CARTILHA SEBRAE DO

ARTESANATO

COMPETITIVO BRASILEIRO



Especialistas em pequenos negócios / 0800 570 0800 / sebrae.com.br

SEBRAE



Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae

CARTILHA SEBRAE DO ARTESANATO COMPETITIVO BRASILEIRO

Sebrae
Brasília-DF
2016

© 2016. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro
e Pequenas Empresas – Sebrae
TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

A reprodução não autorizada desta publicação, no
todo ou em parte, constitui violação dos direitos
autorais (Lei nº 9.610/1998)

Informações e contatos
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e
Pequenas Empresas – Sebrae
SGAS 605 - Conjunto A
CEP: 70200-904 – Brasília–DF
Telefone: (61) 3348.7433
www.sebrae.com.br

Sebrae Nacional

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional
Robson Braga de Andrade

Diretor-Presidente
Guilherme Afif Domingos

Diretora Técnica
Heloisa Regina Guimarães de Menezes

Diretor de Administração e Finanças
Vinicius Nobre Lages

Unidade de Atendimento Setorial Comércio

Gerente
Juarez de Paula

Responsável Técnica
Durcelice Cândida Mascêne

Equipe Técnica
Durcelice Cândida Mascêne
Denise Trevellin Forini
Maira Fontenele Santana

Apoio Técnico
Vicente Scalia Neto

Consultor Conteudista
Eduardo Barroso Neto
Ser Criativo Empreendimentos Culturais
do Brasil Ltda S/C.

Consultor Pedagógico
Alexandre Hamilton Oliveira Santos
Pertença Assessoria e Consultoria Ltda.

Projeto gráfico
Chica Magalhães – Grupo Informe Comunicação
Integrada

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO 6

ANTECEDENTES HISTÓRICOS 12

O PASSO A PASSO PARA UMA NOVA POSTURA DIANTE DO MERCADO 17

.1 SEJA INOVADOR 20
.2 FAÇA TUDO COM QUALIDADE 24
.3 TENHA ORGULHO DE SUA CULTURA 28
.4 NÃO SE ESQUEÇA DA EMBALAGEM 32
.5 TRABALHE COM SEGURANÇA 34
.6 PENSE VERDE 36
.7 ORGANIZE SUA PRODUÇÃO 40
.8 SAIBA DEFINIR O PREÇO DE SEU PRODUTO 42
.9 APRENDA A VENDER MELHOR 46
.10 SEJA UM EXEMPLO EM SUA COMUNIDADE 50
.11 PLANEJE SEU FUTURO 52



APRESENTAÇÃO

Uma cartilha é como um "manual de uso", desses que às vezes vêm junto com um novo aparelho eletrônico. Nos últimos anos, esses produtos ficaram tão mais complexos que exigem um conhecimento especializado para entender todas as possibilidades de funcionamento. Esses novos aparelhos deveriam ser de uso intuitivo, sonho de todo designer, mas nem sempre conseguem ser e revelar todo seu potencial de uso. Muitas funções nunca serão utilizadas, não porque as pessoas não gostam, apenas porque desconhecem sua existência. Os tempos mudaram. Os produtos não são mais desmontáveis, reparados domesticamente. Exigem um conhecimento novo ou um "manual de uso". O mesmo está acontecendo com o artesanato.

Lançar um produto no mercado artesanal exige agora, daquele que o produz, um novo conhecimento, além da técnica que domina. Precisa conhecer o mercado, as tendências e as demandas. Vivemos hoje em um mundo tecnológico que criou novas formas de comunicação e comercialização. A inclusão digital é o novo desafio para todos que produzem um objeto, seja esse necessário ou de desejo, industrial ou artesanal.

Viver apenas do talento, sem se preocupar com o mercado, é um privilégio de poucos artistas. Mesmos aqueles que são muito bons devem adequar-se às novas regras para produzir arte com as mãos.

O artesanato é um segmento de mercado que a cada ano ganha maior importância. Hoje existem feiras especializadas em artesanato capazes de movimentar cinco milhões de reais diários em venda

de varejo. O Brasil, e a maioria dos países da América Latina, possuem programas e políticas de apoio ao artesanato atestando seu crescente reconhecimento e importância.

Como em todo segmento do mercado, quanto maior a oferta, maior é a exigência de qualidade e de preço justo. E a qualidade não é somente aquela percebida. Muitos compradores querem saber por quem e em quais condições aqueles objetos foram produzidos.

Além disso, o preço deve ser compatível com a qualidade do trabalho resultante da expertise de quem o produziu. Por não estarem atentos a estas questões, muitos artesãos desistem da atividade e são obrigados a buscar outra forma de trabalho.

Ser competitivo hoje é uma questão de sobrevivência. Não basta ser bom naquilo que se faz; é preciso saber vender esse diferencial e saber conquistar o coração e a mente das pessoas.

Compra-se aquilo que se necessita ou que se ama. E o artesanato, em alguns casos, pode representar as duas coisas.

Quando se trata de produtos utilitários, a demanda tem sido suprida, principalmente, pelos países asiáticos, capazes de se diferenciarem no preço em função de sua capacidade e condições de produção. Conseguem colocar no mercado mundial produtos com preços acessíveis para necessidades imediatas. Se serão duráveis ou não é outra questão. No entanto, seduzem pelo

preço e pela relação custo x benefício. Portanto, o produto (industrial ou artesanal) que compete no preço, na verdade está competindo com dois terços dos habitantes do planeta, que ganham menos de cinco reais por dia de trabalho.

