



NOVOS
**TEM
POS**

NOVOS
**NEGÓ
CIOS**



ESPECIAL DESIGN

OPOVO



O GOVERNO DO CEARÁ NÃO PARA DE TRABALHAR PARA SALVAR VIDAS.

Levou atendimento para todo o Estado, apoiou quem mais precisa, comprou seringas, agulhas e câmaras refrigeradas para conservar as vacinas que começaram a chegar e voltou a ampliar os leitos exclusivos.



A pandemia ainda não acabou. Até que todos sejam vacinados, a prevenção é o único caminho.



Use máscara



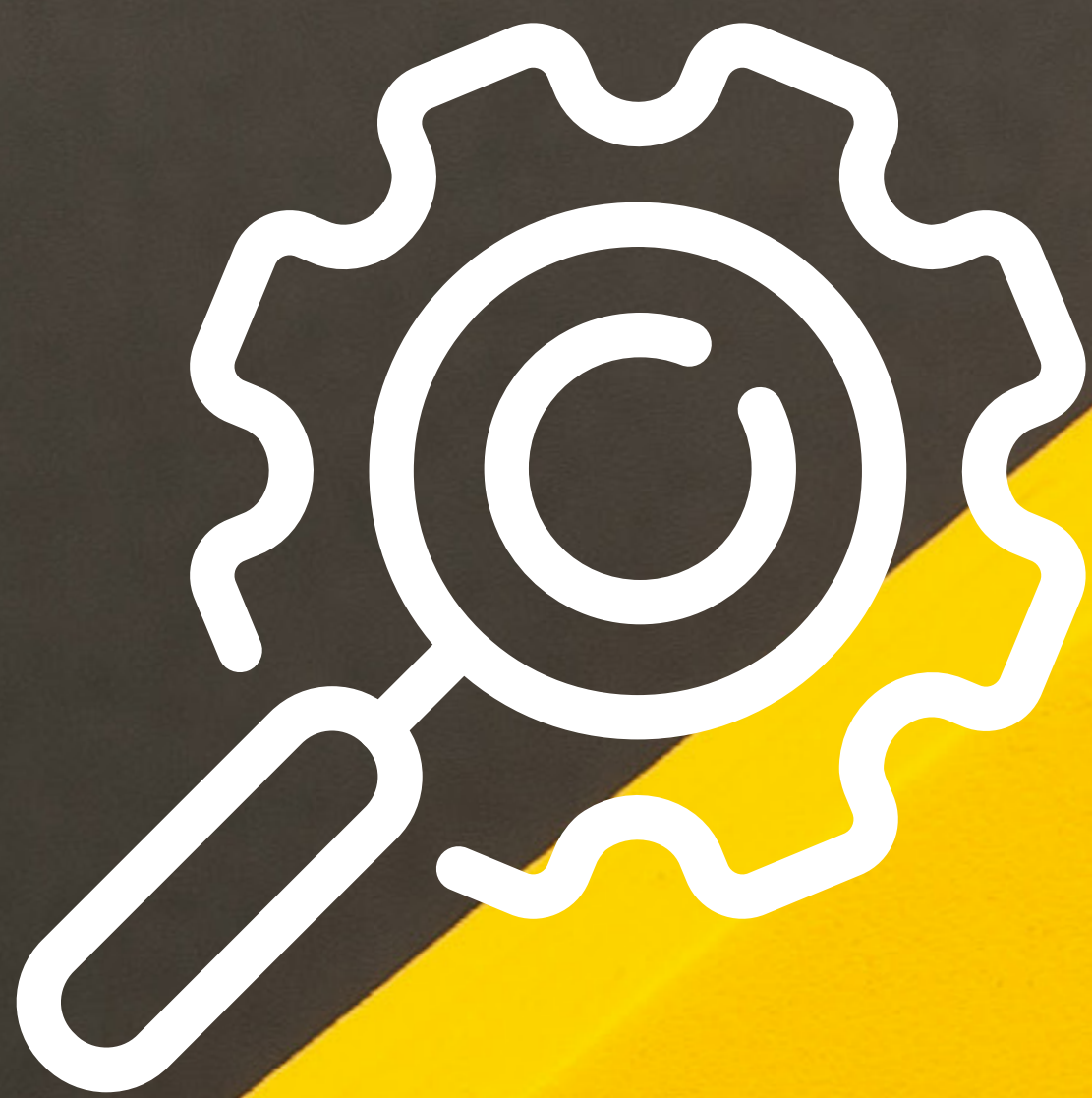
Higienize sempre as mãos



Evite aglomerações



GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ
Secretaria da Saúde



O QUE VOCÊ VAI LER

Terreno fértil para a criatividade

Oportunidades

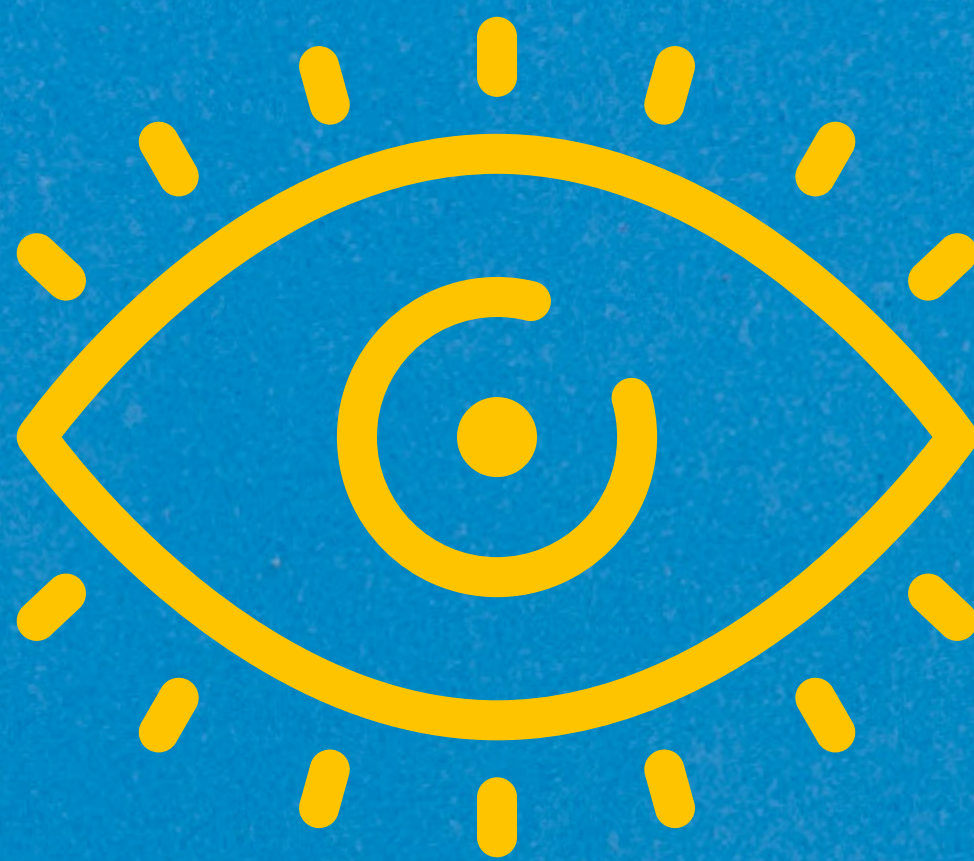
Onde se capacitar

A importância da formalização

VITA: uma joalheria
nascida na pandemia



NOVOS
**TEM
POS**
NOVOS
**NEGÓ
CIOS**
OPOVO



TERRENO FÉRTIL PARA A CRIATIVIDADE

Apesar de a pandemia estar transformando a maneira como consumimos, fazendo com que cada vez mais haja um olhar atento para o que é necessário e o que é supérfluo, profissionais que pesquisam tendências do mercado apontam que o brasileiro está consumindo diferentes tipos de produtos não essenciais mesmo em meio à segunda onda da pandemia - o que mudou, na realidade, é a visão sobre quais produtos geram desejo suficiente para o gasto entrar no orçamento e a marca, na vida do consumidor. Por isso, quem trabalha ou quer empreender na área do design pode encontrar nesse momento um terreno fértil para, investindo em comunicação digital e produtos autorais, comercializar itens que unam beleza, utilidade, autenticidade e valor agregado.

