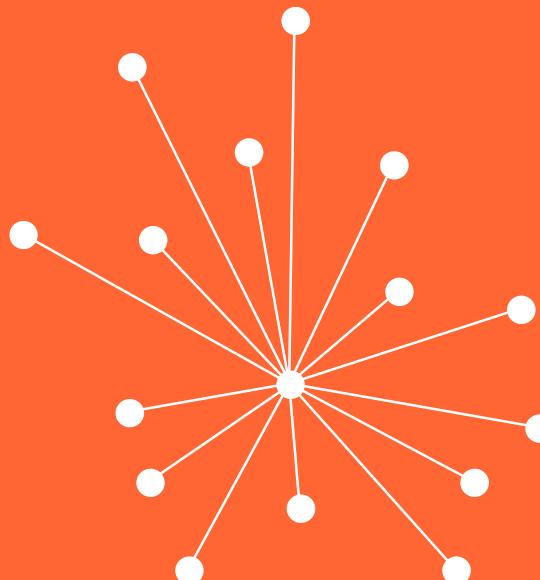


**Não está matando a indústria hoteleira.**

Está mudando a forma como as pessoas  
se relacionam com hospedagem.

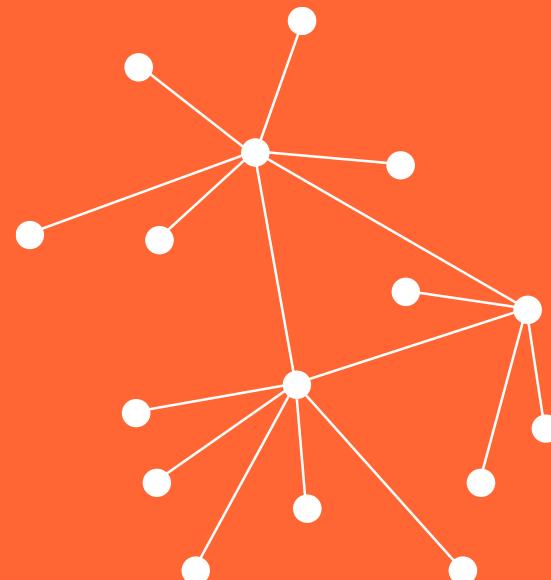
# Formas de comunicação

+ DITATORIAL

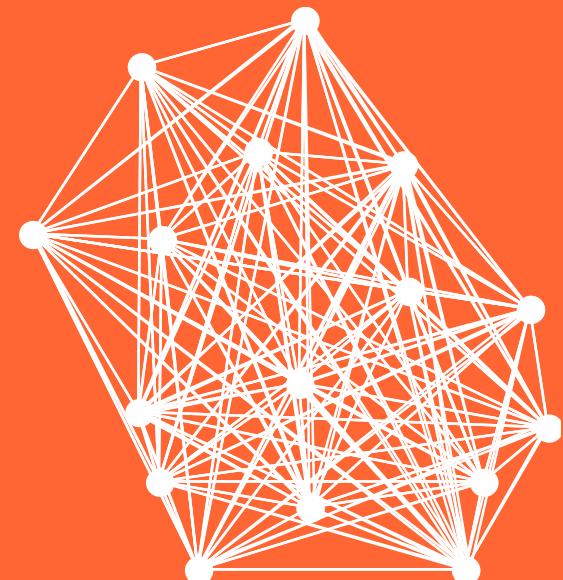


CENTRALIZADA

+ ORGÂNICO

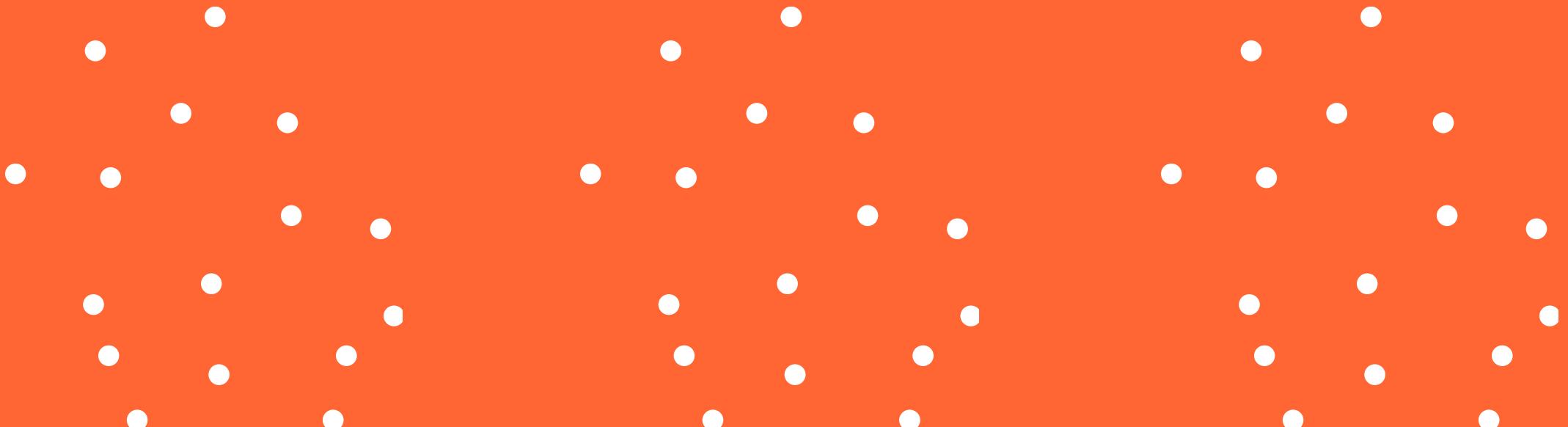


DESCENTRALIZADA

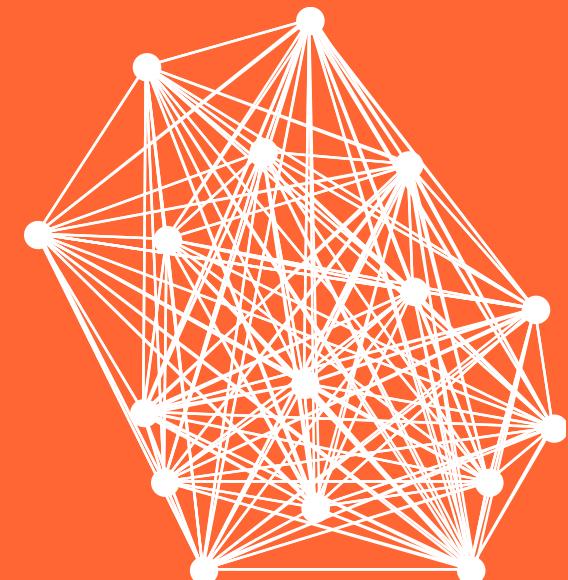
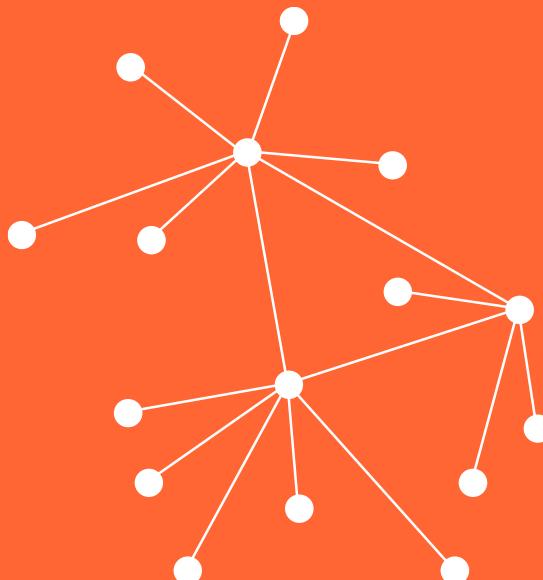
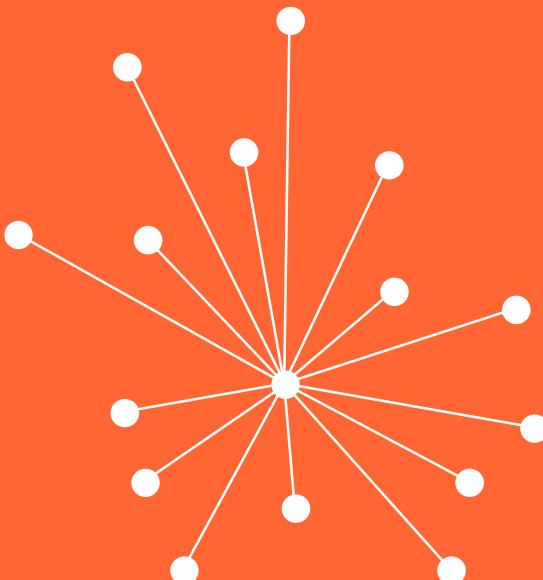


DISTRIBUÍDA

# Formas de comunicação



# Formas de comunicação





**“Nós sempre vivemos num mundo conectado, mas nós simplesmente não éramos tão conscientes dessa realidade... isso mudou drasticamente.”**

Albert-László Barabási

# DIFICULDADE



*As empresas foram  
desenhadas para alcançar  
a excelência na reprodução  
das mesmas coisas.*

# DIFICULDADE

*Velhos mapas para  
novos mundos.*

# O que é Inovação para a Echos?

Valor  
percebido pelas  
**pessoas**



**Todo problema ou  
desafio tem um  
fator humano  
e é a partir dele que  
projetamos novas realidades**

A inovação não  
acontece se não  
mudarmos nossa  
maneira de aprender!

