



UNIFACS - Universidade Salvador
Design Bacharelado - Projeto de Graduação

GABRIEL SILVA
GABRIEL SANTOS
IAGO JESUS
MAVIAEL NETO
VICTOR ARAÚJO
WESLEY SÁ BARRETO

COMO CONTRIBUIR PARA O ACESSO DE PEQUENOS COMERCIANTES
INFORMAIS AOS SERVIÇOS DE DESIGN EM SALVADOR?

Salvador
2023

**GABRIEL COSTA
GABRIEL SILVA
IAGO JESUS
MAVIAEL NETO
VICTOR ARAÚJO
WESLEY SÁ BARRETO**

**COMO CONTRIBUIR PARA O ACESSO DE PEQUENOS COMERCIANTES
INFORMAIS AOS SERVIÇOS DE DESIGN EM SALVADOR?**

Relatório apresentado como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharelado em Design do Campus Tancredo Neves, da Universidade Salvador, sob orientação dos Professores Renata Kalid e André Mucarzel.

SALVADOR

2023



Termo de ciência sobre elaboração de trabalho acadêmico de conclusão de curso

Eu, Gabriel Santos Costa, portador(a) do documento de identidade RG nº1610480139, inscrito(a) no CPF/MF nº 050.049.415-05, matrícula RA nº1272018463 aluno(a) do curso de Design ministrado pela(o) UNIFACS - Universidade Salvador, declaro, para os devidos fins, que o trabalho acadêmico de conclusão de curso elaborado por mim para a obtenção do título de bacharel em Design a ser apresentado perante a Universidade, é original, bem como que todas as informações, dados, citações, etc, utilizados no trabalho estão corretos e devidamente identificados.

Declaro, ainda, ter ciência de que a utilização ou reprodução de informações, dados, trechos, entre outros, de obras de outros autores, que não estejam corretamente identificados e com a necessária autorização prévia e expressa do autor, constitui crime de violação de direito autoral, tipificado pelo artigo 184 do Código Penal brasileiro, sem prejuízo da responsabilização por danos na esfera civil, além de constituir grave falta ética e disciplinar, sujeita a sanção administrativa no âmbito da Universidade, nos termos do disposto em seu Regimento Geral.

Salvador, Bahia, 11 de Dezembro de 2023



Termo de ciência sobre elaboração de trabalho acadêmico de conclusão de curso

Eu, **Gabriel Nascimento da Silva**, portador(a) do documento de identidade RG nº **14.514.789-41**, inscrito(a) no CPF/MF nº **070.474.065-65**, matrícula RA nº **12720110513** aluno(a) do curso de **Design** ministrado pela(o) **Universidade Salvador, UNIFACS**, declaro, para os devidos fins, que o trabalho acadêmico de conclusão de curso elaborado por mim para a obtenção do título de bacharel em **Design** a ser apresentado perante a Universidade, é original, bem como que todas as informações, dados, citações, etc, utilizados no trabalho estão corretos e devidamente identificados.

Declaro, ainda, ter ciência de que a utilização ou reprodução de informações, dados, trechos, entre outros, de obras de outros autores, que não estejam corretamente identificados e com a necessária autorização prévia e expressa do autor, constitui crime de violação de direito autoral, tipificado pelo artigo 184 do Código Penal brasileiro, sem prejuízo da responsabilização por danos na esfera civil, além de constituir grave falta ética e disciplinar, sujeita a sanção administrativa no âmbito da Universidade, nos termos do disposto em seu Regimento Geral.

Salvador, 11 de Dezembro de 2023



Termo de ciência sobre elaboração de trabalho acadêmico de conclusão de curso

Eu, Iago Santos de Jesus, portador(a) do documento de identidade RG nº 14.023.184-64, inscrito(a) no CPF/MF nº 074.167.015-11, matrícula RA nº 12720110724 aluno(a) do curso de Design ministrado pela(o) **Universidade Salvador, UNIFACS**, declaro, para os devidos fins, que o trabalho acadêmico de conclusão de curso elaborado por mim para a obtenção do título de bacharel em Design a ser apresentado perante a Universidade, é original, bem como que todas as informações, dados, citações, etc, utilizados no trabalho estão corretos e devidamente identificados.

Declaro, ainda, ter ciência de que a utilização ou reprodução de informações, dados, trechos, entre outros, de obras de outros autores, que não estejam corretamente identificados e com a necessária autorização prévia e expressa do autor, constitui crime de violação de direito autoral, tipificado pelo artigo 184 do Código Penal brasileiro, sem prejuízo da responsabilização por danos na esfera civil, além de constituir grave falta ética e disciplinar, sujeita a sanção administrativa no âmbito da Universidade, nos termos do disposto em seu Regimento Geral.

Salvador, 10 de Dezembro de 2023

Iago Santos de Jesus



Termo de ciência sobre elaboração de trabalho acadêmico de conclusão de curso

Eu, **Mavíael Pereira Costa Neto**, portador(a) do documento de identidade RG nº **1580903142**, inscrito(a) no CPF/MF nº **858.187.315-45**, matrícula RA nº **1272018292** aluno(a) do curso de **Design** ministrado pela(o) **Universidade Salvador, UNIFACS**, declaro, para os devidos fins, que o trabalho acadêmico de conclusão de curso elaborado por mim para a obtenção do título de bacharel em **Design** a ser apresentado perante a Universidade, é original, bem como que todas as informações, dados, citações, etc, utilizados no trabalho estão corretos e devidamente identificados.

Declaro, ainda, ter ciência de que a utilização ou reprodução de informações, dados, trechos, entre outros, de obras de outros autores, que não estejam corretamente identificados e com a necessária autorização prévia e expressa do autor, constitui crime de violação de direito autoral, tipificado pelo artigo 184 do Código Penal brasileiro, sem prejuízo da responsabilização por danos na esfera civil, além de constituir grave falta ética e disciplinar, sujeita a sanção administrativa no âmbito da Universidade, nos termos do disposto em seu Regimento Geral.

Salvador, 10 de Dezembro de 2023



Termo de ciência sobre elaboração de trabalho acadêmico de conclusão de curso

Eu, Victor Souza de Araújo, portador(a) do documento de identidade RG nº1602975329, inscrito(a) no CPF/MF nº05904406592, matrícula RA nº1272023286 aluno(a) do curso de Design ministrado pela(o) UNIFACS (nome da instituição), declaro, para os devidos fins, que o trabalho acadêmico de conclusão de curso elaborado por mim para a obtenção do título de bacharel em DESIGN a ser apresentado perante a Universidade, é original, bem como que todas as informações, dados, citações, etc, utilizados no trabalho estão corretos e devidamente identificados.

Declaro, ainda, ter ciência de que a utilização ou reprodução de informações, dados, trechos, entre outros, de obras de outros autores, que não estejam corretamente identificados e com a necessária autorização prévia e expressa do autor, constitui crime de violação de direito autoral, tipificado pelo artigo 184 do Código Penal brasileiro, sem prejuízo da responsabilização por danos na esfera civil, além de constituir grave falta ética e disciplinar, sujeita a sanção administrativa no âmbito da Universidade, nos termos do disposto em seu Regimento Geral.

Salvador, 11 de Dezembro de 2023



Documento assinado digitalmente
VICTOR SOUZA DE ARAUJO
Data: 11/12/2023 15:39:12-0300
Verifique em <https://validar.it.gov.br>



Termo de ciência sobre elaboração de trabalho acadêmico de conclusão de curso

Eu, Wesley Pereira Sá Barreto portador(a) do documento de identidade RG nº14.216.056-35, inscrito(a) no CPF/MF nº862.880.425-01, matrícula RA nº12720110065 aluno(a) do curso de Design ministrado pela(o) UNIFACS, declaro, para os devidos fins, que o trabalho acadêmico de conclusão de curso elaborado por mim para a obtenção do título de bacharel em Design a ser apresentado perante a Universidade, é original, bem como que todas as informações, dados, citações, etc, utilizados no trabalho estão corretos e devidamente identificados.

Declaro, ainda, ter ciência de que a utilização ou reprodução de informações, dados, trechos, entre outros, de obras de outros autores, que não estejam corretamente identificados e com a necessária autorização prévia e expressa do autor, constitui crime de violação de direito autoral, tipificado pelo artigo 184 do Código Penal brasileiro, sem prejuízo da responsabilização por danos na esfera civil, além de constituir grave falta ética e disciplinar, sujeita a sanção administrativa no âmbito da Universidade, nos termos do disposto em seu Regimento Geral.

Salvador, 11 de Dezembro de 2023

Wesley Pereira Sá Barreto

RESUMO

Esse projeto é pautado na idealização de dar suporte a pequenos comerciantes, que não possuem formas de investir na área de comunicação visual dos seus negócios, pois todo o seu lucro é voltado para sua própria subsistência, ao mesmo tempo em que tem como finalidade também dar início a carreira de jovens estudantes, que, com o suporte da sua instituição de ensino, irão se debruçar sobre o Design Social, Design Educativo, e Design Thinking, com o intuito de aprender as suas metodologias, melhorar seus portfólios e habilidades, além de gerar novas formas para dar visibilidade a essa parcela da população que não tem acesso a tais serviços. Podendo ser utilizado como projeto de extensão, agência social ou empresa junior, o Projeto Accessus foi idealizado para ser uma ponte entre aqueles que necessitam, e aqueles dispostos a se envolver para possibilitar uma melhoria antes considerada inviável, e mostrar a importância de uma comunicação visual efetiva.

PALAVRAS CHAVE: Design Social, Comunicação Visual, Instituição de Ensino.

ABSTRACT

This project is based on the idea of providing support to small merchants who lack resources to invest in the visual communication of their businesses. As their entire profit is directed towards their own subsistence, the project also aims to kickstart the careers of young students. With the support of their educational institution, these students will delve into Social Design, Educational Design, and Design Thinking. The goal is to learn methodologies, enhance their portfolios and skills, and generate new ways to bring visibility to a segment of the population that lacks access to such services. Whether used as an extension project, a social agency, or a junior company, the Accessus Project was conceived to serve as a bridge between those in need and those willing to engage in order to facilitate improvements that were previously considered unattainable. It also aims to highlight the importance of effective visual communication.

