

## PROCESSO DE ADAPTAÇÃO DIGITAL DA EMPRESA ARTESANATO BLUMENAU EM TEMPOS DE PANDEMIA GLOBAL

### DIGITAL ADAPTATION PROCESS OF BLUMENAU HANDICRAFT COMPANY IN GLOBAL PANDEMIC TIMES

Emilly Laurindo Lúcio Minni - Centro Universitário Sociesc de Blumenau -  
emillylaurindo123@gmail.com

Gisele Baumgarten Rosumek - Centro Universitário Sociesc de Blumenau -  
gisele.baumgarten@unisociesc.com.br

Marta Brod - Centro Universitário Sociesc de Blumenau - marta.brod@gmail.com

**RESUMO:** Esse artigo trata-se da adaptação digital da empresa Artesanato Blumenau e as principais causas que a motivaram a desenvolver um e-commerce e potencializar a sua marca online. O objetivo dessa pesquisa é esclarecer os processos da migração de vendas, do espaço físico para o ambiente virtual da empresa Artesanato Blumenau em um momento de pandemia. O estudo de caso buscou narrar os principais desafios enfrentados por empreendedoras na economia criativa e assinalar os aprendizados relatados por elas.

**Palavras chaves:** Artesanato. Adaptação Digital. Empreendedorismo na Economia Criativa.

**Abstract:** This article is about digital adaptation of the company Artesanato Blumenau and the main causes that motivated her to develop an e-commerce and enhance her online brand. The objective of this research is to clarify the processes of sales migration, from the physical space to the virtual environment of Artesanato Blumenau in a pandemic moment. The case study sought to narrate the main challenges faced by entrepreneurs in the creative economy and to point out the learnings reported by them.

**Palavras chaves:** Crafts. Digital Adaptation. Entrepreneurship in the Creative Economy.

## 1. INTRODUÇÃO

Devido aos diversos avanços tecnológicos desde a virada do milênio, é possível compreender a era digital para as empresas. Isso se intensificou no mundo e no Brasil, a partir de março de 2020, onde a pandemia global, gerada pelo vírus COVID-19, sujeitou negócios de todo o mundo a repensarem seus métodos comerciais. O Brasil parou e muitos estabelecimentos ficaram

fechados por meses, mas aqueles que já estavam presentes no digital, não deixaram de produzir e entregar seus produtos.

Passar pelo processo de adaptação ao digital não é mais uma oportunidade de escolha, mas sim um caminho que se faz necessário. “Se a internet já era importante para os negócios, hoje ela virou a única alternativa para muitos deles”, (STANGHERLIN et. al, 2020, p. 2). Afeta a gestão e novos modelos de negócios surgem. É necessário lidar com a própria transição do físico para o digital, com a ampliação de produtos e serviços, serviços compartilhados e também com o crescimento no alcance digital.

A pandemia do coronavírus acelerou mais a transformação digital, segundo a Pesquisa de Tendências DMEXCO (MANZINI, 2020), espera-se que a economia digital se beneficie da pandemia, com a transformação digital sendo acelerada como consequência. Segundo a Pesquisa de Tendências DMEXCO, a maioria das pessoas respondentes, (nacionalmente 85% e internacionalmente 78%), afirmam que trabalhar de casa será muito mais aceito no futuro, sendo que ferramentas de comunicação estão ganhando uma importância duradoura.

Dado este contexto atual descrito, o presente estudo teve como objetivo conhecer e contar a história de adaptação da empresa Artesanato Blumenau nos tempos de pandemia usando o comércio digital. Desta forma, caracterizou-se como estudo de caso. Como embasamento científicos para sustentar a análise do caso, são apresentados no capítulo 2 os conceitos de empreendedorismo, economia criativa e transformação digital.

## **2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Para contornar uma crise gerada pelo coronavírus, empresas tiveram que se adaptar ao mercado digital. Grandes ou pequenos negócios estão buscando a inovação por meio da web, que nunca foi tão útil para realizar transações comerciais. Assim tratar do tema transformação digital torna-se relevante para o presente estudo que será abordado a seguir. Nesse tópico, será realizada uma breve análise para cada publicação encontrada.

## 2.1 TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Empresas que apostam e investem na transformação digital, tem uma vantagem sobre aquelas que antes da pandemia não enxergavam um potencial no mercado virtual, “a tecnologia da informação se torna cada vez mais protagonista nos processos produtivos e estratégicos, a percepção é que não é somente uma área de apoio ao negócio, mas sim uma fonte de vantagem competitiva” (RODRIGUES, 2017, p. 12).

