

GERALDO POUGY

**PROGRAMA CRIAÇÃO PARANÁ
UMA EXPERIÊNCIA PARA A PROMOÇÃO DO DESIGN E DA INOVAÇÃO**

Monografia apresentada como requisito parcial à obtenção de grau de Especialista Curso de Especialização - MBA em Gestão Empresarial do Setor de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Acyr Seleme

Curitiba

2004

SUMÁRIO

1	APRESENTAÇÃO	1
2	ANTECEDENTES	2
3	O PROGRAMA CRIAÇÃO PARANÁ	7
4	AS EMPRESAS	13
4.1	EMPRESA: DESMOBÍLIA E NICOS DO BRASIL	13
4.2	EMPRESA: ZANETTI DESIGN	14
4.3	EMPRESA: FLYING SKATEBOARD	15
4.4	EMPRESA: PRÓ DIGITAL INDÚSTRIA DE RELÓGIOS	16
4.5	EMPRESA: RCP PRODUTOS MÉDICOS	17
4.6	EMPRESA: BIO DESIGN PRODUTOS BIOMÉDICOS	18
4.7	EMPRESA: MÃO COLORIDA COMUNICAÇÃO VISUAL	19
4.8	EMPRESA: STUDIO GROSS	20
4.9	EMPRESA: MC DISPLAYS	21
4.10	EMPRESA: MOVIME MÓVEIS EM FIBRAS NATURAIS	22
4.11	EMPRESA: ORTOMETAL METALÚRGICA E ORTOPEDIA INDUSTRIAL LTDA	23
4.12	EMPRESA: FACILIT ODONTOLÓGICA E PERFUMARIA LTDA	24
4.13	EMPRESA: KITS PARANÁ	24
4.14	EMPRESA: FRESO LTDA	25
4.15	EMPRESA: ENGESP INDÚSTRIA DE EQUIPAMENTOS HOSPITALARES LTDA	26
4.16	EMPRESA: - - - -	27
4.17	EMPRESA: MÓBILE	28
4.18	EMPRESA: ELECTROLUX DO BRASIL SA	29
4.19	EMPRESA: TECNOFLEX MÓVEIS PARA ESCRITÓRIO	30
4.20	EMPRESA: CHALLENGER DO BRASIL LTDA	30
4.21	EMPRESA: SIGMUND CONFECÇÕES LTDA	31

4.22	EMPRESA: LINBRASIL	32
4.23	EMPRESA: HABITABLE CADEIRAS	33
4.24	EMPRESA: BAGLIFELDT INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE MÓVEIS LTDA	34
4.25	EMPRESA: FLEXIV MÓVEIS PARA ESCRITÓRIO.....	35
4.26	EMPRESA: NÚCLEO TECH MÓVEIS HOSPITALARES	36
4.27	EMPRESA: GS MÓVEIS - FIBRAS NATURAIS	37
4.28	EMPRESA: ARAFLEX ESTOFADOS	38
4.29	EMPRESA: NICIOLI INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE MÓVEIS LTDA	38
4.30	EMPRESA: PROJECTA DESIGN / BELMÓVEIS	39
4.31	EMPRESA: EDUSHOPPING COMÉRCIO DE EQUIPAMENTOS E PRODUTOS ESCOLARES LTDA	40
4.32	EMPRESA: FUNCIONAL MÓVEIS	41
4.33	EMPRESA: EMBATELE MÓVEIS E EMBALAGENS LTDA.....	42
4.34	EMPRESA: UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ - UFPR.....	42
4.35	EMPRESA: FENAP LTDA	43
4.36	EMPRESA: LACTEC - INST. DE TECNOLOGIA PARA O DESENVOLVIMENTO	44
4.37	EMPRESA: GUNTER & MÜLLER LTDA	45
4.38	EMPRESA: BIO DESIGN PRODUTOS BIOMÉDICOS	46
4.39	EMPRESA: DIGMA E SIGPEL	47
4.40	PROMÓVEL	48
5	AVALIAÇÃO DO PROGRAMA	50
	REFERÊNCIAS	54

1. APRESENTAÇÃO

Este trabalho apresenta o programa Criação Paraná que, durante os anos de 2001 e 2002, apoiou o desenvolvimento de 42 novos produtos até o estágio de protótipo com o objetivo de levar essas empresas a experimentarem, na prática, o processo do design.

O programa teve como objetivo disseminar o uso das técnicas de design entre as empresas do Paraná e visou especialmente as micro e pequenas empresas que, em geral, desenvolvem produtos através de processos não estruturados. Neste sentido o programa pode ser considerado como um programa de difusão e de transferência de conhecimento e apresenta uma vertente pedagógica.

O Criação Paraná foi coordenado pelo Centro de Design do Paraná e é resultado de uma parceria entre o Governo do Estado, o BRDE, Banco Regional de Desenvolvimento Econômico, o Sebrae-PR, a FIEP, Federação das Indústrias do Estado do Paraná e o Tecpar, Instituto de Tecnologia do Paraná.

No primeiro capítulo apresentam-se os antecedentes do programa, desde a concepção do Centro de Design do Paraná em 1997.

No segundo apresenta-se um histórico do programa, ou seja, uma relação dos fatos mais importantes em ordem cronológica. Também neste capítulo são apresentados os conceitos que nortearam as ações e o processo de adaptação e aprendizagem experimentado pela equipe do Centro de Design na medida em que surgiam dificuldades e fatos inesperados na lida com o grupo de empresas.

O terceiro capítulo oferece uma visão mais detalhada do processo, apresentando os *cases* de cada uma das empresas.

Finalmente, no quarto capítulo, apresenta-se uma avaliação do programa desde diferentes pontos de vista e uma conclusão.

2. ANTECEDENTES

O Centro de Design do Paraná nasceu em 1997 como um projeto estratégico do governo do estado do Paraná dentro do Tecpar – Instituto de Tecnologia do Paraná. Os dois primeiros anos foram de levantamentos e estudos para conhecer a demanda por design no estado, considerar a viabilidade de uma organização de apoio ao design e avaliar a melhor forma de institucionalizar o projeto.

Após esta primeira fase, foram formuladas as três diretrizes que norteiam o trabalho do Centro de Design até hoje.

1 Trabalhar a partir da demanda. Isso significa que o Centro de Design não deveria desperdiçar esforços com o trabalho de convencer as empresas a utilizar o design e sim, ao contrário, identificar aquelas que estão às voltas com o risco de um novo desenvolvimento e buscam orientação;

2 Não fazer projetos de design. Não faria sentido uma organização que tem como objetivo desenvolver o design vir a competir com os escritórios de design já operando no mercado. Ao contrário, ficou definido que o Centro de Design deveria trabalhar para ajudar as empresas a identificar e selecionar os profissionais de design capacitados a atendê-las. Ou seja, o Centro de Design deveria ajudar a “fazer a roda do design rodar” e, desta forma, fortalecer o mercado de serviços de design no Paraná.

3 Buscar as melhores práticas internacionais. Numa economia globalizada as soluções mais competitivas devem ser fruto de um trabalho de benchmark internacional. Desta forma o Centro de Design deveria identificar as melhores práticas e referências em programas de design e trazê-las para o mercado brasileiro, em especial o paranaense.

Em 29 de março de 1999 foi criado o Centro de Design do Paraná como uma sociedade civil sem fins lucrativos. Esta nova organização ficou hospedada dentro do Tecpar com o qual fez um convênio para receber suporte material e financeiro.

Até este ponto a equipe do Centro de Design já tinha atendido duas empresas e uma instituição pública com demandas em design.

A idéia de se fazer o programa Criação Paraná surgiu em março de 2000. Naquele mês ocorreu a primeira edição do seminário Design to Business, fruto de uma parceria com o Conselho Britânico e que trouxe a Curitiba o diretor da Glasgow Collection, uma bem sucedida iniciativa escocesa que patrocinou, entre 1996 e 1999, o desenvolvimento de 51 novos produtos pela indústria local.

Dois aspectos do programa escocês eram especialmente atraentes. O primeiro, relacionado com o ambiente interno da organização, era a idéia de trabalhar com uma meta em contraposição com o atendimento “de balcão” que vinha sendo feito pelo Centro de Design. Ter um objetivo a ser perseguido contribuiria para estabelecer alinhamento e unidade ao trabalho da equipe.

O segundo, relacionado ao ambiente externo, era o “poder do exemplo”. Nada explica melhor uma idéia ou conceito do que um exemplo e os programas de design por todo o país já tinham uma longa experiência na organização de palestras e seminários que tinham muito pouca ou nenhuma influência no modo de trabalhar das empresas.

A experiência de Glasgow, ao contrário, propagava a importância do design através de exemplos práticos. A maior parte dos produtos foi lançada comercialmente com sucesso e muitos foram premiados local e internacionalmente.

Pareceu então que a forma mais efetiva de disseminar o uso de design entre as indústrias do Paraná seria fazendo um projeto semelhante. E foi por este motivo que a Secretaria de Estado de Ciência e Tecnologia, logo após o seminário Design to Business, encomendou ao Centro de Design do Paraná um programa semelhante.

Entretanto, diferentemente do que ocorreu em Glasgow, o governo do estado não poderia dar dinheiro diretamente para as empresas e apoiaria somente os custos operacionais do programa.

Nos meses seguintes o trabalho se concentrou em desenhar uma versão brasileira – e paranaense – para o programa, considerando as muitas diferenças e particularidades que poderiam existir entre as duas realidades. Este trabalho foi feito em duas frentes principais: conhecer melhor a experiência escocesa e estudar mecanismos para lidar com a realidade local e contornar as dificuldades que já podiam ser previstas.

Para conhecer melhor o trabalho da Glasgow Collection, o Centro de Design enviou Letícia Castro, uma das designers de sua equipe, para um estágio de dez semanas com a equipe escocesa que, àquela altura, trabalhava numa segunda edição do programa. Conhecer a forma de trabalho do grupo escocês foi muito proveitoso e trouxe muitas informações que puderam ser utilizadas na montagem da versão brasileira do programa. Entre elas podem ser destacadas três:

1. O trabalho era todo feito com foco no resultado e havia bastante flexibilidade de ação, com o grupo atuando de acordo com as características e necessidades de cada projeto. O mais importante era trabalhar para que o resultado final, o produto a ser desenvolvido, ficasse bom e fosse bem sucedido no mercado.

2. Apesar disso a Glasgow Collection adotava contratos e termos de compromisso que criavam uma estrutura legal e estabeleciam pontos comuns entre as diferentes parcerias desenvolvidas com cada empresas.

3. O fato de o programa escocês dar dinheiro para os projetos dava muito poder de controle sobre o processo de desenvolvimento. Se algum produto não estava se desenvolvendo de acordo com os padrões estabelecidos no início do projeto, o grupo gestor do programa poderia simplesmente interromper o fluxo de recursos. Na realidade

brasileira não seria possível um controle tão firme e seria necessário buscar uma outra forma de garantir a qualidade final.