# Aprendizagem baseada em projeto

Nossa abordagem

# Learn by DOING

Nossa abordagem

**Learn by DOING**

**Learn by SHARING**

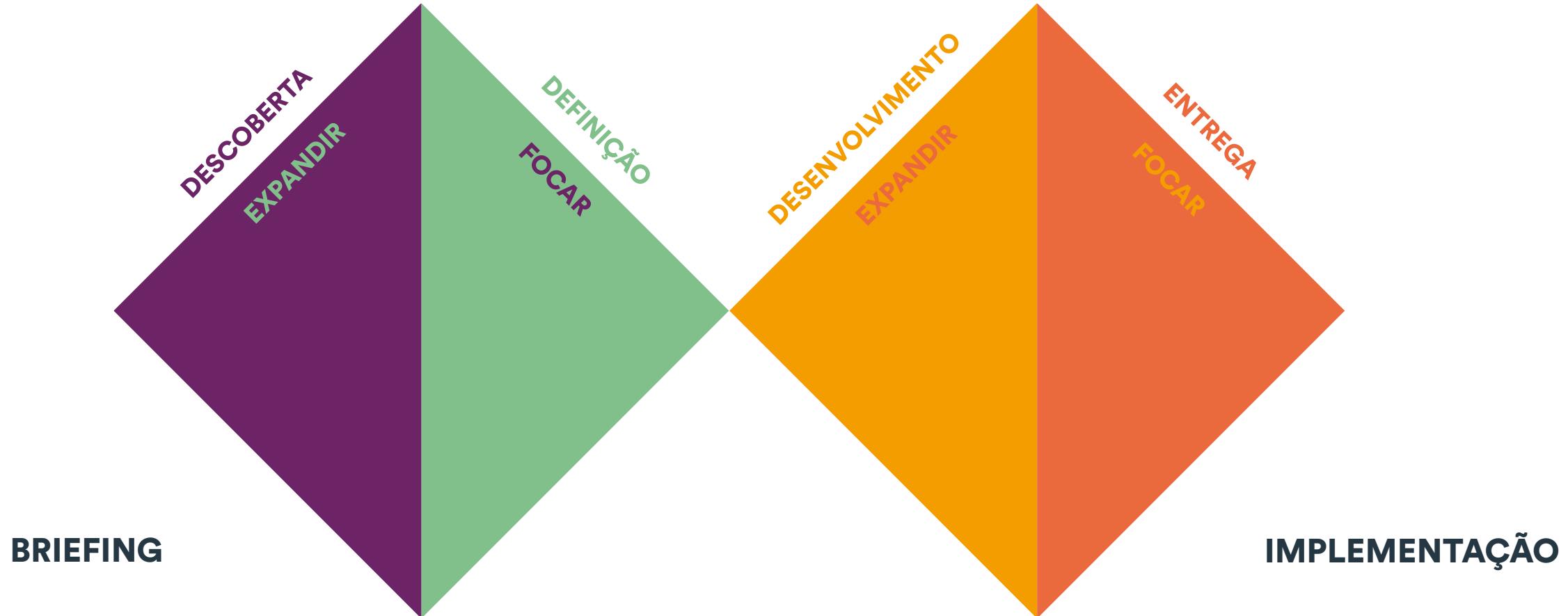


A inovação se dá.  
através da interação  
entre as pessoas



# O Processo de Design

Design Council Uk – Double Diamond  
Fonte: [www.designcouncil.org.uk/designprocess](http://www.designcouncil.org.uk/designprocess)



