

Consultoria em *Design* nas Micro e Pequenas Empresas do Estado da Paraíba: potencialidades e aplicações

Design Consultancy in micro and small companies in Paraíba: potential and applications

Cavalcante, Danielly; Universidade Federal da Paraíba/CCSA/DA/Curso de Administração - daniellytc@hotmail.com

Lucena, Rosivaldo de Lima; Dr.; Universidade Federal da Paraíba/CCSA/DA/Curso de Administração - rosivaldolucena@gmail.com

Acioly, Angélica de Souza Galdino; MSc.; Universidade Federal da Paraíba/CCA/DEMA/Curso de Design - angelica@cae.ufpb.br

Resumo

O objetivo deste estudo foi identificar as potencialidades e aplicações da Consultoria em *Design* nas Micro e Pequenas Empresas (MPEs) Paraibanas atendidas pelo SEBRAE/PB em parceria com a Rede Paraíba de *Design*. Foi utilizado como principal meio de investigação a pesquisa de campo, que permitiu tanto a análise e interpretação dos dados como o levantamento de sugestões para o aperfeiçoamento do processo de Consultoria em *Design* do SEBRAE/PB. Como resultado alcançado, destaca-se o reconhecimento, por parte das MPEs, que o *Design* representa uma importante ferramenta estratégica, agregando valor aos produtos e serviços.

Palavras Chave: consultoria, *Design*, micro e pequena empresa.

Abstract

The objective of this study was to identify the potential and applications of Design Consultancy in micro and small companies in Paraíba attended to by SEBRAE/PB in partnership with the Paraíba Design Network. Field research was used as the principal means of investigation as it permitted the analysis and interpretation of data as well as the generation of suggestions for the improvement of SEBRAE/PB's Design Consultancy process. As a consequence, it is important to highlight the recognition on the part of the micro and small companies that Design is an important strategic tool, joining value to products and services.

Keywords: consultancy, *Design*, micro and small companies.

Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design

8 a 11 de outubro de 2008 São Paulo – SP Brasil ISBN 978-85-60186-03-7

©2008 Associação de Ensino e Pesquisa de Nível Superior de Design do Brasil (AEND|Brasil)

Reprodução permitida, para uso sem fins comerciais, desde que seja citada a fonte.

Este documento foi publicado exatamente como fornecido pelo(s) autor(es), o(s) qual(is) se responsabiliza(m) pela totalidade de seu conteúdo.

1 Introdução

Estudos sobre as causas da mortalidade das micro e pequenas empresas (MPEs) promovidos pelo SEBRAE do Estado de São Paulo, apontam a deficiência no planejamento prévio e na gestão empresarial, como algumas das principais causas da mortalidade das empresas. Cerca de 31% dos empresários que não obtiveram sucesso na condução de seus negócios e, portanto, deixaram de fazer parte do mercado, acreditam que poderiam ter evitado essa situação se tivessem usado a Consultoria como medida alternativa para resolução de muitos dos seus problemas. (SEBRAE, 2005a).

A Consultoria apresenta-se como um instrumento de apoio à administração de empresas. No entanto, observa-se que ainda existe certa resistência à intervenção externa por parte dos micro e pequenos empresários.

Em um cenário de elevada competitividade, o empresário vê-se obrigado a oferecer produtos e serviços cada vez melhores, pois os consumidores têm exigido cada vez mais qualidade, segurança, ergonomia, praticidade, preço, tecnologia e valores atendidos.

Na tentativa de garantir, tanto a sobrevivência do empreendimento como o atendimento pleno dos desejos dos seus clientes, os micro e pequenos empresários têm na Consultoria em *Design* mais uma alternativa para obter diferenciação e competitividade, pois a mesma se apresenta como um instrumento facilitador para o desenvolvimento de novos produtos, serviços e, também da comercialização.

Percebe-se assim, que o *Design* é indicado como uma das principais forças na competição do mundo corporativo global. Ele surge como uma poderosa ferramenta competitiva, referindo-se, no vocabulário das empresas, como ressalta Lojacono e Zaccai (2004), à totalidade das atividades e competências que recolhem todas as informações relevantes e que as transformam em novos produtos ou serviços, capazes até mesmo de reerguer o negócio que está fadado ao fracasso.

Bürdek (2006, p.7) diz que, no final dos anos 80 se iniciou o vôo alto do *Design*, em âmbito mundial e acredita que isto deverá continuar durante todo o século XXI. O autor lembra ainda que, empresas e instituições no mundo todo reconhecem o valor estratégico do *Design*, e o cultivam e aperfeiçoam em grande medida.

