

---

# O DESIGN

COMO FERRAMENTA NA  
PRODUTIVIDADE DO AMBIENTE  
DE TRABALHO

---

LEONARDO KRUG



**UNIVERSIDADE DO VALE DOS SINOS – UNISINOS  
ESCOLA DE DESIGN UNISINOS  
ESPECIALIZAÇÃO EM DESIGN MOVELEIRO**

**Aluno: Leonardo Krug  
Orientador: Charles di Pinto**

**O DESIGN COMO FERRAMENTA NA PRODUTIVIDADE DO AMBIENTE DE TRABALHO**

**2014**



# ÍNDICE

|     |                             |
|-----|-----------------------------|
| 06. | RESUMO                      |
| 07. | INTRODUÇÃO                  |
| 08. | DELIMITAÇÃO DA PESQUISA     |
| 09. | OBJETIVOS                   |
| 10. | TEORIA                      |
|     | METAPROJETO                 |
|     | PESQUISA CONTEXTUAL         |
|     | PESQUISA DESK               |
|     | PESQUISA FIELD              |
|     | BLUE SKY                    |
| 16. | DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA |
|     | METAPROJETO                 |
|     | PESQUISA CONTEXTUAL ≠ DESK  |
|     | PESQUISA FIELD              |
|     | BLUE SKY                    |
| 34. | PROJETO                     |
|     | MAPA DE POLARIDADES         |
|     | CONCEPTS                    |
|     | RESULTADO                   |
| 48. | CONCLUSÃO                   |
| 49. | BIBLIOGRAFIA                |

# RESUMO

---

A falta de organização é um problema que afeta a grande maioria das empresas. Por meio de ferramentas do design estratégico, buscou-se desenvolver um produto que auxilie um indivíduo a melhorar a sua produtividade na empresa através de sua organização, procurando a melhor forma de se relacionar com um objeto e entender o que pode torná-lo ainda melhor.

*Palavras chave:* melhorias, usuário, organização, produtividade

# ABSTRACT

---

Lack of organization is a problem which affects most companies. Using tools of strategic design one can develop a product which helps a user to improve the productivity in the company through organization, trying the best way to establish connections with an object and to understand how to improve it in order to have a better result.

*Key words:* improve, user, organization, productivity

# INTRODUÇÃO

---

No presente projeto, serão apresentados alguns dos conceitos aprendidos durante o curso de pós-graduação em design moveleiro, mostrando de forma prática a sua aplicação e apresentando um resultado focado nas melhorias na produtividade dos funcionários de um escritório, visando a organização do mesmo.

Por muito tempo, os ambientes de trabalho eram projetados seguindo um modelo de organização rígida que limitava o gerenciamento do espaço de trabalho do indivíduo dentro da empresa. Com o passar do tempo alguns escritórios começaram a focar em outras áreas voltadas ao bem estar de seus funcionários, passando a valorizar mais as pessoas o que, por sua vez, gerou um aumento na produtividade de suas equipes.

A imagem do ambiente de trabalho narra a vida e valores da empresa, o que resulta no desempenho de seus colaboradores como um todo. Ao analisarmos um ambiente de trabalho, percebe-se que é nele onde passamos boa parte do dia, muitas vezes realizando tarefas que exigem muita atenção e dedicação o que as torna cansativas, e isto acaba se refletindo na produtividade da empresa.

O presente trabalho busca estudar os principais conceitos e metodologias sobre o tema e, analisando-os de forma crítica e reflexiva, pretende contribuir em favor de sua construção e aprofundamento.

Vale ressaltar que este tema foi escolhido pelo fato de o autor estar inserido no ambiente de trabalho analisado e sentir a necessidade de alguns elementos organizadores que acabam por se refletir na praticidade do trabalho no qual a produtividade se torna um ponto chave.

# DELIMITAÇÃO DE PESQUISA

---

Este projeto tem o intuito de analisar um ambiente de trabalho e propor soluções utilizando algumas das mais distintas ferramentas que o design estratégico oferece. Seu objetivo não é criar uma solução comercial, pois é focada para um ambiente de trabalho em especial. É importante lembrar que a pesquisa foi realizada para demonstrar que um ambiente de trabalho pode ser ainda mais produtivo e que, se utilizada em outros escritórios, não atingirá as mesmas proporções, pois foram utilizados dados daquele exato ambiente.



# OBJETIVOS

---

## **OBJETIVO GERAL:**

Explorar um ambiente de trabalho de maneira antropológica de forma a identificar problemas internos que acarretam na produtividade e sugerir uma solução que resulte em um melhor desempenho dos funcionários.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Buscar analisar de maneira antropológica os pontos fortes e fracos dentro da empresa
- Usar ferramentas de diferentes áreas do design para identificar os fatores positivos e negativos do ambiente de trabalho
- Identificar aspectos que poderão melhorar a produtividade no trabalho
- Desenvolver uma solução que irá melhorar a qualidade no trabalho

# TEORIA

---

*Para o desenvolvimento deste projeto, foram utilizados como referência, diferentes autores de distintas áreas. Cada autor foca em um assunto que foi aproveitado no desenvolvimento desta pesquisa. As fases a seguir foram adaptadas para atender melhor as necessidades do projeto.*

## **METAPROJETO**

O metaprojeto é uma metodologia voltada para o enriquecimento de informação, onde se busca ter um conhecimento amplo sobre um determinado assunto. Além de reunir informações, o metaprojeto procura chegar de maneira crítica e analítica na verdadeira necessidade do projeto, enriquecendo culturalmente, socialmente, etc. A pesquisa de uma maneira geral.

