



BOLETIM

PARCERIA DO ARTESANATO COM OS MEIOS DE HOSPEDAGEM



A Copa do Mundo da FIFA 2014 aqueceu o turismo em todo o país, devido à circulação de milhares de turistas nacionais e estrangeiros

Verifica-se uma grande oportunidade para os produtores de *souvenirs*, objetos que serão muito procurados pelos turistas que circularão pelo Brasil. O artesão destaca-se por ter em sua produção o caráter cultural, que traz consigo a “brasilidade” e, por isso, tem um produto diferenciado aos olhos dos turistas.

+ Nesse contexto, uma importante forma de gerar novas vendas do artesanato é buscar meios de expor os produtos através de parcerias com meios de hospedagens, que terão intensa circulação de turistas, principalmente nas cidades-sede da competição.

Parcerias como oportunidade

Com o Mundial, os meios de hospedagem, em especial a rede hoteleira, tornam-se uma forma atrativa para os artesãos ampliarem as vendas e também divulgarem o artesanato de diversas regiões brasileiras para o mundo. Nesse segmento haverá grande circulação de turistas em virtude da Copa do Mundo da FIFA 2014, principalmente entre os meses de junho e julho.

Com isso, o artesão deve buscar formas de fechar parcerias com meios de hospedagens (hotéis, pousadas e *hostels*, por exemplo) para a venda ou exposição de seus produtos, principalmente na região onde produz o artesanato, como forma de o meio de hospedagem oferecer ao turista a cultura local e dar ao artesão a chance de mostrar sua arte.



/ São exemplos de parcerias que podem ser fechadas:



CESSÃO DE ÁREA PARA COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTOS

Aqui, o meio de hospedagem cede um espaço para que o artesão exponha e venda seus produtos aos hóspedes.



DECORAÇÃO DO MEIO DE HOSPEDAGEM COM ELEMENTOS ARTESANAIS

Objetos artesanais são expostos, como peças decorativas, e o meio de hospedagem oferece o contato do artesão ou cooperativa para os hóspedes que se interessarem.

/ Como retorno da parceria, os artesãos podem oferecer ao meios de hospedagem:



A produção de algum artigo para o meio de hospedagem (como sabonetes artesanais)



Etiqueta do produto com o nome do estabelecimento



Porcentagem da venda alcançada pela exposição de seus produtos no local

/ Benefícios



As parcerias têm por objetivo trazer benefícios para todos os envolvidos, por isso, é importante saber vender essa atuação em conjunto, indicando os pontos positivos da mesma, tanto para o artesão quanto para os meios de hospedagens:



Para os artesãos:

Maior proximidade com o público-alvo durante o Mundial, nesse caso, os turistas e espectadores locais;



Potencialização da geração de negócios por meio da exposição e comercialização dos trabalhos artesanais;



Melhora a divulgação do trabalho do artesão e torna-se mais uma forma de estar em contato com o consumidor;



Para os meios de hospedagem:

Pode contribuir para encantar o cliente e fidelizá-lo, uma vez que oferece ao hóspede um *souvenir*, produto buscado pelos turistas como lembrança do local que conheceu;



Evita gastos com aluguel e legalização de locais para exposição (pois existem muitos artesãos que não têm permissão para comercializar seus produtos em feiras de rua), taxas e impostos incorridos sobre pessoa jurídica (empresas), entre outros;



Atinge turistas advindos de várias regiões e países;



Tem o potencial de associar o reconhecimento da marca do meio de hospedagem com o artesanato. Quanto maior e mais conhecido for o parceiro, maior a confiança e a chance de despertar o interesse dos hóspedes em conhecer o artesanato exposto;



Aumenta as oportunidades de parcerias, tanto pela grande exposição com o fluxo de pessoas quanto pelos executivos que se hospedarão nesses locais.



Pode contribuir para a redução de custos com artigos obrigatórios, como sabonetes ou artigos de lembranças para o hóspede, os quais poderão ser produzidos pelo artesão como forma de divulgação do trabalho;



Pode incluir o nome do estabelecimento na etiqueta dos produtos, como forma de divulgação da marca;



É uma ação de responsabilidade social do meio de hospedagem, que busca a inclusão dos artesãos da região, proporcionando a eles um ponto de venda dos produtos.



