

LIGA DE ENSINO DO RIO GRANDE DO NORTE

**FACULDADE NATALENSE PARA O DESENVOLVIMENTO DO
RIO GRANDE DO NORTE**

PROJETO ESTRATÉGICO PARA A EMPRESA LAMPARINA

Marijara Leal

NATAL/RN

2004

Marijara Leal

PROJETO ESTRATÉGICO PARA A EMPRESA LAMPARINA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à coordenação do curso de pós-graduação em design estratégico da Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte em parceria com o Instituto Euvaldo Lodi do Rio Grande do Norte e o Serviço de Apoio as Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Norte, como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Design Estratégico

Orientador: Eduardo Barroso Neto, Msc.

NATAL/RN

2004

LIGA DE ENSINO DO RIO GRANDE DO NORTE

FACULDADE NATALENSE PARA O DESENVOLVIMENTO DO
RIO GRANDE DO NORTE

PROJETO ESTRATÉGICO PARA A EMPRESA LAMPARINA
Marijara Leal

Trabalho de conclusão de curso apresentado e aprovado em ____ de ____ de ____,
pela banca de qualificação composta pelos seguintes membros:

Eduardo Barroso Neto, MSc
Orientador

Membro Examinador

Natal, ____ de ____ de ____.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a pessoa que mais amo nessa vida, minha mãe Marinete Vasconcelos, mulher lutadora e que esteve ao meu lado nos momentos mais difíceis de minha vida, como mãe e como amiga.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por tudo que tem me proporcionado na vida.

Agradeço aos mestres que tive no Curso de Desenho Industrial em Campina Grande, com os quais aprendi acima de tudo ter ética profissional.

Por fim e não menos importante, agradeço ao meu primo-amigo Rodrigo César, responsável por boa parte da realização de um grande sonho.

RESUMO

Com a globalização, o mundo não conhece mais fronteiras. A cada ano assistimos mudanças de um modo radical. Dessa forma as empresas devem oferecer produtos ou serviços diferenciados utilizando-se do design estrategicamente. E é através do design que o setor artesanal pode ganhar novos mercados, utilizando-se de planejamentos estratégicos fornecidos por uma empresa especialista neste segmento como vem propor a Lamparina – Design em Artesanato, neste projeto.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	08
2. DESENVOLVIMENTO	09
O EMPREENDIMENTO	11
IDENTIFICAÇÃO DA DEMANDA	13
ANÁLISE DA OFERTA EXTERNA E INTERNA	18
NICHO DE MERCADO	20
SERVIÇOS A SEREM OFERECIDOS	22
METAS EMPRESARIAIS	25
IDENTIDADE DO EMPREENDIMENTO	27
PARA SER LEMBRADA	33
IMPACTOS PREVISTOS	31
3. CONCLUSÃO	33
REFERÊNCIAS	34

1. INTRODUÇÃO



Novos fatores tecnológicos e mercadológicos vêm aumentando o campo de atuação do design no Brasil e em todo o mundo, um desses setores é o de artesanato que no Rio Grande do Norte é uma atividade significativa.

Com isso, o objetivo deste projeto é o planejamento estratégico para uma empresa voltada para consultoria de design em artesanato.

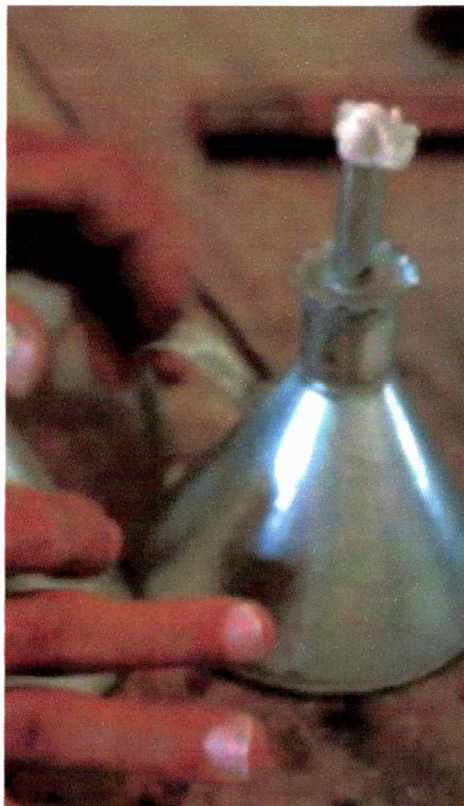
A princípio, definiu-se a visão de futuro para os próximos 05 e 10 anos como forma de fundamentar e justificar a necessidade do negócio. Posteriormente o empreendimento com sua missão e objetivos.