A tecnologia é uma ferramenta poderosa, justamente porque vem dela o principal fator, que é entender melhor o comportamento dos compradores. Com o isolamento social, o aumento de compras on-line aumenta e, a partir dessa percepção, a transformação digital se faz necessária. "A visão de sua empresa, tem de estar focada no aprimoramento da experiência vivida pelo cliente, na otimização das atividades ou na combinação de ambos para transformar o seu modelo de negócio”, (WESTERMAN et. al, 2016, p. 54).

A adaptação da empresa para o digital se mostra primordial devido às novas necessidades dos clientes, que mudam seu comportamento em situações adversas. No ciberespaço, essas estratégias são amplamente estudadas com objetivo de desenvolver novos processos que se ajustam ao consumidor, e otimizam os serviços do empregador, “informações são utilizadas para facilitar a reengenharia de processos visando redução de custos, criação de diferenciação no produto ou serviço, e aumento da fidelidade do cliente, alavancando novos modelos de negócio” (RODRIGUES, 2017, p. 13).

Essa adoção da tecnologia, deve estar alinhada com esse novo modelo de negócio, e o empreendedor não deve ter medo de expor-se, “a verdadeira transformação digital é uma jornada de mudanças que começam por criar uma organização de alto desempenho em inovação, que promove e se adapta rapidamente a mudanças, sem medo de ousar” (SILVA, 2018, p. 01). Para Silva (2018), a transformação digital provoca novos significados de cultura e maneiras de se relacionar.

Nessa nova cena organizacional, o uso de computadores se faz indispensável na hora de se comunicar, vender ou desenvolver produtos. O processo de adaptação ao digital ganha destaque por seus múltiplos meios e possibilidades que agregam na construção das técnicas de comunicação

dentro do online. “Sistemas integrados de gestão, páginas e portais corporativos na web e intranets são hoje meios de operação, conexão e expressão usuais de uma organização com seus diferentes públicos” (CORRÊA, 2009, p. 07).

Essa mudança é um dos principais motivos de concorrência e desafios, pois gera competitividade e impulsiona os negócios já bem estabelecidos. Para Rodrigues (2017, p. 16), desta forma, “as empresas precisam cada vez mais definir uma estratégia efetiva, considerando o contexto tecnológico existente, a fim de se manterem competitivas, sustentáveis e ágeis na resposta a novos potenciais concorrentes”. Conforme o autor, fica claro que a inovação causa grande impacto na sociedade, entre o relacionamento entre empresa, clientes e até fornecedores.

Segundo Corrêa (2019) a mediação digitalizada e conectada entre os ambientes digitais tem que ser trabalhada, com objetivo de que haja equalização entre emissor e receptor. A rotina organizacional da empresa muda e “tal adequação exige das organizações e dos profissionais de comunicação novos posicionamentos e conhecimentos, muita flexibilidade e criatividade no planejamento e na gestão dos processos comunicacionais” (CORRÊA, 2009, p. 3). Como consequência, surgem:

[...] dois conjuntos-chave de reflexões sobre processos, tendências e competências na comunicação organizacional da sociedade digital em rede são: a incorporação do fenômeno das mídias sociais no modo de se comunicar, exigindo um novo posicionamento estratégico da comunicação na organização; e a incorporação das chamadas competências digitais (digital competencies), que exigem mudanças nos profissionais, na cultura empresarial e no modo de produção da informação (CORRÊA, 2009, p.3).

Em um ambiente digital onde o empresário está conectado com o cliente, geralmente o aspecto de confiança vem através “de uma rede social, que é, entre outras coisas, um poderoso fator de autodesenvolvimento de todo o sistema”, (OKANO et. al, 2019, p. 3). É através dessas plataformas que a empresa ganha autonomia e se permite formular ofertas antes impensáveis, atingindo públicos distintos.

A partir deste tópico, fica claro que a transformação digital exige mudanças no âmbito econômico e social, e que as plataformas de negócios digitais mudam a forma como produtos são oferecidos. “Esses esforços para se tornar um negócio digitalmente impulsionado pelo cliente não

são mais opções, eles são obrigatórios. E para muitas empresas, a sua capacidade de abraçar o digital está rapidamente se tornando uma questão de sobrevivência”, (RODRIGUES, 2017, p. 24).

## 2.2 EMPREENDEDORISMO E ECONOMIA CRIATIVA

A união do empreendedorismo e a economia criativa ganham força na contemporaneidade. E eles conquistam ainda mais espaço com a transformação no âmbito digital. A Economia Criativa envolve os negócios que se apoiam na cultura e no capital intelectual, que sejam baseados na criatividade e que gerem valor econômico.