A alternativa para financiar as empresas acabou sendo identificada junto ao Sebrae. Na época, o Sebrae dispunha de recursos do PATME - Programa de Apoio Tecnológico para a Micro e Pequena Empresa, hoje conhecido como SebraeTec. O PATME oferece recursos para a contratação de consultoria especializada para empresas que estejam desenvolvendo projetos de inovação tecnológica.

O Centro de Design percebeu que o desenvolvimento de novos produtos se enquadrava em uma das categorias do PATME (tipo B). E foi uma das primeiras entidades executoras (como são denominadas pelo Sebrae) a utilizar essa ferramenta para o desenvolvimento de novos produtos através do design.

Entretanto, não eram todos os projetos que se enquadrariam no PATME. Os recursos poderiam ser utilizados apenas por micro e pequenas empresas e os projetos contemplados deveriam ter uma conotação de desenvolvimento tecnológico para a empresa, não poderiam ser projetos de design apenas.

Os projetos contemplados poderiam obter um apoio do PATME de até 70% do valor total do projeto, até um máximo de R\$ 9.000,00 e a empresa deveria ter uma contrapartida financeira mínima de 30% do valor do projeto.

Finalmente, ainda com a intenção de conhecer melhor a experiência escocesa, mas já com o objetivo de avaliar melhor as dificuldades de transplantá-la para o Paraná, foi a vez de uma visita do diretor da Glasgow Collection, Bruce Wood ao Paraná. Nesta segunda visita do designer foi assinado um termo de cooperação, a *Design Alliance*, que oficializava a parceria entre o Centro de Design do Paraná e a Glasgow Collection. Foi possível também discutir as primeiras idéias para o programa brasileiro e estabelecer alguns parâmetros de trabalho. E ficou claro que a única forma de desenhar a versão

brasileira seria começar o trabalho e ir fazendo adaptações à medida que as dificuldades fossem surgindo.

Faltava, portanto, criar um arcabouço institucional para o programa e dar início aos trabalhos. A montagem institucional foi feita sob a liderança da FIEP – Federação das Indústrias do Estado do Paraná e incluiu, além do Governo do Estado, o Sebrae Paraná, que comprometeu-se em apoiar as pequenas e micro empresas que viessem a participar do programa com recursos do PATME, o BRDE – Banco Regional de Desenvolvimento Econômico, que ofereceu apoio para a confecção do material gráfico e o próprio Tecpar, que abrigava o Centro de Design. Este foi o grupo de instituições que, em janeiro de 2001, assinou o convênio que deu origem ao programa Criação Paraná.¹

As metas estabelecidas para o programa foram bem mais modestas do que as do programa escocês: apoiar o desenvolvimento de 20 bons produtos até o estágio de protótipo e mostrar o resultado numa exposição até agosto de 2002.

Ficou também definido que o programa Criação Paraná deveria apoiar apenas o desenvolvimento de produtos tangíveis e dirigidos ao consumidor final. Ou seja, o programa não apoiaria o desenvolvimento de softwares ou de games e nem de partes ou componentes, como um novo filtro de ar, por exemplo.

Estes limites foram utilizados no programa escocês e tinham por objetivo concentrar os esforços em produtos onde a função valorizadora do design ficasse mais explícita. Estes produtos se prestariam melhor a servir de exemplo.

¹ Inicialmente o programa chamou-se Iniciativa Paraná, que é o nome que consta do convênio.

3. O PROGRAMA CRIAÇÃO PARANÁ

A partir da idéia de só trabalhar com empresas interessadas em desenvolver novos produtos a equipe do Centro de Design do Paraná planejou uma programação de visitas para identificar quais seriam essas empresas.

Na primeira fase do programa foram visitadas 242 empresas em todo o estado, a maioria dela na região metropolitana de Curitiba. Desse total, cerca de 100 interessaram-se pela proposta e dessas, 47 assinaram efetivamente um termo de adesão (*Centro de Design do Paraná*, 2002). Para assinar o Termo de Adesão a empresa já deveria ter formulado um briefing preliminar do produto que iria desenvolver e ter estabelecido um cronograma de trabalho. Com exceção das poucas que já possuíam um designer na sua equipe interna, todas as empresas deveriam ter contratado um designer para tocar o projeto. O Termo de Adesão era assinado pelo empresário, pelo designer e pelo Centro de Design do Paraná e nele a empresa se comprometia a doar um protótipo do seu produto para a exposição. Das 47 empresas que assinaram um Termo de Adesão, apenas 41 seguiram até o fim do projeto e desenvolveram efetivamente um protótipo.

A Tabela 1, na página seguinte apresenta a lista das empresas que assinaram o Termo de Adesão e assinala as 41 que vieram a concluir o protótipo. Na coluna da esquerda estão indicados o tempo de desenvolvimento do produto e o número de protótipos construídos durante o processo.

Nas colunas da direita, indica as empresas que dispunham de um profissional do design na sua equipe interna, as que já tinham escolhido um designer para contratar e as que solicitaram ajuda do Centro de Design para encontrar e contratar um designer.

Para as empresas que não dispunham de um designer na equipe, escolher e contratar um profissional era uma etapa crítica do processo. Crítica porque o contrato com

um profissional era a expressão prática do interesse do empresário no desenvolvimento de um novo produto, crítica porque era preciso superar o vão de distanciamento e mesmo de preconceito que normalmente existe entre designers e empresários e, finalmente, crítica porque era crucial que houvesse uma identificação entre o designer e o empresário e que ambos estivessem comprometidos e capacitados para desenvolver o projeto com sucesso.

Por esta razão, o Centro de Design desenvolveu um mecanismo para orientar as empresas na escolha do profissional mais adequado ao seu projeto. Este mecanismo, que recebeu o nome de Pedido de Orçamento, tem três fases. Na primeira é elaborado, com a ajuda da empresa, o Pedido de Orçamento propriamente que contém um termo de referência do serviço a ser contratado: um briefing e um cronograma preliminares, a forma como o designer deve entregar o projeto final e outros detalhes, tais como a necessidade de indicar fornecedores e a necessidade de protótipos.

Tabela 1 - PANORAMA DOS PRODUTOS DO PROGRAMA CRIAÇÃO PARANÁ - 2004

LISTA DE PRODUTOS		TEMPO DE DESENV.			DESIGNER		
		até 3 m	até 6 m	1 ano ou +	Já tinha	CD	Interno
1	Cadeira Mira			2			
2	Hitch Hiker			3			
3	Skate CISCO			5			
4	Relógio Porto		2				
5	Módulo de Parto			2			
6	Bio Kleen			2			
7	Luminária Allfix		2				
8	Banqueta PYTU	2					
9	Linha Quati	1					
10	SCOPO		2				

11	Cadeira RODES		1			
12	Escova Premium			3		
13	SACI	1				
14	JOKER			2		
15	Pelicano			2		
16	Vittale			2		
17	Piccolo		3			
18	Smart Ice	1				
19	SOLO		1			
20	Aero Challenger		2			
21	HackBag Young		2			
22	Cadeira DIZ	1				
23	Banqueta Cambo	4				
24	Berço Kinder		3			
25	Organizador Flexiv	1				
26	Poltrona Sano		2			
27	Fiber Office		1			
28	Estofado IBI		1			
29	Mesa Versatile		2			
30	Cabideiro KD		4			
31	Multi Art			1		
32	Sistema Link			1		
33	Linha Vega		2			
34	Ginga			1		
35	Politan		10			
36	Luminova		1			
37	Relógio Público		1			
38	Bio Amp		2			
39	Painel de senha		1			
40	Rack Apuí	1				
41	Rack 14 bis	2				

Na segunda fase o empresário consulta o cadastro de profissionais do design que o Centro de Design organizou, através do qual é possível examinar os diversos portfólios e selecionar os designers que receberão o Pedido de Orçamento.

Finalmente, depois de receber as propostas comerciais, vem a última fase, na qual o Centro de Design recomenda que a decisão final do empresário seja tomada somente depois de uma visita pessoal aos escritórios considerados mais promissores. A idéia aqui é que o desenvolvimento de um novo produto é sempre trabalho de uma equipe e que o designer deve ser contratado para se juntar às pessoas da própria empresa. E nessa situação a empatia pessoal é muito importante. Outro aspecto importante é que o mecanismo do Pedido de Orçamento evita que o Centro de Design seja caracterizado como corretor de serviços de design.

Finalmente, na etapa mais importante, o Centro de Design estimula o empresário a visitar os escritórios considerados mais interessantes para um contato pessoal com o designer, partindo do princípio que, num projeto tão estratégico e arriscado como é o lançamento de um novo produto, é fundamental que exista uma empatia entre os dois.

Depois de contratado o designer a empresa está pronta para assinar o Termo de Adesão ao programa Criação Paraná. O Termo de Adesão marcava o início do projeto propriamente dito e também uma nova fase no relacionamento entre a empresa e o Centro de Design. Antes da adesão da empresa o relacionamento era formal e distante, uma vez que o que se buscava era identificar empresas realmente interessadas no desenvolvimento de um novo produto. Entretanto, depois de assinado o Termo de Adesão, o objetivo era trabalhar em conjunto com a empresa e o designer para o projeto resultar o melhor possível.

Neste processo a equipe do Centro de Design procurou sempre se adaptar às necessidades e características da empresa e, em especial, do empresário. Dependendo do

caso a participação envolvia sessões de brainstorm, orientação técnica, identificação de fornecedores e parceiros e, na maior parte dos casos, apoio na gestão do projeto em si.

Um dos apoios mais importantes foi facilitar, para as micro e pequenas empresas, o acesso aos recursos do PATME, Programa de Apoio Tecnológico para a Micro e Pequena Empresa. O PATME oferece recursos para a contratação de consultoria especializada para empresas que estejam desenvolvendo projetos de inovação tecnológica e foi utilizado por 25 das 33 pequenas e micro empresas que participaram do Criação Paraná (*Centro de Design do Paraná*, 2002).

Uma outra forma de apoio foi estimular o surgimento de um espírito de grupo entre os empresários, como que para criar um movimento pela inovação e pelo design. A idéia era envolver pessoalmente os donos das empresas e, neste sentido, foram promovidos diversos encontros do grupo com o objetivo de informar e também de incentivar as empresas a perseguir resultados sempre mais ambiciosos.

A primeira reunião ocorreu em outubro de 2001, foi realizada no auditório do BRDE e teve o objetivo de apresentar os serviços do banco e as possibilidades de apoio financeiro. Depois foi organizada uma apresentação sobre os mecanismos do PATME, no auditório do Tecpar. Estas duas primeiras reuniões tiveram caráter principalmente informativo.

