

# GUIA PRÁTICO

# CRIATIVIDADE ESTRUTURADA:

# Como aplicar o Design Thinking na prática

Um passo a passo para  
transformar desafios em  
oportunidades





Para transformar o que precisa ser reinventado é preciso, antes de tudo, investir energias em **entender o problema** para depois apontar soluções. A boa notícia é que o Design Thinking nos oferece ferramentas para resgatar nosso potencial criativo.

É importante ressaltar que o termo “design”, quando falamos de Design Thinking, se refere à maneira do designer de **PENSAR**. Ele sabe que para identificar os reais problemas e solucioná-los de maneira mais efetiva, é preciso abordá-los sob diversas perspectivas e ângulos.

As raízes do Design Thinking surgiram nos anos 90 com David Kelley e Tim Brown. Já em 2009, Tim Brown, CEO da consultoria de design e inovação IDEO, lançou o livro [Design Thinking – Uma Metodologia Poderosa Para Decretar o Fim das Velhas Ideias.](#)



### FIQUE ATENTO

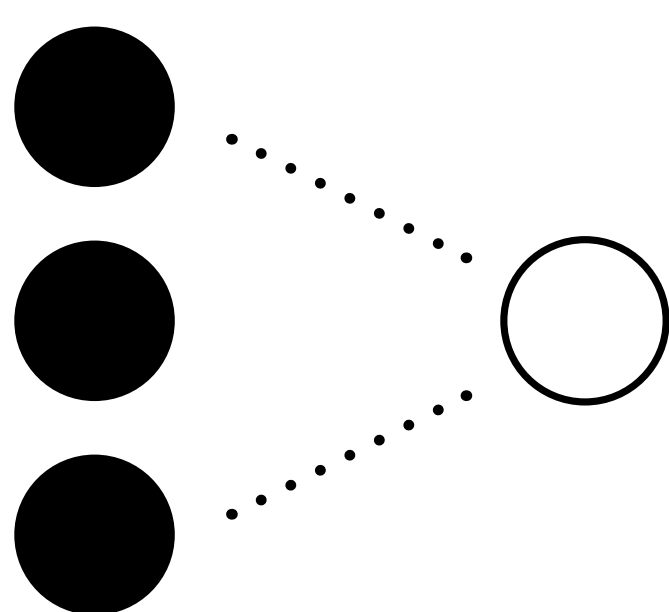
Ele não é uma metodologia, mas uma abordagem colaborativa que nos instiga a repensar como abordamos a resolução de problemas.