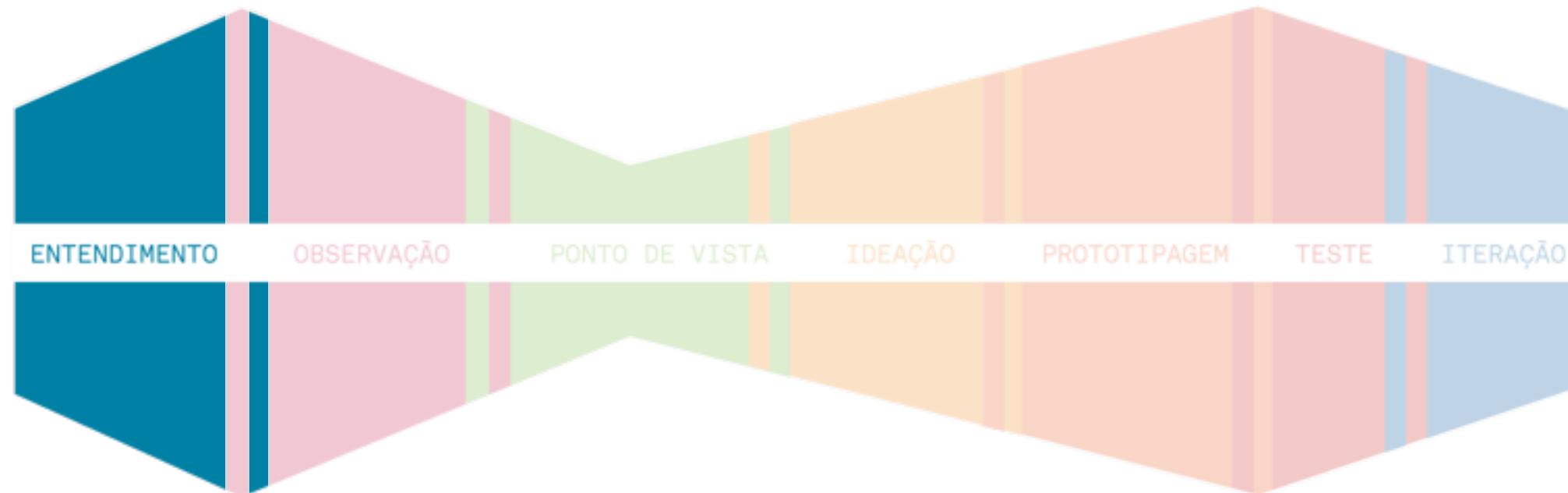
# Abordagem

Design Thinking



# Abordagem

Design Thinking



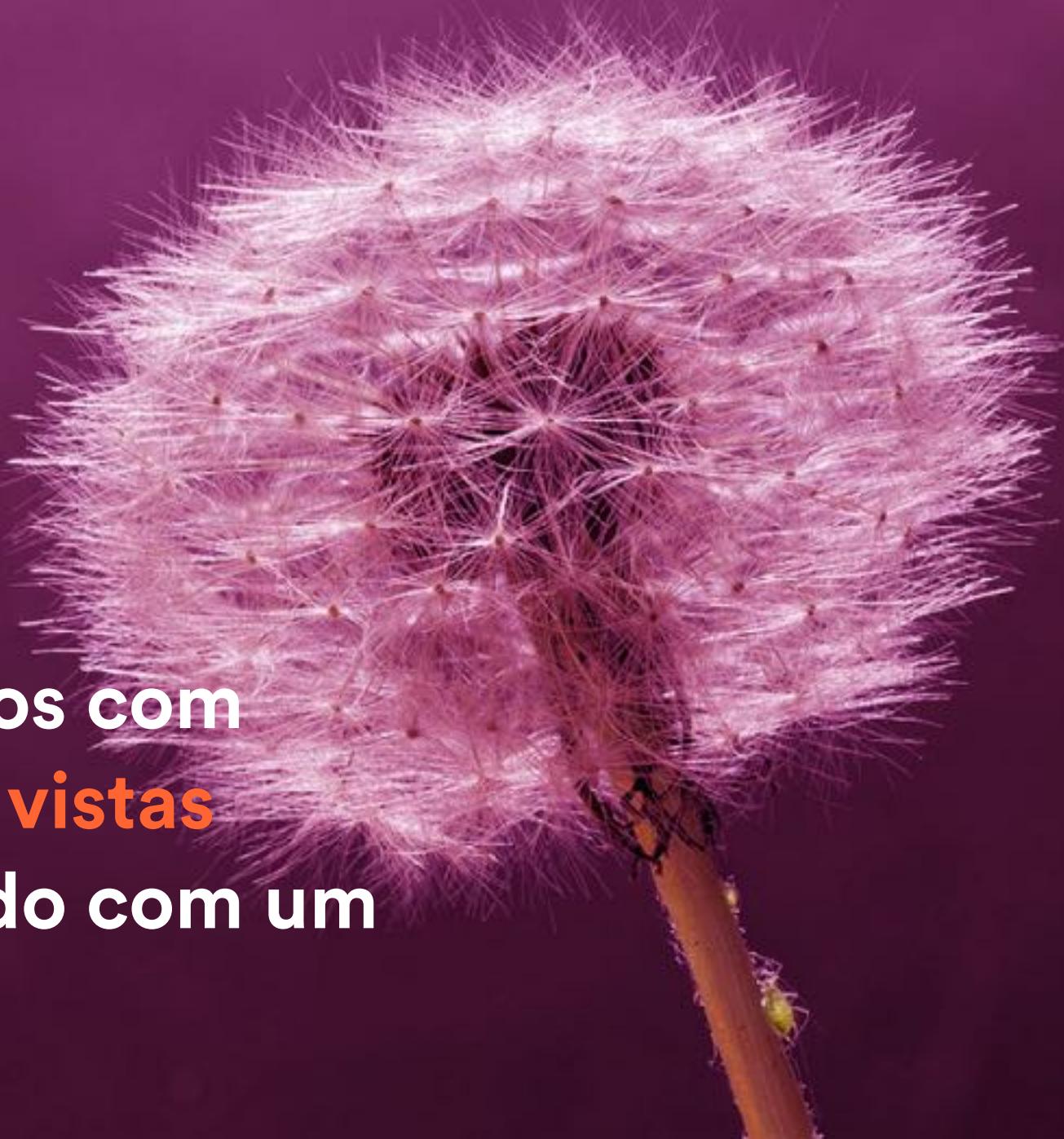
# ENTENDIMENTO do problema



Qual é o **REAL**  
**PROBLEMA?**



# (DES)ENTENDIMENTO



**Quando trabalhamos com  
diversos pontos de vistas  
estamos trabalhando com um  
sistema complexo**

# Case

# COMO TRANSFORMAR A GARAGEM DE PRÉDIOS EM UMA EXPERIÊNCIA?



# O que define uma experiência?

5 sentidos

Situação

Contexto



# Significado e significante

Ambiente de experimentação

Onde o proibido pode acontecer de forma segura

Ambiente masculino e austero

**para as pessoas | para a cidade | para o prédio**

# Como as pessoas se sentem ao entrar em uma garagem

Relação humana

Especialmente a masculina, com carro





Otimização  
criativa de  
espaço



Armazenamento



Bikes

# Diferentes tipos de garagem

Tecnologia

Mecânica

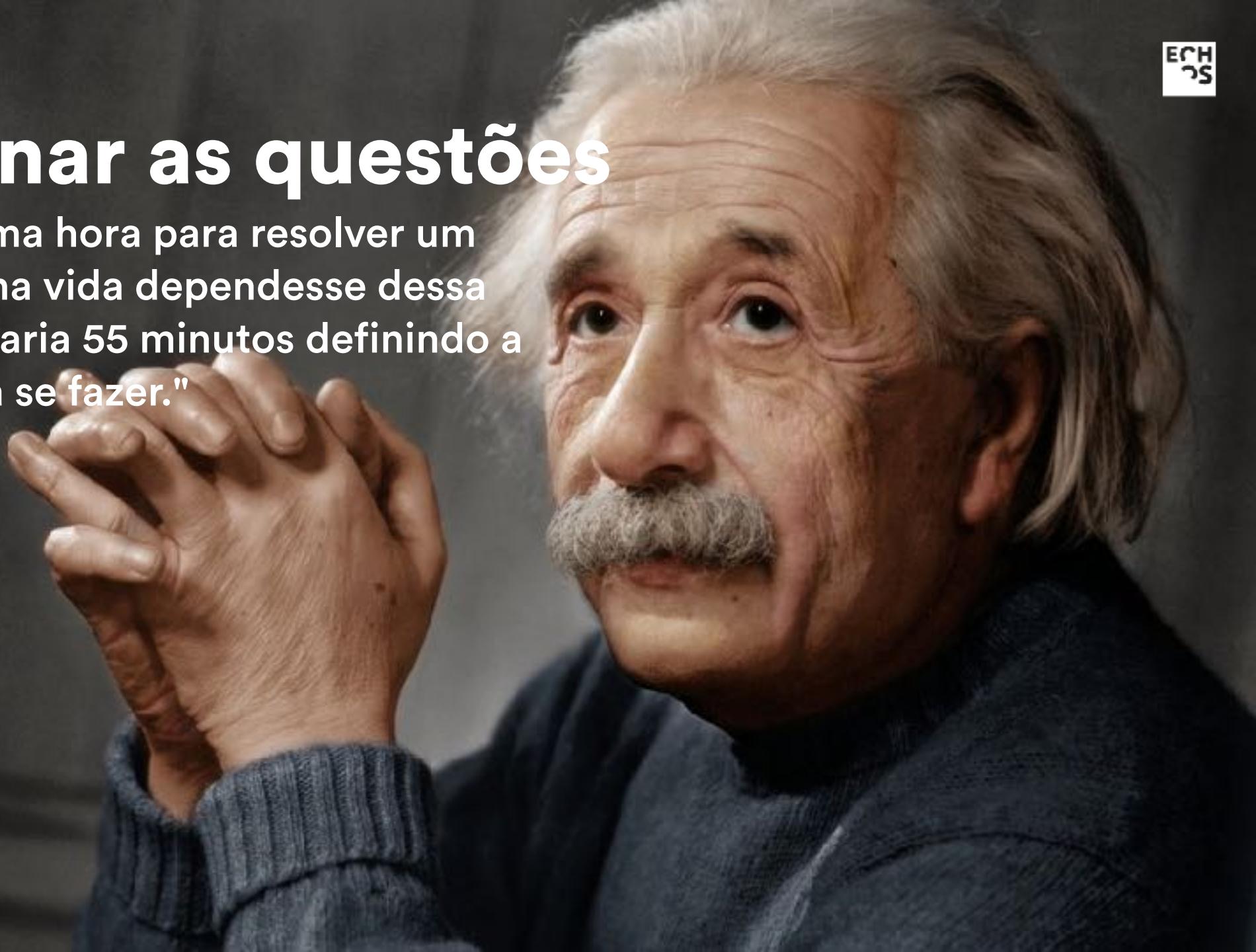
Fluxos

**"Nunca imaginei que  
este assunto poderia ir  
até tal ponto."**

# Questionar as questões

"Se eu tivesse uma hora para resolver um problema e minha vida dependesse dessa solução, eu passaria 55 minutos definindo a pergunta certa a se fazer."

