

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
DIRETORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM *DESIGN* DE INTERIORES

ALESSANDRA FERNANDES XAVIER

**PRODUTIVIDADE E EFICIÊNCIA COMO ESTRATÉGIA DE
METODOLOGIA APLICADA AO DESIGN DE INTERIORES**

MONOGRAFIA DE ESPECIALIZAÇÃO

CURITIBA

2016

ALESSANDRA FERNANDES XAVIER

**PRODUTIVIDADE E EFICIÊNCIA COMO ESTRATÉGIA DE
METODOLOGIA APLICADA AO DESIGN DE INTERIORES**

Monografia apresentada para obtenção do título de Especialista em *Design* de Interiores, Departamento Acadêmico de Desenho Industrial, Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

Orientadora: Prof.^a. Dr.^a Suzete Nancy Filipak Mengatto

CURITIBA

2016

ALESSANDRA FERNANDES XAVIER

PRODUTIVIDADE E EFICIÊNCIA COMO ESTRATÉGIA DE METODOLOGIA
APLICADA AO DESIGN DE INTERIORES

Esta Monografia foi julgada adequada para a obtenção do título de Especialista em *Design* de Interiores e aprovada em sua forma final pelo Curso de Pós-Graduação “*Lato Sensu*” em *Design* de Interiores da Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

Prof.^a. Dr.^a. Mariuze Dunajski Mendes
UTFPR – Câmpus Curitiba
Membro da Banca

Prof.^a. Msc. Rosilene Przydzimirski
UTFPR – Câmpus Curitiba
Membro da Banca

Prof.^a. Msc. Tania Maria de Miranda
UTFPR – Câmpus Curitiba
Membro da Banca

Prof.^a. Dr.^a. Suzete Nancy Filipak Mengatto
UTFPR – Câmpus Curitiba
Orientadora e Coordenadora

Curitiba
2016

RESUMO

XAVIER, Alessandra Fernandes. Produtividade e Eficiência como Estratégia de Metodologia Aplicada Ao Design De Interiores. 2016. 52 f. Monografia (Especialização em Design de Interiores) – Programa de Pós-Graduação, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2016.

Esta monografia aponta uma metodologia específica para o design de interiores baseados em princípios da Administração como produtividade e eficiência. Para tanto se observou a necessidade de fazer um levantamento de metodologias em design, design de interiores, programa de necessidade, princípios básicos da Administração de empresas como produtividade, eficiência, eficácia como também estratégia de negócio. A pesquisa abordada teve como base o trabalho desenvolvido por uma designer de interiores atuante no mercado de Curitiba. A metodologia foi apresentada por meio de descrição de etapas sequenciadas, apontando o tempo proposto e o tempo gasto em uma situação vivenciada, como procedimento para mensurar a produtividade de cada fase. Obteve-se, como resultado da pesquisa, uma metodologia que estabelece prazos para execução de tarefas, para demonstrar que a produtividade, no design de interiores, pode ser obtida com a definição de etapas bem programadas e realizadas.

Palavras-chave: Metodologia. Design de Interiores. Produtividade. Eficiência.

ABSTRACT

XAVIER, Alessandra Fernandes. Productivity and Efficiency as Applied Methodology Strategy to Interior Design. 2016. 52 f Monografia (Especialização em Design de Interiores) – Programa de Pós-Graduação, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2016.

This paper proposes to point a specific methodology for interior design based on principles of Business Administration as productivity and efficiency. Therefore observed the need to find methodologies in design, interior design, need program basic principles of principles of business management such as productivity, efficiency, effectiveness as well as business strategy. The research addressed was based on the work of an interior designer active in the market. All the sequenced steps of the project process were describe as well examples of it. As a procedure to measure productivity on each step, was necessary to indicate the time spent and the expected time to reach each step till its implementation.

Keywords: Methodology. Interior Design. Productivity. Efficiency.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - PROBLEMATIZAÇÃO DO PROJETO DE PRODUTO.	13
FIGURA 2 - ATIVIDADES DE PROJETO NAS DIFERENTES ETAPAS DO DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO.....	14
FIGURA 3 - EXEMPLO DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE UMA EMPRESA NAVAL.	21
FIGURA 4 - ESQUEMA DA METODOLOGIA PRÁTICA PARA DESIGN DE INTERIORES.	23
FIGURA 5 -FOTOS DA VISITA AO LOCAL DA DECORAÇÃO.	25
FIGURA 6 - MODELO DE ORÇAMENTO E CONTRATO EM PAPEL TIMBRADO. .	26
FIGURA 7 - MODELO DE BRIEFING EM PAPEL TIMBRADO.....	28
FIGURA 8 - MODELO DE PAINEL SEMÂNTICO	28
FIGURA 9 - MODELO DE ANTEPROJETO.....	29
FIGURA 10 - MODELO DE PALETA DE CORES.....	30
FIGURA 11 - MODELO DE PROJETO EM 3D	31
FIGURA 12 - MODELO DE PROJETO EXECUTIVO.....	32
FIGURA 13 - MODELO DE APRESENTAÇÃO PARA APROVAÇÃO DE PROJETO	33
FIGURA 14 - MODELO DE ORÇAMENTOS OBTIDOS DE FORNECEDORES	34
FIGURA 15 - MODELO DE ORÇAMENTOS OBTIDOS DE FORNECEDORES	35
FIGURA 16 - ENVELOPE CONTENDO OS PROJETOS EXECUTADOS.....	36
FIGURA 17 - MODELO DE CRONOGRAMA FÍSICO DE AÇÃO.....	37

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - INDICADOR DE PRODUTIVIDADE_E1.....	24
QUADRO 2 - INDICADOR DE PRODUTIVIDADE_E2.....	24
QUADRO 3 - INDICADOR DE PRODUTIVIDADE_E3.....	25
QUADRO 4 - INDICADOR DE PRODUTIVIDADE_E4.....	26
QUADRO 5 - INDICADOR DE PRODUTIVIDADE_E5.....	27
QUADRO 6 - INDICADOR DE PRODUTIVIDADE_E6.....	27
QUADRO 7 - INDICADOR DE PRODUTIVIDADE_E7.....	28
QUADRO 8 - INDICADOR DE PRODUTIVIDADE_E8.....	29
QUADRO 9 - INDICADOR DE PRODUTIVIDADE_E9.....	30
QUADRO 10 - INDICADOR DE PRODUTIVIDADE_E10.....	31
QUADRO 11 - INDICADOR DE PRODUTIVIDADE_E11.....	32
QUADRO 12 - INDICADOR DE PRODUTIVIDADE_E12.....	33
QUADRO 13 - INDICADOR DE PRODUTIVIDADE_E13.....	34
QUADRO 14 - INDICADOR DE PRODUTIVIDADE_E14.....	35
QUADRO 15 - INDICADOR DE PRODUTIVIDADE_E15.....	36
QUADRO 16 - INDICADOR DE PRODUTIVIDADE_E16.....	37

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
1.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA	8
1.2 PROBLEMA	9
1.3 OBJETIVO GERAL	9
1.3.1 Objetivos Específicos	10
1.4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	10
1.5 ESTRUTURA	10
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	12
2.1 METODOLOGIAS EM DESIGN	12
2.2 DESIGN DE INTERIORES	15
2.2.1 Metodologia do Design de Interiores	16
2.2.2 Programa de Necessidades	17
2.3 PRINCÍPIO DE PRODUTIVIDADE	17
2.4 PRINCÍPIO DA EFICÁCIA E DA EFICIÊNCIA	19
3. DESENVOLVIMENTO	22
3.1 METODOLOGIA PRÁTICA PARA DESIGN DE INTERIORES	22
3.1.1 Descrição das etapas da Metodologia Prática	24
3.2 INDICATIVO DE PRODUTIVIDADE E EFICIÊNCIA	38
3.3 CLIENTE VERSUS METODOLOGIA	39
3.4 AS PALAVRAS DO CLIENTE	40
4 DISCUSSÕES SOBRE A PESQUISA	41
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	42
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	43
APÊNDICES	45

1 INTRODUÇÃO

Com um país em recessão, equipes de trabalho nos escritórios, em busca de resultados positivos para os negócios, sofrem constantemente pressão pela superação de metas. O negócio da decoração, ao que se verifica em Curitiba, tem este retrato. É formado por pequenas empresas e profissionais autônomos que disputam um espaço neste mercado competitivo, mas que ainda tem bastante espaço para designers de interiores, arquitetos e decoradores.

Enquanto isso, empresas e famílias interessadas em reformar, ou decorar suas moradias, buscam por profissionais da área de interiores, quando esperam por um serviço profissional e de qualidade. Adotar uma estratégia de trabalho como diferencial, pode destacar aqueles profissionais que buscam se firmar no mercado e, neste caso, adotar uma metodologia de prestação de serviços eficiente é fundamental para atuar no atendimento de clientes do design de interiores.

Pensando nisso e julgando que a área de design de interiores, para designers, seja competitiva, mas também muito seletiva, propõe-se esta pesquisa sobre metodologia para atingir produtividade e eficiência no trabalho,

Portanto, essa pesquisa visa apontar uma metodologia específica para o design de interiores, utilizando como estratégia conceitos da produtividade e eficiência, de forma didática; que possibilite a interpretação das informações de maneira clara, e tomada de decisão eficaz, que viabilize a mensuração da produtividade e eficiência. A pesquisa, para fundamentação teórica, se baseou em metodologias do design, como ponto de partida, e também da experiência de uma designer atuante no mercado de Curitiba.

1.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA

Trabalhando há oito anos na área de design de interiores, sentiu-se a necessidade de aperfeiçoamento na criação, gestão do design de interiores, ampliação da rede de relacionamentos, parcerias, enfim, ampliar a percepção da

área. Ao ter conhecimento sobre a pós-graduação em Design de Interiores da UTFPR, viu-se aí uma oportunidade em buscar capacitação nesta renomada Instituição de Ensino.

Ao acrescentar mais uma atividade àquelas que já eram intensas (voltando a estudar depois de quatro anos após concluir a graduação), percebeu-se que o tempo era o fator mais importante a ser administrado, para atender o trabalho, estudos e projetos pessoais.

Em vias de concluir a especialização, viu-se na questão da administração do tempo, um aspecto importante a ser tratado. Considerando que no trabalho com design de interiores é necessário seguir uma metodologia para atender os clientes com pontualidade e eficiência, surgiu a ideia em aliar, no trabalho de final de curso, produtividade, eficiência e metodologia no design de interiores.

Ao entrar em contato, na especialização, com metodologias em design, foi possível identificar esta lacuna. Por isso, considerando a experiência pessoal de uma designer de interiores, justifica-se elaborar esta pesquisa, por acreditar que possa ser uma contribuição ao curso e a futuros designers, interessados em aperfeiçoar seus métodos de trabalho.

1.2 PROBLEMA

Como pode ser uma metodologia de Design de Interiores eficiente e produtiva?

1.3 OBJETIVO GERAL

Apontar uma metodologia específica para o Design de Interiores, a partir da experiência de uma profissional da área.