O artesanato evoluiu junto com a evolução da sociedade, guiada em parte pela economia da experiência, que relaciona produtos ou serviços com o momento vivido. Isso explica porque o preço de um cafezinho em um bar de Paris (sonho de viagem de quase todas as pessoas) pode custar vinte reais. Um real pelo café e dezenove reais por estar ali, naquele lugar, naquele momento.

As pessoas pagam pelo prazer que proporciona, aquele momento, não somente a um, mas aos cinco sentidos.

Assim deve ser o artesanato competitivo: capaz de relacionar sentimento e memórias.

Esta Cartilha pretende ser esse "manual de uso" necessário para conduzir o artesanato brasileiro na melhoria de sua qualidade, ser conhecido e valorizado em toda a sua diversidade.

Seguir as recomendações será caminhar na mesma estrada daqueles que tiveram êxito e reconhecimento, e mais do que sobrevivido, cresceram diante dos olhos do mundo. Essas são as unidades produtivas TOP 100 do artesanato. Procure copiá-las naquilo que possuem de melhor. Um olhar mais generoso com seu entorno, sua cultura, suas crenças. São as unidades de produção

artesanal premiadas com o TOP 100 que tiveram a maior pontuação na análise dos onze critérios que definem o prêmio. Cada critério estabelecido pelo TOP 100 é como uma recomendação, que precisa ser vivida e comprovada. São aspectos, muitas vezes, relacionados ao comportamento, diante do trabalho e do mercado. Esses onze critérios são o desafio para aqueles que ainda não o praticam.

Antes de começar a ler os onze critérios, responda as seguintes perguntas: Qual é o seu mercado? Quem compra seus produtos? Qual o perfil do seu comprador? Saber quem é o seu consumidor é a condição básica para que esse Manual ou Cartilha possa funcionar.

Você sabia que o artesanato brasileiro é consumido, acima de tudo, por brasileiros, dentro e fora do País? Depois de saciado o desejo por consumir produtos de todo o mundo, privados de entrar no Brasil durante séculos, os brasileiros redescobriram a si próprios. O artesanato é hoje visto como um objeto de identidade. Ele é a memória de um tempo e de um lugar, capaz de trazer a chave da porta de acesso a emoções e sentimentos vividos.

A parcela de estrangeiros que compra o artesanato brasileiro o faz pelas mesmas razões. Querem produtos que correspondam às suas expectativas, capazes de emocioná-los a tal ponto que o desejam ter em casa e diante de seus olhos. As pessoas compram sonhos e desejos, depois de satisfeitas suas necessidades essenciais.

Assim, saber quem é seu cliente é uma condição fundamental para tirar o maior proveito dessa Cartilha. O outro pré-requisito é o talento. Sem ele nada se constrói. O talento é a luz que ilumina a inteligência. Todos o possuem em uma de suas muitas formas de expressão. E a expressão manual é uma delas.

Através da habilidade, do conhecimento e do compromisso consigo mesmo o artista se diferencia dos demais, traduzindo, naquilo que faz, sua visão pessoal e singular do mundo que o cerca. Produz peças únicas e sempre diferentes. No entanto, quando reproduz um objeto em uma escala comercial o artista assume o papel de artesão. Substitui o tempo e o esforço dedicado à criação ao tempo necessário para produção.

Existe o talento para criar e o talento para fazer.

Entretanto, qualquer um deles necessita, para se desenvolver, de solo fértil para gerar suas ideias e exercer seu ofício. O ambiente de trabalho, assim como a forma de trabalhar, produzirá um resultado melhor se forem utilizadas as melhores práticas.

Algumas destas melhores práticas estão apresentadas nesta Cartilha.



ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Uma olhadinha para trás para depois enxergar lá na frente

O artesanato brasileiro vive, hoje, seu melhor momento. Existe um mercado demandante e crescente, formado, em sua maioria, por jovens, com maior grau de instrução e poder econômico que relacionam o artesanato com memória vivida ou sonhada e com história e identidade.

Os consumidores do artesanato brasileiro representam uma tendência contra àqueles que decoram suas casas e suas vidas com objetos exógenos ou lembranças de países nunca visitados.

Esse novo amor pelas coisas do Brasil começou com os preparativos das festividades dos 500 anos do Descobrimento. Evoluiu com o Ano do Brasil na França, e se generalizou com a Copa do Mundo e, agora, as Olimpíadas. O Brasil entrou na moda. Muitos produtos brasileiros se transformaram em bens simbólicos. Da sandália Havaianas ao artesanato, nunca houve tanta demanda por produtos fabricados aqui e com a cara do Brasil.

No entanto, até pouco tempo atrás, o artesanato era uma atividade marginal, com políticas públicas restritas à esfera do bem-estar social. Uma baixa demanda de artesanato correspondia a uma baixa oferta e vice-versa. Aloísio Magalhães, patrono do design no Brasil, argumentava que o artesanato no Brasil não existia verdadeiramente, apenas uma imensa disponibilidade para o "fazer". Não queria, com isso, desqualificar nossa cultura material popular, mas tratava da inexpressividade ou inexistência de um nicho de mercado para o incipiente e pouco diversificado artesanato brasileiro.

Poucos eram os arquitetos que utilizavam o artesanato em seus projetos de ambientações. Uma das pioneiras foi Janete Costa, pernambucana como Aloísio.

Em 1995, o Ministério da Indústria e Comércio assume a responsabilidade de coordenar um Programa de apoio ao Artesanato Brasileiro, o PAB. Uma política pública começa a existir para os artesãos, identificando, quantificando e qualificando a oferta (os artesãos e suas oficinas), além de ações de promoção e capacitação.