*Albert Einstein*



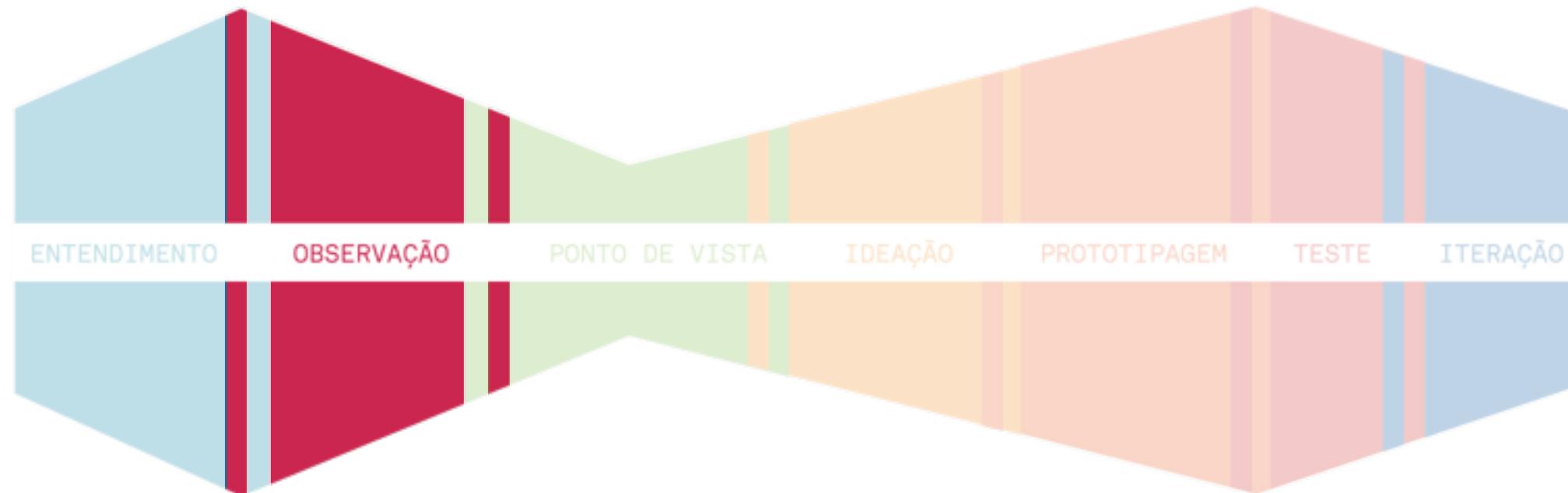
# Abordagem

Design Thinking



# Abordagem

Design Thinking



**“People have one thing in common:  
they are all different.”**

Robert Zend

# Fator H

**Cliente** apelo de transação financeira

**Usuário** performance

**Pessoa** estilo de vida

**Humano** valor simbólico + apreço



Pensa

Sente

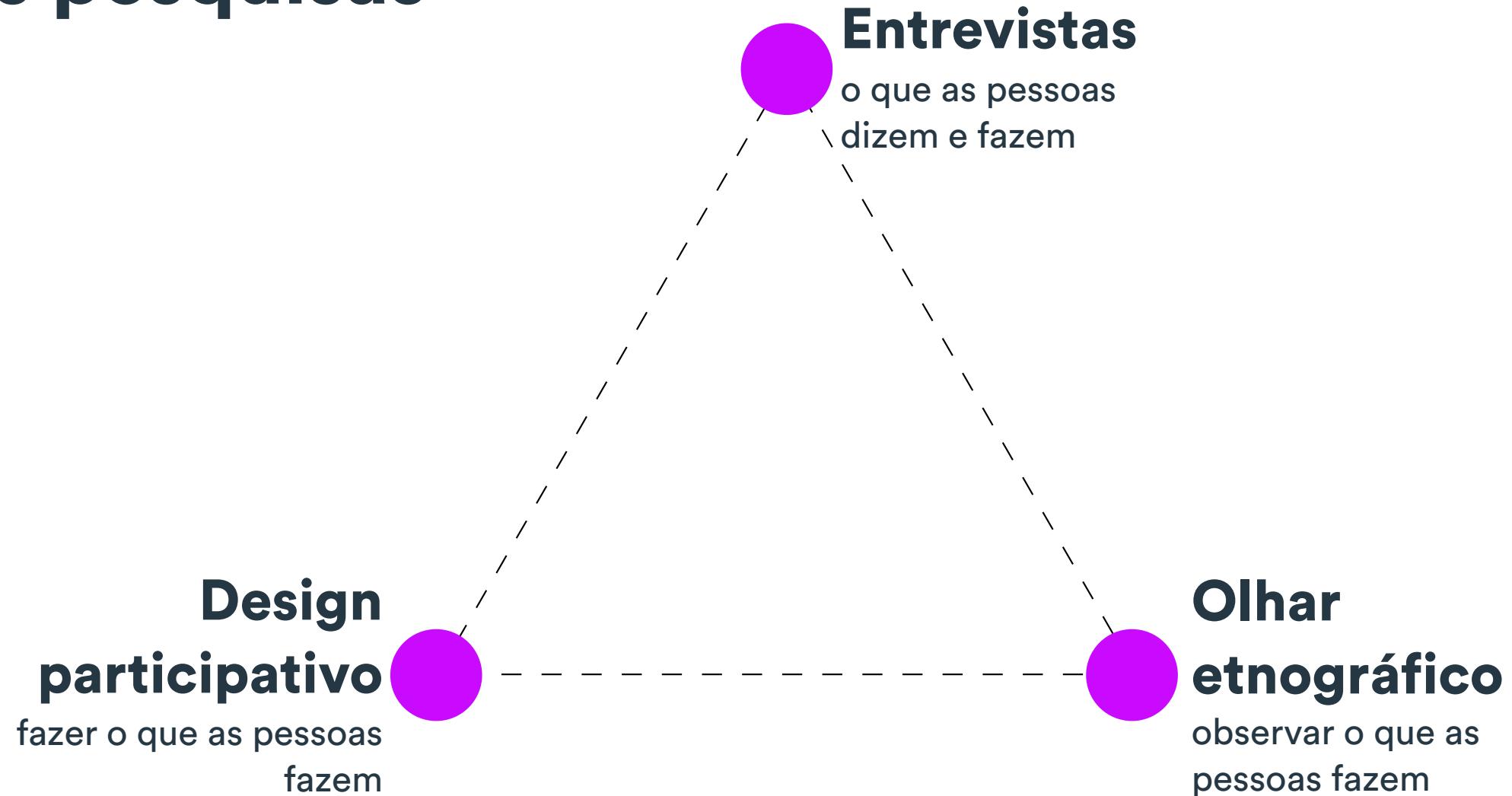
Fala

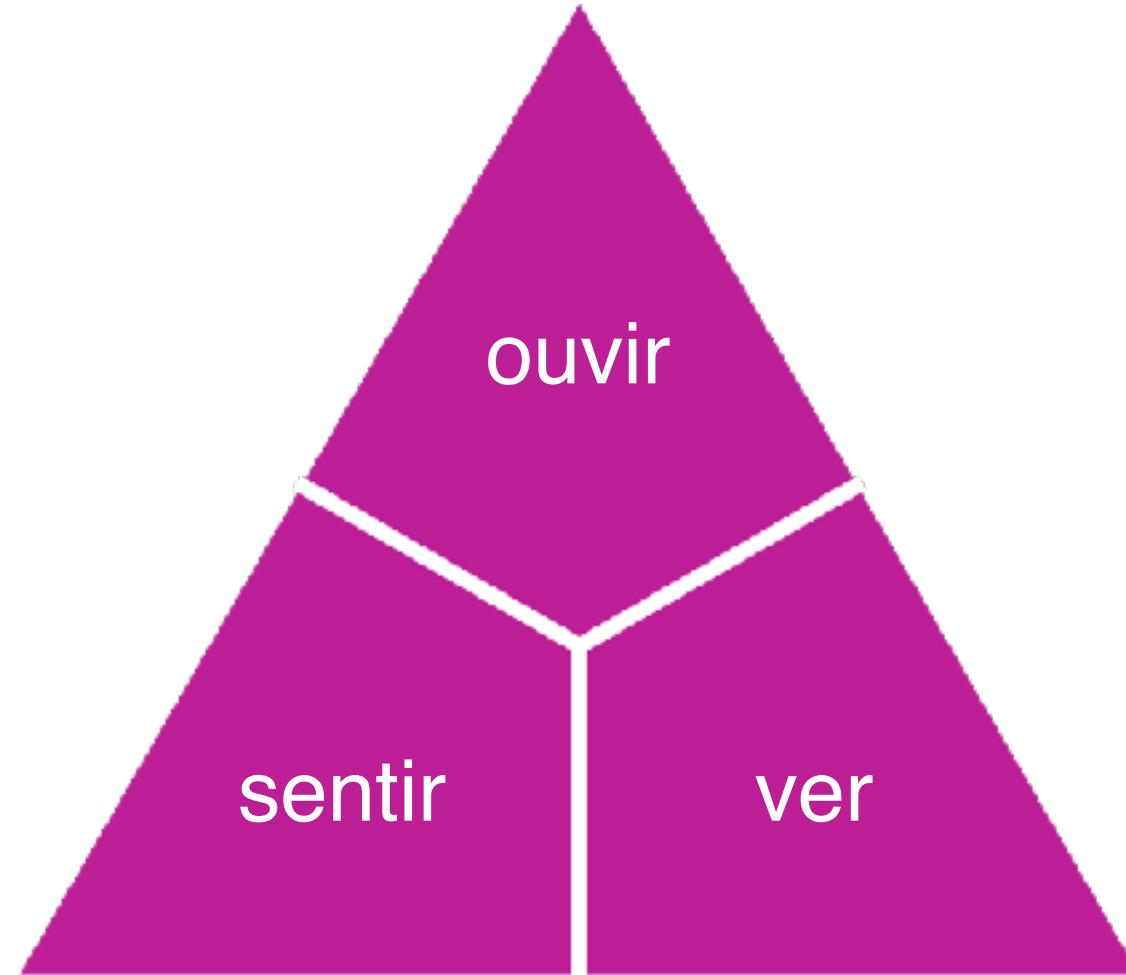
Faz

# Pesquisa Empática



# Triangulação das pesquisas





# Olhar etnográfico

Observando e descobrindo o que as pessoas  
realmente fazem