1.3.1 Objetivos Específicos

- Investigar metodologias aplicadas ao Design.
- Comparar as metodologias recomendadas pela teoria do design com aquelas adotadas por profissionais do Design de Interiores.
- Discutir eficiência e produtividade como estratégia para elaborar uma metodologia aplicada ao design de interiores.
- Definir as etapas de execução do Design de Interiores.
- Propor uma metodologia de trabalho em Design de Interiores com base nos princípios de eficiência e produtividade.

1.4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa é um estudo de caso sobre o processo de trabalho de uma profissional do design de interiores. A fundamentação teórica foi realizada em referências bibliográficas de autores do design. O material que serviu para apresentar a pesquisa é da designer que atua no mercado de Curitiba e Região Metropolitana. Os projetos e documentos foram fotografados para servir como exemplo às etapas da metodologia apresentada.

1.5 ESTRUTURA

Este trabalho está dividido em cinco capítulos. No capítulo 1 estão a introdução, delimitação do tema, justificativa, problema da pesquisa, um objetivo geral e cinco objetivos específicos, descreve os procedimentos metodológicos e a estrutura do trabalho.

No capítulo 2 está a fundamentação teórica da pesquisa, que fornece a base teórica para compreensão do assunto. Apresenta uma revisão sobre metodologias em design, aborda o design de interiores e a metodologia do design de interiores,

apresenta uma definição sobre programa de necessidades; princípio de produtividade; princípio da eficácia e da eficiência, e trata brevemente sobre estratégia de negócio.

No capítulo 3 está o desenvolvimento da pesquisa. Apresenta uma metodologia prática para design de interiores; descreve as etapas da metodologia prática; descreve o indicativo de produtividade e eficiência; apresenta o cliente versus metodologia e as palavras do cliente.

No capítulo 4 apresenta as discussões sobre a pesquisa.

No capítulo 5 estão as considerações finais seguidas das referências consultadas e os apêndices.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo está dividido em 3 partes. A primeira parte apresenta uma revisão de literatura que explana as metodologias para elaboração de design de produtos e de interiores, A segunda parte discorre sobre os princípios de produtividade adotados para o sucesso de bens e serviço, assim como de comportamento de pessoas que trabalham para atingir a máxima produtividade. A terceira parte trata dos princípios da eficiência como forma de atingir metas com menor custo possível.

2.1 METODOLOGIAS EM DESIGN

As metodologias para desenvolvimento de novos produtos em design são específicas, tratadas e publicadas por estudiosos do assunto, como contribuições ao trabalho de profissionais da área. Geralmente foram testadas e são explicadas por exemplos de concepção de produtos específicos, a partir destas metodologias. É o caso dos autores citados a seguir, que fundamentam esta pesquisa, buscando com isso encontrar referencial teórico para discutir metodologias em design de interiores, que são igualmente específicas a cada demanda.

Muitas são as metodologias projetuais que vêm se adaptando e se aperfeiçoando desde a segunda metade do século XX. O design se apoia na metodologia científica quando busca sistematizar a resolução de problemas em suas atividades. Munari considera que

o método de projeto, para o designer, não é absoluto nem definitivo; pode ser modificado caso ele encontre outros valores objetivos que melhorem o processo. E isso tem a ver com a criatividade de projetista, que, ao aplicar o método, pode descobrir algo que o melhora. Portanto, as regras do método não bloqueiam a personalidade do projetista; ao contrário, estimulam-no a descobrir coisas que, eventualmente, poderão ser úteis também aos outros (MUNARI, 2002, pág. 11 e 12).

Gui Bonsiepe considera que a metodologia projetual não deve ser confundida com um livro de receitas, mas que as técnicas projetuais só têm certa probabilidade

de sucesso (BONSIEPE, 1984, P. 34). Sobre a abordagem do problema, o autor propõe um desenho esquemático (Figura 1) que apresenta uma série de procedimentos sequenciados, que orientam o designer a organizar um método de trabalho.



Figura 1 - Problematização do projeto de produto.
Fonte: Bonsiepe, 1984, pág. 35.

Baxter (1998) em seu livro “Projeto de Produto – Guia prático para o design de novos produtos”, não propõe apenas uma metodologia, mas descreve, de maneira didática, os diversos procedimentos no “gerenciamento e o controle do processo de desenvolvimento de produto”, objetivando que os profissionais façam uso de métodos sistêmicos para atingirem bons resultados. Analisa e expõe situações de riscos de produtos desde a concepção até a fabricação, oferecendo ferramentas de pesquisa e projeto que favorecem a realização do design, orientando à conformidade produtiva, financeira e de satisfação do cliente.

Para Baxter (2001, pág. 15) “o gerenciamento da atividade de projeto é sempre complexa”, e não se desenvolvem de maneira linear, mas de avanços e retornos, sendo que algumas etapas são adiantadas por razões técnicas ou comerciais. A figura 2 apresenta um esquema desse processo.

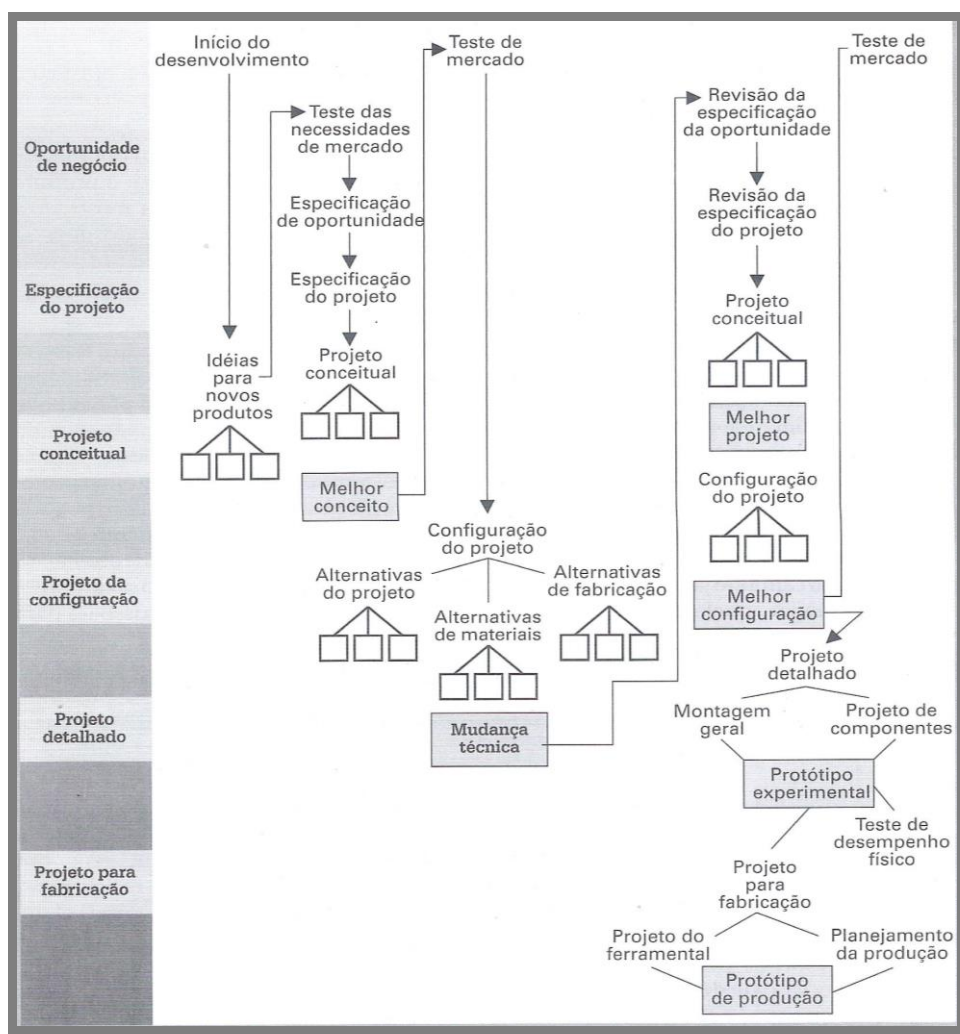


Figura 2 - Atividades de projeto nas diferentes etapas do desenvolvimento de produto.
Fonte: Baxter, 2001, pág. 16.

De maneira geral os autores concordam que o método de trabalho em design parte de um problema; se confirma em uma contextualização; se justifica e aponta para uma fragilidade ou necessidade de intervenção; a partir daí torna-se necessário realizar uma pesquisa (em vários níveis, não só de campo, mas de análise do produto, ou situação que apresentou o problema); os dados dão suporte às alternativas de design; e, finalmente, o produto é formalizado.

2.2 DESIGN DE INTERIORES

Antes de apresentar as metodologias publicadas para concepção do design de interiores, faz-se necessário colocar qual o entendimento que se tem sobre este tema.

Os autores tratam como arquitetura de interiores, design de interiores, ou ainda decoração de interiores, mas a atividade, conforme pode ser comprovada pelas definições, abordam a intervenção para melhoramento do espaço da moradia. Para Ching e Biggeli (2006, pág. 44):

Arquitetura de interiores é o planejamento, o leiaute e o projeto de espaços internos às edificações. Esses ambientes físicos satisfazem nossa necessidade básica de abrigo e proteção; eles estabelecem o palco para a maior parte de nossas aspirações e exprimem as ideias que acompanham nossas ações; afetam nossas vistas, humores e personalidades. O objetivo da arquitetura de interiores é, portanto, a melhoria funcional, o aprimoramento estético e a melhoria psicológica dos espaços internos.

Mengatto e Adriazola (2014) definem o projeto de interiores como:

(...) o planejamento de um ambiente onde são apresentadas soluções de forma detalhada, levando-se em conta fatores objetivos e subjetivos. Envolve um estudo profundo sobre o perfil do cliente, seus gostos pessoais, particularidades, necessidades e características, bem como as características, necessidades e possibilidades do espaço físico em questão. Partindo-se destas análises é possível definir o caráter, a atmosfera, o estilo da composição, escolha dos materiais, o aproveitamento de algumas características arquitetônicas existentes, adequações a serem feitas para melhor aproveitamento de vistas, iluminação, insolação ou ventilação naturais a serem exploradas (MENGATTO e ADRIAZOLA, 2014, pág. 4).

2.2.1 Metodologia do Design de Interiores

Gurgel (2004), Mancuso (2004) e Terra e Rodrigues (2000) apresentam, em linhas gerais, os procedimentos para a decoração, como ponto de partida para o trabalho, que consiste em: levantamento da medição do espaço; programa das necessidades do cliente; layout; plantas de piso e teto; planta elétrica e hidráulica; memorial descritivo; detalhamento; perspectiva.

Mengatto e Adriazola (2014) descrevem o processo de projeto de interiores orientando para iniciar com o perfil do cliente (*briefing*) que é o:

levantamento de suas características, seus gostos pessoais, necessidades, anseios, *hobbies*, bem como dos equipamentos que serão necessários e que estão diretamente relacionadas às atividades que serão desenvolvidas nos ambientes do projeto. Estas deverão ser investigadas para que sejam providenciados os equipamentos necessários, caso não houver ou forem reaproveitados (MENGATTO e ADRIAZOLA, 2014, pág. 4)..

