



A IMPORTÂNCIA DO GESTOR DE DESIGN NA INDÚSTRIA DE CONFECÇÃO

The Importance Of The Design Manager In The Confection Industry

Grangeiro, Sara Ruth Araújo; Especialista em Gestão de Design de Moda;(FACULDADE ATENEU) sararuthmbc@hotmail.com;¹
Dornas Damasceno, Ana Carolina Beserra Especialista em Gestão de Design de Moda;(FACULDADE ATENEU) carolina.dornas.moda@hotmail.com²
Almeida, Regina Celia Santos . Mestra FACULDADE ATENEU) regina.almeida@fate.edu.br;³

Resumo: Este artigo busca esclarecer a função e a necessidade de um gestor de design dentro da indústria de confecção, e sua importância nos resultados em vários aspectos dentro da indústria. Com isso foi proposto um novo modelo de gestão de Design e trazendo para a prática, usando a tecnologia como um facilitador e diferenciador para o desempenho das atividades do Gestor dentro da indústria de confecção foi possível concluir que a importância da presença desse profissional.

Palavras chave: Gestão de Design; Design de Moda; Estratégia de Design

Abstract: This article seeks to clarify the role and need of a design manager within the apparel industry, and its importance in the results in various aspects within the industry. With this was proposed a new management model of Design and bringing to the practice, using technology as a facilitator and differentiator for the performance of the Manager activities within the apparel industry was possible to conclude that the importance of the presence of this professional.

Keywords: Design Management; Fashion design; Design Strategy

Introdução

O trabalho tem por principal objetivo demonstrar a importância da figura do gestor de Design na indústria de confecção, como um facilitador na disseminação da

¹ Especialista em Gestão do Design de Moda – Faculdade Ateneu - 2017

² Especialista em Gestão do Design de Moda – Faculdade Ateneu - 2017

³ Mestra em políticas Públicas e Gestão da Educação Superior (UFC,2009)Especialista em Gestão Universitária (UFC, 2007)Bacharel em Estilismo e Moda (UFC, 2003)



informação, transformada em conhecimento para toda a corporação. Foi realizada uma pesquisa de caráter exploratório, qualitativa, pesquisas bibliográficas e análises de dados coletados, como também pesquisa de campo realizada com funcionários que trabalham na indústria de confecção escolhida para o estudo ou pesquisa através de entrevistas por análise de discurso, já que por esse método permite analisar a percepção individual sem interferência de outros meios

A pesquisa foi realizada em uma empresa de confecção de vestuário, com dois setores, o setor de criação composto por três Designers de Moda - todos com formação superior em Design de Moda, um Designer Gráfico - autodidata, setor de desenvolvimento de produto com duas assistentes, uma com formação em Design de Moda, e outra apenas com a vivência de fábrica.

A empresa em questão está localizada na cidade de Fortaleza – Ceará, atua no mercado há 37 anos no segmento de moda principalmente feminino, tendo o segmento jeans como carro chefe, trabalha ainda com uma linha masculina, porém com pouco desenvolvimento e investimento para esse segmento, e no ano de 2014 começou trabalhar com segmento infantil, vestindo do tamanho 2 ao 14 anos. Seu público-alvo acaba sendo bem segmentado por contas dos três mix de produtos trabalhados.

A empresa em questão é de médio porte, considerada indústria, onde são concentradas atividades como setores de Criação, Produto, Modelagem, Pilotagem, P.P.C.P, Engenharia, Corte, Almojarifado, Compras, Marketing, Comercial, RH, Setor Pessoal, Financeiro, Fiscal, Crédito, Cobrança, T.I e Diretoria, os demais processos são terceirizados. A empresa não permitiu divulgação do nome nem mesmo forneceu algumas informações privadas para melhor entendimento de alguns processos, como falhas e ou fatores determinantes que facilitaríamos o melhor entendimento do presente estudo.

A coleta de dados foi obtida pessoalmente e individualmente com cada participante seguindo um roteiro de quatro questões abertas, elaboradas com base na teoria e nos conceitos de gestão de design e design com estratégia de Mozota (2011). As perguntas tentam filtrar dos demais participantes o que eles entendem sobre o que



é um gestor, qual a sua necessidade no âmbito da indústria e no que ajudaria a empresa se caso tivesse um.

