



BOLETIM

VALOR CULTURAL COMO OPORTUNIDADE
PARA O DESIGN

Com a proximidade da Copa do Mundo da FIFA 2014 no país a produção local fica em evidência e os profissionais que trabalham com artesanato começam a receber convites para expor os seus produtos em hotéis, agências de turismo, lojas e estabelecimentos de oferta de serviços, aumentando consideravelmente a produção. Uma excelente oportunidade para os pequenos negócios que atuam na área do design estabelecerem parcerias com artesãos.

DESIGNERS E ARTESÃOS DESENVOLVENDO PRODUTOS COM VALOR CULTURAL



CONSUMIDORES

**BUSCAM MAIS QUE UM PRODUTO**
PROCURAM VALOR CULTURAL E IDENTIFICAÇÃO

Estão cada vez mais conscientes da ética do consumo e dos valores socioambientais das empresas.

DESIGNERS/ARTESÃOS

**USAM TÉCNICAS COLABORATIVAS**
DESIGN COLABORATIVO QUE AGREGA VALOR

Conheça a metodologia do design colaborativo e aprimore o seu modelo de negócio.

PRODUTOS

MATÉRIAS-PRIMAS
DE DIVERSAS REGIÕESCORES VIBRANTES
EM SUAS COMPOSIÇÕESTEXTURAS
QUE REMETEM SENSaçõesSOCIOAMBIENTAL
COMO VALOR AGREGADO**PRODUTOS ADQUIREM VALOR CULTURAL**

PRODUTOS NACIONAIS EXPLORAM A SUA RIQUEZA

O produto nacional adquire valor cultural quando explora a riqueza de detalhes do universo brasileiro.

O CENÁRIO É PROMISSOR PARA O CONSUMO DE PRODUTOS COM VALOR CULTURAL NO BRASIL

EMPRESAS COMEÇAM A INVESTIR EM AÇÕES ESTRATÉGICAS PARA MELHORAR O PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE SEUS PRODUTOSDE ACORDO COM [REPORTAGEM PUBLICADA NO JORNAL DA GLOBO](#) (2012)

R\$ 6 milhões
GASTOS DAS EMPRESAS COM
DESIGN DE PRODUTO

10%
DE TUDO QUE A INDÚSTRIA APLICA
EM PESQUISA E DESENVOLVIMENTO

75%
DAS EMPRESAS QUE INVESTIRAM EM
DESIGN AUMENTARAM SUAS VENDAS
[Confederação Nacional da Indústria \(CNI\)](#)

TOK&STOK**UMA LOJA QUE INVESTE NO VALOR CULTURAL**

Com os trabalhos de designers, como Cláudio Brandão, Ronaldo Fraga e Guto Indio da Costa a loja é reconhecida entre as 5 melhores do mundo no segmento de acessórios para casa e presentes e, em 2009, obteve financiamento de ampliação do BNDES.

Fonte: [matéria publicada no Portal Estadão](#)

AUMENTO DO CONSUMO DE PRODUTOS ARTESANAIS: VALORIZAÇÃO CULTURALPARA MAIS INFORMAÇÕES CONSULTE O [ESTUDO DO EJAD](#)

R\$ 50 bilhões
GASTO, POR ANO, COM CONSUMO
DE PRODUTOS ARTESANAIS

51,7%
DAS PESSOAS NO MARANHÃO
COSTUMAM CONSUMIR PRODUTOS
ARTESANAIS

AUMENTO DOS NEGÓCIOS GERADOS NAS FEIRAS BRASILEIRAS DE ARTESANATO23ª FEIRA NACIONAL DE ARTESANATO – EXPOMINAS/BH (2012) – [REPORTAGEM DO PORTAL GRUPO DE DESENVOLVIMENTO](#)

R\$ 382,55 VALOR GASTO POR VISITANTE **R\$ 90 milhões** GERADOS PARA ARTESÃOS

De acordo com [reportagem para a Agência Sebrae de Notícia BA](#), em junho deste ano, o **Showroom Brasil Original**, em Salvador, vendeu produtos artesanais do Amazonas, Paraíba, Piauí e Sergipe. Em apenas 15 dias, foram vendidos mais de R\$ 100 mil em produtos, relatou a artesã Meire Cabral.