## BUSSINESS THINKING

Problema

Solução

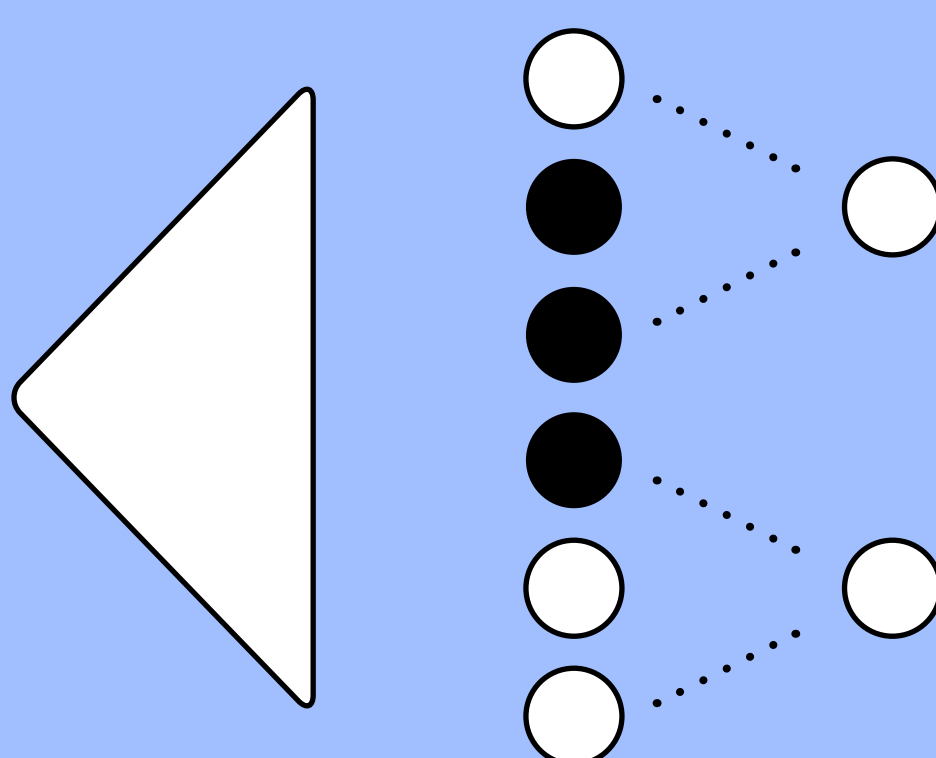


## DESIGN THINKING

Compreender

Problema

Solução



Ao invés de focar apenas na tecnologia ou na viabilidade financeira, o Design Thinking prioriza a compreensão profunda das necessidades e experiências das pessoas envolvidas, permitindo assim o desenvolvimento de soluções que verdadeiramente atendam às suas demandas e desejos.

Outro aspecto essencial é a valorização da contribuição de diferentes perfis profissionais e pessoais, com diversas experiências, conhecimentos e formações. Essa diversidade amplia a visão da equipe e aumenta a probabilidade de surgirem ideias inovadoras e soluções criativas.

Mas o que é essa abordagem e por que ela é importante para a sua cooperativa? Pois bem, o Design Thinking tem o objetivo de nortear a resolução de problemas ao focar nas pessoas - mais especificamente, nas necessidades e desejos dos clientes. A ideia, portanto, é entender o consumidor e propor soluções que condizem com a perspectiva dele.

A colaboração é o elemento-chave para o sucesso do processo, pois permite o compartilhamento de perspectivas e a melhoria contínua das soluções criadas. Então, vamos aprender mais sobre o Design Thinking, entender suas etapas e conhecer quais [ferramentas](#) utilizar em cada uma delas? Assim você pode aplicá-las na sua cooperativa!



# POR QUE INVESTIR EM DESIGN THINKING?

- + **Soluções centradas no usuário:** o Design Thinking coloca o usuário no centro do processo, garantindo que as soluções atendam às suas necessidades e desejos.
- + **Inovação:** trata-se de uma metodologia que promove a criatividade, levando a soluções inovadoras e diferenciadas.
- + **Redução de riscos:** a prototipação e os testes frequentes permitem a identificação precoce de problemas, reduzindo riscos de falhas no mercado.
- + **Economia de recursos:** evita o desenvolvimento de soluções inadequadas, economizando tempo e insumos.
- + **Colaboração:** o Design Thinking incentiva equipes multidisciplinares a trabalharem juntas, compartilhando conhecimento e experiência.
- + **Melhor compreensão do problema:** a ênfase na empatia e pesquisa aprofunda a compreensão do problema a ser resolvido.
- + **Aumento da competitividade:** soluções mais alinhadas com as necessidades do mercado tornam a empresa mais competitiva.
- + **Satisfação do cliente:** a ênfase na empatia e pesquisa aprofunda a compreensão do problema a ser resolvido.
- + **Adaptação às mudanças:** a flexibilidade inerente ao Design Thinking permite que as cooperativas se adaptem rapidamente a mudanças no ambiente de negócios.
- + **Melhoria contínua:** a iteração constante promovida pelo Design Thinking leva à melhoria contínua de produtos e processos.





# QUAIS SÃO AS ETAPAS DO DESIGN THINKING?

## 1 ENTENDIMENTO E EMPATIA

"100% DOS CLIENTES  
SÃO PESSOAS. 100% DOS  
FUNCIONÁRIOS SÃO PESSOAS.  
SE VOCÊ NÃO ENTENDE DE  
PESSOAS, VOCE NAO  
ENTENDE DE NEGOCIOS"


**SIMON SINEK**






Todo clichê, por mais batido que seja, tem sua verdade. Um deles é dizer que o cliente é a parte mais importante de um negócio. E a empatia desempenha um papel fundamental em uma abordagem centrada no cliente.

Com os parâmetros definidos, oriente os participantes a observarem, entrevistarem e apurarem o perfil dos clientes para o qual será desenvolvida a solução. Só assim eles conseguirão levantar informações e dados sobre os possíveis problemas, estudá-los e elencar soluções realmente assertivas.





## A empatia e o entendimento podem ser trabalhados através destas ações:

-  Faça perguntas
-  Observe sem pré-julgamentos
-  Escute e preste atenção no que está sendo dito

Ao entender as experiências e emoções dos usuários, os *designers thinkers* podem gerar insights mais profundos e desenvolver soluções assertivas.