Foram identificadas demandas e ofertas observando o nicho de mercado, serviços a serem oferecidos e as metas empresariais.

Por fim, identificamos os impactos científicos, tecnológicos, econômicos e sociais previstos com o projeto proposto.

2. DESENVOLVIMENTO

2. 1. VISÃO DE FUTURO



As novas tecnologias de informação propiciam a criação e acelerada expansão de um sistema planetário de comunicações, que permite hoje a conexão direta entre mais de 50 milhões de indivíduos, sem nenhum tipo de barreira ou controle das informações, alterando as percepções de tempo e de espaço, favorecendo ao início de uma nova dimensão de cidadania.

Nos próximos 5 e 10 anos continuaremos assistindo mudanças profundas no cenário mundial, que alterarão de modo radical todas as concepções e modos de agir seja no nível pessoal, coletivo ou empresarial.

Estas mudanças vêm sendo fundamentais na forma pela qual produtos e serviços são desenvolvidos e entregues ao consumidor final. Para que se possa concorrer nesta nova era de competitividade, as empresas devem estar preparadas para atender a diversos fatores simultaneamente na busca da competitividade, tais como:

- a) Melhorar continuamente a qualidade de seus produtos;
- b) Antecipar-se a concorrência no sentido de atender as demandas futuras do mercado consumidor;
- c) Gerenciar relações comerciais de âmbito global, mesmo que agindo localmente;

- d) Reduzir cada vez mais os seus custos de produção;
- e) Agregar continuamente valores aos produtos desenvolvidos;
- f) Reduzir o tempo de desenvolvimento de seus produtos;
- g) Ter uma maior consciência ambiental e responsabilidade social.

Dentro deste cenário difícil de alta competitividade, investimentos em design podem trazer grandes benefícios para as empresas, influenciando diretamente nas vendas, na sua participação no mercado, no lucro e no crescimento contínuo, pelo menos a longo prazo.

O design é um elemento que atua de forma decisiva na agregação de valor e identificação visual não apenas dos produtos e serviços, mas também das próprias empresas. Na publicação do CNI (Confederação Nacional das Indústrias), A Importância do Design para as Empresas: “O design é uma ferramenta que permite adicionar valor aos produtos industrializados...” e “O design, além de levar a empresa a oferecer um produto que atrai o consumidor, faz com que esse produto seja fabricado com economia, usando formas mais eficientes, matéria-prima e processos de fabricação adequados, evitando desperdícios”.

A Invenção constitui a idéia original e revolucionária que consiste em criar algo que não existe antecedente. Em contrapartida a inovação busca modificar algo existente na tentativa de melhorá-lo ou criar algum tipo de solução alternativa para possíveis falhas numa invenção. Na verdade ambos são estágios do mesmo processo. A inovação é a ferramenta do empreendedor. Portanto o processo de inovação não ocorre de maneira aleatória e nem mesmo precisa ser uma grande idéia. As inovações não precisam ser produtos, podem ser serviços também. Para tanto, está sendo apresentado o presente projeto, como proposta de criação de uma empresa prestadora de serviço de design voltada para o artesanato.

2.2 O EMPREENDIMENTO



Empresa voltada para consultoria de design em artesanato.

2.2.1. A MISSÃO DO EMPREENDIMENTO

“Atender as MPE's potiguares, no segmento de artesanato, no sentido de aprimorar a sua competitividade com conseqüente ganho de novos mercados e melhoria da qualidade de vida da população.”

2.2.2. OBJETIVO GERAL

Prestar serviço de consultoria de design voltado para o artesanato, buscando atender as necessidades de instituições, governos e pequenas e médias empresas tanto do Estado do Rio Grande do Norte quanto do Nordeste.

2.2.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

_ Difundir a cultura do design como ferramenta estratégica para o desenvolvimento de produtos no sentido de se atingir um alto nível de competitividade empresarial, no setor de

artesanato;

_ Auxiliar as MPE's a inovar e desenvolver produtos competitivos utilizando o design como elemento de inovação e de agregação de valor;

_ Sensibilizar as empresas do estado em relação ao design, mostrando resultados obtidos com intervenções em artesanato;

_ Abertura de novos mercados para o artesanato, devido à adoção de práticas oriundas do design do produto e suas estratégias;

_ Melhorar a capacitação gerencial e técnica das empresas, aumentando a competitividade, aplicando modernas técnicas de gestão;

_ Criar, desenvolver e coordenar eventos de artesanato, como ferramenta de apoio às empresas do setor;

_ Capacitar recursos humanos locais para atender as necessidades dos setores de artesanato;

_ Promover o aumento da competitividade do setor no mercado nacional e internacional, através da melhoria contínua da qualidade, produtividade e inovação e do design dos produtos;

_ Formar mão de obra qualificada em design para atender as necessidades do setor artesanal.