O encontro realizado em janeiro de 2002 no CIETEP teve um caráter mais agregador. Foi um encontro fechado ao público e, pela primeira vez, foram apresentados os projetos que cada empresa estava desenvolvendo. Este panorama dos trabalhos permitiu ao grupo perceber a abrangência e a diversidade dos produtos que eram, até este momento, desconhecidos pela maioria. No dia seguinte, o designer Lincoln Seragini e o consultor de marketing Eloi Zanetti ofereceram consultorias de 30 minutos para nove dos empresários.

Este tipo de reunião mostrou-se muito eficiente como estímulo aos empresários e por conta disso, um outro encontro, desta vez organizado na forma de uma oficina, foi realizado em março de 2002. Foi uma oficina com Jane Pritchard, design manager do IDEO de Londres. O IDEO é considerado um dos escritórios de design mais inovadores do mundo, tendo desenvolvido o primeiro mouse comercial para a Apple e o primeiro laptop. O IDEO baseia sua metodologia em dois pontos: a observação do comportamento do público alvo do produto que se quer desenvolver e a experimentação das idéias através de modelos e protótipos. Foram estes os conceitos trabalhados durante a oficina.

Finalmente, em abril de 2002, o governador do estado recebeu numa reunião-almoço 22 empresários participantes do programa. Todos falaram de suas empresas e dos produtos que estavam desenvolvendo no Criação Paraná. Todos estes encontros serviram para criar um espírito de grupo entre os empresários, ao mesmo tempo em que estimularam uma competição positiva com cada qual buscando conseguir resultados mais expressivos.

4. AS EMPRESAS

Este capítulo apresenta breves resumos dos processos experimentados por cada uma das empresas do Criação Paraná. Cada item indica em primeiro lugar o nome da empresa, seguido do nome do designer responsável pelo projeto e do nome do produto desenvolvido.

4.1 EMPRESA: DESMOBÍLIA E NICOS DO BRASIL

Design: Ops! Design

Produto: Cadeira Mira

A Cadeira Mira foi uma possibilidade identificada pelo Centro de Design em ciclo completo: escritório de design (Ops! Design), indústria (Nicos do Brasil) e empresa para venda (Desmobília).

A Nicos fornecia apenas partes e componentes de produtos e gostaria de iniciar a produção de produtos próprios. Na ocasião, se via às voltas também com um novo equipamento de injeção em poliuretano, ecologicamente correto. O processo de produção, sem CFC e injetado à base de água, proporciona uma produção não poluente e custos reduzidos. Faltava, entretanto, encontrar um produto que utilizasse esta matéria-prima.

Os designers, dispostos a testar novos materiais, propuseram estudar as características do poliuretano em um novo projeto: a cadeira Mira. O resultado foi uma cadeira com assento e encosto em poliuretano injetado. O produto desenvolvido nesta parceria demonstra que o poliuretano, até então considerado secundário pela indústria moveleira, pode ganhar novo e qualificado status no mercado.

4.2 EMPRESA: ZANETTI DESIGN

Design: Zanetti Design

Produto: Hitchiker - fichário com estojo

Aparenta ser um fichário como outro qualquer, entretanto a novidade está no estojo acoplado, quase imperceptível.

A empresa Zanetti Design já havia desenvolvido um estojo escolar anteriormente e, a partir da observação de seus usuários, percebeu a necessidade dos estudantes em um produto que integrasse as funções de fichário e estojo.

No desenvolvimento deste novo produto, a empresa superou alguns obstáculos como a escolha do material, primeiramente inadequado, a fixação da ferragem e a construção do molde. Apesar desses desafios iniciais, o produto chegou à exposição Criação Paraná como um sucesso comercial, pois em julho de 2002 já totalizava dezenas de milhares de unidades encomendadas.

Após a exposição, o produto participou de uma feira de materiais escolares nos EUA e atualmente está lançando um novo modelo do Hitchiker.

Sobre a experiência no Criação Paraná, o designer destaca a divulgação das empresas e designers paranaenses e a possibilidade de relacionamento com outros países.

Sobre a Zanetti Design, um dos diferenciais dessa empresa é a sua metodologia de trabalho, pois desenvolve produtos próprios responsabilizando-se por todas as etapas do projeto - geração de idéias, criação, industrialização, registro e patente das idéias e distribuição (para a qual identifica parcerias).

4.3 EMPRESA: FLYING SKATEBOARD

Designer: Fabricio da Costa

Produto: Skate Cisco

A Flying Skateboard produzia shapes [prancha] para skate e os terceirizava para diversas marcas. No primeiro contato com o Centro de Design, a empresa já desejava ter uma marca própria, pois havia percebido um nicho de mercado: o segmento intermediário entre os skates importados [alta qualidade e alto preço] e os nacionais [qualidade razoável e baixo preço]. A idéia consistia em desenvolver as três peças do skate - shape, truck e rodas - com qualidade e preço acessível, lançar uma marca própria e ocupar esse mercado intermediário.

No desenvolvimento do Skate Cisco, o envolvimento do designer, que também é skatista, foi essencial para a qualidade do produto final pois as questões de performance e preço receberam atenção especial.

Apesar do domínio da tecnologia de fabricação do shape, foram desenvolvidos diversos protótipos com variação nas lâminas, tingimentos e adesivos; além dos testes em laboratório de tração e dos usuários. Para o desenvolvimento do truck [eixo] e das rodas, demandou mais pesquisa e ensaios em laboratório até encontrar-se os materiais mais adequados.

Na época da exposição apenas o shape estava pronto para comercialização. O truck e a roda levaram mais alguns meses para chegar ao mercado. Mas no final de 2003 a Flying Skateboard havia construído uma nova fábrica para atender a demanda da marca Cisco.

4.4 EMPRESA: PRÓ-DIGITAL

Design: Morpho Design

Produto: Relógio Ponto

Um dos projetos da empresa Pró-Digital, apoiada pela Incubadora Tecnológica de Curitiba, sediada no Tecpar, era o de um Relógio Ponto para pequenas e médias empresas, com funções simplificadas. A parte eletroeletrônica já estava sendo desenvolvida, mas a Pró-Digital queria algo diferente e inovador para o gabinete do produto. Era necessário um projeto específico e diferenciado.

Quando o programa Criação Paraná foi apresentado ao empresário surgiu o interesse em investir no design do novo produto. “Sempre estamos trabalhando no desenvolvimento de produtos. Sendo assim, nossa ligação com o design sempre foi necessária, mas nunca tivemos informação sobre como conseguir isto”.

Após solicitar orçamentos e visitar escritórios de design, a empresa optou por contratar a Morpho Design que, em colaboração com a empresa, chegou a um relógio ponto com melhor forma, acabamento e qualidade. Simples, bonito e perfeitamente adequado às suas funções - poucos botões, fácil de usar - o Relógio Ponto consegue fugir da idéia de equipamento controlador e passa uma imagem amigável para o usuário.

O produto não está no mercado devido ao alto custo de produção. Segundo o empresário, houve um erro de briefing. A idéia inicial era desenvolver um produto de pequena tiragem, entretanto, no decorrer do processo, a possibilidade de se ter altas tiragens pareceu interessante ao empresário e seguiu-se o projeto nessa linha. Conclusão, o produto tem um custo elevado de produção e foi inviabilizado. Atualmente, a Pró-Digital comercializa os modelos antigos de relógio ponto.

4.5 EMPRESA: RCP PRODUTOS MÉDICOS

Design: Tec Design

Produto: Módulo de Parto Claudio Paciornik

Em 1976, surgiu o primeiro Módulo de Parto Vertical para auxiliar o parto natural, visando uma maior interação pai-mãe-bebê-equipe médica, resultado da pesquisa do Dr. Claudio Paciornik. Esse primeiro produto serviu de modelo para outros pesquisadores.

O produto era desenvolvido artesanalmente devido à baixa demanda de mercado. Entretanto, em 2000, surge uma grande oportunidade de se industrializar o produto com a nova política de atendimento humanizado do Ministério da Saúde, que instituiu um programa de humanização no pré-natal e nascimento.

Para se adaptar o produto ao mercado, seriam necessárias algumas alterações no projeto. Iniciou-se assim, a parceria entre o Dr. Claudio Paciornik, o Centro de Design e o escritório de design.

Algumas características foram priorizadas: utilizar materiais que proporcionem uma boa assepsia, dimensionar as peças complementares prevendo a manutenção, conciliar no design a funcionalidade e o peso estético e cuidar com a ergonomia do sistema de interação do método de parto.

A idéia inicial era que o produto fosse uma unidade de atendimento ao parto, integrando ao módulo o desenvolvimento de um berço aquecido.

O resultado é um produto de alto valor agregado, com formas limpas, ergonômico, asséptico, amigável e racional. Outra característica de grande valor é permitir a adequação de diversas situações que podem ocorrer no processo como as posições de cócoras, sentada, inclinada, deitada e “Trendelenburg”.

Um dos diferenciais desse projeto, foi o fato da empresa não ter uma indústria para a produção do Módulo de Parto. Então, precisou-se desenvolver toda uma estrutura de fornecedores.

Apesar do bom conceito, o produto não foi ao mercado. O desenvolvimento foi até a etapa de protótipo, mas não chegou a ser um protótipo inteiramente funcional, que possibilitasse realizar alguns partos como teste. Um dos motivos para não se ter desenvolvido esse tipo de protótipo, foi a questão de custo, pois seria necessário se investir uma quantia elevada e ainda se correria o risco de se ter muitas alterações no projeto. Assim sendo, o empresário não quis fazer esse investimento e abandonou o projeto, voltando a comercializar o modelo antigo.

A solução proposta pelo escritório de design pode ter sido uma evolução muito grande no produto, talvez um produto intermediário fosse a solução mais viável para o empresário.

Um fator importante que acabou contribuindo para o não andamento do projeto foi a falta de uma estrutura comercial e de um responsável pelo projeto, para gerenciar os fornecedores, na empresa.

4.6 EMPRESA: BIO DESIGN PRODUTOS BIOMÉDICOS

Designer: Flávio Leonel dos Santos

Produto: BIO KLEEN

Quando a equipe do Centro de Design visitou a Bio Design, a empresa estava formatando o conceito de seu novo produto. O produto se enquadrava no cenário de preocupação mundial com a infecção hospitalar e sobre o estetoscópio ser um vetor de infecção cruzada. A empresa percebeu aí uma oportunidade de desenvolver um produto

que facilitasse a assepsia da membrana e da campânula do estetoscópio, visando diminuir as possibilidades de contaminação.

O Centro de Design ajudou a formatar o conceito: o produto passou a ser um kit de limpeza de estetoscópio - com nome, logomarca, embalagem unitária e um dispenser de parede. O resultado final é um dispositivo em polímero plástico, que coloca a membrana do estetoscópio em constante contato com uma espuma embebida em material desinfetante. O produto é descartável, conforme a vida útil do desinfetante (uma semana, se for na forma de gel).

