

Tanto a equipe quanto o diretor e a gerente, concordaram em nível **(5)**, que as reuniões para novos projetos de produtos são periódicas.

Durante a aplicação dos formulários, quando perguntados se design, engenharia, comercial e marketing trabalham juntos no desenvolvimento de produto, o diretor concordou plenamente em nível **(5)** juntamente com um dos funcionários da equipe, e a gerente concordou em nível **(3)** também com um funcionário da equipe, enquanto duas pessoas discordaram em nível **(1)** e **(2)**. Esta questão é um ponto importante nas análises, pois anteriormente sobre o ponto de vista de processos, ressaltou-se que apesar da fácil convivência com outros setores da empresa, quem comanda o desenvolvimento de produtos, são os diretores juntamente com a equipe de design.

Por fim, através do ponto de vista do uso do design como estratégia, a maioria concorda em nível **(4)** e **(5)** que o design melhorou a performance empresarial e acreditam que o lucro da *empresa A* é maior em função do uso do design.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a análise de todos formulários e com base nas teorias de Wolff [2] e Borja de Mozota [4] descritas ao longo deste estudo, pôde-se perceber que a *empresa A*, possui o design como processo especialmente no setor de desenvolvimento de produto, mas que os outros setores, ao ponto de vista global da empresa, também estão envolvidos nestes processos. Ou seja, segundo o modelo conceitual de Gestão de Design de Wolff [2], a empresa no que tange sua estrutura, possui uma relação entre as equipes e traz o design como processo não somente dentro do setor de design, mas para um fluxograma global, melhorando assim o comportamento ou entendimento da equipe de design, fazendo com que esta seja inserida na empresa e tenha integração com os outros setores.

Ainda tendo como base o modelo conceitual de Wolff [2], pôde-se perceber que tanto para o diretor quanto para a maioria da equipe, o design como competência está intrínseco em cada um, mesmo que nem todos sejam formados especificamente em design, a maioria concordou

que o modo de fazer e entender design (métodos) é um ponto importante para o crescimento do setor e da empresa, assim como é importante repassar isto para os outros colegas de outros setores.

Por fim, o design como estratégia para Wolff [2] "(...) diz respeito aos controles estratégicos de gestão em relação ao design disponibilizados e utilizados pelas empresas, bem como representa a subordinação entre as equipes mencionadas na competência e nos processos." sendo então, mais visível aos olhos do diretor (respondente dos formulários) e da gerente de desenvolvimento. Mesmo que ambos não estejam completamente inteirados sobre o que é Gestão de Design e como ela funciona dentro das empresas, pôde-se perceber que, mesmo timidamente, o design como estratégia no que tange a estrutura, é utilizado pela *empresa A*, especialmente para estudos e projetos de novos produtos dentro do setor específico de desenvolvimento de produto.

Sendo assim, pode-se dizer que a *empresa A* pratica a Gestão de Design mais explicitamente dentro do setor de desenvolvimento de produto, utilizando o design em um nível maior como processo e competência e em um nível menor como estratégia.

Este estudo foi de grande relevância para contribuições nas pesquisas de Gestão de Design e provavelmente será para a *empresa A*, pois pôde verificar com base no modelo conceitual de Wolff [2] e utilizando a SAGD (Sistemática de Avaliação de Gestão de Design), como e em que dimensões a empresa (e a equipe) que foram o caso de estudo analisado, compreendem e utilizam a GD em seu cotidiano.

Espera-se para futuros trabalhos, que este estudo possa ser continuado seguindo a SAGD, finalizando sua aplicação e mostrando os resultados à *empresa A*, realizando reuniões para a discussão de melhorias. Ainda, pode-se aplicar os formulários com todos os funcionários, de todos os setores, para perceber como estes compreendem o design na *empresa A*. Assim seria possível verificar se a Gestão de Design é realmente utilizada na empresa em todos os níveis e dimensões, ou se somente dentro do setor de desenvolvimento de produto.