Devido a essas colocações e como forma de colaboração no estudo teórico e prático dessas questões, o presente trabalho se propôs a estudar a problemática referente às potencialidades e aplicações da Consultoria em *Design* nas MPEs paraibanas.

Este estudo surgiu a partir da experiência da autora principal deste trabalho em um estágio no SEBRAE PB, frente à carência de dados mais detalhados sobre a temática, bem como do *feed back* dos usuários do serviço de consultoria em *Design*.

Sendo assim, o objetivo geral deste trabalho é identificar as potencialidades e aplicações da Consultoria em *Design* nas MPEs paraibanas atendidas pelo SEBRAE/PB em parceria com a Rede PB de *Design*. Como objetivos específicos: apresentar os serviços de Consultoria na área de *Design* oferecidos pelo SEBRAE/PB/Rede PB de *Design*; caracterizar as micro e pequenas empresas da Paraíba participantes da amostra; e enfatizar o papel estratégico do *Design* frente à Consultoria em *Design* nas MPEs pesquisadas.

2 Fundamentação Teórica

2.1 Consultoria

A consultoria consiste em um processo colaborativo, realizado pelo empresário e consultor que unem esforços em busca da melhoria da organização, cabendo ao consultor a responsabilidade técnica de organizar informações e, a partir delas, estabelecer um plano de trabalho capaz de solucionar ou minimizar os problemas. (JACINTHO, 2004). Sendo necessário que o consultor utilize o conhecimento técnico, a sua capacidade de compreensão de um generalista mantendo um clima de cooperação e a interação com todos os envolvidos no processo.

Em termos gerais, o trabalho divide-se em: definição do problema, desenvolvimento de alternativas para soluções e proposta para recomendação final.

Vários são as razões que levam os clientes a procurarem a ajuda de um consultor, segundo Pereira (1999) como: ajuda na solução de problemas; visão neutra para intermediar conflitos; necessidade de contribuição específica, de modo temporário, inexistente em seus quadros; necessidade de introduzir novas tecnologias de produtos ou gestão; planejar e conduzir programas de treinamento, capacitação ou desenvolvimento; avaliar, auditar ou estabelecer cenários e projeções para a empresa; necessidade de incrementar o desempenho, a qualidade do produto e a produtividade; dentre outros.

Em relação aos tipos de consultoria existentes, Crocco e Guttman (2005) classificam a consultoria da seguinte forma:

a) Quanto à estrutura:

- consultoria artesanal - atuação através de um método particular para cada situação ou empresa;
- consultoria de pacote - atuação através de um método específico, genérico e abrangente, que serve para várias situações em diferentes empresas.

b) Quanto à abrangência:

- consultoria especializada - aquela que possui produtos em determinadas áreas de conhecimento, atuando em pontos específicos e somente dentro da sua área;
- consultoria total - inclui produtos de mais de uma área de conhecimento, atuando em vários pontos, praticamente em todas as áreas e processos dos clientes.

2.2 As Micro e Pequenas Empresas

Jacinto (2004) ressalta que entre os estudiosos há uma grande diversidade de opiniões sobre a melhor maneira de caracterizar as MPEs, sendo que as avaliações obedecem a critérios quantitativos ou qualitativos.

Os critérios quantitativos são os de mensuração mais fácil, por isso sua predominância na avaliação do porte das empresas. Indicadores como: valor do ativo imobilizado, número de empregados, faturamento ou volume de vendas, valor e estrutura do capital social, número de dirigentes, entre outros, podem ser utilizados nesse tipo de critério (JACINTHO, 2004).

O quantitativo de empregados é o critério adotado por algumas instituições, como por exemplo, o SEBRAE (2007):

- Microempresa: indústria com até 19 pessoas ocupadas; comércio e serviços até 09;
- Pequena empresa: indústria de 20 a 99 pessoas ocupadas; comércio e serviços de 10 a 49;
- Média empresa: indústria de 100 a 499 pessoas ocupadas; comércio e serviços de 50 a 99; e
- Grande empresa: indústria acima de 500 pessoas ocupadas; no comércio e serviços acima de 100.

Jacinto (2004) ainda coloca que, os critérios qualitativos requerem uma pesquisa interna dos processos da empresa, sendo, deste modo, de aplicação mais trabalhosa, pois não podem ser avaliados isoladamente, sendo necessária a verificação de diversos itens para obter-se uma visão holística.

