

Briefing de Inovação



Oportunidades no Eixo Econômico de Caruaru



Realização

Programa de estágio, Observatório do Amanhã

Armazém da Criatividade / Porto Digital

SECTI - Secretária de Ciência, Tecnologia e Inovação do Estado de Pernambuco

Briefing desenvolvido por:

Alyne Beatriz da Silva

Email: alyne.beatriz@ufpe.br

Emily Barbosa do Nascimento

Email: emilybn12@gmail.com

Diogo Nicéas Baraúna

Email: diogobarauna233@gmail.com

Geórgiton José da Silva Filho

Email: georgitonpro@hotmail.com

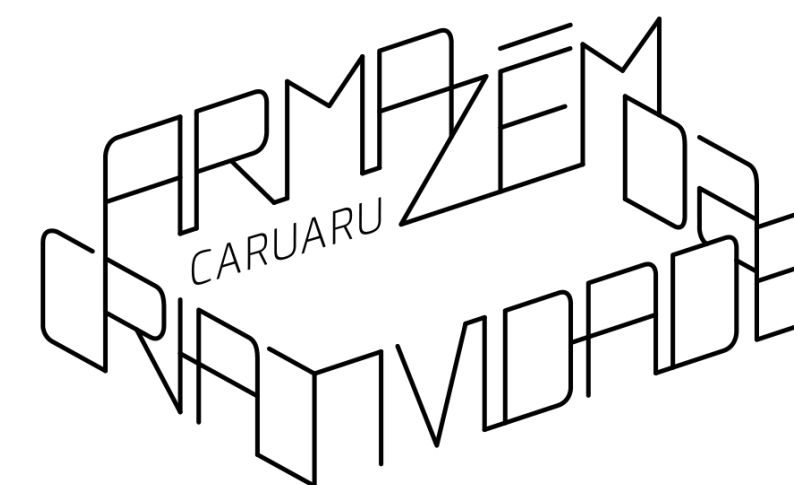
Lucas Santos da S. Gomes

Email: lucas.lssg@gmail.com

Supervisionado por:

Laís Queiroz

Caruaru, 19 de julho de 2024.



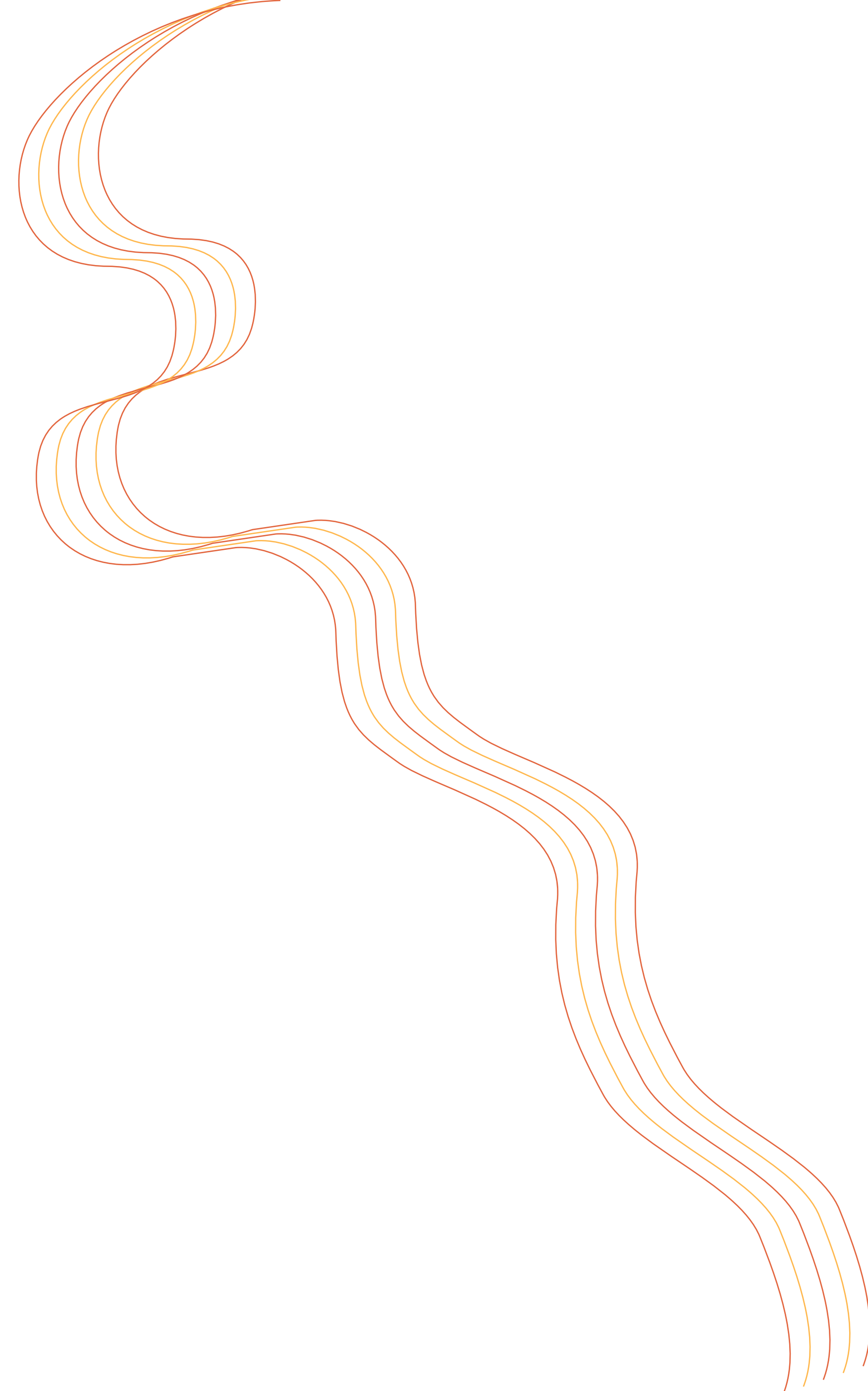
Secretaria
de Ciência, Tecnologia e
Inovação



GOVERNO DE
**PER
NAM
BUCO**
ESTADO DE MUDANÇA

Sumário

1. Economia de Caruaru
2. Observatório do Amanhã
3. Briefing de Inovação
4. Economia Criativa
5. Cultura
 - 5.1 Turismo
 - 5.2 São João de Caruaru
6. Tecnologia e Inovação
 - 6.1 Games
 - 6.2 Cultura Maker
7. Mídias
8. Consumo
9. Oportunidades
 - 9.1 Games
 - 9.2 Cultura Maker
 - 9.3 Áudio Visual
 - 9.4 Moda
10. Saiba mais



1

Economia de Caruaru



De acordo com o Tome Conta, Caruaru é um município do agreste pernambucano, com população de 365.278 habitantes, distribuída em uma área de 920,611 km² (80,561 km² de zona urbana e 840,05 km² rural), segundo dados estimativos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2020. Distante 130 km do Recife, é considerada a mais populosa cidade do interior do Estado e a terceira do interior nordestino, atrás apenas de Feira de Santana e Campina Grande.

O setor primário (agricultura e agropecuária) é o menos relevante na economia caruaruense. De acordo com o censo pecuário, em 2012 o município contava com aproximadamente 23.250 bovinos, 150 bubalinos, 5.500 caprinos, 460 asininos, 1.850 equinos, 820 muares e 4.200 ovinos, além de 344.810 aves e 2.950 suínos.

A indústria (setor secundário) representava a segunda maior atividade econômica de Caruaru em 2011, com destaque para a produção têxtil, com cerca de 12 mil fábricas do gênero, 30 mil pontos de venda e gerando 140 mil empregos diretos e indiretos. O Polo de Desenvolvimento Sustentável do Agreste (PDSA) possui 111 indústrias em funcionamento, entre empresas e central de distribuição, que gera aproximadamente 5 mil empregos diretos. O setor terciário era o mais representativo de sua economia (82,4% das riquezas produzidas anualmente). Em 2010, 5,98% da população ocupada estava empregada no setor de construção, 0,89% nos setores de utilidade pública, 23,04% no comércio e 35,74% no setor de serviços.

Segundo o IBGE, aproximadamente 21.918 pessoas trabalham no comércio da cidade e cerca de 20.181 trabalham em atividades de prestação de serviços. Levando em consideração a economia da localidade, é correto afirmar que a maior movimentação dentro da cidade de Caruaru e nas cidades vizinhas (Toritama e Santa Cruz do Capibaribe) é proveniente do Polo Têxtil. De acordo com o site Leia Já:

O Polo de Confecções do Agreste de Pernambuco é um aglomerado de iniciativas produtivas e comerciais re-

lacionadas ao setor de confecções, com foco em roupa casual, brim (jeans, bermudas, saias, shorts e camisas), malharia (camisetas, blusas, vestidos), outras vestimentas (calças, saias, camisas e blusas), moda infantil e lingerie.

O faturamento anual deste Polo é de quase 1 milhão, e ainda de acordo com o site Leia Já, há cerca de 20 mil unidades produtivas que empregam 130 mil pessoas em dez cidades de Pernambuco.

Além do Polo Têxtil, é necessário se falar sobre o ponto de vista cultural, que também fornece movimentação econômica. A Fundação de Cultura e Turismo de Caruaru é responsável por este setor cultural, em que zela e preserva a difusão de elementos culturais que formam a identidade cultural da região.

Indicadores Econômicos

Os indicadores econômicos são métricas que refletem a saúde geral de uma economia. Eles oferecem insights sobre diferentes aspectos, desde o crescimento econômico até o nível de emprego e a estabilidade dos preços. Alguns dos indicadores econômicos usados para nossa pesquisa foram o IPCA, PIB, Cesta Básica, IDH, IDHM, Receitas e Despesas e Abertura e Fechamento de Empresas.

IPCA

O IPCA é o Índice de Preços ao Consumidor Amplo, que é usado para observar tendências de inflação. É calculado com base no preço médio necessário para comprar um conjunto de bens e consumos de serviço em um país, comparado com períodos anteriores. A porcentagem de IPCA indica em quantas vezes o preço dos bens e serviços compõem a cesta de consumo das famílias.

Vários fatores podem contribuir para o aumento do IPCA, podendo incluir aumentos nos preços de alimentos, transporte, habitação, serviços públicos, entre outros. Além disso, questões locais, como mudanças na oferta e demanda de produtos e serviços, políticas governamentais e condições econômicas regionais, também podem influenciar os índices de inflação em uma área específica.