NOVOS
**TEM
POS**

NOVOS
**NEGÓ
CIOS**

OPOVO



INSPIRAÇÃO

“Nesse momento, é preciso pensar em um produto expandido: não focar apenas nas características físicas, mas também nos atributos simbólicos. O que a marca é, no que ela acredita, como se posiciona, em que comunidade está inserida, como ela interage com as pessoas ao redor, que empatia ela tem com a dor e a alegria do outro? Quando você consegue unir um storytelling bacana à diferenciação do produto, aí sim você conseguirá ter algo diferente, que as pessoas vão querer consumir”

Manuela Medeiros, designer de moda
e professora da Universidade Federal do Ceará

NOVOS
**TEM
POS**

NOVOS
**NEGÓ
CIOS**

OPOVO



OPORTUNIDADES

Enquanto alguns setores foram prejudicados pela pandemia, outros vêm se destacando durante o último ano. Segundo Marília Marinho, coordenadora dos cursos de graduação e pesquisa da Faculdade CDL, inúmeras possibilidades e demandas de mercado surgiram com a crise, especialmente em relação a produtos e serviços que envolvem cuidados pessoais, com os pets e com a casa.

NOVOS
**TEM
POS**

NOVOS
**NEGÓ
CIOS**

OPOVO



“Dentre os principais produtos, estão os sustentáveis e personalizados feitos por pequenos artesãos; peças que utilizam crochê, renda e outros materiais, assim como objetos de decoração e jardinagem. Houve aumento na procura de tudo que pode ser levado para casa e levar harmonia e alegria. O mais importante é demonstrar para o consumidor o valor daquele produto, quais atributos que aquele produto tem - o design, a durabilidade, um material diferente”, lembra.

As principais questões para fazer um negócio crescer nesse momento, portanto, são a personalização, o propósito e a comunicação. Em tempos de isolamento, Marília alerta que os negócios precisam nascer digitais, atuando em canais de vendas e com estratégias de marketing bem traçadas. “Não adianta desenvolver o produto e não investir no marketing e na comercialização daquele produto. O produto precisa chegar até o consumidor, tanto em mensagem, através dos canais de vendas, como na apresentação”.

NOVOS
**TEM
POS**
NOVOS
**NEGÓ
CIOS**
OPOVO



ONDE SE CAPACITAR

- > Faculdade CDL
- > Sebrae
- > Senac
- > Federação das Indústrias do Estado do Ceará (FIEC)



A IMPORTÂNCIA DA FORMALIZAÇÃO

Para Marília Marinho, mesmo micro e pequenos negócios devem passar, tão logo sejam criados, pelo processo de formalização da empresa. Isso porque a formalização pode conceder diversos benefícios ao empreendedor, como acesso a linhas de crédito, formação e visibilidade no mercado.

“Primeiramente, é preciso pensar e testar o produto que será ofertado, pensando sempre no princípio da inovação. Depois, o empreendedor deve levá-lo ao mercado. Nesse momento, a formalização é fundamental para o crescimento do negócio. Se ele estiver distante de grupos de apoio e linhas de financiamento, ele fica distante do crescimento”, explica a especialista.



FICA A DICA

Uma das possibilidades para quem está começando é se regularizar como Microempreendedor Individual (MEI). Segundo Rafael Albuquerque, articulador da Unidade de Gestão do Relacionamento com o Cliente do Sebrae, houve um crescimento considerável de aderência ao MEI no Ceará em 2020, com 70 mil novos empreendedores formalizados. Hoje, no Estado, já há cerca de 360 mil microempreendedores individuais.

Para saber mais,
acesse: gov.br/mei

NOVOS
**TEM
POS**
NOVOS
**NEGÓ
CIOS**
OPOVO



Djara Galvão, 28, decidiu em plena pandemia tirar o sonho do papel: empreender com joalheria