Em 1998, o Sebrae Nacional incorpora, em sua política de atuação, a responsabilidade de apoiar os artesãos e tirá-los da informalidade.

Para isso, foi necessário formular um plano de trabalho e capacitar os agentes técnicos. Através de um curso organizado pela Cooperação Espanhola, realizado em Ouro Preto, inicia-se o processo de criação dos programas estaduais de artesanato do Sebrae.

A partir da criação de seu Programa de Artesanato, o sistema Sebrae patrocina a realização de pesquisas iconográficas em quase todos os estados do Brasil, promove dezenas de oficinas de criação entre designers e artesãos; organiza feiras de negócios, concursos, cursos e milhares de ações diretas e indiretas de apoio ao artesanato.

Os investimentos realizados pelo Sebrae foram decisivos para tirar o artesanato brasileiro da informalidade e ganhar um novo status e reconhecimento social.

Na medida em que o Sebrae aprofundava seu conhecimento da realidade da produção artesanal brasileira, melhor direcionava sua política de atividades, privilegiando a promoção dos casos de sucesso por seu efeito demonstrativo e didático. Para não fazê-lo de modo imparcial, ou pressionado por questões políticas, o Sebrae cria o Prêmio TOP 100 do Artesanato. Esse prêmio teria duas funções: a primeira, identificar e revelar unidades produtivas que estão tendo o melhor desempenho frente ao mercado; a segunda, difundir alguns conceitos e valores que determinam o compromisso maior com a cultura, com a sociedade e com o meio ambiente.

O envolvimento do Sebrae com o artesanato brasileiro assume um protagonismo positivo ao investir em pesquisa e memória, propostas e reflexões, limites e possibilidades. O Termo de Referência para atuação do Sistema Sebrae no Artesanato, publicado em 2004 e reeditado em 2010, definiu as bases teóricas e conceituais sobre sua política de atuação para o artesanato brasileiro de referência cultural.


RO DE
EFERÊNCIA DO
RTESANATO
RASILEIRO
OBJETO

E O FUTURO?

Consciente de sua missão institucional como principal agente de transformação socioeconômico e cultural do artesanato brasileiro, o Sebrae se empenha, agora, na Criação do CRAB – Centro de Referência do Artesanato Brasileiro, inaugurando um espaço permanente e nobre, no coração do Rio de Janeiro, para abrigar o melhor que o Brasil produzir no artesanato.

O PASSO A PASSO PARA UMA NOVA POSTURA DIANTE DO MERCADO

Esse passo a passo, proposto no Termo de Referência do artesanato, enumera as oito etapas, de modo sequencial:

- **Defina seu cliente**: Ele definirá seu negócio e não o contrário. Portanto, **identifique a demanda**. Procure saber o que seu cliente deseja e o que pode encantá-lo. Uma simples pesquisa com uma pequena amostragem pode fornecer elementos importantes para orientar a produção.

Estações do ano, festas de calendário e eventos específicos são oportunidades para uma oferta artesanal temática e de qualidade.

- **Identifique a oferta**: Procure saber quem são seus concorrentes, reais e potenciais. Identifique suas fraquezas, pois essas serão suas oportunidades. Lembre-se de suas deficiências, pois essas são suas fragilidades que precisam ser superadas. Conheça sua cultura e os elementos que o tornam uma pessoa única, em um lugar único e singular. Sua cultura é seu maior patrimônio. Inspire-se nela ao criar seus produtos.

- **Desenvolva um produto que emocione**: Que seduza e traga alegria, que seja memória, que conte histórias. As pessoas anseiam por novidades. Um objeto banal do cotidiano, quando relacionado com um tempo e lugar ganha uma dimensão simbólica, passa a ser um objeto de culto ou de desejo.

- **Melhore o processo**: Faça uma produção limpa, sem desperdícios. Divida o trabalho em função das habilidades e conhecimentos, organize as atividades e atribua tempo e valor a cada atividade. Defina um fluxo de atividades racionais e que melhore sua produção. Defina, assim, o preço justo.

- **Capacite**-se: Esteja atento às mudanças do mercado. Novos nichos, novos concorrentes, novas demandas e participe das feiras e eventos do setor para prospectar oportunidades, fazer

parcerias estratégicas e sentir a reação do mercado às novas propostas. Sobretudo, capacite, também, outras pessoas para a produção, forme novos talentos e uma nova geração de artesãos capacitados.

- **Agregue valor**: Coloque em evidência as qualidades de seu produto. Relacione-o a um tempo e lugar. Faça uma certidão de nascimento na forma de etiqueta, crie uma embalagem que proteja o produto no transporte. Crie, cultive, use e valorize uma marca própria. O que você faz é único, não existe outro igual, portanto mostre essa diferença.

- **Divulgue seu produto**: Tenha seu canal próprio de comunicação digital com o mundo. Seja através de um site, um *blog,* ou simplesmente um perfil social, mostre seu produto. Participe de eventos, exposições e concursos. Procure falar diretamente com seu cliente, mesmo que seja através das redes sociais.

- **Comercialize do modo justo**: Garanta qualidade, preço e prazo de entrega dos produtos. Não prometa fazer mais do que está capacitado. No entanto, se prepare para aumentar sua produção, pois os ventos estão soprando a favor do artesanato brasileiro.