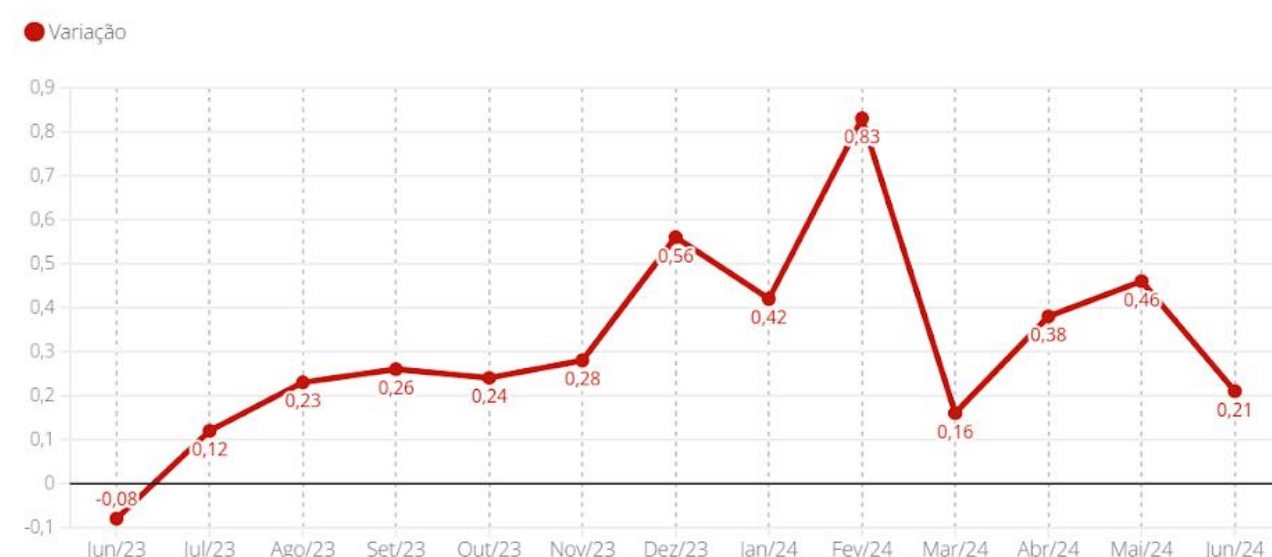
Para que o IPCA seja medido, é realizada uma pesquisa mensal em estabelecimentos, sejam eles comerciais, domicílios, concessionárias de serviços públicos e prestadores de serviços. Esse levantamento analisa bens e serviços que fazem parte de nove categorias: 1) Alimentação e bebidas; 2) Artigos de residência; 3) Comunicação; 4) Despesas pessoais; 5) Educação; 6) Moradia; 7) Saúde e cuidados pessoais; 8) Transporte; e 9) Vestuário. O aumento na inflação nem sempre é um movimento natural, ele pode ser causado por diferentes fatores, sendo destes o mais conhecido, representa a alta da inflação quando a procura é maior do que a oferta, o que pode levar o consumidor a pagar o preço necessário para adquirir um bem ou serviço.

Segundo o portal de notícias G1, afirma que o país tem uma inflação acumulada de 4,23% em 12 meses. No acumulado do ano, a alta é de 2,48%. Não se possui muitas informações sobre o IPCA da cidade de Caruaru, mas se obtém os dados do IBGE relacionados ao IPCA do País.

Gráfico 1: IPCA do País.

IPCA - Inflação oficial mês a mês
Variação (%) na comparação com o mês anterior

Clique nas linhas para visualizar outros valores



g1

Fonte: IBGE

<https://g1.globo.com/economia/...>

Gráfico 2: IPCA de Caruaru

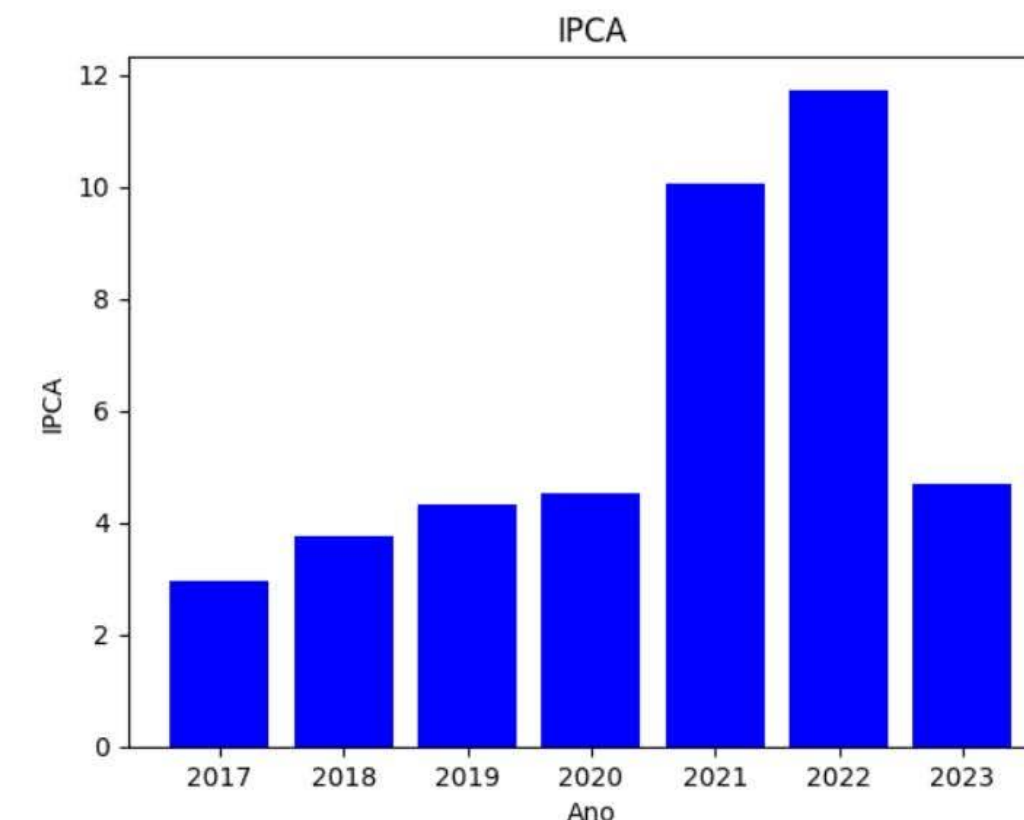


Gráfico gerado em PowerBI com dados do IBGE

PIB

O Produto Interno Bruto (PIB) é um indicador econômico fundamental que mede o valor total de todos os bens e serviços finais produzidos dentro de um país em um determinado período, geralmente um ano ou um trimestre. Ele é utilizado para avaliar a performance econômica de uma nação e é um dos principais indicadores de saúde econômica. O crescimento consistente do PIB, apesar de uma queda temporária em 2020, indica uma economia resiliente e em expansão. O aumento nos setores de alojamento e alimentação pode indicar um potencial crescimento no turismo e na população local. Estes fatores combinados proporcionam uma perspectiva positiva para o futuro econômico de Caruaru.

De acordo com o site Tome Conta, o seu Produto Interno Bruto (PIB) da cidade de Caruaru é o 150º maior do Brasil e o 6º maior de Pernambuco, atingindo R\$7.147.526,42 mil, segundo dados do IBGE em 2018. O PIB per capita no mesmo ano foi de R\$20.028,26. Já no ano de 2021, o PIB per capita foi de R\$23.456,58.

No gráfico abaixo têm-se o gráfico do PIB de Caruaru em bilhões de reais:

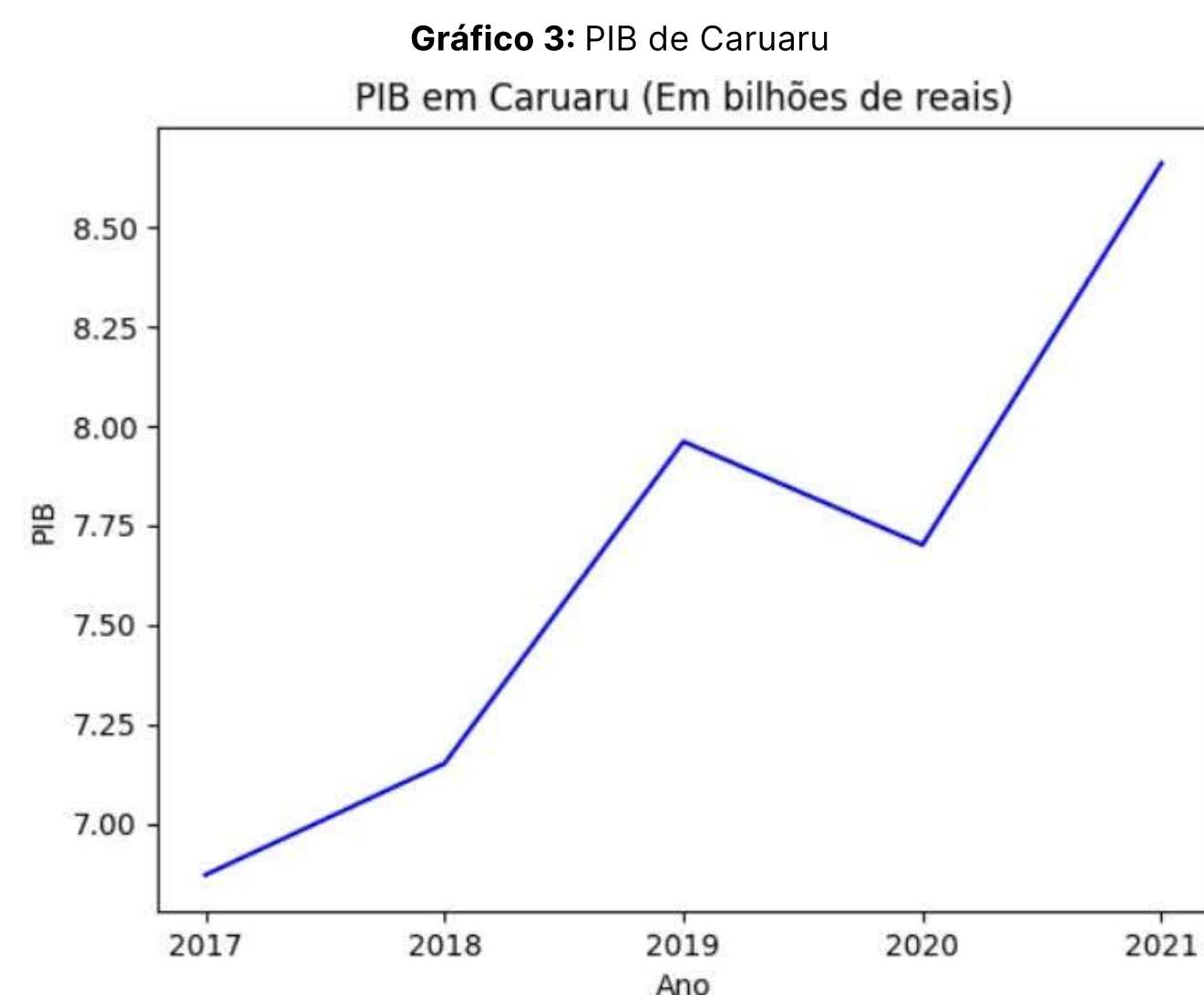


Gráfico gerado em PowerBI com dados do IBGE

IDH e IDHM

O Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) é uma adaptação do IDH para municípios, ajustando os mesmos critérios à realidade local para fornecer uma visão mais detalhada do desenvolvimento em nível municipal. Ambos os índices são calculados com base em dados estatísticos e são usados para orientar políticas públicas e investimentos sociais. Identificados os indicadores, agora a próxima etapa foi reunir dados sobre os indicadores, o IDHM só havia disponível até o ano de 2010, no IBGE.