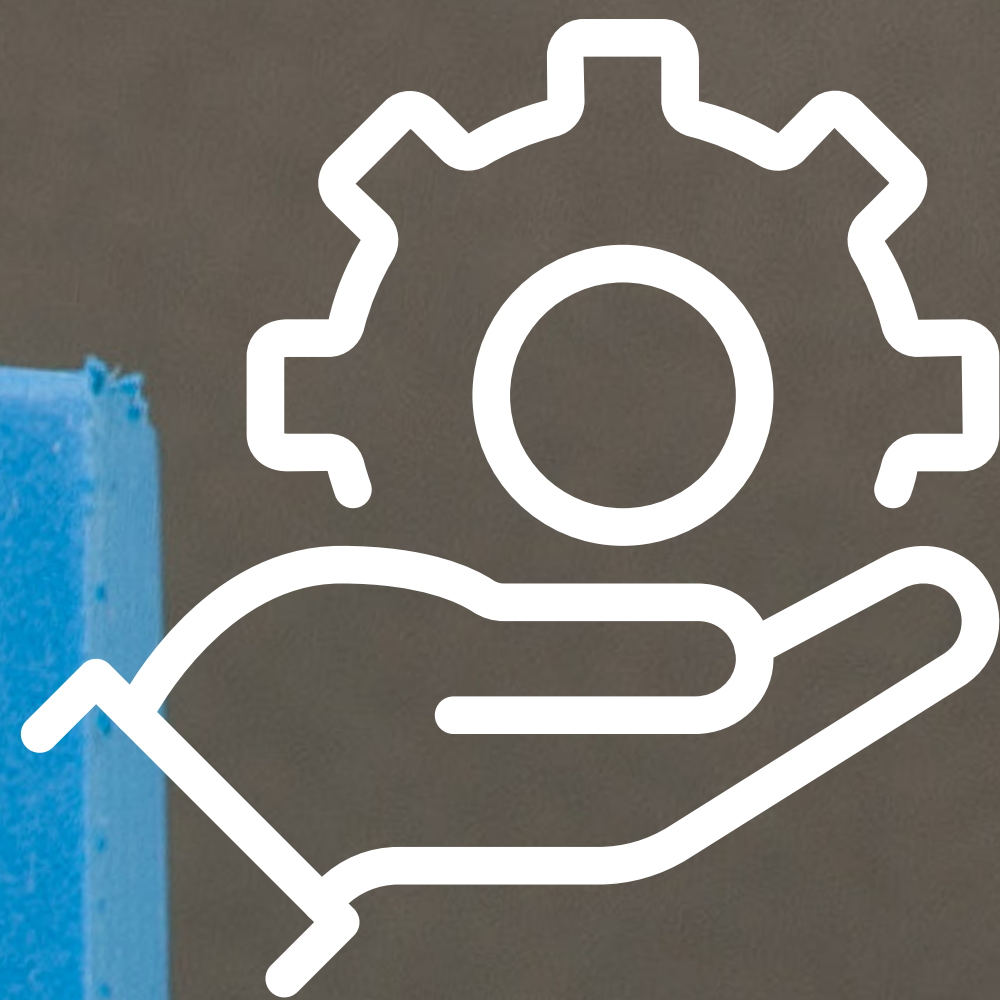
VITA: UMA JOALHERIA NASCIDA NA PANDEMIA

Antes da pandemia, os planos da designer Djara Galvão, 28, já estavam traçados e voltados para o desenvolvimento da carreira. Após trabalhar por sete anos com marketing de moda em Fortaleza, ela pretendia se mudar para São Paulo e aprofundar conhecimentos teóricos e mercadológicos em uma pós-graduação na área. Com a chegada da crise sanitária, porém, a necessidade de ficar mais tempo no Ceará acabou dando vazão a um sonho antigo: criar sua própria joalheria.



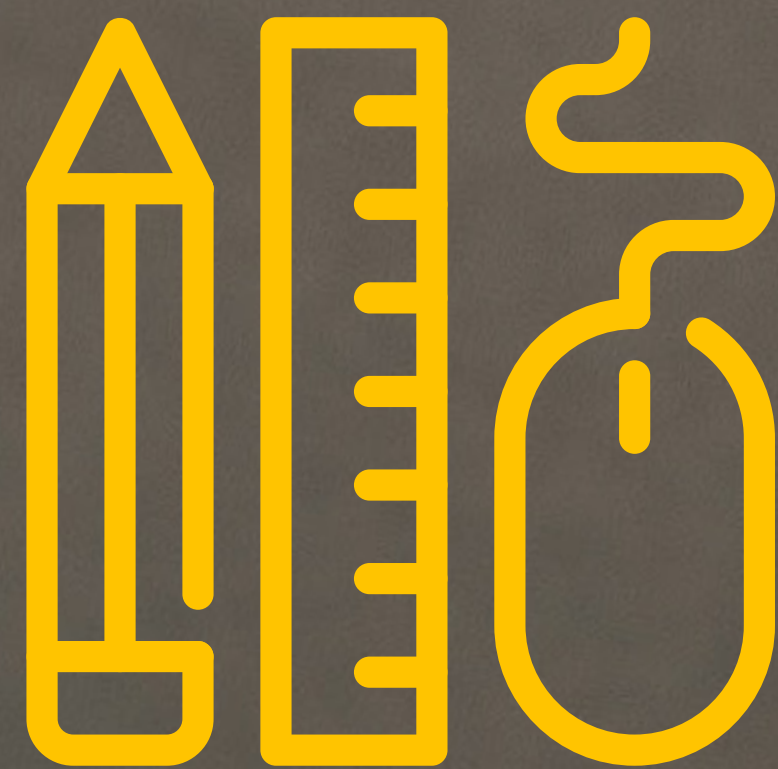
O planejamento para investir na ourivesaria começou com curiosidade. “Sempre gostei muito de usar prata e vivia à procura de marcas que oferecem produtos mais minimalistas, que é o meu estilo, e com um material de qualidade, mais durável. Também assistia a muitos vídeos das pessoas fazendo as joias e achava aquele universo incrível, o que me deu vontade de aprender”, conta.

