

**LIGA DE ENSINO DO RIO GRANDE DO NORTE
FACULDADE NATALENSE PARA O DESENVOLVIMENTO
DO RIO GRANDE DO NORTE**

**PROJETO ESTRATÉGICO PARA A EMPRESA
MAPA ARQUITETURA SUSTENTÁVEL**

PATRÍCIA DA COSTA LIRA

**NATAL / RN
2005**

RB-25.991

FARN
BIBLIOTECA
Nº Reg. M000262
21 / 03 / 06

M

658.512.2

L747p

2005

PATRÍCIA DA COSTA LIRA

**PROJETO ESTRATÉGICO PARA A EMPRESA
MAPA ARQUITETURA SUSTENTÁVEL**

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 Brasileiro de Apoio a 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

2005

**Catálogo na Publicação – Biblioteca da FARN
Setor de Processos Técnicos**

Lira, Patrícia da Costa

**Projeto estratégico para a empresa Mapa Arquitetura Sustentável /
Patrícia da Costa Lira. – Natal: FARN, 2005.**

22 p.

Orientador: Eduardo Barroso Neto (Msc)

**Monografia (Especialização em Design Estratégico) – Faculdade
Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte; Instituto
Euvaldo Lodi/RN; Serviço Brasileiro de Apoio a pequenas e Médias
Empresas/RN**

**1. Design Estratégico – Monografia 2. Plano Estratégico –
Monografia 3. Arquitetura Bioclimática – Monografia. I. Título**

RN/FARN/BC

CDU 658.512.2

PATRÍCIA DA COSTA LIRA

**PROJETO ESTRATÉGICO DA EMPRESA
MAPA ARQUITETURA SUSTENTÁVEL**

Monografia apresentada ao Curso de Pós-graduação em Design Estratégico da Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte, aprovada em ____ de ____ de ____, pela banca de qualificação composta pelos seguintes membros:

Eduardo Barroso Neto, MSc

Orientador

Membro Examinador

DEDICATÓRIA

A Deus,

E aos meus pais.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos professores e aos meus amigos de curso pelo companheirismo e momentos agradáveis de aprendizado.

“Desenvolvimento sustentável significa usarmos nossa capacidade de pensar em nossos limitados recursos naturais...”

Juha Sipila

SUMÁRIO

1-INTRODUÇÃO	09
1.1 OBJETIVOS	10
1.1.1 Objetivo Geral	10
1.1.2 Objetivos Específicos	10
1.2 JUSTIFICATIVA	10
2-DESCRIÇÃO DA EMPRESA	11
2.1 VISÃO DE FUTURO	11
2.2 IDENTIFICAÇÃO DE DEMANDA	12
2.3 ANÁLISE DA OFERTA EXTERNA	12
2.4 ANÁLISE DA OFERTA INTERNA	12
2.5 NICHO DE MERCADO	13
2.6 SERVIÇOS A SEREM OFERECIDOS	13
2.7 PRINCIPAIS MUDANÇAS NOS MÉTODOS E PROCESSOS DE	14
TRABALHO	
2.8 VALOR AGREGADO	14
2.8.1 Missão da empresa	14
2.8.2 Estudo da marca da empresa e aplicações	15
2.9 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS	19
2.10 ESTRATÉGIAS COMERCIAIS	19
2.10.1 Política de preços	19
2.10.2 Investimentos necessários	20
2.10.3 Alianças estratégicas	20
3-CONSIDERAÇÕES FINAIS	21
4-REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	22

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Estudo da marca em cores	15
Figura 2 – Estudo da marca em branco e preto.....	15
Figura 3 – Aplicação em papel timbrado e cartões de visita.....	16
Figura 4 – Aplicação em veículos	17
Figura 5 – Aplicação em crachás de identificação	17
Figura 6 – Aplicação em uniformes.....	18
Figura 7 – Aplicação em capacetes de obra.....	18

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Política de preços	19
Tabela 2 – Investimentos necessários	20