O metaprojeto é um espaço onde o designer pode discutir inúmeras vezes o problema da pesquisa e, se necessário, reposicioná-lo. Segundo Moraes (2006), é importante vermos o metaprojeto como um instrumento dinâmico, no qual é necessário que sejam feitas verificações contínuas através de seguidos feedbacks durante todas as fases do projeto, inclusive nas já realizadas, pois como é uma metodologia flexível, as decisões tendem a mudar. Ela é dividida em duas partes. A primeira etapa é onde devemos expandir o conhecimento sobre a pesquisa, utilizando informações de outras áreas, qualificando o desenvolvimento de inovação, enquanto na segunda, as informações são reunidas com o intuito de chegar a um resultado inovador. Em outras palavras, é preciso observar o que já existe no mercado (independente de possuir ou não funções e características semelhantes) e questionar o próprio papel da empresa e do usuário final, prevendo a maneira que será usado, suas possíveis variações e consequências. Segundo Moraes (2006, p.?), “a fase metaprojetual é o momento no qual devemos colocar tudo sobre a mesa, as questões, informações e dados inerentes ao projeto para uma reflexão inicial até chegarmos à formulação mais precisa sobre o conceito a ser desenvolvido na fase projetual”.

Optou-se em utilizar esta metodologia por sua dinâmica capaz de mudar a todo momento e que permite transitar de uma etapa para a outra, revendo os conceitos já trabalhados afim de encontrar a solução para o real problema.

## **PESQUISA CONTEXTUAL**

A pesquisa contextual visa reunir informações de outras áreas para se ter uma melhor compreensão do contexto que está sendo abordado, construindo uma base para o projeto. Segundo Galisai, Borba e Giorgi (2008), esta é a pesquisa cuja finalidade é definir e construir o contexto que irá servir de guia para o desenvolvimento do projeto. Segundo Celaschi e Deserti (2007), esta metodologia constrói um esboço de ideias que serão verificadas mais a fundo e através de outras ferramentas. Sendo assim, as informações coletadas nesta etapa se caracterizam como uma visão geral sobre o assunto tratado, servindo de diretrizes para o projeto.

Tratando de contexto, ela não pode informar explicitamente o assunto que será apresentado. O contexto é apresentado de forma metafórica, exemplificando uma ideia derivada de outras, indicando o uso de materiais, cores, modo que é usado, entre outras.

## **PESQUISA DESK**

Durante a fase metaprojetual, o designer deve reunir uma série de informações para criar uma base sólida de pesquisa. Após essa coleta, ele terá dados suficientes que tornarão seu projeto coerente, e apenas quando ele passa a projetar

Segundo Celaschi e Deserti (2007), a pesquisa Desk é uma metodologia exploratória que trabalha com a coleta de dados e informações disponíveis, sejam livros, artigos ou até mesmo a internet, entre outros. A coleta dos dados pode ser feita relacionando com outros temas, desde que sejam coerentes com o objetivo do projeto. Para que ela seja útil, o designer precisa filtrar as informações de forma cautelosa, sempre cuidando com a relevância para o projeto, além da qualidade da informação e da fonte de onde foi retirada.

Tratando de uma pesquisa preliminar, ela auxilia de maneira a ver a coerência das informações que serão levantadas. No caso deste projeto, optou-se em usar a internet como fonte e aplicá-la dentro da pesquisa contextual, já que ambas terão o objetivo de reunir informações como base de pesquisa.

## **PESQUISA FIELD**

A pesquisa Field, ou pesquisa de campo, exige que as informações sejam coletadas pelo próprio designer, seja indo a campo, interagindo com o objeto a ser estudado ou convivendo naquele meio onde ele se encontra desde que participe daquele cenário em que está inserido. Segundo Caldas (2006), para poder identificar as verdadeiras necessidades e hábitos dos usuários, o designer precisa viajar, no sentido de ir de encontro a uma experiência estimulante, e apenas assim o pesquisador pode entrar em contato com outras realidades e perceber o que precisa ser feito de melhorias para aquela determinada situação.

## **PESQUISA BLUE SKY**

Vinculada a parte criativa da pesquisa, a pesquisa blue sky é realizada de forma a organizar uma síntese dos conteúdos através de imagens que servirão como estímulos ao projetista, despertando novos insights e possibilitando a inovação. Segundo Celasky e Parode (2008), "ao agrupar imagens segundo uma lógica específica para cada contexto, a pesquisa blue sky cria novos significados que vão além das imagens e palavras nela contidas. Por esse motivo pode-se associar a construção desse tipo de conhecimentos a processos de construção de metáforas". Em outras palavras, é uma pesquisa que utiliza essencialmente uma linguagem visual. Isso significa que ela serve como uma fonte de estímulos e tendências.

## **MAPA DE POLARIDADES**

O mapa de polaridades auxilia no momento em que o designer precisa prever um possível cenário no qual seu projeto estará inserido. Com os quadrantes definidos, fica mais claro para o designer visualizar suas ideias levantadas nas etapas anteriores da pesquisa.

Segundo Galisai, Borba e Giorgi (2008), o uso do mapa de polaridades ajuda que o designer veja e faça alterações dos conceitos levantados e preveja casos de uso para o que será projetado. Após escolhido o cenário, o designer precisa criar um ou mais concepts com aquele tema definido, já prevendo como será o cenário do projeto.

