

Título: Análise mercadológica para brinquedos educativos concebidos a partir do design sustentável.

Tema: Promoção de empreendimentos orientados para o desenvolvimento local e setorial

Autores: 1. Verônica de Menezes Nascimento Nagata
2. Klébeson Aguiar Moura
3. Mayumi Kamizono Mac-Culloch

Resumo

Este artigo visa apresentar a análise mercadológica de uma empresa em processo de incubação na Rede de Incubadoras de Tecnologia da Uepa – RITU. Esta análise focaliza o desenvolvimento de uma linha de brinquedos educativos produzidos a partir de madeira reaproveitada e conceitos de design sustentável. Para tanto, apresentar-se-á parte das informações do plano de negócios elaborado para a empresa considerando esta nova atuação. Como resultados desta análise destaca-se as vantagens competitivas da empresa em questão tais como a exclusividade no recebimento da matéria-prima (madeira) que é doada, a preocupação abrangente da cadeia do produto e do seu ciclo produtivo visando o retorno de benefícios à sociedade e o fato de estar em processo de incubação e que poderá desenvolver tanto a linha de produtos, otimização e melhoria de seu processo produtivo e ações de divulgação do produto, contando com a competência de profissionais vinculados a incubadora a custos desprezíveis.

Palavras-chave: design sustentável, análise mercadológica, reaproveitamento de madeira, brinquedos educativos.

Dados dos autores:

1. Mestre em Engenharia de Produção – Universidade do Estado do Pará – Coordenadora da Rede de Incubadoras de Tecnologia da UEPA – RITU
End.: Travessa Enéas Pinheiro 2626, Marco. Belém-PA. CEP.: 66.095-100
Fone/Fax: (91) 3276-0283. E-mail: vmenas@uepa.br /vemenas@uol.com.br

2. Bacharel em Design – Universidade do Estado do Pará – Gerente da Rede de Incubadoras de Tecnologia da UEPA – RITU
End.: Travessa Enéas Pinheiro 2626, Marco. Belém-PA. CEP.: 66.095-100
Fone/Fax: (91) 3276-0283. E-mail: klebeson@uepa.br

3. Bacharel em Design – Universidade do Estado do Pará
End.: Travessa Enéas Pinheiro 2626, Marco. Belém-PA. CEP.: 66.095-100
Fone/Fax: (91) 3276-0283. E-mail: mamykamizono@hotmail.com

Title: Market analysis for educational toys conceived through sustainable design

Autors: 1. Verônica de Menezes Nascimento Nagata
2. Klébeson Aguiar Moura
3. Mayumi Kamizono Mac-Culloch

Abstract

This article presents a market analysis for a company in an incubation process at RITU – Rede de Incubadoras de Tecnologia da UEPA. This analysis focuses on the development of an educational toys line manufactured from reused wood and based on sustainable design concept. For this purpose, part of the company's business plan which was elaborated for the new product line will be presented. Some results of the analysis can be highlighted such as: the company's competitive advantage in raw material derived from the donation of used wood, the concern of the whole productive chain towards the need of promoting benefits back to society and the fact that the company is in an incubation process, which allows the company develop its new product line, optimize and improve its production and marketing processes with the assistance of competent professionals associated with the incubator and at a very low cost.

Keywords: sustainable design, market analysis, wood reuse, educational toys

Authors data:

1. Verônica de Menezes Nascimento Nagata
MSc. Industrial Engineering
Universidade do Estado do Pará – RITU's Coordinator
Address: Enéas Pinheiro St., 2626. Marco. Belém-PA.
CEP.:66.095-100
Phone/Fax: (91) 3276-0283. E-mail: vmenas@uepa.br; vemenas@uol.com.br

2. Klébeson Aguiar Moura
Designer
Universidade do Estado do Pará – RITU's Manager
Address: Enéas Pinheiro St., 2626. Marco. Belém-PA.
CEP.:66.095-100
Phone/Fax: (91) 3276-0283. E-mail: klebeson@uepa.br

3. Designer – Universidade do Estado do Pará
Address: Enéas Pinheiro St., 2626. Marco. Belém-PA.
CEP.:66.095-100
Phone/Fax: (91) 3276-0283. E-mail: mamykamizono@hotmail.com

1- Introdução

A degradação de recursos naturais e o aumento significativo no descarte de resíduos industriais são um dos principais temas de discussão mundial. Suas repercussões vão além da esfera ambiental e ameaçam a economia em seus diversos setores produtivos. Estudos prevêem que, se nada for feito de imediato, a escassez desses recursos causará graves problemas nos próximos cem anos. Portanto, faz-se necessária uma mudança imediata de valores, comportamentos de consumo e de eficiência da produção.