RESUMO

O discurso ambientalista força cada vez mais a adequação do desenvolvimento sócio-econômico a padrões estabelecidos (certificações ambientais do tipo ISO 14000, selo verde, etc.), relacionados à capacidade de regeneração dos ecossistemas. A arquitetura está cada vez mais preocupada com esse contexto e desenvolve uma nova cultura de projeto atenta aos princípios do uso moderado e consciente do ambiente e dos recursos naturais. A finalidade deste projeto é desenvolver um Plano Estratégico para a implantação de um Escritório de Arquitetura que tenha como diferencial o uso do conceito da Arquitetura Bioclimática ou Sustentável como principal processo estratégico, oferecendo ao consumidor um produto diferenciado e com consciência ambiental. A MAPA Arquitetura Sustentável atuará na pesquisa de materiais sustentáveis para a construção civil, e na concepção de projetos arquitetônicos de condomínios residenciais e hotéis com princípios bioclimáticos, incrementando a competitividade e contribuindo para a consciência ambiental dos empreendedores da área da Construção Civil no Rio Grande do Norte. A metodologia utilizada foi baseada nos módulos que compuseram o curso de Design Estratégico, além de bibliografia voltada para o desenvolvimento de planos estratégicos, de marketing, conceitos ambientais, assim como da área de arquitetura bioclimática, urbanismo, associativismo e sistemas condominiais.

PALAVRAS CHAVES: Design Estratégico. Plano de Marketing. Arquitetura Bioclimática. Urbanismo. Condomínios Residenciais. hotéis.

1 - INTRODUÇÃO

As empresas necessitam ter claramente definidos os seus objetivos e, principalmente, os meios de atingi-los. Para melhor otimizar esse processo a ferramenta mais importante que dá a direção das ações corporativas, como também, um melhor gerenciamento é o Plano de Marketing. Definindo como infiltrar, conquistar e manter posições no mercado busca-se elaborar a partir desse ponto o Plano Estratégico de Marketing para Mapa Arquitetura Sustentável atuar no mercado de arquitetura do Rio Grande do Norte com o diferencial da sustentabilidade.

A preocupação com a questão ambiental é algo cada vez mais presente no mundo moderno, onde a humanidade assiste ao esgotamento dos recursos naturais em um ritmo que requer soluções drásticas. A consciência de unidade define o comportamento ético para se viver, co-participar e habitar (ADAM, 2001). Nesse contexto, outro conceito importante é o da ecoalfabetização que é o mesmo que educação ecológica, e significa “entender as premissas de organização dos ecossistemas e fazer uso das mesmas para criar comunidades humanas sustentáveis” (ADAM, 2001).

O desenvolvimento ambiental deve caminhar ao lado do tecnológico e do social, suscitando tecnologias limpas e sem agressão ao meio ambiente. Dentro dessa visão, é interessante destacar que a arquitetura vem desenvolvendo atitudes que permitem considerar a viabilidade de soluções criativas com o potencial de revolucionar os conceitos tradicionais, fazendo com que os futuros profissionais e demais integrantes da sociedade se interessem em apresentar soluções que não agredam o meio ambiente, aplicando-as ao lugar que particularmente vivam.

Diante deste aspecto este trabalho se propõe a traçar um plano de Marketing para Mapa Arquitetura Sustentável, encontrando-se estruturado em doze partes: Objetivos, Justificativa, Visão de futuro, Identificação de demanda, Análise da oferta externa, Análise da oferta interna, Nicho de mercado, Serviços a serem oferecidos, Principais mudanças nos métodos e processos de trabalho, Valor agregado, Estratégias promocionais e Estratégias comerciais.

1.1. OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

Formular um Plano Estratégico para MAPA Arquitetura Sustentável, um escritório de Arquitetura, especializado na pesquisa de materiais para o uso na construção civil de natureza sustentável, e na criação de projetos arquitetônicos para condomínios residenciais horizontais e hotéis voltados para o conceito da preservação do meio ambiente, ou seja, projetar com devida atenção ao tema de recursos ambientais, do desempenho da energia dos edifícios e do controle das tecnologias e dos processos construtivos.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Desenvolver a visão de futuro da empresa;
- Identificar a demanda;
- Analisar as ofertas internas e externas;
- Estabelecer o nicho de mercado;
- Determinar os serviços oferecidos e as metas empresariais;
- Definir as principais mudanças nos métodos e processos de trabalho;
- Definir estratégias promocionais e comerciais.

1.2. JUSTIFICATIVA

MAPA Arquitetura Sustentável visando atuar especificamente na elaboração de projetos arquitetônicos Sustentáveis de condomínios residenciais horizontais e hotéis, pretende atender a um nicho de mercado com perspectiva cada vez mais crescente nos empreendedores da Construção Civil no Estado do Rio Grande do Norte.

