

O que é Design Thinking? Definição, aplicação e livros



As empresas estão começando a perceber o verdadeiro valor de projetar produtos e serviços.

Se alguém encontrar uma empresa participando dessa mudança, há uma boa chance de que já tenha ouvido falar (ou praticado) o Design Thinking, que se concentra na utilização do processo científico para entender melhor as necessidades humanas em relação a produtos ou serviços.

Essa abordagem está na prática de várias marcas que são líderes mundiais, como Google, Samsung, Apple, GE, para citar algumas. Além disso, é lecionada nas principais universidades do globo, incluindo as consagradas Harvard, Stanford e MIT.

Apesar do uso mais frequente do Design Thinking ser no contexto de empreendedorismo e negócios, pode-se dizer que, na verdade, o Design Thinking é a abordagem de sucesso para tudo aquilo que envolve seres humanos.

Mas você sabe o que é Design Thinking? E por que é tão popular? Aqui, vamos direto ao assunto e dizer o que é, por que é tão procurado e como você pode aplicá-lo para atingir suas necessidades!

Por que essa abordagem é importante?

O Design Thinking não é novo, mas ele vem ganhando mais e mais espaço e o motivo é simples: ele vem sendo cada vez mais **NECESSÁRIO** em todas as áreas (desenvolvimento de produtos, negócios, educação, política, etc).

Essa prática vem pelo entendimento de que a real satisfação de um problema ou desejo ou a geração de valor para um determinado usuário ou público só é possível quando conhecemos em profundidade suas necessidades, desejos e percepções de mundo.

Vivemos na Era da Experiência, por isso cada vez mais é preciso criar condições para que o consumidor enxergue o benefício que tal produto ou serviço agrega. A isso, especialistas dão o nome de **Lógica do Serviço Dominante**.

O que é a Lógica do Serviço Dominante?

Em linhas gerais, pode-se dizer que este conceito está ligado ao fato de que o cliente não quer somente o produto, mas sim o benefício que o produto oferece.

Por exemplo, o cinema cada vez mais oferta uma experiência que vai muito além do filme. A pipoca, o recurso 3D, som de altíssima fidelidade, ar condicionado, cadeira confortável... tudo isso faz parte da experiência envolvida em assistir um filme. Se o cliente estivesse somente interessado em assistir um filme, ele não precisaria ir ao cinema. Ou seja, ele está interessado na experiência.

E o **Design Thinking centrado no ser humano** é esse processo que faz você conseguir produtos e serviços cada vez mais relevantes.

O que é o *Design Thinking*?

Design Thinking é uma abordagem para a inovação centrada no ser humano que se baseia no kit de ferramentas do designer para integrar as necessidades das pessoas, as possibilidades da tecnologia e os requisitos para o sucesso dos negócios.” —Tim Brown, presidente executivo da IDEO

O termo Design Thinking (DT) significa “pensamento do design” ou “pensar como designer”, e é uma abordagem que teve origem no Design e foi adaptada para uma vasta gama de áreas, principalmente a de negócios.

Seu objetivo é, através de seus pilares e fases, criar inovações e soluções de problemas com o maior número de perspectivas possíveis, entregando valor ao usuário (ou cliente). Para isso, possui uma perspectiva de alta empatia com os envolvidos.

Dessa forma, o DT é **totalmente centrado no ser humano** – não somente no consumidor ou usuário final a qual se destina, mas também em todos envolvidos na ideia, como colaboradores, equipes de diferentes setores, fornecedores, gestores, comunidade, acionistas, concorrência, etc.

O processo de DT consiste em buscar, mapear e mesclar a visão de mundo, a experiência cultural e também os processos inseridos na vida dos indivíduos envolvidos, com o objetivo de ter uma **perspectiva completa para atender a um determinado objetivo** (que vai desde a solução de um problema, até o desenvolvimento de um novo produto ou uma melhor forma de aumentar a produtividade em equipes).

Assim, são identificadas as barreiras e alternativas possíveis e viáveis para transpô-las, focando em criar soluções que despertem desejo e paixão, e que ao mesmo tempo sejam executáveis e economicamente viáveis.

Uma inovação precisa atender a três critérios básicos:

1. Tenha viabilidade econômica
2. Seja executável
3. Desperte desejo nos clientes



Ou seja, é um processo criativo feito de forma coletiva e colaborativa, que reúne o máximo de perspectivas, visões e ideias diferentes para conseguir traçar uma solução mais completa para problemas ou novos produtos e serviços.

Qualquer empresa ou profissional que deseje gerar valor, encontrar melhores soluções e inovar pode (e deve) utilizar essa abordagem!

A aplicação do Design Thinking deve ser feito considerando o consumidor, a experiência do cliente e o nicho; esse processo geralmente é feito em grupo (coletividade) e dividido em fases, que vou falar adiante.