KEYWORDS: Social Design, Visual Communication, Educational Institution.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	6
1.1. TEMA, DELIMITAÇÃO E DEFINIÇÃO DO PROBLEMA	6
1.2. JUSTIFICATIVA	7
1.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	8
1.4. USUÁRIO/TARGET/PÚBLICO-ALVO	9
1.6 MÉTODO PROJETUAL	13
2. FUNDAMENTAÇÃO PROJETUAL	14
2.1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA DO DESIGN REFERENTE AO PROJETUAL	
2.2. O PAPEL DO DESIGN FRENTE A PROBLEMÁTICA APRESENTADA; (COMO ESSA TEORIA É APLICADA)	16
2.3. ESPECIFICIDADES DA PROBLEMÁTICA	16
3. LEVANTAMENTO E ANÁLISE DE DADOS	17
RESPOSTAS IMPORTANTES DOS QUESTIONÁRIOS:	18
QUESTIONÁRIO PARA/ ESTUDANTES	18
QUESTIONÁRIO PARA SOCIEDADE	20
QUESTIONÁRIO PARA COMERCIANTES	21
4. PROPOSTA	23
4.1. CANVAS DE PROJETO	23
4.3. PROPOSTA DE SOLUÇÃO	23
5. DESENVOLVIMENTO DO PROJETO	24
5.2. GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS	24
5.3. SELEÇÃO - APRESENTAÇÃO DA SOLUÇÃO ESCOLHIDA	28
5.4. DETALHAMENTO - INDICAÇÃO DE MATERIAIS, TECNOLOGIAS E PROCESSOS	29
5.6. VALIDAÇÕES - (POSSIBILIDADE DE USO DE MVP)	33
5.7. DOCUMENTAÇÃO (ARTES-FINAIS, PLANTAS, DESENHO TÉCNICO, ETC).	34
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	47

1. INTRODUÇÃO

1.1. TEMA, DELIMITAÇÃO E DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

Esse projeto se debruça sobre a possibilidade de propor soluções, de forma sucinta e objetiva, para tornar possível e viável o acesso ao design gráfico para comerciantes informais, uma parcela da população que devido a diversos impedimentos não tem como custear sua comunicação e sistema de identidade visual de forma adequada e/ou de forma profissional. Este fato gera o principal problema a ser respondido com este projeto: ***Como contribuir para o acesso de pequenos comerciantes informais aos serviços de design em Salvador?***

No que diz respeito às concepções de comerciantes informais, serão usadas as seguintes definições:

1. Como uma atividade que acontece no espaço urbano, o comércio informal constitui-se num mercado paralelo, de economia invisível, formado por vendedores ambulantes, profissionais irregulares, servidores domésticos, contraventores, oficinas de fundo de quintal, fábricas caseiras de diferentes produtos entre outros. Dentre estes personagens que compõem o setor, o ambulante é o mais comum. (CLEPS, 2009)
2. Segundo Meneguim Bugarin (2008), a Organização Internacional do Trabalho, ao setor informal são ainda agregadas as pessoas sem remuneração e os autônomos (em que não há uma separação nítida entre a propriedade do empreendimento e a execução de suas atividades). Outra possível definição é considerar informal aquele cidadão não segurado pela Previdência Social. (LIMA, 2017).

Seguindo a linha de design social e design de serviços, visamos abarcar um mercado voltado a clientes de baixa renda que devido a problemas como falta de verba, prioridades de investimentos voltadas à subsistência do negócio, dentre outros impedimentos econômicos e logísticos, deixam de investir na comunicação visual, design gráfico e identidade visual de seus empreendimentos.

Logo, através de nosso projeto, buscamos mostrar a importância destes processos de design, assim desenvolvendo, ao lado do cliente, produtos gráficos que supram essas necessidades de comunicação e identidade visual. Assim possibilitando através deste processo que esses comerciantes informais evoluam

seus negócios ao mesmo tempo que mostramos a diferença feita pelo bom uso do design.

1.2. JUSTIFICATIVA

A escolha da temática para este projeto surgiu através da observação de alguns fatos, são eles:

1. A carência de conhecimento entre pequenos empreendedores e comerciantes sobre as áreas de design e comunicação visual.
2. A dificuldade entre pequenos empreendedores e comerciantes de investimento em design e comunicação visual.

Neste contexto entendemos o design como uma peça-chave para aprimoramento e competitividade dos negócios dos pequenos comerciantes informais.

Reconhecemos que a atratividade visual não apenas cativa os consumidores, mas cria uma identidade única para produtos, serviços e respectivos negócios. Além disso, entendemos que um bom design não apenas comunica informações de maneira eficiente, mas também fortalece a posição do comerciante em seu mercado, proporcionando uma vantagem competitiva essencial para enfrentar os desafios de sua prática profissional.

Identificamos também que várias instituições de ensino superior no Brasil desempenham um papel fundamental ao promover agências, ações, projetos e empresas com foco social, voltados para auxiliar a comunidade ao mesmo tempo que promovem experiências de prática profissional para os alunos que se voluntariam a estes projetos.

Por exemplo, alunos da Faculdade de Ciências Contábeis da UFBA participam da Ação Social do Imposto de Renda anualmente, oferecendo assistência com orientação, elaboração e envio da Declaração do Ajuste Anual do Imposto de Renda Pessoa Física (DAAIRPF) para a comunidade, de forma gratuita.

No estado de São Paulo, os alunos da USP, através do Instituto de Psicologia (IP), estão envolvidos em diversos serviços de atendimento e práticas psicológicas públicas gratuitas, destinados à comunidade.

Outro exemplo notável é o Núcleo de Práticas Jurídicas da UNIFACS (Feira de Santana), que oferece assistência jurídica acessível à comunidade, promovendo o acesso à justiça e defendendo os direitos individuais, ao mesmo tempo que prepara estudantes de Direito com experiência prática para os desafios da advocacia. Essas iniciativas, dentre muitas outras, destacam a importância das universidades em fornecer recursos e conhecimento às comunidades locais, de oferecer também oportunidades de vivência profissional e experiências humanas ao estudante, evidenciando o impacto positivo da colaboração entre academia e sociedade.

Dito isso, é notável a falta de um projeto dentro de cursos da área do design que faça essa ligação entre universidades e comunidades, sendo assim uma oportunidade de responder a questão norteadora do projeto e trazer inovação às universidades e estudantes de design.

1.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

No âmbito deste projeto de graduação, abordamos a questão crucial de como tornar acessíveis os serviços de design para pequenos comerciantes informais em Salvador. Reconhecemos a importância e diferença que o design tem na diferenciação e competitividade de negócios, logo um de nossos objetivos é desenvolver soluções que permitam a esses empreendedores aproveitar os benefícios do design e comunicação visual, de forma acessível que considere as limitações econômicas dessa classe trabalhadora. Nosso foco está em proporcionar oportunidades de crescimento e aprimoramento para esse setor econômico, promovendo assim também, desenvolvimento sustentável.

Para alcançar esse objetivo usaremos instituições de ensino superior como um link de alta importância. Logo outro objetivo deste projeto é também envolver estudantes de design que buscam evoluir sua prática e começar a lidar com desafios reais e clientes reais, de forma voluntária, buscando suprir uma necessidade desses

estudantes de alavancar suas carreiras profissionais, evoluir seus portfólios e sua experiência prática, enquanto exercitam um projeto social/comunitário que aumenta o alcance do design na sociedade.

Portanto, nossos objetivos específicos se dão a partir de 04 pontos chaves:

REFORÇAR o posicionamento e diferencial do pequeno comércio no mercado, e gerar valor de forma coerente.

ENGAJAR estudantes em um projeto que vai usar seus conhecimentos teóricos de design e levá-los para o campo prático.

DESENVOLVER a compreensão da importância do design para o pequeno comerciante em relação ao seu trabalho, fazendo com que ele entenda que o design bem feito diferencia uma organização das outras que não utilizam do design.

PROMOVER o design sustentável, incentivando os comerciantes e estudante de design a agirem através de soluções de design que sejam economicamente e ecologicamente viáveis, minimizando o impacto ambiental de suas operações enquanto contribuem para a economia.

1.4 USUÁRIO/TARGET/PÚBLICO-ALVO

Usuário do Projeto Comunitário:

O presente projeto almeja direcionar os esforços para o segmento de pequenos comerciantes/comerciantes informais, em Salvador, eles serão os usuários do projeto. Este enfoque se justifica pela constatação de que muitos desses empreendedores carecem de recursos e conhecimentos pertinentes à concepção de design e comunicação visual. Em sua maioria, os comerciantes informais estão concentrados na busca prioritária pela sobrevivência econômica, sua e do negócio, uma vez que suas atividades focam em suas próprias subsistências.

Com esse contexto o perfil do comerciante que se tornará usuário do projeto é primariamente definido por sua condição econômica e impossibilidade de arcar com serviços de design profissional.

Público-Alvo da Metodologia do Projeto:

A metodologia do projeto terá como público-alvo as universidades e cursos de design. Uma vez que as instituições de ensino serão responsáveis pela aplicação do projeto comunitário, a forma que o projeto tomará poderá mudar dentro de cada universidade, mas sempre tendo como objetivo aproximar o estudante do usuário em busca de gerar design e comunicação visual para o comerciante e experiência de mercado para o estudante voluntário que agirá dentro do projeto. Esses estudantes voluntários também poderiam contar com a assistência de professores orientadores apontados pela instituição de ensino e utilizam da própria infraestrutura da universidade para tocar o projeto, para que assim, o mesmo possa agir profissionalmente ao mesmo tempo que possam também tirar dúvidas e ter orientação.

O perfil da instituição de ensino como público-alvo do projeto se caracteriza por querer/necessitar de um projeto social comunitário de curso e por querer oferecer à seus estudantes um projeto que lhes-dê suporte para evoluir suas práticas profissionais do design, praticar a teoria ensinada em sala de aula e evoluir seus portfólios.

O perfil dos estudantes universitários que têm interesse em participar e se voluntariar caracteriza-se por desejar desenvolver suas competências técnicas práticas, com clientes e demandas reais trabalhando com metodologias de projetos e teorias aprendidas em sala de aula.

1.5 CONTEXTO

O objeto central do projeto é o desenvolvimento de um projeto metodológico, a aplicação deste projeto visa gerar uma ponte entre o estudante de design em busca de práticas reais e experiências reais com o fazer do design e aquele pequeno comerciante que necessita do design mas não pode pagar pelos serviços de um designer profissional. Essa ponte terá a universidade como o agente que une

as duas partes, através de um projeto social modulável que sirva também as necessidades da universidade.