Dentre as características das MPEs, o IBGE (2004) aponta:

- baixa intensidade de capital;
- altas taxas de natalidade e de mortalidade;
- forte presença de proprietários, sócios e membros da família como mão-de-obra ocupada nos negócios;
- poder decisório centralizado;
- estreito vínculo entre os proprietários e as empresas, não se distinguindo, principalmente em termos contábeis e financeiros, pessoa física de jurídica;
- registros contábeis pouco adequados;
- contratação direta de mão-de-obra;
- utilização de mão-de-obra não qualificada ou semi-qualificada;
- baixo investimento em inovação tecnológica;
- maior dificuldade de acesso ao financiamento de capital de giro e relação de complementaridade e subordinação com as empresas de grande porte.

Percebe-se aqui, que há pouca profissionalização e qualificação gerencial neste tipo de empresa, o que reforça, ainda mais, a necessidade de uma ajuda externa ou consultoria, seja para amenizar o alto índice de mortalidade ou como diferencial competitivo para as MPEs brasileiras.

2.3 Consultoria para as MPEs

Mesmo respondendo por cerca de 99% das empresas constituídas no Brasil, as MPEs, ainda, não recebem a devida atenção em termos de consultoria (SEBRAE, 2005b).

Fisher e Ury (1994) chamam a atenção para a necessidade de se contratar a pessoa certa, mas os pequenos e médios empresários não sabem como encontrá-lo, por isso os consultores precisam estar atentos para algumas características das MPEs, como: executivos de pequenas empresas dão importância ao conhecimento de quem realmente fará a consultoria. A pessoa que transaciona deve ser a que executará o trabalho; é essencial o

estabelecimento de um alto grau de confiança entre o consultor e o administrador; a consultoria para pequenas empresas não deve restringir-se a fornecer um relatório contendo diagnósticos e recomendações à administração de cúpula; dentre outros.

Sobre a necessidade de contratar uma consultoria, no caso das MPEs, a questão “custo” é um dos fatores que dificultam o acesso à atividade, não só no Brasil, mas também em países desenvolvidos.

A dificuldade representada pelos custos e outras resistências ao processo de consultoria, relatadas pelos pequenos empresários, tende a diminuir na medida em que o consultor fica atento as características específicas deste segmento. (JACINTHO, 2004).

Uma consultoria que propicie orientação para a MPEs poderá minimizar os impactos das causas que concorrem para a mortalidade destas empresas.

2.4 O Design nas MPEs Brasileiras

Souza (2002, p. 44) afirma que “*Design* é um conceito pouco compreendido pelo pequeno empresário”. O mesmo autor lembra que o pequeno empresário ao lidar diariamente com uma enorme quantidade de problemas a resolver não percebe, geralmente, que uma embalagem bem desenhada e moderna representa aumento nas vendas e nos lucros.

Estudos realizados pela CNI (*apud* Souza, 2002) mostram que 68% das empresas de pequeno porte ampliaram suas vendas após utilizar técnicas de desenho de embalagens no seu rol de ferramentas de gestão. Ainda de acordo com o mesmo estudo, as MPEs viram, além de uma significativa evolução no faturamento, seus custos diminuir em 45%.

Mas, a fabricação de objetos de *Design* requer investimentos e, ainda, são poucas as empresas que pensam em uma Gestão do *Design*, poucos são os empresários que percebem que um objeto sem *Design* é um produto de risco, pois o *Design* agrega valor ao produto em termos de estética, ergonomia, conforto e funcionalidade, além de ser importante na racionalização da produção (VIEIRA, 2007).

Ainda de acordo com Vieira (2007), as pequenas e médias empresas aos poucos vêm percebendo que podem e devem investir em *Design* para serem competitivas. A média dos investimentos dessas empresas ainda é baixa, entre 1% e 5% da receita líquida, mas já revela bons resultados, uma vez que os pequenos empresários começam a perceber o *Design* não mais como uma atividade de luxo e sim como um serviço altamente especializado, com uma ótima relação de custo x benefício e que pode ser incorporado facilmente ao seu cotidiano.

Deste modo, constata-se que o *Design* não é uma atividade supérflua e que aos poucos as MPEs começam a perceber a necessidade de investir nessa atividade e, principalmente, começam a identificar às vantagens relacionadas ao custo x benefício de utilizar tal ferramenta nos seus negócios.

Em relação à atuação do *Design*, segundo Jens Bernsen (*apud* SANTOS, 2000, p. 20) “o *Design* é uma forma de definir a qualidade dos produtos e da comunicação da empresa, ativando o gerenciamento de seus recursos criativos e suas competências”. E é sob essa abordagem que o *Design* pode contribuir de forma significativa para para o crescimento e fortalecimento das MPEs.