Assim, a designer começou a fazer cursos online sobre empreendedorismo e, tão logo o lockdown acabou, viajou para Recife (PE) para realizar um curso intensivo que lhe auxiliaria na criação das primeiras peças e na elaboração do planejamento estratégico para iniciar o negócio.



ADAPTAÇÃO

Em setembro de 2020, mesmo com a dificuldade para viabilizar insumos e maquinário em meio à pandemia, nascia a VITA. Localizada no quintal da casa da família, a oficina da joalheria artesanal funciona onde, há alguns anos, funcionava o ateliê de roupas da avó de Djara, traço afetivo que ela busca reproduzir nos anéis, brincos e colares. “Foi complicado começar algo completamente novo em meio à uma pandemia, mas tive muito apoio da minha família, especialmente na estrutura física. O fato de eu estar em um local confortável e seguro me ajudou muito, porque na ourivesaria a gente mexe com fogo, ácido, ferramentas que fazem barulho, e era tudo uma novidade, então dava aquele medinho”, conta.



Estar em casa também foi fundamental para que ela pudesse se profissionalizar e comprar a matéria-prima e os equipamentos necessários. Para começar o negócio, Djara investiu o dinheiro que estava guardando para a mudança de cidade e vendeu o carro. Hoje em dia, porém, garante que as despesas fixas se resumem à matéria-prima: as máquinas e ferramentas, como as joias, são bens duráveis e não precisam ser repostas, uma vantagem para quem está começando a empreender.