Com esse ponto de vista, nossa questão norteadora está inserida em um contexto onde três partes podem ser beneficiadas mutuamente através de um projeto metodológico como proposto aqui.

Pela parte das universidades, como visto no Plano De Desenvolvimento Institucional Unifacs, a instituição de ensino busca inovar seu ensino e fortalecer seus vínculos com a comunidade:

[...] tornando-se uma instituição inovadora, que propicie conhecimento de ponta em ambientes desafiadores e atraentes, além de **gerar oportunidades ímpares de vivência e desenvolvimento para seus estudantes**. seu objetivo é manter-se como uma instituição de ensino superior de excelência na formação profissional dos estudantes, **que forme profissionais com competências técnicas e sociais, com forte senso humanista**, capazes de ocupar diferentes espaços nas organizações e no mundo.

Plano De Desenvolvimento Institucional Unifacs - 2022

Logo esses interesses em uma instituição de ensino se tornam compatíveis com a proposta projetual de uma metodologia como a desenvolvida neste projeto.

A integração eficaz entre a universidade e o mercado de trabalho é um elemento crucial na construção da reputação institucional, conforme destacado nas avaliações externas do Ministério da Educação (MEC). A preparação sólida oferecida aos alunos não apenas aumenta suas chances de sucesso no mercado, mas também atende às demandas do setor profissional, fortalecendo a reputação da instituição.

Essa colaboração bem-sucedida entre alunos e mercado não só reflete positivamente na reputação da instituição, mas também destaca sua eficácia em cumprir seu propósito educacional. A reputação institucional não é apenas um indicador de prestígio, mas também um fator-chave para atrair mais candidatos, estabelecer parcerias com empresas e promover o crescimento contínuo da universidade. Assim, a integração efetiva com o mercado de trabalho não apenas beneficia os alunos individualmente, mas também contribui para a projeção positiva e duradoura da instituição no cenário educacional e profissional.

Pela parte dos estudantes, participar de projetos universitários que conectam comunidades é muito útil para gerar experiências profissionais reais, validantes e que facilitam a entrada no mercado de trabalho.

Por fim, pela parte dos comerciantes informais, é um fato documentado que:

“[...] **A prioridade é a manutenção da família**, e só depois vem a manutenção do negócio ou a preocupação com ‘retornos de investimento’.” (Pamplona, 2004).

Logo se torna importante e útil um projeto universitário-comunitário que conecta esse público de comerciantes com designers em formação. Não só ocasionando a exposição do design na comunidade como também ajudando um público necessitado de serviços de design.

Os três diferentes nichos que identificamos e temos interesse em atingir são os seguintes:

Nicho 01 - Vendedores Ambulantes

Os vendedores ambulantes fazem parte de uma parcela marginalizada do empreendedorismo. As áreas de trabalho usadas para vendas desse estilo são ambientes dinâmicos, onde a mobilidade é essencial, como: estações de metrô, praças, ruas movimentadas, parques e etc. Exemplos de comerciantes que se incluem nesse nicho são: vendedores de acessórios de celular, vendedores de bijuterias, vendedores de alimentos, feirantes, entre muitos outros.

Nicho 02 - Pequenos Empreendimentos e Lojas Físicas

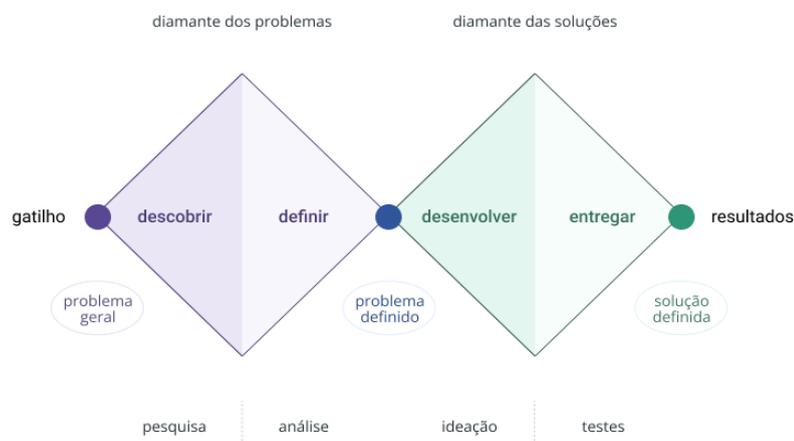
Este nicho engloba pequenas lojas físicas, onde os comerciantes, diferente dos ambulantes, trabalham em espaços fixos. Como exemplos: lojas de roupas, armarinhos, mercadinhos e lanchonetes.

Nicho 03 - Outros

Este nicho abrange uma variedade de pequenos comerciantes informais, que oferecem serviços ou produtos mais variados e diferentes dos mencionados nos nichos anteriores.

1.6 MÉTODO PROJETUAL (Descrição Textual + Gráfica)

Figura 1



Fonte: Alura - Diamante Duplo: Como utilizar esse processo para resolver problemas

A estratégia do Diamante Duplo será utilizada, esta representação se constitui como um visual de “dois diamantes” como dois losangos lado a lado, um sendo o diamante dos problemas e outro o diamante das soluções, representando no total um caminho a ser percorrido. Em um extremo, no início do diamante dos problemas existe o “gatilho”, o ponto inicial do projeto, sendo seguido da fase de descobrimento/pesquisa, uma vez que a equipe tenha dados suficientes, entra-se na fase de definição, onde, após análise, o problema central será definido. Entrando então no diamante das soluções, a equipe desenvolverá, através de ideias, uma solução para o problema, sendo seguido então para a fase de testes que visa aperfeiçoar e entregar uma solução definida, chegando então no outro extremo, o resultado do projeto.

O duplo diamante será integrado com a abordagem processual do Design Thinking, a qual de forma colaborativa, coloca o usuário no centro, trazendo diferentes insights e perspectivas para a solução da problemática. Essa metodologia busca compreender profundamente as necessidades e desejos do usuário, envolvendo-o ativamente em todas as etapas do desenvolvimento do produto, serviço ou solução. Dessa forma, o Design Thinking estimula a empatia, a criatividade e a experimentação, permitindo a criação de soluções mais eficazes e centradas no ser humano.

A abordagem do Design Thinking pode ser aplicada utilizando-se a representação do duplo diamante [...]. A partir dessa estrutura definida, pode ser encontrada uma grande variedade de representações que, conceitualmente, representam o mesmo pensamento. (DESIGN Thinking Toolkit, *Echoes*, 2020, pg.51)

O duplo diamante é assim chamado pela sua semelhança na forma com dois diamantes colocados lado a lado. O primeiro diamante representa o tempo que se passa estudando o problema e o segundo, a solução. O processo é composto por momentos de divergência (abertura) e de convergência (fechamento) do pensamento. Durante as fases de divergência provocamos a expansão do pensamento, a ampliação de repertório e também a criação de novas ideias, além do desenvolvimento de conceitos e adição de dados. Nos momentos de convergência, a equipe reúne tudo o que possui em busca de uma síntese, caminho ou entrega. (DESIGN Thinking Toolkit, *Echoes*, 2020, pg.47)

2. FUNDAMENTAÇÃO PROJETUAL

2.1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA DO DESIGN REFERENTE AO PROJETUAL

Com o aumento do empreendedorismo informal no Brasil, onde, segundo o PNAD - IBGE (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio Contínua - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) cerca de 9,9 milhões de trabalhadores e trabalhadoras têm ocupações precárias, poucos ou nenhum direitos trabalhistas e sem carteira assinada ou CNPJ registrado*¹, focamos em um projeto de acesso ao design para pequenos comerciantes em Salvador e região metropolitana representando um esforço dedicado a promover o acesso a conhecimentos e aplicações do design, mesmo que de forma básica.

Assim, fazendo com que esses empreendedores de baixa renda prosperem em seus negócios através do desenvolvimento de um projeto/sistema gráfico e uma boa comunicação visual. Comunicação essa, que segundo o artigo “Comunicação visual: a sua loja pode vender sozinha” do Portal Sebrae*², pode gerar grande impacto direto com os clientes desses negócios, seja ele no contexto físico e/ou digital, além disso o simples fato de buscar se diferenciar por meio da “1-Criação de um manual de Identidade Visual; 2-Investimentos em uma fachada atraente e 3-Boa sinalização” pode gerar um resultado visual tão positivo a ponto de aumentar as vendas.

Figura 2

Donos de Negócios Formais	Donos de Negócios Informais
<ul style="list-style-type: none">• Empregador;• Média e alta renda;• Média e alta escolaridade;• Mais de 40 horas no negócio;• Mais de 2 anos na atividade;• Mais de 35 anos, branco;• Comércio/serviços.	<ul style="list-style-type: none">• Conta própria (sem empregados);• Baixa renda;• Baixa escolaridade;• Poucas horas no negócio;• Há pouco tempo na atividade;• Jovem (até 35 anos), negro;• Agropecuária/construção.

Fonte: Perfil dos donos de negócios formais e informais - Sebrae (*Empreendedorismo informal no Brasil - Sebrae*)

Em adicional, a princípio, um dos “porquês” iniciais que buscamos para nos inspirar e começar esse trabalho foram exemplos de sucessos de programas; agências; consultórios vinculados a diferentes cursos em outras instituições acadêmicas do país como os casos do Projeto Sustentabilidade Econômica e Financeira organizado pela Universidade Feevale em Novo Hamburgo - RS, o qual tem objetivo de Orientar as organizações com fins e sem fins lucrativos que apresentam carências organizacionais nas áreas financeira, fiscal e contábil, visando à sua sustentabilidade e perpetuidade*³ ou da Clínica-Escola de Psicologia da Unime Salvador, que conta com atendimentos online e gratuitos realizado por alunos do último ano do curso da faculdade, sob supervisão de psicólogos*⁴.

Acreditamos que esse projeto terá um impacto significativo e positivo em nossa cidade, contribuindo para um ambiente empresarial mais inclusivo e dinâmico.

Para alcançar os objetivos propostos, este projeto se embasará em uma abordagem prática e colaborativa, seguindo metodologias aplicadas em processos de Design Thinking com o Duplo Diamante, além do Design de Serviços, que de acordo com *Stefan Moritz* (2015, Service Design), “[...] ajuda a criar novos serviços ou melhorar os já existentes, de modo a torná-los mais úteis, utilizáveis e desejáveis para os clientes, bem como eficazes as organizações.”.

