

## **Experiências comunitárias: consultoria de moda na Serra Gaúcha.**

Profa. Dra. Evelise Anicet Ruthschilling\*

Bolsista Cristiane Maria Medeiros Schmidt

Elmo Muller, Coordenador do Convênio SEBRAE/FAURGS/UFRGS

### **Resumo**

Este artigo relata a experiência de interação com a comunidade que a equipe do Núcleo de Design de Superfície da UFRGS tem desenvolvido através de convênio entre Sebrae-RS e Fundação de Apoio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. A equipe de professores e alunos-bolsistas presta consultoria de desenvolvimento do Design, visando a melhoria dos produtos de moda (vestuário e decoração) em Arranjos Produtivos Locais, APLs, da Serra Gaúcha, com resultados positivos.

**Palavras-Chave:** Design de Moda – Comunidade - Universidade

### **Introdução**

O Núcleo de Design de Superfície da UFRGS compõe o Núcleo Vestuário da Rede Gaúcha de Design, que tem como objetivo apoiar as micro e pequenas empresas para que tenham acesso às tendências de mercado e que possam lançar coleções simultaneamente aos grandes fabricantes, aumentando sua capacidade competitiva.

No Rio Grande do Sul, as empresas que compõem a cadeia produtiva de têxteis e confecção empregam 26 mil pessoas, sendo que, as indústrias que têm de

---

\* Professora coordenadora do Núcleo de Design de Superfície da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, [anicet@ufrgs.br](mailto:anicet@ufrgs.br)

zero a nove funcionários representam 83% do número total de empresas deste segmento ([www.rgd.org.br](http://www.rgd.org.br)).

O problema que se apresenta é que essas empresas, por serem pequenas, têm baixo poder de investimento, portanto, têm dificuldades para criar novos produtos e desenvolver coleções. Em geral, copiam uns dos outros, das novelas ou o que já está nas vitrines, perdendo o *time* do mercado, ou seja, disponibilizam produtos depois de já estarem difundidos no mercado.

Desde 2004, o NDS-UFRGS tem desenvolvido consultorias de design a micro e pequenas empresas de vestuário, moda e decoração de interiores, em parceria com o Sebrae-RS, que identificou o baixo nível de aplicação das ferramentas do design em produtos de moda na Serra Gaúcha.

O NDS-UFRGS se propõe reposicionar as micro e pequenas empresas no mercado da moda, proporcionando acesso a design atualizado e, na medida do possível, original, aumentando as chances competitivas.

As empresas, em sua maioria, de confecção e malharias, constituem em cada microrregião os chamados Arranjos Produtivos Locais, APLs. Para sua construção são considerados: a rede de atores locais, potencialidades e fraquezas, vocações, oportunidades, vantagens competitivas, recursos naturais, infra-estrutura pré-existente, capital humano (conhecimentos, habilidades e competências), capital social (níveis de confiança, capacidade de trabalharem em conjunto, associações), cultura empreendedora, e cultura local.

O Sebrae identifica concentração industrial em determinado setor com características que permitem a construção de uma unidade de desenvolvimento territorial, “incentivando a convergência de iniciativas institucionais e de atores locais de forma a minimizar a multiplicidade de esforços, otimizar a alocação de recursos, promover o compartilhamento de objetivos comuns e a consolidação de boas práticas de desenvolvimento local” (site Sebrae-RS).

A parceria com a Universidade oportuniza atender com qualidade e a baixo custo as demandas de cada microrregião.

## **Desenvolvimento:**

A equipe de professores e alunos-bolsistas do NDS-UFRGS atua nos projetos do Sebrae de promoção e desenvolvimento do design, visando a melhoria dos produtos de moda da Serra Gaúcha. Até agora, foram atendidos os APLs das cidades de Farroupilha, Bento Gonçalves, Carlos Barbosa, Flores da Cunha, Canela e Caxias do Sul. Trinta empresas foram visitadas e tiveram seu processo produtivo avaliado, e, por enquanto, quatro empresas tiveram a consultoria concluída e mais 12 empresas estão sendo atendidas.

O trabalho é organizado pelas regionais do vestuário do Sebrae e acompanhado por consultoras técnico-administrativas, que atuam como mediadoras entre os microempresários e a equipe de designers da Universidade.

A consultoria compreende várias etapas. Uma primeira reunião é necessária para apresentação do grupo de representantes das empresas e equipe da Universidade. É de extrema importância a construção de um relacionamento de confiança e empatia, pois, as empresas receiam ter que abrir suas informações aos consultores.