A Endeavor Brasil define *Design Thinking* da seguinte forma:

Design Thinking é uma abordagem que busca a **solução de problemas** de forma coletiva e colaborativa, em uma perspectiva de empatia máxima com seus envolvidos: as pessoas são colocadas no centro de desenvolvimento do produto – não somente o consumidor final, mas todos os envolvidos na ideia (trabalhos em equipes multidisciplinares são comuns nesse conceito).

O processo consiste em tentar mapear e mesclar a experiência cultural, a visão de mundo e os processos inseridos na vida dos indivíduos, no intuito de obter uma visão mais completa na solução de problemas e, dessa forma, melhor identificar as barreiras e gerar alternativas viáveis para transpô-las. Não parte de premissas matemáticas, parte do levantamento das reais necessidades de seu consumidor; trata-se de uma abordagem preponderantemente “humana” e que pode ser usada em qualquer área de negócio.

A razão de sua existência é a satisfação do cliente (interno ou externo), dádiva que só pode ser alcançada quando conhecemos em profundidade suas necessidades, desejos e percepções de mundo.



Design Thinking como forma de ver o mundo

Para se colocar os resultados desejados em prática, não basta apenas usar ferramentas e buscar soluções com foco no usuário.

É necessário utilizar os pilares nos quais o Design Thinking se estrutura, pois, só assim, é possível integrar as pessoas, e superar as resistências inerentes à condição humana.

Esses pilares são 3. Confira:



1. Empatia

O primeiro ponto para atingir o objetivo em questão está em mobilizar um time diversificado e motivado que tenha iniciativa, vontade e os meios para exercer a EMPATIA, vivenciar as situações e ter a real compreensão da dor – ir além da simples observação dos sintomas para entender as verdadeiras causas.

2. Colaboração

Definido o aspecto do problema a ser atacado, é a hora de usar ferramentas, métodos e comportamentos que aflorem a criatividade para gerar muitas opções – as mais diversas, inusitadas e inventivas possíveis. Pois nessa abordagem, a quantidade importa.

Quanto mais opções se tem nos momentos de divergência, maiores as chances de encontrar uma solução que seja realmente inovadora nos momentos de convergência.

3. Prototipação

Desse repertório de ideias serão PROTOTIPADAS aquelas que fazem mais sentido, para que possam ser testadas na prática.

A PROTOTIPAÇÃO É O ATO DE DAR VIDA ÀS IDEIAS. Seja com papel, massa de modelar, madeira, cola, encenando, simulando – o importante é que a ideia se torne ALGO TANGÍVEL, que possa ser devidamente compreendida para que o usuário consiga dar os feedbacks necessários e o processo de lapidação / ajuste / aprimoramento possa acontecer. E se repita até que a inovação se confirme.

Só então a fase de descoberta dará lugar a uma fase de execução, quando o desafio será entregar a inovação de forma repetida, consistente e lucrativa.

Agora que você entendeu quais são os pilares do Design Thinking, vamos passar para as fases de aplicação dessa abordagem, ou seja, a prática.

Confira:

O design thinking é uma mistura do pensamento intuitivo com o pensamento analítico

Um dos diferenciais do design thinking para solução de problemas e para a inovação é a capacidade de unir duas capacidades para resultados de excelência: o pensamento intuitivo com o pensamento analítico.

Pensadores intuitivos tendem a ver as coisas de forma diferente e estão mais preocupados em **como as coisas deveriam ser**, o mundo das possibilidades. Ficam felizes em explorar novas áreas, e as possíveis soluções dos problemas são baseadas em suas percepções do ambiente, realidade e problema, somados aos seus conhecimentos e experiência, ao invés de dados. Com criatividade, buscam validar suas ideias e trazem à vida coisas novas.

O pensamento intuitivo é um tipo de pensamento que não costumamos aplicar, a menos que estejamos tentando conscientemente. Com o pensamento intuitivo, portanto, olhamos para possibilidades ao invés de dados e fatos concretos – o que poderia ser, o que poderíamos fazer, criar, construir: essencialmente, é uma abordagem que pergunta **“e se?”**

Já o **pensamento analítico** descreve nossas tendências de focar em processos, fluxos de trabalho, desempenho passado e afins. Aprendemos a entender onde erramos – na vida real ou em experimentos – e então usamos isso para seguir em frente. Em poucas palavras, muitas vezes estamos aprendendo com o passado, ou o que é “mensurável”.

