

# A IMPORTÂNCIA DA IMPLEMENTAÇÃO DA GESTÃO DE DESIGN DE MODA EM MPES DE MODA ÍNTIMA

The Importance of the Implementation of the Management of Fashion Design in MSEs of Intimate Wear

Tanaka, Letícia Ribeiro; Graduanda; Universidade Estadual de Londrina [leticiartanaka@gmail.com](mailto:leticiartanaka@gmail.com)

Emidío, Lucimar Bilmaia; Mestre; Universidade Estadual de Londrina [lucimar@uel.br](mailto:lucimar@uel.br)

## Resumo

O artigo trata da importância da implementação da Gestão de Design para o desempenho competitivo de MPEs do setor de *underwear*. Pautado em pesquisa bibliográfica e de campo, reflete sobre a complexidade dos processos envolvidos na produção, apresentando a Gestão de Design como uma alternativa inovadora de soluções técnicas e gerenciais para o segmento.

**Palavras Chave:** gestão de design; micro e pequenas empresas; moda íntima.

## Abstract

The article discusses the importance of implementing the Management of Design for the competitive performance of MSE sector underwear. Lined in literature and field, reflects on the complexity of the processes involved in producing, with the Design Management as an innovative alternative technical solutions and management for that segment.

**Keywords:** management of design; micro and small enterprise; underwear.

## Introdução

A Gestão de Design de Moda ainda é pouco difundida nas empresas brasileiras de confecção, e principalmente, nas micros e pequenas empresas - MPEs. E dentre estas, existem as empresas de moda íntima que são de grande relevância para o mercado brasileiro. Entretanto, este setor por exigir tantos processos e numerosa mão-de-obra demonstra maior necessidade de implementar a gestão de design para uma melhor produtividade e qualidade.

Nesse sentido, o presente artigo tem como objetivo mostrar a importância da implementação da Gestão de Design de Moda em MPEs de

moda íntima do Brasil, pois muitas vezes por falta de informação, estas empresas ainda não incorporaram a gestão de design em sua estratégia.

## **Metodologia**

A metodologia adotada neste estudo seguiu os princípios da pesquisa bibliográfica feita através de livros e artigos científicos já publicados, e pesquisa de campo. Os dados foram coletados, e analisados por meio do método indutivo, por comparação entre os resultados apresentados, confrontando-os com os aspectos teóricos em relação aos elementos estudados.

## **Resultados e Conclusão**

A Gestão de Design de Moda dentro das empresas possibilita gerar diferenciação entre as empresas concorrentes, desde a criação do produto de moda, passando pelas etapas de confecção, acabamento e finalizando na relação diária produto-usuário, afirma Rech (2007).

E segundo Emídio (2006), a Gestão de Design é uma alternativa para que as MPEs do vestuário de moda encontrem soluções técnicas e gerenciais, que possibilitem utilizar as inúmeras possibilidades de intervenções no processo de tomada de decisões, com subsídios para a solução de gargalos, redução dos tempos de ciclo dos processos e qualidade dos produtos.

Entretanto, a confecção de moda íntima, especialmente a do sutiã, é complexa, tanto que robôs são incapazes de manipulá-lo. Segundo Fontanel (1998), o sutiã embora pareça frívolo, na verdade, é um produto industrial de alta precisão que para fabricá-lo necessita-se unir diversas partes pequenas, muitas vezes delicadas.

De acordo com o SEBRAE (2011), o mercado de *underwear* encontra-se em grande desenvolvimento, com peças cada vez mais criativas e sensuais, e produzidas com materiais cada vez mais sofisticados. Nesse sentido, segundo Mozota (2003), a implantação da gestão de design em uma empresa, seja também uma MPE de moda, significaria uma mudança de paradigmas na melhora dos produtos, processos e a própria empresa.

Desta maneira, entende-se que, a implantação da gestão de design possibilitaria melhores resultados qualitativos tanto na produção, logística empresarial como na criação de novo modelos, conseguindo assim, atender as principais exigências do mercado brasileiro com relação às MPEs que, de acordo com Serra (2001), é o prazo de entrega, seguido por qualidade e preços competitivos.

## Referências

EMÍDIO, L. F. B. **A Gestão de Design como ferramenta estratégica para MPEs do vestuário de moda**: um estudo de caso na região de Londrina. 2006. 129f. Dissertação (Mestrado em Desenho Industrial) – Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2006.

FONTANEL, B. **Sutiãs e Espartilhos**: uma história de sedução. Rio de Janeiro: Editora GMT Editores Ltda, 1998.

MOZOTA, B. B. **Design Management**. Nova York: Editora Allworth Press, 2003.

RECH, S. R. O gestor de design de moda: agente diferenciador no mercado globalizado. In: ENCONTRO LATINOAMERICANO DE DESENHO DA UP, 2007, Buenos Aires. **Anais eletrônicos...** Buenos Aires: UP, 2007. Disponível em:<

[http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/encuentro2007/02\\_ auspicios\\_publicaciones/actas\\_diseno/articulos\\_pdf/A030.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_ auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/A030.pdf)>. Acesso em: 16 abr. 2011.

SEBRAE. **Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina**. Disponível em:< <http://www.sebrae-sc.com.br> >. Acesso em: 14 abr. 2011.

SERRA, N. **O Desempenho das MPEs no Setor Têxtil-Confecção**. São Paulo: SEBRAE, 2001.