Apesar do bom conceito do produto, o produto não se encontra no mercado. Entretanto, foi desenvolvida uma pré-série de 1.000 peças que estão sendo distribuídas como brindes.

4.7 EMPRESA: MÃO COLORIDA COMUNICAÇÃO VISUAL

Design: Lumen Design

Produto: Luminária Allfix

A Mão Colorida é uma empresa de comunicação visual, onde os produtos são feitos sob encomenda. Na visita da equipe do Centro de Design para o programa Criação Paraná, a empresa mencionou sobre o sistema de fixação que havia desenvolvido e seu desejo de transformá-lo em um produto para o consumidor final.

Então surgiu a idéia de se transmitir energia através dos cabos de aço do sistema e criar luminárias. Idéia que rendeu à empresa o apoio do Projeto Alfa (ação conjunta do Ministério da Ciência e Tecnologia, do Paraná Tecnologia e do Sebrae/PR), para a contratação de um Estudo de Viabilidade Técnica e Econômica. Com o estudo pronto, o projeto foi aprovado para ingressar na Incubadora Tecnológica do Tecpar - INTEC, onde seriam desenvolvidos novos e mais variados produtos que utilizassem o sistema.

A Luminária AllFix foi desenvolvida em dois modelos: um horizontal, onde a luminária encontra mobilidade correndo por dois fios paralelos em aço; e outro vertical, onde uma bolinha flutua no fluxo de ar, criando um ponto de luz que se agita.

A maior dificuldade foi na etapa das luminárias em vidro. Foi-se necessário desenvolver alguns protótipos até se chegar ao resultado final.

Essa foi a primeira experiência da empresa no desdobramento da linha de produção. Entretanto, o produto não foi ao mercado devido ao custo elevado de produção, mesmo se produzindo em escala. Mas o empresário destaca a importância de ter participado do programa pela divulgação do projeto AllFix.

4.8 EMPRESA: DECORTEL / STUDIO GROSS

Design: Fernandes & Foggiato Arquitetura e Design

Produto: Banqueta Pytu

Studio Gross Design é a marca própria da Decortel, empresa que iniciou atividades em 1994, com reforma e comércio de estofados. Em 1999, a empresa agregou “indústria” à sua constituição, com o objetivo de lançar uma linha de produtos próprios, o que aconteceu em 2000, em São Paulo, durante a Gift Fair.

O primeiro contato com o Centro de Design aconteceu em 2001, quando o empresário João Grossl participou da palestra apresentada pelos italianos Mauro Liparini, designer e Martino Zanota, industrial. Grossl, entusiasmado, se integrou ao Criação Paraná e definiu sua nova estratégia: móveis com design, direcionados para um público classe A.

A banquetta-revisteiro Pytu é o primeiro produto assinado da linha Studio Gross Design. Além da forma e da dupla utilidade, inova no material: madeira multilaminada,

com perfis mais finos e em formatos curvos, possibilitando móveis arrojados, com leveza, resistência e custo relativamente baixo.

Com o aumento já esperado da demanda, Grossl pretende adquirir equipamentos de corte e acabamento de madeira e tecido, para aumentar a precisão e a qualidade da nova linha. “Vamos usar lâminas de madeiras nacionais com selo de certificação. Além de possibilitar maior riqueza de cores e texturas para o produto final, isto agregará à nossa marca valores de responsabilidade social, por uma linha ecologicamente correta”, aposta João Gross.

4.9 EMPRESA: MC DISPLAYS

Design: Ana Camargo Design

Produto: Linha Quati - acessórios para escritório

Sinalização e expositores compõem o negócio da MC Displays. Os materiais utilizados nos projetos são, geralmente, muito caros, mas de excelente acabamento e amplas possibilidades. Até então, as sobras do recorte destes materiais não possuíam uma utilidade. Isso gerava necessidade de espaço para armazenamento e um grande desperdício. Então o desafio: o que fazer com as sobras? A solução encontrada foi utilizá-las na produção de peças próprias - ramo no qual a empresa ainda não havia investido. A designer Ana Camargo propôs o desenvolvimento de acessórios para escritório, explorando o aspecto lúdico. Foram desenvolvidos 3 produtos: porta-material, prancha risque-rabisque e quebra-cabeça. As formas foram inspiradas em tramas da arte indígena. Dos índios também se originou o nome, “Quati” que em Tupi significa “listrado”. É este o efeito, com os pedaços recortados e aplicados em camadas sobrepostas, gerando combinações de diferentes cores e texturas.

4.10 EMPRESA: MOVIME MÓVEIS EM FIBRAS NATURAIS

Design: Uia Design

Produto: Scopo - cadeira e poltrona de aproximação

A visita do Centro de Design à Movime foi num momento em que a empresa precisava e queria inovar. A empresa já teve experiências com designers, mas que foram improdutivas. Mesmo assim, acreditava na necessidade de se diferenciar os tradicionais produtos em vime.

A empresa aceitou a proposta do programa Criação Paraná de desenvolver um produto inovador. E em paralelo, estava começando o seu contato com a designer que também aceitou o desafio.

A proposta foi unir a tradição artesanal do vime à técnica de estofaria. O vime foi utilizado onde, no estofado, é em madeira, metal ou compensado. Já a estrutura, que faz o molejo e o conforto do estofado, é em percintas. Aliado a isso temos uma base estética, ergonômica e de racionalidade, mas sem descaracterizar o processo do vime.

Também se propôs aos artesãos se estudar novos trançados para o vime, o que foi muito bem aceito.

Além da participação do produto na exposição do programa Criação Paraná, promovida pelo Centro de Design do Paraná, a empresa ganhou o prêmio de Design e Ecologia da CNI - etapa Paraná - coordenado pela FIEP e IEL. E também recebeu o prêmio nacional de EcoDesign promovido pelo Centro de Design de São Paulo e FIESP.

Apesar do bom resultado com o desenvolvimento do produto, a empresa encontrou dificuldades na comercialização por deficiência em sua estrutura interna. Somente em 2004 a empresa finalmente encontrou uma forma de comercializar o produto com sucesso.

4.11 EMPRESA: ORTOMETAL METALÚRGICA E ORTOPEDIA INDUSTRIAL LTDA

Design: Inove Design Comunicação Ltda

Produto: Rodes - Cadeira Ortometal

A Ortometal desenvolve cadeira de rodas, muletas e andadores. Já na visita da equipe do Centro de Design, a empresa comentou sobre o seu desejo de desenvolver uma cadeira de rodas que permitisse ao usuário ficar em pé, sem esforço manual.

Esse foi o desafio da empresa para desenvolver um produto para o programa Criação Paraná.

O Centro de Design ajudou a empresa a formatar melhor o produto. A idéia era desenvolver um produto que desse mais liberdade e independência aos portadores de necessidades especiais, permitindo acesso a lugares antes fora de seu alcance, como balcões e pias, mas sem ter o aspecto de um produto hospitalar. Um produto que propiciasse uma melhor auto-estima para seus usuários.

Em paralelo ao desenvolvimento da cadeira de rodas, foram feitas pesquisas de materiais e do sistema de elevação da cadeira. Buscou-se materiais confortáveis, resistentes e fáceis de limpar.

O maior diferencial desse produto era a possibilidade do usuário ficar de pé, entretanto, essa também foi a maior dificuldade no projeto. Estudou-se diversos tipos de motores, uns funcionavam melhor que outros, mas todos tornavam o produto extremamente caro. Outras alternativas foram testadas, mas sem sucesso. Por fim, chegou-se à solução final: utilizar um sistema de acumulação de forças.

O resultado final é uma cadeira de visual atrativo, que alia uma boa ergonomia e boas escolhas de materiais, além de permitir o usuário ficar em pé sem esforço mecânico próprio.

4.12 EMPRESA: FACILIT ODONTOLÓGICA E PERFUMARIA LTDA

Design: KS Design

Produto: Escova de Dentes Premium

O contato dessa empresa surgiu da indicação do escritório de design. Já na visita da equipe do Centro de Design, o empresário mostrou interesse em desenvolver um produto diferenciado. Queria aproveitar a oportunidade do Criação Paraná como uma nova experiência: desenvolver uma escova de dentes que fosse um objeto de desejo; um produto direcionado e não mais massificado.

O resultado final foi uma escova de dentes top de linha, em dupla injeção, com cerdas em várias inclinações, acompanhando as últimas novidades das técnicas de escovação. Este tipo de cerdas ainda não é produzido no Brasil.

Apesar da empresa, inicialmente, ter desejado desenvolver um produto diferenciado, a escova de dentes Premium não foi para o mercado. O principal motivo é a grande demanda por produtos populares. O empresário acredita que a empresa tem muito para crescer nesse segmento popular, antes de partir para o desenvolvimento de produtos direcionados, com alto valor agregado.

4.13 EMPRESA: KITS PARANÁ

Design: Artespaço Design

Produto: SACI - auxiliar de churrasqueiro

A Kits Paraná desenvolve kits para cozinhas populares e já estava buscando um novo produto quando o Centro de Design fez a primeira visita, a partir de uma indicação da própria designer. A proposta era desenvolver um produto que não fosse exatamente um

componente das cozinhas que a empresa já produzia, visando a expansão do mix de produtos.

Foi assim que surgiu a idéia de desenvolver um móvel residencial auxiliar para churrasqueira. O produto tem o objetivo de abrir novas oportunidades de mercado, associando a marca da empresa a produtos diferenciados e com design.

Apesar da empresa ser de Arapongas, a designer era de Curitiba, o que facilitou o acompanhamento e troca de idéias.

4.14 EMPRESA: FRESO LTDA

Design: Paradesign

Produto: Joker - mobiliário infantil

A Freso desenvolve brinquedos e playgrounds em plástico rotomoldado e desejava participar do Criação Paraná. Então, a partir de um brainstorming interno do Centro de Design, surgiu a idéia de se desenvolver uma linha de móveis para crianças com design diferenciado.

A empresa acrescentou ao conceito: imagem inovadora, exclusividade de formas, qualidade do produto final, segurança para os usuários e preço competitivo.

O designer buscou desenvolver peças com características amigáveis, formas inusitadas e uma linha bastante singular, única.

No decorrer do desenvolvimento dos produtos, a construção de mock ups e protótipos foi de essencial importância para a verificação de dimensionamentos e outros pontos críticos do projeto. Em paralelo com a criação dos produtos, a empresa e o designer estiveram em contato no levantamento de custos e solucionando questões técnicas, numa parceria de sucesso.

O resultado final foi um trio de móveis que atende às prerrogativas de um mundo lúdico: poltrona, criado-mudo e cabideiro, em plástico [polietileno de média densidade] rotomoldado.