3 Procedimentos Metodológicos

3.1 Natureza da Pesquisa

De acordo com a classificação apresentada por Vergara (2000), esta pesquisa pode ser classificada, quanto aos fins, como descritiva, visto que, apontou as principais características do objeto em estudo, os serviços de Consultoria em *Design* oferecidos pelo SEBRAE/PB e Rede PB de *Design* nas MPEs paraibanas.

Quanto aos meios de investigação: pesquisa de campo (investigação nas MPEs da Paraíba que receberam Consultoria em *Design* pelo SEBRAE/PB), documental (consulta a documentos internos do SEBRAE/PB e/ou da Rede/PB de *Design*), bibliográfica (estudo com base em material publicado a cerca da temática deste trabalho) e *ex post facto* (referência a um fato já ocorrido, pois o período da pesquisa englobou os exercícios de 2004 ao primeiro semestre de 2007).

3.2 Universo, Amostra e Sujeitos da Pesquisa

O universo da presente pesquisa é constituído por empresas que atendem aos seguintes pré-requisitos:

- a) localizadas no Estado da Paraíba;
- b) tenham recebido Consultoria em *Design* pelo SEBRAE/PB e a Rede PB de *Design*;
- c) estejam cadastradas no Banco de Dados do SEBRAE/PB e/ou no da Rede/PB de *Design*;
- d) estejam classificadas como MPEs, conforme classificação do SEBRAE;
- e) não sejam núcleos ou instituições parceiras do SEBRAE.

Das onze empresas que representam o universo da pesquisa, por atender aos requisitos colocados, apenas oito colaboraram de modo efetivo para a realização do estudo, visto que em uma não foi possível nenhum contato, pois seu cadastro encontrava-se desatualizado; uma se negou a participar da pesquisa argumentando falta de tempo para fornecer informações e uma encontrava-se fechada a mais de um ano.

Para manter a confidencialidade das informações, optou-se por não identificar seus nomes/razões sociais.

Os sujeitos dessa pesquisa foram os gestores e/ou os membros das MPEs paraibanas que receberam e acompanharam de perto o processo de prestação do serviço de consultoria em questão.

3.3 Instrumentos de Pesquisa e Tratamento dos Dados

Têm-se como instrumentos de coleta dos dados desta pesquisa:

- pesquisa de campo: entrevista estruturada através de formulário apresentado por escrito, onde foi assinalado pelo pesquisador e respondido oralmente pelo entrevistado. O formulário foi estruturado da seguinte forma: Parte I - perfil do respondente, informações gerais do empreendimento, produtos e serviços; Parte II - Dados sobre a Consultoria prestada;

- pesquisa documental: consulta do Estatuto da Rede/PB de *Design* para caracterizar os serviços de *Design* oferecidos pelo SEBRAE/PB;
- pesquisa bibliográfica: coleta de dados conceituais em livros, *sites*, dissertações, revistas, jornais e assemelhados pertinentes ao assunto aqui abordado.

Os dados foram tratados tanto sob o aspecto qualitativo como quantitativo. Qualitativo, pois foram identificadas as mais variadas percepções dos diferentes entrevistados, devido à utilização do formulário. Quantitativo, porque foram transformados em quadros e gráficos, através do uso dos aplicativos Office 2000.

4 Apresentação e Análise dos Dados

4.1 Serviços de Consultoria em Design do SEBRAE/PB e a Rede/PB de Design

Desde 2001 o SEBRAE/PB oferece os serviços de Consultoria em *Design*, por perceber que as MPEs apresentam problemas relacionados à criação, ao desenvolvimento e às vendas de seus produtos e/ou serviços.

Para melhor atender as demandas do mercado, o SENAI (Serviço de Aprendizagem Industrial) e o SEBRAE fundaram, no ano de 2005, a Rede/PB de *Design* – uma Associação da Sociedade Civil sem fins lucrativos que tem o objetivo de difundir e inserir o *Design* nos produtos e/ou serviços desenvolvidos nas MPEs do Estado da Paraíba.

Essa Associação é resultante do Programa Via *Design* desenvolvido pelo SEBRAE e tem, na Paraíba, o apoio de parceiros, tais como: SENAI, IEL (Instituto Euvaldo Lodi), FAPESQ (Fundação de Apoio à Pesquisa do Estado da Paraíba), PAQTC (Fundação Parque Tecnológico da Paraíba), entre outros.