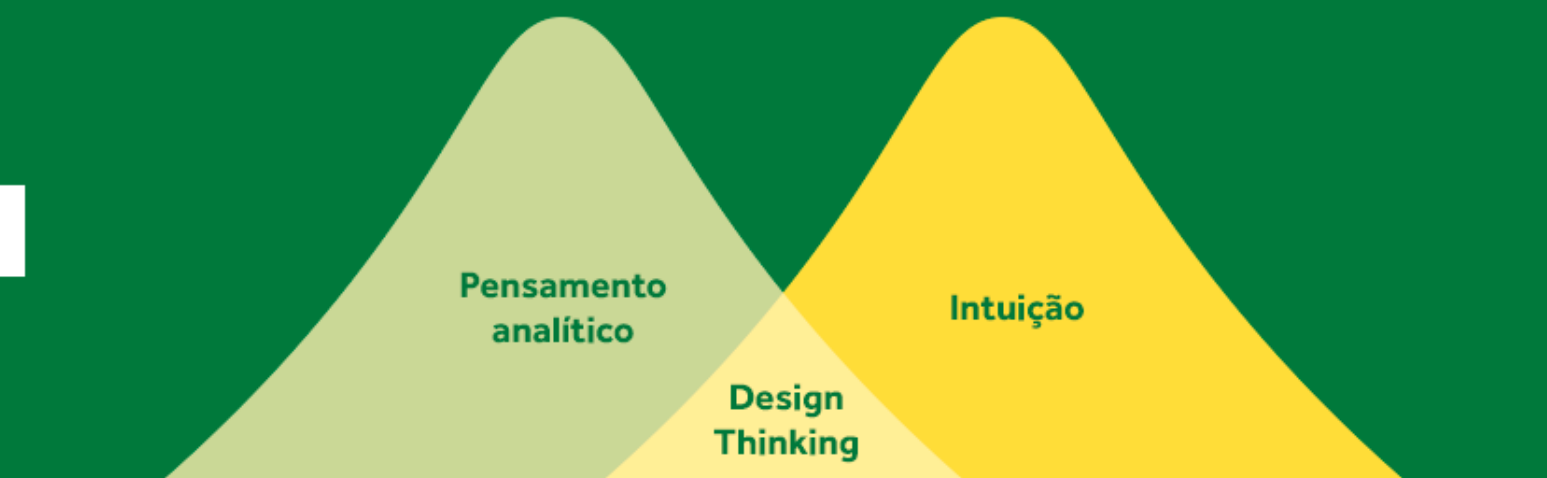
Pensadores analíticos retêm e refinam um conhecimento que já possuem em determinado momento. O objetivo desta forma de pensar geralmente se baseia em passar do estágio de *“não sabemos nada sobre isso”* para a análise de dados e estatísticas, cálculos de probabilidade e risco, planejamento estratégico, estabelecimento de metas, criação de algoritmos, processos e métricas para ter certeza de que tudo correrá conforme o planejado.

Eles aplicam raciocínio indutivo (provando o que já é conhecido) e lógica dedutiva (provando o que deve acontecer). Em outras palavras, eles analisam as experiências passadas para prever o futuro para tomar decisões com menor risco de erro e maior probabilidade de sucesso.

Esses dois tipos de pensamento são dois extremos e aplicar apenas um deles não fará com que o conhecimento avance e que a inovação, em sua melhor forma, aconteça.