Atingido esse patamar, segue-se para as visitas às fábricas e aos seus pontos de venda (a maioria possui loja em shopping de fábricas). Esse trabalho implica em deslocamento às cidades distantes, e ocupa, no mínimo, três elementos da Universidade, que procedem o cadastramento dos dados da empresa, levantamento da capacidade produtiva, conjunto de equipamentos, vocação da empresa, capacitação dos funcionários, procedimentos criativos das coleções, etc.

Os dados coletados são posteriormente processados na forma de um diagnóstico que é entregue ao empresário num novo encontro. Os resultados são elencados de acordo com os aspectos: cadastro, gestão, produção, produto, distribuição, problema identificado pelo cliente, problema identificado pelo consultor, parecer do avaliador e proposta de consultoria.

Nesse ponto, são apresentados os orçamentos de todo o grupo de empresas que processam os ajustes juntos, de acordo com seus interesses e disponibilidade de recursos do Sebrae a serem divididos com o grupo, pois, normalmente, o Sebrae apóia em 50% os projetos incentivando os empresários na contratação dos serviços de design. Existe, também, uma negociação entre o grupo em relação às datas de

entrega dos serviços, de acordo com o *timing* de cada confecção, considerando seus prazos de lançamento de novas coleções no mercado.

A terceira etapa, que corresponde à execução do trabalho, também é subdividida.

A pesquisa busca posicionar o produto no mercado, verificar seus concorrentes, tendências, novos conceitos e comportamentos, etc. A pesquisa é feita através de consulta a sites da Internet, revistas, livros e parcerias de apoio criativo, tais como o WGSN.

Os elementos coletados na pesquisa suportam o processo de criação da nova coleção, a partir da composição de um conceito de coleção, que se torna visível em composições impressas e/ou disponibilizadas em CD. São grupos de imagens, texturas, cores, volumes, croquis, que ajudam a introduzir o microempresário na nova ambiência que se está propondo ao seu produto.

Paralelamente às imagens de ilustração de moda, são desenvolvidos os desenhos técnicos, frente e costas, em fichas que contêm as informações técnicas de seqüência operacional da confecção das roupas, especificação dos tecidos, aviamentos, fornecedores, referências das cores e combinações sugeridas etc.

Também são entregues ao cliente uma série de testes de acabamentos, efeitos decorativos e soluções de fechamento.

Quando solicitado pelo cliente, são entregues os desenhos de estampas localizadas e corridas, design têxtil (criação em tecelagem, texturas para malharia, *jacquard*, etc), moldes de toda a coleção ou apenas de peças mais diferenciadas e, em alguns casos, peças-piloto.

Após entrega, está previsto em contrato, o acompanhamento dos consultores no desenvolvimento das coleções pelos clientes. Isso se dá em mais duas ou três visitas e assegura ajustes e correções de formas e rumos conceituais.

O trabalho de consultoria a cada empresa, como um processo, leva de três a seis meses para total conclusão.

## **Reflexões parciais**

As consultorias de moda constituem-se num longo processo de realização de trabalho técnico e de criação, considerando, principalmente, as relações interpessoais, entre microempresários e equipe da Universidade, de amizade e cumplicidade. Nesse sentido, a atuação das consultoras mediadoras tem fundamental importância.

Algumas considerações são feitas na execução dos projetos: se toma o cuidado de manter o estilo anterior, somente promovendo melhorias, para não correr o risco do produto não ser reconhecido pelo cliente consumidor e com isso perder sua fidelidade. Algumas vezes, a estratégia adotada é de apenas lançar novas linhas de produtos e manter os produtos costumeiros.

Outra consideração importante é que, todo o trabalho realizado segue os pressupostos de design sustentável, buscando aproveitamento de resíduos e de aspectos ociosos, a redução de custos e o aumento da produtividade.

Os resultados têm sido promissores, com a satisfação dos clientes. As experiências são muito ricas, pois envolvem os alunos em fazeres profissionais concretos, exigindo interação interpessoal, postura ético-profissional e capacidade de dar solução às necessidades dos micro e pequenos empresários.

Referências:

<http://www.rgd.org.br/default.asp>

[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/50533C7F21014E5F03256FB7005C40BB/\\$File/NT000A4AF2.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/50533C7F21014E5F03256FB7005C40BB/$File/NT000A4AF2.pdf) , Termo de Referência para atuação do Sebrae em APL, acesso em 26.08.2006.

<http://www.wgsn.com/public/home/html/base.html> WGSN, acessado em 26.08.2006.

