
A Importância das Competências Administrativas para os Designers de Produto

Carla Haydée Leone Quaresma (IFSC) haydeeleone@yahoo.com.br
Andressa Sasaki Vasques Pacheco (IFSC) andressapacheco@yahoo.com.br
Adriano Heemann (IFSC) aheemann@ifsc.edu.br

Resumo: O presente artigo apresenta uma pesquisa sobre o grau de importância das competências da área da Administração para a área do Design de Produto. Inicialmente, apresenta o referencial teórico para a investigação listando as principais competências do administrador e do designer de produto. Em seguida, descreve uma etapa de pesquisa de campo com estudantes de um curso de graduação em Design de Produto, recém formados e também profissionais formados a mais de um ano pelo mesmo curso. Finalmente, o artigo apresenta uma comparação reveladora sobre as competências administrativas para o Design de Produto.

Palavras-chave: Design; Administração; Competências.

1 INTRODUÇÃO

O presente artigo trata das competências administrativas para os designers de produto. O enfoque em tal tema deve-se ao fato de a Administração ser uma área antiga e vinculada à colaboração humana, em todas as outras áreas do conhecimento. Reconhece-se, assim, a sua importância para a sociedade contemporânea. De acordo com Maximiano (2004), muitas das teorias e técnicas utilizadas atualmente para administrar são princípios que evoluíram de práticas de um passado remoto da humanidade.

Em se tratando do Design de Produto, de acordo com Maldonado (1993) este se caracteriza pela atividade de lançar à frente conjecturas, em determinar as propriedades formais dos objetos ou produtos a serem produzidos industrialmente. Por propriedades formais, cumpre observar não somente as características exteriores, mas, sobretudo também as relações estruturais e funcionais que dão coerência a um objeto tanto do ponto de vista do produtor quanto do usuário.

Nessa reflexão sobre as duas áreas do conhecimento, insere-se ainda uma observação sobre as competências administrativas desenvolvidas por estudantes de Design e as aplicadas pelos profissionais da área. Diante desse quadro, podem ser formuladas diversas indagações sobre as relações entre essas duas áreas do conhecimento. Nesse sentido, o presente artigo está delimitado pelo seguinte questionamento de pesquisa: Qual a importância das competências administrativas para os designers de produto? Diante desse problema de pesquisa, o objetivo geral do estudo consiste em esclarecer o grau de importância das competências da área da Administração para a área do Design de Produto.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Para uma melhor compreensão do tema aqui tratado, são abordados a seguir assuntos fundamentais relacionados a competências contempladas no ensino superior brasileiro.

2.1 Competências

Competências, para Maximiano (2004) são conhecimentos, habilidades e atitudes necessárias para uma pessoa desempenhar uma atividade. As competências desenvolvem-se por meio de experiência profissional, educação formal e informal e convivência familiar e social.

O conceito de Xavier (1998) é semelhante. Para ele as competências são as qualificações intelectuais – conhecimentos, emocionais (atitudes) e físicas para a realização da tarefa (habilidades), para o aperfeiçoamento e a melhoria constante. Em complemento, Zarifian (2001) esclarece que o conceito de competência vai além do conceito de qualificação, e refere-se à capacidade da pessoa de assumir iniciativas, ou seja, ir além das atividades prescritas, além disso, visa ser capaz de compreender e dominar novas situações no trabalho, ser responsável e ser reconhecido.

Para a Classificação das Ocupações Brasileiras - CBO (2008) as competências são mobilizadas para o desempenho das atividades do emprego ou trabalho. Ainda de acordo com essa classificação, o conceito de competência tem duas dimensões: o nível de competência que é função da complexidade, amplitude e responsabilidade das atividades desenvolvidas no emprego ou outro tipo de relação de trabalho; e o domínio - ou especialização - da competência que se relaciona às características do contexto do trabalho como área de conhecimento, função, atividade econômica, processo produtivo, equipamentos, bens produzidos que identificarão o tipo de profissão ou ocupação.

2.2 Competências do administrador

Fleury e Fleury (2004) apontam que o conceito de competência organizacional tem suas raízes na abordagem da organização como um portfólio de recursos. Nesse sentido, toda empresa possui um portfólio físico, financeiro, intangível, organizacional e de recursos humanos. O administrador, por sua vez, necessita de competências que incluam diversas habilidades gerenciais (MAXIMIANO, 2004), Estas podem ser adquiridas por meio de experiências e de estudos. De acordo com Schermerhorn (1999), este é o teste final para um profissional, ou seja, a verificação se ele tem capacidade de resolver problemas, pois um problema de crise é um problema inesperado que pode levar ao desastre se não for resolvido rápida e apropriadamente.