Diante o exposto, o reaproveitamento torna-se não apenas uma alternativa, mas também uma atividade eco eficiente, capaz de gerar vantagens tanto para as empresas quanto para a sociedade. A elaboração de um projeto de negócios com essas características requer o trabalho em conjunto de especialistas capazes de identificar e gerar produtos adequados à satisfação das necessidades dos clientes sem comprometer o meio natural.

Este artigo visa apresentar a análise mercadológica visando o desenvolvimento de uma linha de brinquedos educativos produzidos a partir de madeira reaproveitada e conceitos de design sustentável. Para tanto, utilizar-se-á parte das informações do Plano de Negócios de uma empresa na Rede de Incubadoras de Tecnologia da UEPA- RITU, que trabalha o aproveitamento de resíduos de madeira de uma outra grande indústria do estado do Pará. O Plano de Negócios foi elaborado para a empresa considerando-se as mudanças necessárias a serem implementadas na sua atuação.

2- Caracterização da Empresa

Localizada em um município próximo à região metropolitana de Belém, a Empresa conta com cerca de 250 colaboradores. Atua nos segmentos de bens e serviços, sendo que esta análise mercadológica está direcionada ao setor de produção de brinquedos educativos e pedagógicos a partir do reaproveitamento de madeira, que é doada por uma indústria de grande porte do mesmo município. A Linha de Brinquedos Educativos e Pedagógicos oferece a seus clientes 15 tipos de produtos fabricados com madeira reaproveitada de pinus e pinho comercializados individualmente ou em uma brinquedoteca. A Empresa possui espaço próprio onde estão instaladas a fábrica de brinquedos, seus maquinários, a sede administrativa e parte da sede de criação, pois a empresa está incubada na RITU, responsável pela elaboração de novos projetos de produtos e melhorias nos brinquedos já existentes.

3- Análise do mercado

3.1- O setor

A Empresa A atua em um setor de mercado altamente competitivo. As quantidades de produtos dos concorrentes nacionais e internacionais são grandes. Só os produtos ilegais (pirataria) alcançam 25% do total de brinquedos vendidos no Brasil. A estimativa é que o total arrecadado com brinquedos no ano de 2006 tenham alcançado o valor de R\$ 950 milhões, com índice de crescimento anual calculado em 5%. Contudo, o segmento pelo qual a Empresa atua são específicos de mercado. Segundo a ABRINQ, brinquedos educativos representam 15% do total de brinquedos vendidos no país, cerca de 130 milhões de unidades. O Pará é

responsável por 2% destes totais, ou seja, cerca de 390.000 brinquedos educativos comercializados no ano de 2006. Porém, a expectativa é que o mercado venha a ser ampliado devido a conscientização cada vez maior por um produto ecologicamente correto.

3.2- Análise SWOT

3.2.1- Análise Externa/Oportunidades

- a. O certificado do INMETRO que comprova a seguridade atribuindo qualidade ao produto
- b. A taxa de crescimento nacional de brinquedos, segundo a ABRINQ, é de 5% ao ano. O Pará é responsável por 2% dessas vendas, e tende a acompanhar esse aumento.
- c. Bem como o setor de brinquedos educativos são de 15% do total de brinquedos, não se prevê quedas da venda desses produtos, acompanhando a média de crescimento geral.
- d. Discursos sobre a ecologia não estão em evidência por questão de modismo. É a necessidade sentida pelo usuário que vem a ser suprida por execuções de projetos “verdes”.
- e. As empresas e fornecedores também vem se mostrando atenta às políticas geridas pela suas empresas parceiras.

3.2.2- Análise Externa/Ameaças

- a. o comportamento volúvel que ocorre principalmente para acompanhar as tendências de modas e relançamentos temáticos de brinquedos e, ou, personagens da mídia (desenho, novelas, etc).
- b. a compra de produtos de origem e qualidade duvidosa, os chamados produtos piratas e ilegais.
- c. Embora seja de um setor divergente ao educativo e pedagógico, o contato prematuro com a alta tecnologia é vista como uma barreira. A criança tende a não despertar mais tanto interesse em brinquedos tradicionais.
- d. não há uma divulgação efetiva dos trabalhos e resultados da cooperativa, e seus serviços. Sem a divulgação adequada o público desconhece os benefícios da empresa.
- e. Por se tratarem de produtos contrabandeados, não pagam impostos. Com isso, oferece produtos com menores preços de mercado.

