

que se adapta ao cenário externo, sendo voltada a para criação de valor (inovação).

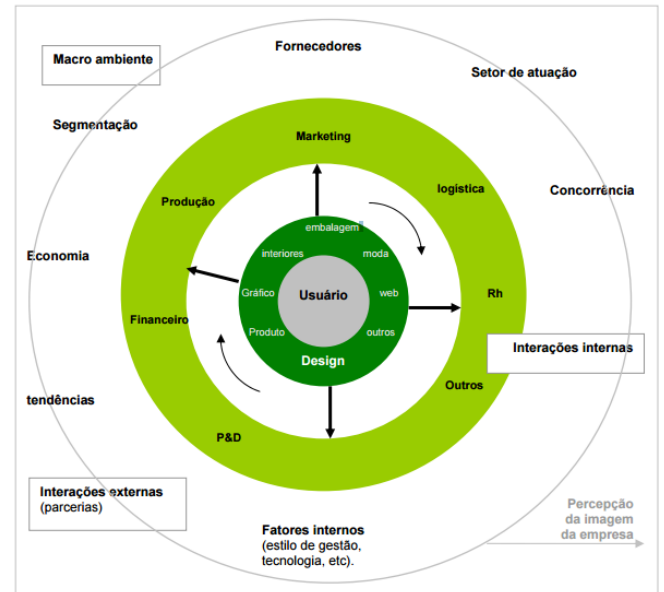
Além da classificação em três níveis organizacionais (operacional, tático e estratégico), a Gestão do Design pode ser entendida como um conjunto de modelos de funcionamento e integração desses níveis hierárquicos. A respeito dos diferentes modelos de Gestão do Design existentes, [11] destaca os seguintes:

- Modelo baseado no design para mudança estratégica, que enfatiza que o Design deve estar alinhado com a visão estratégica da organização;
- Tipologia VIPP, que “agrupa em 4 dimensões para a inovação: valor, imagem, processo e produção, os seguintes aspectos: atua como ferramenta competitiva e estratégica; diferenciadora; atribui identidade; incorpora estética como qualidade e estilo; agrega valor; reduz complexidade; reduz o time-to-market, incorpora a cultura organizacional e fortalece a marca” [12];
- Fatores a serem considerados na implementação do design em uma organização. Este modelo destaca os domínios organizacionais (ambiente externo, posicionamento, processos gerenciais, produção, etc) e como esses devem ser levados em conta para a definição de uma estratégia de Design que satisfaça os objetivos da organização;
- O “Conceito Venture”, que estabelece a função de Design como uma consultoria especial feita diretamente aos gerentes executivos;
- *Designence*, modelo de [7], que propõem uma abordagem científica de integração da Gestão do Design com a Gestão da Qualidade Total.

### Roda de Integração da Gestão do Design

Outro modelo para a Gestão do Design foi o desenvolvido por [10], batizado de Roda de Integração da Gestão do Design. A Imagem 2 expressa um resumo visual desse modelo:

Imagem 2 – Roda de Integração da Gestão do Design



FONTE: Martins (2004).

Ao explicar a Imagem 2, a autora afirma:

A roda gira, estabelecendo-se a integração desejada entre as atividades de design e os setores da organização e considera as variáveis estabelecidas [13].

Em outras palavras, a premissa central da Roda de Integração é a de que o Design deve se integrar taticamente às demais unidades da organização, se adaptando às necessidades estratégicas da mesma, isto é, às variáveis internas e externas de uma organização em vista da Gestão do Design. [14] prossegue explicando que no círculo verde escuro, na região central da figura, são representadas as áreas do Design na organização (de Produtos, Gráfico, de Moda, de Embalagens, etc). Elas encontram-se ao redor do Usuário, que está no centro da figura para simbolizar a orientação da organização ao seu público consumidor. O círculo verde claro representa as unidades de negócio da organização (Produção, Marketing, Logística, RH, etc). Essas diferentes forças produtivas encontram-se em maior contato com o ambiente externo da organização. O papel da Gestão do Design, de acordo com a Roda de Integração, é o de alinhar as áreas do Design na empresa (o círculo verde escuro, em maior contato com o Usuário), com as outras áreas