O gestor de Design: uma ferramenta usada como estratégia

A principal função e desafio de um Design é conseguir identificar o desejo dos consumidores e transformá-lo em produto trazendo sempre a inovação, conforme (FRASER, 2013, p. 17) afirma que como a natureza dos negócios muda continuamente, sua vantagem competitiva será determinada pela estratégia que você conceber para o sucesso no futuro, bem como pelos princípios e práticas que moldam a cultura de inovação. Um aspecto importante de qualquer empresa é a capacidade de aproveitar novas oportunidades de crescer em todos os níveis. A prática do Design para negócios pode ajudar a melhorar a capacidade coletiva de se adaptar e crescer em um contexto social e de negócios em constante mudança. É importante ressaltar que a aplicação das metodologias de design também pode gerar de imediato valor na empresa apenas por implementar maneiras diferentes de agir, conforme examinado no último capítulo. O Design para Negócios pode gerar valor na empresa por:

- Criar foco e sensibilidade mais forte em relação ao cliente.
- Permitir maior exploração de ideias no processo de planejamento.
- Estimular a colaboração, o diálogo e o aprendizado como partes do desenvolvimento.
- Criar alinhamento e produtividade maiores por meio de estratégias claras e focadas.

Existe um longo caminho a ser percorrido até o desenvolvimento de um produto e para que isso ocorra é de fundamental importância a presença de um gestor, ministrando todas as etapas a serem desenvolvidas de forma correta e satisfatória, conseguindo assim chegar ao protótipo final que será levado para teste e aprovações. (MOZOTA, 2011, p. 145) destaca que o design é uma ferramenta de gestão que cria diferenciação nas capacidades internas da empresa. O design não é mais visto como apenas um resultado relacionado à forma, mas como um processo criativo de gestão de



ideias, de inovação e de pesquisa e desenvolvimento, e que modifica a estrutura tradicional do gerenciamento de processos em uma empresa.

No presente estudo, mediante a pesquisa desenvolvida para coleta de dados que serão usados como base para discussão nesse artigo, foi comprovado que a principal deficiência dentro da organização é a falha na comunicação entre setores, bem como a necessidade de ter um profissional que direcione, oriente e organize o desenvolvimento dos processos, tanto ligado a parte produtiva, quanto comunicativa entre setores e membros da empresa.

O processo de produção fabril dentro da indústria de confecção está fortemente ligada à atividades técnicas, desempenhadas por uma equipe que colocarão em prática o projeto desenvolvido pela equipe de planejamento. Esta se trata não somente de estilistas que irão esboçar as idéias, mas sim toda a equipe que está envolvida. Para obter sucesso em uma coleção é necessário um estudo e análise minuciosa de mercado, processos, capacidade produtiva entre outros.

Segundo Treptow (2003) “o Design tem por obrigação antes de desenvolver uma coleção, conhecer a capacidade produtiva da empresa e por quais produtos ela é conhecida no mercado. Ele é responsável não somente pelo aspecto estético dos produtos, mas também por sua viabilidade comercial, financeira e produtiva”. Com base nisso, é preciso que esse Design atuando como gestor reúna os setores envolvidos nesses critérios citados, sendo estes o setor comercial, financeiro e industrial.

Frings (2012) complementa ainda fortalecendo a idéia de um bom planejamento e análise, segundo ela os profissionais da moda devem estar atentos ao que está acontecendo no mundo, incluindo economia, política, demografia e mudanças sociais e em como esses eventos e condições afetarão os seus negócios.

Uma coleção mal sucedida, tanto no aspecto produtivo, financeiro e comercial, resultará em prejuízos a empresa, muitas vezes irreparável. De acordo com Frings (2012 : 88), “Sem uma pesquisa adequada, ou com uma mudança inesperada dos acontecimentos, a mercadoria acaba parada nas prateleiras e cabides, causando prejuízos - e até mesmo encerramento de negócios - para produtores, fabricantes e varejistas”.