Design Thinking no **centro** da inovação

Design Thinking como a combinação do pensamento analítico e da intuição

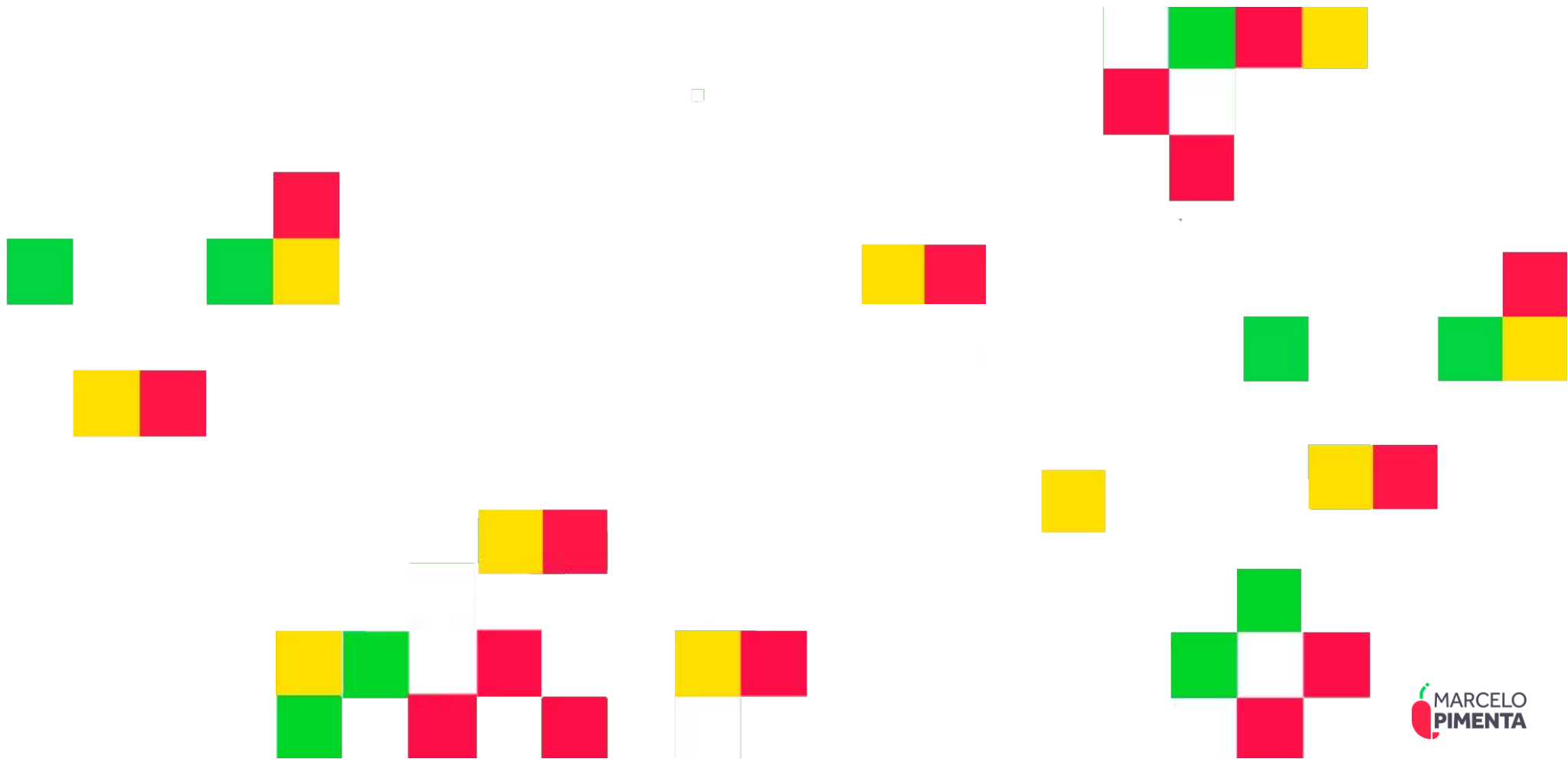


Fonte: Adaptado do livro "Design de Negócios: Por que o Design Thinking se tornará a próxima vantagem competitiva dos negócios", de Roger Martin

Como o pensamento analítico é baseado em dados passados, dificilmente podemos imaginar que aplicando apenas esse tipo de pensamento resultará em algo genuinamente novo. O pensamento puramente intuitivo também pode ter alguns riscos, por exemplo, a ilusão de validade, que é um viés cognitivo, o que significa que resulta na superestimação do resultado a longo prazo de uma observação

O design thinking une essas duas áreas, dando espaço para que o pensamento intuitivo flua livremente, ao mesmo tempo que refina as ideias intuitivas de forma que o risco seja diminuído. Isso é, portanto, um dos aspectos que o torna tão assertivo e capaz de criar soluções que realmente geram valor!

Relembrando: o Design thinking é uma abordagem que combina aquilo que é desejado, com o que é tecnicamente viável e que pode gerar valor de mercado.



As 4 etapas do Design Thinking aplicado

Apesar do Design Thinking não ter uma fórmula pronta, linear e estática, ele possui alguns procedimentos que costumam ser essenciais.

A forma que trabalho com ele consiste de 4 fases ou etapas, onde nas duas primeiras é a definição do problema, e as duas últimas é sobre a solução deste problema.



1 – Pesquisa

Descobrir, conhecer qual é o problema.

É a etapa onde se pesquisa para que o problema seja identificado.

Isso pode se dar através de:

- Entrevistas presenciais;
- Pesquisas aprofundadas;
- Análise SWOT;
- Big data;
- Etc.

Também é hora de escutar o usuário, observá-lo, entendê-lo e visualizar suas necessidades, obtendo o máximo de feedback possível. Quanto mais completo for esse entendimento, melhor será o processo.

Com todas as pesquisas feitas, passamos para a próxima etapa.

2 – Síntese

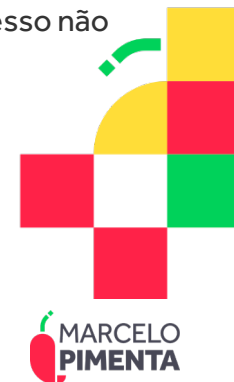
Definir, delimitar qual é o problema, baseado na análise dos dados da pesquisa.