Durante sua aplicação, valores opostos são colocados em pontos contrários em um gráfico em forma de cruz, gerando quatro possíveis cenários. Geralmente, são jogadas palavras-chave referentes ao tema dentro desses quatro quadrantes para a escolha do cenário.

## **CONCEPTS**

A fase de concepts é onde o designer utiliza todas as informações coletadas durante a pesquisa e as coloca em prática, dando finalmente forma ao projeto. Até então, todos os processos anteriores serviram como norteadores, e agora é o momento que é possível a execução

Como todas as fases anteriores foram de levantamento de dados, a fase de concept sintetiza as informações coletadas de forma que possa ser encontrada uma solução de projeto. Segundo Galisai, Borba e Giorgi (2008), a fase dos concepts é quando o designer tem a oportunidade de explorar sua criatividade para encontrar uma solução para o projeto.

Após a escolha do concept, o designer tem condições de desenvolver suas ideias, seja em forma de produto ou experiência. Apenas depois de ter um concept definido por completo, a execução do projeto se torna tangível.



**METAPROJETO**



# DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA

---







## PESQUISA CONTEXTUAL E DESK

---

A pesquisa contextual é o momento em que o projetista busca informações para construir uma base teórica sólida de projeto. A pesquisa foi dividida em duas etapas principais, a primeira sendo uma pesquisa desk, que busca informações em materiais produzidos por outras pessoas, a segunda uma pesquisa Field, que se caracteriza por uma coleta de dados produzidos pelo próprio pesquisador em suas idas a campo.

Como a pesquisa contextual e a desk são muito parecidas neste caso, optou-se em inserir uma dentro da outra para obter um levantamento de informações em uma visão reforçada.

Como o presente projeto visa falar sobre a produtividade no ambiente de trabalho, foram analisadas algumas empresas, de diferentes setores. Para melhor exemplificar a pesquisa contextual, utilizou-se a pesquisa web para uma coleta de informações de empresas de diferentes perfis e que possuem um índice alto de produtividade.

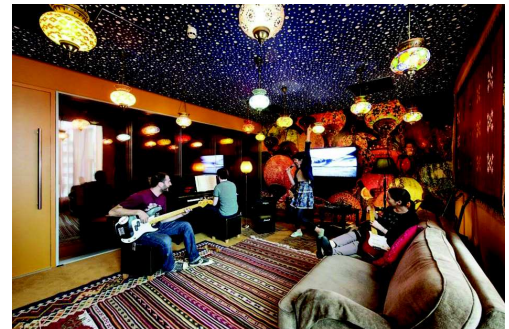




## STUDIOMDA

O StudioMDA acaba de fechar vinte anos de mercado, atuando nas áreas da arquitetura, design e, atualmente, está focada no setor de Wayfinding (conjuntos de elementos visuais, auditivos, táteis, entre outros, que facilitam a locomoção das pessoas dentro de um determinado espaço). Apesar de seu ambiente de trabalho ser pequeno, isso não reflete na qualidade dos projetos. Além de o espaço ser muito amigável, todos os funcionários se conhecem bem e sempre que necessário, existem momentos de troca de ideias e informações, assim todos possuem o conhecimento dos projetos que estão acontecendo em paralelo.





## GOOGLE

Antigamente os escritórios seguiam o mesmo padrão para todas as áreas, mas pode-se dizer que a Google revolucionou a maneira de vermos os escritórios. Focada em valorizar o bem estar dos funcionários é o principal motivo em seu crescimento, permitindo horários flexíveis, centros esportivos, alimentação, ambientes que estimulam a troca de informações... Tudo para que seus funcionários se sintam bem e que possam aproveitar melhor seus momentos de produtividade, independente do horário.

Cada uma das sedes ao redor do mundo é diferente, elas buscam incentivar a criatividade dos funcionários a todo o momento, seja na sala de reuniões, tomando um café ou até mesmo em um momento mais descontraído fazendo algum esporte. Outro fator importante de ser analisado, é que a estação de trabalho de cada um é diferente de seu colega, não existe uma regra que todas as mesas sejam igualmente organizadas, cada um utiliza e estiliza seu espaço como melhor convém.

## Steelcase

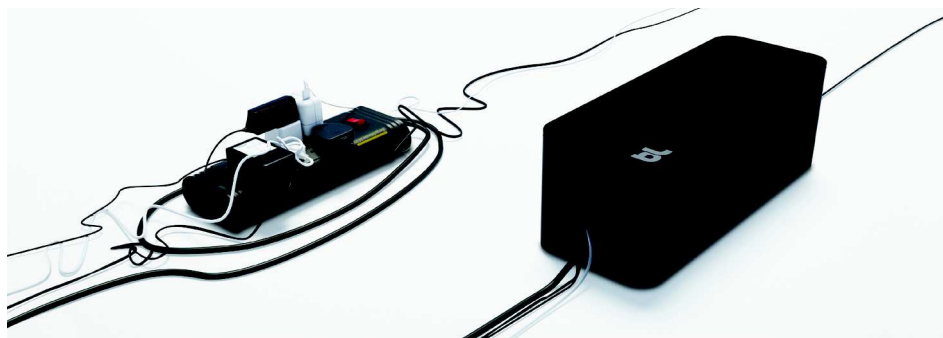
A Steelcase é sinônimo de organização. Em seu portfólio fica fácil de compreender sua qualidade em produtos para ambientes de trabalho, mobiliário e serviços.