De acordo Treptow (2013, p. 63), “Segundo a consultora de moda e professora Dhora Costa, a gestão estratégica do design é uma atividade que congrega a parte técnica da empresa com o setor de criação, em que as ações exigem mais conhecimento de gestão do que intuição ou sensibilidade estética”. E é exatamente isso que esse artigo aborda, a importância da presença de um profissional que consiga organizar e desenvolver um plano de estratégias para o melhor desempenho das funções, fazendo análises minuciosas, melhorando a comunicação, transmitindo informações entre os membros e tendo um melhor resultado no fluxo de desempenho das atividades, atingindo resultados satisfatórios.

O Gestor de Design como mediador nas etapas do processo de desenvolvimento de um produto

Existem etapas que são percorridas ao longo de todo o processo de criação de um produto, conheceremos algumas delas para melhor entendimento sobre o trabalho desempenhado pelo Gestor. A primeira já foi citada, pesquisa e análise de mercado em todos os aspectos, pesquisa de tendências (matéria-prima, novas tecnologias atreladas a moda, cores, cortes, estações, entre outros), capacidade produtiva, análise de coleções anteriores, análise do calendário de vendas, entre outros que sejam necessárias para a empresa em questão.

Após a etapa de pesquisa, dá-se início a etapa de planejamento. É nesta etapa que as ideias absorvidas durante a fase anterior serão analisadas e planejadas para que se tornem possíveis dentro da realidade de cada empresa. (MOZOTA, 2011, p. 147) afirma que a imaginação é o novo combustível das empresas. Nesse contexto, as ideias são a base da inovação. Uma ideia torna-se uma inovação quando é integrada a estratégias de sucesso. Em um contexto em que o papel da ciência na inovação tende a diminuir, um novo poder é conferido a indivíduos com perfis não convencionais (Steiner, 1995), como os designers. Com isso vemos também o posicionamento por meio do conceito *VENTURE* conforme explica (Martins R. F., 2004) Este modelo, de PUERTO (1996), trata de um conceito de organizações para novos produtos e é denominado “método do empreendimento ou da aventura” – o conceito *Venture* – estrutura atraente para empresas organizadas de forma tradicional e que teriam dificuldades em gerenciar



o design. Propõe potencializar a habilidade de assegurar a relevância das atividades do design e a aceitabilidade dos resultados de design dentro das organizações, e que a equipe de design trabalhe no mesmo nível hierárquico da alta administração, sem fazer parte da estrutura vertical. Percebe-se que a valorização no sentido de aceitação da presença desse profissional como mediador de etapas e processos é necessário para a criação, prática e viabilização do processo de modo geral.

É o momento de triagem, de tornar as ideias enxutas, organizadas, para que venham se tornar em produto mas dentro de um prazo estipulado pela equipe com metas elaboradas, calendário produtivo definido e claro, definição de uma linha de produto viável nos aspectos financeiros, comerciais e produtivos para a empresa. De acordo Treptow (2003 : 91), “ A reunião de planejamento discute a sistematização da coleção (variedade e quantidade de produtos) (BACARO, 2008) , a proporção de peças com maior ou menor conteúdo de moda (mix de moda) , o tempo de execução da coleção, o capital de giro disponível o potencial de faturamento (PIRES, 2000)”.

Durante essa etapa a presença do gestor é fortemente necessária, e com as informações absorvidas nas etapas anteriores e análise da empresa em questão, esse gestor conseguirá traçar as estratégias necessárias e desempenhar a função de diligente, orientando os membros da equipe envolvidos no processo, com ações através da transferência de informações entre os mesmos. Nesta etapa a comunicação entre os membros do processo é de grande importância, os bons relacionamentos possibilitam condições para o compartilhamento de *insights* e o surgimento de ideias que tragam sempre melhoria para o desempenho das atividades durante o processo.

Após a realização eficiente dessas etapas iniciais, pode-se afirmar que conseguirão minimizar erros e ter um maior controle de possíveis eventualidades que venham ocorrer durante o processo. Nas etapas seguintes esse gestor irá acompanhar o processo técnico de desempenho produtivo da criação do produto, será dado o início a parte prática do processo, o gestor irá acompanhar e analisar se tudo que foi traçado no cronograma de planejamento será atendido e correspondido conforme o esperado.