Uma percepção de diversas  
perspectivas

FÍSICO

PSICOLÓGICO

SOCIAL

CULTURAL



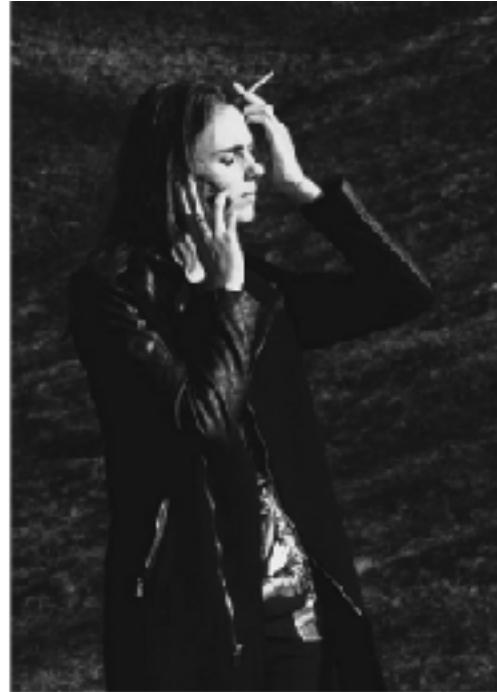
# Olhar etnográfico

Várias lentes sobre o mesmo contexto

FÍSICO



PSICOLÓGICO



SOCIAL



CULTURAL

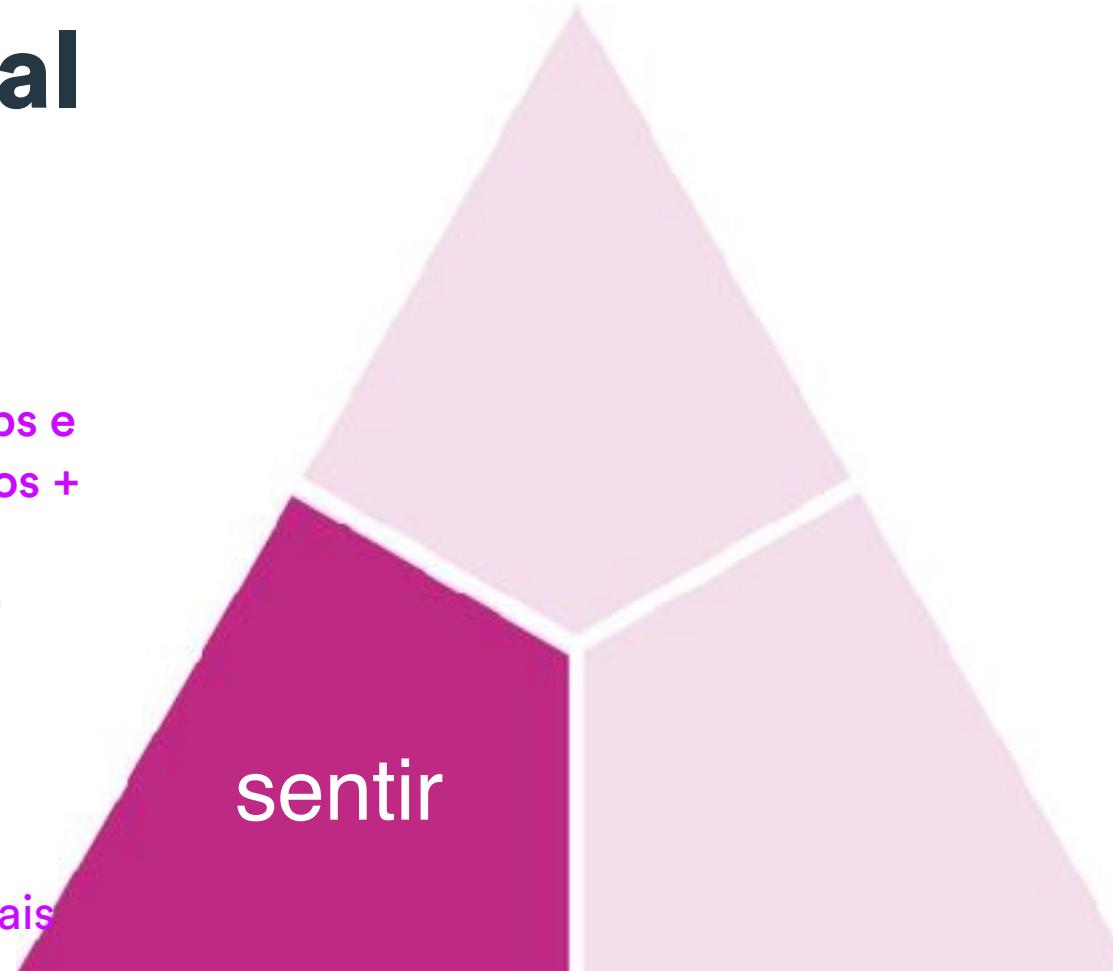


# Mergulho experimental

(participatory design)

Conhecer como as coisas  
funcionam pelo seu olhar  
pesquisador. Encontrar gaps e  
oportunidades antes ocultos +  
envolver os usuários nos  
processos de construção ;)

- Avaliar as propostas existentes no mercado
- Informações sensoriais, sinestésicas e sentimentais