### FERRAMENTAS PARA EMPATIZAR:

- + **Mapa de atores**: ajuda a entender como as partes envolvidas em um projeto se influenciam.
- + **Persona**: construa um perfil do seu público-alvo em uma pessoa com nome, idade, cargo, interesses, desejos, habilidades e sonhos, dentre outras características relevantes.
- + **Mapa de empatia**: uma ferramenta de design que, de forma visual, provoca a investigação das características dos consumidores. Uma análise holística, cujo objetivo é proporcionar um alto nível de empatia da marca para sua persona.
- + **Entrevistas**: para identificar insights valiosos sobre o público alvo e assim criar empatia com os usuários. Isso faz com que a abordagem seja mais centrada no usuário.





## FIQUE ATENTO

É nessa etapa também que devem ser realizadas pesquisas de mercado, análises de concorrência e benchmarkings. Assim, serão desenvolvidas soluções não só focadas nas vendas, por exemplo, mas nas reais necessidades de seus clientes.

Depois dessa parte preliminar, tem início a imersão profunda, com entrevistas e trabalhos de campo, o que gera insights que serão usados depois. Todo o material produzido nessa fase serve como insumo para as posteriores.

## 2

## DEFINIÇÃO, ANÁLISE E SÍNTESE

A partir dos insights da etapa anterior, chegou a hora de definir o desafio que você precisa resolver. Reúna as informações que você obteve na etapa anterior e sintetize os problemas identificados. É essencial criar ambientes onde equipes multidisciplinares possam colaborar, **trocar ideias e desafiar suposições** previamente estabelecidas.

Essa fase engloba a definição do problema a ser resolvido. Para que isso aconteça, fomente o pensamento crítico e a criatividade dos colaboradores envolvidos para elaborar uma síntese do problema a ser resolvido, que será responsável por guiar o processo de *brainstorming* e criação da solução.





## PARA FACILITAR...

Incentive os colaboradores a desenvolverem mapas mentais com as informações obtidas sobre cada um dos problemas. Aposte, também, na criação de personas, afinal, o Design Thinking foca na humanização da resolução de adversidades.

Nessa etapa, é interessante apostar em formatos visuais e de fácil acesso. Além de tornar o compartilhamento de ideias mais fácil, a linha de pensamento apresentada pode servir de base para o projeto.

## FERRAMENTAS QUE PODEM SER USADAS:

- + **Matriz de (re)definição de problema:** um processo que busca dar mais efetividade ao processo de definição do problema.
- + **“Como podemos?”:** o objetivo é criar perguntas minuciosas e relevantes sobre os desafios do projeto (o que? Para quem? Qual o objetivo? Como podemos fazer?)
- + **Diagrama de afinidades:** consiste na organização de dados verbais (como propostas e opiniões) por afinidades, a fim de organizar ideias e encontrar padrões.
- + **Matriz CSD:** usada para mapear e dividir o que já sabe sobre o problema que precisa ser resolvido com base nos elementos de certezas, suposições e dúvidas.
- + **Barco a vela:** descreva a vela (o que está ao redor e pode te apoiar), o motor (o que te impulsiona) e a âncora (o que te segura para trás).
- + **5 porquês:** uma metodologia que busca evidenciar a raiz de um problema por meio de 5 perguntas. Conheça mais sobre essa ferramenta em nosso guia sobre design de experiências de aprendizagem.





## PONTO DE ATENÇÃO!

Sabemos que escolher um caminho a seguir é um desafio aqui, pois estamos lidando com uma equipe multidisciplinar. Por isso, certamente, há vários pontos de vista diferentes envolvidos. **Por isso, lembre-se de priorizar!**

### Ferramenta sugerida:

**Matriz de priorização:** uma tabela que permite classificar as ideias a partir de diferentes status, definindo-as como indiferentes, complementares, desejáveis, importantes e essenciais para a execução do projeto.

## 3 IDEIAÇÃO

Com o desafio selecionado, está na hora de propor soluções. Nessa etapa, o propósito é pensar fora da caixa, ou seja, ir além ao elencar possíveis respostas para o problema em questão. O ideal, portanto, é motivar e incentivar os colaboradores a pensarem em alternativas.

Lembre-se: A equipe precisa ter liberdade para experimentar e errar. **Sim: errar!** Pois o medo da falha ou da crítica é o principal agente inibidor da criatividade e inovação. Não se trata de incentivar o erro, mas sim a geração de possibilidades.