Munido de todos os dados reunidos na pesquisa, é a fase de definir qual é o problema a ser tratado e o que precisa ser resolvido. Essa síntese irá guiar o processo de criação da solução.

É muito importante identificar o problema certo a ser tratado, de forma clara e passível de soluções inteligentes, senão o resultado do processo não será proveitoso.

Sugestão de ferramentas:

- Diagrama de afinidades;
- Mapa da empatia;
- Golden Circle.



3 – Ideação

Desenvolver, criar hipóteses.

É a fase de brainstorm, em que se deve gerar e debater ideias que façam sentido para solucionar o problema devidamente identificado. É de extrema importância que as sugestões fluam sem censura ou medo de errar.

Com várias ideias coletadas, é necessário priorizar quais são as melhores.

Algumas ferramentas sugeridas para essa fase:

- Brainstorming;
- Biomimética;
- Matriz de priorização;
- Mapa visual da solução.

4 – Implementação

Desenhar e entregar soluções.

A última fase é onde os protótipos ou MVPs são testados e então se escolhe o que mais faz sentido para ser implementado.

Algumas ferramentas indicadas nessa fase:

- Canvas de proposta de valor;
- Canvas de modelo de negócio;
- 5H2W.



Como surgiu o Design Thinking?

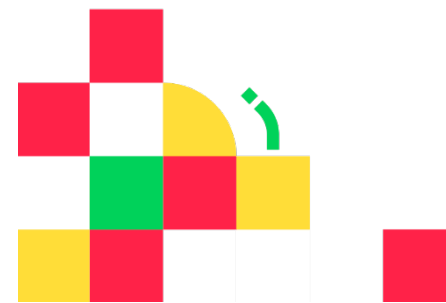
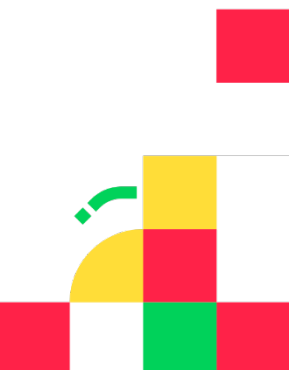
A IDEO costuma ser creditada por inventar o termo “design thinking” e sua prática. Mas a verdade é que muito antes da cunhagem do termo, vemos a aplicação dos seus conceitos.

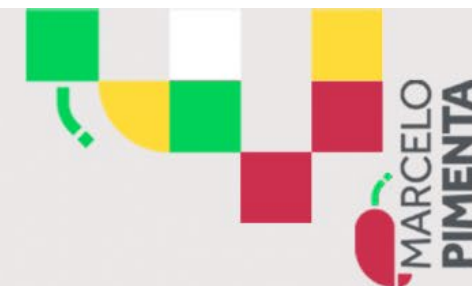
Outra forma de traçar a origem do Design Thinking é em 1919, na Escola de Design Bauhaus, que revolucionou o design com a proposição de **combinação de métodos e técnicas de forma a projetar serviços e produtos que fossem ao mesmo tempo funcionais, esteticamente belos e com uma boa experiência para o usuário.**

O conceito, então, foi se cristalizando em Stanford, na década de 70, com a publicação do livro “Engenharia Criativa” (do professor John E. Arnold) e do “Experiences in Visual Thinking” (do professor Robert H. McKim), que também traziam a ideia dessa abordagem focada no usuário.

A formalização do termo veio, então, na década de 90 por David Kelley, dentro da IDEO, a agência de Design mais famosa do mundo.

Mas essa ideia só foi estourar mesmo após 2006, quando foi reconhecida no Fórum Econômico Mundial e saiu na capa das revistas “Harvard Business Review” em 2008 e “HSM Management” no ano seguinte.





1919
BAUHAUS
 A escola
 Berço de
 Design
 no mundo



**Systematic
method for
designers**

Engenheiro britânico
e professor no Royal
College of Arte defende
pesquisa em design e
ajuda a estabece-la
como disciplina.

1965

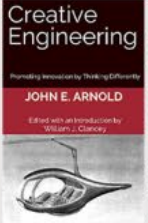
Bryan Lawson
encontra soluções
para problemas
entre as áreas de
engenharia e
arquitetura.




O professor de
Stanford, David
Kelley cria a
D-School. O Hasso
Platner Institute
invstiu 35 milhões
de dolares para
financiar a escola

1959

Professor
estabelece
conjunto
de design de
Stanford,
combinando
engenharia,
arte e resolução
de problemas.