A equipe de estudantes e professores envolvidos trabalhará em estreita cooperação com os empreendedores locais, oferecendo workshops, consultoria de design e assistência na criação de materiais de comunicação visual, como logotipos, panfletos e websites, dentre outros, utilizando a infraestrutura educacional da instituição de ensino, possibilitando assim aos alunos o desenvolvimento, e experiência necessária para que possam progredir profissionalmente, lidando com clientes reais, com demandas reais e singulares.

2.2. O PAPEL DO DESIGN FRENTE A PROBLEMÁTICA APRESENTADA; (COMO ESSA TEORIA É APLICADA)

Visando possibilitar a cada cliente, que possuirá, dentro dos seus negócios, suas singularidades, suas próprias demandas relacionadas aos nichos em que trabalham, acreditamos que o melhor método a ser empregado, seja o Design de Serviço, que possibilita que trabalhem com cada cliente de forma única, prestando ao mesmo uma consultoria com um atendimento individual para análise de cada necessidade que irá ser suprida ao longo do projeto. Juntamente com o Design Thinking, uma metodologia que visa observar e analisar o projeto com diferentes perspectivas e diversas etapas para que seja possível extrair o máximo durante os processos, gerando assim, soluções melhores e mais palpáveis.

2.3. ESPECIFICIDADES DA PROBLEMÁTICA

Uma das questões centrais é a carência de acesso dos pequenos comerciantes informais a serviços de design de alta qualidade. Este obstáculo é agravado por limitações financeiras, tornando a contratação de tais serviços muitas vezes inviável.

[...] as unidades produtivas informais não são plenamente capitalistas porque a taxa de lucro não é a variável-chave de seu funcionamento e sim o rendimento total de seu dono. A prioridade é a manutenção da família.
- João B, P. *A atividade informal do comércio de rua e a região central de São Paulo.*

O projeto aborda diversas categorias de pequenos comerciantes informais, considerando suas especificidades e necessidades únicas. Esses nichos incluem prestadores de serviços, ambulantes, lojas físicas e outros, cada um com demandas distintas a serem atendidas. Esses empreendedores dependem substancialmente da

comunicação visual para aumentar a visibilidade de seus negócios e estabelecer diferenciação em um mercado competitivo. Elementos essenciais, como logotipos, adesivos personalizados, cardápios, entre outros, desempenham um papel crucial nesse contexto.

Considerando as limitações financeiras desses empreendedores, optamos em utilizar uma interpolação através do Design de Serviço.

O design de serviço adota a abordagem dos designers no sentido de promover experimentos breves e prototipação, no intuito de testar, de forma rápida e barata, possíveis soluções para um problema, gerando novos insights e ideias.

3. LEVANTAMENTO E ANÁLISE DE DADOS

Foram feitos 4 questionários para a coleta de dados com o intuito de obter informações qualitativas, através de diferentes pontos de vista importantes para a possível solução do projeto. Os questionários foram divididos entre:

- 1 - Questionário para usuários (os pequenos comerciantes);
- 2 - Questionário para o público (a sociedade em geral);
- 3 - Questionário para estudantes universitários de design.

Os questionários foram enviados digitalmente para os entrevistados, que responderam o formulário respectivo ao público que faziam parte.

O questionário para estudantes de design revelou que a maioria possui ciência da importância do design gráfico e de identidades visuais e seus efeitos positivos para pequenos negócios, além de que eles compreendem também a precariedade do uso do design por parte dos pequenos comerciantes e empreendedores informais. Mais da metade possui um portfólio de design que consideram entre Iniciante (Amador) e Intermediário, além de que buscam fora da universidade formas de ganhar experiência no mercado para aumentar a qualidade de seu portfólio, através de trabalhos de comunicação visual como cards de mídias sociais e folhetos institucionais e de divulgação. Mais da metade desses estudantes também demonstraram interesse em participar de uma “agência social” (denominação sujeita a mudança) criada dentro de sua universidade para realizar trabalhos/serviços de design com esse público de pequenos comerciantes que de outra forma não poderiam arcar com serviços profissionais de design gráfico.

O questionário para o público geral revelou que a maioria dos entrevistados deixa de comprar de pequenos comerciantes, muitas vezes por receio da procedência e qualidade do produto ofertado, além de que a maioria se sente mais confortável a realizar compras quando a comunicação visual e design gráfico do produto é boa e de aparência profissional. A maioria também concorda que esses aspectos dos pequenos comerciantes, a comunicação visual e o design gráfico, são ruins e não passam confiança e profissionalismo sobre o produto, serviço, loja e/ou vendedor. O público geral também reconhece o uso do design vernacular como um ponto positivo dos comerciantes informais e gostaria de ver uma melhor identidade visual desses comerciantes.

Já para os pequenos comerciantes revelou que a maioria dos comerciantes informais não possui funcionários e no total os entrevistados não fazem mais de R\$2000 por mês, a maioria não faz mais de R\$1000 por mês. Mais da metade diz saber o que é design, afirmando que é algo relacionado à estética e ao visual. A maioria afirma compreender o uso do design visual para seu negócio, mas a maior parte dos entrevistados também diz não priorizar o design no seu empreendimento. A maioria possui presença online com seus negócios, apesar disso metade dos clientes desses negócios são alcançados online e outra metade no dia a dia com suas comunicações visuais já existentes. A maior parte dos entrevistados diz ter interesse em participar, como usuários, de uma agência de design com foco na criação de design gráfico e identidades visuais para pequenos comerciantes.

RESPOSTAS IMPORTANTES DOS QUESTIONÁRIOS:

QUESTIONÁRIO PARA/ ESTUDANTES

1 - Como você classificaria seu nível de experiência em softwares de design?

50% Intermediário.

18% Iniciante.

31% Avançado.

2 - Possui portfólio?

85% (Sim)

15% (Não)

3 - Como classifica o nível de experiência de seu portfólio?

62% se consideram Intermediários.

25% Iniciantes.

15.5% Experientes.

4 - Já realizaram trabalhos para portfólio fora da universidade/faculdade?

85% Sim (trabalhos de comunicação visual como cards de mídias sociais e folhetos institucionais e de divulgação).

15% Não.

5 - Conhecem o design vernacular

75% sim.

25% não.

6 - Você acha que o design desempenha um papel significativo na atração de clientes? Por quê?

- "Automaticamente você irá sentir mais confiança na lanchonete que investe em imagens e etc. Pois antes de você tomar uma decisão racional, o seu emocional já falou por si."

- "Sim. Acredito que um bom design capte a atenção das pessoas, abrindo assim a ponte entre o cliente e o produto oferecido"

- "Sim, pq toda compra ou decisão está diretamente ligada a como a ideia está sendo apresentada".

7 - Quais são os principais desafios que você acredita que os pequenos empreendedores informais enfrentam em relação ao design?

- "Onde encontrar designers e o preço (claro, valorizando nosso próprio trabalho)".

- "Ter domínio nas ferramentas e saber definir identidade que dialogue com o produto dele".

- "Entender sua importância".

- "Por ser um negócio pequeno eles não dão prioridade para contratar um profissional de design, a maior prioridade é adquirir o produto para revender e com o

lucro recebido (que acredito que seja pequeno) realmente a comunicação visual fica em segundo plano".

8 - Você teria interesse em participar de uma agência social de design dentro da faculdade? (como uma empresa júnior)

69% Participaram

- "Sim! Creio que seria uma experiência gigantesca para aprender não apenas o que é o design gráfico na prática, mas também saber lidar com o público e oferecer meu trabalho para ele."

- "Já participei de empresa jr quando era de outro curso, e acho uma experiência válida pois te introduz no mercado de trabalho mais fácil, te dando experiências reais, porém hoje, que já tenho outras experiências não participaria mais, porém acho super válido para quem está começando a faculdade".

- "Sim!! Principalmente pra começar no mercado de trabalho."

QUESTIONÁRIO PARA SOCIEDADE

1 - Já comprou na mão de ambulantes e pequenos comerciantes?

Sim (6).

Não (10).

2 - Dos "sim" anteriores, quais os motivos que te fazem ou fizeram querer comprar?

Preço baixo (4).

Necessidade (2).

"As pessoas que não compram (10), não se importam com o preço baixo ou sua necessidade do momento."

3 - Dos "não" anteriores, quais os motivos que te fazem não se sentir atraído para comprar?

Desconfiança da qualidade/ origem do produto (6).

Não tem necessidade do item em oferta (4).

4 - Acredita que o design gráfico e a comunicação visual desempenham um papel importante na decisão do cliente de comprar produtos ou serviços de pequenos comerciantes informais?

75% são atraídos a comprar um produto pelo design visual do produto e/ou pela

comunicação visual do produto/comércio.

5 - O que você acha do uso do design visual pelos comerciantes informais?

Acham ruim (11).

Notaram que um design visual melhor os atraíram para comprar por dar um ar mais profissional e de qualidade ao produto e ao comércio (4).

Acha bom (1).

6 - Sobre o que acham que pequenos comerciantes fazem bem com seu design visual:

- "Eles conseguem criar nomes criativos; também aqueles que usam a voz para chamar o povo, as frases que falam são criativas e engraçadas." (o uso do humor, frases de efeito, carisma e criatividade).

- "Normalmente é um produto barato sem um público específico então a comunicação visual acerta em ser uma coisa popular" (a estética vernacular).

QUESTIONÁRIO PARA COMERCIANTES

1 - Qual é a sua média mensal de faturamento gerada por seu negócio como comerciante?

62% - faturam menos de R\$1000.

28,5% - faturam entre R\$1000 e R\$2000.

2 - Quantos funcionários trabalham com você no seu negócio?

62,5% - Não possuem funcionários e trabalham sozinhos.