2.3. IDENTIFICAÇÃO DA DEMANDA



2.3.1. POTENCIALIDADES ECONÔMICAS E LOCALIZAÇÃO ESTRATÉGICA

A posição geográfica do Rio Grande do Norte é extremamente favorável, pois por estar afastada do centro dinâmico da economia brasileira, e que a deixava praticamente isolada do resto do país, converte-se em uma vantagem absoluta, um ponto equidistante entre o norte e o sul do País, um corredor potencial para o hemisfério norte.

A vocação do RN para o turismo passou a ser explorada na década de 80, após a construção da Via Costeira e implantação do seu distrito turístico. Com 410 Km de costa, temperaturas máxima e mínima oscilando entre 18°C e 31°C, o turismo no RN ainda está especialmente concentrado em sua faixa litorânea, sendo Natal o seu centro irradiador. Estes fatores são importantes para o setor de artesanato já que o turismo estimula esse setor da economia.

Por sua posição geográfica estratégica, o Rio Grande do Norte tem totais condições de ser um pólo exportador de produtos manufaturados para o mercado Europeu e Americano. Desta forma, é necessário uma empresa de design voltada para o segmento de artesanato, no sentido de aprimorar a sua competitividade com conseqüente ganho de novos mercados agregando valor aos produtos.

2.3.2. CONTEXTUALIZAÇÃO DO SETOR DE ARTESANATO NO ESTADO DO RN

As primeiras iniciativas de organização dos artesãos no Rio Grande do Norte ocorreram nos anos cinquenta, através do surgimento dos primeiros núcleos de produção artesanal. Até então, o artesanato vinha ocorrendo de forma isolada, por pessoas ou grupos familiares, que não dispunham de uma estrutura mínima de apoio, nos aspectos da produção e comercialização.

A partir de 1963, com a constituição da Cooperativa dos Produtores Artesanais de Natal - COOPALA, que executou um trabalho sócio-educativo na zona rural, com o apoio da Arquidiocese/Serviço de Assistência Rural - SAR, passou a ser desenvolvido um maior esforço no sentido de assegurar aos artesãos condições mais favoráveis de exercer as suas atividades. Já nas décadas de 70 e 80, começaram a surgir estudos e ações mais consistentes sobre a atividade artesanal, destacando-se a participação da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, através do CRUTAC, na Região do Trairi, cujo apoio e incentivo ao produtor artesanal resultou, em 1978, na constituição da Cooperativa Artesanal dos Assistidos do CRUTAC - COOPERCRUTAC. Por sua vez, o Governo Estadual se preocupou em realizar um estudo mais aprofundado sobre o desenvolvimento do artesanato, em todo o Estado, com a contratação, em 1972, do Consórcio Citaco-Batelle (Centro Italiano para a Cooperação econômica e Industrial-Consultoria e Planejamento). Esse Centro realizou um importante estudo dessa atividade, em termos de número de pessoas ocupadas, volume de matérias-primas utilizadas, modelos executados, qualidade dos produtos, mercado consumidor, além da identificação dos diversos problemas do setor.

Na década de 90 ocorreu, uma decadência da atividade artesanal no Estado do Rio Grande do Norte. Foi quando em 1999, o SEBRAE/RN iniciou o seu trabalho no segmento artesanal, quando teve aprovado o Projeto SEBRAE/RN de Artesanato, que há muito tem beneficiado a esta parcela da nossa população.

Mudar o quadro de dificuldades em que se encontra o setor artesanal do Rio Grande do Norte, depende de uma tomada de decisão e da eleição de prioridades por parte dos responsáveis pelo incentivo e apoio ao desenvolvimento deste setor. Aumentar o número efetivo de pessoas vinculadas ao sistema de produção artesanal significa criar novas oportunidades de ocupação e renda para uma parcela considerável da população norte-rio-grandense, que atualmente se enquadra em níveis de rendimentos muito baixos ou que não auferem rendimento algum. Reverter essa situação através de incentivos financeiros e de um trabalho de assistência técnica ao setor, que possibilite o crescimento da oferta dos produtos

artesanais e a sua colocação no mercado trará, como resultado imediato, o aumento do número de artesãos diretamente engajados no setor e do número de pessoas que, no meio rural, se dedica à coleta e beneficiamento de vários tipos de matérias-primas, utilizadas na produção artesanal.

Faz-se necessário, portanto dotar o setor artesanal do Estado de condições que possibilitem o seu desenvolvimento como absorvedor de mão-de-obra e gerador de renda, através de ações isentas de paternalismo e que possibilitem o seu crescimento auto-sustentado.