Portanto, MAPA se apresenta ao público consumidor como uma alternativa de realizar seus anseios incorporando a essa maneira de viver o que estiver disponível na arquitetura sustentável e na construção civil, para garantir plena satisfação, adaptação, preservação do meio-ambiente e redução de custo de manutenção.

2 – DESCRIÇÃO DA EMPRESA

MAPA Arquitetura Sustentável, será um escritório de Arquitetura que tem o objetivo de criar projetos arquitetônicos de Condomínios residenciais horizontais e hotéis com bases sólidas nos fundamentos da Arquitetura sustentável. Partimos da simples estratégia de já sugerir um conceito do escritório no próprio nome: MAPA é a representação gráfica de um caminho ou estratégia que se deseja seguir. Para desenvolver esse trabalho, listamos a seguir os conceitos que nortearão as ações corporativas.

2.1 VISÃO DE FUTURO

2005 – Constituição legal da Empresa;

Aluguel da sede, compra de equipamentos.

Investimentos em publicidade junto as Imobiliárias e Construtoras

Contratação de mão de obra especializada (Desenhistas)

Começar a trabalhar com no mínimo 02 projetos de condomínios residenciais.

2006 – Investimentos em publicidade;

Investimento em Softwares para estudo de Conforto Ambiental

Investimento em cursos de arquitetura Sustentável para os arquitetos responsáveis pelo escritório.

Começar a trabalhar no primeiro projeto de Hotel com mais de 1000m² com conceitos Bioclimáticos.

2007– Dois projetos inaugurados levando o selo de Qualidade Mapa, ou seja, edificações com conceitos sustentáveis;

Investimentos em publicidade junto as Imobiliárias e Construtoras de estados vizinhos.

Criar parcerias com Universidades para o desenvolvimento do Conceito Ambiental.

Expor os projetos concluídos em feiras e congressos do Mercado Imobiliário.

2008 – Investimentos em publicidade;

Mais 03 projetos inaugurados levando o selo de Qualidade Mapa.

Participar como palestrante em eventos regionais sobre a arquitetura sustentável.

2009 – Reconhecimento regional do mercado da Construção Civil e Imobiliário.

2.2 IDENTIFICAÇÃO DE DEMANDA

O foco do escritório é atender a demanda dos investidores financeiros do mercado hoteleiro do estado do Rio grande do Norte e de moradias para a classe média com um novo conceito de tecnologia da construção e sustentabilidade do edifício e das áreas utilizadas.

Perfil do Consumidor

- Construtoras, Imobiliárias e Investidores que procuram um novo valor para agregar aos seus empreendimentos, visando principalmente o capital estrangeiro que nos últimos anos começa a ter uma participação significativa no Estado.

2.3 ANÁLISE DA OFERTA EXTERNA

Os escritórios de arquitetura com algum conceito ambiental no Estado ainda são poucos e não foi identificado nenhum que trabalhe exclusivamente com sustentabilidade. Existem alguns profissionais que timidamente começam a expor nos seus projetos o conceito bioclimático, mas a interferência ainda é mínima.

Esses são os concorrentes diretos que Mapa Arquitetura Sustentável deverá superá-los com a apresentação de um escritório com bases sólidas nos conceitos ambientais que tem como estratégia também chamá-los para futuras parcerias.

2.4 ANÁLISE DA OFERTA INTERNA

Identificando os problemas internos e superando as metas de eficiência e qualidade, o Escritório deverá seguir o seu código de bom atendimento ao consumidor final. O primeiro ponto diferencial será mostrar o escritório acessível ao seu cliente através de dedicação constante do arquiteto responsável pelo projeto em andamento.

Outros pontos são valorizados pelo programa MAPA Quali:

1. Qualidade
2. Design
3. Conservação Energética
4. Segurança
5. Durabilidade
6. Manutenção
7. Resistência

2.5 NICHOS DE MERCADO

O mundo está numa crise ambiental, o problema é de grande destaque na sociedade atual. A interferência do homem na natureza é contínua e acelerada, as atividades produtivas modernas emitem resíduos e poluentes. Tudo isso começa a despertar uma consciência ambiental na postura de alguns profissionais e na indústria de produtos. Hoje os produtos que possuem alguma preocupação ecológica são bem vistos e mais aceitos.

A arquitetura também se manifesta para essa consciência diante de inúmeras possibilidades, as tendências mais fortes que emergem hoje são direcionadas em otimizar a eficiência energética e os processos construtivos de maneira que controle e diminua o impacto no meio ambiente e na saúde das pessoas.