As etapas recomendadas pelas autoras são: entrevista com o cliente e traçar o *briefing*, elaborar o custo do projeto, levantamento da área que será o local do projeto, coleta e análise de dados, elaboração do projeto.

Sobre os itens que devem ser elaborados na apresentação de projetos, Mengatto (2009) relaciona as seguintes etapas: planta do ambiente que será decorado, cotado; planta com a localização dos pontos elétricos e hidráulicos cotada; planta com o projeto de gesso para o forro; indicação dos pontos de luz no gesso rebaixado (quando houver); planta do piso com indicação dos materiais de revestimento (paginação); desenho em corte das paredes que receberem quadros; desenho em corte para mostrar o projeto das cortinas; desenho do mobiliário; *rendering* (ilustração) do ambiente decorado; memorial descritivo onde se apresenta a especificação de materiais, fornecedores, contatos, etc.

2.2.2 Programa de Necessidades

Esta expressão é largamente utilizada em Arquitetura que, conforme Pinhal (2009) é “a reunião das necessidades sociais e funcionais de uma família ou dos moradores de uma casa. Serve de base para o desenvolvimento do projeto”. Para o mesmo autor, “é o conjunto sistematizado de necessidades para um determinado uso de uma construção”. Usado nas fases iniciais do projeto tem o objetivo de, nortear as decisões a serem tomadas. Foram os arquitetos modernos que difundiram este modelo de produção arquitetônica baseada na eficácia total da edificação. Consiste, basicamente, em um documento que “descreve as funções que serão abrigadas, os pré-dimensionamentos, padrões de qualidade desejados, recursos disponíveis e prazos desejados”.

No Design de Interiores, assim como na Arquitetura, também é criado na fase inicial do projeto e integra a fase de levantamento, ou entrevista com o cliente.

Mancuso (2004) aborda o programa de necessidades, recomendando um roteiro de questionamentos a serem respondidos, antes de iniciar o projeto. Recomenda que sejam detalhados os seguintes aspectos: ambiente a ser trabalhado; pessoas envolvidas e grau de parentesco; faixa etária das pessoas envolvidas; porte físico das pessoas envolvidas; atividades destas pessoas; hobby dos moradores; esporte que pratica; cores prediletas; estilo e ritmo de vida; itens de ordem afetiva ou econômica devem ser mantidos no ambiente; itens que podem ser alterados.

2.3 PRINCÍPIO DE PRODUTIVIDADE

A produtividade tem origem na administração e cita-se Ford, como um de seus representantes mais ilustres, por ter desenvolvido um modelo de administração baseado em três princípios caracterizados pelo trabalho dividido, repetido e contínuo, sendo: princípio da produtividade, da intensificação e da economicidade. O princípio da produtividade tem como objetivo “aumentar a capacidade de produção de um homem e a redução de custos por meio da especialização e linha de

montagem”. O princípio da intensificação tem como objetivo a “diminuição do tempo desde a fabricação da matéria-prima até a colocação do produto no mercado”. O princípio da economicidade tem como objetivo reduzir ao mínimo o estoque de matéria-prima (PORTAL EDUCAÇÃO, 2013).

Recentemente, a Revista Você S/A de Janeiro de 2016, divulgou que a produtividade será uma das palavras mais repetidas pelo mercado neste ano. A explicação é simples. Com o país em recessão, as equipes reduzidas e a pressão por superação de resultados, os profissionais vão ter que se desdobrar para dar conta das tarefas, tanto dentro como fora dos escritórios. Segundo Anna Carolina Rodrigues, responsável pela matéria da revista, o importante é não desanimar, nem entrar em pânico, e rever alguns hábitos para encarar esse desafio com objetividade e sucesso.

Na mesma reportagem, destaca-se que não existe fórmula secreta para ser mais produtivo que se encaixe para todos, no entanto, 5 profissionais altamente bem sucedidos no mercado brasileiro foram entrevistados e a organização como ponto em comum. “De um jeito caótico ou disciplinado, eles mantêm a vida em ordem, e esse é o caminho para produzir mais e melhor.”

- O Empreendedor Romero Rodrigues, uns dos fundadores do Buscapé Company, holding de várias empresas na internet e investidor-anjo com carteira de 20 startups e sócio do fundo de investimento Redpoint eventures tem como estratégia a atitude de evitar “ao máximo qualquer tipo de interrupção”.
- A cantora Ivete Sangalo destacou na entrevista que: “O tempo tem que ser seu amigo, não inimigo”.
- O presidente da Intel Brasil, David González recomenda: “Aja como um marinheiro e mantenha a calma na tempestade”.
- A executiva da AmBev, Maria Fernanda Albuquerque afirmou que “A maternidade me deixou mais produtiva”.
- O chef Henrique Fogaça declarou que: “Faço tudo com muito amor”.

De acordo com Bárbara Nór, para a revista Você S/A, O Brasil inteiro sai perdendo no quesito produtividade, mesmo quando comparado com países da América Latina.

No entanto, manter o foco e o estado de atividade constante do cérebro é um exercício extenuante para a mente, e que demanda energia, afirma Carla Tieppo, neurocientista em São Paulo. Segundo Carla, existem muitos fatores competindo com a capacidade de atenção e o indivíduo, sem se dar conta, já gastou boa parte dos seus recursos mentais com assuntos de menor relevância. Quando necessita se concentrar em uma tarefa importante, o cérebro mal consegue focar 5 minutos. Por isso, a saída é organizar o ambiente e os pensamentos para garantir que o cérebro esteja mais relaxado e apto a se concentrar, afirma Daniel Levitin, professor e pesquisador americano de neurociência.

2.4 PRINCÍPIO DA EFICÁCIA E DA EFICIÊNCIA

Segundo Peter Drucker, que é considerado o pai da administração moderna, quando se discute sobre administração competente, afirma que o princípio da eficiência e eficácia são princípios fundamentais a serem implantados. De acordo com Peter eficiência é fazer certo, a coisa, e eficácia é fazer a coisa certa. Uma é a base do êxito, a outra, a eficácia, é condição mínima para a sua continuidade. A eficiência preocupa-se em dar ênfase aos meios e a eficácia preocupa-se com a ênfase nos resultados. Para ser eficiente, significa completar um trabalho correto, sem muitos erros e como complemento dessa ação, a eficiência, consiste em atingir o objetivo do trabalho estabelecido (DRUCKER, 1984).

A eficiência preocupa-se com o ingresso dos esforços em todas as áreas da atividade. Já a eficácia parte do princípio de que nas empresas, como em qualquer outro organismo social, 10 ou 15 por cento dos fenômenos – como os produtos, os pedidos, os clientes, os mercados e o pessoal - produzem 85 a 90 por cento dos fenômenos, por mais eficientemente tratados que sejam, geram apenas despesas (que são sempre proporcionais às transações, isto é, à ocupação acarretada) (DRUCKER, 1984, pág. 40).

Para o mesmo autor, a eficiência é o mais importante, já que nenhum nível de eficiência, por maior que seja, irá compensar as escolhas dos objetivos errados. Está ligada ao nível operacional da empresa, com seus métodos, tarefas, técnicas de operação e normas, procedimentos ou execução mais rápida com menor esforço

e menor custo. Está voltada para os processos e instrumentos; no contexto das relações internas, no sistema de inter-relacionamento entre os elementos do processo.

Sobre a eficácia, o autor afirma que está geralmente relacionada ao nível gerencial da organização, elege a legitimização de objetivos, formulação de programas, tomada de decisões e manutenção dos sistemas internos, visando os objetivos e metas, no âmbito das relações externas com o ambiente, no processo de inter-relacionamento entre os sistemas.

O mesmo autor ainda relata que é muito importante conseguir a eficiência, pois mesmo uma empresa eficaz pode ter a saúde corporativa ameaçada, e destinada ao fracasso, se não conseguir a eficiência. No entanto nem a mais eficiente das empresas conseguirá sobreviver e muito menos ser bem sucedida se não tiver eficácia. Para o autor, a primeira tarefa administrativa é conferir eficácia a um núcleo muito pequeno de atividades compensadoras. A segunda tarefa é fazer a empresa chegar sempre um pouco mais perto da realização plena de todo o seu potencial.

Precisamos de uma produtividade que considere globalmente todas as atividades canalizadas para a produção e que as exprima em relação ao respectivo resultado, e não de uma produtividade que suponha que o trabalho seja a única atividade produtiva. Embora constituindo um grande passo à frente, porém, ainda mesmo essa produtividade continuaria a mostra-se inadequada se considerasse as atividades como limitadas àquelas que os contadores pudessem medir, como as despesas visíveis e diretas. Fatores há que exercem sobre a produtividade uma influência considerável, se não mesmo decisiva, mas nunca tomam forma de algarismos visíveis de despesas (Druker,1984, pág. 65).

Segundo o autor, o primeiro fator é o saber, o recurso mais produtivo de todos quando bem usado, mas que pode ser o mais caro e improdutivo quando mal aplicado. O segundo fator é o tempo, que é um recurso empresarial muito precioso, como o fato de tanto homens como máquinas serem usado durante todo o tempo, ou só em um período, terá grande impacto na produtividade. Não existe nada menos produtivo do que tempo ocioso de um equipamento dispendioso, ou o tempo mal aproveitado de pessoas de elevada capacidade e remuneração.

2.5 ESTRATÉGIA DE NEGÓCIO

Segundo o que se observa no mercado, o trabalho com design de interiores se torna um negócio, o início de uma empresa. Independentemente se é uma empresa legalmente constituída, é necessário estabelecer estratégias para que o negócio / designer se mantenha competitivo.

Baxter (2001) apresenta um esquema que exemplifica a estratégia de uma empresa naval com objetivos bem definidos sobre estratégia da empresa e estratégia de desenvolvimento de produto (Figura 3).