1972

Robert H McKim
propõe nova
abordagem
para design de
engenharia,
aproximando para
o coração do
processo criativo.



experiences in
visual thinking
Robert H. McKim

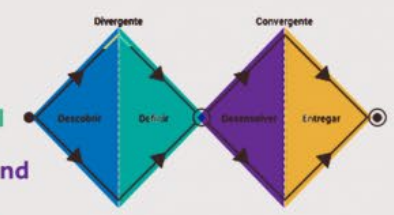
1995
**Edward de
BONO**
 Teach Yourself
to Think



2004

2005

O British
DesignCouncil
populariza o
Double Diamond
(criado em
1996 por Bela
Bánáthy)



Design
Thinking

2014

ISTO É
DESIGN
DE SERVIÇO
NA PRÁTICA.

2019

Linha do Tempo DESIGN THINKING

Quais são as vantagens de utilizar o Design Thinking?

Aplicar o Design Thinking, independente da sua área de atuação, traz uma série de vantagens. O design thinking pode ajudar a criar o ambiente certo para uma compreensão real e muito mais ampla da voz do cliente.

Algumas das vantagens dessa abordagem são:

- Dá a você a oportunidade de ver um problema de uma perspectiva diferente;
- Permite que você investigue um problema para determinar sua causa raiz;
- Estimula o pensamento inovador e a resolução criativa de problemas;
- Garante que o resultado final atenda aos objetivos e requisitos do cliente;
- Resulta em uma experiência mais eficaz e informativa para seus alunos ou colaboradores, aumentando também o ritmo de aprendizagem;
- Permite que você expanda continuamente seu conhecimento;
- Risco reduzido ao explorar novas ideias e inovações;
- Maior competitividade;
- Soluções e ofertas inovadoras;
- Usuários mais felizes;
- Reduz significativamente o tempo de lançamento de um produto ou serviço no mercado;
- Aumenta a retenção e lealdade dos clientes e/ou colaboradores;
- Pode ser aplicado em diversas áreas.

Além disso, o Design Thinking aplicado, oferece **mais receita e retorno**: de acordo com um estudo da McKinsey em 2018, os benefícios financeiros de uma abordagem de design centrada no ser humano são significativos: **32% mais receita e 56% mais retorno total**.

Este extenso estudo mostra que pode haver resultados financeiros significativos, resultados mensuráveis e ROI que resultam de uma abordagem consistente de Design Thinking para os negócios.

O que é possível fazer com Design Thinking?

O Design Thinking é uma abordagem versátil, e devido a essa característica, é possível aplicá-la em diferentes áreas, como negócios (mais comum), educação, arte, turismo, redes sociais, política, inovação e muitas outras.

Para deixar mais claro, confira alguns exemplos de aplicação do Design Thinking :

- Uma empresa em busca de sua próxima grande ideia (criar um novo produto ou serviço).
- Uma organização governamental que tenta fazer com que as pessoas economizem energia ou água (resolver um problema social).
- Uma empresa de tecnologia que deseja um design amigável para um de seus produtos (atender a uma necessidade do consumidor).

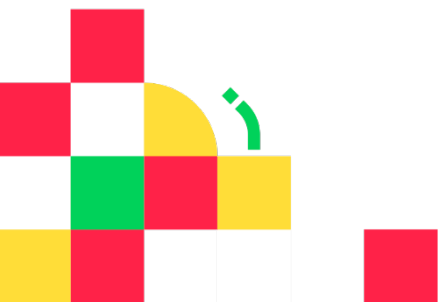
Design Thinking e empreendedorismo

Design Thinking para negócios é a abordagem mais conhecida e comentada.

A capacidade de gerar valor e entender o que as pessoas pensam, desejam, precisam, bem como a melhor forma de entregar isso a elas, torna o design thinking poderosíssimo para empresas.

Através do Design Thinking, você consegue, por exemplo:

- Inovar;
- Melhorar produtos e serviços;
- Ter uma melhor comunicação com o cliente;
- Extrair o melhor dos seus colaboradores.



Design Thinking na educação

Se o Design Thinking foca na experiência do usuário, você não acha que ele é capaz de melhorar a qualidade da educação e adaptar o ensino da melhor forma para os alunos de uma instituição?

Sim, o Design Thinking é também um novo jeito de aprender e ensinar. Essa é uma das afirmações da revista americana Harvard Business Review de setembro.

Aqui no Brasil, por exemplo, já temos o Design Thinking aplicado na educação: o Instituto Educadigital dissemina o uso do design centrado no usuário nos processos educacionais, onde você pode entender como o Design Thinking (DT) pode ajudar a:

- Criar currículos mais interessantes;
- Repensar o uso dos espaços para a educação;
- Trazer processos e ferramentas que tornam a colaboração mais fluída;
- Incentivar a criação de sistemas e redes de troca;
- Tornar o processo mais lúdico e divertido.