INVESTINDO EM PRODUTOS COM A IDENTIDADE REGIONAL:

Creuza Medeiros, proprietária do Armazém da Creuza em Cuiabá (MT) investe em produtos com identidade regional. Empresários, trabalhadores e pessoas, direta e indiretamente envolvidas com a Copa do Mundo da FIFA 2014, começam a chegar ao estabelecimento, localizado em uma das regiões mais tradicionais da cidade. Creuza pretende fazer uma abordagem focada na qualidade do atendimento ao cliente, mudar continuamente o visual da loja e divulgar os produtos em hotéis e feiras relacionados ao megaevento. Veja reportagem completa no [Portal Sebrae 2014](#). Da mesma forma a Associação Grão de Cor, coordenada pela artesã Mavinê Mota, conta com mais 20 profissionais especialistas na produção das tradicionais garrafinhas de areia colorida do Rio Grande do Norte. A associação já recebeu diversos convites para expor os trabalhos em redes hoteleiras do Ceará, São Paulo, Rio de Janeiro e Amazonas, além das agências de turismo, aeroportos e agências de eventos.



BOLETIM

VALOR CULTURAL COMO OPORTUNIDADE
PARA O DESIGN

CONSUMO DE PRODUTOS COM VALOR CULTURAL NA COPA DAS CONFEDERAÇÕES DA FIFA 2013

QUAIS ITENS OS TORCEDORES MAIS ADQUIRIRAM NO MUNDIAL DE 2013?

A Copa do Mundo da FIFA 2014 vai movimentar o país, superando os resultados da Copa das Confederações da FIFA 2013, que gerou **R\$ 2,7 milhões em negócios**. São boas as expectativas para o desenvolvimento de produtos voltados ao Mundial de 2014. Em pesquisa do SPC Brasil sobre os torcedores da Copa das Confederações da FIFA 2013, o turista do megaevento gosta de adquirir *souvenirs*/lembranças. A aposta é em produtos pequenos, leves e de fácil manuseio e que de fato são um grande chamariz para o consumo por impulso.



20%

SOUVENIRS
LEMBRANÇAS

17%

ARTIGOS
ESPORTIVOS

14%

ROUPAS



4%

CALÇADOS

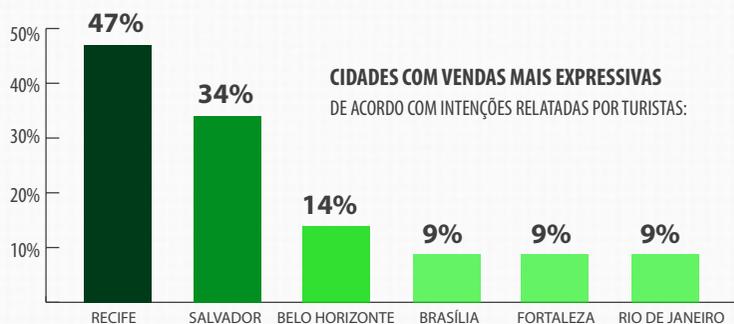


10%

OUTROS

OS CONSUMIDORES ESTÃO CADA VEZ MAIS EXIGENTES

Tanto para a classe AB, como para a nova classe C simplificar produtos ou reduzir a qualidade na busca por preços competitivos não funciona. Os consumidores estão à procura de qualidade, são mais bem informados, exigentes e gostam de diversificar na compra de produtos.



Fonte: SPC Brasil (2013)

DESTAQUES DO ARTESANATO REGIONAL



AMAZONAS

Cocares, braçadeiras, cuias, instrumentos musicais, fruteiras, e porta-joias com forte identidade indígena e que retratam o caboclo da Amazônia; estatuetas de animais em marajoara e tapajônica; forte utilização do látex extraído da seringueira; joias e bijuterias em metal combinados com sementes.



MATO GROSSO

Acessórios da moda feitos a partir de sementes como açai, tucumã e babaçu.



PARANÁ

Cestaria, bolsas, baús, cadeiras, jogos de xadrez e redes confeccionados em matéria-prima vegetal como: bambu, cizal, cipó, vime, junco, e folha de bananeira.



CEARÁ

Cestas, esteiras, abanos e vassouras feitos em carnaúba, chapéus e sapatos feitos em couro. Um trabalho peculiar da região utiliza as areias coloridas das falésias encontradas em praias como Majorlândia e Aracati e com minúsculas pás e estiletes, os artesãos vão preenchendo as garrafinhas formando desenhos e paisagens.



PERNAMBUCO

Arte figurativa, peças lúdicas e religiosas do cotidiano sertanejo, potes, painéis, vasos em madeira, couro e fibras naturais.