Com vistas à melhoria do nível de organização do setor, deverá ser proporcionada à estrutura de produção e de comercialização, além de incentivos financeiros e fiscais, assistência técnica e gerencial, possibilitando o fortalecimento do associativismo e cooperativismo, considerando a experiência dos núcleos de produção, das associações e cooperativas de artesãos. A capacitação de novos artesãos e o aperfeiçoamento do pessoal engajado na produção artesanal, nas regiões do Estado, deve constituir uma das principais linhas de ação, incluindo o treinamento dos dirigentes das organizações de artesãos e dos técnicos das instituições voltadas para este setor.

Na área de produção, deverão ser desenvolvidas ações que possibilitem a introdução de adequações tecnológicas e design, com vistas ao processamento e conservação de determinadas matérias-primas e melhoria de qualidade dos produtos. Faz-se necessário, também, a adoção de medidas relacionadas com a estocagem e fornecimento de matéria-prima e insumos aos núcleos de produção e o financiamento de instrumentos e equipamentos de trabalho aos artesãos.

A comercialização deverá ser fortalecida, através da ampliação das oportunidades de mercado, a partir de um maior conhecimento das suas condições e potencialidade nos níveis local, nacional e externo e da utilização de uma estratégia de marketing, incluindo a realização e a participação em feiras e exposições. O crescimento da demanda interna por produtos Artesanais deverá ser incentivado, considerando o potencial turístico do Estado, através da expansão e diversificação de postos de comercialização, localizados em hotéis e nos principais pontos turísticos do Estado.

Além dos aspectos abordados, a revitalização do setor artesanal do Rio Grande do Norte passa, também, pela necessidade de um recadastramento dos artesãos, com o objetivo de conhecer melhor dimensionar o potencial das atividades artesanais no Estado e a sua importância no setor informal da economia.

Considera-se ainda, ser o Estado do Rio Grande do Norte detentor de alto potencial no

setor turístico e os investimentos no artesanato vistos como fatores estratégicos para impulsionar o seu desenvolvimento econômico e social. Por tais motivos, o artesanato deve deixar as praças e as feiras para tornar-se uma atividade profissionalizada, integrada à economia, ocupando espaços nobres nas vitrinas nacionais e recebendo também a atenção do mercado internacional, incluindo os Estados Unidos e a Europa.

Estimativas oficiais mostram que o artesanato brasileiro está movimentando cerca de US\$ 3 bilhões por ano, envolvendo neste processo cerca de 8,5 milhões de pessoas. Em face do enorme potencial de geração de riqueza, ocupação e renda, são necessárias direcionar melhor as ações das instituições que incluem esta atividade no rol de suas prioridades.

Ademais, Diretrizes do Governo Federal, expressas no Programa do Artesanato Brasileiro – PAB, do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio, salientam a importância de identificar os núcleos produtivos que existem no país e incentivar a organização dos artesãos em associações, cooperativas, dentre outras modalidades, a fim de aumentar, substancialmente, a qualidade do produto artesanal e o volume da produção, criando centros de comercialização no mercado interno e externo, integrado o artesão à economia do país.

É consensual a importância da valorização do artesão e dos seus produtos, num mercado globalizado e exigente com uma forte competitividade. Mas, há que se ressaltar as dificuldades enfrentadas pelos técnicos para atender esta realidade, (principalmente pela falta de estudos, levantamentos atualizados, estatísticas falta de profissionais de design e dados sobre as atividades artesanais) para que seja possível definir com mais exatidão as áreas estratégicas que devem ser objeto de desenvolvimento das ações.

Para tentar quebrar a cadeia histórica deste círculo vicioso da pobreza, tanto a nova concepção da administração pública, quanto à visão moderna de participação da iniciativa privada, convergem para o que se denominou “Terceiro Setor”, que compreende aquele novo espaço de ação no qual não está nítido o campo de ação de cada um, mas está muito clara a participação efetiva e integrada de ambos em prol do interesse comum. Coerentes com esta concepção querem somar esforços com as demais iniciativas, contribuindo para a concentração de ações e o direcionamento de recursos na tentativa de mudar o perfil econômico e social de uma região, a partir de um segmento de uma das mais significativas atividades econômicas do Estado e que, além da rápida resposta aos investimentos, contribui decisivamente para o equilíbrio social, empregando grande contingente de mão-de-obra familiar, e funcionando como fator inibitório de correntes migratórias indesejáveis.