.1 SEJA INOVADOR

Seja qual for o seu negócio, ou o produto que esteja fazendo, lembre-se de que nesse momento alguém pode estar pensando em como fazer o mesmo de modo melhor, mais bonito ou mais barato. O preço que se paga pela inovação é que terá sempre alguém querendo te copiar. Por isso, esteja sempre criando algo novo, fazendo diferente e evoluindo.

Isso não significa esquecer o passado, deixar de fazer aquilo que aprendeu a fazer e que faz muito bem, ao contrário, valorizar o passado não impede de visualizar o futuro. Seu passado é sua memória, sua cultura e sua experiência, esse é seu verdadeiro patrimônio que ninguém poderá tirar de você. Valorize isso. Descubra, dentro de você mesmo, aquilo que está esperando para nascer de suas mãos.

Inovar não é inventar. Inovar é colocar algo, que foi inventado, no mercado. Se não existe mercado para comprar ou usar aquilo que você criou não existe inovação. Inovar pode ser mudar a forma, a aparência, o processo de produção, o uso de novos materiais e novas técnicas ou um novo destino para o produto. Faça isso com um olho no mercado, procurando ver o que as pessoas necessitam ou desejam. Criar uma família de produtos a partir de um produto de sucesso é um modo de aumentar seu ciclo de vida. Cada nova temporada, estação do ano, ou celebrações tradicionais são uma excelente oportunidade para lançar uma nova coleção de produtos artesanais, desenvolvidos sob um tema, mantendo, contudo, as características que o consagraram.

Durante muitos anos, predominou uma corrente de pensamento que defendia a preservação do artesanato das influências do mercado, devendo o mesmo manter-se fiel às tradições. Este

raciocínio se mostrou equivocado por duas razões: a primeira delas é que se pensava apenas no artesanato tradicional, esquecendo-se de outras categorizações, dentre elas o artesanato urbano e contemporâneo; o segundo equívoco era a crença da existência, no mercado, de uma parcela importante de consumidores que se mantinham fiéis às tradições não desejando uma renovação na aparência dos produtos de sua eleição. Estas visões foram suplantadas pela realidade de um mercado que se renova permanentemente, ávido por inovações constantes.

Esta pressão pelo "novo" se deve ao crescimento dos meios e formas de comunicação e pela globalização do comércio. Os consumidores, principalmente os mais jovens, adquirem bens e serviços movidos pela novidade. O desejo de estar em dia com o que acontece no mundo passou a ser uma das preocupações, às vezes inconsciente, de um grupo de consumidores que deseja algo que lhes toque o coração e a mente, e que seja diferente daquilo que já conhecem.

Para criar novos produtos, singulares e atraentes, é necessário saber o que o mercado deseja e necessita. Pesquisas de demanda não são complicadas, custosas, nem difíceis de fazer, como muitos pensam. Essas consultas ao mercado podem ser feitas por amostragem, com pequenos grupos de consumidores, e, assim, conhecer melhor suas preferências e rejeições. Especialistas em pesquisa de mercado, credenciados pelo Sistema Sebrae, podem prestar esses serviços atendendo às necessidades de informação das unidades de produção.

Uma grande parcela dos produtos artesanais tem origem desconhecida, pois é o resultado de cópias sucessivas. Este é um vício profissional que precisa ser corrigido, pois a massificação do produto artesanal concorre para a perda de sua qualidade e a redução de preço futuro, numa espécie de canibalismo comercial. Quando todos os produtos são iguais sobrevive aquele que tiver o menor preço com uma boa qualidade. A estratégia mais acertada é investir na diferenciação qualitativa, fazer diferente e com maior qualidade (técnica, estética, etc.).

Esse esforço de inovação não é trivial. Deve ser realizado com a colaboração de designers experientes que possam preservar as características técnicas, sociais e culturais que os produtos artesanais possuem por meio de seus vínculos à cultura local. O segredo é inovar sem descaracterizar.



.2 FAÇA TUDO COM QUALIDADE

A qualidade de um produto artesanal é a soma de vários atributos positivos. São eles: a qualidade estética (a beleza), a qualidade de acabamento (a técnica) e a qualidade de uso (a função).