SÃO PAULO

Cerâmica figurativa de Taubaté, artefatos de caça e pesca, adornos e instrumentos musicais em bambu e taboa.



RIO GRANDE DO SUL

Botas, arreios, boleadeiras, bainhas de faca e peças de mobiliário e decoração feitos em couro e cife bovino, acolchoados, cobertores, agasalhos, tapeçaria em lã de ovelha, cuia de chimarrão feita do porongo.



A REALIZAÇÃO DE MEGAEVENTOS ESPORTIVOS PROPICIAM O DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS COM VALOR CULTURAL

O designer Marcelo Rosenbaum aposta nesta parceria. O projeto A Gente Transforma (AGT), iniciado em 2009, contou com a colaboração de 78 artesãos nativos da tribo Yawanawá (Acre) e com os designers Paulo Biacchi, Carlina Armellini, André Bastos e a empresa La Lampe. Esse projeto foi exposto em Milão, na Itália, e ganhou grande destaque na mídia. A iniciativa trouxe o conhecimento prévio dos indígenas para o universo do design, combinando suas habilidades de maneira criativa, sustentável e estratégica. Para mais informações sobre esse caso de sucesso acesse [Terra \(2013\)](#).



METODOLOGIA DO DESIGN COLABORATIVO

**DESIGN**

Design foca nas necessidades do mercado, nas restrições tecnológicas, valorizando as necessidades e restrições dos usuários.

**ARTESANATO**

Artesanato é feito para suprir uma necessidade local ou para fazer a manutenção de uma tradição.

CONHECIMENTOS MULTIDISCIPLINARES

O design pode fornecer um conjunto de técnicas que, se utilizadas de forma flexível e fluida, pode tornar o artesanato mais competitivo à medida que ele é inserido dentro do contexto multidisciplinar, organizado e colaborativo. O designer adquire um conhecimento multidisciplinar em áreas como ergonomia, antropologia, marketing, materiais, processos fabris, ecologia e, dessa forma, torna-se apto a resolver problemas geralmente complexos e mal definidos.

SENSO PROJETUAL COLABORATIVO**DESIGN + PRÁTICA ARTESANAL**

Como resultado tem-se produtos mais competitivos no mercado local e global.

O ITEM DE VALOR PARA O CONSUMIDOR

Quando a prática artesanal agrega os preceitos do design, muda-se a leitura que o consumidor faz do produto. O artesanato passa a adquirir requisitos importantes como ergonomia (fácil de usar), estética (bom acabamento), valor simbólico (remete à infância), sustentabilidade e inovação. Da concepção à comercialização o artesanato pode incorporar a metodologia do design para se reinventar e se reposicionar no mercado.

SENSO PROJETUAL COLABORATIVO

**PESSOAS**

Trabalho em equipe, interesses em comum e conhecimento multidisciplinar.

**ATIVIDADES**

Complexas, porém dinâmicas e criativas.

**VALORES**

Comércio justo, desenvolvimento social, geração de renda e gestão de resíduos sólidos.

**SUCESSO**

Depende de confiança e dedicação entre os atores envolvidos no processo.

Fonte: Fatores Críticos para o Sucesso do Co-design (Heeman et al., 2011)

ESTÁGIOS PARA O DESENVOLVIMENTO DO DESIGN COLABORATIVO

ESTABELECIMENTO**COMPROMETIMENTO COM O PROJETO**

Seleção e formação de equipe, alinhamento de valores, critérios e metas. Este é o momento de integração entre os membros, construção de confiança mútua.

MANUTENÇÃO**FUNDAMENTAL PARA O SUCESSO DO PROJETO**

Elaboração do cronograma das atividades e divisão das tarefas. O projeto toma andamento e é necessário motivação, comunicação facilitada e coordenação. Vale lembrar que é neste estágio que a cooperação precisa ser muito bem solidificada, pois é elemento fundamental para o sucesso do projeto.

DISSOLUÇÃO**COMPARTILHAMENTO É ESSENCIAL**

Informação acessível conquistada, de forma que o projeto adquira independência. É importante cautela para que não se quebre a confiança entre os participantes.

Fonte: Premissas para o Alcance do Trabalho Colaborativo em Design (Heenam et al. 2009)



A REDE DE DESENVOLVIMENTO: DESIGN POSSÍVEL



A EQUIPE DO DESIGN POSSÍVEL UTILIZA UMA METODOLOGIA DIFERENCIADA

OS SEIS MÓDULOS SÃO PENSADOS PARA UMA FORMAÇÃO COM DURAÇÃO MÍNIMA DE UM ANO E A ÚLTIMA ETAPA PELO MENOS MAIS DE UM ANO DE DURAÇÃO.

