

artesanato com muitas histórias

É um prazer falar sobre o Projeto Terra, uma loja de artigos de decoração e presentes que preenche duas características básicas: a qualidade dos produtos e a história social ou ecológica que cada um deles tem para contar. A idéia nasceu da parceria entre uma empresa paulistana de *design*, a Orro & Christensen, que só trabalha com madeira ecológica certificada pelo maior conselho florestal do mundo, o FSC (Forest Stewardship Council), e a Cidade Escola Aprendiz, ONG paulistana, responsável pelos mosaicos que decoram os muros da Vila Madalena, em São Paulo. O produto – uma mesa com tampo de mosaico – reúne o aspecto ecológico e social e, ao mesmo tempo, tem uma história que serviu para eu e meu sócio, Ricardo Pedroso, identificarmos um nicho de mercado até então inexplorado: um estabelecimento onde se vendessem exclusivamente produtos que tivessem um passado, uma história, uma alma.

O Projeto Terra foi também influenciado pelo programa da TV Globo, *Pequenas Empresas Grandes Negócios*, que, durante uma matéria sobre as mesas, mostra o repórter perguntando a um dos adolescentes se o que ele ganhava fazendo mosaico ajudava na renda de sua família. Vejam sua resposta: “Realmente isso acontece, me ajuda bastante, mas o mais importante neste trabalho é que ele me põe em contato com artistas famosos, como Volpi, Miró, Lígia Clark”. Meio desconcertado, o repórter percebeu que, além do aspecto financeiro, importava também muito para aquele jovem a possibilidade de ter acesso à educação – uma saída que, além de tirá-lo da rua, proporcionava o contato com grandes nomes da arte brasileira e internacional.

Garimpendo as comunidades – Depois de identificar esse nicho de mercado, tivemos de pesquisar se realmente encontraríamos outros produtos com as mesmas características, onde comprá-los e qual a melhor maneira de apresentá-los ao consumidor. Conversamos com várias pessoas com o intuito de conhecer o que está sendo produzido neste imenso país e ficamos muito animados, porque nos foram apresentados vários produtos que poderiam ser comercializados em qualquer loja de São Paulo, do Brasil e até do mundo.

Se a idéia vingasse, tornar-nos-íamos uma espécie de vitrine, capaz de apresentar essas peças ao público de uma forma digna, interessante e original. Falo de almofadas feitas pela ONG Aldeia do Futuro, uma comunidade que existe na favela de Americanópolis, que possibilita às mulheres trabalharem perto de seus filhos, gerando renda para dentro da casa com trabalhos manuais;

Marcos Nisti – Empresário com formação em Direito pela Universidade Católica de Santos e MBA de Economia na FEA-USP. Participou da fundação do Grupo de Compradores de Madeira Certificada e do Conselho Brasileiro de Manejo Florestal.