E para que essa troca de ideias seja promissora, use o *brainstorming* ou mapeamento mental e promova algumas sessões de ideação para fomentar a equipe. Vale pontuar que esse não é o momento de julgar ideias, apenas de criá-las.



## FERRAMENTAS QUE PODEM SER USADAS:

- + **Mashup de Inovação:** um exercício colaborativo para a geração de ideias a partir da combinação de diferentes elementos.
- + **World café:** processo criativo que visa gerar e fomentar diálogos entre as pessoas, aproveitando, assim, a inteligência coletiva para encontrar respostas.
- + **Brainstorming via IA:** aproveite ferramentas de inteligência artificial para ter novos insights.
- + **Idea Napkin:** a partir da descrição de uma ideia avalie, suas principais dores e desafios, como solucioná-los e quais os benefícios da ideia para os usuários.
- + **Canvas de proposta de valor:** conta com dois lados. Com o perfil do cliente, você esclarece a compreensão do seu público. Com o mapa de valor, descreve como pretende criar valor para o cliente.







## 4 PROTOTIPAGEM

É a partir desse misto de ideias que protótipos são desenvolvidos. A quarta etapa do Design Thinking consiste em escolher uma das soluções propostas e colocá-la em prática. Você pode criar um protótipo no papel, de maneira digital, ou física, sendo que cada uma delas apresenta uma vantagem:



**Papel:** usada para testar o conceito proposto;



**Digital:** utiliza recursos tecnológicos e testa a funcionalidade do produto;

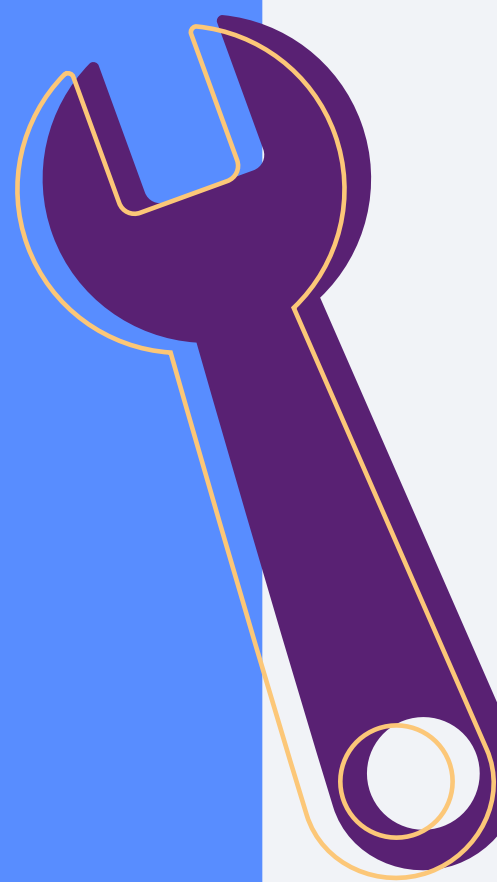


**Físico:** pode ser usada para criar um protótipo funcional.

Com o protótipo em mãos, é possível obter opiniões, reclamações e feedbacks dos usuários. Versões simples e em conta são válidas, visto que a ideia é testar a viabilidade e o sucesso da ideia de acordo com a demanda. Essa prática é chamada de MVP, *Minimum Viable Product* (mínimo produto viável, em tradução livre).

## FERRAMENTAS QUE PODEM SER USADAS:

- + **Um protótipo em 90 minutos**: parte da premissa que é possível criar um protótipo básico de um aplicativo clicável numa sessão curta de apenas uma hora e meia.
- + **Storyboard**: técnica que ajuda a entender a jornada do usuário por meio de ilustrações, possibilitando insights sobre os protótipos.
- + **Proton**: protótipos simples e de baixa fidelidade ajudam a dar vida às ideias e partir para a experimentação.
- + **Plano de ação**: uma maneira de organizar as etapas, os indicadores, o ponto focal, definir as responsabilidades da equipe e os canais de comunicação para executar um projeto.
- + **Poster de conceito**: elabora o conceito do seu projeto elencando elementos como nome, interessados, desafios, modo de execução da ideia, ilustração de funcionamento, possíveis fragilidades, orçamento e métricas.



## 5 TESTE

Problemas identificados e escolhidos, ideias compartilhadas, protótipos construídos... Está na hora de colocar tudo que foi desenvolvido em prática. A quinta e última fase do Design Thinking é focada em implementar as soluções desenvolvidas.