Falar da economia criativa é destacar bens e serviços referentes a textos, símbolos e imagens construídas na criatividade, portanto, segundo Miguez (2007, p. 97) “no talento ou na habilidade individual, cujos produtos incorporam propriedade intelectual e abarcam do artesanato tradicional às complexas cadeias produtivas das indústrias culturais”. Miguez ainda explica que as faces dessa indústria criativa e cultural abrangem outras áreas do conhecimento, especialmente da economia e gestão.

Esse campo da economia envolve um conjunto de atividades, como o artesanato, moda, indústria audiovisual, da música e do livro, sendo assim, “a economia criativa é um dos setores mais dinâmicos da economia global, conforme indicado em muitos relatórios de agências internacionais”, (MIGUEZ, 2007, p. 97). Para Polanyi (2012), o trabalho artesanal é principalmente uma atividade criativa que gera renda complementar e é um serviço que exige habilidade e capacidades específicas.

A verdade é que o debate das indústrias criativas, ainda é algo novo no Brasil, tendo estudos publicados pela Firjan (2019) iniciados há cerca de 10 anos. Embora, a identificação da indústria criativa como um setor particular, ocorreu há muito tempo, através do “manifesto pré-eleitoral de 1997 do New Labour (novo partido trabalhista inglês) como resultado do reconhecimento da necessidade deste setor merecer, por força do seu expressivo ritmo de crescimento, políticas públicas específicas”, (MIGUEZ, 2007, p. 99). Contudo, quando examina a ideia de economia criativa, Miguez (2007), entende o todo como um conceito recente, e que está em crescente desenvolvimento.

Os estímulos do empreendedorismo e da economia criativa caminham juntos, com objetivo de gerar renda, e mantém o foco em processos de inclusão e diversificação cultural. “A economia criativa se revela como uma atividade dinâmica, causadora de profundas mudanças sociais, políticas, econômicas e organizacionais. Seu principal traço é o impacto de seus bens e serviços em diversos setores da economia” (OLIVEIRA et. al, 2016, p.4).

Com isso, o empreendedorismo tem um importante papel no desenvolvimento da economia criativa, pois visa a manutenção desses negócios “o conceito de empreendedorismo faz uma ligação com as práticas criativas, fazendo com que este se torne uma ferramenta necessária para adequação das características dos negócios criativos de maneira crescente dentro da dinâmica organizacional das indústrias criativas”, (OLIVEIRA et. al, 2016, p.4).

Para o empreendedorismo e a economia criativa é de extrema importância realçar o artista, ou os criadores culturais. “Em qualquer organização cultural, o artista tem um papel central. Sem os artistas não haveria a empresa cultural” (LIMEIRA, 2008, p. 4). Limeira (2008) explica que esse artista geralmente é independente das empresas e podem ser agrupados em várias categorias. A pesquisa descrita nos próximos capítulos acontece através da análise de artistas-artesãos que encontraram sua independência no meio digital, com a criação de uma loja online, devido a necessidade de se adequar às novas práticas comerciais da atualidade.

### 3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A modalidade aplicada a esta pesquisa é qualitativa e exploratória. Essa análise tem a motivação de realizar um exame das transformações digitais, através do aprofundamento e compreensão de um grupo de pessoas. Na pesquisa qualitativa, o pesquisador é passivo para aprender e esclarecer o estudo a partir de crenças e preceitos dos entrevistados, “a pesquisa qualitativa preocupa-se, portanto, com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais”, (CÓRDOVA, 2009, p. 2).

A pesquisa qualitativa, preocupa-se em descrever fatos, bem como explicar as crenças e valores de relações que não se limitam em medidas variáveis. Além disso, a pesquisa acontece de

forma exploratória com a intenção de promover a familiaridade com a situação abordada. Sobre a pesquisa exploratória, Gil (2007) afirma que a maioria dessas pesquisas está vinculada com levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado, e exame de ensinamentos que encorajem a compreensão.

Neste estudo de caso, o método é utilizado justamente para compreender contextos sociais que não estão completamente claros em relação às excessivas mudanças que ocorrem. Essa investigação ocorre através da análise de hipóteses e experiências. Os propósitos do estudo de caso não são os de proporcionar o conhecimento preciso, para Gil (2007), são sim o de proporcionar uma visão global do problema ou de identificar possíveis fatores que o influenciam.