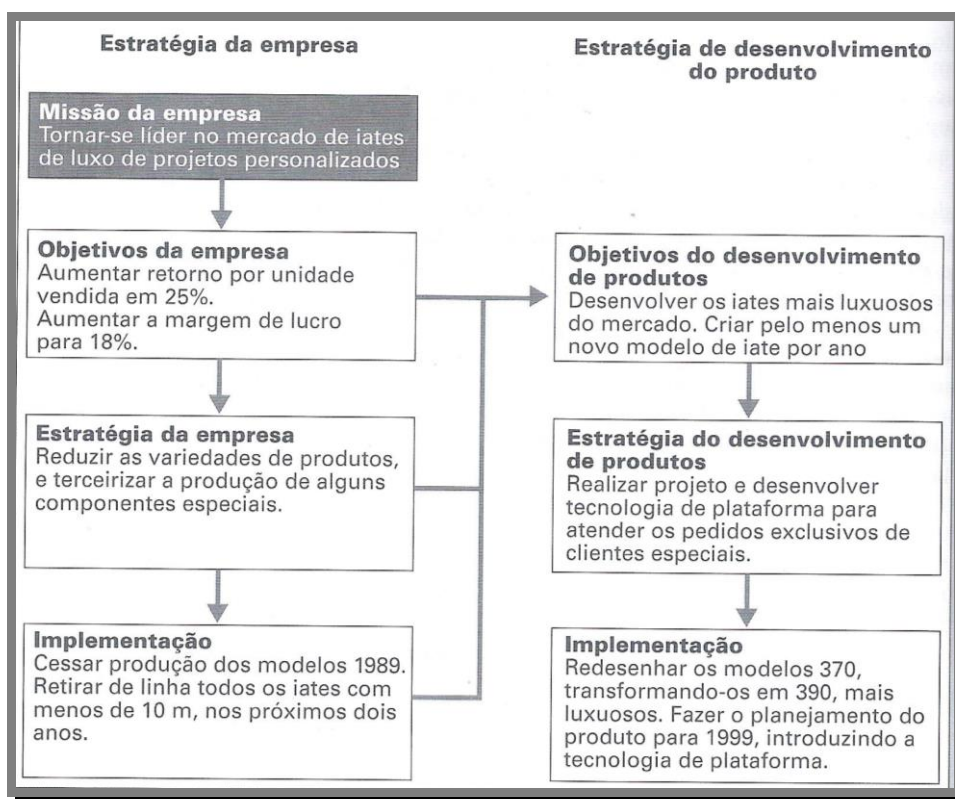


Figura 3 - Exemplo de planejamento estratégico de uma empresa naval.
Fonte: Baxter, 2001, pág. 96.

Na sequência, o capítulo 3 apresenta-se o estudo de caso que trata do detalhamento de uma metodologia para o design de interiores, baseado na experiência profissional de uma designer de interiores.

3. DESENVOLVIMENTO

Este capítulo detalha as etapas de intervenção em interiores, baseada na metodologia de uma designer que desenvolveu seu método de trabalho, apoiando os procedimentos em produtividade e eficiência. Considerando que esta profissão se traça a partir da dedicação e aprofundamento do designer, é necessário esclarecer que o trabalho com design de interiores da profissional que se toma como base para esta pesquisa está dividido em duas partes: a primeira consta da fase de projeto e a segunda da fase de implantação. Portanto, na sequência, são detalhadas apenas as etapas de projeto, para atender ao objetivo da pesquisa traçado.

3.1 METODOLOGIA PRÁTICA PARA DESIGN DE INTERIORES

As etapas apresentadas a seguir, detalham uma metodologia aperfeiçoada com base na experiência profissional de uma designer de interiores, desenvolvida a partir da necessidade em registrar um procedimento para se atingir produtividade e eficiência em todos os projetos.

As etapas descritas na etapa de projeto são: contato inicial, visita ao local da decoração, orçamento, entrega do orçamento, aprovação do orçamento, briefing, imagens de referências, anteprojeto, apresentação do anteprojeto, correções do projeto, apresentação para aprovação do projeto, contato com fornecedores para orçamentos, preparação do memorial descritivo, entrega do projeto, cronograma físico de ação, e implantação.

O desenho desta metodologia prática está apresentado na Figura 1, sendo que cada etapa é linear, ou seja, sequenciada e numerada. Entende-se que desta maneira seja mais fácil descrever como o trabalho é realizado. Esta forma foi escolhida para exemplificar o processo.

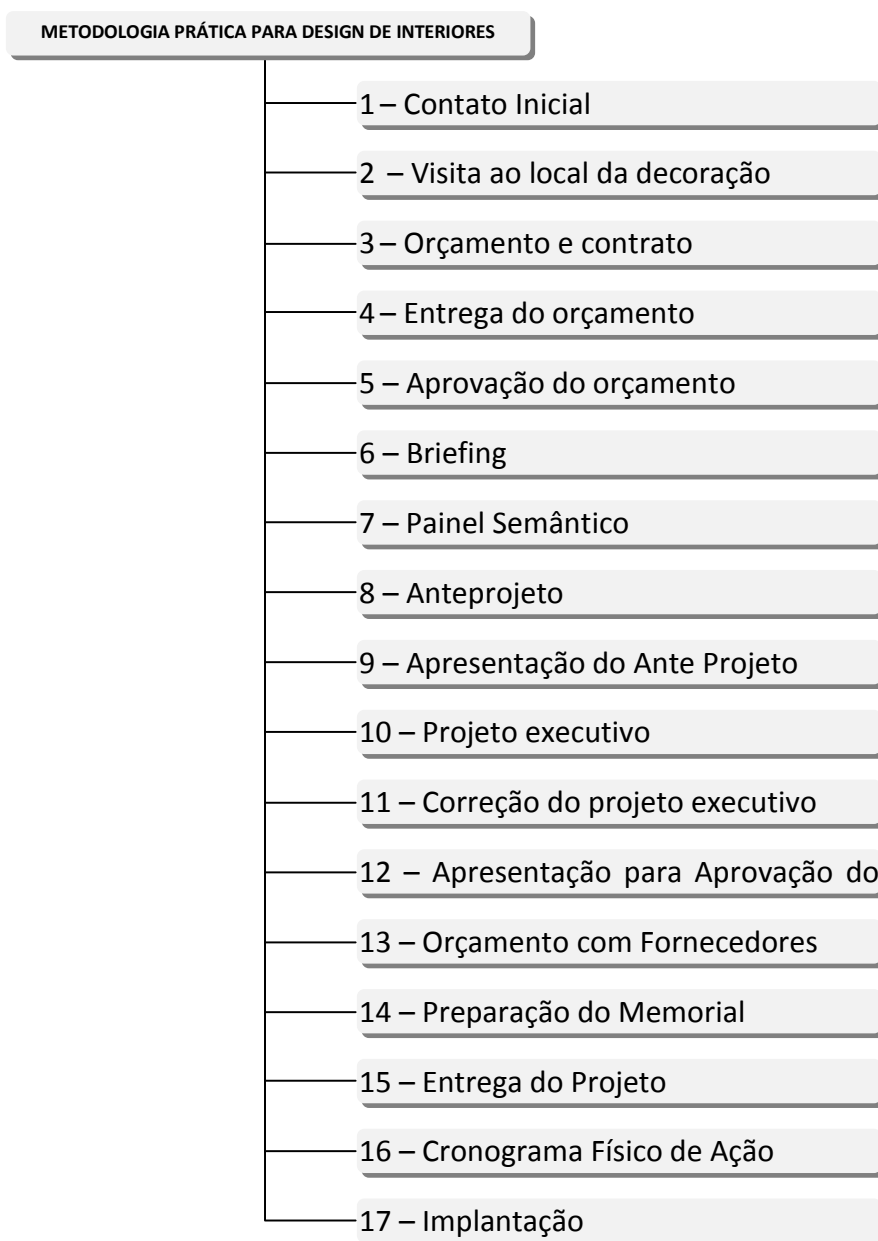


Figura 4 - Esquema da Metodologia Prática para Design de Interiores.
Fonte: Autoria Própria

A seguir, cada etapa é discriminada, tomando-se como base, projetos executados pela designer de interiores. Como forma de apontar índices de produtividade indica-se, em cada etapa, o tempo previsto e o tempo praticado para realização da atividade.

3.1.1 Descrição das etapas da Metodologia Prática

Nesta seção são apresentadas as etapas da metodologia proposta, acompanhadas por um indicador de produtividade que destaca o tempo previsto para a execução da tarefa, seguido com a informação do tempo praticado. Esta declaração de tempos revela a preocupação em praticar prazos pré-estabelecidos, como meta de produtividade. Com isso, pode-se estimar o tempo despendido para execução de projetos, de maneira geral, sendo possível informar ao cliente a previsão de duração do trabalho. O cumprimento de prazos revela um padrão de procedimentos eficiente.

1ª. Etapa – Contato Inicial

INDICADOR DE PRODUTIVIDADE _ E1	
Tempo previsto	Tempo praticado
10 min	10 min

Quadro 1 - Indicador de Produtividade_E1

O primeiro contato com o cliente ocorre por telefone, e-mail ou mensagem no facebook. Na maioria das vezes, a indicação para entrar em contato e solicitar um serviço de interiores, é por indicação de outros clientes. Sendo indicação, consulta-se a ficha de cadastro do cliente que indicou, para lembrar que ambiente foi realizado, e quanto foi cobrado pelo serviço executado. Na conversa por telefone, julga-se que o cliente em potencial tem mais ou menos o mesmo perfil de quem indicou. Por isso deve ter noção do tipo de serviço que se faz e do preço praticado.

2ª. Etapa – Visita ao local da decoração

INDICADOR DE PRODUTIVIDADE _ E2	
Tempo previsto	Tempo praticado
1h00min	1h30min

Quadro 2 - Indicador de Produtividade_E2

Esta primeira conversa é de extrema importância para conhecer o cliente e o processo de entendimento de seus desejos, sonhos e necessidades. É o momento de fazer a leitura do Habitat, do estilo da decoração existente e estilo de vida do mesmo. Nesta etapa são tomadas as medidas para executar do local, assim como fotografar, as condições arquitetônicas, portas, janelas, nichos, etc., para facilitar no momento de executar o projeto. Durante a visita ao local da intervenção é preenchida a ficha cadastral com informações relevantes disponível no Apêndice 1.



Figura 5 -Fotos da visita ao local da decoração.
Fonte: Acervo pessoal da autora

3ª. Etapa – Orçamento e contrato

INDICADOR DE PRODUTIVIDADE _ E3	
Tempo previsto	Tempo praticado
1h00min	1h00min

Quadro 3 - Indicador de Produtividade_E3

Após a visita, elabora-se o orçamento do projeto a ser executado, que tem a qualidade de contrato de prestação de serviços, pois neste documento são especificados os encargos e sobre taxas de eventuais modificações do projeto. Normalmente o orçamento praticado é baseado no metro quadrado de cada ambiente.