3.2.3- Análise Interna (Forças e Fraquezas)

Forças	Fraquezas
A experiência adquirida dos agentes de produção no setor de brinquedos, móveis e brindes são estimáveis para garantia de melhor acabamento e aproveitamento da matéria prima, reduzindo a margem de desperdício	A primeira produção de brinquedos lançada em 2005 apresentou problemas durante o processo de fabricação, tendo que substituir peças. Uma parte encontra-se ainda estocada na fábrica
A equipe sente-se engrandecida em produzir brinquedos que venham entreter as crianças, auxiliando em seu processo de ensino	

aprendizagem. Estimula-se também em cumprir as metas de produção estabelecidas	
--	--

3.3- A clientela/Segmentação

O mercado é formado por 313.866 mil crianças e 149.978 educadores, ambos nas faixas de mercado pré estabelecidas, que costumam presentear seus filhos, sobrinhos, etc, com brinquedos pelo menos três vezes ao ano (Aniversário, Dia das Crianças e Natal). Quando instigados a calcular quanto costumavam gastar por ano em brinquedos, todos os pais entrevistados mostraram-se surpresos ao conferir o resultado. Além de seus filhos, compravam brinquedos para presentear os amigos destes. Em média, 20 brinquedos/ano.

A linha de brinquedos atua diretamente para atender a um nicho mercadológico composto pelos segmentos da classe B, C e D, crianças em idade escolar de 03 a 14 anos, matriculadas em escolas de ensino fundamental e médio, independentes de suas condições psicomotoras, residentes na capital paraense. Um público consciente da necessidade de preservação ambiental, e que também prime pela qualidade e exclusividade do produto. Tratando-se não somente de pais, mas também educadores que estejam dispostos a oferecer às crianças brinquedos certificados e ecologicamente corretos. Prioriza-se atender ao mercado da capital, através de lojas de departamento e lojas especializadas.

3.5- A concorrência

A análise da concorrência está sumarizada no quadro 1.

Quadro 1 – Análise da Concorrência

	Análise da Concorrência	
	Fraquezas	Forças
Brinquedos Piratas	a. Ausência de certificação b. Pouca durabilidade c. Incentivo ao contrabando	a. Baixo custo
Brinquedos Nacionais (Centro-Sul)	a. Alto custo	a. Certificado pelo INMETRO b. Selo de garantia c. Incentivo às empresas nacionais

3.6-Fornecedores

Uma grande indústria do estado doa madeira (Pinus e Pinho) e as micro e pequenas marcenarias que doam resíduos, sobras de madeiras antes descartadas, constituem os principais fornecedores. Estes compõem a principal matéria prima utilizada para a fabricação dos brinquedos. Os demais materiais e ferramentas necessários na produção e expediente são adquiridos periodicamente (a cada três meses, ou quando há necessidade). Os esforços se concentraram em reestruturar as ações de aquisição para encontrar fornecedores dos demais

materiais e ferramentas indispensáveis para o processo de produção dos brinquedos.

4- Conclusão

A análise mercadológica realizada neste trabalho para a Empresa A revelam algumas vantagens competitivas da mesma tal como exclusividade no recebimento da matéria-prima (madeira) doada pela Empresa B, sendo a única atualmente com capacidade de transformá-la em produtos de qualidade e bom acabamento, configurando, portanto, uma redução de custo ao produto. No entanto, se ações de gestão não forem adequadamente incorporadas à empresa, vislumbra-se um comprometimento desta vantagem.

Outra vantagem é a preocupação abrangente da cadeia do produto, do seu ciclo produtivo visando o retorno de benefícios à sociedade, garantindo com isto, uma imagem associada a um produto ecologicamente correto. Entretanto, o fato de produzir produtos a partir do reaproveitamento de madeira não credencia a empresa ao patamar de ecologicamente correta. Incorporar o eco design ao projeto de suas linhas de produto, conferindo inovação e racionalização dos demais recursos envolvidos e a divulgação e promoção destes benefícios sustentáveis aos consumidores, constituirão ações concretas para que a atuação da Empresa seja considerada sustentável.

Ainda, destaca-se como vantagem competitiva o fato de a Empresa A está em processo de incubação de base tecnológica e que poderá desenvolver tanto a linha de produtos, otimização e melhoria de seu processo produtivo e ações de divulgação do produto, contando com a competência de profissionais vinculados a incubadora a custos desprezíveis.

Bibliografia Consultada

- KAZAZIAN, Thierry. **Haverá a Idade das Coisas Leves: Design e Desenvolvimento Sustentável**. Tradução de Eric Roland Rene Heneault. São Paulo: Senac, 2005. 194 p.
- CAVALCANTI, C. **Meio Ambiente, Desenvolvimento Sustentável e Políticas Públicas**. S. Paulo: Cortez, 1997. p. 369 – 381.
- MAC-CULLOCH, Mayumi Kamizono. **Gestão do design sustentável: plano de negócios à empresa Alpha setor de brinquedos educativos**. 2006. 98 f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Bacharelado em Design) – Universidade do Estado do Pará, Belém, 2006.
- MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.
- SOARES, Flávia. Quando o Eco Design é mais que verde. **Revista Estudos em Design**, Rio de Janeiro, v.7, n.3, dez 1999, p.77-93.