Concluindo, o artesanato do Rio Grande do Norte é uma atividade economicamente viável, significa especialmente, multiplicar oportunidades de trabalho rentável para parcela representativa da população, principalmente no interior do Estado, onde se pode aproveitar as matérias-primas locais, contribuindo para a elevação dos níveis de renda e da qualidade de vida desse significativo segmento da população.

2.3.3. INFORMAÇÕES SOBRE O DESIGN NO ESTADO

A história no Rio Grande do Norte, não foge a regra de praticamente mais de 60% dos estados da Federação, onde ainda não existe uma escola de Design com uma formação clássica de nível superior. Porém, mesmo não existindo um Centro de Formação Superior, este estado tem buscado investir em pessoal em outros estados vizinhos, por exemplo, Campina Grande, Recife, Bahia, para fazer frente ao seu processo de desenvolvimento pré-industrial.

Nos anos 90, é que houve realmente uma divulgação sobre design, primeiro com a pesquisa realizada pelo SENAI-PI, sobre oferta e demanda de design no nordeste, logo após o lançamento do Programa Brasileiro de Design - PBD.

Hoje podemos indicar que em Natal existem 03 bons escritórios de design, além de em média 60 escritórios de arquitetura e publicidade. Contudo, percebemos uma carência profissional com formação em design e com interesse na área de artesanato e ausência de uma empresa que forneça todos os serviços na área de atuação de design, coordenada e executada por designers.

2.3.4 DEMANDA

Com o apoio constante de instituições ao setor artesanal, há uma demanda considerável pela Melhoria do processo artesanal, melhoria do produto buscando direcionar ao mercado consumidor e a criação do “Design Potiguar” buscando dar identidade ao produto artesanal.

As instituições e micro e pequenas empresas entendem que os produtos artesanais precisam de melhoria, porém as mesmas instituições e empresas não perceberam que precisam de profissionais qualificados para atuar no artesanato, trabalhar cada tipologia e comunidade de forma diferente, identificar, regatar, promover e agregação de valor para artesanato tradicional, ainda não sabem diferenciar artesanato de trabalhos manuais desafio este possível de promover os trabalhos manuais à condição de artesanato.

2.4. ANÁLISE DA OFERTA EXTERNA E INTERNA



2.4.1 CONCORRENTES

Os concorrentes do empreendimento são os escritórios de arquitetura, decoradores, paisagistas e artista plásticos, todos realizando trabalhos e projetos para ambientação e decoração de interiores. Além de designers que venham a atuar nessa área.

2.4.2. ANÁLISE DA OFERTA INTERNA

2.4.2.1 PONTOS FORTES

- _ Tempo de atuação no mercado;
- _ Conhecimento de fornecedores;
- _ Conhecimento da cultura local;
- _ Rede de relacionamentos;
- _ Reconhecimento da profissão.

2.4.2.1 PONTOS FRACOS

- _Falta de formação profissional em design;
- _Geralmente são especialistas e não generalistas;
- _Conhecimento empírico sobre design.

2.5. NICHOS DE MERCADO



Conquistar um nicho específico de mercado consiste em identificar uma demanda insatisfeita e em seguida oferecer um produto diferente ou melhor dos demais conhecidos, que venha ao encontro destas expectativas não satisfeitas.

2.5.1 ÁREA DE ATUAÇÃO PRINCIPAL E SECUNDÁRIA

A empresa atuará continuamente junto às micro e pequenas empresas do setor artesanal no sentido de, em curto prazo, ajudá-las a desenvolver produtos competitivos e, em longo prazo, difundir novas técnicas e tecnologias de apoio ao design de produtos de tal forma que as mesmas possam adotar a cultura do design como um dos procedimentos normais dentro das suas atividades de trabalho, tendo como área de atuação principal a consultoria de design em artesanato e área de atuação secundária palestras e capacitação profissional.

2.5.1 CONSULTORIA DE DESIGN

A tarefa de desenvolver um novo produto, ou melhor, um produto existente levando em consideração o mercado, porém respeitando as condições da produção, é uma atividade complexa que requer a colaboração de profissionais e uma atitude de respeito à cultura do

artesanato, abstraindo-se de seu gosto pessoal.

O designer envolvido com a concepção de produtos artesanais não deve projetar para o artesanato, mas com o artesanato.

Novos produtos podem significar o aumento da demanda desde que venham de encontro às necessidades e expectativas dos consumidores, e isto se pode conseguir com o desenvolvimento de linhas de produtos e não um produto isolado.

A otimização de processos produtivos, tornando a produção mais ágil e competitiva, e adequação destes produtos às novas exigências do mercado, tanto do ponto de vista formal quanto técnico, devem e podem ocorrer sem descaracterizar ou se afastar dos valores tradicionais e da história particular de cada núcleo artesanal, pois alguns desses processos de produção são ancestrais e devem ser preservados, mesmo que apenas como testemunho vivo da cultura.