De acordo com o Ministério da Educação – MEC (2004) as competências do administrador são as seguintes:

I - reconhecer e definir problemas, equacionar soluções, pensar estrategicamente, introduzir modificações no processo produtivo, atuar preventivamente, transferir e generalizar conhecimentos e exercer, em diferentes graus de complexidade, o processo da tomada de decisão;

II - desenvolver expressão e comunicação compatíveis com o exercício profissional, inclusive nos processos de negociação e nas comunicações interpessoais ou intergrupais;

III - refletir e atuar criticamente sobre a esfera da produção, compreendendo sua posição e função na estrutura produtiva sob seu controle e gerenciamento;

IV - desenvolver raciocínio lógico, crítico e analítico para operar com valores e

formulações matemáticas presentes nas relações formais e causais entre fenômenos produtivos, administrativos e de controle, bem assim expressando-se de modo crítico e criativo diante dos diferentes contextos organizacionais e sociais;

V - ter iniciativa, criatividade, determinação, vontade política e administrativa, vontade de aprender, abertura às mudanças e consciência da qualidade e das implicações éticas do seu exercício profissional;

VI - desenvolver capacidade de transferir conhecimentos da vida e da experiência cotidianas para o ambiente de trabalho e do seu campo de atuação profissional, em diferentes modelos organizacionais, revelando-se profissional adaptável;

VII - desenvolver capacidade para elaborar, implementar e consolidar projetos em organizações; e,

VIII - desenvolver capacidade para realizar consultoria em gestão e administração, pareceres e perícias administrativas, gerenciais, organizacionais, estratégicos e operacionais.

Já, de acordo com a Classificação Brasileira das Ocupações – CBO (2008), as competências genéricas do administrador são:

- Agir com iniciativa;
- Demonstrar liderança;
- Demonstrar capacidade de síntese;
- Demonstrar raciocínio lógico;
- Demonstrar raciocínio abstrato;
- Demonstrar capacidade de análise;
- Demonstrar capacidade de negociação;
- Demonstrar capacidade de decisão;
- Demonstrar capacidade de comunicação;
- Administrar conflitos;
- Trabalhar em equipe;
- Demonstrar espírito empreendedor;
- Demonstrar visão crítica.

2.3 Competências do designer

De um modo geral, empresas definem produtos como sendo peças, mecanismos, materiais ou artefatos acabados. Para os consumidores e usuários, por outro lado, produtos são promessas de satisfação. Os compradores adquirem benefícios que esperam obter por meio de um produto, o que significa que este deve prometer satisfação. A competência administrativa do designer pode significar a diferença entre o atendimento adequado ou o não-atendimento as necessidades de seus clientes.

O Ministério da Educação – MEC (2004) lista as competências do designer:

I - capacidade criativa para propor soluções inovadoras, utilizando domínio de técnicas e de processo de criação;

II - capacidade para o domínio de linguagem própria expressando conceitos e soluções, em seus projetos, de acordo com as diversas técnicas de expressão e reprodução visual;

III – capacidade de interagir com especialistas de outras áreas de modo a utilizar conhecimentos diversos e atuar em equipes interdisciplinares na elaboração e execução de pesquisas e projetos;

IV - visão sistêmica de projeto, manifestando capacidade de conceituá-lo a partir da combinação adequada de diversos componentes materiais e imateriais, processos de fabricação, aspectos econômicos, psicológicos e sociológicos do produto;

V - domínio das diferentes etapas do desenvolvimento de um projeto, a saber: definição de objetivos, técnicas de coleta e de tratamento de dados, geração e avaliação de alternativas, configuração de solução e comunicação de resultados;

VI - conhecimento do setor produtivo de sua especialização, revelando sólida visão setorial, relacionado ao mercado, materiais, processos produtivos e tecnologias abrangendo mobiliário, confecção, calçados, jóias, cerâmicas, embalagens, artefatos de qualquer natureza,

traços culturais da sociedade, softwares e outras manifestações regionais;

VII - domínio de gerência de produção, incluindo qualidade, produtividade, arranjo físico de fábrica, estoques, custos e investimentos, além da administração de recursos humanos para a produção;

VIII - visão histórica e prospectiva, centrada nos aspectos sócio-econômicos e culturais, revelando consciência das implicações econômicas, sociais, antropológicas, ambientais, estéticas e éticas de sua atividade.