Depois que toda a pesquisa foi realizada, chegou o momento de colocar em prática esboçar as ideias, transferi-las para o papel em forma de desenho. Este desenho será elaborado em uma ficha técnica que atua como um documento que circulará por todos os



setores como uma guia, é onde estarão todas informações específicas referentes ao modelo desenhado. De acordo com Treptow (2003 : 161), “ A ficha técnica é o documento descritivo de uma peça de coleção. Ela inclui ilustrações e anotações sobre materiais utilizados, dimensões do modelo, procedimentos de manufatura e acabamentos”. É a partir da ficha técnica que o setor de custos e o departamento comercial estipularão o preço de venda; que o setor de planejamento e controle da produção calculará os insumos necessários para a fabricação conforme os pedidos e que o setor de compra efetuará a aquisição da matéria-prima (tecidos e aviamentos).

Segundo Frings (2012 : 230), “O Designer faz um desenho técnico, um desenho proporcional que mostra todos os detalhes exatos da linha de costura e aviamentos, que deve ser suficientemente claro para que o modelista o possa usar como guia.” Passando para a etapa seguinte, chegou o momento de redimensionar o desenho, viabilizando-o ao tecido escolhido, bem como os recortes proposto pelo estilista. Nesta fase o modelista pode orientar o que de fato é possível e viável no modelo proposto, muitas vezes nela ocorrem modificações que ajudaram a facilitar a produção das peças, e o gestor pode acompanhar e entrar em consenso entre desenho - modelagem. Segundo Frings (2012 : 231) “O próximo passo no processo de desenvolvimento de produto é fazer o primeiro molde, que é usado para cortar e costurar o protótipo, ou peça de amostra. O modelista pode usar três métodos diferentes para fazer os moldes: moulage, modelagem plana ou molde gerado por computador. Moulage: O modelista ou o assistente do designer usa o método de moulage, ou modelagem tridimensional, para cortar e dar forma ao tecido de algodão cru ou qualquer outro tecido simples em um manequim e criar um molde. Modelagem Plana: Primeiro, as formas básicas, como modeladas tridimensionalmente ou rascunhadas. Rascunhar é delinear um conjunto de medidas prescritas em papel. Esses padrões, uma vez testada a sua precisão, tornam-se bases de modelagem que podem ser alteradas ou adaptadas a cada novo estilo mudando-se a posição de pences e costuras. O método de modelagem plana utiliza ângulos, régua e curvas para alterar os moldes em cartão já prontos”.

Ainda existe o molde gerado por computador, este por sua vez é feito em um software que otimiza o tempo produtivo, segundo Frings (2012 : 253), “Moldes feitos em computador : Na maioria dos fabricantes ou fábricas, no entanto, os moldes são feitos em computador. Usando um softwares de design assistido por computadores(CAD - computer-

7



aided design), o modelista manipula moldes gráficos pequenos na tela do computador com um controle de mãos; ele pode tanto fazer moldes novos como alterar moldes existentes”.

Seguindo o ciclo de produção do protótipo, depois de a idéia ser transferida e redimensionada, será levado ao corte da peça piloto, seguindo para a fase de pilotagem, neste momento o costureiro irá unir as peças, usando as máquinas de costura específica para cada tipo de operação. Neste momento também é importante a presença do gestor, bem com a engenharia de Produção da empresa acompanhado de um cronometrista, estes profissionais verificam tempo e custo de operações, e auxiliaram promovendo melhorias para o processo produtivo. De acordo com Treptow (2003 : 154), “ O protótipo ou peça-piloto, é confeccionado por um costureira polivalente, chamada pilotista ou piloteira, capaz de discutir com o designer e o modelista as dificuldades encontradas ao costurar a peça e propor alterações que a tornem de produção mais fácil”. A presença do gestor sempre será de real importância durante a execução de cada etapa, veja que a cada processo pode ser melhorado, estudado e analisado, viabilizando sempre uma melhoria para o modelo proposto.

Após a peça piloto ser confeccionada será encaminhada para a etapa de aprovação, o momento crucial para toda a equipe. Neste momento será analisado não somente o visual estético, mas também a viabilidade comercial, financeira e produtiva, mesmo todos esses aspectos tendo sido abordados na etapa anterior, é nesta ocasião que tudo será colocado à prova, e ver se de fato as suposições e análises feitas no início do processo estavam corretas e se o projeto pode entrar em fluxo produtivo em grande escala.