Ao ver o IDHM, se teve a necessidade de olhar o IDH a nível de estado, a fim de comparar e fazer uma análise lado a lado. O IDH tem dados até o ano de 2021, bem diferente do IDHM, também no IBGE.

Os dois indicadores apresentaram índices crescentes até 2019, quando a pandemia abalou toda a estrutura da sociedade.



Site do IBGE - <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pe/caruaru>

Receitas e Despesas

A análise dos dados financeiros da Prefeitura de Caruaru revela uma tendência positiva de crescimento nas receitas ao longo dos anos, com uma gestão que conseguiu manter as despesas sob controle. Em 2023, as receitas ultrapassaram as despesas, marcando um ponto alto na gestão financeira do município. Estes dados indicam uma administração eficiente, capaz de aumentar os recursos municipais e gerir os gastos de forma equilibrada. A maior fonte de receita em todos os anos foram as Transferências Correntes e a maior despesa foi com Pessoal e Encargos Sociais.

Em Caruaru, as receitas e despesas se encontram no gráfico a seguir:

Gráfico 5: Receitas e Despesas de Caruaru.

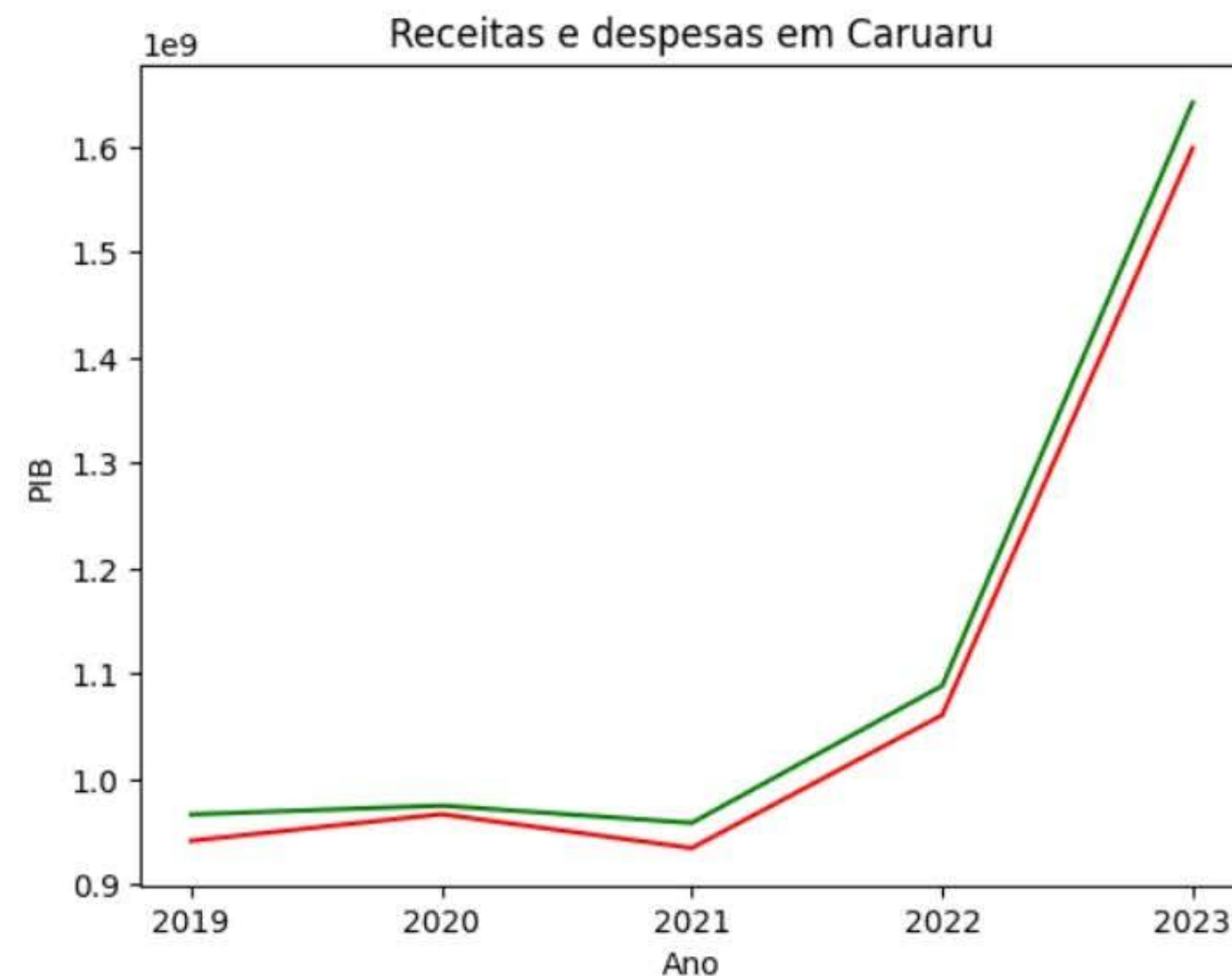


Gráfico gerado em PowerBI com dados do Portal da Transparência - Caruaru <https://caruaru.pe.gov.br/portal-da-transparencia/dados-abertos/>. Acesso em: 19 jul 2024.

Gráfico 6: Abertura de Empresas em Caruaru



Gráfico apresenta a abertura de empresas em Caruaru, nos últimos 5 anos, com dados retirados do portal da JUCEPE. Gráficos gerados em Power BI. Acesso em: 15 jul 2024.

Aberturas e Fechamentos de Empresas

Os dados dessa pesquisa foram extraídos do site do JUCEPE - Junta Comercial do Estado de Pernambuco <<https://www.jucepe.pe.gov.br/relatorio/index.asp>>. Os dados disponíveis datam do ano de 2020 a 2023. O portal foi acessado pela última vez na data de, 15 de julho de 2024, para conferência e geração de gráficos. Após essa data o sistema havia saído do ar, até o momento da entrega desse briefing.

Gráfico 7: Fechamento de Empresas em Caruaru

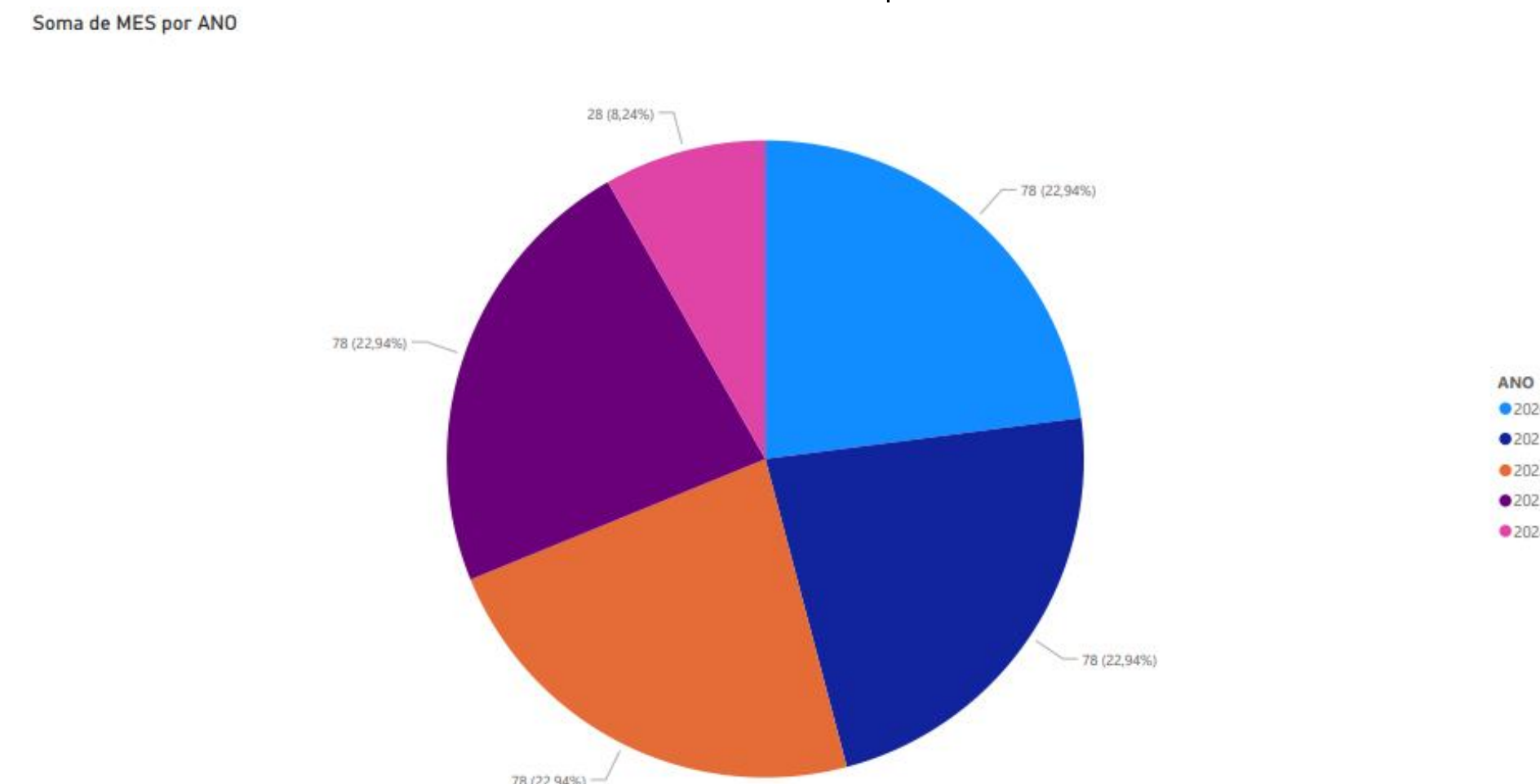


Gráfico apresenta o fechamento de empresas em Caruaru, nos últimos 5 anos, com dados retirados do portal da JUCEPE. Gráficos gerados em Power BI. Acesso em: 15 jul 2024.

Considerações acerca dos Dados Levantados

Os dados sugerem que Caruaru tem experimentado um ambiente favorável para a criação de novas empresas, com um crescimento constante no número de aberturas. No entanto, o aumento nos fechamentos também destaca desafios econômicos que podem estar impactando a sustentabilidade das empresas. O saldo positivo entre aberturas e fechamentos sugere que, apesar dos desafios, a economia local continua a crescer. Este crescimento pode ser impulsionado por políticas de incentivo, um mercado consumidor em expansão ou outras condições econômicas favoráveis.

Dado o exposto, foi-se necessário seguir para a área de cultura, visto que a cultura está muito presente na cidade estudada e mais vertentes a serem pesquisadas.

2

Observatório do Amanhã



Sobre o Observatório do Amanhã

O Observatório do Amanhã é um projeto em atividade desde o 2º semestre de 2021, e que tem por objetivo identificar e mapear movimentos emergentes na sociedade e nos negócios que tenham potencial de transformação para práticas inovadoras. O projeto engloba a realização de pesquisas e análises com direcionamento para a prospecção, levantando informações que possibilitem a melhor compreensão das dinâmicas dos agentes envolvidos (consumidores, negócios, redes, cidades...).

