

PROSPECÇÃO E DIAGNÓSTICO NAS EMPRESAS DO PROJETO PRÓ-UBÁ

AVELAR, Renata de Souza (1), PEREIRA, Andréa Franco (2)

(1) rsadesigner@yahoo.com.br

(2) andreafranco@taskmail.com.br

Resumo

Este trabalho aborda os resultados do questionário aplicado a sete indústrias de móveis participantes do Projeto PRÓ-UBÁ - *Fortalecimento do Pólo Moveleiro de Ubá pelo Design Integrado: Desenvolvimento de Produtos para a Certificação*. Trata-se da primeira etapa do projeto, *Prospecção e Diagnóstico*, na qual são levantados elementos que darão subsídios à construção das ações a serem realizadas nas fases subsequentes: *Nivelamento e Prototipagem; Ensaios e Certificação* dos produtos.

Abstract

This paper presents the questionnaires results applied in seven furniture industries that are participating in PRÓ-UBÁ Project - *Empowerment of Furniture Area in Uba for Integrated Design: Development of Products for the Certification*. It is about the first stage of the project, *Prospection and Diagnosis*, which will reveal elements that will give subsidies to the construction of the acts that will be realized in the next stage: *Level and Prototyping; Essays and Product Certification*.

INDÚSTRIA DE MÓVEIS

O setor moveleiro obteve um excelente desempenho em termos de exportação, tornando-se uma das prioridades na política do governo. Esse interesse estratégico pelo setor se deve à intensiva absorção de mão-de-obra e conseqüente geração de renda, características de empresas de micro e pequeno porte, assim como, à considerável dinâmica e flexibilidade possíveis em termos tecnológicos e de inovação em design, o que permite a ampliação e o alcance de novos mercados. Com relação às exportações, o setor moveleiro brasileiro apresenta grande potencial. Não há alterações radicais que possam ocasionar mudanças bruscas na posição competitiva dos países, pois a modernização das empresas pode ser feita por etapas, já que equipamentos convencionais podem conviver perfeitamente ao lado de máquinas sofisticadas num mesmo processo produtivo. As inovações no setor originam-se basicamente da utilização de novos materiais e do aprimoramento do design de produtos (MCT, 1993).

Outro ponto considerado estratégico para as políticas governamentais é o fortalecimento de aglomerações produtivas locais. Ações que busquem facilitar a inserção e a produção do design no móvel brasileiro podem incrementar a produção da indústria regional, favorecer a expansão de mercados e valorizar de forma inovadora, diferenciada e sustentável o uso da matéria-prima disponível. A avaliação da conformidade de móveis é, pois, fundamental para garantir sua qualidade a adequação quanto aos quesitos de segurança e biomecânica e àqueles ligados à usabilidade e ao conforto, considerando tais fatores como elementares para a adequação do produto ao mercado e ao público alvo e à criação de diferencial.

O Projeto *Fortalecimento do Pólo Moveleiro de Ubá pelo Design Integrado: Desenvolvimento de Produtos para a Certificação - PRÓ-UBÁ* visa o desenvolvimento do pólo moveleiro de Ubá-MG, através de agregação de valor aos produtos. Busca-se a melhoria do mobiliário fabricado, a partir da atualização do conhecimento dos empresários, da otimização do uso dos materiais e da adequação dos produtos fabricados às exigências normativas e de conformidade.

O Projeto PRÓ-UBÁ, financiado pela FINEP, é coordenado pelo Departamento de Engenharia de Estruturas da UFMG e executado com a parceria do Centro Tecnológico do Estado de Minas Gerais - CETEC, Universidade do Estado de Minas Gerais - UEMG, Rede Metrológica de Minas Gerais - RMMG, Secretaria de Estado de Ciência, Tecnologia e Ensino Superior - SECTES e INTERSIND-Ubá.

PROSPECÇÃO

O trabalho baseia-se na realização de atividades interdependentes em três fases principais, executadas *in loco* (sobretudo no que se refere ao desenvolvimento do produto) e nas instalações das instituições parceiras em Belo Horizonte.

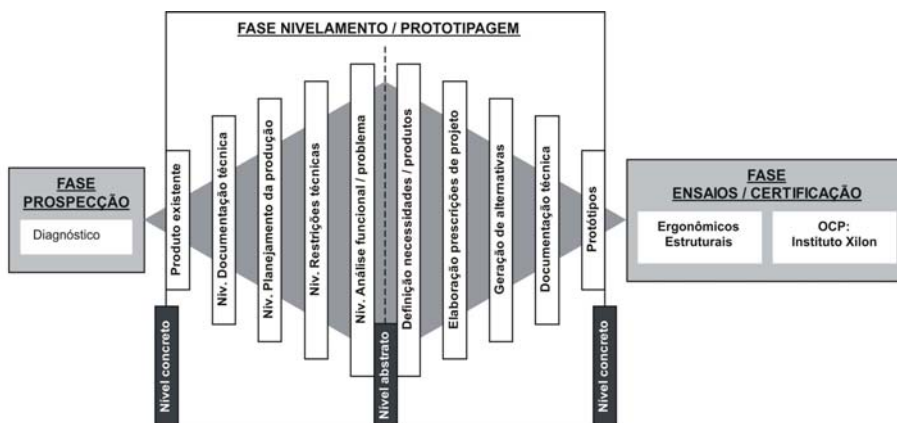


Figura 1- Esquema da metodologia aplicada (PEREIRA et al, 2004).

A etapa Prospecção consistiu de visita a todas as empresas para realização de levantamento, feito por intermédio de questionário semidirigido com o empresário, croqui do arranjo das máquinas e registro fotográfico das instalações (Figura 2), realizados em 15 e 16 setembro 2005.