A Rede/PB de *Design* é composta por um Centro de *Design* e 04(quatro) Núcleos de Inovação e *Design*. É constituída, deste modo, para melhor atender as demandas nos setores produtivos de Moda, Artesanato, Mobiliário e Embalagens.

A atuação dessas instituições se dá através da prestação dos serviços dos consultores vinculados a Rede/PB de *Design* que, segundo o Art. 3º V do Estatuto da Rede PB de *Design*, oferecem assessoria para as empresas em projetos que visam estimular a oferta e a demanda do *Design*, incentivar a inovação, agregar valor aos produtos e aumentar a competitividade dos bens e serviços produzidos na Paraíba.

Os serviços de Consultoria em *Design* do SEBRAE/PB em parceria com a Rede/PB de *Design* compreendem desde o projeto para a concepção de uma marca (identidade visual) até os aspectos relacionados à embalagem, *layout* e ergonomia do ambiente físico, sinalização, modelagem, melhor utilização de matérias-primas, etc. Envolvem em termos gerais:

- Diagnóstico, articulação, promoção, apoio e orientação as MPEs, instituições parceiras e de P&D (Pesquisa e Desenvolvimento) a utilizarem o *Design* como ferramenta estratégica;
- Realização de cursos e treinamentos na área de *Design* para capacitação de recursos humanos e atualização profissional empresarial;
- Realização de palestras, oficinas, visitas técnicas e consultorias para atender às demandas de *Design* das empresas;
- Realização de eventos, publicações e editorações (revistas, catálogos e informativos).

4.2 Pesquisa de Campo - Potencialidade e aplicações da Consultoria em Design

A pesquisa de campo foi realizada com oito empresas, no período de 24/09 a 05/10/2007, onde foram coletadas as opiniões e percepções dos entrevistados.

Em relação aos percentuais obtidos na Parte I do formulário, referentes à caracterização do empreendimento, têm-se:

a) Perfil dos entrevistados:

Dentre os representantes dos empreendimentos que acompanharam de perto a prestação dos serviços de Consultoria em *Design*, e que estavam mais aptos a responder a pesquisa, 37,5% eram Presidentes, 25% Sócios Diretores, 25% ocupavam o cargo de Administrador e 12,5% de Gerência;

62,5% dos entrevistados possuíam nível superior. Dois dos entrevistados (25%) estavam em processo de conclusão do Curso Superior, um em Administração e o outro Matemática.

Dos que possuíam graduação completa, um era formado em Desenho Industrial, um em Engenharia Civil e um em Direito, evidenciando assim elevada ausência de Administradores graduados nos cargos de gestão das empresas pesquisadas.

b) Classificação Geral do empreendimento:

Sobre a natureza jurídica da empresa, cinco eram Empresas Cooperativas, duas eram Empresas Individuais e uma Sociedade LTDA. Sendo assim, a maior parte da demanda pelos serviços de Consultoria em *Design* provinha de Empresas Cooperativas, localizadas em sua maior parte no interior do Estado da Paraíba. O quadro 01 apresenta os principais dados das empresas.

Empresa	Ramo de Atividade			Nº de pessoas ocupadas	Classificação	Tempo de mercado (anos)
	Ind. e Com.	Comércio	Serviço			
A				20	Pequena	07
B				21	Pequena	03
C				22	Pequena	38
D				35	Pequena	05
E				40	Pequena	07
F				12	Micro	04
G				06	Micro	11
H				09	Micro	14

Quadro 1: Principais dados das empresas analisadas.
Fonte: Pesquisa de campo (2007)

Em relação ao tempo no mercado, os números mostram uma significativa diminuição na taxa de mortalidade entre as empresas pesquisadas, se comparadas aos estudos realizados pelo SEBRAE (2005b), que mostram que 59,9% das empresas encerram suas atividades com até quatro anos de existência. Seis empresas estavam em atividade a mais de quatro anos.

c) Produtos/Serviços/Mercado do empreendimento:

Segundo o gráfico 1 há maior representatividade na prestação dos serviços de Consultoria em *Design* nos setores ligados ao Artesanato e à Moda. Duas áreas com grande potencial no Estado. Dentre as MPEs pesquisadas apenas uma é prestadora de serviços – comercialização de artigos de óptica.

