

Diagnóstico do Processo de Inovação no Desenvolvimento de Produtos, nas Empresas do Projeto Inova Moda, em Santa Catarina

Rosenei Terezinha Zanchett

22º Defesa - 31 de março de 2016

Membros da Banca Examinadora:

Prof. Dr. Victor Rafael Laurenciano Aguiar (orientador/UNIVILLE)

Prof. Dr. Flávio Glória Caminada Sabrá (membro externo/SENAI-CETIQT)

Profa. Dra. Adriane Shibata Santos (membro interno/UNIVILLE)

Resumo:

Este trabalho é resultado de um projeto de conclusão do mestrado profissional em design, cujo objetivo geral foi diagnosticar o processo de inovação no desenvolvimento de produtos, nas empresas do projeto Inova Moda, uma parceria entre o SENAI NACIONAL e o SEBRAE NACIONAL. Além deste objetivo principal, três outros objetivos secundários foram definidos, a saber: conhecer os processos de desenvolvimento de novos produtos das empresas; identificar os profissionais envolvidos nos processos de criação e aprovação do desenvolvimento de novos produtos e verificar os obstáculos encontrados pelos profissionais de criação no desenvolvimento de produtos inovadores, tendo como recorte o Estado de Santa Catarina – Brasil. Realizou-se o estudo de muitos autores, todavia deve-se destacar que, em relação ao tema Inovação, Trías de Bes e Kotler foram os principais referenciais. Para alcançar os objetivos propostos, realizou-se um diagnóstico com trinta e cinco empresas participantes das ações do 'Inova Moda', através de pesquisa de campo com a aplicação de um questionário durante o curso de 'Criatividade' e a oficina de 'Desenvolvimento de Produto', do Ciclo 4, do Projeto Inova Moda Verão 2016/2017, nas cidades de Criciúma, Blumenau e região. Por meio dos dados coletados, pôde-se verificar que um dos maiores problemas das empresas é a falta de qualificação dos profissionais e o investimento na infraestrutura; assim como a presença tão somente parcial de conscientização dos empresários e dos profissionais das empresas, quando o assunto é o design de produto e que as informações das pesquisas são transferidas de sites, revistas, fotos, ou até mesmo de produtos de marcas concorrentes, direto para o desenvolvimento dos produtos, sem que tenha ocorrido entendimento do processo desenvolvido nas fontes de pesquisa, que poderia traduzir conceitos e auxiliar na construção e elaboração de projetos.

Palavras-chave: Inovação; Tendências de moda; Desenvolvimento de produtos; Inova Moda.