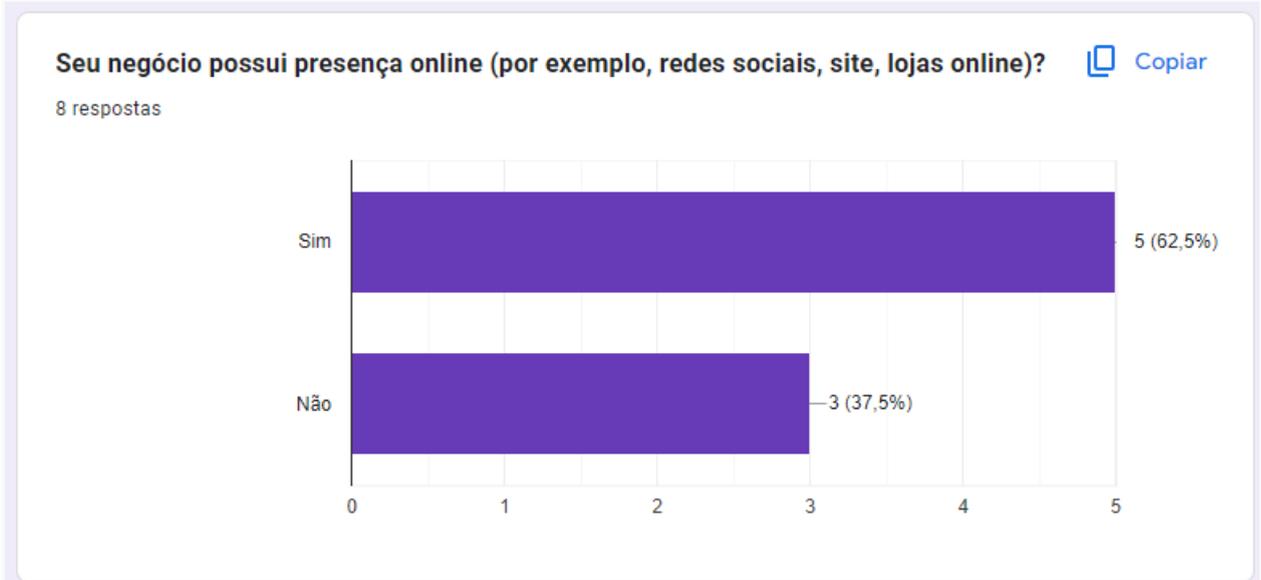
37,5% - possuem entre 1 e 3 funcionários.

3 - Como você entende que o design pode influenciar a forma que seu cliente vê o seu negócio e os serviços e produtos que você vende? (Por Design entenda: a comunicação visual do seu negócio e a marca de seu negócio, sua marca como comerciante.)

- "Eu tenho total ciência da importância da comunicação visual para o meu negócio, visto que pode influenciar diretamente um possível cliente a comprar minhas artes".

- "Importante, pois tendo uma boa imagem do meu serviço eu certamente consigo vender mais. São muitas pessoas fazendo o mesmo que eu no mercado.".

- “Vejo o design como um cartão de visita, é o que vai chamar atenção inicialmente, a primeira impressão que se tem.”.
- “O design melhora bastante a performance do meu carrinho de lanche.”.
- “Pode influenciar muito, pois ele ajuda na visibilidade do produto.”.



4 - Como você alcança seus clientes (por exemplo, propagandas, redes sociais, apenas com seu local de trabalho, etc)?

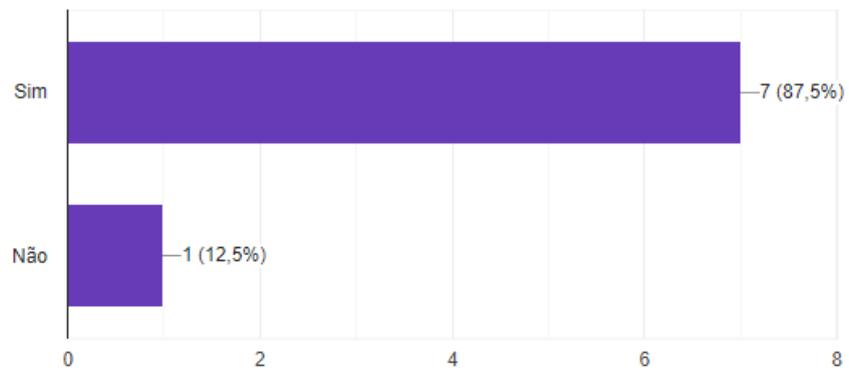
50% - alcançam clientes com redes sociais.

50% - com comunicação visual.

Você participaria de um projeto de consultorias e oficinas gratuitas com o objetivo de melhorar a comunicação visual do seu negócio?

 Copiar

8 respostas



4. PROPOSTA

4.1. CANVAS DE PROJETO

Segue em anexo dois links para o mesmo Canvas de Projeto, para caso ocorra algum tipo de problema com o link.

[Canvas do Projeto - CANVA.pdf - Google Drive](#)

[Canvas do Projeto - A2 \(Landscape\)](#)

4.3. PROPOSTA DE SOLUÇÃO

A proposta de solução delinea o desenvolvimento de uma metodologia voltada para uma agência social de design, com foco na sua implementação nos cursos de design oferecidos nas instituições de ensino superior, em primeiro momento na UNIFACS. O objetivo principal dessa abordagem é estabelecer uma ponte entre estudantes de design e pequenos comerciantes informais, por meio de um projeto inovador e socialmente relevante.

Os estudantes voluntários teriam a oportunidade de desempenhar um papel essencial na criação da identidade visual de pequenos comerciantes, para os quais os serviços de design representam um desafio financeiro. Este projeto seria estruturado em uma rede colaborativa que envolve tanto docentes quanto alunos, abrangendo diferentes semestres, de preferência do 2º ao penúltimo.

Os estudantes voluntários em semestres mais avançados poderiam assumir a função de seniores de projeto, oferecendo suporte crucial aos estudantes de semestres anteriores (juniores de projeto). Essa dinâmica promoveria uma troca rica de conhecimentos, contribuindo para o aprimoramento do produto/serviço final. Dessa forma, a universidade agiria como uma ponte facilitadora, conectando estudantes que buscam aplicar teorias acadêmicas em um contexto prático aos comerciantes que enfrentam limitações financeiras para acessar serviços de design.

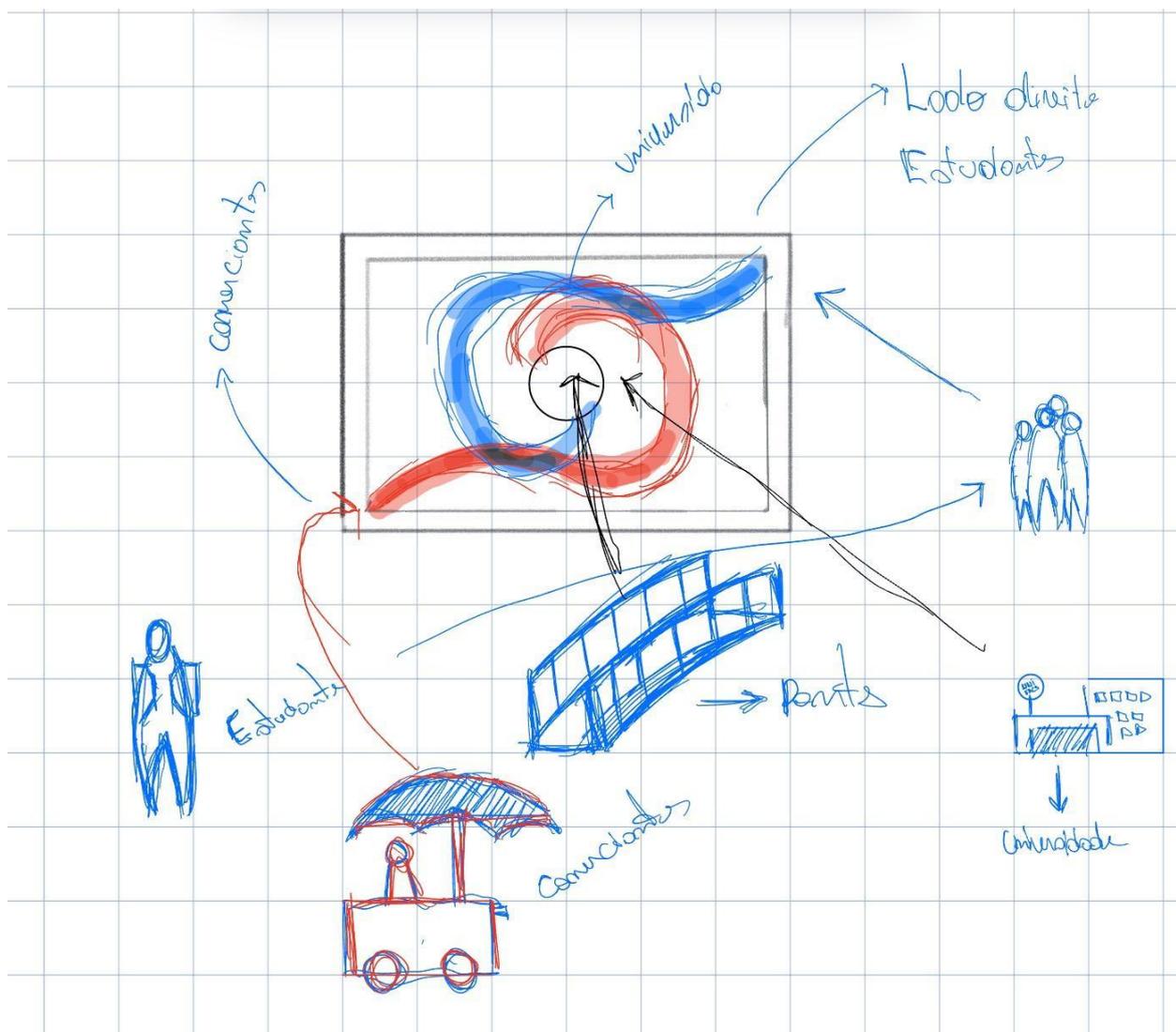
Essa proposta não apenas ambiciona apresentar uma solução efetiva para os desafios enfrentados pelos pequenos comerciantes, mas também visa enriquecer a experiência educacional dos estudantes, permitindo-lhes aplicar seus conhecimentos em situações do mundo real, com necessidades e clientes reais. Além disso, a iniciativa promove uma colaboração construtiva e uma aprendizagem mútua dentro da comunidade universitária, conferindo à ponte entre academia e mercado uma dimensão social e acadêmica. Dessa forma, um aluno que se torna um profissional capacitado leva consigo o renome da universidade em seu currículo, o que enaltece a instituição de ensino.

5. DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

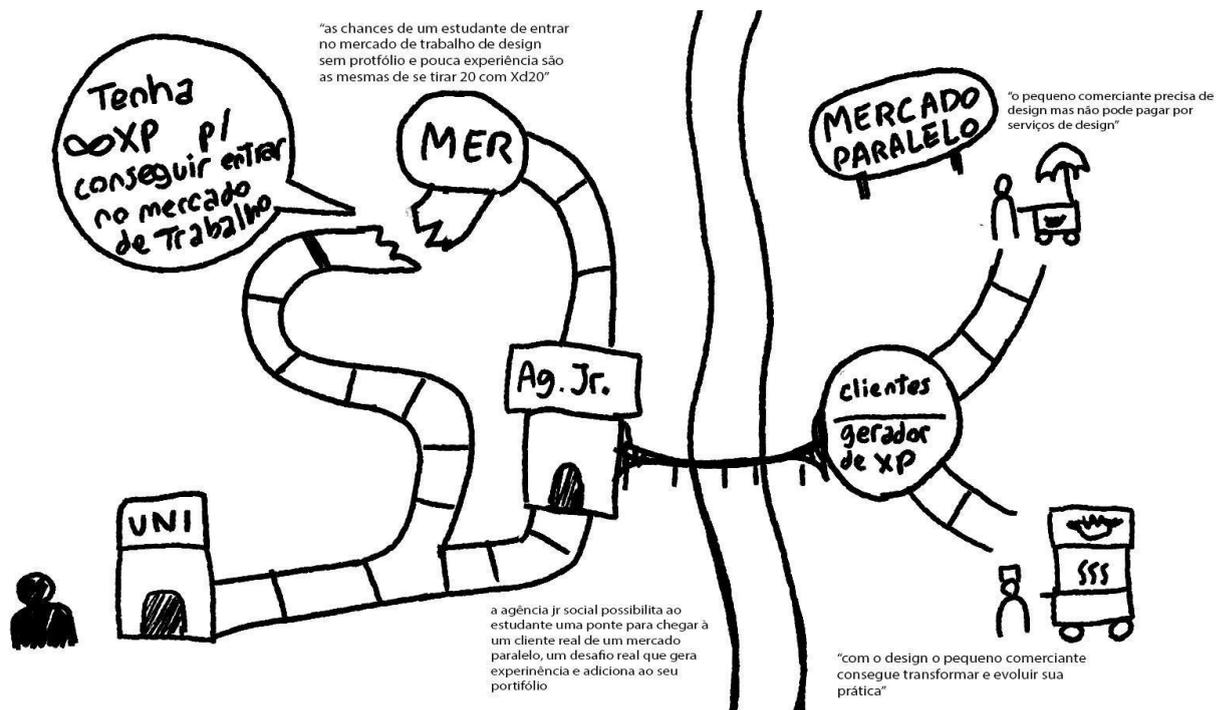
5.2. GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS

Diante da nossa problemática e em busca de alternativas para implementar a agência social, inicialmente, a ideia envolveu a possibilidade de criar um aplicativo ou um site que conectasse os alunos às demandas dos pequenos comerciantes. Essa abordagem funcionaria como um projeto de extensão ou uma agência júnior, estabelecendo essa conexão principalmente por meio digital. No entanto, ao longo das discussões, compreendeu-se que criar um site ou aplicativo implicaria em um trabalho mais extenso do que uma alternativa mais prática e que envolvesse clientes e usuários de maneira mais direta.

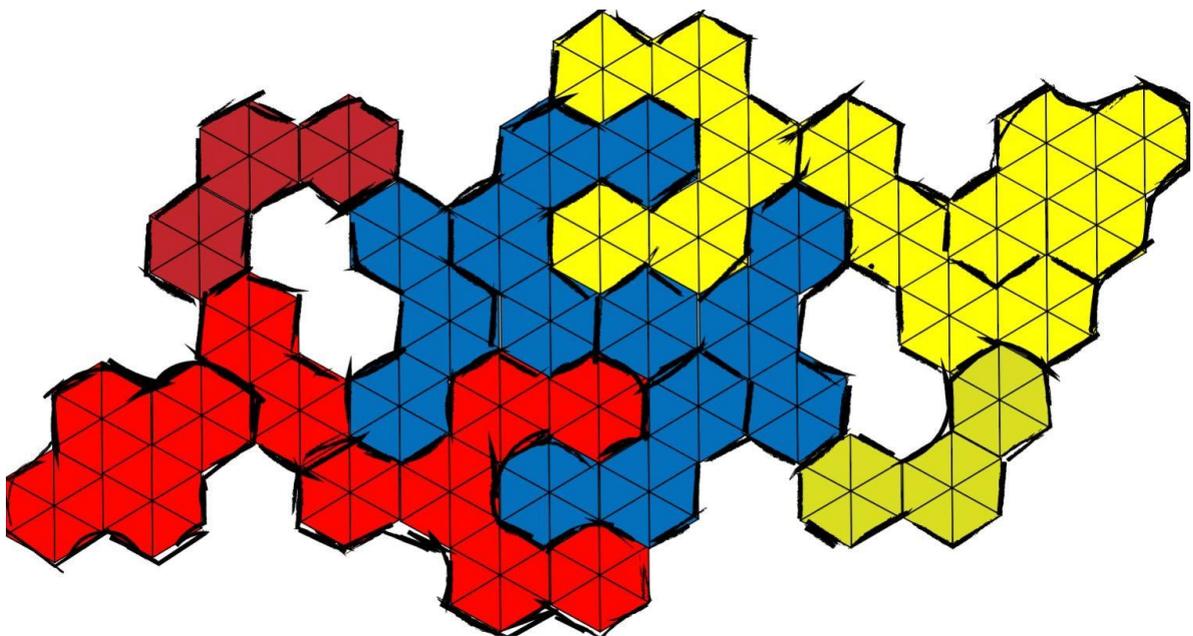
Por conseguinte, ao buscar a simplificação desse projeto e compreender nossa proposta de solução como uma metodologia a ser aplicada, torna-se evidente que a melhor maneira de apresentá-la é criar uma visualização lúdica e de fácil explicação e montagem. Nessa abordagem, seria possível demonstrar a troca de experiência humana e social de uma forma mais atrativa.



Posteriormente, pensou-se em um 'mapa' que destacaria a interação entre os principais envolvidos, sendo a universidade, o aluno e o comerciante. Essa abordagem foi realizada de maneira não muito aprofundada, com foco especial na ponte, que é o elemento principal dessa metodologia. Pensando nos caminhos e nas pontes que nos conduzem ao nosso objetivo de maneira bem-sucedida, e até mesmo considerando as pontes que não levam a resultado algum.

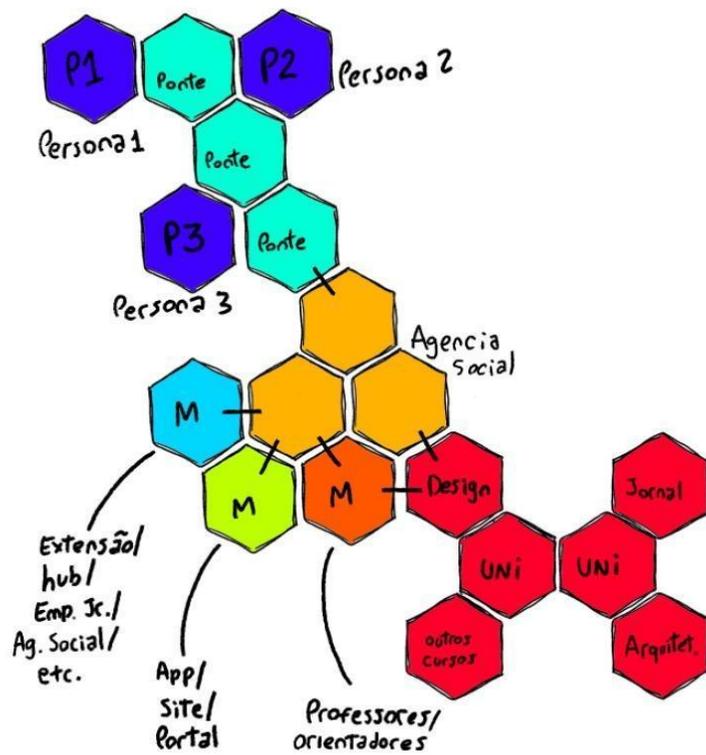


Aprofundando um pouco mais, perceber esse mapa como uma via de mão única mostrou-se ultrapassado, visto que, para representar uma agência e projeto social que, ao ser desmembrado, conta com diversos processos e etapas, é necessário ser mais dinâmico.



Transformando, assim, o mapa anterior em um jogo/tabuleiro de formatação modulável que se encaixa em várias possibilidades, seguindo diversos caminhos,

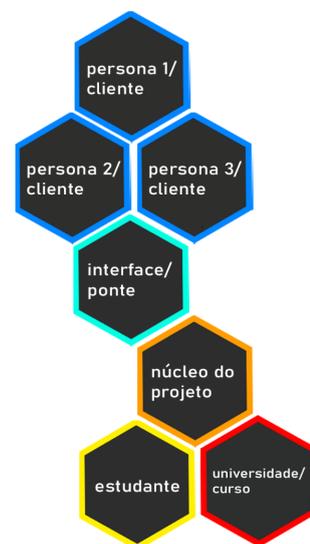
assim como qualquer processo, pois nenhum processo é tão rígido. Tendo em vista uma metodologia que envolve universidade, alunos e pessoas externas, é necessário flexibilidade.



1. Agência Experimental

2. Projeto de Extensão

3. Empresa Júnior



Desta forma, foi desenvolvida, com base nas alternativas, um tabuleiro com peças modulares que apresenta as possibilidades de formação do projeto através de sua funcionalidade. Além disso, é demonstrado como o estudante se beneficia das pontes criadas pela universidade, explicando o funcionamento do núcleo do projeto e como se atinge as personas que refletem o comerciante. Tendo uma caixa repleta de possibilidades e acessos.

5.3. SELEÇÃO - APRESENTAÇÃO DA SOLUÇÃO ESCOLHIDA

A nossa solução escolhida e desenvolvida se tornou por fim a Caixa Accessus para Metodologia de Projeto, essa caixa visa incluir o tabuleiro hexagonal para montagem e visualização do projeto de agência social de design além de conter itens de uso organizacional dentro do projeto, incluindo templates para briefings, questionários, entrevistas, caixa morfológicas e moodboards. A caixa accessus e seus conteúdos visam apresentar tanto à uma coordenação de curso como aos membros do projeto social uma base para formatar e organizar o projeto, sendo assim uma solução que ajuda também a formar soluções, uma vez que a formação do projeto é modulável e pode variar em cada aplicação da metodologia.

A ACCESSUS (pt - acesso, aproximação, chegada) então surge como a ferramenta projetual, revelando os caminhos possíveis da jornada.