Para saber mais sobre o Design Thinking aplicado à Educação, confira esse artigo: [Design thinking para educadores](#).

Design Thinking para Mídias Sociais

Como se destacar e se diferenciar de tantos outros negócios nas redes sociais, conseguindo atrair a atenção de possíveis clientes?

Eu já te dou a resposta: se conectando com o cliente e gerando percepção de valor. Se você ficar postando o que seu cliente não está necessariamente buscando, muito provavelmente sua estratégia vai naufragar.

Você precisa de uma abordagem assertiva para sua estratégia: o Design Thinking, que nessa era das redes vem se mostrando um jeito simples, fácil e descomplicado para se conectar com o cliente.

Quais ferramentas podem ser usadas no processo de Design Thinking?

Além das ferramentas citadas acima, várias outras podem ser utilizadas para ajudar na aplicação de Design Thinking em diversas áreas. Para facilitar, você pode baixar o ebook que ajudei a desenvolver: “As ferramentas visuais para estrategistas”.

Neste livro **totalmente gratuito** fizemos uma coletânea de 17 ferramentas de negócios para te ajudar a inovar usando recursos visuais, dentre elas, você vai conhecer um pouco mais da utilização do Design Thinking para colocar o cliente no centro das operações da empresa.

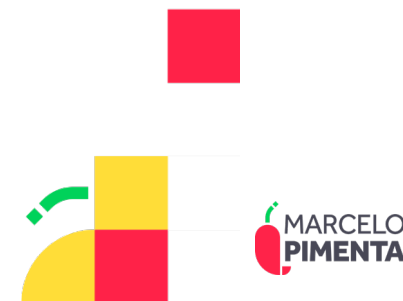
Onde aprender mais sobre Design Thinking?

Para atingir os melhores resultados com Design Thinking, é preciso realmente se inteirar sobre.

Não adianta, o esforço é necessário e recompensado (e acredite, aplicando essa abordagem, você REALMENTE será recompensado). Mas, como sou um descomplicador, vou facilitar para você, te mostrando, nos tópicos seguintes, os melhores livros, cursos, workshops, vídeos e palestras sobre o assunto.

Além disso, confira meu Hub de informações sobre DT, onde você encontra textos de minha autoria e também de outros autores, vídeos, podcasts, ferramentas e cursos.

Vamos agora para outras indicações? Continue lendo!



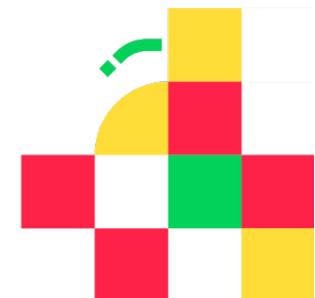
Livros sobre Design Thinking

Aqui estão as minhas indicações das melhores leituras sobre o tema:

1. Teach Yourself to Think
2. Funky Business
3. Design Thinking Inovação em Negócio – gratuito
4. Isto é Design de Serviços
5. Rise of DEO
6. Sprint. O Método Usado no Google Para Testar e Aplicar Novas Ideias em Apenas Cinco Dias
7. O Design de Sua Vida
8. Aplicações do design
9. Como Arquitetos e Designers Pensam
10. Design de Negócios
11. Human Centered Design: Kit de Ferramentas (2ª Edição)
12. Empresa Orientada pelo Design: Como Criar uma Cultura de Inovação Permanente
13. Design Thinking: Inovação em Negócios
14. Design Thinking Brasil: empatia, colaboração e experimentação para pessoas, negócios e sociedade
15. Ferramentas Visuais para Estrategistas

Se você deseja saber mais informações sobre esses livros, confira esse post: [Depois de ler esses livros você nunca mais vai achar o mesmo do design](#)

A maioria deles pode ser encontrada na seção de Design Thinking da Amazon.



Vídeos de Design Thinking

Tenho uma [playlist no Youtube](#) dedicada ao tema! Vídeos complementares. Confira [clikando aqui!](#)

Aproveite que você ainda está aqui e confira o vídeo em que o próprio Menta fala sobre Design Thinking como forma de ver o mundo!

Confira também o meu bate papo sobre o assunto com a querida Clarissa Biolchini, especialista em processos de inovação guiados pelo design, é só [clikar aqui!](#)



Workshop de Design Thinking

Que tal treinar sua equipe para que em conjunto e de forma colaborativa tenham um processo de pensamento crítico e criativo que levam ao desenvolvimento de produtos e serviços focados nas necessidades, desejos e limitações do usuário?

Isso de forma organizada e produtiva, estimulando tomadas de decisões com base na diversidade e inclusão de conhecimentos. Com soluções que na maioria das vezes podem ser implementadas de imediato.