Desse modo, com a utilização de metodologia de trabalho e ferramentas adotadas para este tipo de investigação, além da parceria com redes de informação e equipe de pesquisadores e estagiários (em parceria com instituições de ensino superior locais), viabilizando o levantamento e tratamento de dados relevantes para a análise e elaboração de ações estratégicas que potencializam o direcionamento e objetividade de programas e ações ofertados pelo Armazém da Criatividade/Porto Digital.

Com o intuito de fornecer e ampliar perspectivas fundamentadas em dados oriundos do mercado, culminando na possibilidade de especulação de macrotendências e na construção de cenários, uma equipe multidisciplinar composta por pesquisadores e estagiários coletam, debatem e traduzem informações e contextos atuais do mercado, objetivando conciliar insights de inovação ao contexto local da cidade de Caruaru e entorno.

Todo este processo de gestão de informações tem por objetivo captar e operar com insights, indicações e recomendações estratégicas para uma maior assertividade das ações e projetos.

O procedimento operacional do Observatório do Amanhã inclui:

- Levantamento de dados e registros Online (NetHunting) e Offline (Pesquisas de Campo) com o apoio de uma rede de colaboradores locais e parceiros convidados;
- Utilização de técnicas validadas para a elaboração de análises direcionadas para a construção de cenários prospectivos estratégicos e soluções para as demandas apresentadas;
- Análises cruzadas que levam em consideração os contextos atuais de Economia, Sociedade, Tecnologia e Inovação;
- Elaboração de briefings de inovação pensados para a realidade local.

3 Briefing de Inovação



O que é um Briefing de Inovação?

De acordo com o site FM2S, o briefing é um documento claro e conciso que orienta uma pessoa ou um grupo de pessoas na realização de um projeto ou tarefa específica, com o qual se tem uma visão completa do que procura, como será feito, em que tempo e contexto específico. Em complemento, relata que o briefing vai além de uma série de instruções, que é uma ferramenta que oferece visão, histórico, momento atual e dados que ajudam a entender o que precisa ser feito e porque fazer. É também um documento estratégico que deve ter objetivos muito claros para desenvolver as ações necessárias para alcançá-los.

O briefing é uma ferramenta fundamental em qualquer projeto voltado para análise de mercado e inovação, atuando como um guia estratégico que assegura alinhamento e eficiência. Ele tem múltiplas funções críticas que permitem uma execução de projeto mais suave e direcionada.

Porquê fazer um Briefing de Inovação?

O briefing é essencial para mapearmos e compreendermos os problemas enfrentados pelo nosso público, além de gerar propostas e oportunidades de inovação no contexto da economia criativa.

Ao elaborar um briefing de inovação, passamos por diversas etapas, que incluem pesquisas realizadas em sites e pesquisas de campo. Dessa forma, conseguimos identificar as necessidades e lacunas percebidas pelo público em relação ao tema estudado.

O motivo da criação desse documento tem como objetivo trazer projetos dentro das áreas da economia criativa que possam servir de inspiração, referência e base para o desenvolvimento de novas iniciativas inovadoras.

Queremos proporcionar um entendimento mais profundo das necessidades e oportunidades do setor, promovendo soluções criativas e eficazes que possam ser implementadas para enfrentar os desafios atuais e futuros.

Como foi feito o Briefing de Inovação?

Para entender as necessidades e mapear as dores do nosso público, realizamos várias fases de pesquisa. Inicialmente, estudamos o cenário da economia local. À medida que obtínhamos resultados, ajustamos o andamento do estudo com base nas descobertas.

Primeiro, coletamos dados quantitativos e qualitativos para ter uma visão abrangente da situação econômica e social. Com as informações coletadas, fizemos análises detalhadas que nos permitiram identificar algumas das dores existentes.

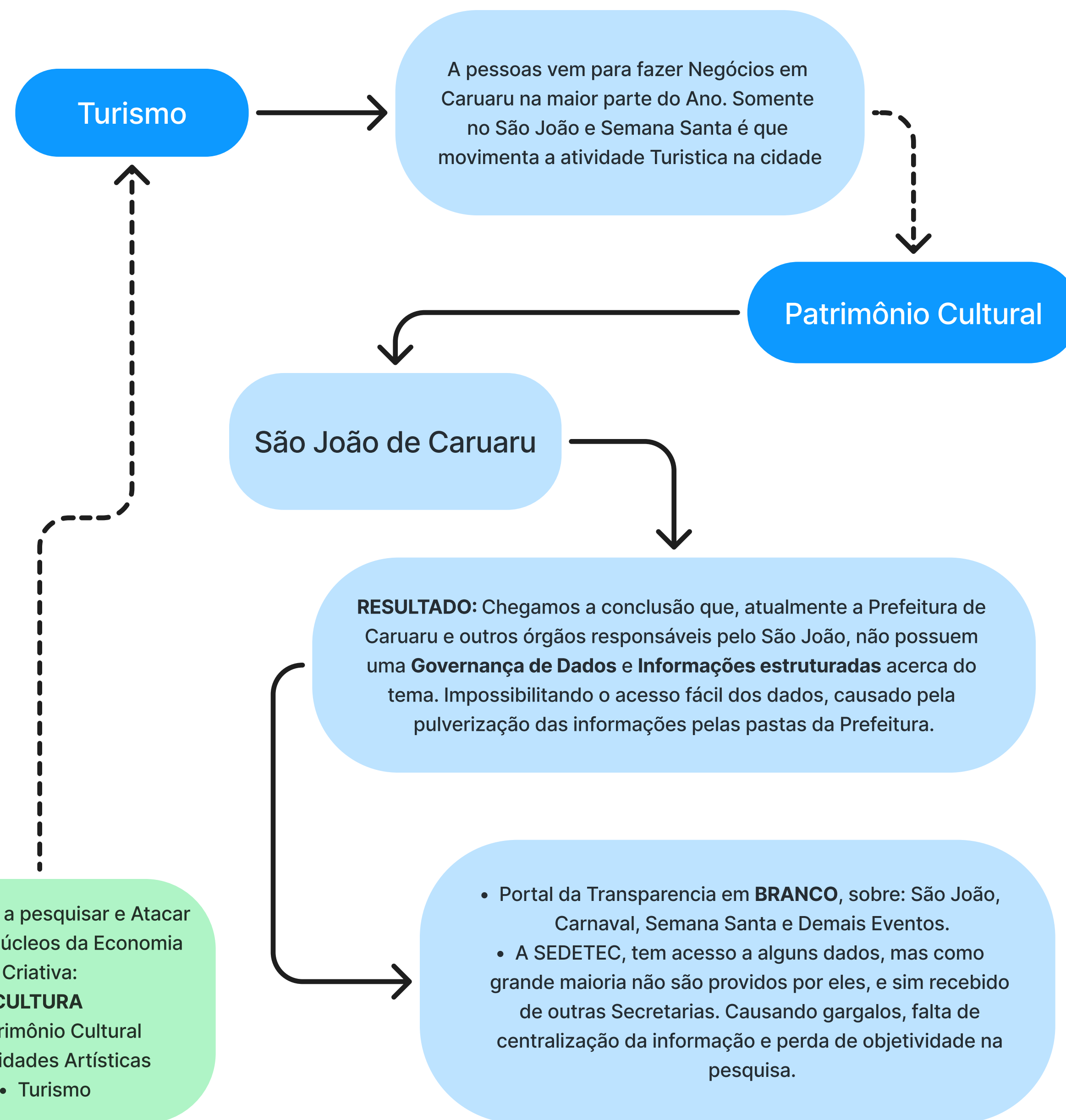
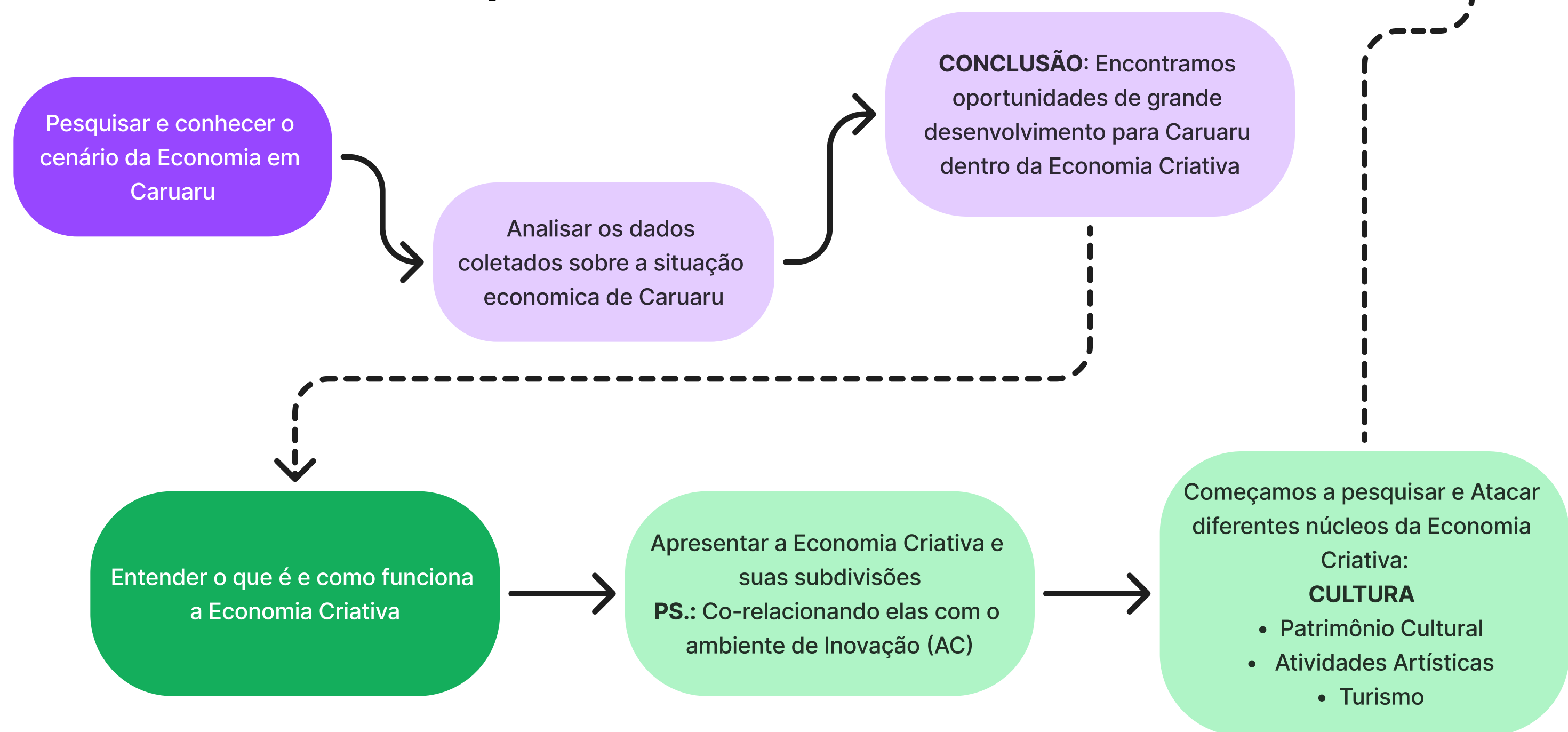
Posteriormente, passamos para a etapa de entrevistas no contexto da economia criativa, conduzindo-as por meio de formulários, esses formulários foram elaborados para captar as percepções e experiências dos entrevistados, permitindo a coleta e análise de dados, e após entender as necessidades e problemas do público a partir das análises realizadas, passamos para a fase de criação de insights.

