BOLETIM

PARCERIA COM RESTAURANTES

Parcerias são realizadas com o principal objetivo de trazer benefícios a todas as partes envolvidas. Assim, artesãos e donos de restaurantes encontram nas parcerias a possibilidade de promover ambos os negócios. Isso pode trazer uma diferenciação para os restaurantes, pela agregação de valor ao serviço oferecido, e também divulgar o artesanato em locais com grande circulação de pessoas, potencializando a venda dos produtos.

Quando o país recebe grande número de turistas, como ocorreu na Copa do Mundo FIFA 2014 e deverá acontecer nos Jogos Olímpicos Rio 2016, a necessidade de oferecer diferenciais aos clientes e a consequente busca dos turistas pelo artesanato brasileiro ficam ainda mais evidentes. Esse tipo de parceria é ainda mais interessante tanto para o artesão quanto para os donos de restaurantes.

As parcerias com restaurantes são mais uma forma de ampliar a visibilidade do trabalho artesanal, por serem locais com grande circulação de pessoas. Além de ser uma oportunidade de exposição do artesanato e aumento das vendas, os restaurantes podem ver no artesanato uma forma de melhorar sua decoração e, com isso, oferecer ao cliente um ambiente agradável de lazer, tornando assim a parceria proveitosa para todos os envolvidos.

Parcerias como oportunidade para o artesanato

Os artesãos, que muitas vezes não possuem loja própria para exposição de produtos, principalmente pelos altos custos fixos necessários para manter um ponto de venda, vislumbram nas parcerias uma importante forma de divulgar o trabalho. Assim, quanto mais frequentados forem os locais de exposição dos produtos, tendo-se em consideração o público-alvo, maior a exposição do artesanato e, consequentemente, maiores as vendas.

Para a Copa do Mundo da FIFA 2014, ocorrida entre os meses de junho e julho, muitas parcerias foram feitas em busca desse diferencial. Nesse contexto, o artesanato ganhou destaque principalmente nos negócios relacionados ao turismo, por carregar a cultura regional e a brasilidade em suas peças. Dessa forma, é possível perceber o compartilhamento de valor tanto para os que permitem a comercialização do artesanato quanto para os artesãos, que podem expor peças e potencializar as vendas durante os megaeventos, como os Jogos Olímpicos Rio 2016.

Parcerias entre restaurantes e artesãos

Há várias formas de firmar parceria entre artesãos e donos de restaurantes, portanto é preciso total comprometimento de ambas as partes. Ou seja, depende tanto do interesse do responsável pelo restaurante, por esse tipo de parceria, quanto do próprio artesão. Assim, é preciso que as expectativas do artesão estejam alinhadas com as do proprietário do restaurante. Empreendedor, confira algumas opções de parcerias entre artesãos e restaurantes:

/ Utilização do espaço do restaurante para a exposição temporária ou permanente dos produtos

Nessa modalidade é possível que o empresário do artesanato negocie com o dono do restaurante um local para a exposição e venda de trabalhos artesanais, sendo fixo ou temporário.

Oportunidade: pode ser negociada uma vitrine com os produtos ou um espaço destinado à exposição do artesanato, podendo ser no interior ou na entrada do estabelecimento. É importante que o artesão atente a realizar esse tipo de parceria com restaurantes que tenham um conceito que se encaixe com o seu estilo de artesanato. O artesão deve ser seletivo quanto aos locais onde expõe suas peças, de forma que sejam valorizadas. Restaurantes com decorações mais rústicas ou que já utilizem o artesanato devem ser preferência na proposição da parceria.

/ Utilização dos produtos como decoração do restaurante

O artesanato como artigo de decoração diferenciada, por carregar consigo a cultura da região onde foi desenvolvido, pode agregar um valor diferenciado para os restaurantes parceiros. As peças artesanais já são vistas como diferenciais à massificação da produção e, por isso, cada vez mais buscadas para humanização e aconchego na decoração dos mais diversos ambientes.

Oportunidade: o artesão pode buscar parcerias para a exposição dos produtos como parte da decoração dos restaurantes e, em troca, acordar com o restaurante que as peças expostas possam ser vendidas para clientes interessados, ou que possam ser disponibilizados cartões de visita com seu contato. Caso o restaurante comercialize as peças, a forma de repasse das mercadorias e do pagamento devem ser acordadas previamente, podendo ser por consignação ou venda e revenda, por exemplo.

Dica! Confira mais sobre esse assunto no Boletim Artesanato na decoração e na Resposta Técnica Lojas varejistas para artesanato que serão publicados em breve no Portal do Sebrae 2014.