A linha de mobiliário infantil está no mercado e possui uma curiosidade, como exemplo de que a reação do mercado é inusitada, a poltrona desenvolvida migrou do segmento infantil para o segmento de móveis de design, com alto valor agregado. Encontra-se em lojas como Desmobília e Tok Stok e até compôs o cenário de uma das festas da última edição do Big Brother [programa de entretenimento da rede Globo].

4.15 EMPRESA: ENGESP INDÚSTRIA DE EQUIPAMENTOS HOSPITALARES LTDA

Design: Asa Design

Produto: Pelicano - respirador cirúrgico

A necessidade de renovar seu produto coincidiu com a visita do Centro de Design, que resultou na oportunidade de se desenvolver um novo respirador.

No desenvolvimento do produto, foram incorporadas inovações nos processos eletrônicos e mecânicos, nos materiais e no design [ergonomia, interface formal e funcional dos acessórios].

Apesar das reuniões e da aplicação de ferramentas de gestão, o projeto não decolava. Foi então que, através de um workshop sobre prototipagem, promovido pelo Centro de Design aos participantes do Criação Paraná, construiu-se um mock up que permitiu o rápido amadurecimento do projeto.

Através desse primeiro mock up foi possível visualizarmos as questões de dimensionamento, interface, ergonomia, funcionalidade, entre outras. Com essa simples ferramenta, o projeto obteve um grande salto de qualidade.

O resultado foi um produto que atende à exigências dos grandes centros de saúde do país: alta tecnologia, qualidade, baixo custo, rápida e fácil manutenção, segurança e precisão.

Nesse projeto, tivemos um erro estratégico. A empresa anunciou o desenvolvimento do novo produto para seus clientes; estes, por sua vez, resolveram aguardar esse novo lançamento, mas o novo respirador estava levando mais tempo para ser concluído, do que o planejado. Resultado, a empresa, que era líder de venda desse equipamento, não conseguia vender os modelos de respiradores antigos, nem conseguia concluir o novo produto por dificuldades financeiras.

Atualmente, a empresa continua fabricando os modelos antigos do respirador e o novo produto está em fase de conclusão do software.

4.16 EMPRESA: -- -- --

Designers: Lilian Wolff e Viviane Machado Ceschin Vieira

Produto: Vitalle - maleta para transporte de órgãos

Uma das formas de prospecção do programa Criação Paraná foi junto aos designers recém-formados e seus respectivos projetos de graduação.

As designers Lilian e Viviane aceitaram o desafio de transformar o seu projeto acadêmico em um produto comercial.

O projeto foi desengavetado e teve de ser aperfeiçoado, sendo necessário pesquisar fornecedores e empresas interessadas na produção.

A proposta consistia em uma maleta com sistema de refrigeração que eliminasse a necessidade de gelo. Atualmente os órgãos são transportados através de isopores com gelo. Outra característica importante é que, na maleta, os órgãos não sofrem avarias ao

serem transportados, reduzindo assim, a possibilidade de rejeições e infecções ao transportado.

Além do acompanhamento de todo o processo, o Centro de Design firmou um contrato de apoio financeiro com as designers para a confecção do protótipo, através de um Acordo de Patrocínio. Nesse acordo, as designers se comprometiam a restituir um valor idêntico ao apoiado para o Fundo Criação Paraná, após um ano.

Atualmente, o projeto está em teste. As designers estão trabalhando em parceria com uma empresa de São Paulo e testando o sistema de refrigeração.

4.17 EMPRESA: MÓBILE

Design: VE Design

Produto: Piccolo - andador infantil

MóBILE, uma pequena metalúrgica, sempre atuou no fornecimento de peças e componentes metálicos ao mercado. Agora está desenvolvendo o Andador Infantil Piccolo, especialmente projetado para crianças portadoras de deficiência física.

A idéia do produto, o primeiro da empresa desenvolvido com o auxílio de um designer, surgiu com o apoio do Criação Paraná, baseado em uma necessidade identificada junto à Associação Paranaense de Reabilitação (APR). “Não existe no mercado um produto direcionado especialmente para as crianças deficientes”, constatam os empresários. Daí seu entusiasmo com o andador, “visualmente atrativo, com encosto no banco de descanso, formando uma cadeirinha e com bolsa porta-objetos”. Ele pode virar um carrinho de transporte, tem altura regulável e as rodas podem ser usadas na frente ou atrás.

Para a MóBILE, “o andador é um produto inovador no mercado hospitalar, que possibilita seu destaque e o início do desenvolvimento de novos projetos na área”.

4.18 EMPRESA: ELECTROLUX DO BRASIL SA

Design: Industrial Design Center - Curitiba

Produto: Smart Ice

Smart Ice, ou gelo esperto. Espertíssimo, este projeto é da Electrolux, multinacional do ramo de eletroeletrônicos presente em Curitiba, onde está também um dos quatro IDCs - Industrial Design Centre - que a empresa mantém no mundo.

A visita da equipe do Centro de Design do Paraná, em busca de um produto novo ou de uma idéia, motivou o desenvolvimento de um produto que não era prioritário, por não estar dentro da estratégia comercial da empresa na ocasião.

Do conceito inicial, o projeto foi sofrendo adaptações até o resultado concreto, em três peças: porta-vinho, jarra e balde - para latinha e long neck. O formato de cada peça é resultante da injeção em plástico e todas agregam um componente colorido, responsável pela transmissão do frio.

Para o consumidor, o Smart Ice é uma nova possibilidade: manter o vinho, a água, a cerveja e o refrigerante gelados, mesmo fora da geladeira. Para a Electrolux é um novo produto, com amplas possibilidades. É um produto que explora novas aplicações para uma tecnologia que a empresa já dominava.

A empresa ainda vai decidir se o produto vai ou não entrar em produção. No entanto, este investimento da Electrolux em um novo produto para o Criação Paraná empresta credibilidade ao Programa, além de representar um reconhecimento do potencial do Estado e demonstrar a força criativa do design paranaense.

4.19 EMPRESA: TECNOFLEX MÓVEIS PARA ESCRITÓRIO

Design: Blu Design & Comunicação

Produto: Solo - linha de organizadores pessoais

Móveis para escritório fazem a linha de produção da Tecnoflex, que recebeu a visita do Centro de Design do Paraná mas não se integrou de imediato ao Programa.

Mais tarde, a Blu Design surgiu com uma proposta, apresentando um novo conceito em mobiliário. Formou-se, então, a parceria para o desenvolvimento da Solo, uma linha de organizadores pessoais versátil, moderna e compacta. O projeto foi desenvolvido focando o processo produtivo e os materiais já utilizados pela Tecnoflex. Sem necessidade de terceirização, o produto foi viabilizado rapidamente e com a qualidade esperada. Direcionada para locais onde todo espaço é precioso, como lofts e kitinetes, a Solo possui duas versões: Workstation e Stockroom. Uma concentra em apenas um módulo todos os equipamentos de informática e outra comporta todos os suprimentos necessários ao usuário. Além disso, o projeto conta com um elemento inovador: a porta deixa de ter mera função de fechamento e passa a abrigar gavetas, nichos e até mesmo uma mesa auxiliar.

4.20 EMPRESA: CHALLENGER DO BRASIL LTDA

Designer: Lúcio Alves de Oliveira

Produto: Aero Challenger

A oportunidade de inovação deste produto surgiu da identificação de uma demanda do mercado: um acessório externo para os veículos tipo van que pudesse transportar bagagem com segurança e que fosse esteticamente agradável.

Embora o produto não seja inédito, esses bagageiros externos são inexistentes no mercado nacional e importados por alguns revendedores. Situação que indicava à empresa uma oportunidade de fabricar um produto nacional.

O programa Criação Paraná estimulou a empresa a iniciar o desenvolvimento deste novo produto. A partir do momento em que a empresa ingressou no programa, o Centro de Design do Paraná acompanhou todo o desenvolvimento deste produto, mas foi necessário contratar um designer sênior para a fase de conclusão do projeto, no auxílio de soluções técnicas, devido à inexperiência do designer interno da empresa.

A idéia inicial do Aero Challenger evoluiu no decorrer do projeto, mudou de veículos tipo van para os populares (como o Gol, Corsa, Palio...) e, juntamente com um protótipo, o designer fez uma observação do usuário, que consiste fazer um passo a passo no uso do produto e identificar os pontos críticos, constatando, por exemplo, a necessidade de rodas.

O Aero Challenger custa cerca de 60% a menos que os bagageiros importados, além dos diferenciais de design: funcionalidade e estética.

4.21 EMPRESA: SIGMUND CONFECÇÕES LTDA

Design: TA-AS Talentos Associados em Comunicação Ltda

Produto: Hackbag Young

Confeccionar bolsas para grandes marcas sempre foi a atividade da empresa familiar Sigmund Confeções, há 10 anos no mercado. Era o momento de criar marca própria e, para isto, foi feita uma primeira investida, com acessórios para o transporte de tecnologia portátil, direcionados ao público de 30 a 55 anos. Em junho de 2001, visitada pelo Centro de Design do Paraná, a empresa reforçou a vontade de expandir a linha própria com apoio de um designer. Foi assim que nasceu a Linha Hackbag Young, a

segunda geração de bolsas para transporte de tecnologia portátil, de olho em um público mais jovem, de 15 a 30 anos. No processo produtivo foi adotada uma nova tecnologia - a termoconformagem-, que permite maior rigidez e melhor estética para as bolsas. As peças da nova linha são três: mochila para laptop, transformável em bolsa; bolsa para laptop; e pasta para o “equipamento” da faixa mais jovem: discman, MP3, agenda eletrônica, palmtop. Todos estes itens de tecnologia portátil também encontram espaços próprios nas outras peças da linha.

4.22 EMPRESA: LINBRASIL

Designer: Sérgio Rodrigues

Produto: Cadeira Diz

Os móveis assinados por Sérgio Rodrigues são reconhecidos no Brasil e no mundo pela beleza e qualidade do trabalho do arquiteto e designer carioca.

Objetos de desejo disputados, estes móveis não estavam mais disponíveis há muitos anos. Agora, após cuidadoso trabalho, a loja LinBrasil, recém inaugurada em Curitiba, obteve a licença exclusiva para reeditá-los. A produção será feita, com qualidade, pela Decormade, empresa paranaense fundada em 1974.

Além da excelente iniciativa para recolocar no mercado os móveis Sérgio Rodrigues, as duas empresas agregam responsabilidade social ao projeto. “O consumidor precisa deixar de valorizar o móvel pelo uso da madeira nobre e valorizá-lo pelo emprego de design e materiais alternativos”, diz Gisele Schwartsburd, proprietária da LinBrasil. Essa mudança de consciência e estratégia, segundo ela, “é fundamental para a sobrevivência e a reciclagem das madeiras brasileiras”.