Já, de acordo com a Classificação Brasileira das Ocupações – CBO (2008), as competências genéricas do designer de produto são:

- Demonstrar conhecimento das leis de incentivo à cultura;
- Manter-se atualizado sobre modalidades de patrocínio ao trabalho artístico;
- Interagir com outras linguagens (ilustração, multimídia etc.);
- Desenvolver capacidade de observação;
- Manter-se atualizado profissionalmente;
- Participar em entidades de classes e interagir com instituições e profissionais da área.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Após a apresentação das competências consideradas no campo da Administração e do Design, aborda-se no presente item os procedimentos metodológicos utilizados desse estudo. A pesquisa descritiva foi identificada como a mais adequada para a presente investigação, uma vez que procura conhecer a realidade do contexto pelo qual o profissional da Administração e do Design de Produto está inserido, suas características e sua integração, consistindo sobretudo em uma descrição da realidade observada. A investigação também tem uma parcela de pesquisa aplicada já que, de acordo com Zikmund (2006), é conduzida para se tomar uma decisão sobre determinado aspecto específico da vida real ou para responder perguntas sobre problemas específicos.

A presente pesquisa contempla, ainda, uma coleta de dados e registro de variáveis relevantes, nesse momento delineando uma pesquisa de campo (LAKATOS e MARCONI, 1990). No caso específico deste trabalho, a pesquisa de campo é realizada para que as informações respaldem uma resposta à pergunta de pesquisa inicialmente formulada. Almeja-se então, o levantamento de informações que contribuam para reconhecer o grau de

importância das competências administrativas para a formação de um profissional da área do Design de Produto.

Cabe observar, ainda, que a população aqui considerada é constituída tanto por estudantes da 7ª e 8ª fases quanto por designers egressos de um mesmo Curso Superior de Tecnologia em Design de Produto, de uma instituição pública federal da cidade de Florianópolis.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

O curso de Design aqui investigado é ofertado por uma instituição pública federal vinculada ao Ministério da Educação (MEC) por meio da Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica (SETEC). O referido Curso tem duração de 4 anos e seu desenho curricular é estruturado por competências, o que aumenta a integração entre os conceitos estudados e a efetividade das suas contribuições para o perfil do designer profissional.

Inicialmente, foram entrevistados seis profissionais formados pelo mencionado Curso antes do segundo semestre de 2007. Isso foi feito para que se pudesse determinar a importância das competências administrativas na opinião dos designers que atuam profissionalmente a pelo menos um ano. Posteriormente, foram aplicados questionários aos acadêmicos do 7º e 8º módulos juntamente com indivíduos recém formados pelo Curso, a fim de determinar o grau de maturidade das mesmas competências administrativas. Após a análise dos dados qualitativos e quantitativos, elaborou-se um quadro comparativo entre as duas pesquisas. Para fins do presente artigo, limitou-se a apresentação do quadro aos itens que apresentam disparidade (Quadro 1).

Competências administrativas relevantes à área de Design de Produto	Importância segundo profissionais de Design de Produto	Constatação nos estudantes de Design de Produto
Tomar decisões	Alta	Média
Resolver problemas	Alta	Média
Planejar em equipe	Alta	Média
Definir estratégias	Alta	Média
Liderar pessoas	Baixa	Média
Superar conflitos	Alta	Média
Atuar preventivamente	Alta	Média
Adaptar-se	Média	Alta
Sintetizar	Média	Alta
Raciocínio abstrato	Alta	Média
Analisar	Alta	Média
Espírito empreendedor	Alta	Média
Visão crítica	Média	Alta
Projetos em organizações	Alta	Média
Consultorias em gestão projetos	Alta	Média
Pensar racionalmente	Média	Alta
Promover criatividade e inovação	Alta	Média
Aceitar bem adversidades	Alta	Média
Negociar	Alta	Média
Expressar-se em equipe	Alta	Média
Conhecer o ramo de atuação	Alta	Média
Automotivação	Alta	Média
Organização pessoal	Média	Baixa
Transferir e generalizar conhecimentos	Alta	Média
Administrar o próprio tempo	Alta	Baixa
Superar as próprias vulnerabilidades	Alta	Média