O caso estudado é da empresa Artesanato Blumenau. O critério de escolha da empresa se deu por ter sido uma organização que realizou transformação/adaptação ao digital no período de pandemia. O procedimento de coleta de informações foi feito através de entrevistas com as artesãs e colaboradores do Artesanato Blumenau, sendo estas as principais fontes de evidências para o caso. Dados secundários, como publicações na internet, serviram para complementar alguns pontos fundamentais da pesquisa.

As informações que acrescentarão a análise de dados acontecem a partir de um roteiro de perguntas semiestruturado, através de entrevistas presenciais ou por vídeo chamada, com cinco pessoas ligadas a empresa observada. Nilza Phelipe Rosa é diretora e artesã, Noeli Apolônio e Camila Arns de Borba atuam como artesãs e associadas, Cláudio Rosa é diretor de e-commerce e Vitor Hugo Pinheiro assistente de marketing digital. As entrevistas foram realizadas no período de 06/10/2020 a 12/11/2020.

O critério utilizado para a análise de dados é a própria análise de conteúdo, que como Campos (2004) afirma busca esclarecer o significado da mensagem apurada, através da interpretação das palavras.

## 4. ANÁLISE DOS DADOS

Os dados obtidos com as entrevistas são apresentados a seguir, em estilo textual compatível com a narrativa jornalística. As falas dos entrevistados foram triangulares com os autores revisados na etapa de fundamentação teórica.

### 4.1 APRESENTAÇÃO E HISTÓRIA DAS ARTESÃS

O Artesanato Blumenau foi fundado pela artesã Nilza Phelipe Rosa, definida por ela mesma como uma mulher que divide sua vida entre o bordado e a família. Como uma mãe presente, acompanhou de perto a infância e adolescência de seus dois filhos, e foi mais ou menos neste período que foi convidada para ser voluntária na ONG Casa São Simeão, onde está a 10 anos envolvida com todo tipo de artesanato. Aprendeu a pintura em tecido, tela, pet applique, bordado, a fazer flores e outras técnicas manuais.

A artesã relata que encontrou sua verdadeira motivação quando foi convidada para fazer um curso de bordado Meyer, realizado pelo Sebrae Blumenau. Fez três anos de curso particular para aperfeiçoamento e considera estar aprendendo até os dias de hoje. Nilza disse que “nos primeiros meses de trabalho, postei meu bordado no Facebook em um grupo, e tive minha primeira encomenda, depois dessa nunca mais parei... todos gostavam do meu bordado. Logo vieram pedidos não só dos bordados, mas também dos meus riscos, onde veio a ideia de fazer uma apostila, que foi um sucesso. Acabamos de lançar a quarta edição”.

Além de realizar serviços através de encomendas e vender suas edições das apostilas para aprender a bordar, Nilza se propõe a ensinar bordado a outras mulheres, a cada quinze dias, em sua casa. O grupo conta com jovens e adultos que encontraram no bordado a mão um *hobbie*, e outras uma renda. “Eu e minha mãe como costureiras, produzimos bolsas e vendemos, e depois que aprendemos a técnica de bordado com a Nilza, nosso produto ganhou ainda mais valor”, comenta Jacqueline Decker, uma das alunas que frequentam o curso gratuito de Nilza em sua casa.

Noeli Apolônio também começou seu trabalho no ramo de artesanato como costureira, e hoje é presidente da associação Kunst Haus em Blumenau. O artesanato sempre a encantou, até

que ela resolveu investir nele profissionalmente, através de um curso de artesanato em tecido 3D, e foi quando encontrou grande convicção para continuar na área. Começou vendendo para os amigos e parentes, sempre fazendo um serviço diferenciado, prezando a qualidade e os acabamentos. “Hoje vivo do artesanato, é minha vida, não consigo me ver sem o artesanato. Procuo colocar nas minhas peças um pouco de mim, faço tudo com muito amor e o acabamento de uma peça pra mim é tudo. Essa sou eu, estou sempre procurando novidades”, compartilha a artesã Noeli.

Além de Noeli, Camila Arns de Borba também optou por começar a vender seus produtos *online* em parceria com Nilza, na loja virtual Artesanato Blumenau. Camila começou na área de artesanato quando criança, é autodidata, assim como sua mãe, sua única professora. Com nove anos aprendeu a costurar roupinhas para suas Barbies. Depois, foi ajudando sua mãe em pequenas coisas, sempre aprendendo algo novo. “Devo minha paixão pela arte a minha mãe. Meus pais sempre me incentivaram a fazer o que for preciso pra ser feliz, independente do que os outros pensem como certo, eu tenho que fazer a minha vida o melhor possível”, relatou Camila.