Aprovada a peça, dará início ao processo produtivo em grande escala, será levado para aprovação de custo de forma precisa e medido o consumo de matéria-prima utilizado na peça, tecidos e aviamentos. Posteriormente o molde será graduado para os outros tamanhos, visto que é desenvolvido somente um tamanho para a montagem da peça piloto.

Essa graduação pode ser feita manualmente, algo que requer mais tempo, porém é necessário ser rápido e ágio quando se trata em produtos de moda, com isso mais uma vez a tecnologia entra como um grande facilitador para as empresas, e cabe ao designer na figura de gestor ser responsável por orientar as empresas a prospectar novas



tecnologias para ambiente fabril. O mesmo sistema utilizado em modelagem por sistema computadorizado, existe o sistema CAD CAM (computer-aided manufacturing), sendo este rápido e econômico, que são pontos fortes para a aceleração e viabilização do tempo produtivo. Treptow (2003 : 158), “ O sistema CAD CAM pode configurar uma graduação automaticamente através de tabela de medidas, via mouse com controle de ângulo e distância, ou por regras de graduação gravadas no sistema”.

Moldes graduados serão encaminhados para a fase seguinte, o risco de corte, ou encaixe. Treptow (2003 : 160), “ O sistema CAD CAM apresenta as maiores vantagens economizando tempo e matéria-prima. Os mais avançados sistemas CAD CAM oferecem ferramentas de encaixe automático ou interativo (ajustado pelo operador). Quando o encaixe é concluído, o sistema informa o consumo total de tecido no encaixe, o consumo médio por peça e o índice de aproveitamento”.

Por fim as peças são encaminhadas ao corte, podendo ser manual ou a laser, onde uma máquina controlada por um sistema recebe o desenho e efetua o corte das peças, sendo este um investimento muito alto e precisa ser analisado por parte do financeiro de cada empresa, se é possível tal investimento. Após cortadas, as peças são separadas e encaminhadas para a produção - costura, podendo ser feitas por terceirizados (oficinas de confecção ou produção interna. Dependendo dos processos envolvidos, são levadas para estamparia, bordados, e outros processos de beneficiamento têxtil. Peças costuradas serão levadas ao processo de acabamento, limpeza das peças, aplicação de botões, placas, etiquetas e outros aviamentos, ensacadas e encaminhadas ao PDV (ponto de venda).

Mediante todas as análises do processo de criação de um produto dentro de uma empresa de confecção, nos possibilita verificar e analisar a importância deste profissional durante todo o processo. Visto as informações mencionadas sobre o trabalho que deve ser realizado por este profissional dentro da indústria de confecção, pode-se afirmar que as atividades desempenhadas pelo mesmo podem ser identificadas como um mecanismo de estratégia.

Portanto esse gestor necessita de uma qualificação e alto desempenho para atingir todos os objetivos da empresa, desde os financeiros aos de produtividade.

A indústria 4.0 como ferramenta para o designer



Estamos vivendo o momento da revolução tecnológica e da informação, isso é resultado das mudanças que acontecem no mercado promovendo sempre a busca por inovação. O mercado é modificado de acordo com as necessidades dos consumidores, isso explica muito o que vem acontecendo com os novos modelos de negócios que vem sendo lançados, empresas que trabalham sempre procurando conhecer seus consumidores e conseqüentemente o que eles buscam, trabalham sempre inovando e se adaptando ao seu cliente, ao mercado e o que é possível fazer dentro do cenário empresarial.