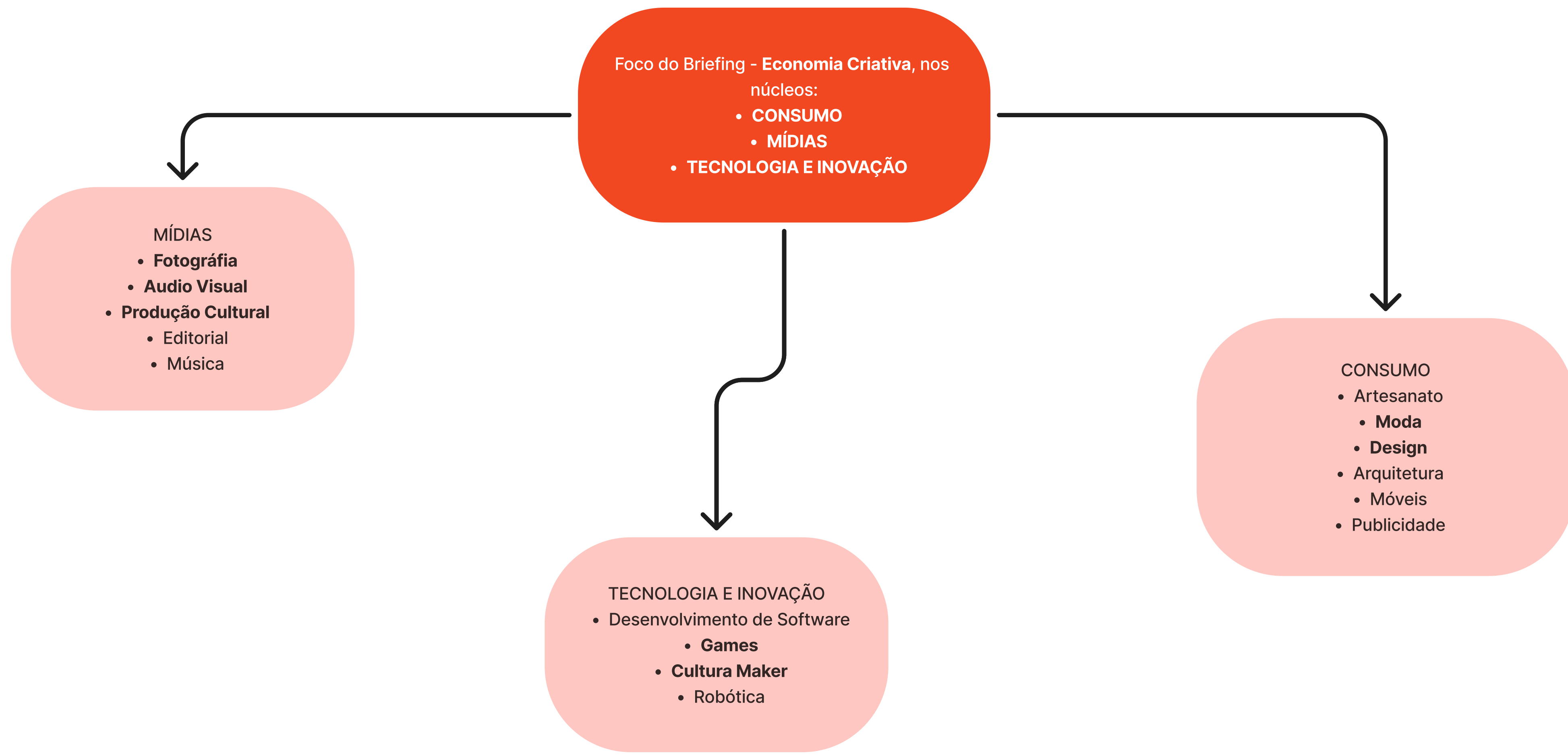
Com a geração dos insights, iniciamos o processo de desenvolvimento das oportunidades, é fundamental analisar cada insight para entender seu potencial e como ele pode ser aplicado de maneira eficaz. Em seguida, definimos as estratégias e ações necessárias para transformar essas oportunidades em resultados concretos, alinhando-as com os objetivos e metas do Armazém da Criatividade.

Foi pensado em diversos recursos como palestras, workshops, desafios, desfiles e hackathons que incentivam o público a participar, aprender, compartilhar e pôr suas habilidades em prática. Tudo isso em conjunto com apoiadores e patrocinadores que podem elevar e trazer mais visibilidade para o Armazém da Criatividade, oferecendo recursos e atividades para os mais diversos públicos dentro do novo ambiente do AC.

Pensando nisso, as áreas pesquisadas seriam amplamente exploradas com intuito de oferecer serviços de qualidade para os interessados nas temáticas, causando um bem-estar e feedback positivo para os próximos projetos de Inovação.

Nosso Roadmap





4 Economia Criativa



Com base no site do SEBRAE, Economia Criativa é um termo criado para nomear modelos de negócio ou gestão que se originam em atividades, produtos ou serviços desenvolvidos a partir do conhecimento, criatividade ou capital intelectual de indivíduos com vistas à geração de trabalho e renda. Diferentemente, continua, da economia tradicional, de manufatura, agricultura e comércio, a economia criativa, essencialmente, foca no potencial individual ou coletivo para produzir bens e serviços criativos. De acordo com as Nações Unidas, as atividades do setor estão baseadas no conhecimento e produzem bens tangíveis e intangíveis, intelectuais e artísticos, com conteúdo criativo e valor econômico.

A Economia Criativa desempenha um papel fundamental no desenvolvimento econômico e social, gerando benefícios significativos para as comunidades e para a sociedade como um todo. Além de impulsionar a inovação e o crescimento econômico, esse setor também contribui para a promoção da diversidade cultural, da inclusão social e da sustentabilidade.

Ao fomentar a criatividade e a inovação, a Economia Criativa estimula a geração de empregos qualificados, a formação de talentos e a melhoria da qualidade de vida das pessoas. Ela também fortalece a identidade cultural e promove a preservação dos patrimônios histórico e artístico, contribuindo para o desenvolvimento sustentável das comunidades.

Ao fomentar a criatividade e a inovação, a Economia Criativa estimula a geração de empregos qualificados, a formação de talentos e a melhoria da qualidade de vida das pessoas. Ela também fortalece a identidade cultural e promove a preservação dos patrimônios histórico e artístico, contribuindo para o desenvolvimento sustentável das comunidades.

De acordo com um estudo realizado pelo Observatório Nacional da Indústria (ONI), a economia criativa deve gerar 1 milhão de empregos até 2030. A relevância do modelo é tanta que o Ministério da Cultura criou a

Secretaria de Economia Criativa e Fomento Cultural (SEFIC), que tem o objetivo de promover, planejar, coordenar e implementar ações para fortalecer o setor no país.

Em resumo, a Economia Criativa representa uma fonte de oportunidades e de transformação, capaz de gerar valor econômico e social de forma sustentável, promovendo o desenvolvimento de uma sociedade mais criativa, inclusiva e próspera.

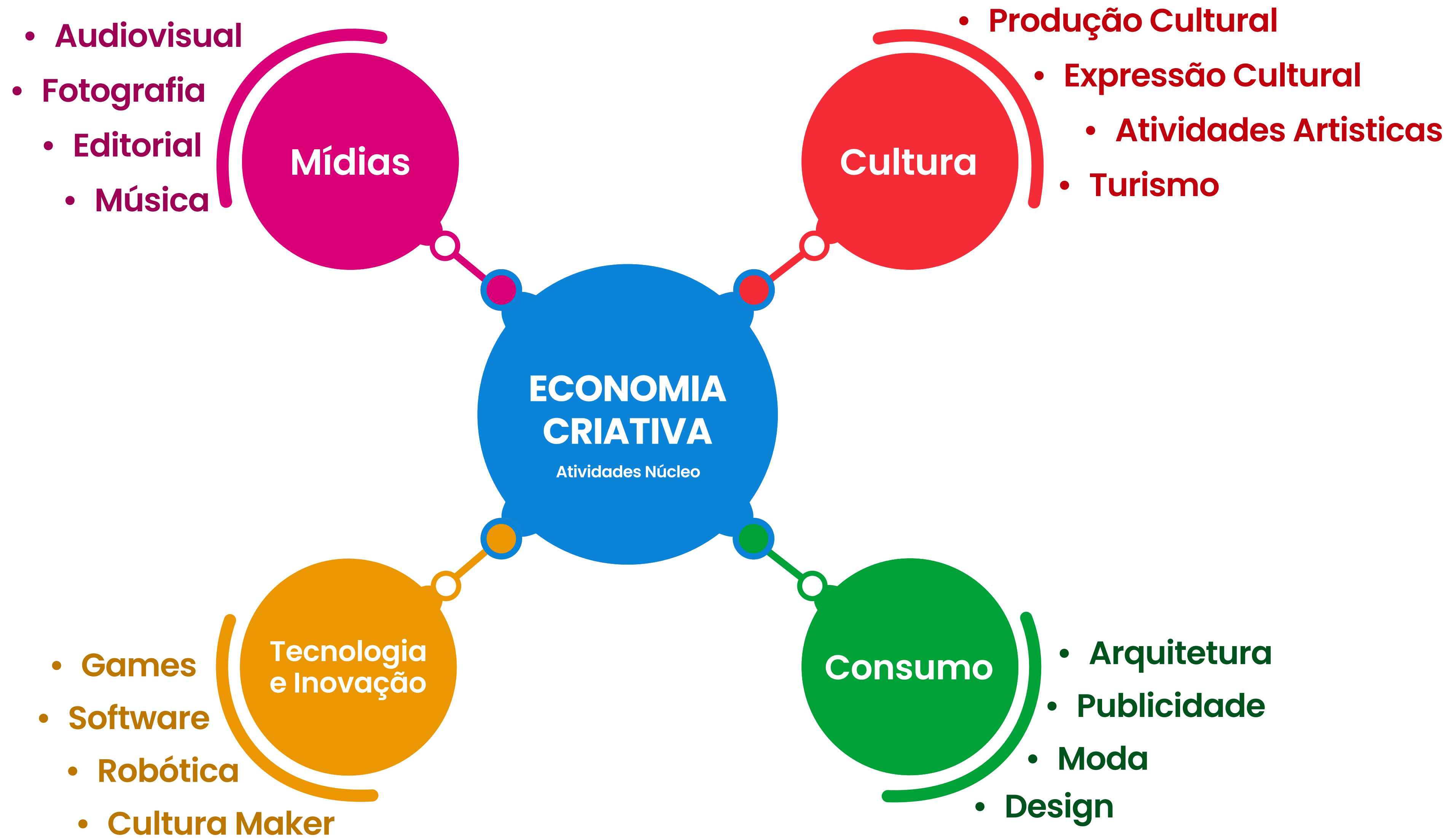
A indústria criativa compreende áreas bastante diferentes e é tradicionalmente dividida em quatro grandes núcleos: **Mídias** (audiovisual, fotografia, editorial, música); **Cultura** (produção cultural, expressão cultural, atividades artísticas, turismo), **Consumo** (arquitetura, design, moda, publicidade) e **Tecnologia e Inovação** (desenvolvimento de software, games, cultura maker, robótica).