Para a criação dessa logo, buscou-se a convergir o design vernacular da tipografia Tjoekil Kajoe Font com o jogo de setas demonstrando a ponte/conexão entre as letras.



A paleta de cores escolhida foram os tons terrosos com base na nossa cultura local e com base nas cores de cartazes de supermercado.

5.4. DETALHAMENTO - INDICAÇÃO DE MATERIAIS, TECNOLOGIAS E PROCESSOS

Indicação de Materiais:

Caixa Embalagem customizada “Accessus”- MDF ou Papelão;

Manual de Instruções - Papel Ofício 75g;

Tabuleiros Hexagonais e Peças Hexagonais - Papel 180g.

Tecnologias:

Utilizamos o Adobe Illustrator para criação da identidade visual do projeto “Accessus”, finalização de alguns arquivos (moodboard, briefing, tabuleiro de fluxo);

Utilizamos o Adobe Photoshop: mapa mental, peças do tabuleiro;

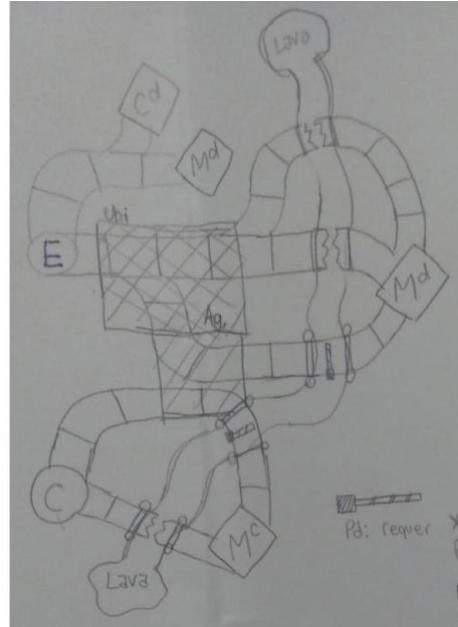
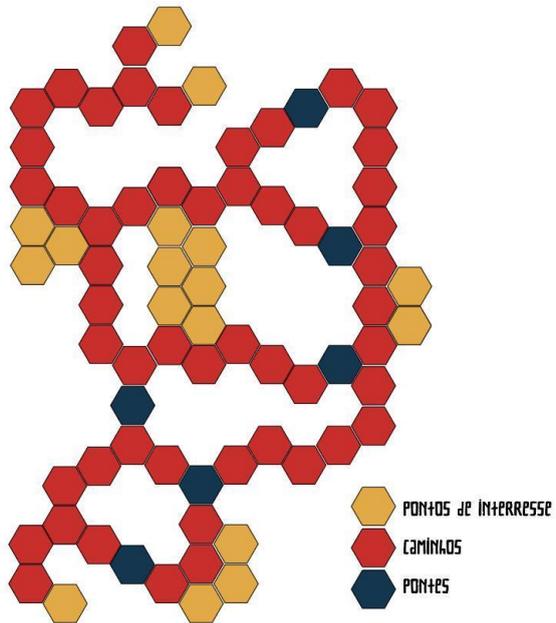
Utilizamos Procreate e papel e caneta para desenhar as primeiras versões do tabuleiro de fluxo do jogo.

Processos:

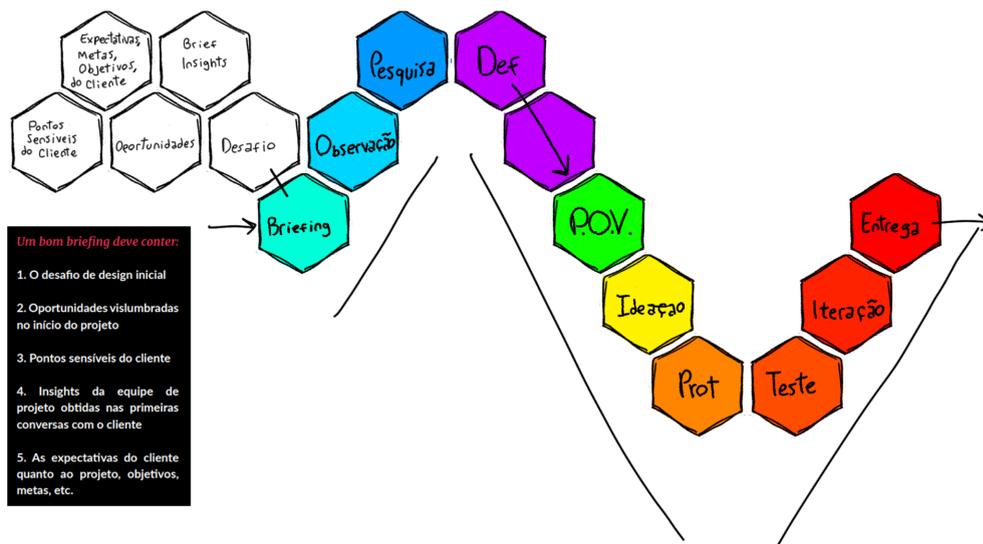
O processo de criação do jogo foi, a princípio, inspirado visualmente no jogo da vida e logo após, não só de forma visual, mas também funcional, foi usado de inspiração o jogo de tabuleiro: “O Senhor Dos Anéis - Jornadas Na Terra Média”, onde o jogador tem a possibilidade de construir seus próprios caminhos, para assim chegar em seu objetivo final, que não necessariamente seria pré determinado e sim poderia ser diferente a depender da trajetória que o jogador escolher durante o jogo.

5.5. MODELOS E PROTÓTIPOS

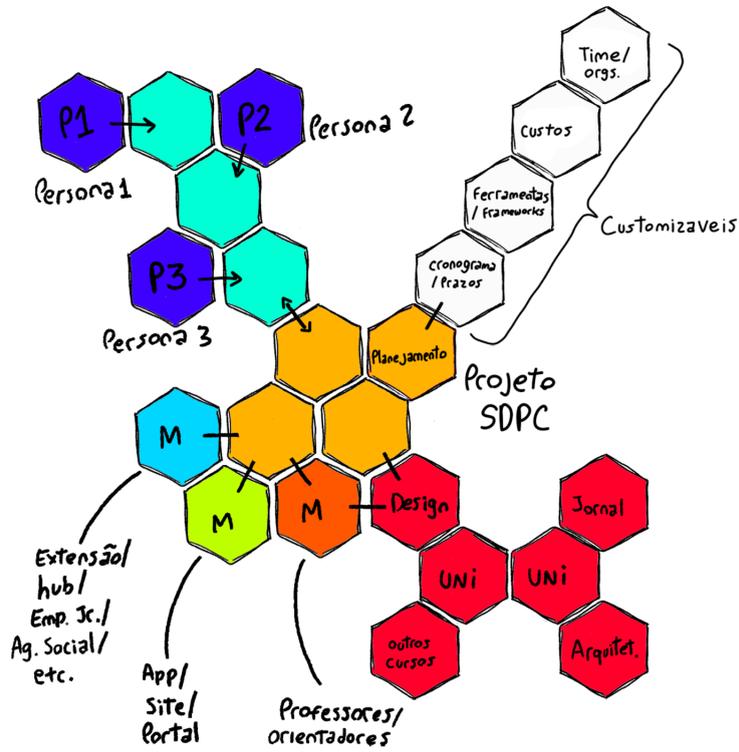
MODELO DE FLUXO 1



MODELO DE FLUXO 2



MODELO DE FLUXO 3



Um planejamento de projeto deve conter:

- _ As principais fases, etapas e atividades
- _ Cronogramas e prazos
- _ As principais ferramentas e frameworks que se planeja utilizar
- _ Custos estimados
- _ O time (design thinkers especialistas, pesquisadores, etc.)
- _ Workshops e atividades de criação que serão realizadas
- _ Número de observações, entrevistas e experimentações

MODELO LOGO 1



5.6. VALIDAÇÕES - (POSSIBILIDADE DE USO DE MVP)

Como mostrado anteriormente neste documento, existem diversos similares à nossa proposta de solução: agências e projetos sociais de foco universitário-comunitário que funcionam para dar experiências práticas a estudantes enquanto atendem a demandas e necessidades de comunidades específicas. Também foi documentado previamente a existência de um público usuário para este tipo de projeto, visto a falta de serviços de design voltados a pequenos comerciantes, assim como é vista a necessidade do estudante de design de possuir um projeto social que possam participar para usufruir da experiência que lidar com desafios e pessoas reais gera. Também é visto através dos similares os benefícios trazidos à universidades que têm projetos sociais estudantis dentro de suas



5.7. DOCUMENTAÇÃO (ARTES-FINAIS, PLANTAS, DESENHO TÉCNICO, ETC).



INSTRUÇÕES DE USO

O QUE É:

Dentro da caixa accessus, será encontrado:

- Um mapa hex para visualização do fluxo de projetos;
- Um template accessus para moodboards;
- Um template accessus para caixas morfológicas;
- Cards hexagonais para utilização no mapa de fluxo;

UTILIZAÇÃO

Com as ferramentas dessa caixa você terá uma forma intuitiva de formação e visualização de sistemas projetuais e suas etapas.

Utilizando as peças hexagonais e cada mapa, você poderá construir caminhos e pontes que representam a formação de seu projeto.

A montagem é modular e ocorrerá de acordo com suas necessidades organizacionais. Nenhuma organização é final e o sistema pode sempre ser ajustado e refeito para conter suas necessidades.



INSTRUÇÕES DE USO

mapa hex projetual

EXEMPLO PRÁTICO:

Como mostrado nos modelos abaixo, uma breve reformulação, adição e/ou remoção de peças pode alterar o tipo de projeto que está sendo representado*.

*Não existe forma correta ou única de se montar um projeto com as cartas hex, existe apenas representações que satisfaçam as suas necessidades.