Dentre as inovações propostas, a tecnologia vem sendo usada como um diferenciador e por que não dizer um facilitador na disseminação da informação. (Morales, 2007) explica que a tecnologia da informação (TI), que é gerada e explicitada devido ao conhecimento das pessoas, tem sido, ao longo do tempo, cada vez mais intensamente empregada como instrumento para os mais diversos fins. É utilizada por indivíduos e organizações, para acompanhar a velocidade com que as transformações vêm ocorrendo no mundo; para aumentar a produção, melhorar a qualidade dos produtos; como suporte à análise de mercados; para tornar ágil e eficaz a interação com mercados, com clientes e até com competidores. É usada como ferramenta de comunicação e gestão empresarial, de modo que organizações e pessoas se mantenham operantes e competitivas nos mercados em que atuam. Com base nisso, além de sua rápida evolução, é cada vez mais intensa a percepção de que a tecnologia da informação e comunicação não pode ser dissociada de qualquer atividade, como importante instrumento de apoio à incorporação do conhecimento como o principal agregador de valor aos produtos, processos e serviços entregues pelas organizações aos seus clientes. Não somente na transmissão de informação de banco de dados específicos da empresa que acabam facilitando os processos, mas também permite que ocorra análises de informações e construção de estratégias para solução de possíveis problemas e ou ainda melhorar processos.

A tecnologia também está presente no que se refere a automação, a internet das coisas, estamos no momento de observar, perceber e se informar sobre o conceito de revolução 4.0, a revolução da era digital voltada para automação. (1, 2, 3, & 4, 2015) explicam o conceito de revolução 4.0 citando que embora a globalização ofereça grandes



oportunidades, como o aumento da demanda mundial, melhores condições de aquisição e de produção, ela cria também alguns desafios para a indústria de forma geral. Por exemplo, as empresas devem aumentar constantemente a sua produtividade e flexibilidade, comercializar novos produtos e, ainda aumentar os níveis de desempenho e eficiência em ciclos cada vez menores, para suportar o aumento desta concorrência global (Russwurm, 2014).

O objetivo da Indústria 4.0 é explorar o potencial resultante do uso extensivo da internet, a integração de processos técnicos e processos de negócio, o mapeamento digital e a virtualização do mundo real, e também a oportunidade de criar produtos inteligentes (VDE,2013).

Para Russwurm (2014, p.2) "... o uso inovador de processos totalmente digitalizados, *hardware* e *software* industrial com base em normas abertas, constituem a base tecnológica para esta evolução na indústria. Esta é a visão discutida na Indústria 4.0." Este conceito prevê uma rede global de tecnologia de produção distribuída com controladores incorporados nas linhas de produção.

A Indústria 4.0 possui três elementos principais: rede de produção, ciclo de vida do produto e da produção e os Sistemas Ciber-Físicos (SCF) (RUSSWURM, 2014).

1. A cadeia de valor está desempenhando um papel cada vez maior. A interoperabilidade do ERP (*Enterprise Resource Planning* - Planejamento dos Recursos Empresariais) entre fornecedores vai progredir para criar uma transparência total e uma ligação com a administração da empresa. Toda a informação necessária estará disponível em tempo real através das interfaces da empresa.
2. A fusão dos ciclos de vida do produto e da produção com base em um modelo de dados uniforme; somente então, os requisitos resultantes de ciclos de vida de produto cada vez mais curtos podem ser técnica e economicamente gerenciados.

Os sistemas ciber-físicos (SCF) são integrações da computação com os processos físicos, onde computadores e redes de monitoramento se incorporam para o controle de processos (LEE, 2006). São a base para uma maior flexibilidade e, por conseguintes tempos mais curtos para o mercado. Estas unidades de produção podem ser facilmente integradas nos processos de produção existentes.



Muitas empresas que buscam sempre a inovação e estão atentas aos avanços e mudanças mercadológicas já conseguem perceber e sentir esta modificação. Com isso estão investindo e trabalhando em cima desses novos modelos de negócios. Resultado disso, é possível perceber de forma direta nos processos que levavam mais tempo para serem executados, agora estão cada vez mais ágeis, rápidos e realizados com maior eficiência graças a automação e desenvolvimento de softwares que atuam como facilitadores e otimizadores de tempo e custo com processos.