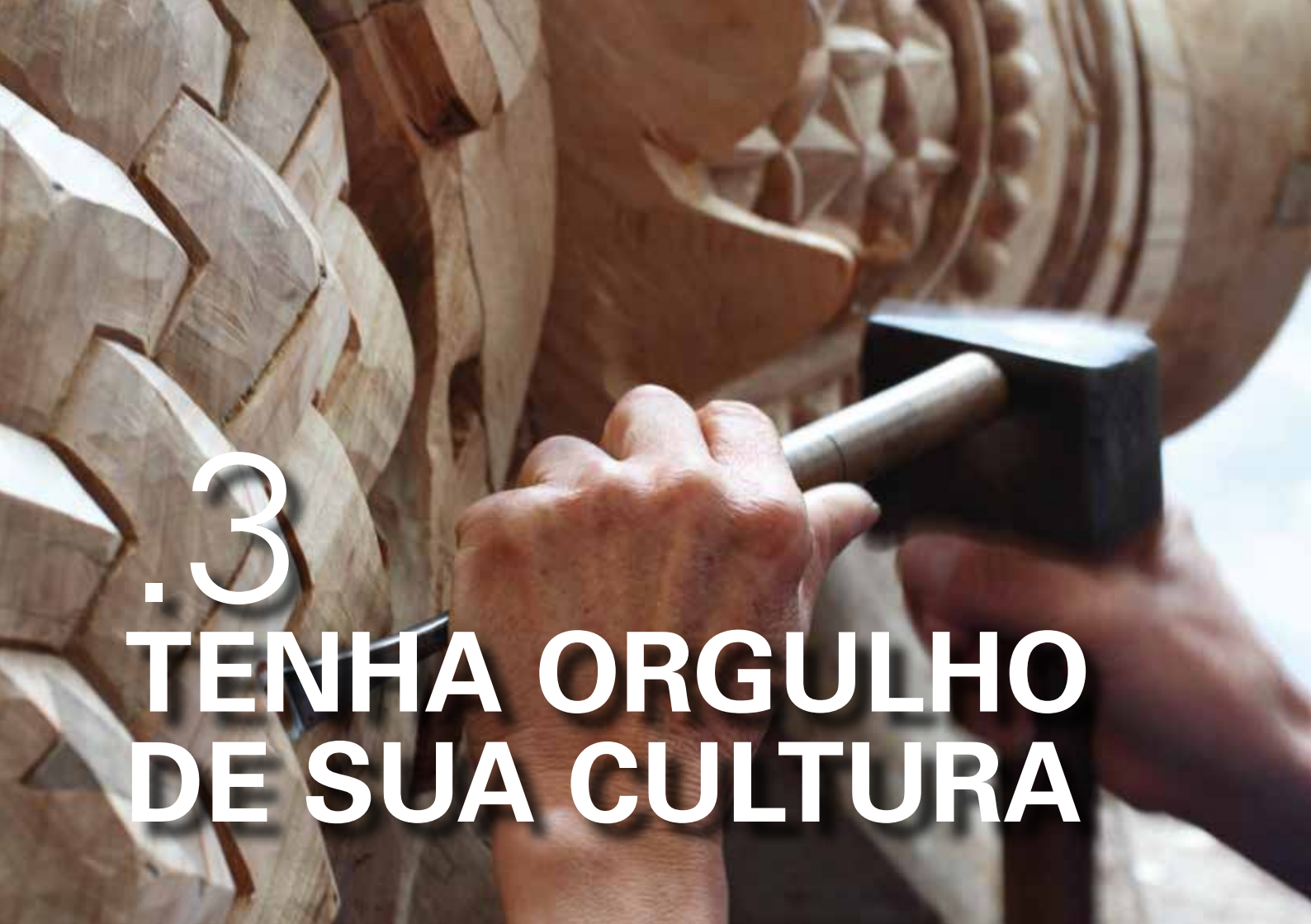
A qualidade estética de um produto, embora seja um aspecto de avaliação subjetiva, pode ser, contudo, analisada a partir de alguns aspectos particulares, tanto na forma, como no uso das cores e dos motivos. O excesso de elementos visuais pode atrapalhar a percepção do produto, ou, fazendo uma comparação, é como um ruído estranho quando se ouve uma música. Lembre-se que menos é mais. Quanto menos elementos você utilizar para explicar uma ideia melhor será, sejam palavras, imagens, cores ou formas.

Embora o conceito de beleza possa variar em tempo e lugar, e de acordo com a cultura de cada um, dizem que o mau gosto é sempre dos outros. O que para você pode ser bonito, para outra pessoa pode ser feio. O que para você pode ser bom, para outra pessoa, pode ser ruim. Tudo é uma questão de ponto de vista. Existem, no entanto, alguns elementos de aceitação universal, principalmente as noções de harmonia e equilíbrio que provocam, nas pessoas, uma sensação de prazer ou de rejeição. Os seres humanos buscam, instintivamente, o equilíbrio, principalmente em função da lei da gravidade. Tudo o que está em desequilíbrio é instável e pode cair. A harmonia é o resultado que se obtém quando a soma dos elementos que compõe um produto (cores, texturas, ritmo, movimento) se completa formando algo único e de valor. Isso é harmonia.

A qualidade de uma peça artesanal é percebida também nos detalhes de finalização evidenciando a destreza e o domínio da técnica pelo artesão. Em uma unidade artesanal, as funções são atribuídas em razão da destreza de cada um, sendo a finalização da peça sempre reservada aos mais habilidosos e criativos. Tarefas mais elementares como preparação da matéria-prima e construção dos elementos básicos de uma peça é tarefa dos aprendizes. É preciso dominar, primeiro, a técnica para depois poder criar um diferencial de qualidade. Novos produtos buscam unir materiais e processos diversos para compor uma peça, buscam agregar valor sem aumentar o custo.

A qualidade de uso é traduzida na facilidade de manuseio, de limpeza e de manutenção da peça artesanal, principalmente, quando se trata de um produto utilitário.





.3 TENHA ORGULHO DE SUA CULTURA

Sua cultura é tudo aquilo que diferencia você do resto do mundo. É o mundo que o cerca e que você conhece tão bem. Dele fazem parte algumas coisas que, de tão vistas, não são mais percebidas ou de tão tocadas já não são mais sentidas, mas são exclusivas de seu mundo material. Uma paisagem, um lugar, uma história, um momento, são estes os elementos sobre os quais deve pensar ao criar uma nova peça. Cada artesão é uma pessoa única, diferente de todos os outros habitantes do planeta, esse é seu segredo, seu patrimônio, sua singularidade, que as pessoas tanto buscam ao comprar uma peça artesanal. O toque da mão impresso naquele produto, por uma pessoa do lugar, representando um tempo e momento. São esses elementos que configuram sua identidade e o distinguem em um mercado global cada vez mais homogeneizado.

Um produto artesanal traz consigo uma história. Essa informação é o que lhe confere o sentido de pertencimento, de fazer parte de um lugar e de um momento específico. Os produtos naturais e artesanais devem possuir uma espécie de "certidão de nascimento" e serem relacionados com a cultura de sua região de origem.