Diferente de muitas organizações, a Steelcase possui uma infraestrutura aparentemente clara e sóbria, que reflete em seus produtos. Ela possui diferentes ambientes para diferentes situações, sendo trabalhando separadamente em estações, salas de reuniões, vídeo conferências, mesas com regulagem de alturas para trabalhar tanto sentado como de pé... enfim, seu ambiente de trabalho transpõe exatamente o que oferece, mobiliários visualmente simples e de qualidade, e organização para diferentes situações.



## Bluelounge

Diferente da Steelcase, a Bluelounge também trabalha no quesito de organização, porém para elementos menores. Seu foco é oferecer produtos que auxiliam na organização do ambiente de trabalho, como por exemplo, escondendo cabos do computador ou uma base onde é possível carregar alguns dispositivos eletrônicos simultaneamente.



## PESQUISA FIELD

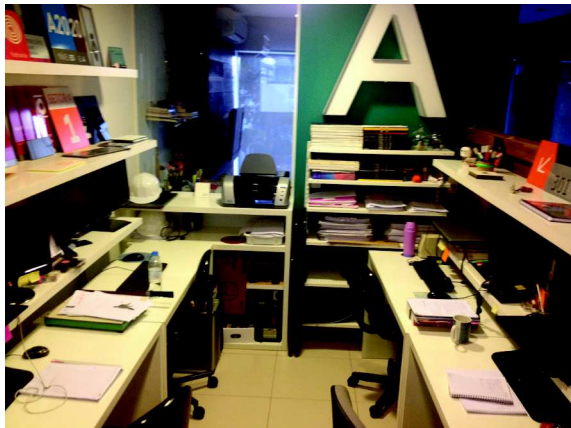
---

Para realizar a pesquisa Field, optou-se em trabalhar de forma antropológica, estando presente dentro do ambiente e tendo o contato direto com as verdadeiras necessidades do dia-a-dia, e depois realizando um questionário para compreender a necessidade de cada empregado.

Estando inserido no ambiente permitiu que o cenário fosse analisado mais criteriosamente. Neste primeiro momento, foi de suma importância para contribuir com o levantamento de informações para o questionário que fora aplicado posteriormente. A intenção de realizar o questionário foi para descobrir quais os valores e crenças de cada um, e entender melhor os aspectos positivos e negativos que cada um possui, e finalmente sintetizar os conceitos por itens.

Tratando de assuntos bem distintos, o questionário foi aplicado de maneira abrangente para que os entrevistados percebessem que não havia a necessidade de se restringir apenas ao ambiente de trabalho, fazendo com que notassem que a solução pode vir de outras situações. Seu objetivo não era apenas buscar entender a relação do uso de materiais, objetos e instrumentos de trabalho, e sim fazer com que cada um refletisse sobre temas como bem-estar, conforto e produtividade, dentro e fora do ambiente de trabalho. Após a realização do questionário, puderam ser coletadas diversas informações, e as mais relevantes foram usadas como palavras chave para a fase seguinte do projeto.

O objetivo de realizar esta atividade além de estar inserido no ambiente foi para perceber onde as ideias de cada um se convergem e se divergem. A partir destas informações, foi possível coletar informações importantes para as fases seguintes do projeto.



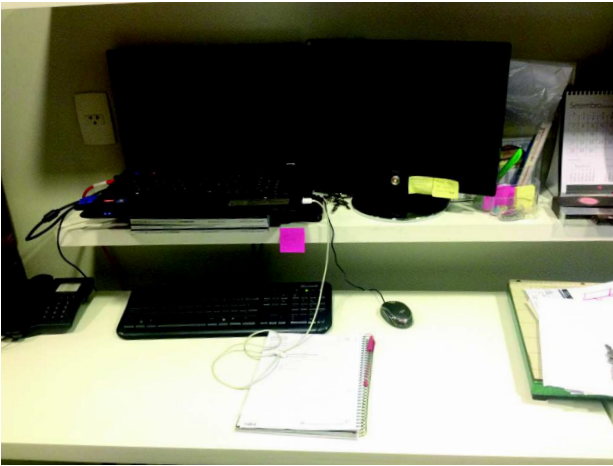
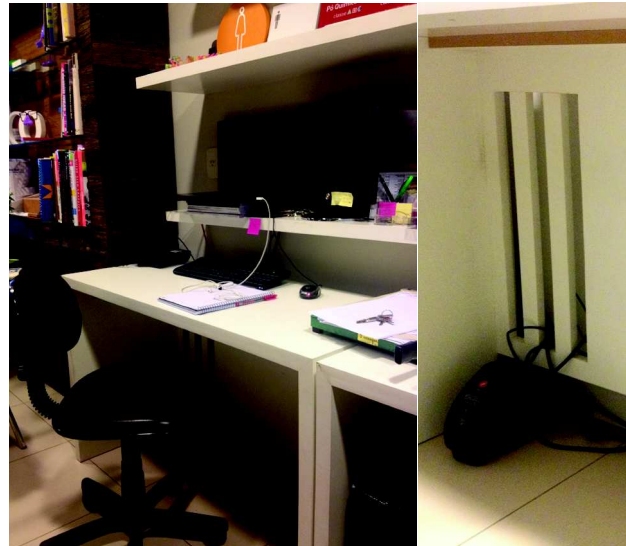
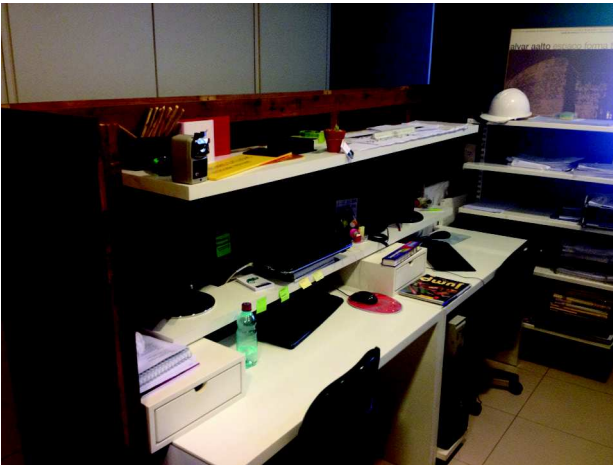
### Ambiente

Apesar de muitas vezes parecer que o ambiente possa estar desorganizado, cada um mantém sua estação conforme melhor convém.

