

Design em Empreendimentos Populares

MATHEUS PIMENTEL GONÇALVES COUTINHO (Bolsa de Projeto)

GABRIEL FERREIRA SERRA (Bolsa de Projeto)

DANIELLE DE GOES UCHOA (Bolsa de Projeto)

IZABELLA LESSA AMARAL SILVA (Bolsa de Projeto)

ANA BEATRIZ BONALDO MONTEIRO (Bolsa de Projeto)

GABRIEL CASTRO MADEIRA (UFRJ/PIBIC)

Área Básica: DESENHO DE PRODUTO

Orientação: BEANY GUIMARÃES MONTEIRO

Das diversas ferramentas metodológicas proporcionadas pelo design, existem algumas capazes de desenvolver um crescimento socio-econômico sustentável em um empreendimento popular. O objetivo deste projeto é disponibilizar a estes empreendimentos tais ferramentas para aplicação nas suas práticas empreendedoras, de acordo com Penin (2006). A fim de garantir o melhor aproveitamento dessas ferramentas pelos empreendedores envolvidos no projeto, foi preciso efetuar uma adequação destas ferramentas à realidade local, uma vez que o design, influenciado por referências globais, por vezes não é aplicável às especificidades locais. Estas modificações serviram como base para os cursos realizados em 2007, 2010 e 2011. Ficou claro para nós que, nessas edições, diversos assuntos relevantes foram abordados de forma muito ampla ou não condizente com as demandas específicas de cada empreendimento. Em 2012 e 2013 iremos aprofundar tais assuntos a partir de um curso de especialização, destinado aos participantes da edição de 2011. Para melhorar o aproveitamento do curso é fundamental que, a cada ano, o material utilizado seja reformulado, pois novos empreendedores participam dessa formação em áreas de negócios distintas como turismo, gastronomia, cultura, prestação de serviços, costura, informática. Essa reformulação é realizada a cada ano a partir de um mapeamento junto às Incubadoras parceiras do projeto (Incubadora Afro Brasileira; Incubadora de Empreendimento para Egressos; Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares) para entender como funciona por completo o processo de incubação dos empreendimentos, desde a sua seleção até a “graduação” (entrada do empreendimento no mercado). Após o mapeamento são realizadas entrevistas com os empreendedores individualmente, para compreender o contexto social no qual estão inseridos, seus objetivos e nicho de mercado. A partir desses dados é elaborado um material didático específico para ser utilizado durante as oficinas do curso, que ocorrem no segundo semestre de cada ano.