A atualização da produção artesanal pode se dar:

- ✓ Na substituição da matéria prima que está ficando escassa por outra mais abundante;
- ✓ Pela troca de instrumentos de trabalho mais eficazes;
- ✓ Pela utilização de novas ferramentas que facilitem o trabalho;
- ✓ Pela mudança de técnicas ou de processos mais produtivos;
- ✓ Pela alteração da forma, da aparência e da função;
- ✓ No modo de apresentar comercialmente os produtos.

2.6. SERVIÇOS A SEREM OFERECIDOS



2.6.1 SERVIÇO DE CONSULTORIA

- _ Consultorias na melhoria do processo, novos produtos e inovação tecnológica na área de artesanato;
- _ Realização de oficinas em Design e Artesanato para capacitar o artesão.

2.6.2 INFORMAÇÃO

- _ Elaboração e publicação de material informativo e didático para apoio nas ações de sensibilização e capacitação, por exemplo, cartilhas, apostilas, livros didáticos e vídeos relacionados à temática do design de produtos no segmento artesanal;
- _ Estruturação de base de dados e de imagem visando a disponibilização de informações técnicas sobre processos, produtos, sistemas, tecnologias e mercados - de interesse dos segmentos artesanato.

2.6.3 PESQUISA E DESENVOLVIMENTO

- _ Desenvolvimento de práticas da gestão do conhecimento aplicada ao

desenvolvimento de produtos voltados para o setor artesanal;

_ Identificação do uso de práticas e estratégias do design de produtos (projeto para manufatura e montagem, projeto para manutenção, projeto modular etc).

2.6.4 CAPACITAÇÃO

_ Formatar e realizar programas de capacitação de profissionais na área de artesanato;

_ Formação de consultores qualificados para atuar junto a pequenas e médias empresas na área de design do produto voltado ao setor artesanal.

2.6.5 PROMOÇÃO E DIVULGAÇÃO

_ Instituir ações de valorização do produto local premiações, missões e divulgação na mídia local, regional, nacional e internacional;

_ Elaboração de seminários, workshops e palestras com parceiros, divulgando os resultados obtidos com a aplicação do Design no setor artesanal.

MEMÓRIA DOS RECURSOS FINANCEIROS PARA IMPLANTAÇÃO DA EMPRESA

ELEMENTOS DE DESPESAS / NATUREZA DOS DISPÊNDIOS	TOTAL
Instalações físicas	34.000,00
Bens móveis (reformas e adequações de espaços)	4.200,00
Bens Imóveis (móveis, máquinas e equipamentos, utensílios, etc.)	29.800,00
Gestão	R\$ 70.200,00
Demais Serviços de Terceiro (água, energia, telefone, licença de programas, encargos, etc.)	12.200,00
Serviços de técnicos especializados (vigilância, manutenção, limpeza, etc.)	20.000,00
Divulgação, Publicação e Propaganda	25.000,00
Material de consumo + material bibliográfico	13.000,00
Total	104.200,00

ESTIMATIVA DAS RECEITAS OPERACIONAIS (anuais)

Receitas com consultorias SEBRAETEC	Total 66.000,00
1. Atendimentos tecnológicos simplificados	
12/ano x R\$ 500,00	6.000,00
2. Atendimentos tecnológicos complexos (Design)	
06/ano x R\$ 10.000	60.000,00

Receitas com cursos	Total R\$ 124.800,00
Cursos de Design para o artesanato (6 meses)	
02/ano = 40 inscritos x R\$ 1.200,00	96.000,00
Cursos rápidos (até 30 horas)	
12/ano x 30 alunos x R\$ 80,00	28.800,00

Despesas com os cursos	Total R\$ 72.128,00
Cursos de Design para o artesanato	Total R\$ 29.200,00
Remuneração de instrutores (160 horas x 02 x R\$ 40,00)	12.800,00
Transporte e locomoção	8.000,00
Hospedagem e alimentação	6.000,00
Serviços de terceiros	800,00
Material de consumo	800,00
Serviço de manutenção	800,00
Cursos rápidos	Total R\$ 7.800,00
Remuneração de instrutores (20 horas x 12 x R\$ 30,00)	7.200,00
Material de consumo	600,00

Receita Líquida destas ações (Receita – Despesas) = R\$ 124.800,00 – 72.128,00 = R\$ 52.672,00

2.7. METAS EMPRESARIAIS



2.7.1 SERVIÇO DE CONSULTORIA

AÇÃO	META
Consultoria	Atender um micro empresário ou associação de artesanato por mês
Oficinas	Realizar uma oficina de artesanato por mês