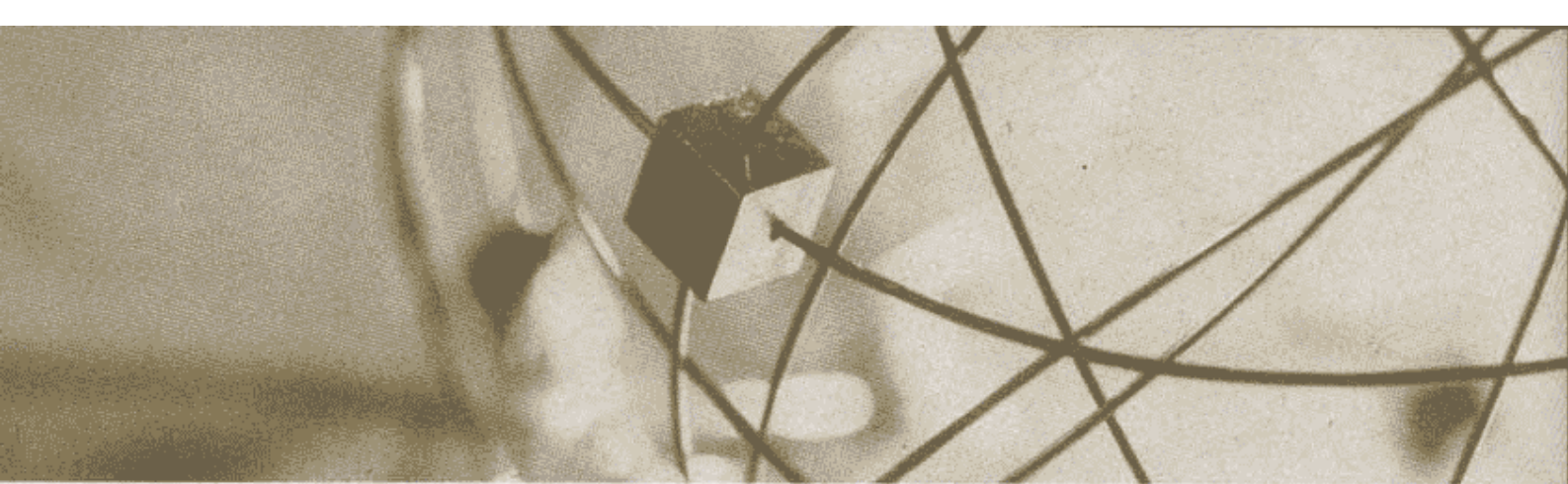
do artesanato de Minas Gerais; dos castiçais feitos dentro dos presídios de Florianópolis; dos jogos americanos e guardanapos feitos por comunidades mineiras; de artigos de papelaria e caixinhas feitas por pessoas com síndrome de Down. Neste último caso especial, vale mencionar que o grande mal para uma pessoa deficiente mental é a falta de ocupação, a falta de desenvolvimento da habilidade motora, ou seja, a terapia ocupacional – uma das principais recomendações para o problema. Esses produtos que nós comercializamos asseguram grande parte da renda que garante a sustentabilidade da Adere, em São Paulo. Uma das conquistas mais gratificantes no Projeto Terra é ver fotos dessas comunidades produzindo e constatar que, aos 60 anos de idade, uma portadora de síndrome de Down é capaz de trabalhar fazendo caixinhas e porta-retratos. Outros exemplos são os bancos de madeira desenvolvidos por *designers* holandeses, feitos na favela Monte Azul, em São Paulo, e as bonequinhas, cuja patente de uma empresa americana foi cedida ao Grupo Primavera, de Campinas, que adaptou seu conceito ao mercado nacional.

Vimos que nosso negócio era viável e tivemos confiança, desde o início, na construção de um modelo inovador de relacionamento com o fornecedor e com o cliente. Visitamos as comunidades para realmente entender como acontece a produção, desde a escolha da matéria, a utilização da mão-de-obra e como manteríamos a regularidade no fornecimento dos objetos, e, a partir de algumas viagens, conseguimos identificar as comunidades que realmente nos possibilitariam a viabilização do negócio.

Conhecemos muita gente: o Projeto Conviver, de São Paulo, feito por presidiários; o trabalho do Renato Imbroisi na parte de tecelagem; o pessoal da Oficina Gente de Fibra, que trabalha com fibras de bananeira misturada ao papel reciclado; os animais confeccionados com madeira reaproveitada na região de Prados (MG), só para citar mais alguns exemplos.

A partir daí passamos a analisar os dados obtidos nessa pesquisa e tentamos traduzi-los para uma linguagem empresarial, identificando a formatação do negócio. Criamos um comitê de seleção de produtos, de modo a verificar aqueles que preenchem os requisitos implícitos na filosofia do Projeto Terra. Logo no início já vislumbramos sua possibilidade de expansão, pressentindo que ela viria naturalmente cerca de um ano depois.

O projeto físico da loja – Queríamos tirar o tom de bazar que geralmente caracteriza esse tipo de produto, criando uma vitrine bonita, que convidasse a comprar não apenas pelo produto em si, mas por causa da história que ele traz consigo e vem escrita ao lado da peça, como acontece nas feiras de antiguidades. Chegamos a uma solução de distribuição na qual as pessoas têm prazer de passar um tempo observando e lendo as histórias, porque nosso desafio, além de vender, é passar o conceito que está por trás de cada pequena obra de arte, todas peças feitas com qualidade, aqui mesmo em nosso país, apresentando aos clientes um pouco da história de projetos que compõem o



dia-a-dia do Brasil, em todas as suas regiões. Nossa preocupação foi transformar a loja numa espécie de galeria – não temos vitrine – não priorizando nenhum produto em especial, mas valorizando igualmente cada um deles na exposição.

O material empregado em sua construção também foi uma preocupação que veio logo no início. Hoje somos a primeira loja totalmente certificada pelo FSC, o que nos deu o direito de utilizar esse logotipo estampado na parede da loja, pela primeira vez no mundo.