Mesmo constantemente renovado, o produto deve manter algumas características fiéis ao repertório simbólico regional. Pesquisas realizadas sobre a identidade e iconografia regional podem apontar os elementos pictóricos, formais e cromáticos mais adequados a serem utilizados. Uma etiqueta com os dados do produto, sua origem e sua história é uma exigência do mercado.

Qualquer produto que aspire a um bom posicionamento necessita de uma imagem visual adequada (marca, logotipo, embalagens, etiquetas) e demais elementos gráficos especialmente projetados. A imagem de uma empresa e de seus produtos – não importa sua dimensão ou a natureza de suas atividades – é armazenada na mente dos consumidores através de representações simbólicas. Uma marca é mais do que a síntese visual de um negócio, é a própria essência do negócio traduzida em um elemento gráfico, como um código de acesso ao repertório de emoções, sentimentos e percepções que se tem daquele empreendimento, produto ou serviço.

Para muitas empresas seu nome e sua marca valem mais que seu patrimônio físico, com o artesanato isso não é diferente. Algumas unidades artesanais conseguiram uma projeção tão grande no mercado que hoje sua marca faz com que seus produtos tenham um preço diferenciado da concorrência.

Portanto, todo artesão deve investir na melhoria e na consolidação de sua imagem, criando e utilizando de modo ordenado elementos próprios de identificação. Essa é uma tarefa especializada que deve ser considerada como um investimento e não um custo, já que o resultado sempre se traduz na melhoria das vendas e do posicionamento no mercado.





.4
NÃO SE ESQUEÇA DA EMBALAGEM

Para cada tipo de produto existe uma embalagem específica e adequada que, além de proteger seu conteúdo, deve conter elementos que permitam identificar procedência, matérias-primas e informações importantes sobre o produto e quem o produziu.

Pense na embalagem do produto artesanal como uma parte necessária e indispensável, embora efêmera. Por isso, faça uma correta escolha dos materiais, que podem ser, inclusive, sobras de produção. O importante é proteger o produto e levar informações sobre ele. Basta uma pequena etiqueta, que custa centavos, com a foto do artesão ou da unidade de produção para incrementar o valor da peça artesanal. Informações sobre as características e a origem do produto conferem um status de objeto exclusivo e singular.

Para aqueles que produzem objetos frágeis, ter uma boa embalagem é tão importante como ter um bom produto, um não existe sem o outro. A função da embalagem no produto artesanal além de, obviamente, protegê-lo e facilitar seu transporte é, também, emprestar valor ao produto.

A utilização de embalagens genéricas pertencentes a uma associação ou cooperativa substitui apenas provisoriamente embalagens específicas para uma unidade de produção que aspira a uma vida própria e independente.



.5 TRABALHE COM SEGURANÇA

Dispor de condições de segurança e de conforto no local de trabalho é fundamental para alcançar eficiência e desempenho. Iluminação, ventilação, climatização, mobiliário e equipamentos seguros e adequados são necessários para ganhar competitividade.

O que para alguns pode ser considerado insalubre, perigoso ou inseguro, para outros pode não sê-lo. As noções de higiene, limpeza, conservação e adequação dos postos de trabalho podem variar de uma região para outra ou em função da tipologia artesanal trabalhada. Isso não significa que não existam condições mínimas necessárias e comuns a qualquer ambiente de trabalho. Excessos de ruído, de poeira, de fumaça e de sujeira, além de serem nocivos à saúde, comprometem a eficiência no trabalho.

O fato de um produto ser feito à mão não significa que ele seja rudimentar e sem qualidade, ao contrário, deve primar pela qualidade de execução e de acabamento. Para que isso aconteça, é necessário que a oficina do artesão seja organizada, limpa, com condições de trabalho adequadas, com boa iluminação, ventilação e conforto. Isso ajuda, inclusive, na prevenção de acidentes de trabalho. Não se pode esperar qualidade de produtos onde não existe qualidade de trabalho.

Qualquer atividade humana de produção manual de objetos gera algum tipo de fadiga ou risco de acidentes. Um mobiliário adequado e o uso de equipamento de proteção individual ainda é uma prática pouco usual nas unidades de produção artesanal. É difícil tê-los e, ainda mais difícil, usá-los. Negligenciar os aspectos relativos à segurança no trabalho, tais como não dispor de equipamento de proteção individual – EPIs, além de ilegal, é contraproducente. A segurança está acima de tudo.

As mãos e os olhos dos artesãos são seu maior e insubstituível patrimônio.



.6 PENSE VERDE

As preocupações com o meio ambiente não são um luxo mas, sim, uma necessidade de sobrevivência da espécie humana. A origem das matérias-primas e a destinação dos resíduos (sólidos e líquidos) gerados no beneficiamento e transformação são fatores decisivos para a aceitação de uma empresa no mercado internacional. O mesmo vale para o artesanato. Um produto que tem a dimensão do valor local não pode prejudicar esse mesmo ambiente onde foi concebido e produzido.

A origem das matérias-primas demonstra o compromisso social e ambiental da unidade produtiva e do grau de sua conscientização para a sustentabilidade. A essência do trabalho artesanal está, justamente, em se valer dos recursos locais e disponíveis em abundância para se tornar competitiva. No entanto, quando se trata da energia utilizada na produção, o uso de certos recursos locais nem sempre é o mais adequado, como é o caso da lenha ou carvão vegetal para alimentar os fornos de cerâmica. A utilização de fontes limpas de energia, de menor consumo e gasto, é mais recomendável.