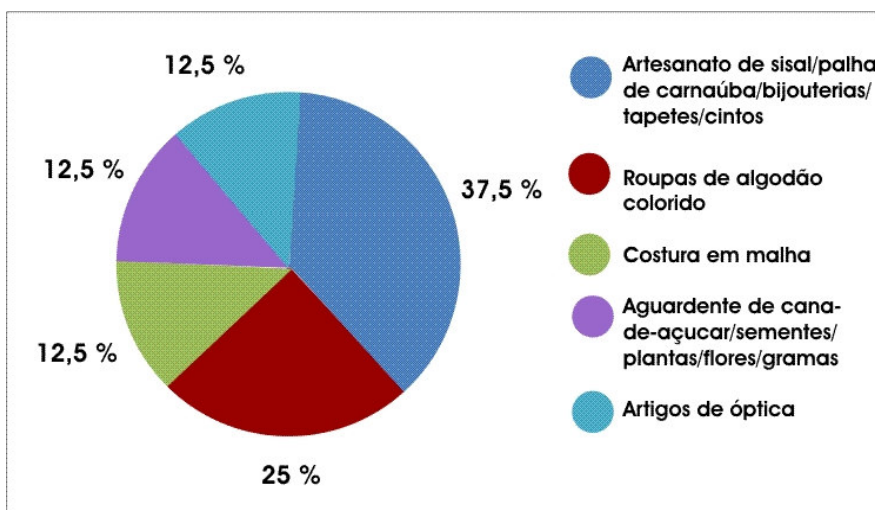


Gráfico 1: Produtos/serviços desenvolvidos no empreendimento.
Fonte: Pesquisa de campo (2007)

Sobre o mercado atendido pelo empreendimento, o gráfico 2 apresenta as seguintes áreas.

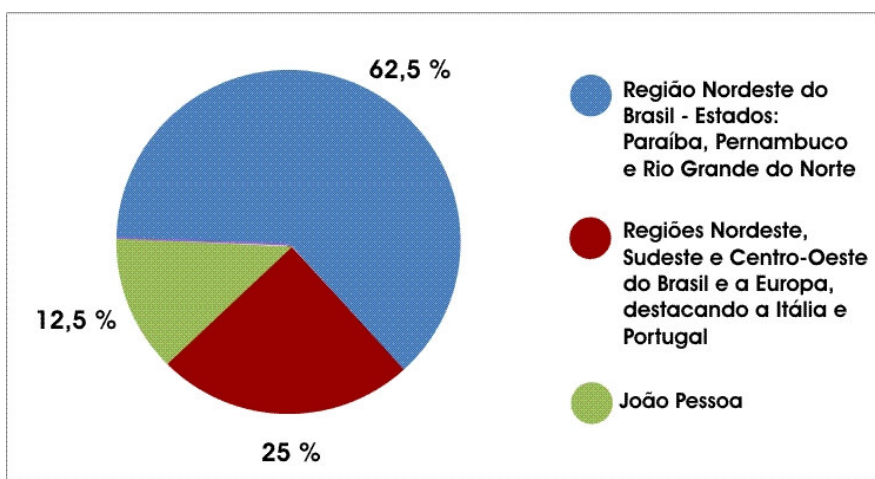


Gráfico 2: Áreas atendidas pelas MPEs.
Fonte: Pesquisa de campo (2007)

É importante destacar que algumas pessoas ligadas às Cooperativas de Artesanato fazem constantes viagens pelo Brasil. Isto evidencia, na presente pesquisa, a existência de um alto percentual de MPEs paraibanas atendendo as mais diversas regiões do país. É possível

perceber que o *Design* contribuiu agregando valor aos produtos desenvolvidos, inserindo-os em novos mercados.

Em relação à Parte II do formulário de pesquisa referente aos Serviços de Consultoria em *Design* prestados, têm-se:

a) Prestação do serviço de consultoria em *Design*:

Em relação aos motivos que levaram o empreendimento a se interessar por esse serviço de Consultoria em *Design*, 50% responderam “dificuldade de inovação do produto, necessidade de aumentar as vendas e o lucro”; 37,5% disseram precisar de ajuda externa para “divulgar novo produto e/ou serviço” e os outros 12,5% disseram que o “SEBRAE entrou em contato com a empresa e ofereceu seus serviços”.

O percentual de 12,5% das empresas procuradas pelo SEBRAE demonstra, que o serviço de consultoria em *Design* tem muito a crescer, desde que tenha uma maior divulgação e uma política de prospecção no mercado paraibano. Frente ao crescimento das MPEs no Estado. O número de novas MPEs formais na Paraíba aumentou 34% em 2007. Segundo dados da Junta Comercial da Paraíba, 1.433 novos estabelecimentos foram registrados, em 2007, em relação ao ano de 2006. (JORNAL A UNIÃO, 2008)

Sobre a continuidade da prestação do serviço de consultoria, 87,5% dos entrevistados responderam que continuam utilizando-o, enquanto que 12,5% responderam que não.

