

info
paper

INOVAÇÃO
E DESIGN

#08

ANO I • MARÇO DE 2005

Estamos entrando na era da inovação como principal fator de crescimento, tanto institucional como profissional. A inovação estimula o crescimento econômico. Mesmo quando a economia se

A ERA DA INOVAÇÃO

mantém incerta, ela é a saída para estar vivo nos negócios. **A inovação é definida como o processo de criar idéias de valor e implantá-las com sucesso.** Ela é sinônimo de mudança em todos os aspectos do negócio: no modelo de gestão, estratégia, processos, produtos, serviços, tecnologia e comportamento.

A inovação depende da cultura inovadora da empresa, da liderança e atitudes individuais e da gestão competente do processo inovador. Estamos entrando na fase da **inovação estruturada**, com pouco espaço para impulsos criativos ou idéias malucas, típicas de empreendedores sonhadores porém sem estratégia. A novidade é que é possível **aprender** a ser um **PROFISSIONAL INOVADOR**, que se acredita será o profissional mais requisitado no mercado de trabalho nesses novos tempos. Hoje se sabe

que a inovação depende mais do indivíduo do que da tecnologia. Não é necessário ser um gênio para ser inovador, o que se necessita é de **ousadia e gestão.**

A EMPRESA FOCADA NO DESIGN

Nos negócios o design é entendido, cada vez mais, como uma atividade essencial, a tal ponto que hoje mais do que falar apenas no uso do design no negócio, fala-se em **design do próprio negócio.** Na edição de Nov-Dez/04, a importante revista HSM Management publicou um dossiê denominado **“A empresa focada no design”**, afirmando ser esse o novo modelo de gestão que está sendo adotado pelas empresas de ponta. Essas empresas estão sendo gerenciadas como um *Studio de Design*, criativo e flexível e que seus líderes, mais do que admiradores do design, atuam como verdadeiros designers. A habilidade de design, em sua essência, é a capacidade de captar o mistério de um problema real - seja de design de produto, de marca, design arquitetônico ou design de sistemas - e aplicar a criatividade, a inovação e o conhecimento para apresentar soluções brilhantes que realmente fazem a diferença. Além de ser uma disciplina integradora, o design é um meio muito eficaz de obter inovação, quer através da diferenciação dos produtos ou criação da identidade de marcas, essencial hoje em dia, para competir bem no mercado.



O conteúdo do INFOPAPER é de responsabilidade do autor. A reprodução total ou parcial só é permitida com autorização do CSPD. Para maiores informações, entre em contato: (11) 3719.1331. Autor: Lincoln Seragini. Responsável: Acqua via design Ltda. Projeto Gráfico: Marcel F. K. Morgado - CSPD. Diagramação: Alison Sheison - CSPD.

A série INFOPAPER é uma iniciativa do CSPD e do SEBRAE/SP cujo objetivo é o de aumentar os conhecimentos, que sejam capazes de resultarem em avanço, para as empresas, principalmente as de micro e pequeno porte, assim como para profissionais da área de Design.

ENVIE SUAS
SUGESTÕES PELO
E-MAIL:
spdesign@ipt.br

A ERA DO DESIGN

O século XXI está sendo considerado o século do design, tanto pela atração estética em si, como pela crescente indiferenciação tecnológica.

Conceitualmente o design cumpre o papel de transformar em realidade o mundo das idéias. Alia a estética com a tecnologia, dá mais funcionalidade e menores custos, aumentando a atratividade dos produtos e dos ambientes, criando as experiências da marca, sendo esse o grande momento vivido pelo design.

“Mais do que novas fábricas, o que se necessita mesmo são Laboratórios de Design, onde novas idéias e novas estéticas sejam produzidas. Se existe crise, trata-se de uma crise de idéias, e se é mais criativo quanto mais futuro se consegue projetar. O futuro chega graças à experimentação e iniciativas de vanguarda, e a criatividade é o recurso mais fecundo com que o homem conta para superar dificuldades e construir o progresso” (De Masi). O design é por excelência o grande parceiro da criatividade e da inovação.

Tanto para os produtos de luxo como os de utilidade, o design é cada vez mais a arma secreta das empresas de sucesso. Produtos de moda, carro, telefones celular, computadores, eletrônicos, relógios,

canetas, óculos, acessórios, lojas, embalagens e tantos outros produtos, o último modelo é obcessivamente desejado, onde o design é claramente o fator decisivo na escolha do consumidor. Cada vez mais a grande marca é trocada pela beleza. Assim a tendência é fazer da estética a “alma” das empresas e em conseqüência do país. Para finalizar, para nós brasileiros o design oferece uma grande oportunidade de aplicar nossa criatividade, que é o nosso maior capital. Com ela poderemos conquistar o mundo.

DESIGN É LUCRO

“A maior parte dos investimentos na fabricação de um produto é destinado às máquinas e ferramentas novas. O design não custa quase nada comparado a isso. Num carro, por exemplo, o custo referente ao design não passa de trinta a quarenta dolares. Na indústria automobilística, o design esta entre os três mais importantes quesitos na decisão de compra. Para outros produtos, como móveis ou telefones celulares, em geral é o primeiro. Os consumidores estão dispostos a pagar mais por um design atrativo. Melhorar o design é talvez o modo mais rápido e barato de colocar qualidade em seu produto.” (Peter Horbury).



COLABORADOR • AUTOR DO MÊS:
Lincoln Seragini. Presidente da Seragini/Fame- Design de Idéias, Marca e Inovação. Membro da Academia Brasileira de Marketing, Membro dos Conselhos da Marca Brasil Premium do Ministério do Desenvolvimento e do Centro São Paulo Design. Professor dos MBA de Branding-Gestão de Marca e Gestão de Inovação e Design do ITAE das Faculdades Integradas Rio Branco - Fundação dos Rotarianos de São Paulo.