Quadro 1 – Comparação entre a importância e a constatação de competências administrativas para o designer de produto

Fonte: Autores

Da análise comparativa observam-se dados importantes a respeito das competências administrativas no campo do Design de Produto. O Quadro 1 classifica inicialmente o grau de importância das competências administrativas para os designers de produto. O quadro aponta, ainda, que os estudantes investigados apresentam carências em competências administrativas ao profissional do Design. Nesse sentido, uma carência importante é observada no âmbito da administração do tempo pelos estudantes. Por outro lado, os mesmos estudantes também teriam desenvolvido outras competências além do necessário em comparação à opinião dos profissionais do ramo. Esse é o caso das competências relacionadas à liderança, capacidade de adaptação, de síntese, de visão crítica e de uso da razão.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo apresentou a Administração como uma área do conhecimento diretamente vinculada à colaboração humana, fenômeno este de fundamental importância para a sociedade contemporânea. Muitas das práticas antigas de organização do trabalho constituem, em sua essência, a base das competências e habilidades administrativas da maioria das empresas atuais. O Design de Produto, por sua vez, é uma área do conhecimento caracterizada por ampliar a noção do possível para as empresas e para a sociedade de um modo mais amplo, já que lança à frente conjecturas sobre produtos e serviços que poderão ser concebidos, concretizados e disponibilizados.

Diante desse contexto, o presente artigo apresentou uma pesquisa sobre o grau de importância das competências administrativas para os designers de produto. Para isso, foram investigados estudantes, recém formados e também profissionais formados a mais de um ano por um mesmo curso de graduação em Design de Produto.

Por meio da pesquisa foi possível classificar o grau de importância das competências e apontar que estudantes e recém formados pelo referido Curso apresentam não apenas carências em competências administrativas, mas também competências administrativas fortalecidas além do necessário ao profissional do Design de Produto. O ponto de referência para essa determinação foi a opinião de profissionais do Design formados a mais de um ano pelo mesmo Curso.

A carência mais marcante constatada nos estudantes investigados refere-se à administração do próprio tempo. Cabe observar que dificuldades nesse sentido podem causar repercussões negativas no processo de aprendizagem dos acadêmicos como, por exemplo, dificuldades para o cumprimento de prazos, o pouco aprofundamento em temas relevantes, o desgaste físico e mental além de prejuízos na qualidade dos trabalhos apresentados. Destaca-se aqui o sentimento de insegurança nos acadêmicos e nos profissionais do Design, que pode resultar dessa situação. Tal quadro pode bloquear o processo criativo tão necessário para inovações na área do Design.

Finalmente, aquelas competências desenvolvidas além do necessário referem-se à liderança, capacidade de adaptação, de síntese, de visão crítica e de uso da razão. A esse respeito, não se pode afirmar possíveis desdobramentos negativos nem positivos. Caberia um estudo mais aprofundado sobre o Projeto Pedagógico do Curso como um todo, já que os acadêmicos as desenvolvem a partir do 1º módulo do Curso. Nessa nova investigação, contudo, deveria ser considerada a natureza técnica e tecnológica da instituição em que o Curso de Design investigado está inserido, já que é essa natureza a formadora do ambiente propício ao desenvolvimento das competências dos designers.

Referências

CBO. *Classificação Brasileira de Ocupações*. Disponível em: <<http://www.mtecbo.gov.br>>. Acesso em: 14 jul. 2008.

FLEURY, A.; FLEURY, M.T.L. *Estratégias empresariais e formação de competências: um quebra-cabeça caleidoscópico da indústria brasileira*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

LAKATOS, E.M.; MARCONI, M. A. *Fundamentos de metodologia científica*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1990.

MALDONADO, T. *El diseño Industrial Reconsiderado*. México. Ediciones G. Gili, 1993.

MAXIMIANO, A.C.A. *Introdução à administração*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

MEC. Ministério da Educação e Desportos. Disponível em <<http://www.mec.gov.br>>. Acesso em: 14 jul. 2008.

SCHERMERHORN, J.R. *Administração*. 5. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

XAVIER, R.A.P. *Capital Intelectual: administração do conhecimento como recurso estratégico para profissionais e organizações*. São Paulo: Editora STS, 1998.

ZARIFIAN, P. *Objetivo Competência – por uma nova lógica*. São Paulo: Atlas, 2001.