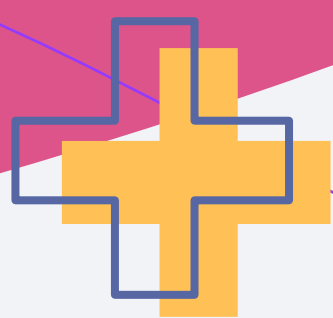
Para isso, testes e experimentos são realizados, todos eles com inúmeros *feedbacks* de usuários e clientes. Sua equipe deve assegurar que o serviço ou produto oferecido atende a todos os requisitos, e para isso contam com testes funcionais e não funcionais:

**Testes funcionais:** responsáveis por avaliar a capacidade da solução de realizar as tarefas propostas.

**Testes não funcionais:** responsáveis por avaliar a segurança, desempenho e usabilidade.







Com tudo em ordem, é hora de colocar o produto ou serviço no mercado!

### FERRAMENTAS QUE PODEM SER USADAS:

- + **Feedback**: é o caminho para absorver as perspectivas obtidas durante os testes a fim de melhorar o projeto.
- + **Momentos do dia do usuário**: elabora-se a rotina de uma persona com o objetivo de identificar os desafios enfrentados ao longo do dia.
- + **Jornada do usuário**: a partir de um contexto e uma persona, elabora-se o antes, o durante e o depois da jornada de experiência com um produto ou serviço.
- + **“Eu Gostei”**: peça para os testadores de um protótipo dizerem o que gostaram da ideia, o que desejam que seja diferente e qual abordagem acham interessante.

## DINÂMICAS QUEBRA-GELO E DE *FEEDBACK* NO DESIGN THINKING

Sabemos que ter um time funcional, engajado e próximo não é a realidade de todas as cooperativas. No entanto, algumas dinâmicas podem ser usadas no início e ao final do Design Thinking.





## QUEBRANDO O GELO

Para funcionar, além de focar nos desejos e necessidades dos clientes e usuários, o Design Thinking precisa de uma equipe com um bom relacionamento e disposta a trabalhar em conjunto. No entanto, nem sempre os colaboradores estão acostumados a produzirem em grupo.

Mas isso não precisa ser um empecilho. Isso porque existem inúmeras dinâmicas que quebram o gelo entre a equipe e fomentam a coletividade. Vamos conhecer algumas?

### Curiosidades e roleta de perguntas

O primeiro passo para incentivar a equipe a se tornar mais próxima é apostar em dinâmicas que aumentem o conhecimento de cada membro do time sobre os outros. E que maneira melhor de fazer isso do que elencar algumas curiosidades?

A ideia é simples: peça para cada um da equipe escrever um fato curioso sobre si. Então, leia-os em voz alta e deixe o grupo adivinhar qual história pertence a qual colaborador.

Outro modo de conhecer melhor a equipe é criar uma roda de perguntas. Diferente de elencar curiosidades de forma anônima, os colaboradores giram uma roleta repleta de questionamentos sobre gostos pessoais e respondem às perguntas.

### Um Dois Ping Quatro Pong

Já se você quer colocar a equipe para pensar, Um Dois Ping Quatro Pong é uma ótima escolha. Junte o time, forme um círculo e defina quem começará a brincadeira.

Nessa dinâmica, os números múltiplos de três, como seis, nove e 12, são marcados com “Ping”. Já os múltiplos de cinco, como dez, 15 e 20, são “Pong”. A brincadeira deve recomeçar quando alguém errar.



## OBTENDO *FEEDBACKS*

Não é só no *check-in* que é necessário promover atividades que incentivam a interação entre os colaboradores. O Design Thinking também conta com propostas interativas de *checkout*, ou seja, dinâmicas de *feedback*.

### Escala de aprendizagem

Além das avaliações convencionais, é interessante fomentar exercícios como o de escala de aprendizagem. Ao fim do projeto, você deve juntar os colaboradores do time e pedir para que em uma escala de 1 (não sei nada sobre o assunto) a 5 (domino o assunto), eles definam o quanto entendiam sobre o projeto no início e ao final.

A ideia é observar como o desenvolvimento da solução, através do Design Thinking, neste caso, ajudou o time a entender melhor o assunto em questão e crescer profissionalmente.

### Gesto de agradecimento

Mas as dinâmicas de *feedback* não se limitam apenas a assuntos profissionais. A atividade chamada Gesto de agradecimento também pode ser implementada ao final de cada projeto.

Nesse caso, o time deve demonstrar agradecimento a outro membro da equipe, elogiando a parceria, ou até mesmo o trabalho em equipe. Assim, você fomenta a coletividade dentro de sua cooperativa.