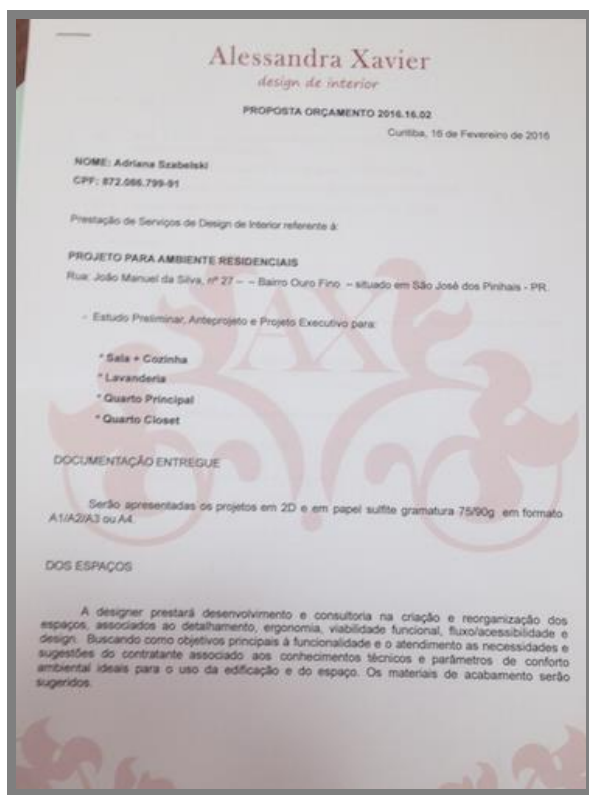


Figura 6 - Modelo de orçamento e contrato em papel timbrado.
Fonte: Acervo pessoal da autora

4ª. Etapa – Entrega do orçamento

INDICADOR DE PRODUTIVIDADE _ E4	
Tempo previsto	Tempo praticado
1h00min	1h20min

Quadro 4 - Indicador de Produtividade_E4

O orçamento é sempre entregue pessoalmente, para criar confiança e sanar dúvidas sobre a proposta. Entregas por meio eletrônico são feitas apenas quando há complemento e o cliente solicita, ou aceita esta forma de apresentação.

5ª. Etapa – Aprovação do orçamento

INDICADOR DE PRODUTIVIDADE _ E5	
Tempo previsto	Tempo praticado
1h00min	1h00min

Quadro 5 - Indicador de Produtividade_E5

Na maioria das vezes a aprovação ocorre na entrega do orçamento, mediante assinatura no documento impresso. Somente após a aprovação do orçamento inicia-se o desenvolvimento do projeto.

6ª. Etapa – Briefing

INDICADOR DE PRODUTIVIDADE _ E6	
Tempo previsto	Tempo praticado
2h00min	2h00min

Quadro 6 - Indicador de Produtividade_E6

Está é a etapa mais importante do processo, e deve ser tratada sem pressa. A dedicação ao entendimento das necessidades do cliente evita retrabalhos de projeto e pode levar aproximadamente duas horas de trabalho. Um questionário para cada ambiente com informações técnicas (Apêndice 2), dá informações para delinear o projeto. Sobre o estilo de decoração, a melhor estratégia foi fornecer um anuário de decoração para o cliente, por ser mais eficaz do que revistas mensais ou bimestrais. Solicita-se que marque itens da arquitetura dos interiores, de móveis e decoração que fazem sentido para ele.

Normalmente, com o avanço das tecnologias, os clientes têm acesso a imagens de referência, mesmo que ocorra incompatibilidade de tamanho do produto em relação a planta ou recursos financeiros. Por isso o argumento desfavorável é exposto na apresentação do anteprojeto, para que ele não se decepcione.

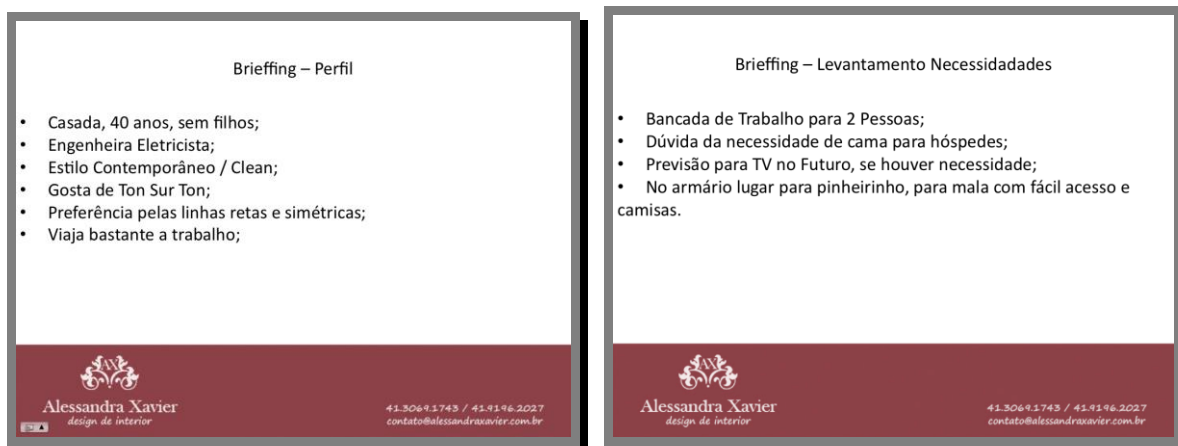


Figura 7 - Modelo de briefing em papel timbrado.
Fonte: Acervo pessoal da autora

7ª. Etapa – Painel Semântico

INDICADOR DE PRODUTIVIDADE _ E7	
Tempo previsto	Tempo praticado
1h30min	1h30min

Quadro 7 - Indicador de Produtividade_E7



Figura 8 - Modelo de painel semântico
Fonte: Acervo pessoal da autora

Compilar as imagens em um painel semântico, para identificar o estilo da decoração, cores de preferências, detalhes significativos sobre o estilo preferido do cliente, móveis e objetos de desejos, preferências de iluminação, gesso, quadro, entre outras informações, pode auxiliar o tempo de elaboração para o projeto e também os retrabalhos.

8ª. Etapa – Anteprojeto

INDICADOR DE PRODUTIVIDADE _ E8	
Tempo previsto	Tempo praticado
2h00min	3h00min

Quadro 8 - Indicador de Produtividade_E8

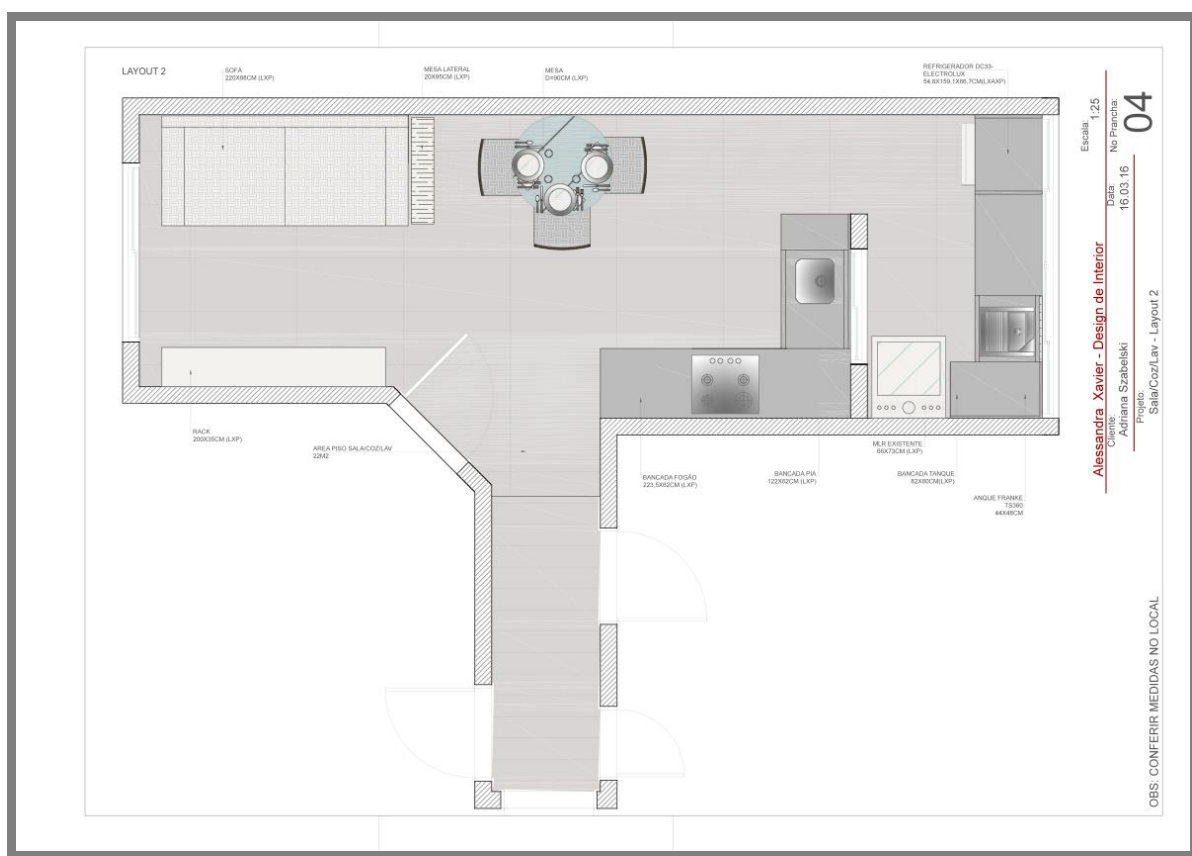


Figura 9 - Modelo de anteprojeto
Fonte: Acervo pessoal da autora

Compreende a elaboração de layout do projeto delimitado no estudo preliminar em planta baixa; apresentação e discussão das soluções propostas;

desenvolvimento do layout ou estudo de uma nova possibilidade que atenda aos objetivos do cliente se necessário, e que se condicionem a viabilidade técnica econômica.

9ª. Etapa – Apresentação do Anteprojeto e paleta de cores

INDICADOR DE PRODUTIVIDADE _ E9	
Tempo previsto	Tempo praticado
1h00min	1h00min

Quadro 9 - Indicador de Produtividade_E9

Nesta etapa é retomado o briefing, painel semântico e a cartela de cores e com o algumas opções de layout do ambiente.



Figura 10 - Modelo de paleta de cores
Fonte: Google imagens, 2015

10ª. Etapa – Projeto Executivo

INDICADOR DE PRODUTIVIDADE _ E10	
Tempo previsto	Tempo praticado
4h00min	7h00min

Quadro 10 - Indicador de Produtividade_E10

Após a aprovação do anteprojeto é executado o projeto executivo que compreende layout definitivo do ambiente; anotações em planta dos pontos elétricos, pontos hidráulicos, telefônicos e iluminação; detalhamento das modificações de alvenaria, detalhamento de piso, gesso, móveis embutidos e móveis complementares, acessórios, revestimentos entre outros acabamentos. A apresentação destes detalhes é melhor que seja em 2D (pois é desenho técnico) e em 3D para facilitar a compreensão pelo cliente. Dependendo do tamanho do projeto e da urgência do cliente, pode-se dividir o projeto executivo em duas partes: executivo de obras e executivo de mobiliário.



Figura 11 - Modelo de projeto em 3D
Fonte: Google imagens, 2015

11ª. Etapa – Correções do Projeto Executivo

INDICADOR DE PRODUTIVIDADE _ E11	
Tempo previsto	Tempo praticado
1h00min	2h00min

Quadro 11 - Indicador de Produtividade_E11

Mesmo após aprovação do projeto, muitas vezes o cliente fica com dúvidas sobre o resultado final, ou por falta de compreensão, ou por insegurança da proposta. Por este motivo, o projeto pode ser modificado quantas vezes forem necessárias até que o cliente se sinta seguro e confortável com suas escolhas.