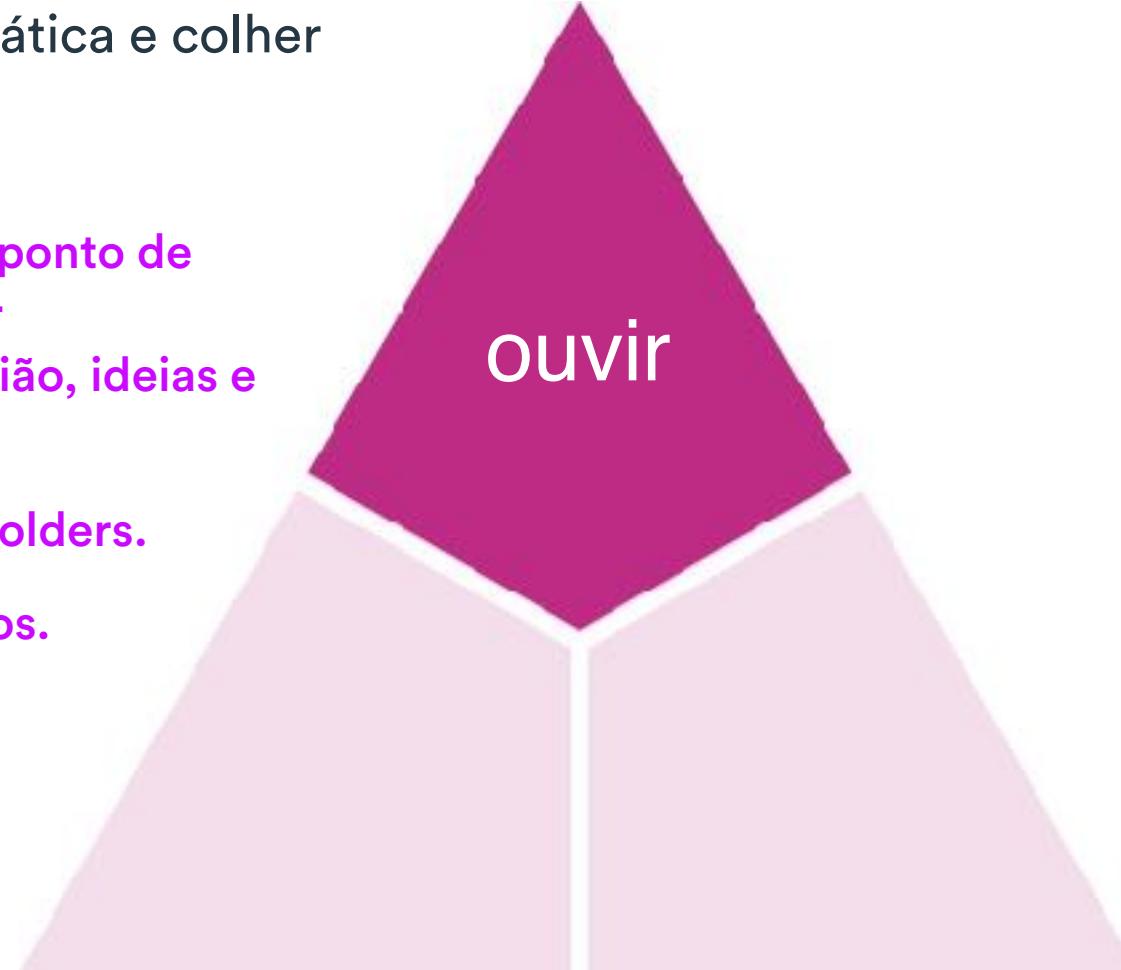


1979-1982

# Entrevistas

Para gerar conexão empática e colher histórias de vida

- Compreender um novo ponto de vista do contexto. Ouvir verdadeiramente a opinião, ideias e sugestões.
- Mapear diversos stakeholders.
- Buscar usuários extremos.





ECH  
OS

# Abordagem

*Design Thinking*



**Foco em criar para  
uma pessoa**



# CASES

## EMBRACE INFANT WARMER

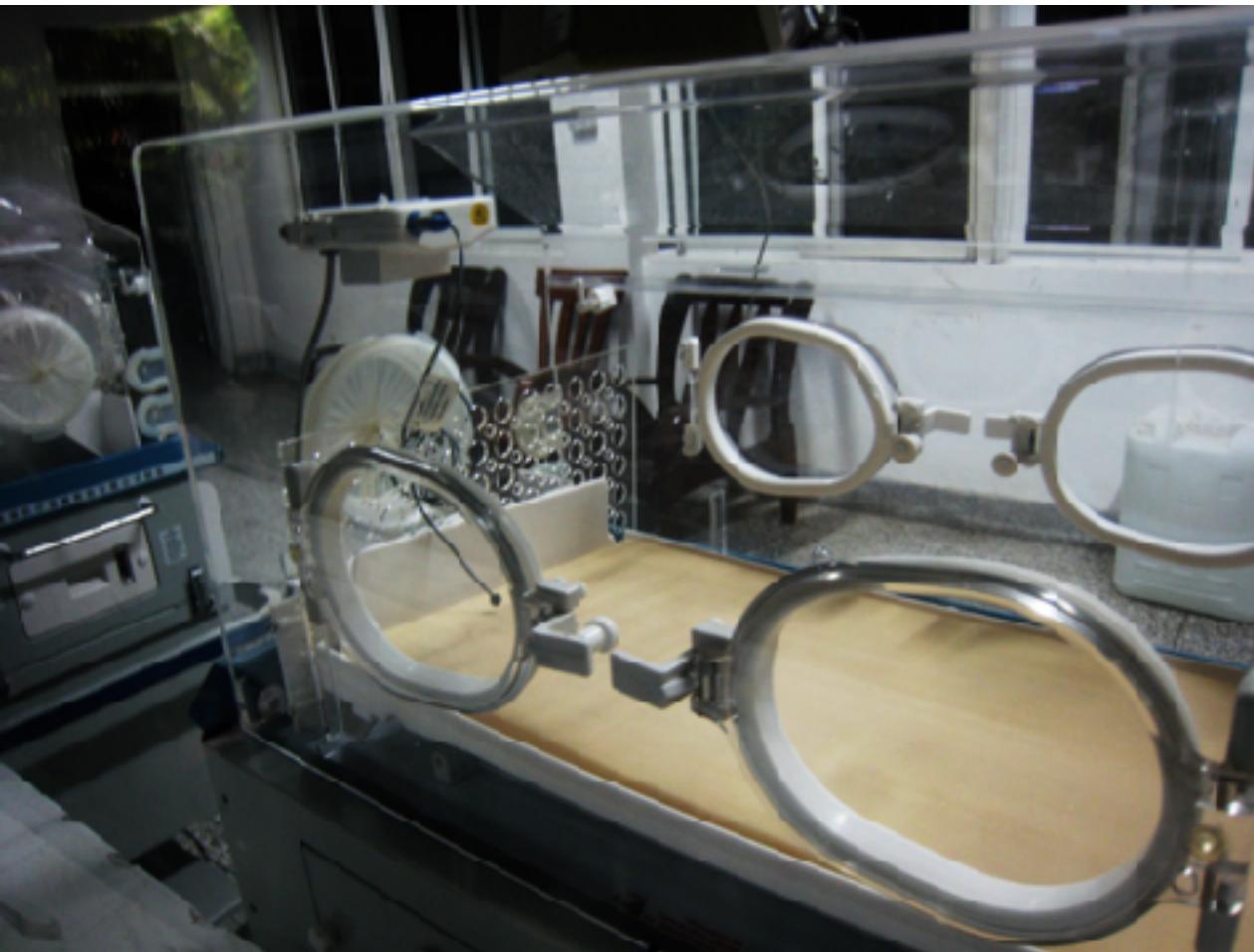


# DESAFIO

Criar uma incubadora de baixo custo para uso hospitalar







# Qual é o real desafio?

**Criar uma incubadora  
de baixo custo para = Técnico  
uso hospitalar**

X

**Criar uma solução para  
mães em áreas = Humano  
remotas**

# Observação

Muitas incubadoras vazias em hospitais de regiões com alta taxa de mortalidade infantil

Muitos bebês nascem em vilarejos a 50 km de distância



# Observação

Muitas incubadoras vazias em hospitais de regiões com alta taxa de mortalidade infantil

Muitos bebês nascem em vilarejos a 50 km de distância



# Insight

A batalha entre a vida e a morte é travada em casa e não nos hospitais



# DESAFIO ORIGINAL

Criar uma incubadora de baixo custo  
para uso hospitalar



# REDEFINIÇÃO

“Como criar um dispositivo de aquecimento de bebês que ajude os pais em vilarejos distantes a dar aos bebês uma chance de sobreviver?”



# The Embrace Infant Warmer

**INEXPENSIVE**

Less than 1% of the cost of a standard incubator

**DURABLE**

Can be reused up to 50 times

**PORTABLE**

Can be used while the baby is held in the mother's arms or during transport

**HYGIENIC**

Easily cleaned using soap and water

**SAFE**

Simple and intuitive to use, validated through multi-safety testing and extensive clinical trials

**EFFECTIVE**

Incorporates an innovative phase change material to rapidly stabilize the temperature of an infant suffering from hypothermia