NOVOS
**TEM
POS**
NOVOS
**NEGÓ
CIOS**
OPOVO



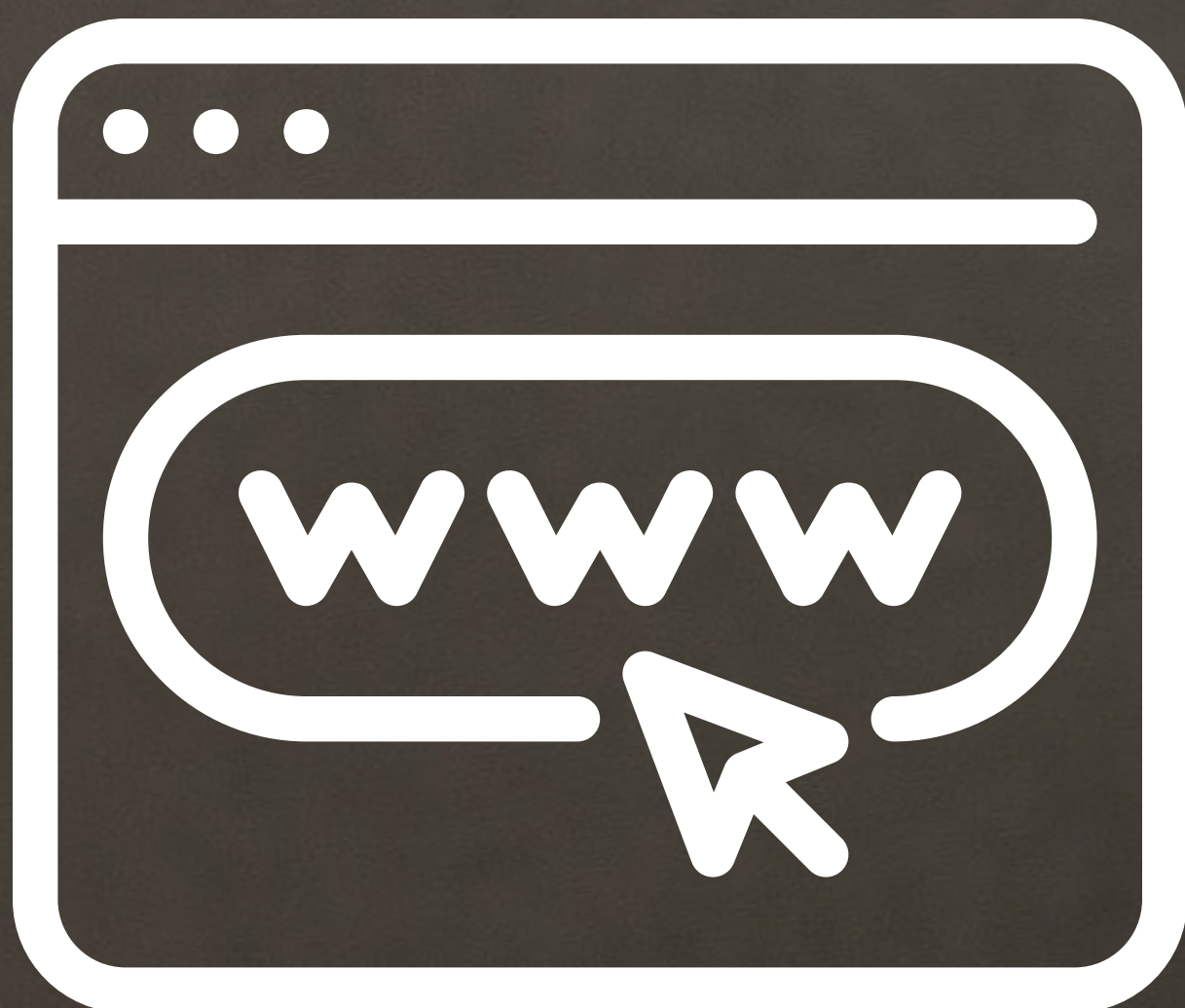
Peça em prata da primeira coleção da VITA

COMUNICAÇÃO E FUTURO

Sem planos para inaugurar um espaço físico, Djara acredita que, nos dias de hoje, é possível criar e manter um negócio 100% digital. “A grande questão para mim, no início, é que não havia feirinhas ou espaços para fazer um showroom, mas realmente não vejo sentido em investir numa loja no mundo em que a gente vive hoje em dia, com tudo online”, ressalta.



NOVOS
**TEM
POS**
NOVOS
**NEGÓ
CIOS**
OPOVO



Apesar dos planos para criar um e-commerce mais profissional em breve, a estratégia de vendas via Instagram, plataforma utilizada pela marca hoje em dia, tem funcionado. “No final do ano, as vendas foram muito boas. Janeiro e fevereiro foram meses bem difíceis, mas esse já é um comportamento normal no mercado, e como estamos na segunda onda da pandemia, acho que isso contribui. Por enquanto, estou focando em produzir um conteúdo bacana para os seguidores, porque percebo que as pessoas gostam de ver os processos e como as joias são feitas. Também tenho feito algumas enquetes para ouvir as pessoas e me aproximar do público”, completa.

Para acompanhar os processos e conhecer a VITA, acesse: [@vita.jwlr](https://www.instagram.com/vita.jwlr).

NOVOS
**TEM
POS**

NOVOS
**NEGÓ
CIOS**

EXPEDIENTE | Este é um produto do Labeta - ESTÚDIO DE BRANDED CONTENT do O POVO. Gerente-Geral do Labeta: **Gil Dicelli** | Editores-Executivos: **Paula Lima** e **Raphael Goés** | Editora-adjunta: **Amanda Araújo** | Edição: **Paula Lima** | Textos: **Ana Beatriz Caldas** | Design: **João Maropo** | Diretoria de Negócios e Comunicação - Diretor-Geral de Negócios, Marketing e Projetos Especiais: **Alexandre Medina Néri** | Gerente Comercial: **Ranilce Barbosa** | Estratégia e Relacionamento: **Magda do Vale** | Analista de Projetos: **Beth Lopes**

OPOVO