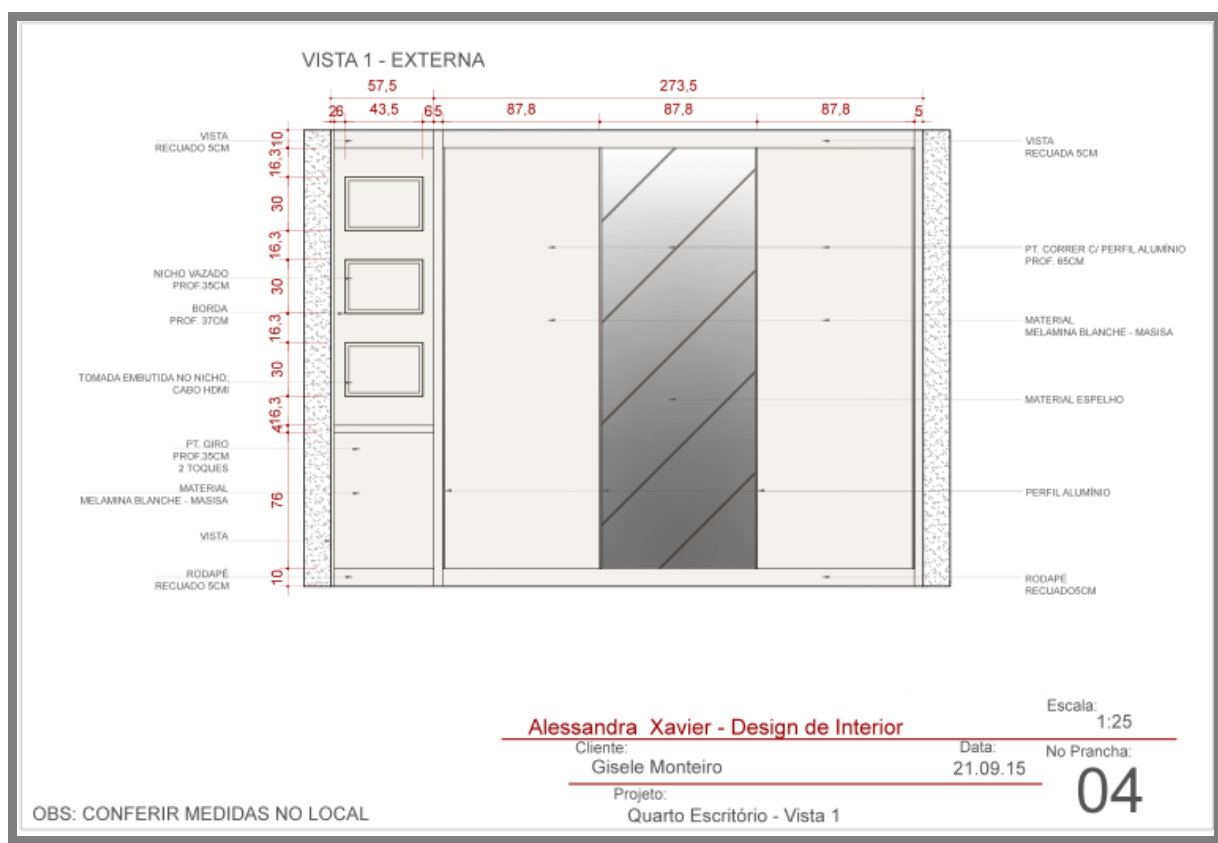


Figura 12 - Modelo de projeto executivo

Fonte: Google imagens, 2015

12ª. Etapa – Apresentação para Aprovação do Projeto

INDICADOR DE PRODUTIVIDADE _ E12	
Tempo previsto	Tempo praticado
1h00min	1h30min

Quadro 12 - Indicador de Produtividade_E12

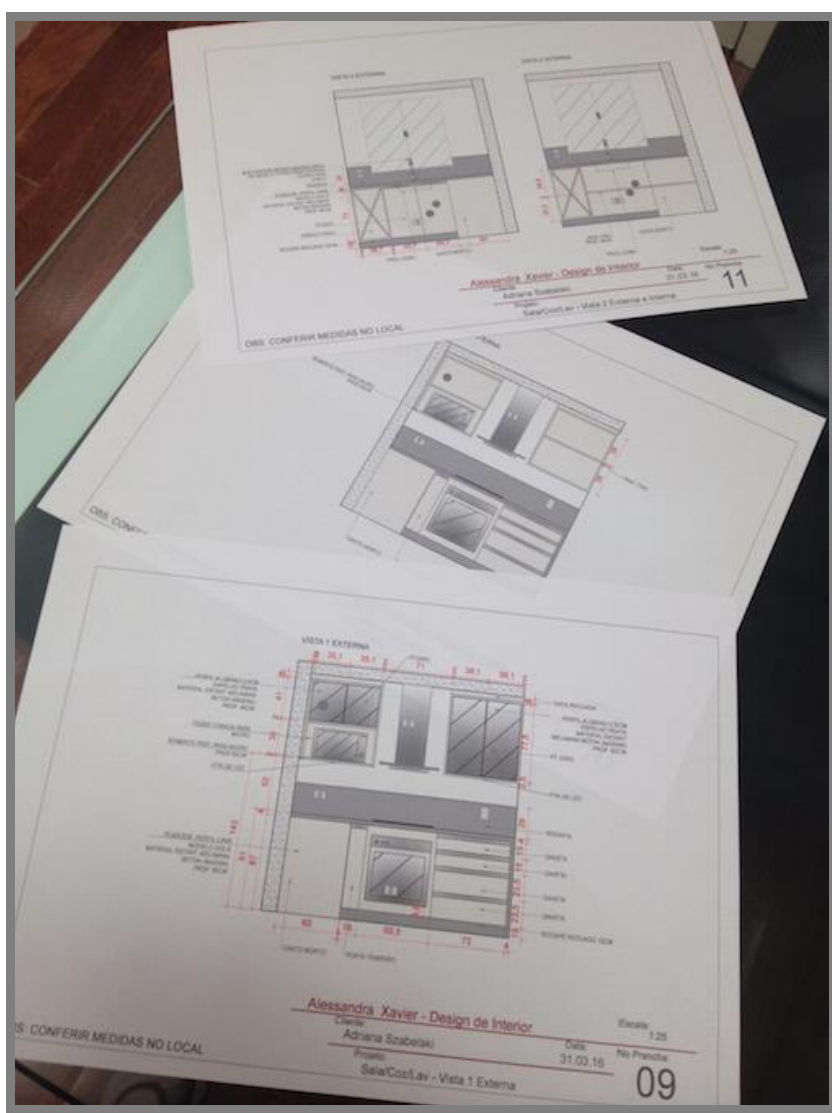


Figura 13 - Modelo de apresentação para aprovação de projeto
 Fonte: Acervo pessoal da autora

Depois de todas as modificações, apresenta-se o projeto com os detalhamentos necessários para execução. Uma vez finalizado o projeto, se o cliente solicitar novas mudanças, cobra-se uma taxa, conforme especificado no contrato.

13ª. Etapa – Contato com Fornecedores para Orçamentos

INDICADOR DE PRODUTIVIDADE _ E13	
Tempo previsto	Tempo praticado
6h00min	8h00min

Quadro 13 - Indicador de Produtividade_E13

Somente após a aprovação do projeto executivo é que se solicitam os orçamentos aos fornecedores. Alguns podem ser obtidos por meio eletrônico (e-mail). Materiais que precisam ser adquiridos juntamente com o cliente são obtidos no momento da visita à loja. Com a prática viu-se que é necessário realizar pelo menos três visitas a lojas com duração de três horas cada visita, para acompanhar o cliente em suas escolhas. Esta atividade deve ser incluída no orçamento para não gerar controvérsias. Reunir todos os orçamentos e entregar ao cliente oferece segurança e possibilita controle de gastos com os bens adquiridos.

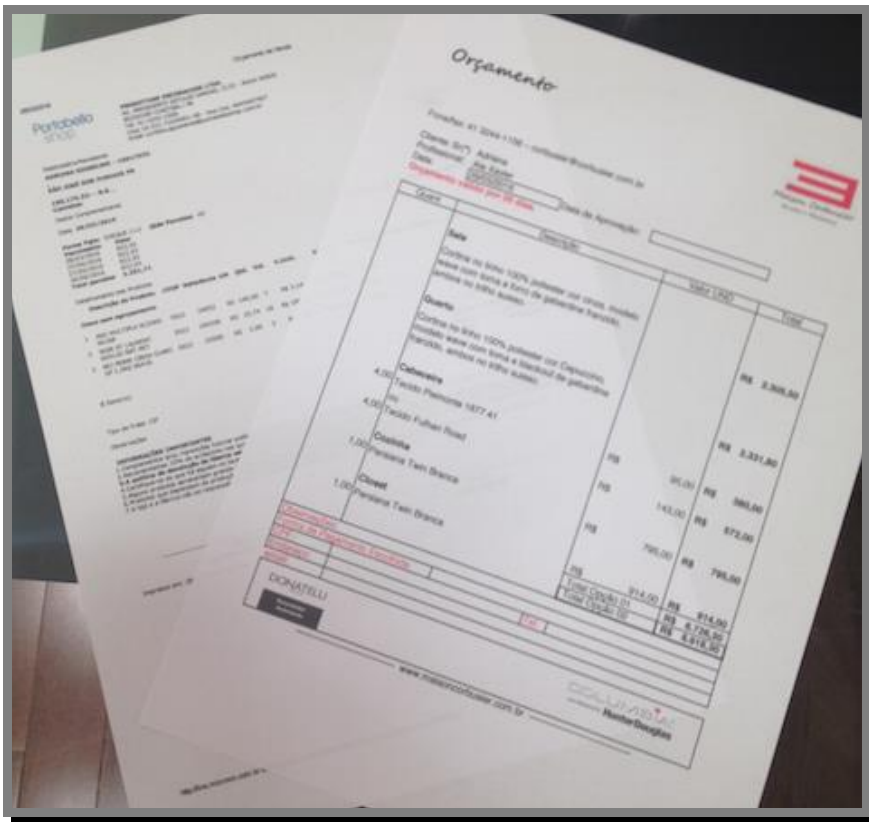


Figura 14 - Modelo de orçamentos obtidos de fornecedores
Fonte: Acervo pessoal da autora

14ª. Etapa – Preparação do Memorial Descritivo

INDICADOR DE PRODUTIVIDADE _ E14	
Tempo previsto	Tempo praticado
3h00min	3h30min


Quadro 14 - Indicador de Produtividade_E14

O memorial descritivo contém as informações de cada ambiente, informando materiais, acabamentos, modelos, especificações e também de produtos idealizados para compor o projeto com imagens.