O ambiente em si apresenta diversos elementos e partes de projetos já realizados, o que é bom, pois funciona como uma fonte de catálogos das peças trabalhadas, enquanto os catálogos e amostras menores se encontram dentro de armários junto com outros materiais de escritório.

Mesmo com o espaço tendo um conjunto de mesas alinhadas voltadas para as paredes e de costas umas para as outras, a comunicação entre todos é bem fácil, ninguém está longe um do outro.



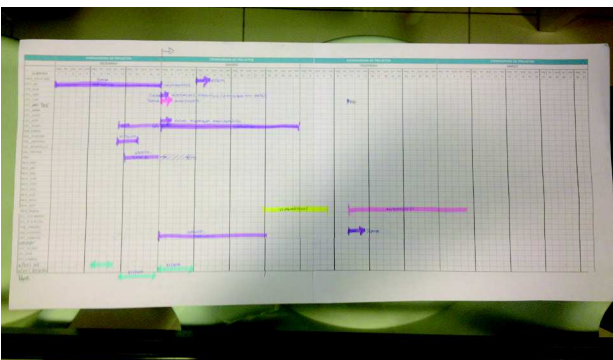


### Estação de trabalho

Todas as estações possuem relativamente o básico para as atividades do dia-a-dia: computador (praticamente todos notebooks com uma tela auxiliar), teclado e mouse independentes e algum suporte para guardar outros tipos de instrumentos, como lápis, canetas, trenas, régua, clips...

Geralmente, as estações permanecem desorganizadas se olharmos no conceito em si, mas todos se encontram no meio de seu "caos organizado". Chaves e carteiras ficam soltas sobre as mesas, cabos ficam por trás das mesas protegidos por uma chapa de madeira, porém o nobreak geralmente se localiza no chão, sendo fácil de ser chutado e desligado.

Quase todas as mesas possuem uma gaveta para guardar itens pessoais, o que facilita na limpeza visual, mas não é um padrão.



### Cronograma

Antes de ser realizada uma reforma no ambiente, havia um cronograma em um painel branco onde todos podiam realizar anotações e todos avistavam com facilidade, atualmente o painel teve de ser desfeito por causa de suas dimensões e deu origem a uma planilha realizada em um software que todos podem mexer, ou realizar anotações em uma versão impressa e pequena do material.





### Copa

Pequena porém útil, a copa cumpre o seu papel apesar de ter pouco espaço para circulação. Ela abriga o essencial para o ambiente: prateleiras, armários, frigobar, microondas, cafeteira...

Dentre os espaços analisados em campo, a cozinha não é o local que chama atenção no quesito organização, além de ser usada apenas de vez em quando, deixando outros itens do escritório à frente da lista de prioridades.

### Armários

Com a pesquisa antropológica, pôde-se perceber que os armários são alguns dos itens onde há uma maior desorganização. Além de ficar em um espaço apertado, o que dificulta o acesso a catálogos e arquivos, não há uma organização padronizada separando catálogos por categorias ou fornecedores. O maior problema analisado nesse quesito, é quando há a necessidade de usá-los, pois ocasionalmente são colocados em compartimentos cheios, dificultando a tarefa de serem encontrados com agilidade.



Além da pesquisa antropológica, o uso do questionário foi essencial para o levantamento de dados. A partir destes dados foi possível reunir um grupo de palavras chave que, de forma iconográfica, auxiliam na compreensão do material.

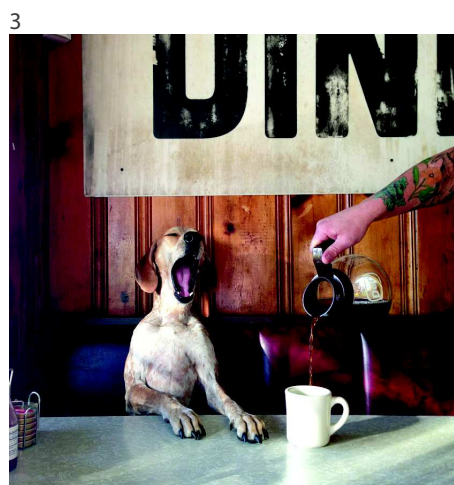
Desta forma, foi criado um moodboard para exibir tais conceitos de uma maneira a não relacionar apenas ao ambiente de trabalho, mas sim ao estilo de vida.