A partir das falas das artesãs sobre a sua história, notou-se a força do empreendedorismo na economia criativa, que, tal como relatado por Miguez (2007) envolve o artesanato e é um dos setores mais dinâmicos da economia. Esse campo de estudo existe por tradições familiares, as artesãs desenvolvem técnicas particulares que faz deste um ramo de talento ou habilidade individual, como destaca Miguez (2007). Além disso, o hobby da infância para muitas passa a ser uma renda fixa familiar, e as habilidades específicas citada por Polanyi (2012), se tornam fundamental na trajetória das artesãs.

Juntamente com essas questões, a capacidade de empreender tem uma função importante no desenvolvimento econômico para essas mulheres. Oliveira (2016), reforça o argumento quando afirma que o conceito de empreendedorismo é uma ferramenta necessária para os negócios criativos, a fim de vencer os obstáculos da dinâmica organizacional das indústrias criativas.

## 4.2 PROBLEMA E SEU CONTEXTO

Nilza Phelipe Rosa, durante cinco anos trabalhou no desenvolvimento da sua comunidade online através de um grupo no Facebook, nomeado de Arte em Bordar a Mão, que conta hoje com 47,4 mil pessoas interessadas em bordado à mão. Como artesã independente e professora de bordado, ela disseminou sua técnica e hoje tem clientes fiéis por todo o Brasil. Por ser uma artesã referência em Blumenau, no ano de 2019 foi convidada para vender seus artesanatos na loja Kunst Haus Blumenau.

A Kunst Haus é uma associação, formada por artesãos, que surgiu através de uma parceria da Prefeitura Municipal de Blumenau, o Sebrae Blumenau e a Fundação Cultural de Blumenau em 2014. A iniciativa foi do Sebrae, que veio com a ideia de produzir um artesanato típico e exclusivo da cidade, que é marcado por traços alemães. Destaca-se a percepção do Sebrae quanto ao papel importante do empreendedorismo no desenvolvimento da economia criativa, pois, como Oliveira et. al. (2016) havia exposto, visa apoiar na manutenção desses negócios. Nilza trabalhou alguns meses na empresa e percebeu uma grande necessidade daqueles artesãos estarem na internet também, vendendo seus serviços. O movimento da loja estava fraco, não havia incentivo no marketing digital. “Eu sentia que a loja estava muito parada, enquanto muitas clientes minha do grupo do Facebook me faziam encomendas todos os dias”, comentou Nilza, na entrevista.

Em dezembro de 2019 Nilza se despediu da equipe Kunst Haus pois estava disposta a ter uma loja online. Com a chegada da pandemia causada pelo novo Coronavírus (SARS-CoV-2), com as lojas fechadas durante semanas, ela e seu marido Cláudio Rosa tomaram a decisão de fundar um site para vender seus artigos de artesanato. Concluíram que com um e-commerce a Nilza poderia produzir mais bordados e vender para todo o Brasil sua apostila, e que isso iria otimizar o seu tempo e ela conseguiria atingir um público ainda maior.

Essa decisão da Nilza corrobora com a afirmação de Rodrigues (2017, p. 12) sobre “a tecnologia da informação se torna cada vez mais protagonista nos processos produtivos e estratégicos”, tornando-se desta forma uma fonte de vantagem competitiva. O mercado digital, traz grandes inovações, como por exemplo, a internet móvel, qualquer pessoa em qualquer lugar do mundo pode chegar até o seu negócio; a análise de dados e métricas permite você entender o

que funciona melhor para o seu público; inteligência artificial, realidade virtual, são os novos meios de negociar os produtos.

A partir desse entendimento, Nilza e seu marido Cláudio passaram a investir tempo e dinheiro em um site, que no futuro se tornaria um e-commerce para muitos artesãos de Blumenau. Cláudio Rosa, disse que “a ideia inicial do site seria fazer deste, um Mercado livre, onde várias artesãs pudessem disponibilizar seus produtos, sem gastar com isso. Um e-commerce com um layout bonito, e páginas didáticas para facilitar a experiência do cliente, botões interativos e mecanismos fáceis para comprar, através de um clique”.

O mercado digital vem se fortalecendo com as interações on-line que geram informações e resultam em inovações para as empresas. Empresas que estão dispostas a inovar e investir em serviços online, certamente compreendem a importância da experiência do cliente.

