

NOME: SANDRO FERREIRA DE SOUZA

TÍTULO: O DESIGN DE QUEM NÃO É DESIGNER – CONFRONTANDO AS MELHORES PRÁTICAS

AUTORES: MARCELA VIEIRA DE MELLO; RAFAYA BOTTARO DE MELLO; SANDRO FERREIRA DE SOUZA

ORIENTADOR:

AGÊNCIA FINANCIADORA (se houver): FAPEMIG

PALAVRA CHAVE: METODOLOGIA; DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS; DESIGN

RESUMO

Existem muitos produtos desenvolvidos por pessoas sem formação em design. E não é raro encontrar entre eles casos de extremo sucesso que são, ou foram, líderes de mercado e inovadores. Isto acontece em diversos segmentos e com exemplos significativos, como os casos do Walkman, das lâminas de barbear da Gillette, do band-aid, do clips de papel, da máquina de escrever, entre inúmeros outros. Todos estes são produtos que foram criados por pessoas sem formação acadêmica em design ou em cursos equivalentes que possam instruir o indivíduo sobre o processo de desenvolvimento de produtos. O mesmo fato acontece no ramo da indústria moveleira, principalmente entre as microempresas que, em sua maioria, não possuem estrutura empresarial organizada, acarretando em sobrecarga de funções no proprietário e entre elas, o desenvolvimento de produtos. Este fato, no entanto, não impede que tais empresas lancem suas peças no mercado e tenham avantajados lucros sobre suas vendas. O sucesso dos produtos destas microempresas é normalmente creditado às cópias, tornando a indústria moveleira alvo de críticas e processos jurídicos em relação ao plágio. Tendo em vista o sucesso destes produtos e destas empresas e considerando a notória falta de conhecimento específico sobre metodologia, este trabalho busca o estudo dos métodos utilizados pelas microempresas, estabelecendo um modelo de processo de desenvolvimento de produtos baseado em suas melhores práticas. Espera-se ao final desta análise obter informações que possam instruir melhor os alunos em relação à realidade do seu mercado de trabalho, facilitando sua inserção e, ao mesmo tempo, instruir as empresas sobre possíveis falhas em seus métodos, ao compará-los aos dos autores especialistas da área. Para a realização deste trabalho tomou-se como base de pesquisa o pólo Moveleiro de Ubá e Região, um dos mais representativos do país. Segundo o Sindicato Intermunicipal das Indústrias de Marcenaria de Ubá e Região – INTERSIND, o pólo é constituído por nove cidades vizinhas, (Ubá, Tocantins, Rio Pomba, Rodeiro, Guidoal, Guiricema, São Geraldo, Visconde do Rio Branco e Piraúba) e conta com cerca de 350 empresas, sendo em sua maioria micro e pequenas. Segundo relatório de pesquisa do SEBRAE, intitulado T0 (Tempo Zero), sobre o APL de móveis de Ubá, o pólo é formado por aproximadamente 27% de microempresas. O trabalho então teve início por pesquisa em revistas e internet em busca de casos de sucesso de produtos variados, em que seu criador / desenvolvedor não tivesse conhecimento específico em design. Em seguida, foram levantadas microempresas do Pólo Moveleiro de Ubá e Região. As empresas foram analisadas inicialmente por site, catálogo, visitas informais e busca de referência com profissionais e órgãos, a fim de caracterizá-las como de interesse de pesquisa ou não. Caracterização realizada, o trabalho seguiu pela realização de entrevistas semi estruturadas aos responsáveis pelo desenvolvimento de produtos das microempresas. Foram entrevistadas aproximadamente um terço delas, todas sendo ocorridas nas próprias sedes. As entrevistas foram realizadas com a finalidade de conhecer o método de desenvolvimento de produtos destas empresas e qual seu conhecimento na área do design, no aspecto da metodologia de desenvolvimento de produtos. O trabalho seguiu com a descrição de um modelo de desenvolvimento de produtos baseado no resultado destas entrevistas. Posteriormente foi elaborada a revisão bibliográfica, utilizando como base de pesquisa a biblioteca da Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG, campus Ubá. Esta etapa teve como finalidade a busca de informações sobre os métodos de desenvolvimento de produtos já publicados, a fim de encontrar os pontos em comum entre estes e o realizado pelas microempresas, a fim de entender se estas seguem, mesmo que de forma parcial e não intencionada, a teoria de algum dos autores. Desta forma consegue-se interpretar melhor, dentro da linguagem acadêmica, o trabalho realizado pelas microempresas. O trabalho encontra-se hoje, na etapa de comparações dos métodos e análise. Com base nas primeiras pesquisas, o trabalho conclui ser possível que pessoas sem o conhecimento técnico e teórico do design e de metodologia desenvolvam produtos vencedores e inovadores. Porém, para isto, o criador satisfaz algumas das situações a seguir, individualmente ou combinadas: i) É usuário do produto e reconhece, pelo uso diário, uma possibilidade de melhoria; ii) Percebe alguma oportunidade de negócios e busca a criação de um produto que satisfaça determinada área ou mercado; iii) Conhece a fundo o processo produtivo de um determinado setor e é capaz de propor algum conceito de produto dentro deste aspecto; iv) Estabelece parceria com empresas ou pessoas que possam resolver o sistema produtivo do produto. As entrevistas realizadas nas empresas apontam para um resultado similar. O método de desenvolvimento de produtos segue uma estrutura básica e resumida do que é proposto pelos autores, porém com dois pontos fortes que se destacam: i) O conhecimento do mercado; ii) o conhecimento profundo sobre os métodos de produção. No primeiro caso obtêm-se informações através de visitas a feiras setoriais, visitas às lojas revendedoras de seus produtos e informações transmitidas diretamente pelos seus representantes. Isto auxilia a determinar os requisitos que os produtos devem atender para atender as necessidades do seu cliente final. Já no segundo caso, o conhecimento técnico auxilia a aumentar a produtividade das peças, conseguindo, com isto diminuir o custo e aumentar os lucros, além de permitir a possibilidade de trabalhar melhor os descontos e concessões das negociações.