# Abordagem

Design Thinking



# Case

# COMO TRANSFORMAR A GARAGEM DE PRÉDIOS EM UMA EXPERIÊNCIA?





## PONTOS DE VISTA



*1 a não garagem*



*3 como um hub social*



*5 extensão da rua*



*2 um ambiente inteligente*

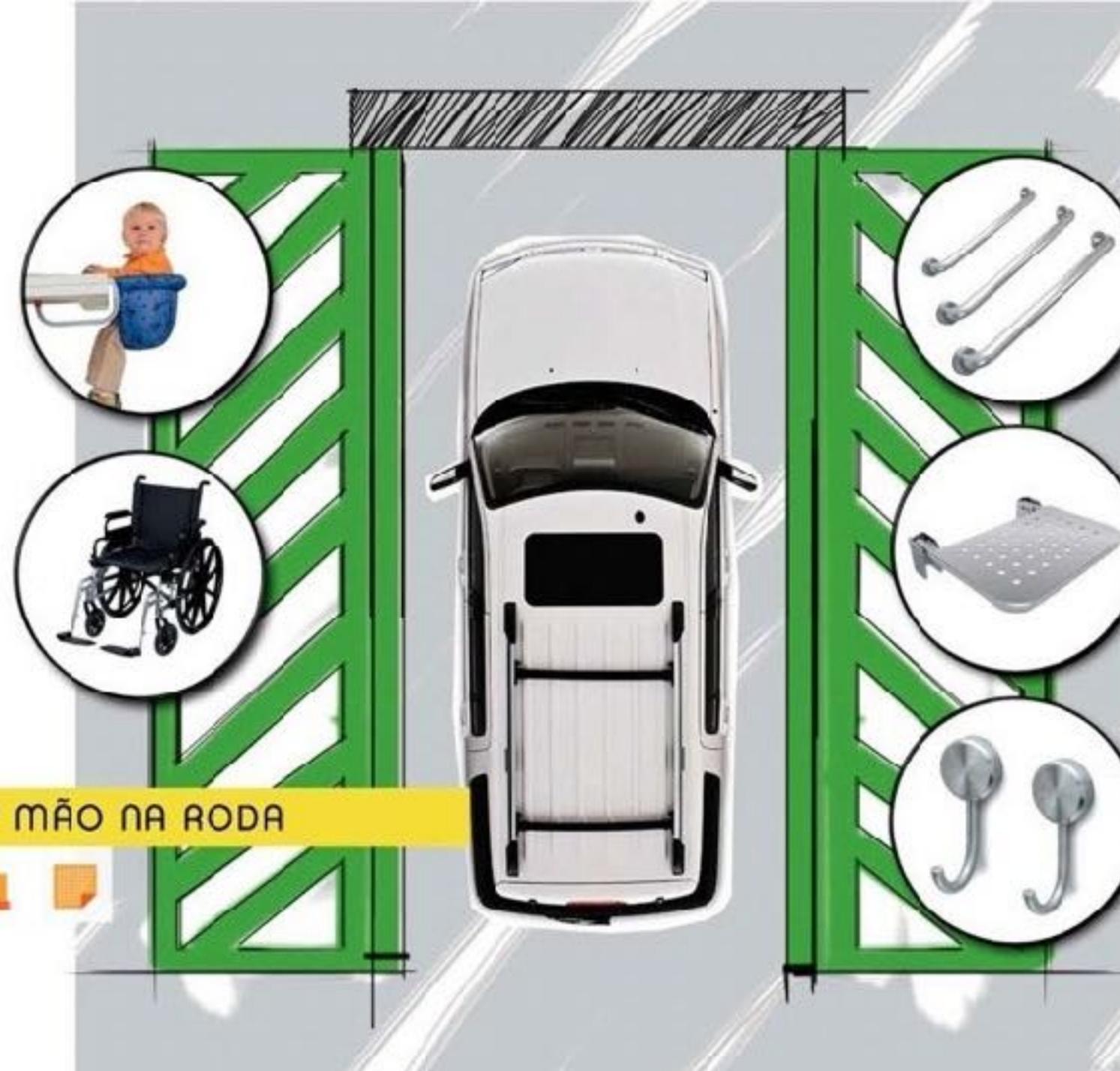


*4 extensão de minha casa*



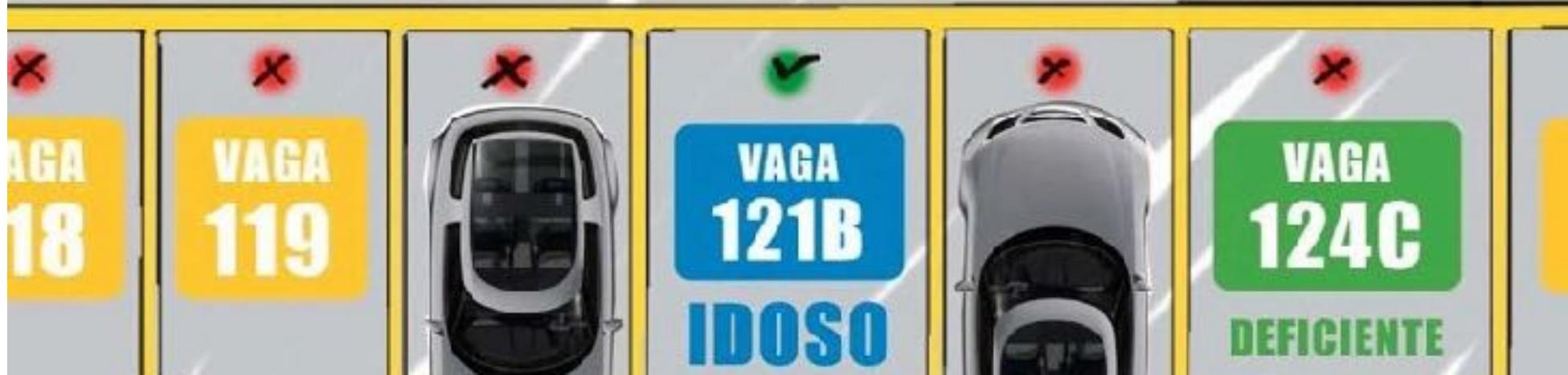
*6 um agente sustentável*





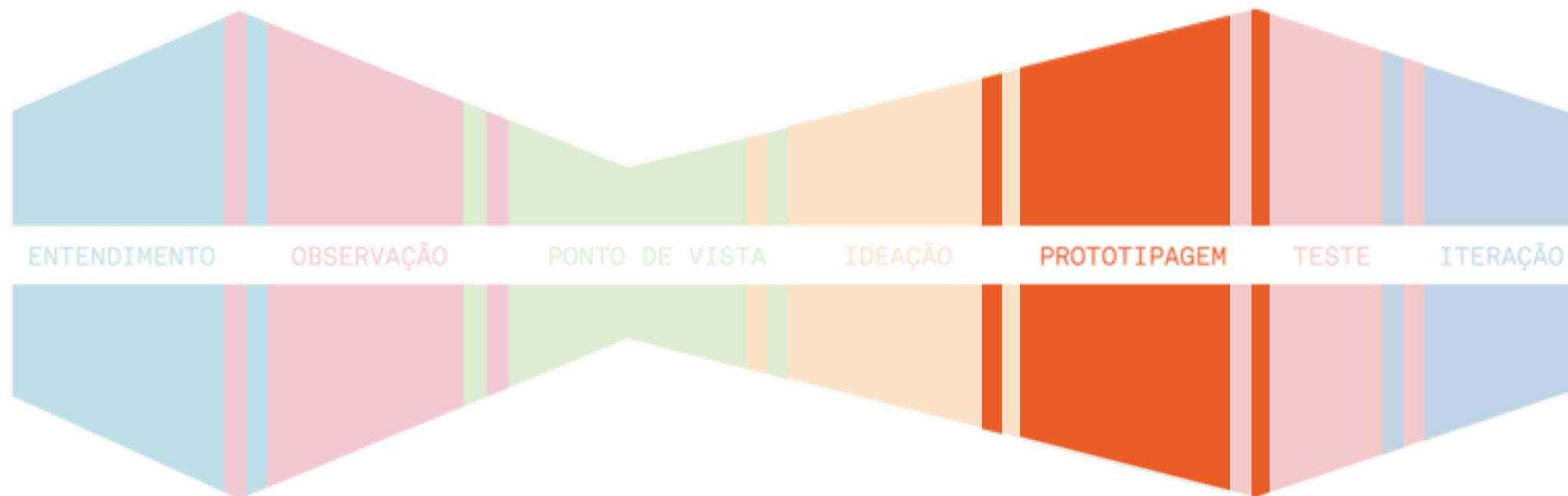
VAGAS MÃO NA RODA





# Abordagem

Design Thinking



# Prototipagem



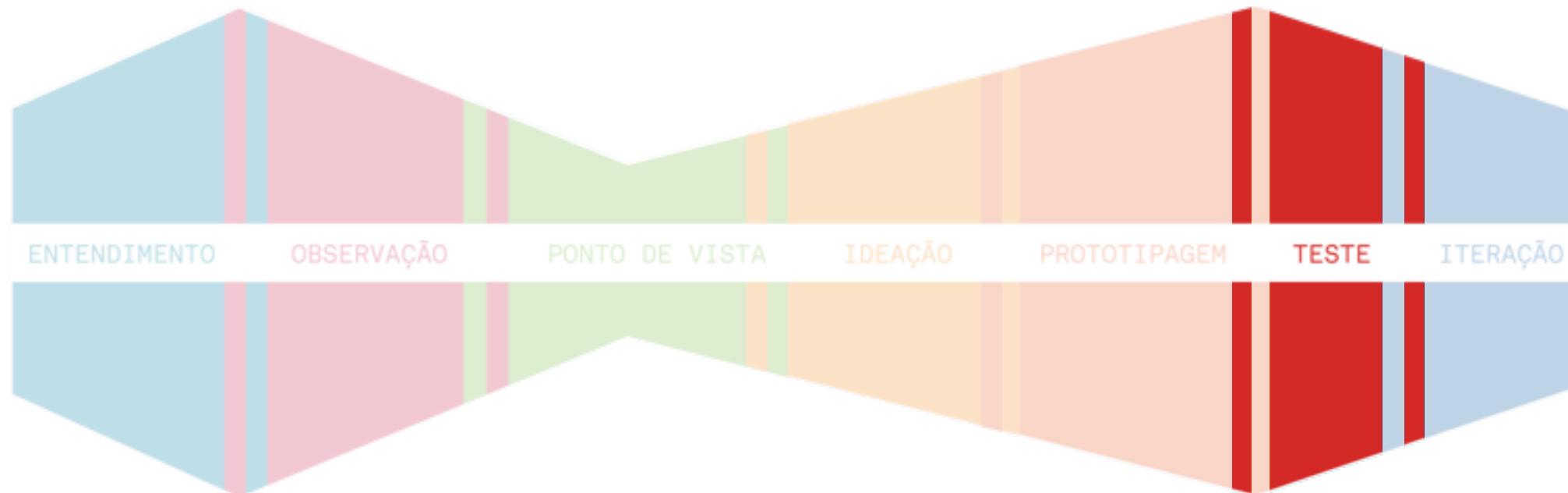
Tirar as ideias da cabeça e  
botar no mundo real