#### 4.3 SOLUÇÃO E PROCESSOS DE ADAPTAÇÃO

O primeiro passo da empresa Artesanato Blumenau foi realizar um cadastro como MEI - Microempreendedor Individual. A construção da loja online levou um mês, e foi desenvolvido dentro da plataforma Prestashop, que oferece um sistema operacional intuitivo e de práticas edições. O atual endereço é <https://artesanatoblumenau.com.br/> (Figura 1).



Figura 1 - Homepage do site Artesanato Blumenau



Fonte: dados da pesquisa (2020).

Após as formas de pagamentos estarem definidas e o contrato com os Correios firmado, os primeiros produtos foram adicionados. Cada mercadoria é pesada em uma balança de precisão, tirada suas medidas, anotada suas características como tecido, fio, cores e demais especificações necessárias para que ao ler, o cliente consiga identificar as especificações do produto. Além disso, cada item é fotografado para que possa ser cadastrado ao site.

Quando os primeiros produtos foram adicionados ao e-commerce, e os testes de compra foram efetuados, a empresa desenvolveu um contrato para parcerias com outras artesãs. Os artesãos da Kunst Haus, associação de artesanato, optaram por vender seus produtos no e-commerce Artesanato Blumenau. Hoje, a loja virtual conta com 12 artesãos parceiros. Na entrevista, Nilza contou sobre os principais desafios enfrentados no início, “nós, artesãos, estamos muito acostumados a vender em feiras, em lojas físicas, e até em casa, mas nunca através de uma plataforma digital. Com isso, aprendemos muito. Falo por todos nós artesãos, que nunca tínhamos sequer pesado um produto, aprendemos sobre a gramatura de cada um, sobre as medidas, e até

como tirar fotos de nossas artes”. O processo de adaptação partiu da perspectiva do artesão de compreender a importância de ter seu produto disponível em uma loja virtual. Ele é responsável pelo processo de fotografias e de passar as informações do produto para ser cadastrado no site. O artesão passa a explorar novos conhecimentos através da transformação digital.

Como presidente da Kunst Haus Blumenau, Noeli compreende a necessidade de estar em um ambiente digital, por isso hoje ela é uma das artesãs que vende seus produtos na loja online Artesanato Blumenau. “Há um tempo atrás, eu não achava tão necessário ter meus produtos em uma loja online, sabemos o potencial de uma loja física. Mas hoje, como as coisas estão se encaminhando, acho muito importante estar no digital. Muitas pessoas acabam migrando para as redes sociais ou sites para adquirir produtos, principalmente, em tempos de pandemia global”, conta Noeli.

A transformação digital exige tempo e recursos das empresas, pois ela não para de acontecer, Rabelo (2018) diz que a transformação digital parte de um conceito onde os negócios utilizam das plataformas digitais para otimizar os seus desempenhos. Para o autor a gestão é o maior desafio para essa adaptação.

Em algum momento a adaptação digital chegará a todas as empresas, Monitora (2018), defende que os avanços da tecnologia da informação, e o desenvolvimento de aplicativos inovadores com base nas novas necessidades dos usuários, têm moldado os negócios em diferentes segmentos. Ainda conforme o material publicado pela Monitora (2018), é necessário que o empreendedor tenha visão que é preciso reinventar seu modelo operacional e seus processos internos, assim como ocorreu com os artesãos da Artesanato Blumenau.

A partir do momento que o site passou a funcionar e os produtos foram cadastrados, foi necessário pensar sobre o marketing digital, que se faz fundamental no processo de lançamento da loja virtual. Cláudio disse que “contamos com o auxílio de um responsável por marketing digital e preparamos um lançamento do site para o dia da Imigração Alemã no Brasil, afinal, o site ressaltava muito a cultura alemã através dos trabalhos manuais. Contamos uma história e o site foi lançado no dia 25 de julho de 2020”. Foi realizada uma Campanha nas redes sociais (Figura 2) para divulgar o lançamento do site, com imagens e vídeos com chamadas para conhecer a nova plataforma virtual que vende artesanato.

Figura 2 - Campanha de lançamento do site nas redes sociais



Fonte: dados da pesquisa (2020).

Quando questionada em entrevista sobre qual foi o principal desafio de vender online Nilza ressalta que, “tínhamos um contrato com o Correio que não beneficiava a loja, e no início tivemos muitos carrinhos abandonados, pois o valor do frete estava alto, muitos clientes se assustaram e temos que reconquistá-los, estamos no processo”. Com isso, nota-se que o cliente passa a ter uma participação ainda mais importante para o negócio, apesar de as empresas terem inúmeras vantagens no âmbito digital, é necessário ter cautela e planejamento, “não pode esquecer a experiência do usuário e cliente que agora deve ser convidado para co-criar em conjunto com a empresa. As ferramentas tecnológicas servem para melhorá-la, se a qualidade cai tem alguma coisa errada” (TAURION, 2016, p. 20).