O Rio Grande do Norte é hoje um dos Estados do Nordeste que mais recebe incentivos turísticos. O setor hoteleiro volta-se para atender grupos estrangeiros significativos para a economia local. Hotéis com preocupação ecológica são mais valorizados por esses turistas e também pelos empreendedores estrangeiros. Assim, inicialmente, por questões financeiras, investidores locais também despertam para essa preocupação ambiental, começando a se interessar por processos construtivos e por arquitetura sustentável, não só para o setor hoteleiro, mas também para outros empreendimentos como da área habitacional que são voltados para pessoas interessadas em ter algum imóvel com esse conceito.

2.6 SERVIÇOS A SEREM OFERECIDOS

O escritório atuará em todos os momentos do planejamento e também da execução dos seus projetos:

- Planejamento inicial (Estudo de viabilidade econômica da área trabalhada);
- Projeto Urbanístico;
- Projeto de Arquitetura;
- Projeto paisagístico;
- Acompanhamento contínuo do projeto na obra;
- Acompanhamento de satisfação e manutenção dos empreendimentos.

2.7 PRINCIPAIS MUDANÇAS NOS MÉTODOS E PROCESSOS DE TRABALHO

Como forma de gerar um diferencial competitivo ofertando aos seus clientes mais qualidade no produto final, MAPA deverá investir em pesquisa de materiais para a construção civil, testá-los e indicá-los com segurança nos projetos desenvolvidos pela sua equipe de arquitetos. Assim haverá também incentivos para o desenvolvimento individual de seus profissionais.

As formas de trabalho do escritório deverão se somar e também serão estimuladas a diversas ações institucionais atualmente desenvolvidas para alcançar qualidade e sustentabilidade das habitações. Com recursos públicos através da FINEP - Financiadora de Estudos e Projetos, agência de fomento do Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT), para financiamento de projetos no âmbito do Programa de Tecnologia de Habitação (Habitare) estão sendo investidos 3,4 milhões de reais para apoiar pesquisas que garantam o avanço do conhecimento nas seguintes linhas temáticas: tecnologias de recuperação e adequação de edificações, tecnologias para a construção habitacional mais sustentável e tecnologias inovadoras para a construção habitacional.

Os recursos não-reembolsáveis são provenientes do fundo Verde-Amarelo (3 milhões de reais) e da Caixa Econômica Federal (400 mil reais). De acordo com a chamada pública, do total de recursos, 30% deverão ser aplicados nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste.

O objetivo geral do programa Habitare é apoiar o desenvolvimento científico e tecnológico no campo da Tecnologia do Ambiente Construído, contribuindo para a solução do déficit habitacional do País e modernização do setor da construção civil. Desde 1994, o programa vem estimulando a parceria entre universidades, instituições de pesquisa e empresas. O Habitare também já recebeu recursos do fundo setorial de Energia e do Banco Interamericano de Desenvolvimento.

2.8 VALOR AGREGADO

2.8.1 Missão da empresa

Desenvolver um trabalho voltado para o respeito e preservação ambiental com responsabilidade social e melhoria da qualidade de vida da cidade, dos seus habitantes e dos

recursos naturais. Esse resultado é uma motivação contínua e abrangente da nossa capacidade criadora colaborando com o desenvolvimento sócio-econômico do Rio Grande do Norte.