1 FORMAÇÃO:

A equipe lida com o cooperativismo através de dinâmicas e atividades desenvolvidas.

4 DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS:

Os participantes aplicam a metodologia para desenvolvimento de produtos, definem o público-alvo e elaboram painéis semânticos para referência, estimulando a busca por seu diferencial competitivo.

Meta: desenvolvimento de protótipos da primeira linha de produtos, marca e material promocional.**2 CONSOLIDAÇÃO DA TÉCNICA:**

Os integrantes consolidam as técnicas para que todos possam desempenhar as etapas do processo com qualidade. É importante estimular o repasse de conhecimentos, assim, a interação da equipe tende a melhorar.

Meta: formação de um grupo homogêneo tecnicamente, com bom nível de acabamento e trabalhando de forma mais colaborativa.**5 PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO:**

A equipe estabelece os procedimentos comerciais.

Meta: formação de preço, orçamentos e prazos, entrega, pagamentos, entendimento sobre atendimento ao cliente, venda no varejo em bazares, atacado e corporativo.**3 DINÂMICA DE MERCADO:**Os participantes estudam e aplicam técnicas como pesquisas de mercado e tendências, utilização de referências visuais, estudo de concorrentes e definição do público-alvo e fornecedores etc. É o entendimento do "por que" os produtos são do jeito que são (cores, formas e conceitos) e "para quem" são feitos. **Meta:** desenvolvimento de protótipos/modelos.**6 AUTOGESTÃO:**

A equipe define metas futuras que são construídas em forma de plano de negócio.

ENTREVISTA COM IVO PONS (FUNDADOR DO DESIGN POSSÍVEL)



Ivo Pons

METODOLOGIA COLABORATIVA x METODOLOGIA TRADICIONAL

A metodologia do design não é cartesiana, o que os autores abordam na literatura não é o que acontece na prática. Estas técnicas são apenas uma referência de modelo ideal. Na hora que você abre espaço para que as pessoas desenhem junto, montem o briefing, selecionem as alternativas, o processo é inclusive mais rápido – pois os feedbacks são instantâneos.

QUAIS SÃO AS DIFICULDADES NA APLICAÇÃO DA METODOLOGIA DO DESIGN COLABORATIVO?

*Os artesãos podem se deparar com uma dinâmica muito diferente daquelas que estão acostumados. Estabelecer parcerias com varejistas e atacadistas. Aprender a negociar e ter noção de preços pode ser um grande desafio para a equipe.*DESIGN
Possível

CONHEÇA O CARDUME DE MÃES E OS PRINCIPAIS CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO

PROJETO CARDUME DE MÃES

Com auxílio da Ong Design Possível o grupo formado por mulheres da periferia de São Paulo hoje produz e vende brindes, utilitários domésticos, bolsas, sacolas para lojas como Tok&Stok. A ONG percebeu que não bastava ajudar no processo de melhoria do produto em si, mas transformar as artesãs em empreendedoras, já que o nível de comprometimento delas com suas respectivas produções era baixo. A Design Possível estabelece parcerias com varejo, atacado e organiza ações pontuais. Para isso desenvolve expositores, faz catálogos e também recebe encomendas.

PRINCIPAIS CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO

A venda de produtos com valor cultural é um desafio e faz parte do processo de aprendizado dos designers. Há potencial para aliança com grandes redes de varejo para comercialização destes produtos. Participar de feiras, bazares e exposições e ouvir o feedback dos clientes é essencial para a reconstrução do processo de desenvolvimento dos produtos. Com isso é possível manter o contato direto com consumidores para monitorar a evolução das vendas, aplicar técnicas de análise do perfil e satisfação dos consumidores e verificar continuamente a capacidade de atender aos pedidos em tempos menores.