#### 4.4 RESULTADOS

O e-commerce Artesanato Blumenau tem como carro chefe a apostila de bordado. Esse produto está no topo de vendas e o objetivo é transformar a apostila de bordado em um curso online profissional para aprender a bordar. Visando que muitos dos clientes que compram a apostila no

site, pedem aulas de como utilizar. Na comunidade do Facebook de Arte em Bordar a Mão, Nilza, proprietária do grupo e do Artesanato Blumenau, tem recebido diversos pedidos para aulas particulares. Pensando nisso, a fase de planejamento para vender curso online está em avanço.

A empresa Artesanato Blumenau, é a primeira empresa de artesanato na cidade de Blumenau que disponibiliza uma loja online para qualquer artesão do município vender de forma gratuita seus produtos. Com isso, as perspectivas seguem positivas, principalmente em uma fase pandêmica onde a migração para o digital se faz necessária. O contato físico foi vedado, e as redes sociais passaram a ser uma maneira primordial de comunicação das empresas.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Compreende-se a partir desse estudo que a internet possibilitou muitos avanços na possibilidade de vendas e desenvolveu novas perspectivas para pessoas que antes não visavam negócios online. O objetivo geral do presente estudo era conhecer e contar a história de adaptação da empresa Artesanato Blumenau nos tempos de pandemia usando o comércio digital.

Notou-se que com as incertezas geradas pelo novo coronavírus, a internet ganhou novos consumidores que com os meses de isolamento social foram fidelizados. Por isso, a empresa Artesanato Blumenau buscou fortalecer a sua marca e expandir o seu produto, passando de mercadorias físicas para a proposta digital. Todavia, os clientes iniciais permanecem firmes, as encomendas de artesanato ainda chegam, naturalmente. Porém, agora a opção de venda é mais ampla e prática, passando a funcionar não somente por encomenda mas por produto disponível no site online.

Além disso, a rede digital fez com que a artesã empreenda e desenvolva novas capacidades, como por exemplo o ensino de bordado online, antes limitado a um tempo e espaço físico. Com a inteligência artificial é possível realizar um curso de nove horas e vendê-lo para nove turmas diferentes dentro de um mês. A transformação digital traz fontes de rendas múltiplas e desafia o produtor a sair da sua zona de conforto, fazendo que este seja um inovador constante em sua área. Foi o que ocorreu com as artesãs empreendedoras da Artesanato Blumenau.

A contribuição desse estudo para a sociedade se dá na abertura de uma nova perspectiva do modelo de negócio de artesanato. Entendendo que a internet possibilita através de ferramentas e aplicativos comercializar para todo o mundo. O mercado de artesanato se amplia com a transformação digital, e os momentos de crises desencadeiam soluções que se firmam na vida do empreendedor.

Pesquisar e compreender esses processos digitais é desafiador para a pesquisadora, que até então não interpretava a importância da transformação digital e como o procedimento de digitalização pode ser complexo e árduo para empresas tão tradicionais. Essa pesquisa ressalta a importância de continuar estudos desse viés, também em momentos pós pandemia com empreendedores de outros segmentos.

## REFERÊNCIAS

CÓRDOVA, Denise. **Pesquisa Científica**. Disponível em: [https://www.cesadufs.com.br/ORBI/public/uploadCatalogo/11315818082016Pratica\\_de\\_Pesquisa\\_a\\_I\\_Aula\\_2.pdf](https://www.cesadufs.com.br/ORBI/public/uploadCatalogo/11315818082016Pratica_de_Pesquisa_a_I_Aula_2.pdf). Acesso em: 16 out. 2020.

CORRÊA, Elizabeth. **A Comunicação Digital nas organizações: tendências e transformações**. Revista USP. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139020/134368>. Acesso em: 02 de out. 2020.

FIRJAN, Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro. **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. Disponível em: [www.firjan.com.br/economicriativa](http://www.firjan.com.br/economicriativa). Acesso em: 16 out. 2020.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

LIMEIRA, Tania. **Empreendedor Cultural: perfil e formação profissional**. In: IV ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, 2008, Salvador, Bahia. Cult UFBA, 2008. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14310.pdf>. Acesso: 15 de out. 2020.