Quebramos ainda alguns paradigmas: queríamos uma circulação que levasse a pessoa a conhecer a loja inteira, inclusive o mezanino, detalhe no qual apostamos, apesar de nos desaconselharem – e hoje o índice de pessoas que entram na loja e sobem, dando a volta inteira, ultrapassa os 90%.

A seleção de profissionais – Contratamos uma empresa de RH e fizemos uma seleção extremamente rigorosa, optando por pessoas que valorizam e acreditam em nossa proposta. Durante o treinamento fizemos visitas às comunidades produtoras, fato que permitiu aos vendedores oferecerem explicações adicionais relativas a cada produto.

O próximo ponto foi estabelecer uma relação diferente com os fornecedores, que são encarados como parceiros sob todos os aspectos, o que permite a sugestão de alternativas para que o produto possa ser mais bem-aceito no mercado. Temos uma porta aberta para o diálogo e uma política de ajuda na viabilização dos projetos mais difíceis. Exemplo disso é a luminária com *design* holandês, produzida pela Monte Azul, cujo acabamento original não se adaptava ao calor brasileiro. Temos a missão de ajudá-los a resolver problemas como este e intermediar também a relação dos doadores de matéria-prima aos produtores. Há pouco tempo ajudamos a fechar uma parceria com a Aldeia do Futuro e a Track&Field, com o objetivo de obter restos de tecido para a confecção de almofadas. Também temos uma postura especial com relação ao estabelecimento de preços junto ao fornecedor, que sabe exatamente o quanto vamos cobrar de seu produto ao consumidor final, pois chegamos a esse valor a quatro mãos.

Inauguramos a loja em maio de 2002 e, com enorme satisfação, em menos de um ano, o Projeto Terra é um sucesso. Iniciamos com 15 fornecedores, e, em menos de cinco meses já eram 35, sendo que as vendas seguem dentro das expectativas. Nossos produtos vão desde tapetes artesanais confeccionados em Bertiooga, sob a orientação de Tony Roman, até móveis que misturam diversos materiais, como fibra de bananeira e sacos de cimento, e caixinhas de madeira em mosaico feitas a 38 horas de barco da cidade de Manaus.

O Projeto Terra fica no piso térreo do Shopping Vila Lobos e, graças à forma de circulação, o cliente pode conviver com peças de *design* industrial ao lado de peças totalmente artesanais.



Essa mistura na apresentação dos produtos acaba sendo um dos fatores responsáveis pelo sucesso do Projeto Terra, pois uma peça valoriza a outra.

Com poucos meses de existência e enorme sucesso, já tivemos até uma demanda de expansão tanto no Brasil quanto na Europa, e isso nos levou a contratar uma empresa de consultoria em expansão de marcas, porque a idéia já ultrapassa fronteiras, especialmente devido à forma transparente como trabalhamos, de acordo com parâmetros fiscais rígidos e critérios certificados por renomados órgãos de proteção ambiental. Ainda assim conseguimos ser lucrativos, pois a lucratividade também é uma de nossas metas.

Nosso diferencial é ter identificado que o produto com o qual trabalhamos necessita de uma vitrine digna para ser bem-aceito no mercado e, em decorrência disso, vender bem.

O Projeto Terra é uma empresa comercial que se relaciona com o terceiro setor de uma forma não-assistencialista. Comercialmente, acreditamos nos produtos feitos por algumas comunidades, confiamos na capacidade que elas têm de produzir, pois a maioria é formada por pessoas extremamente sérias.

Desde o começo a imprensa viu nossa iniciativa de uma forma extremamente positiva, inclusive divulgando exemplos bem-sucedidos, como o de Joseane, de Campinas, que chegou a ganhar uma bolsa de estudos da empresa americana que detém a patente das bonecas. Nesse estágio ela conseguiu desenvolver um produto com a linguagem brasileira e hoje gerencia o projeto todo.

Somos extremamente bem-recebidos em todas as comunidades que visitamos e as tratamos como fornecedoras. Elas não precisam de compaixão, e sim de dignidade. Temos muito prazer em ganhar dinheiro dessa forma e a questão da responsabilidade social ganha muito mais sentido. Geralmente, dizem que toda empresa tem a cara do dono. No caso do Projeto Terra aconteceu o contrário: nós é que mudamos a forma de ver a vida e olhar de outra maneira para as coisas do dia-a-dia, em função das informações e contatos que a empresa trouxe até nós. Está sendo uma experiência fantástica. Muito obrigado.