Assim, compreendemos que a cidade de Caruaru possui um rico patrimônio cultural, especialmente na área do artesanato, música e literatura. Essa base cultural autêntica serve como inspiração para a criação de produtos e serviços inovadores.

A economia criativa em Caruaru tem um grande potencial para crescer e se desenvolver nos próximos anos. Com o investimento em infraestrutura, qualificação profissional e apoio governamental, a cidade pode se tornar uma referência nacional em EC (Economia Criativa), gerando emprego, renda e impulsionando o desenvolvimento local.



Os diferentes Núcleos da Economia Criativa



5 Cultura



Turismo

Para Fuster (2001, p.25) o Turismo é um "conjunto de fenômenos originados pelas viagens, seguindo a definição de Hunziker e Krapf, originários em um mercado formando e engrossando as correntes turísticas e dirigindo-se aos núcleos receptores".

Outros autores contribuem com definições semelhantes, abrangendo aspectos de consumo de luxo, motivações pessoais, mas sem deixar de enfatizar o tráfego de pessoas, a exemplo de Morgenroth que, em seu Dicionário Manual de Economia Política enfatiza:

Tráfego de pessoas que se afastam temporariamente do seu lugar fixo de residência, para se deter em outro local, com o objetivo de satisfazer suas necessidades vitais e de cultura ou para realizar desejos de diversas índoles, unicamente como consumidores de bens econômicos e culturais (FUSTER, 1974, p.25).

A cultura, o turismo e a economia criativa formam o tripé de uma rede plural e transformadora, baseada em um ambiente de troca e conexão de ideias e experiências. Juntas, essas áreas promovem o desenvolvimento sustentável, impulsionam a inovação e valorizam a diversidade cultural.

Dado o exposto, o turismo tem forte presença no âmbito cultural de uma localidade, e isso acontece com a cidade de Caruaru. Na cidade de Caruaru foi pesquisado o que atacaria sua economia direta e indiretamente, através de festividades e feiras ao ar livre, que é o principal motivo da cidade ser conhecida.

Através das entrevistas nos hotéis, observamos que os mesmos só são procurados por turistas em períodos festivos da cidade, como o São João e a Semana Santa. Em dias comuns, os hotéis são utilizados apenas por empresários, para reuniões de trabalho ou para estadia de um a dois dias quando precisam comparecer a eventos de trabalho.

Após concluir a pesquisa voltada ao turismo, constatamos que não obtivemos dados suficientes para prosseguir. Portanto, em uma nova reunião com o grupo, decidimos alterar o foco do estudo.



Imagem - <https://www.transportal.com.br/noticias/rodoviaria-recife/o-que-fazer-em-caruaru/>

São João de Caruaru

O São João de Caruaru é uma festa junina sediada no município de Caruaru, em Pernambuco, Brasil. A festa do Nordeste conta com 30 dias de comemorações, se estendendo por todo o mês de junho até julho, atraindo milhares de turistas de todo o Brasil e do exterior. De acordo com o Diário de Pernambuco, o atual prefeito, Rodrigo Pinheiro, comenta sobre o impulso econômico na região trazido pelo fervor local em relação ao maior São João.

De acordo com a página Diário de Caruaru (2023), houve uma movimentação de R\$620 milhões, enquanto no ano anterior, 2022, houve uma movimentação de R\$558 milhões, com impacto de 123% superior ao ano de 2019, anterior ao período de Pandemia do Covid-19. Desde o ano de 2023, a economia junina se via antes mesmo do mês do São João bater à porta, iniciando mais cedo na zona rural e permanecendo até o final de junho.

Além da grande movimentação econômica na cidade, a questão cultural é bem forte durante o mês de junho, trazendo turistas das mais diversas cidades e estados, todos juntos para compartilhar momentos especiais.

Durante a pesquisa sobre o São João, utilizamos diversos sites como fontes, mas encontramos apenas matérias e notícias sobre as festas, sem dados numéricos que pudessem contribuir significativamente para o estudo. Decidimos, então, realizar entrevistas com funcionários da prefeitura que pudessem nos fornecer as informações necessárias.

No entanto, as respostas fornecidas pelos órgãos da prefeitura com os quais entramos em contato foram muito vagas. Eles nos recomendaram um site para busca de informações, <<https://conheca.caruaru.pe.gov.br/sao-joao/numeros>>, alegando que continha dados relevantes, mas o site continha

apenas mais notícias. Assim, percebemos que o levantamento de dados sobre o São João não estava avançando e que precisaríamos mudar o rumo da pesquisa novamente. Além deste site, foi apresentado para os pesquisadores o Portal da Transparência da cidade de Caruaru, <<https://caruaru.pe.gov.br/portal-da-transparencia/eventos-culturais/>>, na qual as lacunas com dados de Eventos Culturais como São João, Carnaval, Semana Santa e demais eventos se encontram em branco.

Após concluir a pesquisa voltada ao turismo, constatamos que não obtivemos dados suficientes para prosseguir. Portanto, em uma nova reunião com o grupo, decidimos alterar o foco do estudo.

Imagem 3: Site Conheça Caruaru



Não é possível acessar esse site

A conexão com conheca.caruaru.pe.gov.br foi recusada.

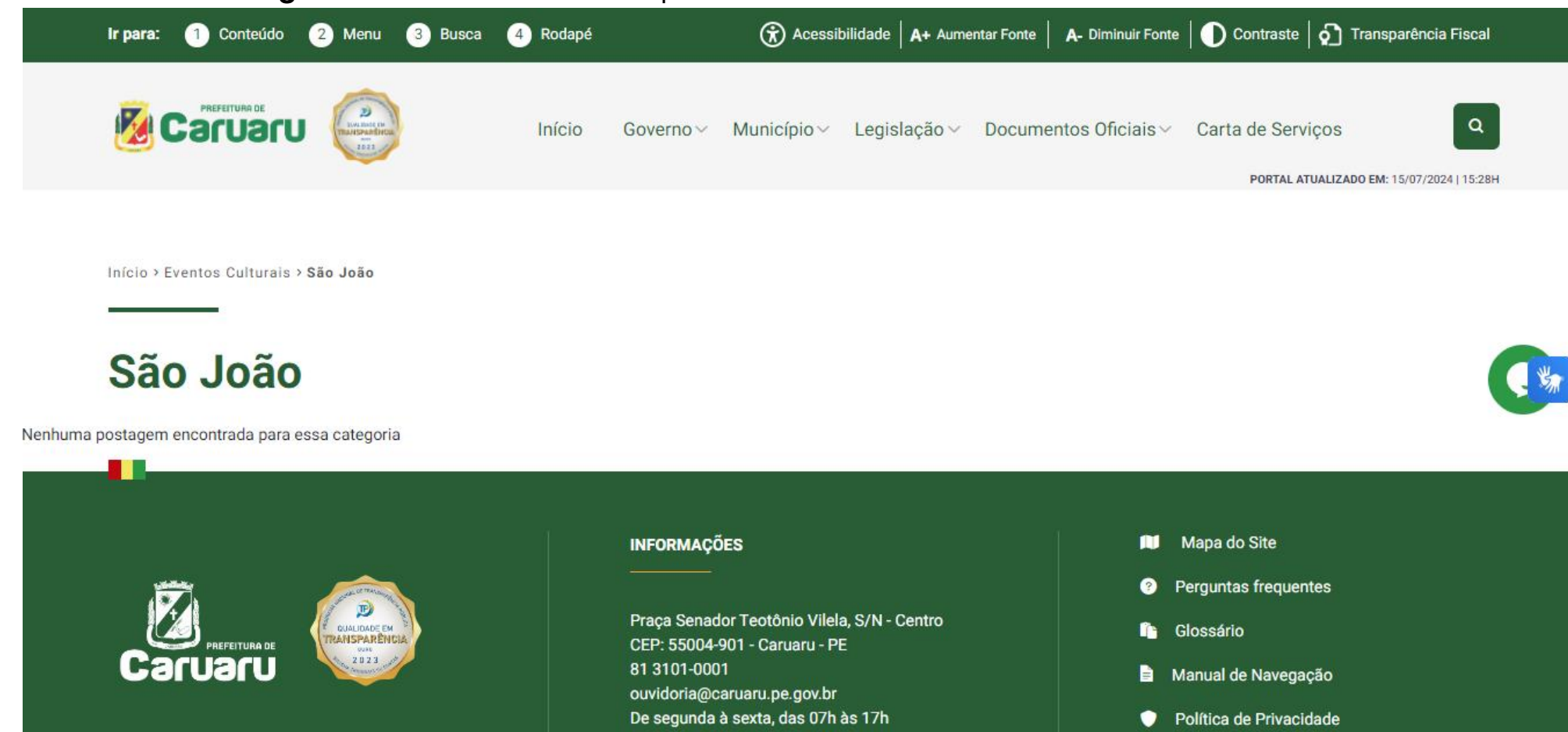
Tente:

- Verificar a conexão
- Verificar o proxy e o firewall

ERR_CONNECTION_REFUSED

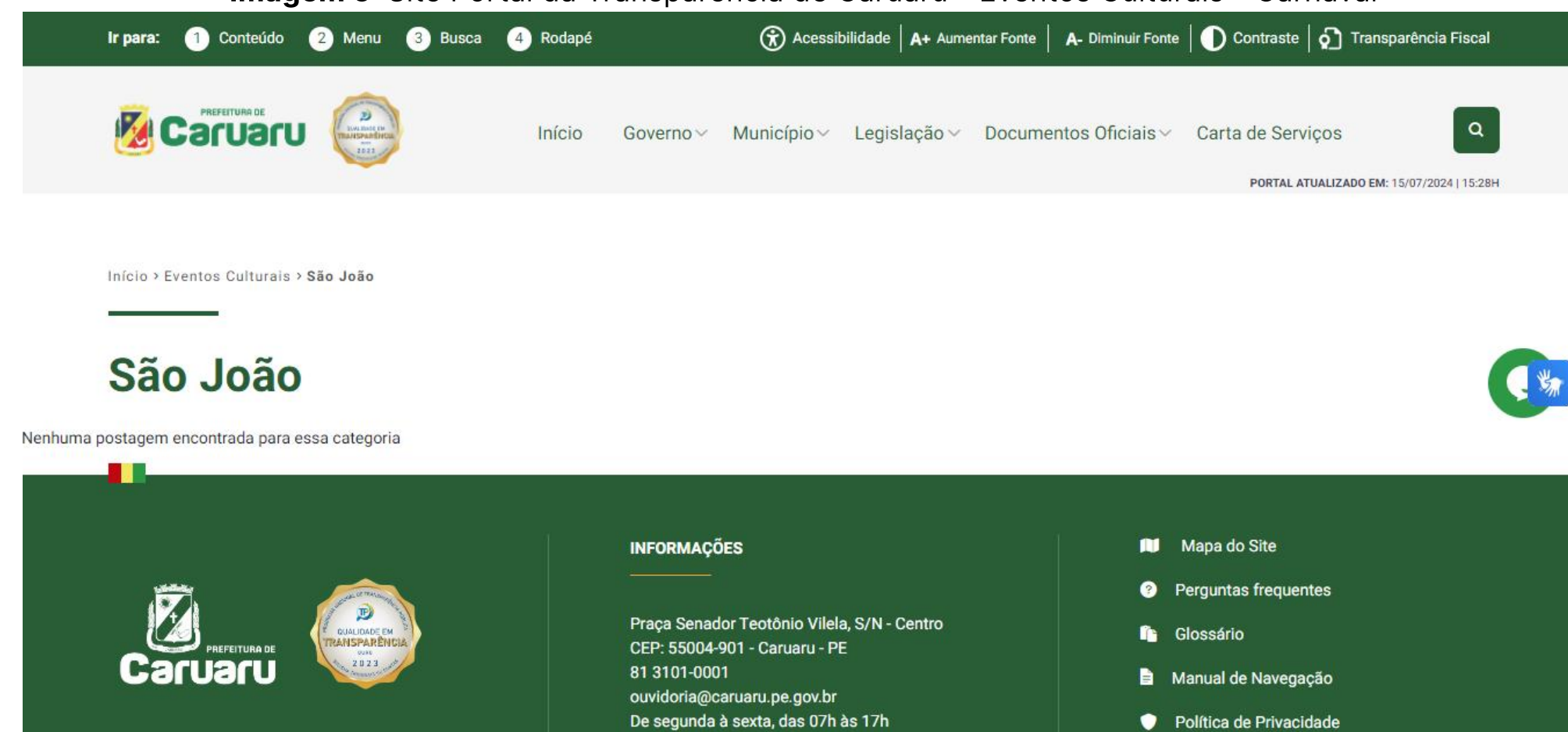
PrintScreen do site [Conheça Caruaru](https://conheca.caruaru.pe.gov.br) (acesso em 11 jul 2024)

Imagem 4: Site Portal da Transparência de Caruaru - Eventos Culturais - São João



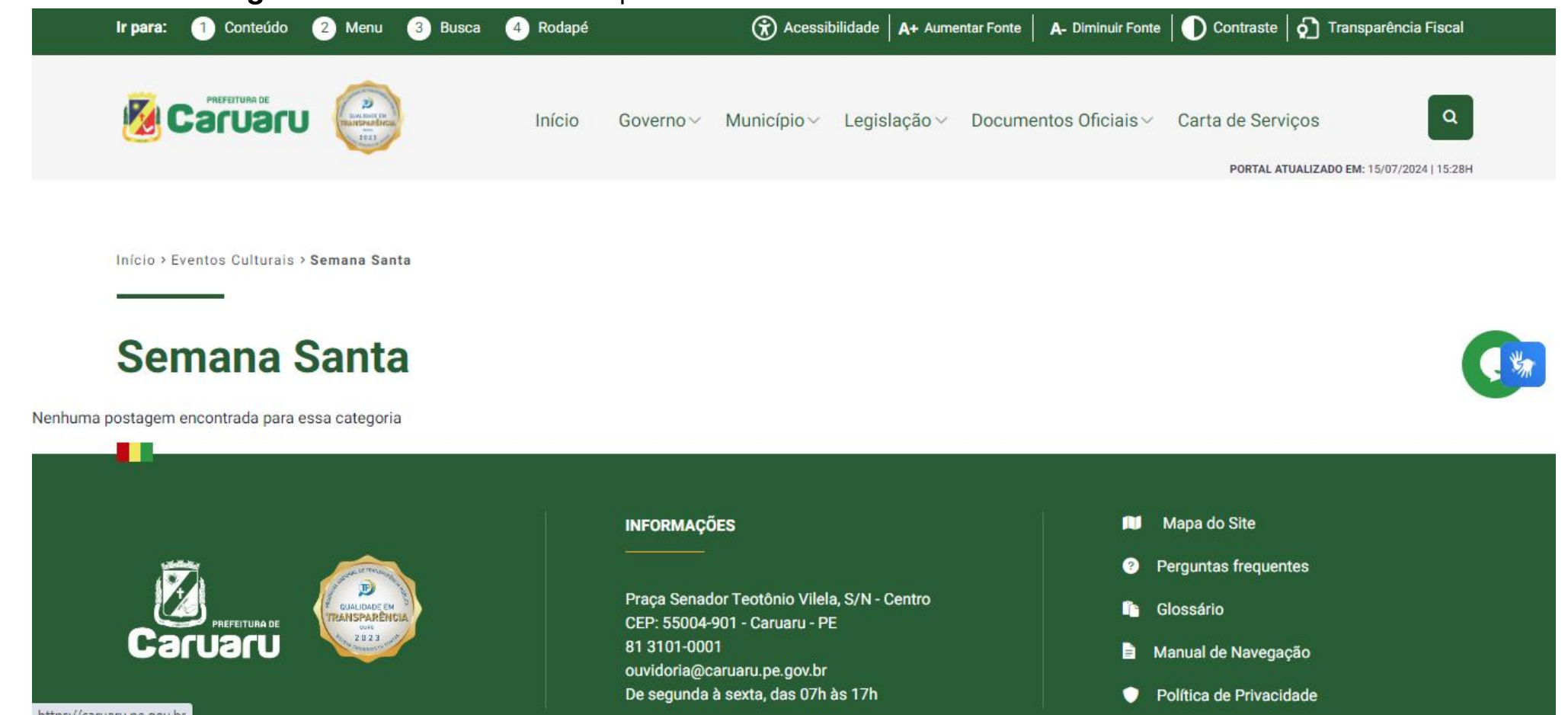
Site: <https://caruaru.pe.gov.br/category/eventos-culturais/sao-joao/> (acesso 15 jul 2024)

Imagem 5: Site Portal da Transparência de Caruaru - Eventos Culturais - Carnaval



Site: <https://caruaru.pe.gov.br/category/eventos-culturais/carnaval/> (acesso 15 jul 2024)

Imagem 6: Site Portal da Transparência de Caruaru - Eventos Culturais - Semana Santa



Site: <https://caruaru.pe.gov.br/category/eventos-culturais/semana-santa/> (acesso em: 15 jul 2024)

Conclusão da Sprint - São João de Caruaru

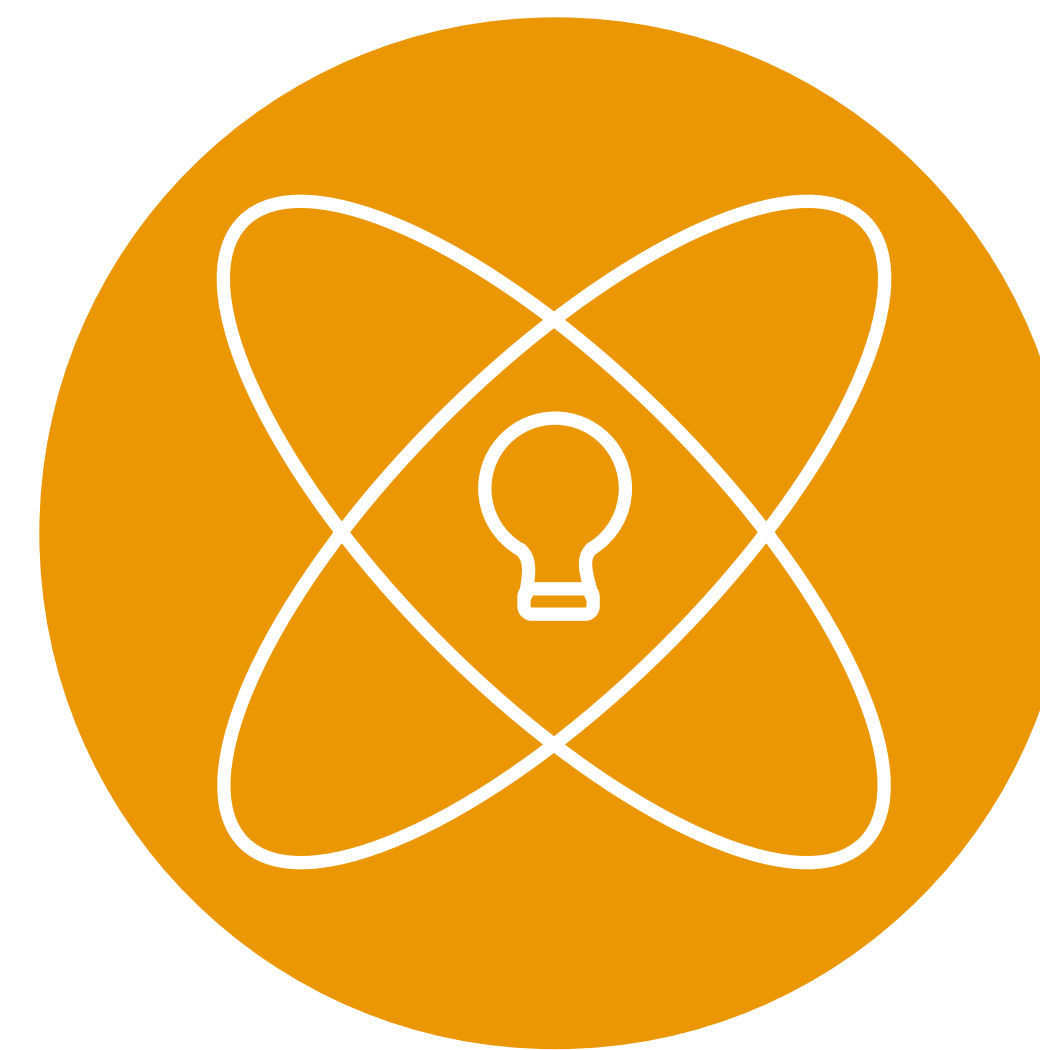
Chegamos a conclusão que, atualmente a Prefeitura de Caruaru e outros órgãos responsáveis pelo São João, não possuem uma **Governança de Dados e Informações estruturadas** acerca do tema. Impossibilitando o acesso fácil dos dados, causado pela pulverização das informações pelas pastas da Prefeitura.

A SEDETEC, tem acesso a alguns dados, mas como grande maioria não são providos por eles, e sim recebido de outras Secretarias. Causando gargalos, falta de centralização da informação e perda de objetividade na pesquisa.

Decidimos mudar nosso foco de estudo sobre o São João, pois, devido ao tempo limitado, não conseguiríamos concluir as pesquisas sobre esse tema. Essa manifestação popular envolve diversas áreas de estudo da economia caruaruense, deixando seu escopo de pesquisa complexo e grande.