Percebe-se então que as MPEs pesquisadas reconhecem a proximidade existente entre o *Design* e a Inovação. Evidenciando que as empresas estão cada vez mais preocupadas com sua capacidade de gerar produtos diferenciados e competitivos, pois os consumidores têm exigido cada vez mais desses produtos.

Dentre as empresas que afirmaram continuar utilizando o serviço, apenas 01(uma) relatou contratar esses serviços frequentemente, sempre em datas comemorativas. As demais não seguiam nenhuma frequência determinada, argumentando não ter capital disponível para investir de forma continuada.

b) Tipos de serviços prestados pela Consultoria:

O Gráfico 3 demonstra os tipos de serviços prestados pela Consultoria em *Design* do SEBRAE/PB em parceria com a Rede PB de *Design*.

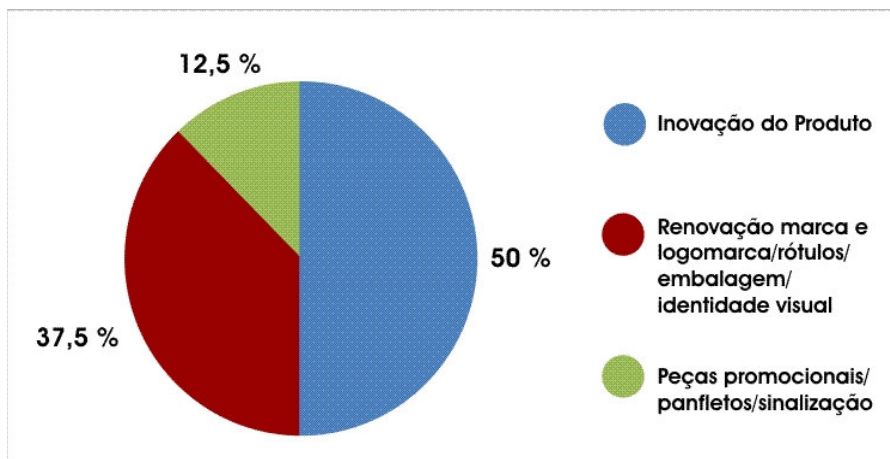


Gráfico 3: Percentual dos serviços de consultoria em *Design*.
Fonte: Pesquisa de campo (2007).

Os serviços demandados pelas empresas pesquisadas estão relacionados ao Design de Produto (desenvolvimento de roupas, bolsas, jóias e tapetes) e ao Design Gráfico (projetos de identidade visual: criação de marcas, logomarcas, rótulos, embalagens, panfletos e sinalização).

c) Níveis de Satisfação pelo serviço prestado:

Sobre a opinião de cada entrevistado a respeito se houve ou não melhoramento de seus produtos/serviços, a partir do serviço de consultoria prestado, 75% dos entrevistados se mostraram satisfeitos.

No tocante ao que melhorou nos seus produtos e serviços, após a utilização do serviço de Consultoria em *Design*, 37,5% apontaram qualidade, vendas, lucro e inovação; 25% qualidade, apresentação do produto e a entrega; 12,5% indicaram melhor apresentação do produto, e 25% não indicaram nenhuma melhoria.

Além dos atributos de melhoramento já apresentados, é importante destacar que as empresas afirmaram que o serviço também melhorou a imagem da empresa, pois os serviços de identidade visual permitiram que os consumidores associassem o produto à imagem da empresa.

Uma empresa colocou que usa sempre os serviços de Consultoria em *Design* para “manter a marca”, ou seja, para fidelizar o cliente, mas não percebeu melhora satisfatória nas suas vendas e lucros.

Sobre a percepção dos funcionários da empresa, concorrentes e clientes referente à melhoria nos produtos e serviços desenvolvidos no empreendimento após a Consultoria em *Design*, 75% dos entrevistados responderam que, em termos gerais, houve essa percepção por parte dos sujeitos acima descritos, enquanto que 25% não identificaram nada.

Sobre a intenção de utilizar novamente os serviços de consultoria em *Design* do SEBRAE/PB, baseada na satisfação da empresa, 87,5% dos entrevistados utilizariam/utilizam novamente esse serviço, enquanto que 12,5% não.