MEMORIAL DESCRITIVO


✓ ETAPAS DA OBRA

1. Retirada do piso existente e rodapé
2. Regularização do contrapiso
3. Alterações elétricas - 14 pontos (ver projeto)
4. Pontos de Iluminação
Teto - 20 (ver projeto)
Parede - 01 (ver projeto)
5. Instalação de forro Drywall (ver projeto)
6. Acabamento forro - pintura
7. Lixar as paredes e primeira de mão
8. Instalação piso - mármore Paraná (ver projeto)
Piso Mármore Paraná 70x70
(Andressa - 3021-6058)




9. Instalação do rodapé
Rodapé 15 com friso ref 480 Santa Luzia
(Márcia - 3342-7008)

10. Instalação Iluminação
Pendente Taj Mahal



Per 20
Dicrónica
Balizador



Embutido de LED 30x30
(Mozar 3339-1525)

Figura 15 - Modelo de orçamentos obtidos de fornecedores
Fonte: Acervo pessoal da autora

15ª. Etapa – Entrega do Projeto

INDICADOR DE PRODUTIVIDADE _ E15	
Tempo previsto	Tempo praticado
1h30min	1h00min

Quadro 15 - Indicador de Produtividade_E15

É importante realizar a entrega do projeto impresso, pois representa um documento que o cliente tem como resultado da contratação do serviço de design de interiores. Uma boa apresentação com material de papelaria timbrado causa boa impressão e dá credibilidade ao designer. Uma cópia desta documentação enviada por meio eletrônico também proporciona garantia do registro do trabalho.



Figura 16 - Envelope contendo os projetos executados
Fonte: Acervo pessoal da autora

16ª. Etapa – Cronograma Físico de Ação

INDICADOR DE PRODUTIVIDADE _ E16	
Tempo previsto	Tempo praticado
2h00min	2h00min

Quadro 16 - Indicador de Produtividade_E16

Em posse dos orçamentos com especificação de prazos de entrega dos materiais; programação de instalações dos mesmos pelos prestadores de serviços, pode-se elaborar o cronograma físico de ação. Este item representa uma planificação de início e término das obras, instalações, entregas dos materiais e móveis, enfim, oferece um panorama do tempo que a intervenção irá durar. Por se tratar da administração dos bens de propriedade alheia (do cliente que contratou o designer), é importante listar todos os itens que serão movimentados. Uma cópia deste cronograma também é apresentada ao cliente para acompanhar o desenvolvimento da obra. Desta forma o designer de interiores estabelece e coordena a sequência dos trabalhos, como um *check list* do passo a passo da implantação do projeto. O cronograma é a etapa final desta fase.

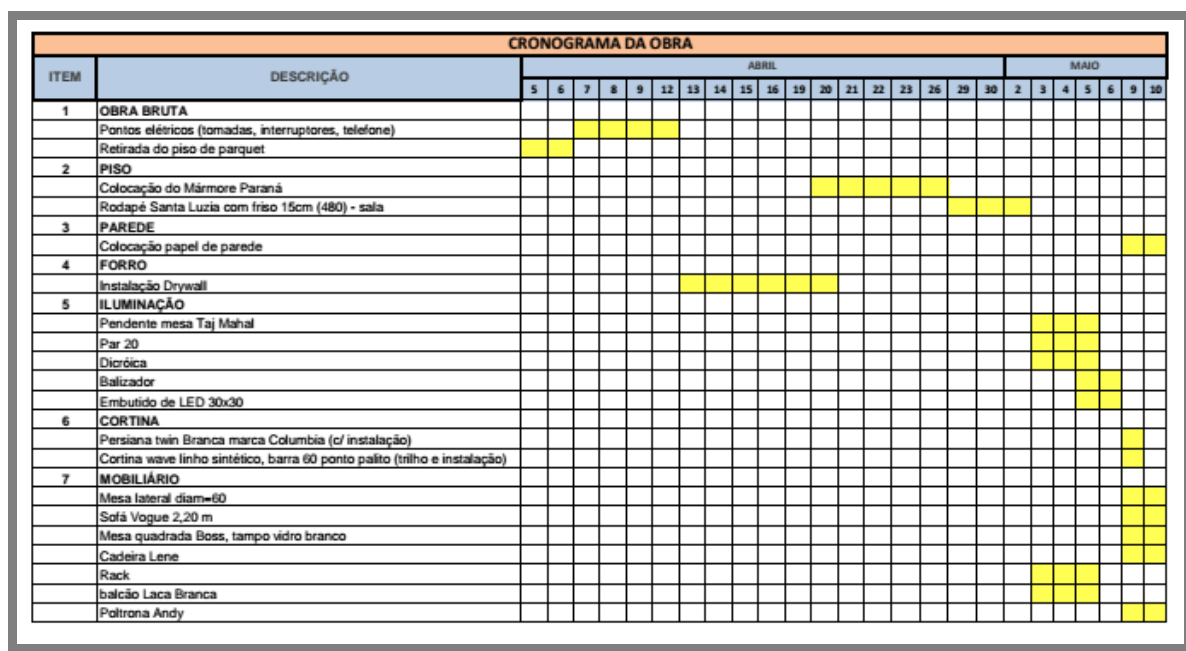


Figura 17 - Modelo de cronograma físico de ação
 Fonte: Acervo pessoal da autora

17ª. Etapa – Implantação

A partir deste ponto, inicia-se a próxima fase que envolve a aplicação do cronograma. A implantação é a montagem dos ambientes. Esta etapa não será tratada neste trabalho, pois não atende ao objetivo da pesquisa que é propor uma metodologia de design de interiores.

3.2 INDICATIVO DE PRODUTIVIDADE E EFICIÊNCIA

O quantitativo de tempo para execução de cada etapa da metodologia apresentada é apenas uma estimativa, pois cada etapa é composta de trabalhos adicionais, dependendo do ambiente, complexidade dos requisitos para o projeto e outras variáveis difíceis de mensurar. Trata-se, entretanto, de sinalizar a importância de estimar o tempo de trabalho, pois, como colocado inicialmente, o tempo é a principal variável de controle para realizar as tarefas que se propõe, com eficiência e segurança.

A identificação do tempo previsto versus o tempo praticado para execução, indicado em cada etapa da metodologia também serve para estabelecer ritmo de trabalho. Porém, os índices apontados não são rígidos, nem estabelecidos para todos os projetos, pois com a complexidade de alguns se pode despendar mais tempo, ao contrário da brevidade de projetos mais simples.

Pode-se observar que quando a etapa é de contatos pessoais, o tempo se expande, pois é difícil prever quanto tempo uma conversa com fornecedores possa durar, por exemplo. Neste caso, o tempo informado foi referente ao contato telefônico, tempo de permanência em lojas, etc. Por isso sabe-se que é necessário pelo menos um dia inteiro para solicitar orçamentos. O tempo para que os fornecedores passem os valores não está previsto nesta etapa. Tempos de deslocamento também não estão incluídos, pois é uma variável difícil de mensurar.

Foi a necessidade de realizar muitos projetos, em pouco tempo e com eficiência, que se pensou em propor esta metodologia prática, mesmo que exposta de maneira breve, para demonstrar a importância em se ter uma estratégia de trabalho para manter um bom negócio.

A eficiência, no caso da metodologia apresentada, diz respeito aos padrões de qualidade adotados. Por exemplo, a identidade visual da designer foi projetada para figurar em toda a papelaria, necessária à apresentação de projetos. Desta forma já há um suporte preparado para moldurar todos os documentos produzidos.

É questão de uma metodologia eficiente também, o fato de se detalhar cada etapa, buscando tratar cada ação como um projeto completo. Por exemplo, o *briefing* é uma etapa que muitas vezes pode ser deixado de lado para desenvolver rapidamente o layout do ambiente e terminar logo a proposta. Entretanto, quando bem detalhado, alimenta o projeto com informações relevantes. Da mesma forma o a coleta de orçamentos ou o memorial descritivo. É importante tratar cada etapa como um todo, assim a soma das partes torna o trabalho robusto e eficiente, aos olhos do cliente.

Com a prática, se torna desnecessário aplicar esta fórmula para o trabalho, ou seja, não é mais necessário pensar na teoria para executar as tarefas. A experiência faz com que o profissional atue naturalmente, pois já absorveu o método.

3.3 CLIENTE VERSUS METODOLOGIA

Com a prática na área do design de interiores foi possível captar a linguagem não falada dos desejos e anseios que os clientes manifestam, proporcionando um entendimento e aprendizado durante este convívio temporário.

A compreensão sobre a maneira como se expressa, se alegra, ou se entristece, nem sempre pode ser aproveitada para modificar alguma situação com ele, mas, certamente, auxiliará com os próximos clientes.

Com isso pode-se chegar mais rapidamente ao perfil do cliente, encurtando o tempo de especificação de fornecedores, estilos, qualidade almejada, patamar financeiro, entre outras variáveis que estão envolvidas no design de interiores.

Acertar a metodologia, neste caso, é fundamental para garantir a produtividade e eficiência, tendo visto que as etapas descritas não são simples de ser realizar, pois envolvem criatividade, energia, tempo e dedicação, atributos importantes a este profissional.

3.4 AS PALAVRAS DO CLIENTE

Durante o convívio com clientes, é importante registrar algumas verbalizações que traduzem a sua expectativa quanto ao projeto e a finalização da obra. Estas expressões levam o designer de interiores a compreender a importância que este trabalho representa. Por causa disso são colocadas, a seguir, algumas destas frases carregadas de significados, pronunciadas por diversos clientes.

- *“Quero uma casa de revista.”*
- *“Essa parte de projeto eu não entendo, quero só participar da parte bonita.”*
- *“Olha, quero que você me obedeça, mas não me obedeça muito.”*
- *“Eu não sei o que eu quero, sei o que eu não quero.”*
- *“Para mim tudo é bonito, não sei qual eu gosto mais.”*

4 DISCUSSÕES SOBRE A PESQUISA

Os autores de metodologia de design de produto citados, tratam de metodologias específicas, que serviram para entender que o processo de design sempre parte de um problema para uma solução, como visto anteriormente.

Algumas das ferramentas propostas por Baxter (2001) são utilizadas no método de trabalho aqui descrito, como prova da autonomia que o designer desfruta, ao estabelecer um plano de ação no design de um novo produto.

Entretanto, ao design de interiores servem algumas etapas, pois o produto que se desenvolve na ambientação de espaços não está restrito a um processo produtivo, mas a um espaço de moradia. As diferenças se multiplicam, considerando que cada etapa de intervenção como paginação de piso, instalação de gesso no forro, design de cortina, móveis e outros elementos da decoração são processos distintos.

Os autores das publicações em Design de Interiores fazem explicações sobre as etapas para intervenção em ambientes, detalhando e apresentando, em algumas das etapas, exemplos de projetos e ambientes já implantados. Verificou-se que cada experiência é apresentada de maneira subjetiva, como de fato é o design de interiores.

Neste aspecto, cabe ao designer organizar seu plano de trabalho, elegendo uma metodologia que evidencie os procedimentos para se obter resultados assertivos, onde as etapas estejam claras e sequenciadas, de maneira que se possa consultar qualquer etapa percorrida, para verificações e correções necessárias, em um sistema de retroalimentação.