PARA MAIS INFORMAÇÕES ACESSO: ÉPOCA NEGÓCIOS (2010)



AÇÕES

RECOMENDADAS

Estabeleça parcerias com cooperativas de artesãos, universidades e varejistas através da rede [Design Possível](#). A instituição se mostrou disposta a cooperar para o desenvolvimento e comercialização de produtos voltados à Copa do Mundo da FIFA 2014. Há várias oportunidades, principalmente para o desenvolvimento e a comercialização de produtos em locais com grande circulação de pessoas, como shopping centers, aeroportos e grandes centros comerciais. Para aproveitar esta oportunidade:

FIQUE ATENTO A OUTRAS INICIATIVAS

Fique atento às iniciativas de atuação semelhantes em outros estados, como, por exemplo, a [Imaginário Pernambucano](#), [Grão de Cor, Chão e Jardim](#), [Sutaco](#), [Trama da Terra](#), [Mulheres do Frei](#) e [Mãos de Minas](#). São cooperativas que estão auxiliando algumas comunidades de artesãos a se prepararem para a Copa do Mundo da FIFA 2014. No site [Artesão.org](#) você encontra mais informações sobre cooperativas no Brasil. Você também pode encontrar outros casos de sucesso de empreendedores que estão se preparando para o megaevento no [Portal Sebrae 2014](#).

APROVEITE OPORTUNIDADES

Fique de olho no site da Financiadora de Estudos e Projetos ([Finep](#)). A instituição apoia projetos focados em inovação e empreendedorismo social. Você pode obter financiamento para o desenvolvimento de projetos colaborativos. Informe-se sobre o acordo firmado entre o [MDIC](#) e o [MinC](#) para estimular a economia criativa. Será realizado investimento de até R\$ 800 mil em projetos de bens e serviços que estimulam a criatividade – moda é um dos segmentos contemplados. Acesse a reportagem no [Portal Revista Sustentabilidade](#). Verifique se toda a documentação relativa à formalização da empresa está atualizada e, se necessário, atualize com todas as certidões necessárias para que possa participar de licitações federais, estaduais ou municipais.

O Sebrae colocou em seu portal a [Busca de Licitações](#), ferramenta gratuita que permite ao pequeno empreendedor pesquisar certames que os governos federal, estaduais e municipais estão realizando para adquirir produtos ou contratar serviços.

APRIMORE SUAS HABILIDADES

Conhecer melhor o mercado e identificar onde e como fazer bons negócios, principalmente se estiver localizado nas cidades-sede dos jogos. Lembre-se que as melhores oportunidades ocorrerão muito antes dos megaeventos. O [Pronatec Copa](#) oferece cursos gratuitos de capacitação nos eixos: produção cultural e design, gestão e negócios e produção industrial. O [Senai](#) possui cursos de aperfeiçoamento em relacionamento com o mercado, empreendedorismo, técnicas de planejamento e negociação, entre outros. Outra dica é aproveitar Programas de Consultoria. O [Sebraetec](#), voltado à inovação, prioriza temas como design e sustentabilidade e garante subsídios de 80% do valor dos serviços contratados, cabendo às empresas assumir os outros 20%. Participe de palestras, mostras e exposições. Fique atento à Feira Internacional de Cultura e Artesanato que acontecerá de 1º a 10 de novembro em Chapecó (SC). [Craft Design](#), [Paralela Gift](#), [Mercado do Beco](#), [Pixel Show](#) e [Fenarte](#) também são feiras importantes para prospectar novos parceiros.

INOVE

O Sebrae investiu R\$ 70 milhões no ano passado e planeja investir R\$ 1 bilhão até 2016 nos pequenos negócios dispostos a implementar estratégias inovadoras visando melhorar a qualidade dos processos, produtos e serviços. Empresas interessadas devem ler a [Guia Prático de Apoio à Inovação](#) e procurar uma agência do Sebrae mais próxima para se informar sobre programas de fomento à inovação. Inove e pense em produtos direcionados ao perfil do turista da Copa do Mundo da FIFA 2014: homens, solteiros, pertencentes à classe AB, que tendem a permanecer pouco tempo em cada cidade e estão dispostos a valorizar a cultura da região onde visitam e levar recordações. Disponibilize local adequado para promover reuniões em seu escritório. Você pode também consultar um estabelecimento coworking em sua cidade por meio do [Coworkingbrasil](#). A aplicação de técnicas como grupo focal, entrevistas, entre outras exigem ambiente e recursos tecnológicos apropriados. Seja o mais realista possível em relação à estimativa do potencial de mercado, evitando o excesso de otimismo e o risco de altos investimentos, assim como a perda de oportunidades por subestimar o mercado. Algumas empresas investem em Design Thinking como principal modelo de negócio e utilizam técnicas colaborativas interessantes. Acesse o livro [Design Thinking: Inovação em Negócios](#) disponibilizado pela empresa e conheça as técnicas utilizadas.