/ Utilização do artesanato como utensílio do restaurante

Como forma de trazer um diferencial para seus clientes, os restaurantes podem investir no artesanato em utensílios, pratos, porta-copos, descanso de travessas, entre outros. Esses podem ser de diversos tipos de materiais, como madeira, cerâmica, palha, etc, contrastando com uma decoração mais rústica ou requintada. Muitos restaurantes vêm apostando na cerâmica como proposta de trazer mais identidade ao ambiente, o que caracteriza um potencial de parceria para artesãos e cooperativas que oferecem esse tipo de produto (Basilico, 2012).

Oportunidade: o artesão pode buscar uma parceria com os restaurantes para a comercialização periódica dos utensílios, atualizando constantemente a decoração. Assim, é possível negociar valores de reposições e trocas. Uma possibilidade é o restaurante oferecer o utensílio como presente ao cliente, pois trata-se de um produto artesanal e que fará parte das suas lembranças. Ao artesão caberá a rápida reposição das peças dependendo do movimento do restaurante.

Um exemplo desse tipo de parceria é a do grupo de restaurantes da Associação dos Restaurantes da Boa Lembrança que oferece, há 20 anos, uma lembrança aos clientes que consomem no local. São oferecidos pratos de cerâmica pintados à mão com cores vibrantes e desenhos exclusivos. Anualmente, diversos restaurantes tentam ingressar no grupo, que já é reconhecido como um atestado de qualidade e traz visibilidade aos associados. A ação surpreende os clientes que não conhecem a tradição e já se consagrou como um diferencial dos restaurantes associados, que encontraram no artesanato uma forma de destacar-se e cativar cada vez mais clientes, além de divulgar a cultura e a arte da região (G1, 2014).

FONTE: G1. DISPONÍVEL EM: HTTP://GOO.GL/NJWLNS. ACESSO EM: 25 JULHO2014.

/ Eventos

Além do contato direto com os gerentes ou proprietários dos restaurantes, para buscar negociar a parceria, os artesãos podem também buscar feiras e eventos do segmento de alimentação. É possível também pesquisar informações sobre programas que busquem uma aproximação entre artesãos e responsáveis pelos restaurantes e que apoiem as negociações para que parcerias sejam firmadas, como o Sebrae ou alguma ação das secretarias de turismo ou das associações de bares e restaurantes das cidades ou estados.

O Sebrae/PR, juntamente com a Agência de Desenvolvimento do Turismo da Região dos Campos Gerais (ADTCG) e com apoio da Associação dos Municípios dos Campos Gerais, promoveu capacitação aos grupos de artesãos e também parcerias com locais para a exposição dos produtos em diversos ambientes onde há grande circulação de pessoas, como os hotéis e restaurantes das cidades de Ponta Grossa, Castro, Carambeí e Palmeira. As capacitações abordaram temas como embalar e precificar os produtos, além de um *workshop* de criatividade, que objetivou instruir os artesãos quanto à gestão e às melhorias de condições de trabalho, além de potencializar as vendas a partir das parcerias e exposições das peças (Agência Sebrae de Notícias, 2014).

Qualidade

Para cativar os clientes, tanto para o artesanato quanto para o próprio restaurante, é importante que se busque a máxima qualidade na produção das peças, nos materiais utilizados e também no atendimento (no caso de ponto de venda no restaurante). Dessa forma, o artesão não corre o risco de perder o parceiro para outro concorrente e ainda tem a oportunidade de fidelizar os clientes pelo trabalho de qualidade.

Informar a procedência do artesanato e o contato na etiqueta do produto

O comprador leva junto com a peça informações sobre o artesanato, a região onde foi produzido e o contato para novas compras, ou mesmo para a divulgação junto a outras pessoas que conheçam as peças e tenham interesse em adquiri-las. Assim como as *tags* (etiquetas), a comunicação visual das peças artesanais é muito importante, englobando catálogos de produtos para o momento da negociação com o possível parceiro, cartões de visitas para disponibilizar nos restaurantes, em que o artesão não vende diretamente suas peças, e ainda na etiqueta dos produtos para que a informação sobre o artesanato e o contato de onde foi produzido seja divulgada ao máximo. Confira o Boletim Sebrae sobre Comunicação Visual para o artesanato.

Busca de estabelecimentos que tenham identidade relacionada ao seu artesanato

É importante que o estabelecimento com o qual se busca uma parceria tenha alguma relação de identidade com o artesanato. Preferencialmente, os artesãos devem buscar por restaurantes que tenham decoração ou comida típica relacionada ao tipo de artesanato. Assim, o artesanato será mais um diferencial de agregação de valor para o estabelecimento e as possibilidades de fechamento da parceria e de percepção de satisfação dos clientes são potencializados.