**CONSTRUIR PARA PENSAR**  
(tangibilizar)

**CONSTRUIR PARA TESTAR**  
(receber feedback, gerar uma sensação)

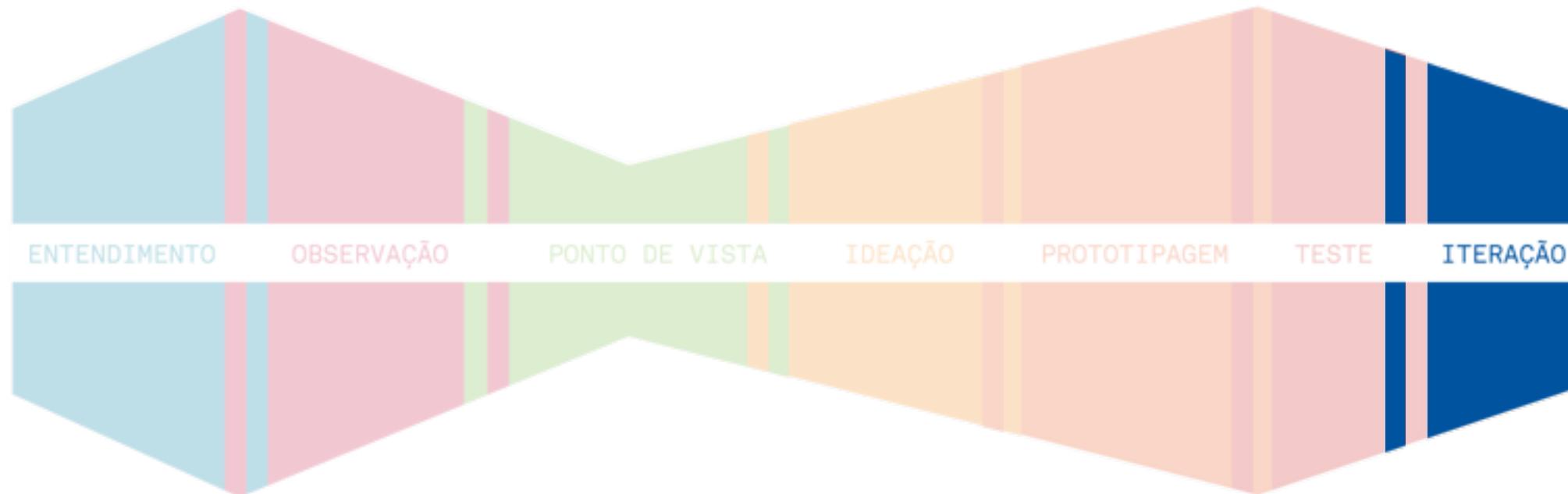
# Abordagem

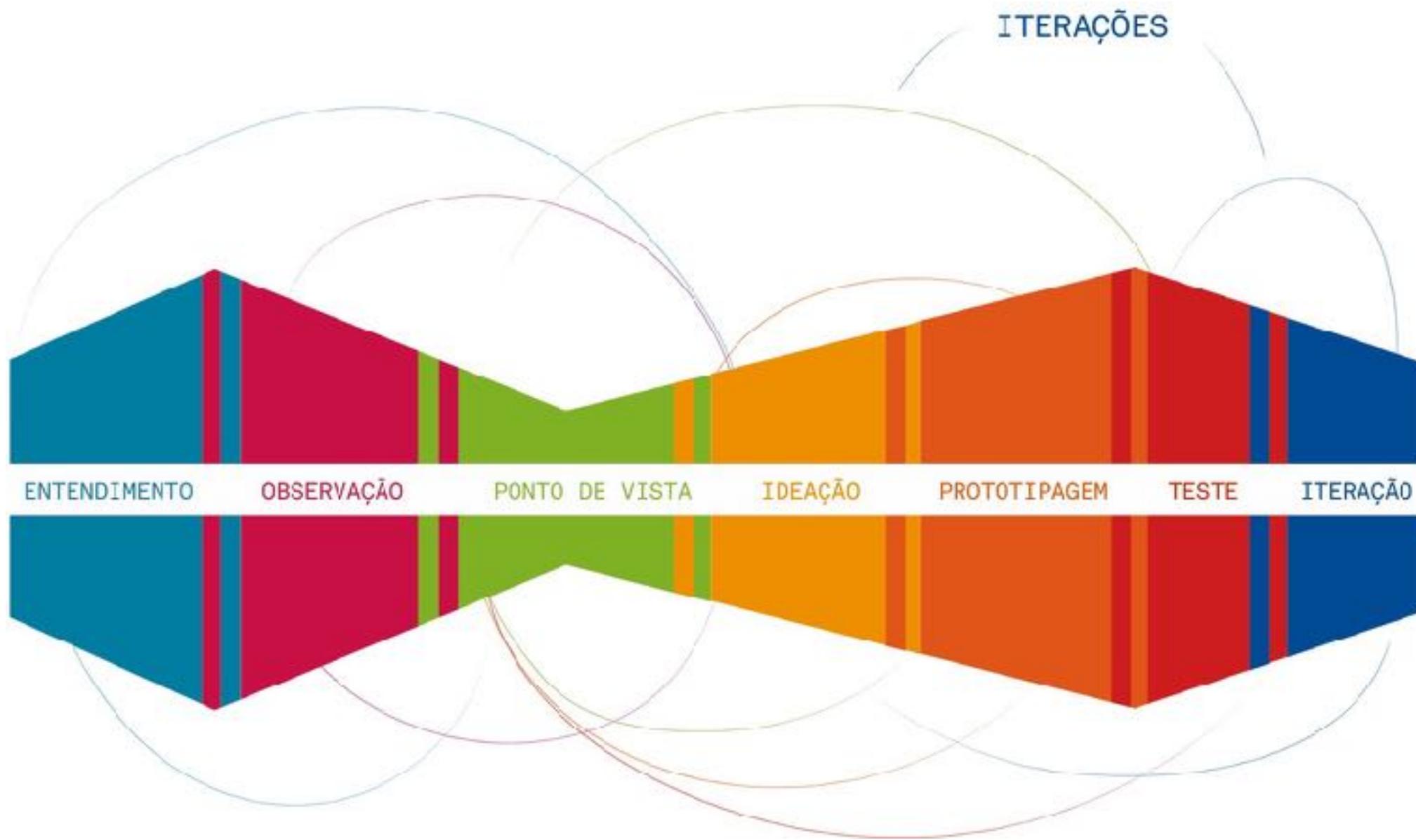
Design Thinking



# Abordagem

Design Thinking





# As quatro grandes mudanças de pensamento do Design Thinking

1. Decisões centradas no ser humano
2. Questionar as questões
3. Construir para pensar
4. Iteração

Obrigada !

**Natália Franzon**

(11) 9 8715 1015

[natfranzon@echos.cc](mailto:natfranzon@echos.cc)

[escoladt.com.br](http://escoladt.com.br)