A consciência ambiental transparece, também, no modo como são tratados os resíduos da produção, sejam estes sólidos ou líquidos. A preocupação com um mínimo de desperdício ainda é muito pouco usual.

Os consumidores mais conscientes, assim como muitos mercados compradores de produtos considerados naturais, estão começando a exigir um "selo verde" ou algo que explicite a origem das matérias-primas, o impacto sobre o meio ambiente dos processos produtivos e o uso de fontes limpas de energia.

Certos insumos e materiais perigosos, poluentes e tóxicos, não devem ser mais utilizados, presentes em muitas colas, vernizes e agentes químicos. O mercado quer produção limpa. A preocupação com o manejo das matérias primas, buscando sua reposição ou substituição, quando escassa, passou a ser uma questão de sobrevivência da atividade artesanal.

A máxima da sustentabilidade é "não consuma hoje sem repor aquilo que poderá faltar amanhã".





.7 ORGANIZE SUA PRODUÇÃO

As ferramentas são extensões das mãos dos artesãos. Quanto melhores, mais precisas e mais eficientes, melhor será o resultado do trabalho. Os grandes artistas sempre se utilizaram das melhores técnicas disponíveis em seu tempo. Certos processos, embora seculares ou tradicionais em certas regiões, podem ser substituídos por outros mais modernos sem que isso signifique descaracterizar o produto artesanal. Um torno a pedal pode ser substituído por um torno elétrico sempre que a situação econômica do artesão permitir ou, ainda, um forno a lenha pode ser substituído por um forno a gás, apenas para citar dois exemplos.

O posicionamento (layout) das máquinas, equipamentos e estações de trabalho na área de produção devem obedecer a uma lógica de eficiência, de modo a facilitar o desempenho de cada atividade. Rotinas documentadas permitem avaliar os tempos de cada tarefa e calcular os tempos de produção.

Eficiência produtiva não é somente cumprir os prazos nos contratos, mas também estar preparado para um possível incremento da demanda, dispondo de recursos instrumentais e humanos qualificados, preparados e com maior grau de eficiência e bom desempenho, assim como a racionalização das rotinas de trabalho e a definição das atribuições de cada trabalhador envolvido. Uma unidade competitiva possui pessoas desempenhando funções em virtude de suas habilidades e capacidades e de acordo com uma lógica produtiva. A divisão de trabalho e a rotatividade de funções são fatores determinantes para o incremento da competitividade.



8. SAIBA DEFINIR O PREÇO DE SEU PRODUTO

O preço de um produto não é somente o resultado da soma do tempo gasto acrescido do custo da matéria-prima. Seu preço deve ser calculado a partir de vários critérios, incluindo despesas de manutenção, amortização dos equipamentos adquiridos, investimentos na melhoria da unidade, impostos e lucro. Também devem ser considerados os preços praticados pela concorrência.

O artesanato, por se tratar de um bem de valor simbólico, deve ter seu preço fixado em função do público-alvo, pelo grau de aceitação e pela satisfação que proporciona. Isso não significa que o preço de um mesmo produto possa variar em função do local, do momento da venda ou do tipo de consumidor. A prática de definir o preço de venda de acordo com a "cara do freguês" ou da necessidade momentânea do artesão não é uma prática competitiva.

O profissionalismo de uma unidade de produção se reflete, principalmente, na hora da definição do preço dos produtos. Quanto maior o valor simbólico, menor é a importância dos custos na formação do preço final, embora estes devam ser conhecidos e controlados.

Um bom produto artesanal tem seu preço determinado pela demanda, que quanto mais elevada for, maior será a margem de lucro e, consequentemente, maior o ganho final para quem os produz.

O preço final de seu produto é o mercado que define, de acordo com aquilo que ele está disposto a pagar, porém nunca deve ser inferior do que a soma de seus gastos e compatível com sua expectativa.

Os melhores produtos puxam os preços para cima, possuindo um preço mais elevado que o de seus concorrentes. Seu produto deve estar entre os melhores para ter maior liberdade ao definir seu preço.

Para definir o preço de um produto, a primeira coisa é estabelecer um valor para sua hora de trabalho ou de sua oficina. Diz um velho ditado que um artista deveria ganhar, no mínimo, sua idade multiplicada por mil dólares por ano. Alguns acham isso um sonho, outros um desejo modesto. Procure saber quanto o mercado está disposto a pagar por seu tempo. Não somente o tempo produtivo, contado em minutos, mas também o tempo criativo, contado pelos anos e experiências vividas.

O artesanato está relacionado a uma experiência vivenciada pelo consumidor. Emoções de viagens e novas descobertas são tornadas perenes com duas ações principais: fotos dos lugares e situações vividas e a aquisição de um produto que lembre aquele momento. Eternize aquele instante em um objeto símbolo cuja visão permitirá trazer as lembranças e sensações experimentadas. Esta experiência incorpora valor ao produto. Isso é a Economia da Experiência, pois junto com um produto ou serviço vendemos, também, um elemento representativo da memória do momento.



.9 APRENDA A VENDER MELHOR

Artesãos que não cumprem prazos, que atrasam na entrega das encomendas, que não mantêm a qualidade constante de seus produtos e que mudam os preços constantemente estão fadados ao fracasso. Foi-se o tempo em que o mercado aceitava estas deficiências como excentricidades de artistas. É necessário tomar consciência de que um negócio é bom quando todos saem ganhando. Para vender mais e melhor é necessário ter o apoio de uma estrutura comercial, própria ou associada.