2.7.2 INFORMAÇÃO

AÇÃO	META
Publicação	Publicação semestral
Banco de dados	Formatação imediata e alimentação constante

2.7.3 PESQUISA E DESENVOLVIMENTO

AÇÃO	META
Gestão	Pesquisas constantes sobre gestão de design aplicada ao desenvolvimento de produto

2.7.4 CAPACITAÇÃO

AÇÃO	META
Formatação de programas	Formata curso de capacitação com duração de no máximo 6 meses para profissionais.
Capacitação de profissional	Capacitar a cada dois anos profissional na área de design em artesanato

2.7.5 PROMOÇÃO E DIVULGAÇÃO

AÇÃO	META
Premiação	Elaboração de um prêmio anual de design
Realização de seminários, workshops e palestras.	Realização de pelo menos um seminário, divulgando os resultados obtidos com a aplicação do Design no setor artesanal.

2.8 . IDENTIDADE DO EMPREENDIMENTO



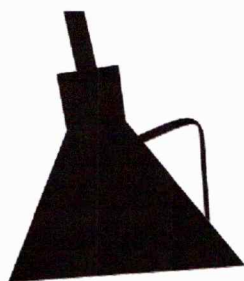
2.8.1 NOME DA EMPRESA

Lamparina
Design em Artesanato

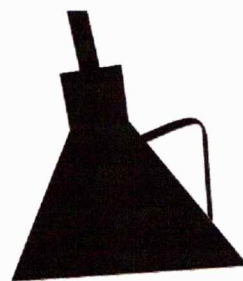
2.8.2 MISSÃO

“ Atender as MPE’s do Rio Grande do Norte, no segmento de artesanato, no sentido de aprimorar a sua competitividade com conseqüente ganho de novos mercados e melhoria da qualidade de vida da população.”