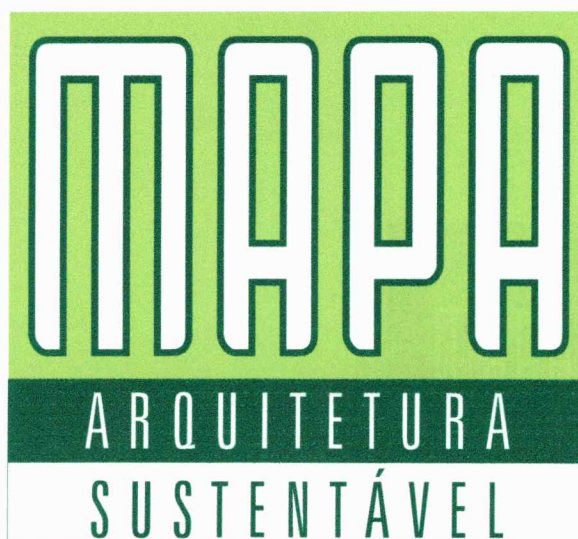


Figura 1 - Estudo da marca - versão em cores



Figura 2 - Estudo da marca - versão em preto e branco

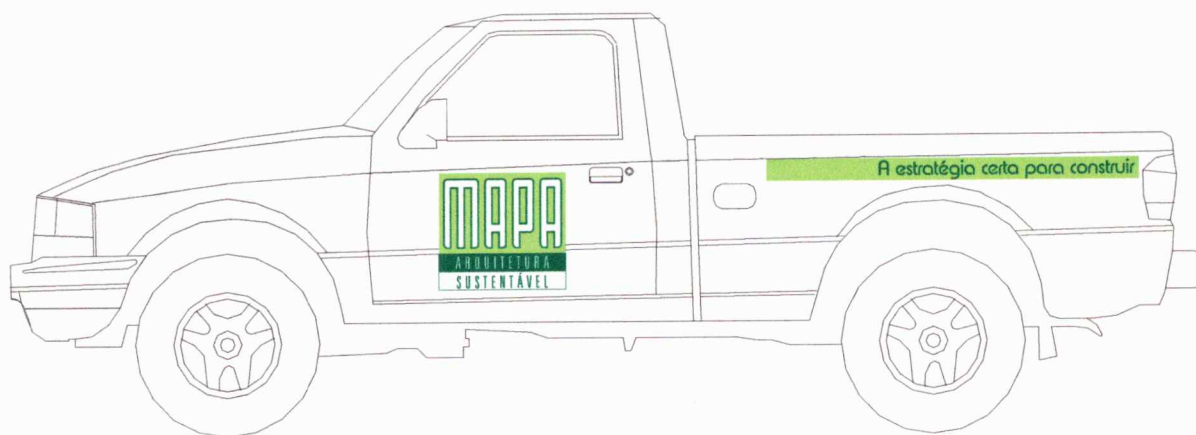


Figura 4 - Aplicação em veículos

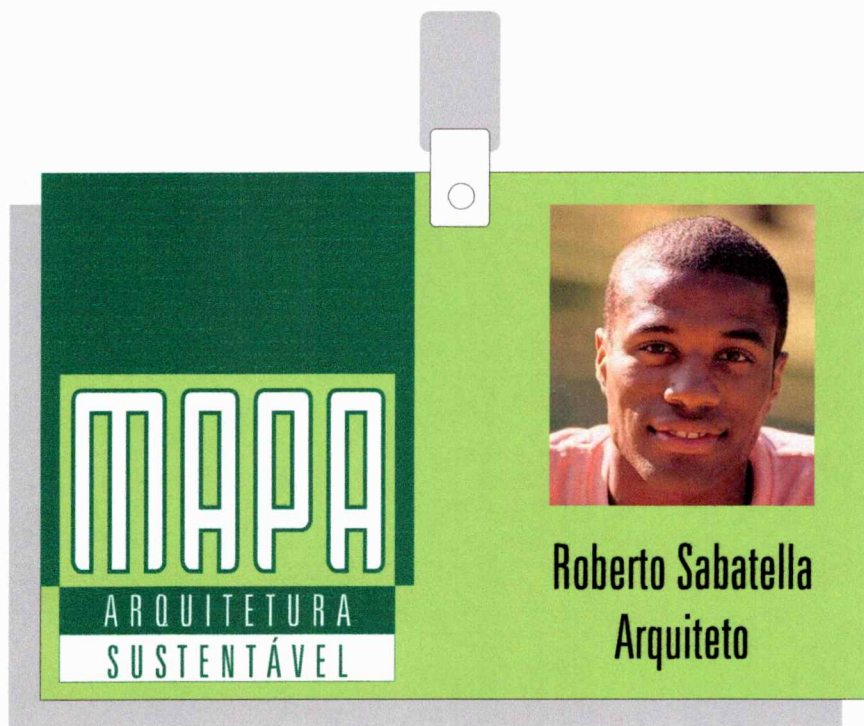


Figura 5 - Aplicação em crachá de identificação



Figura 6 - Aplicação em uniformes



Figura 7 - Aplicação em capacetes de obra

2.9 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS

As estratégias promocionais adotadas serão:

Pessoal

- Qualificação do atendimento aos investidores, construtores, corretoras, com arquitetos especializados em arquitetura sustentável, telefonista, recepcionista, etc;

Publicidade

- Campanha publicitária integrada de jornal e revistas especializadas;

Promocional

- Participação de salões e feiras de imóveis, congressos de arquitetura;
- Patrocínio e apoio a eventos de educação e conscientização ambiental.