Desse modo conseguimos inserir o Designer como fator estratégico usando as facilidades promovidas pela tecnologia, esse profissional obviamente precisa estar atento aos novos modelos de negócios propostos pelo mercado, especializado e informado sobre. O Designer atuará dentro do processo, e não somente na concepção do projeto como de fato vem acontecendo, ele conseguirá interferir durante todos os estágios do processo. Este artigo demonstra a importância desse profissional dentro da indústria de confecção, mas não somente para desenvolver apenas sua atividade principal de formação e sim uma agente de transmissão de informação e se tornar um engenheiro de processo, onde o mesmo consegue agir desde a concepção do projeto e intervir durante as etapas do processo com melhorias. Este por sua vez deverá ser diligente e saber agir e resolver problemas e gargalos sempre com as melhores soluções mediante as informações retidas durante as etapas, e até o final do processo garantir o sucesso da reprodução final do produto em larga escala. Esta proposta do Designer atuar como engenheiro de processo, acaba gerando uma grande melhoria para o desenvolvimento linear do processo, evitando o contra-fluxo do mesmo. Resultado disso, são etapas concluídas de forma bem sucedida, e sem quebra de harmonia processual.

O Designer e a Tecnologia 4.0

A presença desse gestor constantemente analisando todas as etapas cuidadosamente é de grande importância e necessário, ver se a matéria-prima utilizada está em bom estado, se condiz com o preço final da peça e se a mesma criará problemas durante sua produção. De fato é mais simples produzir uma peça quando se compara a uma linha de produção em larga escala e ou ainda por terceiros, acompanhar operações das peças, pois isso entrará diretamente no custo final da peça, bem como o grau de dificuldade da mesma tornando-a demorada. Deve ser feito também a análise em cima



dos processos de beneficiamento que serão feitos na peça que vão desde lavanderias, bordados, estamparia, entre outros, pois tudo isso deve ser levado em consideração. É esperado por parte do gestor que eventuais surpresas aconteçam durante o processo, portanto esse gestor já deve estar preparado em seu cronograma com tempo extra para possíveis problemas, caso isso não aconteça irá gerar o atraso de entrada de mercadoria no PDV e como o produto em questão são produtos de moda, o atraso do mesmo resultará em prejuízos à empresa em vários aspectos.

Com isso vemos que a tarefa de acompanhamento dessas etapas requer muito tempo, e cria a necessidade de um ciclo longo e que depende bastante de um gestor, dessa forma a idéia é acompanhar o mercado, chegar primeiro e atender ao consumidor de forma rápida e eficaz, e esse modelo arcaico de manter planilhas alimentadas e entrega de relatórios acaba tirando o foco principal que é produzir rápido, e a não quebra do fluxo produtivo.

Como foi citado anteriormente, sobre a revolução 4.0 e sobre a internet das coisas e o uso da tecnologia como facilitador, esta sendo usada por um Gestor de Designer conseguirá obter informações e transformá-las em estratégias. A idéia é criar um aplicativo que facilite a transmissão dessas informações.

Seria um aplicativo para dispositivos móveis, onde cada líder de setor teria um aparelho. Esse aplicativo teria um Ficha técnica com o modelo proposto em 3D (peça de roupa) em questão, nessa ficha teria todas as informações, tecidos, aviamentos, conforme foi mencionado acima, e à cada setor que ele passasse ao entrar teria um código de barras, assim teria um controle do tempo de entrada e o tempo que ficou em cada setor, bem como o mesmo não poderia voltar para o setor anterior sem ter um motivo, e gerar um relatório para o banco de dados do gestor em questão.

Nesse aplicativo seria possível já visualizar o produto pronto, sem ter que esperar a peça pronta para ver o visual, com isso já conseguiria ganhar tempo na aprovação do modelo pela equipe comercial, marketing e diretoria. O mesmo não sendo aceito já seria reprovado antes de passar por todas as etapas do processo, e ganharia tempo e não teria custo com processo.

Além do visual, após o desenho ser feito e prototipado em 3D pelo aplicativo, e repassado a Ficha Técnica após ser aprovado, o mesmo seria feito uma modelagem virtual e consumo da peça. Após ser preenchida toda a ficha com custos de matéria-



prima, mão-de-obra e outros, seria colocado o markup da empresa e com isso já teria um custo final da peça, vendo se a mesma seria possível financeiramente para empresa.

Além disso, teria uma etapa de tempo de produção da peça e possível análise de duração de produção da mesma. Após desenhado e gerado o protótipo, o sistema conseguiria ver o tempo, e operações que seriam feitas naquele modelo, máquinas utilizadas, duração de produção e acabamento, emitiria um relatório que seria analisado pelo gestor e pela equipe de engenharia para verificação se a peça é possível ou não para a realidade financeira da empresa.