Ao detalhar a metodologia proposta para esta pesquisa foi possível verificar que esta também pode funcionar como um manual de procedimentos, ao que cada novo colaborador do designer possa consultar, para se orientar nos trabalhos que deve desenvolver.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta monografia tratou sobre o desenvolvimento de uma metodologia específica para o design de interiores, utilizando conceitos da produtividade e eficiência,. Para isso buscou-se embasamento teórico em metodologias do design de produtos e publicações em design de interiores, para confrontar as experiências já divulgadas.

Com base nisso, criou-se um esquema, definido neste trabalho como, metodologia prática, que foi o objetivo traçado para a pesquisa, ou seja, “Apontar uma metodologia específica para o Design de Interiores, a partir da experiência de uma profissional da área”. Foram apontadas 17 etapas do processo de elaboração de um projeto de interiores, com uma breve explicação e exemplos relevantes, que puderam ser confrontados com as descrições.

Com as descrições e exemplos viu-se que todas as etapas exercem um papel importante para que seja obtido um bom projeto. Contudo, destacou-se nas discussões, que o briefing e o painel semântico são dois itens de extrema importância para se obter um resultado mais eficiente para o cliente, sem retrabalhos para o designer.

Como índice de produtividade, definir prazos para execução das tarefas, mostrou-se uma ferramenta de mensuração, que proporciona controle do trabalho ao profissional. O tempo que cada profissional precisa para executar uma etapa é muito particular, considerando-se, também como variável, a complexidade do projeto. A pesquisa revelou que ao estabelecer uma metodologia, a partir de sua prática, o profissional pode sempre acrescentar algo como diferencial competitivo.

REFERÊNCIAS

BAXTER, Mike. **Projeto de Produto** – Guia prático para o design de novos produtos. São Paulo: Editora Edgard Blucher Ltda., 2001.

BONSIEPE, Gui. **Metodologia Experimental** – Desenho Industrial. Brasília: CNPq / Coordenação Editorial, 1984.

CHING, Francis D. K.; BINGGELI, Corky. **Arquitetura de interiores ilustrada**. 2. ed. Bookman. 2006.

DRUCKER, Peter F. **Introdução à Administração**. 2. ed. Cengage Learning. 1984.

GURGEL, Miriam. **Projetando espaços: guia de arquitetura de interiores para áreas residenciais**. São Paulo: Senac, 2004.

MANCUSO, Clarice. **Arquitetura de Interiores e Decoração**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2004.

MAXIMIANO, Antonio C. A. **Introdução a Administração**. 2. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2004.

MENGATTO, S. N. F. **Apostila do curso de Especialização em Design de Interiores**. Curitiba: UTFPR, 2009.

MENGATTO, S. N. F. e ADRIAZOLA, M. K. O. **Arquitetura de interiores**. Apostila do curso de Especialização em Design de Interiores. Curitiba: UTFPR, 2014.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

PINHAL. **O que é programa de necessidades?** 2009. Disponível em: <<http://www.colegiodearquitetos.com.br/dicionario/2009/02/o-que-e-programa-de-necessidades/>>. Acesso em: 22 de março de 2016.

PORTAL EDUCAÇÃO, **Princípios de Henry Ford**, 2013. Disponível em: <<http://www.portaleducacao.com.br/administracao/artigos/40255/principios-de-henry-ford>>. Acesso em: 24 de março de 2016.

REVISTA VOCÊ S/A. Editora Abril, Janeiro de 2016.

TERRA, P. RODRIGUES, I. **Decoração na Medida Certa**. Rio de Janeiro: SENAC, 2000.

APÊNDICES

APÊNDICE A - BRIEFING

1 BRIEFING COZINHA

REFRIGERADOR

Convencional Side By Side French Door

Marca: _____ Modelo: _____

Voltagem: 110v 220v

Dimensão: Alt. _____ Larg. _____ Prof. _____

Espaçamento:

Acabamento: Vidro Inox Outro

FOGÃO

Cooktop Embutir Chão

Gás Elétrico / Indução

Marca: _____ Modelo: _____

Voltagem: 110v 220v

Dimensão: Alt. _____ Larg. _____ Prof. _____

Espaçamento:

Acabamento: Vidro Inox Outro

FORNO

Elétrico Gás Integrado Fogão

Embutir Bancada

Marca: _____ Modelo: _____

Dimensão: Alt. _____ Larg. _____ Prof. _____

Voltagem: 110v 220v

Espaçamento:

MICRO-ONDAS

Embutir Bancada

Marca: _____ Modelo: _____

Voltagem: 110v 220v

Dimensão: Alt. _____ Larg. _____ Prof. _____

Espaçamento:

Acabamento: Inox Branco Preto

EXAUSTÃO

Coifa Sugar

Marca: _____ Modelo: _____

Voltagem: 110v 220v

Dimensão: Alt. _____ Larg. _____ Prof. _____

Espaçamento:

Acabamento: Inox Vidro

MAQ. LAVAR LOUÇA

Sim Não

6 Serviços 8 Serviços 10 Serviços 14 Serviços

Marca: _____ Modelo: _____

Voltagem: 110v 220v

Dimensão: Alt. _____ Larg. _____ Prof. _____

Espaçamento:

Acabamento: Inox Branco

CUBA

Simples Simples/Maior Dupla Tripla

Marca: _____ Modelo: _____

Dimensão: Alt. _____ Larg. _____ Prof. _____

Acabamento: Fosco Brilhante

TRITURADOR

Sim Não

Marca: _____ Modelo: _____

Voltagem: 110v 220v

Dimensão: Alt. _____ Larg. _____ Prof. _____

LIXO EMBUTIR BANCADA

Sim Não

Marca: _____ Modelo: _____

Dimensão: Alt. _____ Larg. _____ Prof. _____

TORNEIRA

Bancada Parede

Aquecimento Gás Elétrica

Outros Equipamento:

OBS:

--

2 BRIEFING LAVANDERIA

Altura Bancada Convencional H=91cm
 Altura Móvel Superior H=143 cm
 Altura Móvel Superior H=150 cm
 Prioridade Gavetas Portas Armários
 Sóculo Suspenso
 Varal Sob Medida Sim Não
 Lugar p/ roupa suja Sim Não Tulha Cesto Convencional
 Cesto de Lixo Sim Não Dimensão:
 OBS:

MÁQUINA LAVAR ROUPA

Abertura Frontal Abertura Superior
 Lava e Seca Sim Não
 Marca: Modelo:
 Voltagem: 110v 220v
 Dimensão:
 Espaçamento:
 Acabamento: Branco Inox Outro

SECADORA DE ROUPA

Marca: Modelo:
 Voltagem: 110v 220v
 Dimensão:
 Espaçamento:

CENTRÍFUGA DE ROUPA

Marca: Modelo:
 Voltagem: 110v 220v
 Dimensão:
 Espaçamento:

AQUECEDOR DE ÁGUA

Sim Não
 Marca: Modelo:
 Voltagem: 110v 220v
 Dimensão:
 Acabamento: Branco Inox Outro

TÁBOA DE PASSAR ROUPA

Convencional Embutir Balcão Pedra Parede

TANQUE

Pequeno Simples Dupla
 Marca: Modelo:
 Dimensão:
 Acabamento: Inox Fosco Inox Brilhante Cerâmica

TORNEIRA

Bancada Parede

Aquecimento Sim Não Gás Elétrica

3 BRIEFING SALA

Rebaixo Gesso

Iluminação Decorativa

Sala Estar

Sala Jantar

OBS:

AR CONDICIONADO

Sim Não

Dimensão:

MESA

Redonda Quadrada Retangular Oval

4 Lugares 6 Lugares 8 Lugares 10 Lugares 12 Lugares

Dimensão:

MESA CENTRO

Redonda Quadrada Retangular Oval

Dimensão:

MESA LATERAL

Redonda Quadrada Retangular Oval Ninho

Dimensão:

APARADOR

Sim Não

Dimensão:

CADEIRAS

S/ Braço C/ Braço Poltrona Cabeceira

Dimensão

SOFÁ

2 Lugares 3 Lugares 4 Lugares 5 Lugares

S/Chaise C/ Chaise Chaise Retrátil Encosto Retrátil

Dimensão

POLTRONA

Fixa Giratória Namoradeira

Dimensão

BANCO / PUFF

Sim Não

Dimensão:

BALCÃO

Sim Não

Dimensão:

CRISTALEIRA

Sim Não

Dimensão:

RACK

Sim Não

Dimensão:

PAINEL RACK

Sim Não

Dimensão:

LAREIRA

Sim Não

Álcool Gás Lenha

Dimensão:

TV

Sim Não

26' 32' 37' 42' 49' 52' 59'

Dimensão:

TV ASSINATURA

Sim Não

Sky Gvt Net Claro

Dimensão:

HOME

Sim Não

Embutido Gesso Solto

Dimensão Caixa Frontal:

Dimensão Caixa Lateral Frontal:

Dimensão Caixa Frontal Atrás:

Dimensão Sub:

Dimensão DVD:

VIDEO GAME

Sim Não

Marca:

Voltagem: 110v 220v

Dimensão:

ADEGA

Sim Não

Marca:

Voltagem: 110v 220v

Dimensão:

4 BRIEFING QUARTO

Rebaixo Gesso

Iluminação Decorativa

Área Estudo

Área para Leitura

Tv no quarto

OBS:

CAMA

Casal Padrão Queen King Super King

Solteiro Beliche Recamie Bi-Cama

Dimensão:

ARMÁRIO

Porta de Giro

Porta de Correr

Porta de Espelho

Porta de Vidro

Porta de Laca

Porta de Melamina

Preferência entre Cabideiro Prateleira

Preferência entre Cabide p/ calças Calçeiro

Gavetas Roupas Intimas 1 2 3

Gavetas c/ Chave Sim Não

Parte para Camisas/Blusas

Parte para Longos

Parte para Casacos Curtos

Parte para Casacos 3/4 e Longos

Sapateira

Dimensão:

TV

Sim Não

26' 32' 37' 42' 49' 52' 59'

Dimensão:

TV ASSINATURA

Sim Não

Sky Gvt Net Claro

Dimensão:

VIDEO GAME

Sim Não

Marca:

Voltagem: 110v 220v

Dimensão:

RACK

Sim Não

Dimensão:

POLTRONA

Fixa Giratória Namoradeira

Dimensão

BANCO / PUFF

Sim Não

Dimensão:

BALCÃO

Sim Não

Dimensão:

APÊNDICE B – FICHA CADASTRAL

FICHA CADASTRAL

Número do Cliente:	
Nome:	
CPF:	
E-mail:	
Endereço:	
Bairro / Cidade:	
Fone Res:	Fone Com:
Fone Cel:	
Endereço do Projeto:	
Bairro:	
Data de Aniversário:	
Indicação:	

DADOS DO PROJETO

Tipo de projeto:
R\$ Metro Quadrado Referência:
R\$ Metro Quadrado Cobrado:

PROGRAMAÇÃO DE VISITAS / MEDIÇÃO / ENTREGA

Curitiba, ____/____/____