MANZINI, Gabriela. **Pandemia do coronavírus acelera a Transformação Digital e fortalece a economia digital**. Disponível em: <https://digitalks.com.br/expo/digitalks-action-coronavirus/ultimas/pandemia-do-coronavirus-acelera-a-transformacao-digital-e-fortalece-a-economia-digital/>. Acesso em: 15 out. 2020.

MIGUEZ, Paulo. **Economia criativa: uma discussão preliminar.** Disponível em: [https://www.academia.edu/1548290/Economia\\_criativa\\_uma\\_discuss%C3%A3o\\_preliminar](https://www.academia.edu/1548290/Economia_criativa_uma_discuss%C3%A3o_preliminar). Acesso: 15 out. 2020.

MONITORA, Equipe. **Transformação digital nas empresas: entenda como se adaptar.** 2018. Disponível em: <https://www.monitoratec.com.br/blog/transformacao-digital-nas-empresas-entenda-como-se-adaptar/>. Acesso em: 14 nov. 2020.

OKANO, Marcelo; SIMÕES, Eliane; LANGHI, Celi. **Plataformas de negócios digitais: o poder da transformação digital nos dispositivos móveis.** Revista USP. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/2097/1734>. Acesso em: 15 out. 2020.

OLIVEIRA, Patrícia; RIBEIRO, Renata; CABRAL, Augusto; SANTOS, Sandra. Economia criativa e o empreendedor no Ceará. **Revista Brasileira de Gestão e Inovação.** Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/RBGI/article/view/3765/2412>. Acesso em: 13 out. 2020.

POLANYI, Karl. **A subsistência do homem e ensaios correlatos.** Trad. Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/307728666\\_A\\_subsistencia\\_do\\_homem\\_e\\_ensaios\\_correlatos](https://www.researchgate.net/publication/307728666_A_subsistencia_do_homem_e_ensaios_correlatos). Acesso em: 02 nov. 2020.

RABELO, Agnes. **Transformação Digital: o que é e quais os seus impactos na sociedade.** Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/transformacao-digital/#:~:text=Transforma%C3%A7%C3%A3o%20digital%20%C3%A9%20um%20processo,papel%20essencial%20para%20a%20tecnologia>. Acesso em: 15 nov. 2020.

RODRIGUES, Mauricio. **Transformação Digital 2017.** Disponível em: <https://www15.fgv.br/network/tcchandler.axd?TCCID=6903>. Acesso em: 20 out. 2020.

SEBRAE. **Guia do Empreendedor Criativo.** Brasília: 2015.

SILVA, Nelson. **Transformação Digital, A 4ª Revolução Industrial.** 2020. FGV Energia. Disponível em: [https://fgvenergia.fgv.br/sites/fgvenergia.fgv.br/files/coluna\\_opiniao\\_-\\_transformacao\\_digital.pdf](https://fgvenergia.fgv.br/sites/fgvenergia.fgv.br/files/coluna_opiniao_-_transformacao_digital.pdf). Acesso em: 23 out. 2020.

STANGHERLIN, Aline; JOÃO, Daniel; OLIVEIRA, Josele. **Os desafios enfrentados pelos pequenos empreendedores durante a pandemia COVID-19.** Disponível em: <https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/820/2020/06/Textos-para-Discuss%C3%A3o-03-Os-desafios-enfrentados-pelos-empresarios-.pdf>. Acesso em: 05 nov. 2020.

TAURION, Cezar. **A transformação digital é apenas o primeiro passo.** FAETERJRio. Disponível em: <http://www.faeterj-rio.edu.br/transformacao-digital-e-apanas-oprimeiro-passo/>. Acesso em: 20 out. 2020.

Revista de Extensão e Iniciação  
Científica da UNISOCIESC

**REIS**

ISSN 2358-4432

Compartilhar  
conhecimento  
é conhecer o  
mundo.

unisociesc

WESTERMAN, George; BONNET, Didier; MCAFFE, Andrew. Liderando na era digital. M. Books. Disponível em: [https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=whf0DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT139&dq=transforma%C3%A7%C3%A3o+digital&ots=ZZaasR\\_tAu&sig=g6Pv1d0og11K9NHb8Ih\\_sFAzn7s#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=whf0DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT139&dq=transforma%C3%A7%C3%A3o+digital&ots=ZZaasR_tAu&sig=g6Pv1d0og11K9NHb8Ih_sFAzn7s#v=onepage&q&f=false). Acesso em: 25 out. 2020.