1



2



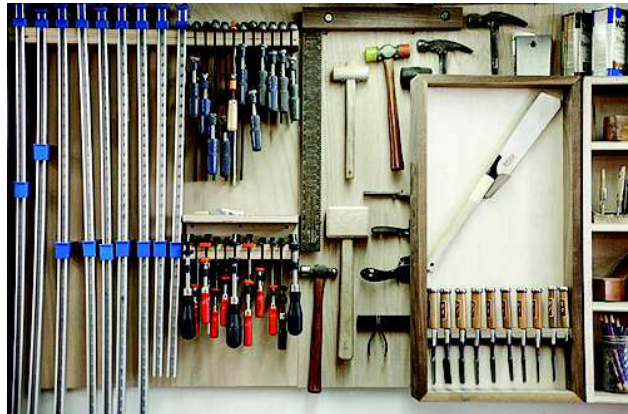
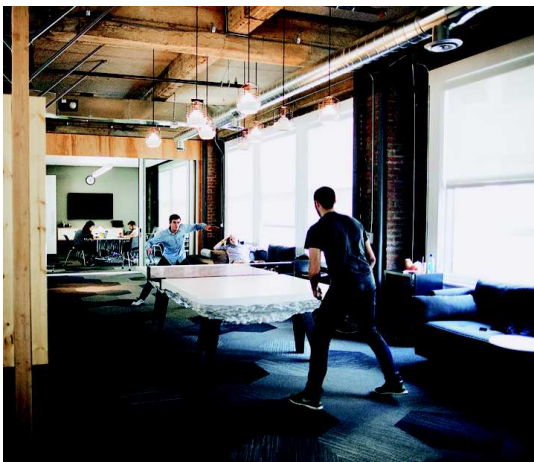
3



4



5



6



7

8

1. Música
2. Descanso
3. Café
4. Diversão
5. Contato com a natureza
6. Organização
7. Ambiente limpo, arejado, iluminado e organizado
8. Tempo

# BLUE SKY

---

A pesquisa Blue Sky foi realizada principalmente de forma visual. Utilizando estímulos iconográficos encontrados dentro e fora do contexto do projeto, seu objetivo é revelar tendências e servir como estímulos úteis para a pesquisa. Além disso, é importante ressaltar que cada conjunto organizado de imagens construirá um respectivo conceito e seus significados.

Na presente etapa, foram criados *moodboards* mostrando os principais conceitos observados durante a pesquisa antropológica e através do questionário. Seu objetivo é fornecer fontes sólidas para o desenvolvimento do projeto, de maneira a valorizar alguns dos pontos mais relevantes que foram analisados.



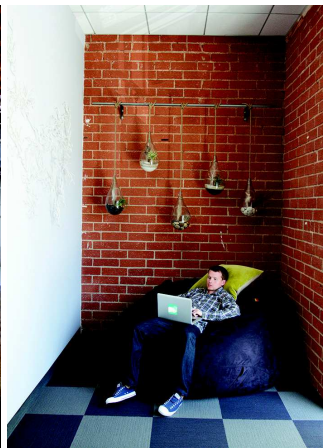
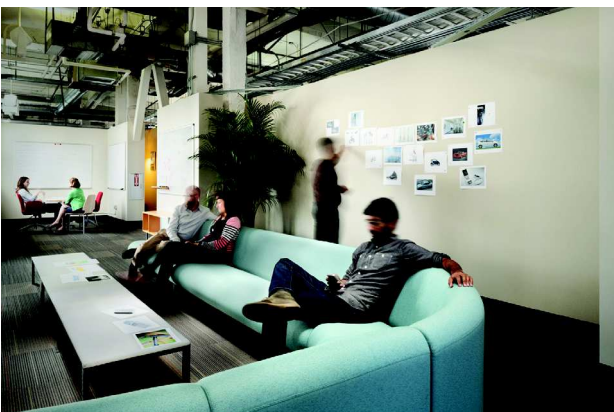
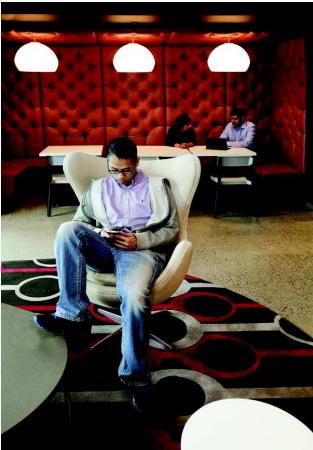
## ORGANIZAÇÃO