A inovação, proposta e aceita, consiste em substituir madeiras nativas da linha original Sérgio Rodrigues - jacarandá, mogno - por madeiras cultivadas, como eucalipto.

A tarefa exige alteração no sistema produtivo. A riqueza de formas dos novos móveis exigem um apuro extremo na produção. O treinamento garantirá a reprodução, com perfeição, das linhas curvas combinadas em encaixes, marcantes nas peças do designer carioca.

Apesar destes desafios, o novo investimento aponta para o sucesso ao reeditar peças de um ícone do design nacional com qualidade e sentido ecológico.

4.23 EMPRESA: HABITABLE CADEIRAS

Designer: Miguel Feres Rodrigues

Produto: Banqueta Cambo

A Habitable desenvolve cadeiras em madeiras nobres, de alto padrão. Na visita da equipe do Centro de Design à empresa, surgiu a idéia de se desenvolver um produto utilizando as sobras de matéria-prima: pedaços significativos de madeira maciça, de lei.

Apesar dos esforços para que o empresário experimentasse o desenvolvimento do produto em parceria com um designer, a empresa relutou, pois desejava manter esse processo internamente.

Após algumas reuniões, o produto foi definido: uma banquetta com encosto móvel que se transforma em apoio para prato e talheres. Pode ser utilizada tanto para ambientes como churrasqueiras quanto como suporte para refeição de uma pessoa. Empilhável, economiza espaço quando não está sendo utilizada.

A maior dificuldade no desenvolvimento deste produto, foi a questão formal. Provavelmente devido à falta de repertório do empresário, quem fez o desenho da banquetta. Isso foi amenizado através da confecção de protótipos.

Atualmente a banquetta está no mercado e as sobras de materiais, que eram um problema, transformaram-se em diferencial para a empresa.

4.24 EMPRESA: BAGLIFELDT INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE MÓVEIS LTDA

Designer: Denilze Paula da Silva

Produto: Berço Kinder

A Baglifeldt identificou, junto a lojistas, a carência de móveis infantis no mercado. E a oportunidade do Criação Paraná incentivou a empresa no desenvolvimento do carro-chefe da sua primeira linha: o Berço Kinder. Até o momento, fabricava móveis e acessórios residenciais e de escritório, fornecendo para a rede Tok & Stok.

O Centro de Design, visando auxiliar na conceituação do produto, realizou uma Observação de Usuário. Essa é uma ferramenta de projeto para se identificar os pontos críticos de uso de determinado produto.

Na observação de usuário, percebemos que o momento mais crítico é a troca de fralda. As mães não utilizam os tradicionais trocadores por medo do bebê cair e acabam trocando na própria cama, ficando com dores nas costas. Outro cuidado das mães é escolher um berço que não tenha produtos tóxicos, pois o neném passa muitas horas seguidas no berço.

Após a observação de usuário, o conceito do produto foi definido: berço ecológico, com madeiras reflorestadas e acabamento com ceras naturais e atóxicas e possibilitar que o estrado tenha um sistema de elevação.

O produto final possui todas as características estipuladas na conceituação. O sistema de elevação é manual e facilita na troca de fraldas e roupas, além de auxiliar na hora de colocar e tirar a criança do berço. As pesquisas por ceras naturais e por madeiras reflorestadas foram demoradas devido à complexidade dos temas, mas se obteve sucesso. A empresa também investiu para se adequar às normas da ABNT exigidos para a exportação do produto.

Apesar do bom conceito, o produto não está no mercado. Os principais fatores são o alto custo de produção e a falta de uma estrutura comercial.

4.25 EMPRESA: FLEXIV MÓVEIS PARA ESCRITÓRIO

Design: od. design

Produto: Organizador Flexiv

Lançar constantemente novos produtos é parte da rotina da Flexiv. A empresa, do arquiteto e designer Ronaldo Duschenes, está no mercado há 16 anos como fabricante e revendedora de móveis para escritório. Sua linha prima pela qualidade e pelo bom design, já merecedor de prêmios importantes.

Em junho de 2001, a Flexiv solicitou ao Centro de Design do Paraná a organização de uma Oficina de Idéias sobre o tema “organizar/guardar/armazenar”. O resultado foi um caderno que reuniu ilustrações das idéias geradas. Para a Flexiv, o passo seguinte foi ingressar no Criação Paraná para desenvolver, com o designer Marcelo Gonzaga, uma linha de acessórios para escritório. Para Duschenes, a presença de um designer externo à empresa representou um sopro novo de criatividade. Foram desenvolvidas 5 peças com funções de organizar papéis e materiais de escritório, o que agregou funcionalidade às divisórias da linha Flexiv. Folhas de polipropileno substituíram o material pensado inicialmente (metal). Com isso, foi possível simplificar a produção para apenas cortes e vincos.

4.26 EMPRESA: NÚCLEO TECH MÓVEIS HOSPITALARES

Design: Fernandes & Foggiato Arquitetura e Design

Produto: Sano - poltrona reclinável

A Nucleo Tech desenvolve móveis hospitalares, como camas, macas, poltronas e mesas auxiliares. A empresa já havia percebido a importância do design como diferencial, pois no mercado onde está inserida, a competição acaba sendo somente pelo preço e ter produtos com valor agregado significa a permanência da empresa no mercado.

Assim, a visita do Centro de Design e a proposta do programa Criação Paraná serviram de estímulo. O desafio aceito pela empresa era desenvolver uma linha de produtos com maior valor agregado, destinado a pequenas clínicas e hospitais de maior padrão, com melhores serviços, próximos ao da hotelaria.

Após algumas reuniões, o Centro de Design, o designer e a empresa definiram melhor o conceito do novo produto: uma versão da “poltrona do papai” para o paciente hospitalizado. Transformar esse conceito num produto significou diversas preocupações. Questão ergonômica, desde os itens básicos - encosto reclinável e apoio para pés e cabeça -, como inserir um braço rebatível para facilitar o posicionamento do paciente e um tampo auxiliar, também rebatível, para apoio durante as refeições. As questões de conforto e estética buscavam atender ao conceito inicial, evitando assim o aspecto de móvel hospitalar.

Apesar do bom conceito, o produto não foi para o mercado devido ao alto custo final do produto. E como os demais produtos da empresa estavam vendendo bem, a empresa decidiu abandonar o projeto, temporariamente.

4.27 EMPRESA: GS MÓVEIS - FIBRAS NATURAIS

Design: Spazio Uno

Produto: Cadeira Fiber Office

Apostar em novas possibilidades de uso para a fibra natural. Essa foi a proposta do Centro de Design à GS Móveis. A empresa já tinha uma pré-disposição para investir em novas idéias na visita da equipe do Centro e resolveu aceitar o desafio.

A GS Móveis percebia a necessidade de inovar e agregar valor aos seus produtos se desejasse buscar uma nova posição no mercado de vime. Pois se manter nos tradicionais modelos em fibra natural significaria uma concorrência apenas por preço.

A idéia era inserir a fibra natural em um ambiente onde o seu uso ainda não fosse comum. O Centro de Design sugeriu o desenvolvimento de um móvel para escritório, diferenciado e em fibra. Unindo peças industrializadas (como os pés giratórios em metal e plástico) ao corpo da cadeira em fibra natural.

A proposta foi bem aceita pelo empresário, inclusive pelos funcionários responsáveis pela fabricação, e pela designer. Dessa parceria surgiu a Cadeira Fiber Office.

O empresário acredita que o desenvolvimento desse produto abriu novas possibilidades para a empresa continuar inovando no mercado de móveis para escritório e agregar valor aos seus produtos. Evitando assim, a concorrência por preço dos móveis tradicionais em vime da região de Santa Felicidade.

Uma das necessidades da empresa é ter uma melhor estrutura comercial.

4.28 EMPRESA: ARAFLEX ESTOFADOS

Design: Artespaço Design

Produto: Estofado Ibi

A empresa Araflex buscava um diferencial estético e tecnológico para os seus produtos, em relação aos concorrentes da região do pólo moveleiro de Arapongas.

A visita do Centro de Design e a idéia do programa Criação Paraná serviram de incentivo para a empresa iniciar o desenvolvimento de um novo produto.

O conceito proposto foi fazer uma releitura da tecnologia e da linguagem dos Móveis Cimo, empresa extinta que durante décadas foi sinônimo de qualidade no mercado nacional. Inicialmente, seriam desenvolvidas três peças: poltrona, mesa de centro e puf.

Apesar da empresa ser de Arapongas, a designer era de Curitiba, o que facilitou o acompanhamento do projeto por parte do Centro de Design.

Apesar do produto final ter o seu custo um pouco acima de sua linha de produtos, ele foi para o mercado participando da Feira Movelpar.

4.29 EMPRESA: NICIOLI INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE MÓVEIS LTDA

Designer: Sandra Shimizu

Produto: Mesa Versatile

A empresa Nicioli desenvolve cozinhas populares e, na visita da equipe do Centro de Design, já demonstrava interesse em agregar valor à sua linha de produtos. Sendo assim, a participação no programa Criação Paraná era uma boa oportunidade.

O conceito do produto se baseou na tendência de mercado de cozinhas cada vez menores, com uma otimização de espaço mas sem perder qualidade, funcionalidade e beleza. A Mesa Versatile perseguia este segmento de mercado.

No produto desenvolvido, sob o tampo, existe um armado que pode ser acessado por uma abertura no próprio tampo, formando um compartimento útil. Um segundo armado - útil para guardar potes - pode ser posicionado no segundo tampo ou na lateral da mesa, quando aberta. A mesa ocupa pequeno espaço da cozinha e serve para duas pessoas fazerem refeições rápidas.

O maior diferencial neste projeto para o Centro de Design foi a experiência de gestão à distância. Houveram apenas duas reuniões presenciais e as demais foram feitas através de e-mail entre a designer e um coordenador do Centro de Design.

O resultado foi positivo, apesar do produto não ter ido ao mercado. A empresa utilizou o desenvolvimento da Mesa Versatile como divulgação do design da empresa. O produto inclusive já foi capa da revista Móveis de Valor, uma das mais conceituadas do setor moveleiro.

4.30 EMPRESA: PROJECTA DESIGN / BELMÓVEIS

Designer: Mariane Cava Guimarães

Produto: Cabideiro KD

Móveis e utilitários sob medida sempre foram o negócio da Belmóveis empresa que, no entanto, queria criar uma linha própria de produtos, aliada à nova marca - Projecta Design. A visita da equipe do Centro de Design do Paraná, em junho de 2001, representou o incentivo que faltava.

A peça escolhida foi um cabideiro, produto de grande pedido na loja. O desafio ficou com o caráter inovador: multifuncionalidade, agregando à peça acessórios e

componentes. Durante o processo de criação, principalmente com o trabalho de construção de protótipos, foram feitas várias alterações, importantes para o resultado final do projeto.