DECORAÇÃO DO RESTAURANTE PARRAXAXA CASA FORTE, COM DECORAÇÃO E COZINHA TÍPICA NORDESTINA.

FONTE: PARRAXAXA. DISPONÍVEL EM: HTTP://GOO.GL/2TZEWP. ACESSO EM: 25 JULHO 2014.

Estar atento aos acontecimentos para focar a produção

Principalmente em cidades turísticas, os artesãos devem atentar às temporadas e grandes eventos, como foi o Mundial 2014 e serão os Jogos Olímpicos Rio 2016, para focar a produção nos artigos que costumam ter mais saída. Isso possibilita que o artesão prepare-se e comece a produção para os eventos com antecedência, podendo aproveitar ao máximo as oportunidades de aumento de vendas do produto.

Casos de sucesso

Confira abaixo alguns exemplos de parcerias entre artesanato e restaurantes:

/ Exposição e comercialização de artesanato no estabelecimento

O restaurante Consulado Mineiro, no bairro Pinheiros em São Paulo (SP), possui desde 2004 uma lojinha de artesanato no próprio estabelecimento, o que traz um diferencial e cativa os clientes e adoradores da cultura e tradição mineira. A loja comercializa peças de decoração, compotas de doces e cachaças artesanais e outros produtos, todos manufaturados por artesãos de Minas Gerais, que traduzem o artesanato e a identidade da região, oferecendo um diferencial aos clientes, que convivem com a cultura mineira ao visitarem o restaurante (Portal de Artesanato).

/ Artesanato como decoração do próprio restaurante

O restaurante Casa da Esquina, tradicional na cidade de Porto Seguro (BA), utiliza porta-velas de mosaicos feitos artesanalmente para decorar as mesas e trazer ao cliente um ambiente aconchegante. Segundo Doris Valsangia, proprietária do restaurante, em entrevista exclusiva para esse relatório, "os porta-velas começaram a fazer sucesso entre os clientes, que perguntavam se não estavam à venda". Foi então que ela resolveu falar com a artesã, que produz o artesanato em casa e hoje comercializa em outros restaurantes da cidade, para comercializar as peças para os clientes interessados. Os porta-velas são repassados por consignação, ficam expostos e Doris repassa à artesã Fabiana Barreto Silva o valor referente às peças vendidas.

/ Artesanato utilizado como utensílio

O Atelier Muriqui, que produz peças artesanais em cerâmica para serem utilizadas como utensílios nos restaurantes, vem se destacando pelo encantamento gerado tanto pelos proprietários dos restaurantes quanto pelos clientes. O atelier diferencia-se por produzir peças personalizadas, de acordo com a ideia e expectativa de cada cliente. No caso do restaurante Brasil a Gosto, desde sua abertura, em 2004, todos os utensílios são do Atelier Muriqui e, além de utilizar as peças, expõe e comercializa as mesmas no segundo

O Brasil a Gosto foi um dos primeiros restaurantes a apostar no artesanato da cerâmica como parte de sua decoração. Hoje a cerâmica está em alta e é vista como um complemento diferenciado ao requinte dos mais diversos restaurantes, que já estão utilizando as peças do atelier como utensílios (Basilico, 2012 e Atelier Muriqui).

Considerações finais

Quanto mais os artesãos buscarem formas de divulgar o seu trabalho em locais de grande circulação, maior será a visibilidade do artesanato e melhores são as chances de ampliação das vendas. Vale lembrar que uma marca conhecida, seja ela de qualquer tipo de produto, é aquela que está acessível aos olhos e mãos do consumidor.

Assim, o artesanato vem sendo visto gradativamente como um diferencial à massificação nos mais diversos setores em que pode ser utilizado. Nos restaurantes evidencia-se pela utilização do artesanato na decoração e, mais recentemente, até nos utensílios, trazendo um conceito de exclusividade e requinte.

Por isso, o artesão deve buscar restaurantes que tenham relação com o trabalho produzido e propor parcerias, mostrando sempre as vantagens para ambos, além da possibilidade de cativar e fidelizar clientes.

Sua opinião faz a diferença!

Por isso o Projeto de Inteligência Competitiva do Programa Sebrae 2014 quer saber mais sobre suas expectativas e satisfação. Responda a breve pesquisa que elaboramos especialmente para você e seu negócio!

PARTICIPAR

SEBRAE SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional: Roberto Simões
Diretor-Presidente: Luiz Barretto | **Diretor-Técnico:** Carlos Alberto dos Santos
Diretor de Administração e Finanças: José Claudio dos Santos | **Fotos:** banco de imagens

UAMSF – Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros
UACC – Unidade de Atendimento Coletivo - Comércio
Conteúdo: Daphne Blaese e Maria Carolina Pinto