## CONTATO COM A NATUREZA

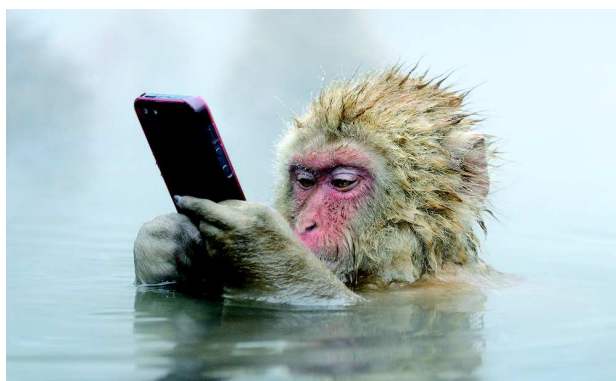


## TRABALHAR DE DIFERENTES MANEIRAS



## DESCANSO





## HÁBITOS

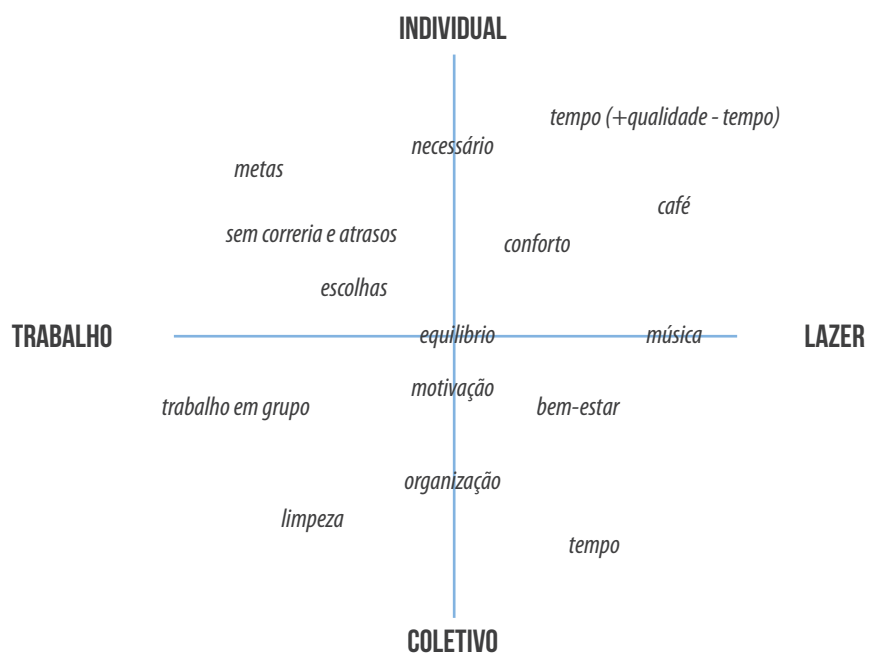


**PROJETO**

# EIXO DE POLARIDADES

---

Importante ressaltar que o eixo de polaridades foi usado neste projeto para realizar um levantamento direto de concepts, e não como um criador de cenários. Optou-se em trabalhar desta maneira já que o projeto é uma proposta para um escritório em específico. Cada um dos concepts tem a mesma finalidade: melhorar a produtividade através da organização.





# CONCEPTS

---

Após a realização de todo o levantamento teórico e criação do eixo de polaridades, foram escolhidos três opções de concepts para a realização do projeto, onde no final apenas um deles será escolhido.

Cada um deles possui um atributo em específico, focado em distintas necessidades analisadas em momentos de pesquisa em campo e através de informações coletadas por questionários.

The background of the page is a photograph of a piece of paper with several hand-drawn sketches of desk organizers. The sketches are simple line drawings showing various rectangular frames and stands designed to hold cables or small electronic devices. One sketch shows a stand with two vertical legs and a horizontal top bar. Another shows a similar stand with a different leg configuration. There are also some fainter, less detailed sketches scattered across the page.

## CONCEPT

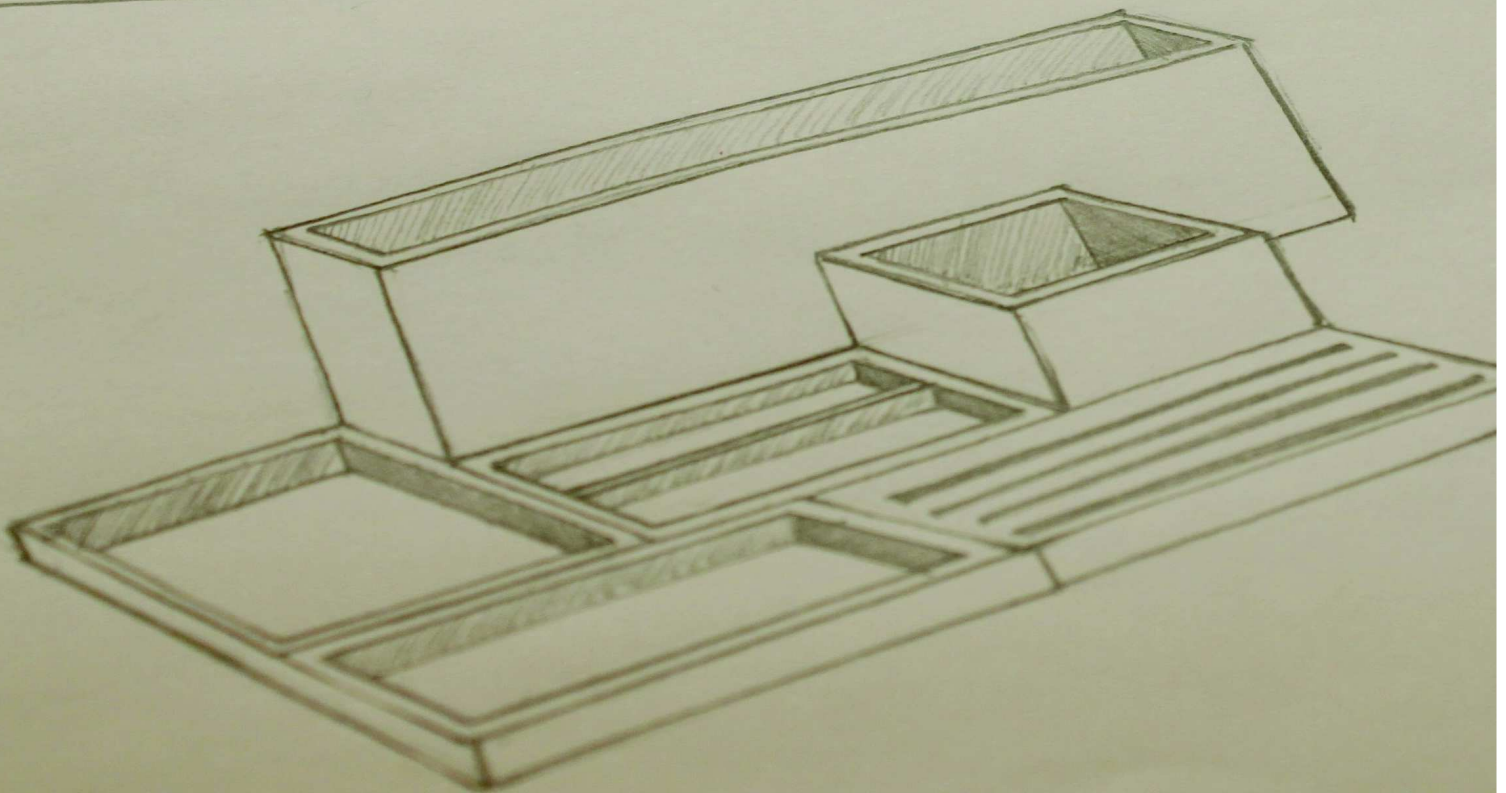
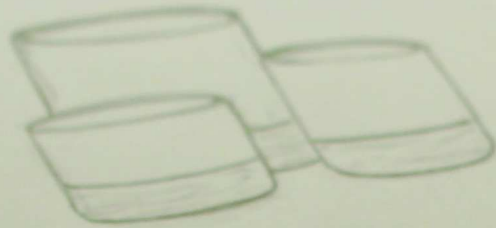
### MESA ORGANIZADA