Como fazer parceria?

É preciso buscar boas maneiras de atingir os alvos dessa ação, ou seja, os decisores dos meios de hospedagens. Para isso, é preciso buscar eventos ou facilitadores para que seja feito o primeiro contato com esses locais que o artesão deseja buscar parceria para expor produtos. Alguns exemplos são: participar de feiras focadas no setor de turismo, preferencialmente expondo seus produtos e buscando informações prévias dos estabelecimentos da sua região que participarão do evento, o que permite iniciar o contato com os decisores quando eventos na área não são comuns na região; procurar os estabelecimentos da região e propor parceria diretamente com os decisores; buscar o Sebrae, a secretaria de turismo da região ou ainda as associações de meio de hospedagem, para buscar informações sobre quais ações estão sendo feitas para promover a aproximação de artesãos com o setor de turismo.



Em 2012, no Recife, ocorreu a I Mostra de Artesanato para o setor de turismo, realizada pelo Sebrae Pernambuco. O principal objetivo era expor o trabalho dos artesãos do estado para arquitetos, decoradores e para os profissionais da hotelaria e gastronomia, para que os mesmos utilizassem o artesanato em seus projetos e estabelecimentos, principalmente durante a Copa do Mundo da FIFA 2014. Para mais informações, confira a matéria publicada no portal [Sebrae 2014](#).

É muito importante que o artesão esteja preparado antes de agir em busca de parcerias. Passar a imagem de organização interna como empreendedor individual ou associação pode ser decisivo na hora de um estabelecimento fechar uma parceria para exposição de artigos artesanais:

-  Saiba com quem deseja falar para apresentar a parceria (busque saber o nome do gerente do meio de hospedagem, por exemplo). Isso demonstra que você buscou informações e está realmente interessado em ter o meio de hospedagem como parceiro.
-  Estude sobre o estabelecimento que vai visitar e demonstre ter conhecimento sobre sua história, tipos de serviços ofertados, entre outros. Assim você passa a impressão de que escolheu o meio de hospedagem por ser diferenciado e não está, simplesmente, buscando qualquer estabelecimento para expor seus produtos.
-  Leve cartões de visitas e catálogos de produtos para as reuniões em que a proposta de parceria será apresentada. Assim você pode deixar o material para que a proposta seja discutida e seu contato para novas conversas futuras, mesmo que a parceria não feche de imediato.
-  Apresente benefícios da parceria para ambas as partes. O decisor do meio de hospedagem deve perceber que também sai ganhando com a exposição de produtos artesanais, seja pela satisfação dos clientes, seja por produtos que estão à disposição nos quartos e que foram oferecidos pelo artesão ao hotel de forma gratuita, por exemplo. **Atenção!** Não esqueça de definir a quantidade mensal. Disponibilizar peças de forma gratuita ou com um baixo valor de revenda não pode atrapalhar seu orçamento!

A comunicação visual é um fator importante na hora de fechar uma parceria com um meio de hospedagem. É interessante que sejam oferecidos meios de comunicação como *website*, para maior conhecimento da empresa, e catálogo de produtos para a apresentação do artesanato. Confira o Boletim [Comunicação visual no artesanato](#) para obter informações e formas de promover o seu negócio.

/ Entrevista

Marcos Moreno, gerente geral do Hotel Ville la Plage, em Búzios/RJ, afirma que o espaço para a exposição de artigos feitos por artesãos no clube de praia do hotel é uma forma de dar visibilidade e estrutura ao artesão, com a oferta de local para expor seus produtos e alimentação diária, oferecida pelo próprio hotel de forma gratuita. Segundo Moreno, alguns artesãos são fixos, mas muitos são temporários e expõem seus artigos durante duas ou três semanas. Não há seleção formal dos artesãos que expõem os produtos no hotel, mas os produtos são analisados e é necessário que haja algum tipo de customização para que possam ser expostos.

FONTE: ENTREVISTA COM MARCOS MORENO, 25/4/2014.