DICA DO INOVA:

Aproveite o [site FunRetrospectives](#) para aplicar as dinâmicas de *check-in* e *checkout*. A plataforma conta com inúmeras atividades interativas que vão tornar o processo de fomentar o trabalho em equipe ainda mais fácil.

Energizador

A ROLETA PERGUNTA

A roleta pede é uma ótima atividade para as pessoas se conhecerem mais. Com on-line...



Energizador

FATO ENGRAÇADO

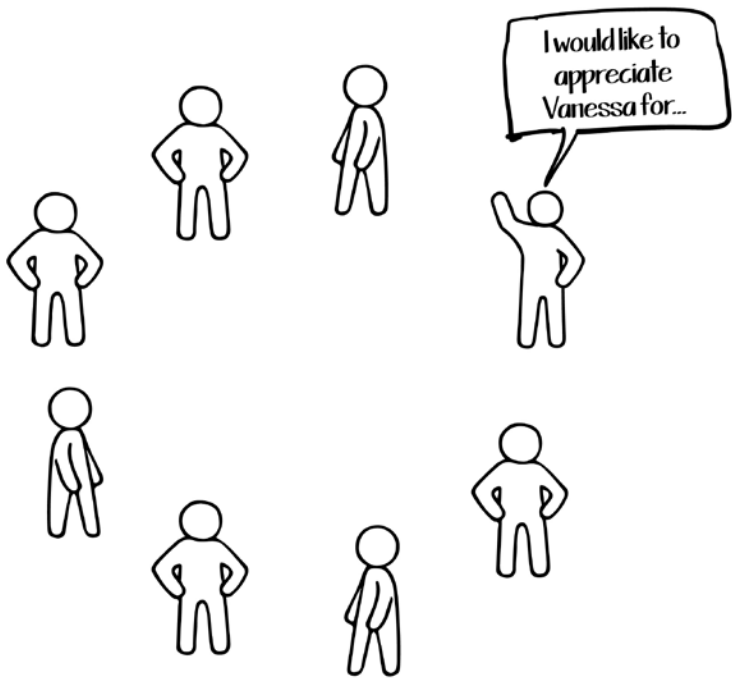
Curiosidade é um energizador simples e ótimo para nos conhecermos mais. As pessoas anonimamente...



Confira

GESTO DE AGRADECIMENTO

Token of Appreciation é ótimo para promover e reconhecer o trabalho em equipe. Executando a atividade: Peça às pessoas que formem um círculo ...





# CONCLUSÃO

Lembre-se: isso **não é uma receita de bolo**. Trata-se de uma maneira de organizar o trabalho para potencializar as possibilidades criativas da sua coop. Para tanto, é preciso avaliar o que se tem em mãos para definir quais as melhores ferramentas a serem usadas em cada etapa para atingir o objetivo proposto.

Por mais que tenha sido difícil visualizar as etapas anteriores sendo implementadas na sua cooperativa, acredite: o Design Thinking pode ser aplicado em qualquer contexto. Leve em consideração que o principal objetivo da abordagem é resolver o problema do cliente, seja ele interno ou externo, deixando-o plenamente satisfeito. Sem esquecer também **da multidisciplinaridade**, que permite enxergar a situação por diversos ângulos, o que facilita a inovação.

O Design Thinking viabiliza o trabalho de uma forma ágil, mas não só na ótica de ser mais rápido, mas também ser ágil sob a ótica de mais assertivo.

Se você se interessou em aprender mais sobre o Design Thinking e deseja fazer uma imersão completa no assunto, temos uma boa notícia. **O InovaCoop conta com uma trilha de cursos para você aprender tudo! Confira:**

- + [Introdução ao Design Thinking](#)
- + [Entendimento e empatia aplicados ao Design Thinking](#)
- + [Definição aplicada ao Design Thinking](#)
- + [Ideação aplicada ao Design Thinking](#)
- + [Prototipagem aplicada ao Design Thinking](#)
- + [Teste aplicado ao Design Thinking](#)

inova **coop**

[nova.coop.br](http://nova.coop.br)



Sistema **OCB**

[f](#) | [X](#) | [••](#) | [v](#) | [@](#) | [in](#) | [sistemaocb](#)

[somoscooperativismo.coop.br](http://somoscooperativismo.coop.br)

Conteúdo desenvolvido em parceria com

**coonecta**  
COOPERATIVISMO E INOVAÇÃO