A matéria-prima foi uma das características do projeto inicial que mudou durante o processo – do OSB para o MDF pintado, que facilita o acabamento.

O Cabideiro KD busca explorar totalmente a funcionalidade do produto, criando espaços para acessórios pessoais como celular, carteira e chave e até mesmo um compartimento secreto. Além do MDF, explora detalhes em acrílico e metal e fornece iluminação, como um abajur.

4.31 EMPRESA: EDUSHOPPING COM. DE EQUIP. E PROD.ESCOLARES LTDA

Design: RWS / KLA Design Consultants

Produto: Multi Art módulo - pedagógico multifuncional para atividade artística

Se a sala de aula não é apropriada, o equipamento vai até ela. Esta é a proposta do Módulo Pedagógico Multifuncional da Edushopping, empresa dedicada à área educacional. O produto começou a nascer com uma Oficina de Idéias organizada pelo Centro de Design do Paraná, a pedido da empresa. Daí para a frente, com a integração da RWS Design - no desenvolvimento do conceito - e da Forte MóBILE – especializada em produção de móveis, a boa idéia se transformou em produto. A inovação está na forma modular, que permite agregar funções conforme a necessidade. O conceito é baseado em versatilidade, multiplicidade de funções e aproveitamento inteligente do espaço. O módulo agrega, também, a preocupação com facilidade de locomoção e armazenamento. Tudo para dotar as escolas da infra-estrutura necessária a aulas e atividades como Arte, Música, Computação e Teatro.

4.32 EMPRESA: FUNCIONAL MÓVEIS

Design: Ops! Design

Produto: Sistema Link - divisórias para escritório

“Uma divisória de ambientes, flexível, móvel, com possibilidade de espaço para guardar objetos pessoais”. Conceito gerado a partir de uma Oficina de Idéias [serviço do Centro de Design que consiste em técnicas e exercícios que visam estimular a criatividade gerando idéias para solucionar um tema]. Foram agregados conceitos de funcionalidade, ergonomia e design com a preocupação de um melhor aproveitamento do espaço.

A construção dos protótipos possibilitou à equipe de projeto visualizar o conceito proposto e perceber os erros cometidos.

Um dos principais erros foi a falta de um dimensionamento de custos finais, pois a escolha dos materiais - estrutura em aço e paredes em polipropileno texturizado - acabou inviabilizando o produto final.

Outro erro de projeto apontado pelo empresário, foi o fato de termos iniciado o desenvolvimento deste produto sem definir previamente o seu público e sem enquadrá-lo no portfolio de produtos da empresa.

Apesar do produto não ter ido para o mercado, a experiência no Programa Criação Paraná foi positiva para o empresário por propiciar contato com novos profissionais de design, novos materiais, pensar em novos produtos e reforçar a idéia de planejamento com um mapa de viabilidade.

Para o Centro de Design, fica a lição de auxiliar e insistir junto ao empresário um mapa de viabilidade antes de se iniciar o desenvolvimento de qualquer produto.

4.33 EMPRESA: EMBATELE MÓVEIS E EMBALAGENS LTDA

Designer: Jusmeri Medeiros

Produto: Linha Vega - módulo vertical multiuso

Produtos e móveis seriados para decoração representam uma nova perspectiva de mercado para a Embatele, empresa familiar que há dois anos fabrica móveis sob medida e embalagens técnicas em madeira. No projeto, o ponto de partida, para a conceituação do novo produto é sua fixação no teto e no chão, eliminando o uso das paredes laterais. Em março de 2002, a empresa participou, junto com a designer Jusmeri Medeiros, de um workshop organizado pelo Centro de Design do Paraná com a designer Jane Pritchard (IDEO-Londres). Desta experiência resultou um melhor entendimento do processo do design na criação de produtos. Multifuncional e interativo, o Módulo Vertical Multiuso permite diversas configurações, através da combinação de seus acessórios – gaveteiros, espelho, porta-objetos, porta-retrato...

Biombo ou divisória de ambientes, o produto inaugura a fase seriada da Embatele, que avança de um mercado de “móveis sob medida” para uma marca própria.

4.34 EMPRESA: UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

Designers: Carolina Taeko Fujita e Cristiane Akiko Sakamoto

Produto: Ginga - carrinho para carrinheiro

Apesar do Criação Paraná ter foco nas empresas paranaenses, o Centro de Design prospectava projetos junto às universidades. Foi quando surgiu a idéia de propor aos estudantes o desafio de redesenhar o “carrinho de carrinheiro” - veículo do trabalhador informal que se dedica à coleta de materiais recicláveis. Duas alunas do curso de Desenho Industrial da UFPR e sua orientadora aderiram à idéia.

Para o desenvolvimento deste projeto, a maior preocupação do Centro de Design era o resultado final, para que este não fosse apenas um produto acadêmico e sim algo viável de implantar-se em qualquer município. O desafio durante todo o projeto foi a migração da visão acadêmica para a comercial.

O resultado final foi um produto de qualidade, visando maior segurança, praticidade e menor esforço ao deslocamento. Excelente academicamente, entretanto, para a implantação deste produto, será necessário algumas modificações para viabilizá-lo comercialmente.

4.35 EMPRESA: FENAP LTDA

Designer: Suzete Nancy Filipak

Produto: Politan - linha de cadeiras

A empresa Fenap desenvolve produtos em poliuretano. Já produziu, numa primeira fase [1970 - 1989] gabinetes, teclados e componentes para computadores; e numa segunda fase, molduras para espelhos, apliques para móveis entre outros componentes e braços de poltronas com alma em ferro. Em contato com o Centro de Design há algum tempo, surge a oportunidade de participar do Criação Paraná que convergiu com o desejo da empresa em desenvolver um novo projeto.

A proposta foi a de reutilizar moldes antigos no desenvolvimento do novo produto. Para a empresa, isso representava uma economia significativa pois a confecção de moldes é uma das fases mais caras no processo produtivo.

A idéia da linha de cadeiras surgiu da designer: “recortando ou vazando a concha da cadeira, em poliuretano, por meio de moldes postigos, pode-se obter muita variedade de modelos”. Estes modelos combinados com diferentes pés, estruturas, cores e revestimentos permitiriam ainda mais exclusividade para o cliente.

Portanto a inovação deste projeto está na versatilidade de forma e função. É uma coleção para diferentes ambientes e conseguimos essa variedade apenas com a diversidade de fornecedores de pés: em ferro para cadeiras de jardim, em tubo metálico para sala, em madeira maciça para copa e injetada em alumínio e plástico para escritório com rodízios e sistema de ajuste de altura a gás.

A expectativa da empresa era que essa linha de cadeiras fosse o seu produto ícone. Apesar do sucesso do produto, a Fenap encontra dificuldades em comercializar essa linha de cadeiras devido à sua estrutura comercial deficiente.

4.36 EMPRESA: LACTEC - INST. DE TECNOLOGIA PARA O DESENVOLVIMENTO

Design: Morpho Design

Produto: Luminova - luminária pública

Na fase de prospecção do programa Criação Paraná, o Centro de Design foi visitar os institutos de pesquisa, grandes geradores de novos produtos. Um deles é o Lactec - Instituto de Tecnologia para o Desenvolvimento.

Entre as diversas possibilidades das linhas de pesquisa do instituto, surgiu a idéia de se desenvolver uma luminária pública de alto padrão, com qualidade e tecnologia, mas de baixo custo.

Normalmente os produtos dos institutos de pesquisa são projetados pelos próprios engenheiros, o que, geralmente, resulta em metal dobrado e de pouca facilidade de uso, além de uma fraca atratividade. Para evitar esses contratempos, e pelo programa Criação Paraná valorizar a experiência junto ao designer, o Centro de Design insistiu para que na equipe de desenvolvimento deste produto se incluísse um designer.

O Lactec pretendia utilizar material plástico e o designer poderia auxiliar na viabilização desta idéia. Com o uso deste material, aumentou-se as possibilidades formais e cromáticas do produto.

O resultado desta experiência reúne tecnologia, qualidade, funcionalidade, design e baixo custo. Entretanto, o produto não foi para o mercado pela falta de uma empresa para produzi-la.

Com a mudança do Governo do Estado, e conseqüente mudança na gestão do LACTEC, este projeto encontra-se suspenso.

4.37 EMPRESA: GUNTER & MÜLLER LTDA

Design: MCA Manoel Coelho Arquitetura & Design

Produto: Relógio Público

Um relógio público, analógico e seriado, para ser instalado em pontos estratégicos das cidades. Esse foi o desafio proposto aos empresários da Gunter & Muller pelo Centro de Design. Seria o seu primeiro produto seriado, pois até então, a empresa fabricava sob encomenda relógios analógicos dos mais variados tamanhos [de 0,70m a 5m].

A oportunidade surgiu da observação de que os relógios públicos externos são digitais, atualmente. Na tradição brasileira, o relógio digital exige uma tradução entre o que se lê e o que se diz, como por exemplo, 13h45 é declarado como “15 para as duas”. Já o relógio analógico oferece uma leitura imediata, igual ao falar, e tem mais aceitação do público.

O produto foi desenvolvido como peça de mobiliário urbano, com a preocupação de ser o mínimo de empecílio na paisagem urbana. Para tanto, envolveu questões de ergonomia, transporte, montagem, facilidade de manutenção e distinguiu a função de relógio da informação da propaganda.

A inovação surgiu da necessidade de expansão de produtos de mídia extensiva e da sua carência no mercado. O produto final reúne precisão, design, multifuncionalidade e a caracterização como peça do mobiliário urbano.

Apesar do empresário e designer terem desenvolvido alguns protótipos no decorrer do processo, a questão de viabilidade não foi estudada. Somente no final do processo é que se identificou que o produto, da forma em que se encontra, era inviável para o porte da empresa e por esse motivo, não foi para o mercado. Entretanto, se o estudo de viabilidade fosse feito durante o processo, junto ao designer, poderia ter chegado à uma solução para essa questão. Se a empresa desejar implantar essa mesma idéia, terá de redesenhar esse mesmo produto e adaptá-lo à sua realidade.

4.38 EMPRESA: BIO DESIGN PRODUTOS BIOMÉDICOS

Designer: Luiz Eduardo Wonstret

Produto: Bio Amp

“Alto custo e aspecto de equipamento hospitalar” esses são os adjetivos encontrados para os aparelhos amplificadores portáteis voltados aos deficientes auditivos. A partir dessa identificação apontada pelos próprios usuários, a empresa Bio Design, visualizou uma oportunidade de mercado.

O conceito do produto uniu qualidade, baixo custo, funcionalidade e estética. A idéia era propiciar a democratização do seu uso entre os portadores deste tipo de deficiência.