O trabalho foi realizado nas sete empresas participantes do Projeto. Essas empresas produzem móveis residenciais: 3 empresas fabricam sala de jantar; 2 estofados; 1 empresa produz cama/cômoda/criado mudo e 1 jogo de mesas.

DIAGNÓSTICO

O diagnóstico das empresas visitadas originou-se da análise do questionário aplicado, constituído de questões específicas estruturadas em 05 blocos:

- 1) Sobre a empresa: data de fundação; número de funcionários; existência de filiais; faturamento médio anual; dificuldades mais representativas.
- 2) Sobre o produto: carros-chefes da produção e ordem de importância; forma de desenvolvimento dos produtos; disponibilidade de profissionais de design; uso de normas técnicas; fatores mais importantes para a

competitividade; público alvo atingido; uso de recursos técnicos/financeiros para projeto dos móveis.

- 3) Sobre a produção: problemas e dificuldades mais frequentes; grau de seriação da produção; média de produção dos produtos mais fabricados; matéria-prima; relação do maquinário; arranjo e fluxo de produção; planejamento do *layout*.
- 4) Sobre a comercialização (venda): modo de divulgação; regiões de venda; pontos de venda mais importantes; identificação de novos lançamentos; fatores mais importantes de compra na visão do consumidor.
- 5) Sobre a distribuição (logística): produtos projetados para serem desmontados; quem executa montagem; existência de técnico montador; importância da desmontagem; existência de veículo próprio para transporte; danificação e prejuízos durante transporte; sistema de armazenagem.

As conclusões obtidas nesse diagnóstico podem ser resumidas em:

a) Projeto do produto:

- Os produtos são desenvolvidos na maioria das empresas (5 a 7) através de pesquisas em feiras e revistas, pelo proprietário e pelos funcionários;
- 6 empresários acham que deve ser necessário a presença dos profissionais de design, mas estão pouco informados quanto a sua função, valor cobrado e onde encontrar. Apenas 1 empresa já contratou;
- 6 empresas desconhecem as normas técnicas;
- 6 empresas utilizam dispositivos de produção (gabaritos, moldes); 4 desenvolvem protótipos. Documentação técnica, softwares e croquis são pouco empregados.

b) Produção e logística:

- A logística foi apontada como ‘dificuldade da empresa’ por 6 empresários, seguida pela produção (5 empresários);
- O tempo de produção e o layout de fábrica foram citados como problemas de produção em 5 empresas, sendo que 4 empresas consideram o tempo de produção a dificuldade mais importante, 3 empresas consideram o layout como a segunda dificuldade mais importante;
- 4 empresas já contrataram profissionais para fazer o layout;
- 5 empresas têm ou já tiveram prejuízos com danos nos produtos no transporte.

c) Mercado e competitividade

- Todas as empresas citam o acabamento, a estética e o preço como sendo fatores que tornam o produto mais competitivo. 5 delas consideram também a propaganda e a logística;
- Todas as empresas consideram que o design (uso e estética) e o preço do produto são levados em consideração pelo consumidor na hora de decidir sobre a compra. Sendo que, 6 consideram o design como o principal fator. 5 consideram o preço como sendo o segundo fator mais importante.

d) Estratégia

- 5 empresas atendem ao mercado da classe média, incluindo suas variações;
- 6 empresas fazem a divulgação de seus produtos utilizando como principais veículos (conjuntamente) catálogos, participação em feiras e representantes;
- Todas as empresas têm como pontos de venda lojas de móveis (uma dentre elas possui ainda lojas próprias); nenhuma vende para magazines ou supermercados. 2 participam em eventos da área;
- As 3 empresas que produzem sala-de-jantar lançam seus produtos a cada ano. As que produzem móveis mais ligados aos produtos de decoração (mesas de centro, criados) a cada seis meses. As empresas de estofados lançam produtos a cada 3 meses (muito em função do acompanhamento das tendências e estações ditadas pelo mundo da moda - tecidos etc).

CONCLUSÃO

O levantamento e as análises realizadas na fase *Prospecção e Diagnóstico* permitiram a compreensão das características de cada empresa, de suas necessidades e capacidade produtiva, conhecimentos estes fundamentais para a orientação das ações ulteriores.

Essas ações serão desenvolvidas principalmente na fase seguinte, i.e., *Nivelamento e Prototipagem*. O Nivelamento é realizado em 3 etapas por intermédio da apresentação de seminários tratando de assuntos ligados à documentação e normas técnicas; produção e logística; ergonomia e layout de fábrica; ecodesign e critérios ambientais no projeto do produto; marketing e estratégia da empresa.

Os seminários de nivelamento têm o objetivo de estabelecer uma linguagem comum entre empresários e equipe técnica, esclarecendo e transferindo informações sobre assuntos desconhecidos ou inacessíveis para ambos os lados. A perspectiva é a de propiciar maior entendimento quando do desenvolvimento dos produtos e construção dos protótipos a serem realizados em cada empresa na etapa posterior, ou seja, *Prototipagem*.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MCT. Estudo de competitividade da Indústria brasileira – Competitividade da Indústria de Móveis de Madeira. Ministério da Ciência e Tecnologia, PADCT, UNICAMP, Campinas, 1993.

PEREIRA, Andréa Franco et al. **Design, informação e inclusão social no Pólo Moveleiro do Vale do Jequitinhonha: Projeto HAVALOR.** In: *P&D Design 2004 – 6º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design*, São Paulo, SP, 2004.