2.8.3 MARCA

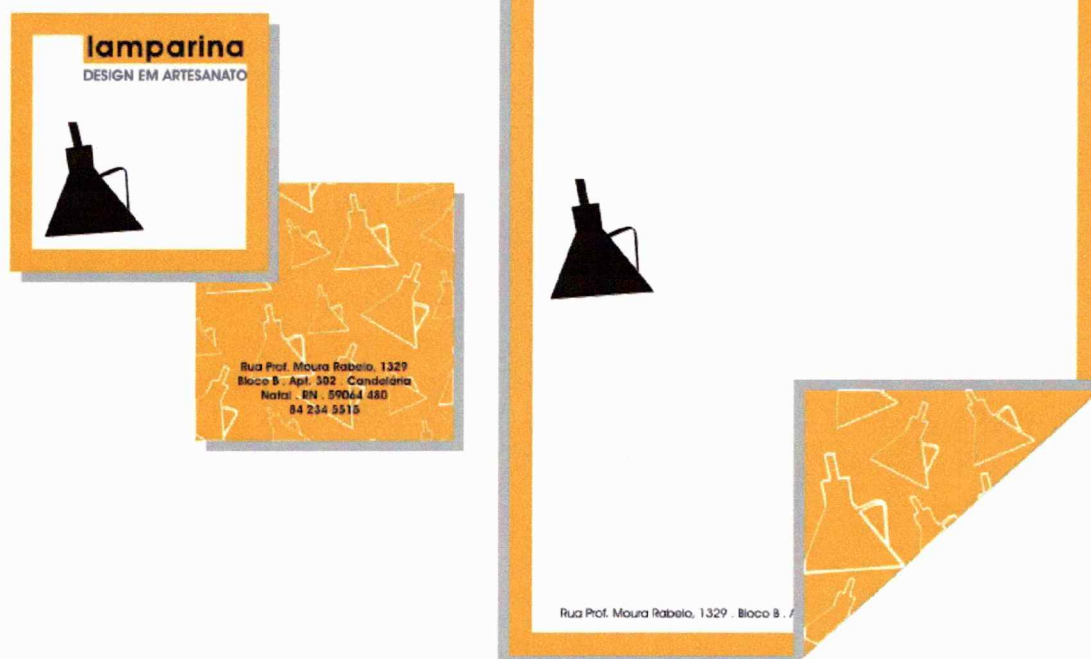


lamparina
DESIGN EM ARTESANATO



lamparina
DESIGN EM ARTESANATO

2.8.4 CARTÃO E PAPEL TIMBRADO



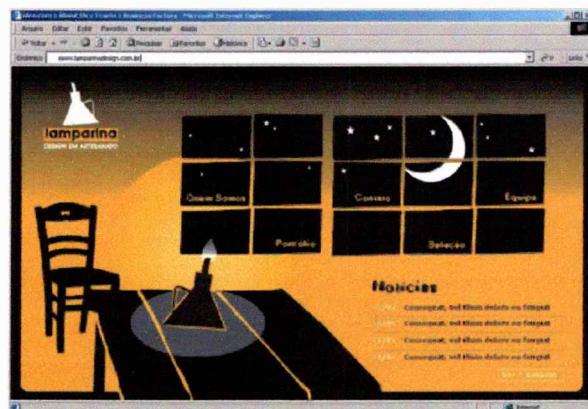
2.8.4 CAPA PARA APRESENTAÇÃO



2.8.5 FOLDER



2.8.6 PÁGINA NA INTERNET



2.9. PARA SER LEMBRADA



- _ Mala direta;
- _ E-mail informando resultados das intervenções realizadas;
- _ Presentear instituições e empresas com produtos resultantes de oficinas de design;
- _ Enviar brindes em datas especiais, como aniversário, natal;
- _ Divulgar resultados na mídia.

2.10. IMPACTOS PREVISTOS



2.10.1 IMPACTO CIENTÍFICO

- Melhor conhecimento da realidade potiguar no que tange ao desenvolvimento de produtos orientando ações de novas pesquisas na área do setor artesanal.
- Melhor conhecimento dos agentes de estímulo e restrição para a implementação de ações em design nas micro e pequenas empresas facilitando a criação de novas ferramentas.
- Identificação das necessidades de desenvolvimento modelos técnico-científico para o apoio ao design de produtos nas micro e pequenas empresas nacionais.
- Novos direcionamentos de pesquisas científicas e tecnológicas que possam apoiar o desenvolvimento de produtos nacionais.

2.10.2 IMPACTO TECNOLÓGICO

- Desenvolvimento de produtos que incorporem novos avanços tecnológicos no artesanato.
- Estimular junto à micro e pequena empresa o desenvolvimento tecnológico como ferramenta de busca da competitividade.

- Disponibilizar novas técnicas, metodologias e métodos de desenvolvimento de produtos apropriadas ao setor artesanal.
- Estimular junto às cooperativas de produção artesanal a busca pela inovação através do estímulo à criatividade.

2.10.3 IMPACTO ECONÔMICO

- Aumentar o nível de competitividade das associações e cooperativas de artesanato a partir do desenvolvimento de produtos mais competitivos.
- Demonstrar às associações e cooperativas de artesanato a possibilidade de conquistarem um mercado consumidor mais abrangente através da apresentação de produtos mais competitivos.
- Reduzir o re-trabalho, custos de produção e desperdícios com adoção de práticas de design mais competitivas.
- Melhorar a qualidade de produtos e serviços atualmente desenvolvidos pelas associações e cooperativas de artesanato.

2.10.4 IMPACTO SOCIAL

- Aumentar o nível de empregabilidade de profissionais voltados à área do design de produtos.
- Formar mais profissionais qualificados na área de design em vários âmbitos.
- Melhorar a qualidade de vida da população através da introdução de produtos de melhor qualidade a custos mais baixos.

3. CONCLUSÃO



- Incorporação da cultura do design por parte das pequenas e médias empresas no Estado do Rio Grande do Norte como vantagem competitiva.
- Geração de uma massa crítica de profissionais qualificados que possam difundir as diversas estratégias de design junto às pequenas e médias empresas.
- Criação do "Design Potiguar" como mecanismo de identificação e diferenciação dos produtos desenvolvidos nesta região.
- Fortalecimento de estratégias competitivas em outras áreas relacionadas ao design de produtos (marketing, gestão empresarial e gestão de conhecimento) junto as PMEs.
- Aumento da produtividade, da redução de custos de produção, da melhoria da qualidade de produtos e serviços com a adoção dos mecanismos sugeridos.
- Conscientização das PMEs da necessidade de busca contínua por competitividade.
- Abertura de novos mercados devido à adoção de práticas oriundas do design do produto.

REFERÊNCIAS

- ALEGRE**, Silvia P. Mãos de Mestre – Itinerários da arte e da tradição . Maltese . São Paulo, 1994
- BARROSO**, Eduardo. Identidade Cultural e Artesanato . www.portaldigital.com.br/~barroso, 2004
- KOTLER**, Philip. Princípios do Marketing . Ed. Afiliada . São Paulo, 1998.
- PAULA**, Juarez . DLIS Passo a Passo: como atuar na promoção do desenvolvimento local e sustentável . AED . Brasília, 2002.
- Programa SEBRAE de Artesanato . Termo de Referência . Edição SEBRAE . Brasília, 2004
- A importância do design para sua empresa . CNA . Brasília, 1998