

## **Gestão do Design de Moda: sua contribuição em âmbito empresarial**

### ***Management of Fashion Design: Their Contribution in the Business.***

Santana, Yara da Silva; Graduanda; Universidade Estadual de Londrina [yaya\\_santana@hotmail.com](mailto:yaya_santana@hotmail.com)

Costa, Tulio Sousa; Graduando; Universidade Estadual de Londrina; [tuliocosta.nw@hotmail.com](mailto:tuliocosta.nw@hotmail.com)

Emídio, Lucimar de Fátima Bilmaia; Mestre Universidade Estadual de Londrina [lucimaremidio@gmail.com](mailto:lucimaremidio@gmail.com)

**Resumo:** este artigo visa teorizar como a gestão do design de moda que ao ser inserida corretamente no setor empresarial, pode trazer resultados satisfatórios para a empresa. Também, como a informação acerca do assunto para os empresários podem fazer com que haja uma maior aceitação do profissional designer.

**Palavras-chave:** gestão do design de moda, empresas de confecção, profissional designer

**Abstract:** this paper aims to theorize the management of fashion design, when properly inserted in the corporate sector can bring satisfactory results for the company. Also, as information about the matter to entrepreneurs, there may cause a greater acceptance of professional designer.

**Keywords:** management of fashion design, manufacturing companies, professional designer

### **Introdução**

Ao se tratar de projeto, a Gestão do Design, deve ocupar-se em gerir os recursos humanos e materiais, desde a concepção de uma ideia até a chegada do produto ao mercado. Já no âmbito empresarial, a Gestão do Design terá a função de organizar e dar condições favoráveis à criação de novos produtos, segundo CPD (1997).

De acordo com o mesmo autor, para que o produto de vestuário tenha sucesso, desde sua geração até sua distribuição, é necessário atentar-se a necessidade que a empresa tem de comunicar sobre o que ela produz, a saber, por meios promocionais e simbólicos, o que também faz parte do design.

O design também é um recurso que as empresas podem adotar com o intuito de obtenção de lucros. Pois, com ele, podem “diminuir os custos de produção, aumentar o número de unidades vendidas ou; graças à diferenciação, possibilitar uma maior margem de lucro unitário”. (CPD, 1997 p.15).

O processo de criação de produto fica à responsabilidade do Gestor de Design. É esse profissional que também supervisiona a equipe envolvida no projeto. Seu trabalho é bem diversificado, dependendo muito do posicionamento estratégico das unidades de negócios e dos interesses tanto individual como do grupo de trabalho envolvido como salienta Martins (2008).

Ainda segundo a mesma, quando compreendido como a gestão do design pode ser incorporada e como pode ser útil às organizações, irá auxiliar na competitividade e diferenciação dos produtos e serviços oferecidos pela empresa. Contudo, o processo de implementação da Gestão de Design é gradual e particular a cada organização.

Com isso, tem-se o objetivo dessa pesquisa que visa salientar como a gestão de design influencia e contribui para uma melhoria significativa do setor industrial e/ou empresarial de moda na busca de melhores produtos, maior lucratividade obtendo, assim, um posicionamento mais significativo no setor, bem como, a aceitação do profissional designer como meio para tais melhorias.

### **Metodologia**

Pelo perfil deste trabalho, optou-se pelo método de pesquisa bibliográfica, visando valer-se de um embasamento teórico sobre a gestão do design de moda, correlacionando-o com o cenário empresarial.

### **Resultados e considerações finais**

Com a referida pesquisa, verificou-se que a gestão do design no âmbito empresarial é de suma importância para que esta possa se desenvolver e

atingir seus objetivos, melhorando seu posicionamento no mercado e aumentando a qualidade de seus produtos e conseqüentemente sua margem de lucro. Além disso, destaca-se nos designers algumas características valiosas para os administradores e para o processo de gestão, entre estas, um conjunto de habilidades relacionadas a artefatos e uma metodologia.

Segundo Mozota (2002), o design é uma atividade voltada à resolução de problemas, criação, atividades coordenadoras e sistêmicas e está próxima à atividade da gestão, que igualmente é orientada na direção de resolução de problemas, atividade de inovação sistêmica e coordenadora. Logo, o design deve ser gerenciado de forma apropriada, para a ampliação das oportunidades de sucesso das empresas.

## **Referências**

EMÍDIO, Lucimar de Fátima Bilmaia. **A Gestão de Design como ferramenta estratégica para MPEs do vestuário de moda: um estudo de caso na região de Londrina.** Dissertação de mestrado 128 f. Bauru, 2006.

MARTINS, Rosane Fonseca de Freitas; MERINO, Eugênio Andrés Diaz. **Gestão de design como estratégia organizacional.** Londrina: EDUEL, 2008.

MOZOTA, Brigitte Borja de. **Design management.** Paris: Éditions d'Organization, 2002.

DORMER, PETER CENTRO PORTUGUÊS DE DESIGN. **Manual de Gestão de Design.** Porto: Porto, 1997.

PHILIPS, Peter L. **Briefing: A gestão do Projeto em Design.** São Paulo: Blucher, 2006.