Você pode conseguir isso através do meu Workshop de Design Thinking! [Clique aqui](#) para saber tudo sobre!



Palestra sobre Design Thinking

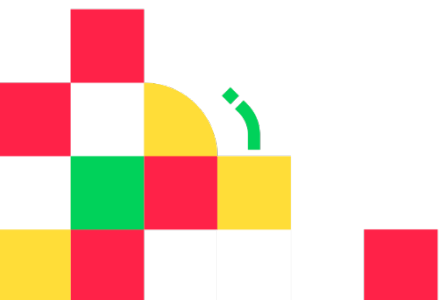
Se o que você busca é atingir seus objetivos através do Design Thinking, eu posso te ajudar.

Além de treinamento, ofereço também palestras sobre Design Thinking e Inovação.

Você pode conferir sobre minhas palestras [clikando aqui](#), e revolucionar sua empresa, aumentando a sua receita, satisfação de clientes e colaboradores!

Não importa o que você faça: nunca pare de aprender, gerar valor e inovar!

Te vejo na próxima!



Conheça nossos cursos:



Fundamentos

Aprenda design thinking para criar produtos e serviços que os clientes querem. Você aprenderá:

- Por que hoje é fundamental inovar com foco no usuário
- O que é design centrado no ser humano
- Porque design thinking é uma abordagem e não uma ferramenta
- Os pilares do design thinking

SAIBA MAIS



Design Thinking

Este módulo faz parte do Track de Inovação da ESPM e aborda os seguintes assuntos:

- Conceitos de Design Thinking e Design Centrado no Usuário
- Casos de empresas que utilizaram ou utilizam as ferramentas do Design Thinking
- Como utilizar o Design Thinking para a inovação em diferentes segmentos
- Contextualizar diferentes autores, abordagens e referências para quem quer aprofundar-se no assunto
- Prática de aproximadamente vinte ferramentas entre elas a matriz CSD, painel colaborativo, mapa da empatia, jornada do usuário, SCAMPER, entre outras.

SAIBA MAIS



Workshop de Design thinking

O workshop de Design Thinking é a forma que criamos para desenvolver de forma colaborativa a cocriação de soluções criativas e viáveis para rápida implementação. É um treinamento “on the job”, dinâmico e divertido. Desenvolve a capacidade criativa e o espírito de trabalho em conjunto, capacitando a equipe e utilizar a abordagem em seu dia a dia, trazendo os melhores resultados para a empresa, área ou negócio.

SAIBA MAIS

Depoimentos

marcelo.pimenta.com.br/



Vagner Renato B.

★★★★☆ há um mês

Ate o momento, estou gostando muito do curso, boa dinamica e muitos truques. Obrigado

[Mostrar menos](#) ^

Esta avaliação foi útil?



[Denunciar](#)



Valéria Dacanal G.

★★★★☆ há 5 meses

Gostei, traz bons exemplos e visão prática.

[Mostrar menos](#) ^

Esta avaliação foi útil?



[Denunciar](#)



Claudia Z.

★★★★★ há 7 meses

Gostei muito. Superou minhas expectativas.

Esta avaliação foi útil?



[Denunciar](#)



Ana Caroline Brandão S.

★★★★★ há um ano

Gostei da didática do professor. Explica de forma simples e objetiva. A organização dos módulos, exemplos e materiais disponibilizados agregam muito ao curso. Realmente descomplicou o design thinking.

[Mostrar menos](#) ^

Esta avaliação foi útil?



[Denunciar](#)



Taciana Kelly G.

★★★★★ há um ano

Fera, obrigada pelo presente. A primeira palestra sua no SEBRAE que assisti esse tema também foi abordado (uma novidade para mim). Não tem como a gente sair sem ter uma ideia geral do tema, seus exemplos são riquíssimos. Vida longa ao mestre

[Mostrar mais](#) v

Esta avaliação foi útil?



[Denunciar](#)



Cléia Regina P.

★★★★★ há um ano

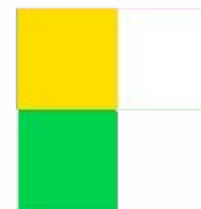
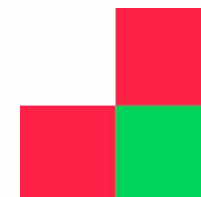
É muito interessante, não conhecia sobre o assunto, já havia escutado o nome design thinking, mas não fazia ideia do que se tratava, só que é viciante, despertou algo dentro de mim que não sei explicar e o interesse em me aprofundar mais no tema. Gratidão pela entrega de forma leve e empática.

[Mostrar menos](#) ^

Esta avaliação foi útil?



[Denunciar](#)



Siga o Professor Marcelo Pimenta nas redes sociais!

Marcelo Pimenta Inovador