A aspiração de todo artesão (porém não dos artistas) é de ser um pequeno empresário de sucesso. E isto começa com o artesão mudando sua forma pessoal de ver seu próprio trabalho, como algo improvisado, informal e sem contratos.

O modo como uma unidade comercializa seus produtos é um forte indicador de seu grau de capacidade competitiva e de sua inserção no mercado. Quanto menor for a dependência da venda de varejo maior será seu desempenho competitivo.

E para vender é preciso tornar seu produto conhecido, essa é a função da propaganda. Se o produto for algo excepcional e limitado a uma área reduzida, a propaganda boca a boca pode funcionar. A propaganda ou publicidade convencional nos meios existentes não sustenta um produto no mercado se ele for ruim ou frustrar a expectativa dos consumidores. Em geral, os bons produtos se valem da propaganda e da publicidade como manutenção da imagem e reforço na memória dos consumidores.

Para alcançar seu público-alvo, as empresas se valem, hoje, de outras mídias não convencionais como os novos veículos de comunicação, principalmente a internet. A divulgação por meio eletrônico têm mostrado ser mais objetiva, mais econômica, mais eficiente e melhor direcionada. O comércio eletrônico é hoje a principal opção de compra dos consumidores de bens simbólicos distantes dos locais de produção. Os vínculos do artesão com seus consumidores não terminam com a venda, sendo necessária uma estrutura de logística reversa, permitindo a reposição de peças defeituosas ou danificadas.

Outro ponto importante é estar sempre olhando para o futuro. Uma dessas formas é estar bem informado, vendo tendências, conhecendo de perto os compradores potenciais. Isso é possível nas feiras e eventos de promoção e comercialização de artesanato. Com o incremento do número de feiras de artesanato, dentro e fora do País, maiores têm sido as facilidades de participação oferecidas pelos organizadores e patrocinadores e também as expectativas dos artesãos com relação ao resultado obtido neste tipo de evento.

Uma feira deve ser vista, também, como o melhor espaço para lançar novos produtos e aferir seu grau de aceitação pelo mercado, além de permitir a prospecção de novos negócios.



.10
SEJA UM EXEMPLO EM SUA COMUNIDADE

A melhor escola do artesanato é a prática cotidiana. Artesanato se aprende fazendo. Ofereça oportunidade de trabalho para as pessoas com habilidades e interesses existentes em sua comunidade. Os aprendizes de hoje serão os artesãos que garantirão a continuidade do negócio no futuro.

Os grandes times possuem suas escolinhas de futebol com o objetivo de revelar novos talentos. O mesmo vale para o artesanato. Procure identificar novos colaboradores com talento e disposição para o trabalho, principalmente se forem pessoas em situações de risco. Além de servir de exemplo na sua comunidade esta atitude é garantia de colaboradores leais, dedicados e gratos pela oportunidade que receberam.

O artesão, diferentemente do artista que tem apenas o compromisso consigo mesmo, está mais preocupado com seu sustento e de sua família. Por isso, deve procurar transmitir seu saber e seu fazer para outras pessoas para poder ampliar seu negócio. Quando uma unidade artesanal cresce, necessita de mais colaboradores, e, para isso, precisa se programar para capacitá-los e treiná-los para o trabalho. Esta é uma tarefa que exige tempo.

A Responsabilidade Social está relacionada com a existência de uma empresa consciente e cidadã, atributos valorizados pelos consumidores de bens simbólicos. Isso ajuda a formar a próxima geração de artesãos, melhores e ainda mais conscientes, transmitindo e multiplicando esses saberes.

A responsabilidade com o mundo começa ao se assumir uma responsabilidade com a própria vizinhança.



.11
PLANEJE SEU FUTURO

Se sua trajetória profissional foi sempre uma linha ascendente, com um crescimento constante de suas vendas e da qualidade de seus produtos, significa que você tem trilhado o caminho certo. Seguindo esses mesmos métodos de trabalho é possível antever o que acontecerá com sua unidade produtiva no futuro, ou seja, um crescimento incremental, se tudo der certo. No entanto, se suas vendas sempre oscilaram, se seu negócio já teve tempos melhores do que os atuais, está na hora de fazer mudanças radicais, e estas começam por estes onze critérios descritos nesta Cartilha.

Esta mudança radical, necessária para aspirar a um novo nicho de mercado, começa pela elaboração de um Planejamento Estratégico.

Planejamento Estratégico é um processo gerencial que define objetivos e programas de ação, cuja execução deve levar em conta as condições internas e externas da unidade de produção e sua evolução esperada. De uma forma genérica, consiste em saber o que deve ser executado, por que, como, por quem, quando e com quanto.

O planejamento deve ser conduzido por um especialista, facilmente identificado pelo Sebrae de seu estado, e pode ser dividido em três níveis:

1. Planejamento estratégico (visão de futuro, valores, planos e metas de longo prazo);
2. Planejamento tático (métodos e processos, metas de médio prazo);
3. Planejamento operacional (normas e procedimentos, resultados de curto prazo).

A inexistência de um Planejamento Estratégico pressupõe uma administração empírica, em que as decisões são tomadas de modo intuitivo e relativo, podendo dar certo em um mercado estável e tranquilo, com baixa concorrência, condições que hoje são cada vez mais raras.

Seguindo essas orientações, em pouco tempo sua unidade de produção também estará entre as melhores do artesanato brasileiro.





SEBRAE

Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas

www.sebrae.com.br
0800 570 0800