A idéia desse aplicativo não é eliminar pessoas dos processos e sim facilitar as informações e ganho de tempo de produção. Ele não irá anular as atividades práticas e técnicas dos profissionais, ele conseguirá fazer presente em cada setor a informação rápida e facilitada e assim fazer com que o gestor tenha embasamento teórico para uma melhor administração.

Durante as entrevistas que foram realizadas pode-se verificar a grande necessidade de um gestor de design dentro da empresa, alguém que controlasse o desenvolvimento do protótipo, que pudesse orientar o que é possível dentro de uma coleção, fizesse uma ponte de comunicação entre o setor de criação - desenvolvimento de produto e industrial. Segundo eles, não bastava ter uma pessoa que só entendesse de processos, precisava ter conhecimento de moda, alguém que conseguisse harmonizar processos e tendências, de modo que fosse lucrativo para os dois setores, e que a empresa conseguisse sair ganhando nos dois aspectos.

Também afirmaram que a maior necessidade seria de alguém que planejasse, pois muitas vezes aquilo que eles criaram com a pesquisa de tendência de um momento, quando o industrial conseguia entregar já não era mais atrativo para o consumidor, e sim algo ultrapassado, e seus concorrentes já tinham lançado, de modo que todo o processo estava deficiente.

As peças estavam sendo reprovadas com grande freqüência, já que as assistentes não possuem conhecimento suficiente para análises, e viabilidades de custos das peças. Com tudo isso acontecendo, como reprovações de peças, falta de comunicação com industrial, peças inviáveis para a linha de produção fabril criando gargalos no setor de acabamento, gerou um grande caos no processo, e o setor de criação lotado de peças a serem refeitas. O setor de compras não consegue acompanhar, pois o financeiro está



custeando as deficiências do processo, sobre mais informações não foi passado, sendo por uma questão de sigilo da empresa.

Todos setores entrevistados, como o setor de design e de desenvolvimento, avaliaram positivamente a figura de um gestor de design dentro da empresa, e reforçaram a importância da ligação dessa ponte, que pode ser feita por esse profissional com os outros setores. O mesmo conseguiria equilibrar as fases do processo, organizando as fases iniciais alimentaria o industrial, e atingiriam o resultado esperado pelo setor de marketing e comercial.

Referencias

.TREPTOW, Doris. **Inventando moda: planejamento de coleção** / Doris Treptow.- 5. ed. - São Paulo : Edição da Autora, 2013.

GINI STEPHENS, Frings. **Moda : do conceito ao consumidor** / Gini Stephens Frings ; tradução : Mariana Belloli ; revisão técnica : Eloize Navalon, Luis Carlos Robinson. - 9 ed. - Porto Alegre : Bookman, 2012.

PETTER, Daniela. SILVEIRA HOM, Bibiana. WOLFF, Fabiane. **Gestão de Design e estratégia** : relação teoria e prática na moda. - 9 Colóquio de Moda - Fortaleza (CE) - 2013

1, R. S., 2, F. d., 3, C. F., & 4, F. M. (2015). **Análise da implantação de um processo automatizado em uma empresa calçadista: um estudo de caso a luz do sistema hyundai de produção e a indústria 4.0.** Disponível em : <http://www.revistaespacios.com/a15v36n18/15361819.html> , 18. Acesso em : 30 Jul. 2018

FRASER, H. (2013). **Design para negócios na prática** . RIO DE JANEIRO: ELSEVIER EDITORA LTDA.

Martins, R. F. (2011). **A gestão de design como estratégia organizacional.** LONDRINA: Rio Books / Eduel.

MARTINS , R. F. (2004). **A gestão de design como uma estratégia organizacional – um modelo de integração do design em organizações** . p. 122.



MORALES A. R. (2007). **O papel da tecnologia da informação na gestão do conhecimento.** Disponível em :<http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/1191/1362> , v. 36, n. 1. Acesso em 30 Jul. 2018

MOZOTA, B. B. (2011). **Gestão do design.** PORTO ALEGRE: BOOKMAN.

MARTINS R. F., **A Gestão de Design como uma Estratégia Organizacional - Modelo de Integração do design em Organizações,** 2004