A ideia deste concept serve para a organização individual. Estações individuais e organizadas da melhor maneira conforme suas necessidades, espaços para passar cabos sem que corram o risco de serem puxados sem necessidade ou computadores sendo desligados acidentalmente. Além de um apelo estético, este concept conta com a organização em prol da produtividade

# CONCEPT 02

## ORGANIZAÇÃO ATRAVÉS DE NICHOS

Este concept busca realizar a organização dos itens do usuário de forma que reflita em sua produtividade. Chaves, carteiras, pendrive... Todos em um mesmo local. A ideia é criar porta itens para a organização em si, fazendo com o que menos operações sejam realizadas e o ambiente fique mais limpo e arejado, tanto para os olhos como para a realização de tarefas.







## CONCEPT 03

### NOVO LAYOUT

E por que não (re)organizar o ambiente de trabalho? Atualmente ele está bom, mas este conceito seria trazer influencias de outros lugares onde poderiam ser reunidos e tornar as atividades mais claras, fáceis e que todos pudessem participar mais ativamente em diferentes projetos. Trazer estações de trabalho em formato de ilhas onde todos se sentem mais próximos, utilizar novamente um quadro onde todos possam atualizar em tempo real o cronograma e até mesmo o uso de aparelhos audiovisuais para momentos de descontração.

# RESULTADO

---



O produto desenvolvido possui dimensões que foram pensadas como ideias para sua aplicação em ambientes de trabalho, levando em conta o espaço utilizado para computadores, teclado, mouse, papéis, entre outros. Sua dimensão final ficou com 160x75x60h cm, sendo que seu comprimento pode variar, pois possui uma barra abaixo do tampo que permite diversas combinações.

Optou-se em trabalhar com peças em módulos afim de facilitar o transporte do produto e torná-lo um objeto visualmente agradável e versátil, podendo ser inserido em qualquer tipo de ambiente.

Pensado para o conforto no dia-a-dia, foi realizado um rebaixo onde os braços do usuário se apoiam, tornando as tarefas menos desgastantes.



Além de possuir um tampo revestido em fórmica ou melamina para uma maior durabilidade. O restante da mesa é feito em perfis metálicos retangulares de 8x3.5 cm, e permite que sejam pintados em diversas cores.









Seu desenho também foi pensado no trabalho em grupo, permitindo que sejam formadas ilhas de estações ou longas fileiras. Em seu tampo há uma peça que pode ser retirada e que permite o acesso aos fios localizados em uma calha. Na mesma peça foi feito um

rasgo inclinado a 30° com 1cm de profundidade para firmar objetos eletrônicos como celulares e tablets, permitindo que sejam utilizados e sem atrapalhar na organização da mesa.



# CONCLUSÃO

---

É muito importante realizar uma pesquisa bem embasada e que busque atender as verdadeiras necessidades dos usuários. Com o uso da metodologia do design estratégico, foi possível chegar mais perto de uma solução que sirva como um bem geral, beneficiando todos que usam e usarão este produto. Seu objetivo serve de melhoria para que a produtividade seja alcançada através de um móvel confortável, prático e que auxilie na organização do ambiente.



# BIBLIOGRAFIA

---

**CALDAS, D.** Observatório de sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências. 2ªed. Senac Rio. Rio de Janeiro, 2006.

**CELASCHI, F. DESERTI, A.** Design e innovazione. Strumenti e pratiche per la ricerca applicata, Roma: Carocci Editore, 2007.

**GALISAI, Roberto; BORBA, Gustavo Severo de; GIORGI, Raimundo Filho.** Design como Cultura de Projeto e como Integração entre Universidade e Empresa. Porto Alegre. 2008.

**MORAES, Dijon de.** "Metaprojeto: o design do design". Editora Edgard Blucher, 2010.

**BLUELOUNGE.COM\_** acesso em 12 dez 2014

**GOOGLE.COM\_** acesso em 18 dez 2014

**HERMANMILLER.COM\_** acesso em 17 dez 2014

**OFFICESNAPSHOTS.COM\_** acesso em 14 dez 2014

**STEELCASE.COM\_** acesso em 17 dez 2014

**STUDIOMDA.COM.BR\_** acesso em 8 dez 2014

**THECOOLHUNTER.NET\_** acesso em 22 dez 2014