FONTE: AGENDA. DISPONÍVEL EM: [HTTP://GOO.GL/CX4YE7](http://goo.gl/CX4YE7). ACESSO EM: 07/05/2014

Exposição Café com Arte

O Café com Arte é uma iniciativa que leva os artesãos a confeccionarem e comercializarem seus produtos durante o café da manhã de hotéis de Maceió e outras cidades do estado de Alagoas, durante os quatro meses da alta temporada. Coordenado pela Secretaria de Estado do Planejamento e do Desenvolvimento Econômico (Seplane), em parceria com o Sebrae, tem por objetivo promover e divulgar o artesanato alagoano (Aqui Acontece, 2013). No ano de 2014, em sua quinta edição, gerou R\$ 50 mil em vendas para as associações do estado (Agenda A, 2014) e há perspectivas de prorrogação, pelo sucesso reconhecido, tanto pelos organizadores da ação quanto pelos hotéis que tiveram os trabalhos expostos.

Para alguns artesãos, que tiveram seus produtos expostos em quatro dos doze hotéis que participaram da quinta edição do programa Café com Arte, a temporada foi prolongada e serão abertos espaços para que os produtos sejam comercializados o ano inteiro. Essa iniciativa veio dos próprios hotéis, que viram na exposição dos produtos culturais da região uma oportunidade de atrair mais hóspedes (Agenda A, 2014).



FONTE: MUNICÍPIO ALAGOANO. DISPONÍVEL EM: [HTTP://BIT.LY/107ZTYM](http://bit.ly/107ZTYM). ACESSO EM: 07/05/2014

Isso mostra que tanto os artesãos quanto a rede hoteleira que participaram da iniciativa perceberam vantagens com a ação e resolveram dar continuidade como forma de ter o diferencial (por parte dos hotéis) e oferecer seus artigos aos turistas (por parte dos artesãos) também durante a baixa temporada.



No Mato Grosso do Sul ocorreu um seminário para a promoção de negociações entre artesãos, bares, restaurantes e hotéis para inserir na decoração dos ambientes a cultura local como diferencial competitivo. O evento foi uma iniciativa entre Sebrae-MS, o Centro Universitário de Campo Grande (Unaes), o Sindicato dos Artesãos (Sinart) e o Hotel Buriti.

O evento objetivou promover a divulgação do artesanato sul-mato-grossense. Para a identificação dos artesãos advindos dessas iniciativas. Um selo de foi criado, contendo as empresas participantes, um cartão postal e a história da peça, mostrando o local em que foi confeccionada, a matéria-prima utilizada, entre outras informações (Etur, 2005).



Buscando a valorização da cultura regional brasileira e a renovação dos ambientes, a rede Nord Hotéis utiliza o artesanato como decoração das unidades da capital da Paraíba. As peças são advindas de um grupo de artesãos chamado "Mãos que fazem arte", formado por 22 artistas de João Pessoa (PE), feitas de material reciclado, ambientalmente responsáveis e matéria-prima local.

Além da iniciativa, que divulga o artesanato local, os funcionários são orientados a repassar aos visitantes o contato dos artistas. Em reportagem, a artesã Francy Damacena, que fez parte do projeto, afirma que "o turista se depara com a nossa arte, seja nas áreas comuns do hotel, seja nos quartos. Quando aprecia e se identifica, logo nos procura" (Revista Hotéis, [s.d.]).



O Mundial de 2014 traz aos artesãos grandes oportunidades de mostrar seu potencial não apenas para os turistas. Como visto, é a hora de estar aberto a parcerias que visam à divulgação do trabalho artesanal em locais de grande fluxo de pessoas, como é o caso dos meios de hospedagem. A partir desse tipo de parceria, os viabilizadores de espaços para a oferta dos produtos artesanais começam a ver vantagem na ação e podem postergar a parceria, ou ainda, torná-la fixa.

Assim, percebe-se que a Copa do Mundo da FIFA 2014 é também um meio para a promoção do negócio, e não apenas um momento passageiro, ou seja, é um momento de realizar ações para aproveitar o legado do Mundial. Portanto, cabe ao artesão saber aproveitar a oportunidade para mostrar seu trabalho e potencializar, além das vendas, o reconhecimento no mercado interno e externo, para que os benefícios trazidos pelo megaevento esportivo não fiquem apenas em 2014.



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!



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