Os que já repetiriam os serviços de Consultoria em *Design* do SEBRAE/PB disseram ter gostado dos serviços inovadores, dos consultores que souberam adequar os recursos disponíveis às necessidades da empresa, do fato dos serviços terem atendido e/ou superados as suas expectativas, e do *Design* ter criado novas oportunidades de negócio.

Contudo, alguns relataram não ter gostado da demora no atendimento às solicitações dos serviços requeridos.

5 Considerações Finais

Após a realização da pesquisa de campo, documental e da análise dos dados, foi possível constatar os seguintes pontos fortes relacionados aos serviços de consultoria em *Design* oferecidos pelo SEBRAE/PB e Rede/PB de *Design*:

- Alto potencial de criação e inovação;
- Qualidade nos produtos e/ou serviços desenvolvidos;
- Alta demanda pelo *Design* de Produto e pelo *Design* Gráfico;
- Existência de uma política de preços atraente ao mercado, visto que o SEBRAE/PB subsidia uma parte significativa do valor cobrado pelos consultores na prestação desses serviços.

Paralelamente aos pontos acima, também foi possível verificar os seguintes pontos fracos:

- Quantidade relativamente baixa de empresas atendidas;
- Quantidade insuficiente de material de divulgação sobre a importância do *Design* para as MPEs;
- Demora em atender as solicitações dos serviços requeridos;
- Dificuldades quanto aos aspectos gerenciais das coordenações dos Núcleos de Inovação e *Design* da Rede/PB de *Design*, bem como quanto à prospecção de mercado;

Nas últimas décadas, o *Design* vem ganhando destaque e redefinindo suas funções, ganhando o *status* de atividade estratégica.

Com este trabalho foi possível perceber que aos poucos as MPEs vêm reconhecendo o *Design* como uma importante ferramenta estratégica e como um diferencial competitivo no mercado. Podendo ser então, a Consultoria em *Design*, uma tática eficiente nos dias atuais para as empresas e para os *Designers*.

Referências

- BÜRDEK, Bernhard E. **História, teoria e prática do Design de produtos**. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.
- CROCCO, Luciano; GUTTMANN, Erik. **Consultoria empresarial**. São Paulo: Saraiva, 2005.
- FISHER, Roger; URY, William. **Manual de procedimentos de consultoria nas micro e pequenas empresas do SEBRAE-GO**. Rio de Janeiro: SEBRAE, 1994.
- IBGE. **Estatísticas do cadastro central de empresas 2002**. Rio de Janeiro: IBGE, 2004.
- JACINTHO, Paulo Ricardo Becker. **Consultoria empresarial: procedimentos para aplicação em micro e pequenas empresas**. 2004. 137 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção) Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.
- JORNAL A UNIÃO. **Microempresas têm crescimento de 34%**. 14-Fev-2008. Disponível em: http://www.paraiba.pb.gov.br/index.php?option=com_content&task=view&id=26334&Itemid=2. Acesso em: mar. de 2008.
- LOJACONO, Gabriela; ZACCAI, Gianfranco. Um novo modelo de negócio. **HSM Management**. ano 8, v. 6, n. 47, p. 99-143, nov.- dez. 2004.
- SANTOS, Flávio Anthero dos. **O Design como diferencial competitivo**. 2.ed. Itajaí: Ed. Da Univali, 2000.
- SEBRAE. **Banco de dados de consultoria em Design**. João Pessoa: SEBRAE, 2007.
- _____. **Sobrevivência e mortalidade das empresas paulistas de 1 a 5 anos**. São Paulo: SEBRAE, 2005a. Disponível em: <http://www.sebraesp.com.br/principal/conhecendo%20a%20mpe/mortalidade%20de%20empresas/documento_de_mortalidade_de_empresas/mortalidade_04_05_v2.pdf>. Acesso em: 05 mar. 2007.
- _____. **Boletim estatístico de micro e pequenas empresas**. [s.l]: SEBRAE, 2005b. Disponível em: <[http://www.dce.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/03DE0485DB219CDE0325701B004CBD01/\\$File/NT000A8E66.pdf](http://www.dce.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/03DE0485DB219CDE0325701B004CBD01/$File/NT000A8E66.pdf)>. Acesso em: 05 mar. 2007.
- SOUZA, Lázaro Evair de. A saída é o Design. **Pequenas Empresas Grandes Negócios**. ano XIV, n. 165, p. 44-53, out. 2002.
- VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- VIEIRA, Eduardo. **A importância do Design para as empresas e indústrias... o valor do Design**. Disponível em: <<http://www.sobresites.com/Design/artigos/valordoDesign.htm>>. Acesso em: 28 ago. 2007.