2.10 ESTRATÉGIAS COMERCIAIS

2.10.1 Política de preços

A forma estabelecida para a política de preços Mapa, parte do princípio de que projeto é a primeira e mais importante fase da obra. O índice usado como base para essa referência do escritório é o INCC-índice nacional de custo de construção. Este é calculado e divulgado mensalmente pelo SIDUSCON-RN, através do CUB-Custo Unitário básico.

Tipo de Edificação	Área (M²)	Valores em CUB Custo Unitário Básico
Residencial	Até 500	0,06
	De 500 a 1500	0,045
	Acima de 1500	0,035
Hoteleira	Até 500	0,08
	De 500 a 1500	0,06
	Acima de 1500	0,045

* CUB – Custo Unitário Básico, índice calculado pelo SINDUSCON referente a valor por metro quadrado construído para acabamento médio.

Tabela 1 – Política de preços

2.10.2 Investimentos necessários

Para o início das atividades e cumprimento das primeiras metas lançadas, serão necessários os seguintes investimentos:

Descrição	Valor (R\$)
<i>1. Estrutura Física</i>	
1.1. Aluguel da sede /ano	24.000,00
<i>2. Equipamentos</i>	
2.1. Computadores	16.000,00
2.2. Equipamentos de escritório	15.000,00
<i>3. Pessoal</i>	
3.1. Contratação de Pessoal	45.000,00
3.2. Treinamento	20.000,00
3.3. Cursos e pesquisas	30.000,00
<i>4. Recursos Financeiros</i>	
4.1. Investimentos	150.000,00
4.2. Capital de giro	50.000,00
<i>Valor Total</i>	<i>200.000,00</i>

Tabela 2 – Investimentos Necessários

2.10.3 Alianças estratégicas

Para garantir o melhor andamento das ações e compartilhar informações técnicas que garantam qualidade e eficiência dos serviços prestados, o escritório firmará parcerias com a Universidade Federal do Rio Grande do Norte e instituições, tais como:

- SEBRAE
- IEL
- Corretoras de Imóveis
- Entidades e Instituições de Ensino

3 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em última análise esse documento orienta os primeiros procedimentos para o início das atividades do escritório MAPA Arquitetura Sustentável, além de indicar as metas e ações de curto e médio prazo. O plano aqui elaborado está de acordo com os conceitos estudados dentro do curso de especialização em Design Estratégico, contribuindo para o sucesso do escritório.

Conceitos como sustentabilidade, educação ambiental, eficiência energética, tecnologia da construção, foram pontos marcantes durante o curso e estão presentes como decisivos para a geração do conceito empresarial.

Alcançar o objetivo de projetar com consciência ecológica, com condições adequadas de segurança e conforto para seus consumidores finais se torna um meio de minorar os problemas ambientais do Estado, sendo esse o mérito de uma empresa que aplica os conceitos de design estratégico.

4 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADAM, Roberto Sabatella. *Princípios do ecoedifício: interação entre ecologia, consciência e edifício*. São Paulo: Aquariana, 2001.

DOLABELA, Fernando. *O Segredo de Luísa*. 14. Ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

HERTZ, John R. *Ecotécnicas em Arquitetura: como projetar nos trópicos úmidos do Brasil*. São Paulo: Pioneira, 1998.

HERTZBERGER, Herman. *Lições de Arquitetura*. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 1999.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. *Marketing de serviços*. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2002.

_____. *Plano de marketing para micro e pequena empresa*. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2001.

PADILHA, Ênio. *3 Minutos de Marketing*. 1. Ed. Balneário Camboriú-SC: 2000.

_____. *Marketing para Engenharia, Arquitetura e Agronomia*. 5. Ed. Balneário Camboriú-SC: 2004.

_____. *Marketing Pessoal & Imagem Pública*. 2. Ed. Balneário Camboriú-SC: 2002.

_____. *Os pecados de marketing na engenharia e na arquitetura*. Balneário Camboriú-SC: Do autor, 2002.

SEVERINO, Antônio Joaquim. *Metodologia do trabalho científico*. 22. Ed. rev. e ampl. São Paulo: Cortez, 2002.

SOUTO, Álvaro Guillermo G. *Design: do virtual ao digital*. São Paulo: Demais Editora; Rio de Janeiro: Rio Books, 2002. 110p.