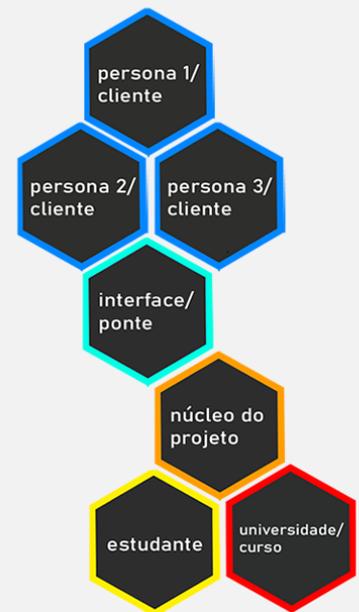
1. Agência Experimental



2. Projeto de Extensão



3. Empresa Júnior



INSTRUÇÕES DE USO

mapa hex projetual

passo 1:

Entenda as cartas hex disponíveis, elas representam múltiplas partes e processos que constituem um projeto e seus atores. Inclusive as cartas hex vazias, que podem ser preenchidas com qualquer informação que o usuário queira.

passo 2:

Com cartas em mão, de forma livre monte a formação de projeto para melhor representar a constituição projetual que for desejada.

Tanto o mapa projetual quanto o mapa metodológico podem ser montados seguindo essas instruções, significando que não existem formas erradas de se montar, apenas formas que satisfaçam o usuário.

INSTRUÇÕES DE USO

mapa hex metodológico

No mapa hex metodológico o usuário poderá montar e visualizar suas etapas projetuais (baseado na metodologia do duplo diamante). Esse mapa permite que o usuário escolha as etapas do caminho principal assim como as atividades que serão utilizadas para realizar os objetivos de cada etapa.

Briefing:

é o documento com conjunto de dados básicos necessários, feito nas primeiras conversas com o cliente, para que se inicie o desenvolvimento do projeto. Dentre as informações que precisa-se ter em mente, estão:

- Desafios do Projeto
- Metas do Projeto
- Oportunidades
- Expectativas
- Objetivos e Pontos Sensíveis do Cliente
- Insights

Entendimento:

é o momento inicial de busca de conhecimento e informações sobre o problema/situação a ser enfrentado. Dentre as atividades que podem ser realizadas, estão:

- Desconstrução do Desafio
- Desk Research
- Mapas Mentais
- Explique para um E.T
- Mapa de atores / stakeholders
- Análise e painel contextual

BRIEFING

Criação de projeto de identidade visual

METAS DO NEGÓCIO DO CLIENTE

PONTOS SENSÍVEIS DO NEGÓCIO DO CLIENTE

OPORTUNIDADES DO NEGÓCIO DO CLIENTE

OBSERVAÇÕES GERAIS

BRIEFING

Criação de projeto de identidade visual

IDENTIFICAÇÃO DO CLIENTE:

Nome da empresa:

Telefone do responsável:

Data de início:

Data de entrega:



SOBRE O NEGÓCIO

SOBRE O MERCADO DO NEGÓCIO

SOBRE O(S) PRODUTO(S) E/OU SERVIÇOS

ENTREVISTA

para briefing com cliente

Quais os pontos fortes e fracos de seu negócio?

Quais missões, visões e valores de seu negócio?

Como você vê você e seu negócio em 2 anos? E em 5?

O que te fez me procurar para criar um projeto de Identidade Visual. Por que isso é importante para você e para seu negócio?

Por que você acredita que as pessoas precisam de seus negócios?

ENTREVISTA

para briefing com cliente

Qual a classe social do público?

A (acima de R\$3.566)

B (de R\$1.009 a R\$3.566)

C (de R\$369 a R\$1.008)

D (de R\$179 a R\$368)

E (até R\$178)

Prefiro não responder

Como SEU PÚBLICO encontra ou fica sabendo sobre seu negócio?

Qual a percepção que se deseja passar aos clientes, sobre seu negócio? sobre seus produtos? e sobre seus serviços?

Quais os locais você acredita que seu cliente mais verá a identidade visual do seu empreendimento/comércio. Acrescente por ordem de importância.

Qual a principal mensagem que você quer que sua identidade visual transmita ao seu público-alvo?

Fique a vontade para dizer mais sobre o seu negócio, seus produtos/serviços ou dar considerações finais.

ENTREVISTA

para briefing com cliente

IDENTIFICAÇÃO DO CLIENTE:

Nome da empresa:

Telefone do responsável:

O processo de entrevista é aonde podemos conhecer nosso cliente e outros aspectos bem importantes ao projeto. Muitas informações adquiridas aqui serão relevantes durante o resto do projeto, então se possível (e com permissão) grave a entrevista e anote as respostas do entrevistado e quaisquer outros detalhes que surjam com a entrevista.

Nome do negócio/empresa?

Qual a origem e/ou significado desse nome?

Defina resumidamente do que se trata seu negócio

Qual o momento atual do negócio?

Quais produtos ou serviços seu negócio oferece?

QUESTIONÁRIO

para Desenvolvimento e Criação de Marca

Qual é a área de atuação de sua empresa? Descreva seus produtos ou serviços.

Há alguma coisa que você faça questão de incluir na sua MARCA?

Existe algum LOGO já existente que chame sua atenção positivamente?

OBSERVAÇÕES GERAIS

IDENTIFICAÇÃO DO CLIENTE:

Nome da empresa:

Telefone do responsável:

Qual o nome (exato) que você quer que apareça na sua MARCA?

Você gostaria de incluir um conceito ou "slogan" na sua MARCA? Caso afirmativo, favor citar.

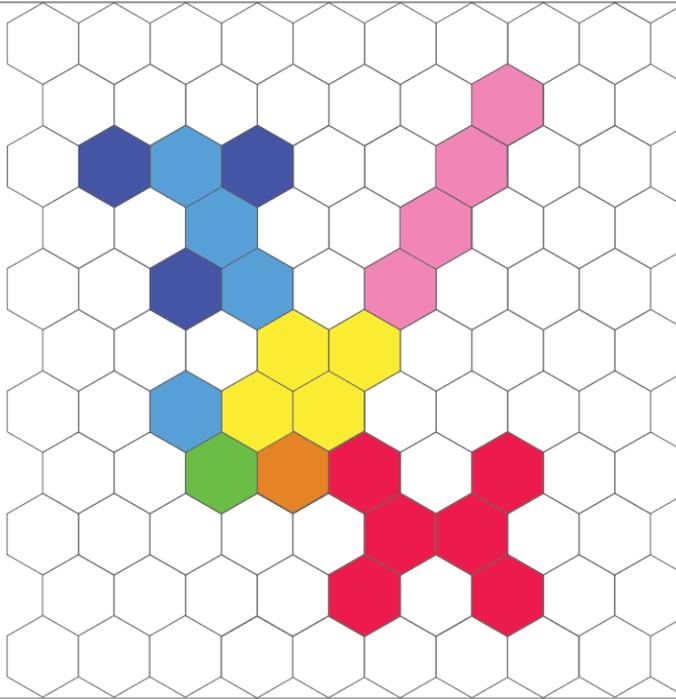
Já fez consulta no INPI para fins de disponibilidade de registro de marcas e patentes?
(Assinale uma opção)

- SIM. A marca sugerida está disponível para registro.
- SIM. A marca NÃO está disponível para registro, MAS eu desejo criar assim mesmo.
- NÃO. Gostaria que as pesquisas fossem realizadas antes do desenvolvimento da minha MARCA



Tabuleiro de Fluxos

-  **Personas**
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci
-  **Interfaces**
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci
-  **Estudantes**
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci
-  **Nucleo do Projeto**
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci
-  **Professor/Orientador**
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci
-  **Universidade/Curso**
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci



caixa morfológica _____



COMPONENTES (O que)	POSSÍVEIS SOLUÇÕES (Como)
fontes	
formas	
elementos gráficos	
símbolos	
componente 5	
componente 6	
componente 7	



A caixa morfológica amplia as possibilidades de combinações e recombinações que o trabalho criativo exige. Ela propõe o cruzamento dos componentes de um dado problema com suas possíveis soluções, através de desenhos, e rabiscos. O campo dos componentes podem ser preenchidos por quaisquer palavras chave relevantes ao processo, no campo das soluções serão preenchidos com as ideias que fluem decorrentes dos componentes relacionados.



Peças Principais



Peças Personalizáveis



Peças Duplo Diamante



Peças Duplo Diamante



6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a finalização dos estudos acima mencionados, percebe-se que a criação de um projeto de viés social, se prova benéfico de diversas formas, tanto para os estudantes, quanto para a própria instituição, podendo levar os estudantes a adquirir uma experiência com o mercado de trabalho, ao mesmo tempo em que os mesmos estão ajudando uma parcela da população que não possui acesso a serviços voltados para a comunicação visual de seus negócios.

O projeto “Accessus” vem como uma forma de suprir uma demanda latente, em um mercado de trabalho onde diversos profissionais adentram sem a instrução necessária, ou sem experiências prévias com clientes reais, clientes aqueles que estão presentes no dia-a-dia de todos, com seus pequenos comércios canibalizados, ofuscados, pelas grandes marcas que possuem os meios para se destacar dentro deste mercado. Durante o processo do semestre, os estudantes poderão contribuir de forma ativa com a melhoria na qualidade dos materiais destes clientes, tornando assim possível, uma melhora que antes, para muitos comerciantes estaria fora do horizonte.

Com o suporte de uma instituição, este projeto se faz viável, tornando-se uma ponte, entre aqueles que necessitam de um serviço, e pessoas que estão dispostas a fazer a diferença, com sede de aprendizado e sob a orientação de profissionais capacitados para acompanhá-los ao longo desta caminhada.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

<https://querobolsa.com.br/revista/universidades-oferecem-servico-de-atendimento-psicologico-gratuito>

<https://contabeis.ufba.br/wp-content/uploads/2023/02/A%C3%A7%C3%A3o-Social-do-IRPF-2023-1.pdf>

*1.

[Informalidade e emprego sem carteira batem recorde, segundo o IBGE - CUT - Central Única dos Trabalhadores](#)

*2.

[Comunicação visual: a sua loja pode vender sozinha - Sebrae](#)

*3.

[Programas e Projetos Sociais | Universidade Feevale](#)
[Área: Tecnologia | Universidade Feevale](#)

*4.

[Universidades oferecem atendimento psicológico gratuito | Revista Quero \(querobolsa.com.br\)](#)

*5.

Livro - Stefan Moritz, Service Design

<https://mundoeducacao.uol.com.br/geografia/trabalhos-informais.htm>

<https://www.aliensdesign.com.br/2021/05/design-vernacular/>

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-design-nos-servicos.e6136a1f07fb6410VgnVCM2000003c74010aRCRD>

https://ftp.ibge.gov.br/Trabalho_e_Rendimento/Pesquisa_Mensal_de_Emprego/Estudos/Trabalhadores_por_Conta_Propria_parte1.pdf

<https://unifacsnpjfsa.my.canva.site/>