Para que o produto possibilitasse um baixo custo final, a tecnologia deveria já ser existente e acessível, além das soluções buscarem uma produtividade na fabricação, permitindo altas tiragens.

A confecção dos protótipos foi de grande importância por possibilitar a visualização dos pontos críticos no projeto.

O produto final possui um preço acessível, dimensões reduzidas e apelo visual como os aparelhos de som portáteis. Sua funcionalidade também se destaca por permitir que o aparelho seja pendurado no pescoço, fixado na roupa ou apoiado numa mesa, além dos controles de volume serem independentes para cada ouvido.

Após a confecção do protótipo final, foram efetuados alguns testes com o aparelho e detectou-se alguns problemas, sendo necessário a confecção de um novo protótipo. Em seguida, a Bio Design contratou uma empresa de consultoria que sugeriu a venda da patente deste produto, pois a Bio Design não possui estrutura para montar uma rede de manutenção e de suporte no país.

4.39 EMPRESA: DIGMA E SIGPEL

Design: Núcleo de Design do Linhão do Emprego

Produto: Painel de Senha

Empresas incubadas no Linhão do Emprego [programa da Prefeitura de Curitiba] que fabricavam painéis de senha sob medida. Processo de produção que dificultava o crescimento das empresas devido à dificuldade de estoque e atendimento à grandes pedidos.

Essas empresas foram atendidas pelos estudantes de design do Núcleo de Design do Linhão do Emprego [programa formatado pelo Centro de Design em parceria com a CIC – Companhia de Desenvolvimento de Curitiba].

O desafio proposto foi desenvolver uma linha de painéis que permitisse uma produção seriada, visando a redução de custos e a simplificação dos processos.

A solução foi criar um módulo, uma caixa, que servisse de base para cinco diferentes modelos. Os mecanismos estão fixados num tipo de gaveta [parte móvel do painel], possibilitando que a manutenção seja feita apenas com a troca dessa gaveta, sem remover todo o painel. Como acabamento, a tampa frontal estabelece uma identidade formal para toda a linha de produtos.

O produto foi para o mercado em outubro de 2002 e desde então vem tendo uma boa aceitação.

4.40 PROMÓVEL

O Promóvel é um programa desenvolvido pela Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário - Abimóvel, pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e pela Agência de Promoção de Exportações - Apex, com o objetivo de aumentar a exportação dos móveis brasileiros. Entre suas múltiplas ações, o programa está implantando 12 núcleos de design no país e o Paraná foi o primeiro estado a inaugurar o seu.

O Núcleo de Desenvolvimento em Design de Móveis (NDD-PR), representa uma importante ação para qualificar a produção industrial do Paraná e disseminar a prática do bom design. Por este motivo dois projetos foram convidados para se integrar ao programa Criação Paraná.

Um dos projetos é da empresa Caemun Ind. e Com. de Móveis Ltda que desenvolve móveis populares, mas segundo o empresário Irineu Munhoz um “produto popular pode muito bem ter design e ser inteligente”. Com base no conceito de versatilidade e forte apelo mercadológico, foi proposto o Rack 14 Bis. O produto utiliza MDF melanímico e vidro, e se inspira na forma do 14 BIS. Desenvolveu-se uma versão “top” que substitui as peças de MDF por tampos em vidro colorido. A grande vantagem

deste projeto é a racionalização do processo de produção. O produto foi lançado em agosto de 2002.

O outro projeto é da empresa Virmond Móveis que desenvolve móveis sob encomenda e procurou o auxílio do NDD-PR para desenvolver um novo produto, seriado, para competir no mercado interno. A proposta, que partiu da própria empresa, era aproveitar o uso do cipó apuí na elaboração de painéis planos. Além do cipó - brasileiro, de nome tupi, o que agrega valores sócio-culturais e de grande apelo étnico - combina outros materiais, como madeira maciça, aglomerado e vidro.

Este projeto inaugurou um novo momento da Virmond Móveis, ao trazer novos procedimentos industriais, tecnológicos e de mercado. “São procedimentos de concepção e produção totalmente diferentes dos que eram praticados, além da desmitificação do design.”, constatou o empresário.

5. AVALIAÇÃO DO PROGRAMA

Uma avaliação do programa Criação Paraná pode ser feita de diferentes pontos de vista e aqui vamos escolher os dois que nos parecem mais importantes: o dos patrocinadores e o dos empresários.

Do ponto de vista dos patrocinadores consideramos que importam a efetividade e a eficácia do programa. Podemos considerar também os resultados alcançados frente aos investimentos realizados no programa.

A efetividade do programa vem da sua concretude, expressa no catálogo ilustrado e bilíngüe e na exposição dos 42 protótipos. O catálogo e a exposição deram massa crítica ao programa apresentando, de uma só vez, as experiências de 41 empresas² que partiram de uma idéia e, através do processo do design, chegaram até um protótipo funcional. Por este motivo, tanto o tratamento gráfico do catálogo, quanto o projeto da exposição, procuraram dar destaque ao processo e não apenas aos produtos. A exposição não foi uma exposição de design, mas dos processos acontecidos dentro de cada empresa. A concretude não está apenas no número de empresas envolvidas, mas no fato de mostrá-las juntas, de uma só vez.

A eficácia do programa baseia-se na força do exemplo. Fica fácil para o público entender do que se trata quando se está diante de um protótipo. A função e o papel do design ficam explícitos. Por este motivo o programa não apoiou o desenvolvimento de softwares e nem de componentes ou partes. A importância do design fica mais evidente em produtos que possam ser utilizados pelo público ou pelo usuário final.

Em termos de volume de investimentos, o governo do Estado do Paraná destinou R\$ 251.060,00 ao programa e o BRDE apoiou a produção do material gráfico com R\$

² A empresa BioDesign desenvolveu dois protótipos, de modo que são 42 protótipos e 41 empresas.

48.000,00. Além disso, o Sebrae-PR apoiou 25 empresas transferindo um total de R\$ 183.310,90 diretamente para elas que, em contrapartida, investiram R\$ 89.651,10 em seus projetos (*Centro de Design do Paraná*, 2002). Finalmente, uma das empresas conseguiu um apoio de R\$ 10 mil do programa Alfa Paraná. Estes valores totalizam um programa de R\$ 582.022,00 mais que o dobro do investimento do governo do estado. Isso significa que, mesmo para o parceiro que mais investiu no programa, a contrapartida alavancada foi bastante significativa.

Do ponto de vista dos empresários o programa poderia ser avaliado de duas maneiras principais. A primeira, mais objetiva, seria medindo o impacto do programa no desempenho econômico de suas empresas. Deste ponto de vista os resultados do programa como um todo são menos expressivos, apesar de algumas empresas terem sido muito bem sucedidas.

Uma pesquisa encomendada pelo Centro de Design do Paraná constatou que até 18 de fevereiro, quase seis meses após a inauguração da exposição do Programa Criação Paraná, apenas 20 % dos 40 produtos pesquisados foram lançados no mercado (*Saavedra*, 2003).

Alguns produtos de empresas do setor de móveis estavam praticamente finalizados, aguardando, por razões variadas, uma decisão do empresário para o lançamento. Nesta situação estavam a mesa Versatile, da Nicioli; a cadeira Fiber Office, da GS Móveis; e o rack Apuí, da Virmond Móveis. Em outros casos, as empresas alegaram falta de recursos para o lançamento. Dentre eles, o Relógio de Ponto, da Pró-Digital; e do Berço Kinder, da Baglifeldt. A pesquisa apontou também que algumas empresas se ressentiram de apoio e orientação em gestão de marketing e de vendas. Essa carência foi verbalizada por representantes de empresas como a Studio Gross, a FENAP e a Baglifeldt.

Um exemplo é o caso da Movime que desenvolveu um produto de qualidade, premiado nacionalmente, mas que, aparentemente, não reunia nem condições nem conhecimento para explorar o potencial do produto naquele momento. Segundo o relatório da pesquisa, talvez por estar ainda excessivamente presa à cultura empresarial em que se estabeleceu, a empresa deu um salto de qualidade no design, mas não sabia o que fazer com o produto.

Entretanto, em maio de 2004 a empresa havia finalmente encontrado uma forma de comercializar o produto com sucesso e estava inscrita na segunda edição do Criação Paraná para desenvolver um novo produto.

Uma segunda forma de avaliar, mais subjetiva, seria ter em conta o efeito do programa Criação Paraná sobre cada um dos empresários individualmente e, como consequência, sobre a capacidade de aprendizagem da própria empresa.

O pressuposto aqui é que, nas organizações, a habilidade para aprender um novo processo – tal como o processo de inovar através do design – depende diretamente do esquema interpretativo que a empresa utiliza para se relacionar com o seu ambiente, seus clientes, seus fornecedores e seus concorrentes (*Machado-da-Silva, Fonseca e Fernandes, 1998*). E que, principalmente nas pequenas empresas, a força maior a moldar este esquema interpretativo é o modo de perceber o mundo do próprio empresário.

Neste sentido é que caberia estimar até que ponto o programa Criação Paraná contribuiu para elucidar os empresários sobre o uso do design para desenvolver produtos mais inovadores e competitivos. Um indicador poderia ser o número de empresários que voltaram a trabalhar com o Centro de Design. Das 41 empresas que participaram do Criação Paraná, 15 voltaram a procurar o Centro de Design (até abril de 2004) e estão planejando desenvolver novos produtos o que daria um índice de retorno de 37%.

Finalmente, podemos considerar uma última forma de avaliação do programa Criação Paraná que seria avaliar a própria experiência do Centro de Design e o

conhecimento desenvolvido a partir dela. Foi por conta deste conhecimento que o Centro de Design do Paraná foi contemplado com o edital FVA/TIB: FINEP/CNPq 01/2002 (na área de tecnologia de gestão / centros de referência) e está trabalhando para transformar a experiência do Criação Paraná numa metodologia que possa ser replicada por outros estados e regiões do Brasil.

Neste sentido podemos considerar que o Criação Paraná é um projeto ainda em desenvolvimento e que deverá merecer nova avaliação no futuro.

REFERÊNCIAS

CENTRO DE DESIGN DO PARANÁ. **Criação Paraná**. Curitiba, 2002. Catálogo.

CENTRO DE DESIGN DO PARANÁ. **Relatório de Atividades 2000-2001**. Curitiba, 2002.

MACHADO-DA-SILVA, C.L., FONSECA, V.S., FERNANDES, B.H.R. **Mudança e estratégia nas organizações: perspectivas cognitiva e institucional**. In: XXII ENCONTRO ANUAL DA ANPAD (1998: Foz do Iguaçu). Anais... Foz do Iguaçu: ANPAD, CD ROM, 1998.

SAAVEDRA, Juan. **Panorama das Situações dos Produtos**. Pesquisa encomendada pelo Centro de Design do Paraná. Curitiba, fev. 2003.