6

Tecnologia e Inovação



Após as pesquisas realizadas sobre o São João de Caruaru não terem tido êxito, nos voltamos a pesquisa para os outros núcleos da Economia Criativa - **Tecnologia e Inovação, Mídias e Consumo**.

Dentro das diferentes áreas que o núcleo de Tecnologia e Inovação abarca, foram definidas duas dessas áreas para serem pesquisadas e analisadas, Games e Cultura Maker. A escolha se justifica pelas oportunidades de mercado que o Armazém da Criatividade se encontra inserido, assim como, convergir em seu planejamento estratégico de alocação para um novo espaço. Assim, buscando se consolidar dentro desses dois setores em Caruaru e região Agreste.

Cenários

CONTEXTO GERAL

- **Presença de universidades:** Instituições de ensino como a UFPE e a UFRPE oferecem cursos em áreas como design, tecnologia da informação e comunicação, alimentando o fluxo de profissionais qualificados para o mercado de EC.
- **Plataformas online:** Artesãos locais vendem seus produtos em marketplaces como Elo7 e Mercado Livre, expandindo seu alcance para todo o país.
- **Aplicativos de turismo:** Apps como o "Caruaru Cultural" oferecem guias interativos e informações sobre eventos na cidade, promovendo o turismo cultural.
- **Jogos digitais:** Estúdios de desenvolvimento de jogos estão criando games com temática regional, utilizando a cultura local como inspiração.
- **Moda:** Designers locais estão utilizando tecnologias como impressão 3D e modelagem digital para criar peças inovadoras e personalizadas.

GAMES

Segundo o Jornal de Alagoas, nos últimos anos, os eSports têm conquistado uma posição de destaque no cenário brasileiro, consolidando-se como uma forma de entretenimento e competição que atrai cada vez mais adeptos.

Segundo o Jornal de Alagoas, nos últimos anos, os eSports têm conquistado uma posição de destaque no cenário brasileiro, consolidando-se como uma forma de entretenimento e competição que atrai cada vez mais adeptos.

Com o avanço da tecnologia e a popularização dos jogos eletrônicos, o Brasil tem se destacado como um dos principais polos de eSports na América Latina, e a região Nordeste vem desempenhando um papel fundamental nesse crescimento.

De acordo com o portal O Povo, a cidade de Fortaleza apresenta um dia próprio para o setor de Games, com intuito de profissionalização e transformação social para os jogadores. Com base no Jornal de Alagoas, o mercado vem crescendo cada vez mais e a tendência é aumentar exponencialmente.

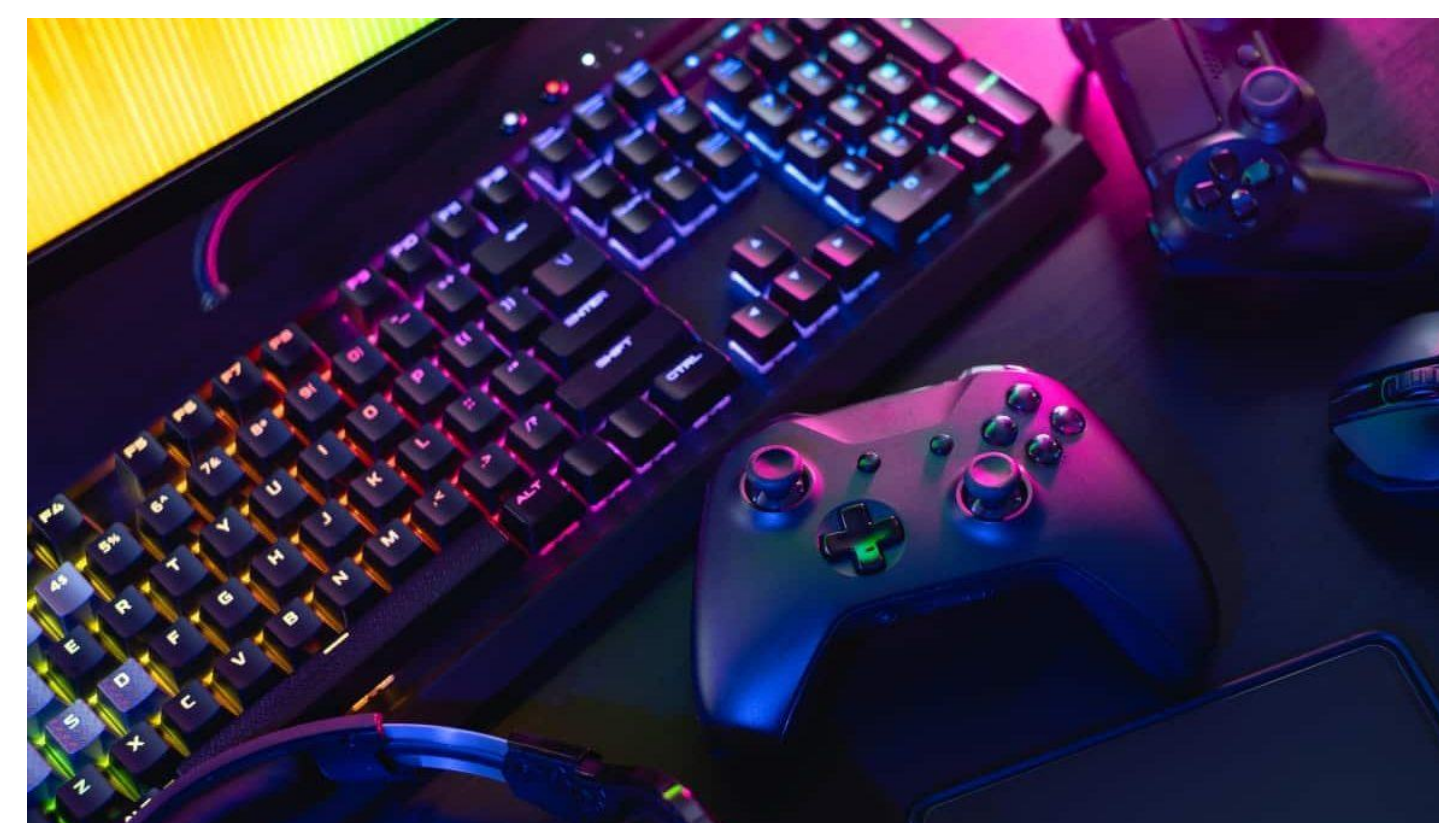


Imagem: <https://olhardigital.com.br/2023/05/12/games-e-consoles/governo-brasileiro-estuda-novo-imposto-para-os-games/>

O acesso à internet e popularização dos jogos são pontos importantes desse mercado, juntamente com o avanço da tecnologia em dispositivos móveis e computadores. A escolha de Games em um núcleo como tecnologia e inovação vem das novas tecnologias e oportunidades que se podem surgir a cada ano que se passa. Além disso, o próprio Armazém busca por uma área de Games, o que impulsionou o desenvolvimento da pesquisa.

Conforme Rodrigo (2021), os jogos eletrônicos são frequentemente vistos como uma forma de lazer, mas eles possuem um valor muito maior. Muitos desses jogos demandam trabalho em equipe, concentração, raciocínio rápido e lógico para superar desafios.

O universo gamer é inclusivo e acolhe a diversidade, permitindo que todos interajam sem preconceitos. Nesse contexto, há um aumento na empatia e inúmeras oportunidades para o desenvolvimento de diversas habilidades e competências essenciais para o século XXI.

Tendências encontradas

CONTEXTO GERAL

- Procurar por eventos de grande porte relacionados à Tecnologia e Inovação;
- Programas relacionados a games, fotografia e música;
- Interesse por Arduíno, Cultura Maker e criação de peças por impressão 3D;
- Programas de ensino à programação para o públicos em geral;
- Falta de percepção da proposta de valor do AC, pouca efetividade na divulgação e comunicação das iniciativas do Armazém.

GAMES

A pesquisa foi dividida em 2 setores, os e-Sports na região e o desenvolvimento de games. Através de entrevista com Rafa Silva, foi possível analisar e tirar conclusões dos dois eixos, sendo ele do GAME JAM e Manager da Mandacaru e-Sports. Foi constatado por meio da entrevista, que o cenário de eSports na região é extremamente fraco e é um mercado pouco explorado ainda, não há incentivos de forma alguma. Já o desenvolvimento de games é um mercado que está mais ativo e tem um enorme potencial de crescimento.

Para impulsionar o crescimento do cenário de desenvolvimento de jogos em uma região, é crucial investir em educação especializada no desenvolvimento de games, além de apoiar eventos e iniciativas da área, como gamejams e conferências.

7

Mídias



Continuamos nossa pesquisa focada na Economia Criativa, que está diretamente ligada ao Armazém da Criatividade, sendo crucial para o desenvolvimento de propostas de briefings.

Dividimos a equipe, cada um ficou responsável por um eixo da economia criativa. No eixo da fotografia, após não encontrarmos informações suficientes em sites, desenvolvemos um roteiro de entrevistas aplicado a fotógrafos locais, realizadas tanto online quanto presencialmente.

Também distribuimos um formulário para o público interessado em fotografia, explorando motivações, dificuldades, sugestões e interesse em participar de oficinas, workshops e cursos que poderiam ser oferecidos pelo Armazém, 100% dos entrevistados expressaram interesse em participar das atividades potenciais que poderiam ser oferecidas no espaço.

O formulário também incluiu perguntas sobre o conhecimento e uso do espaço oferecido pelo Armazém, de acordo com as respostas do formulário, todos os participantes manifestaram satisfação com a experiência de uso do ambiente.



Imagem:<https://primefilmes.com.br/blog/saiba-as-vantagens-da-producao-audiovisual>

As respostas foram detalhadas e essenciais para nossa pesquisa, permitindo-nos coletar, filtrar, analisar e obter insights claros sobre as necessidades do público no âmbito da fotografia.

Dentro dessas respostas, conseguimos observar o interesse e a disposição do público em aprender mais sobre o audiovisual.

Após concluir a pesquisa voltada ao turismo, constatamos que não obtivemos dados suficientes para prosseguir. Portanto, em uma nova reunião com o grupo, decidimos alterar o foco do estudo.

Tendências encontradas

CONTEXTO GERAL

Como macro tendências, podemos observar que a fotografia, o audiovisual e a produção cultural estão profundamente interconectados. Essa relação estreita entre esses campos se reflete na maneira como influenciam e se enriquecem mutuamente, criando novas formas de expressão e experiências imersivas para o público.

Essa interconexão também é visível na maneira como projetos culturais e artísticos são desenvolvidos e promovidos. A fotografia e o audiovisual são frequentemente utilizados em campanhas de marketing e nas redes sociais para aumentar a visibilidade e o impacto das obras culturais, destacando a importância de uma abordagem integrada na criação e disseminação de conteúdo cultural.

Dessa forma, a interação entre fotografia, audiovisual e produção cultural não apenas redefine as práticas artísticas e de entretenimento, mas também reflete e molda as mudanças culturais e sociais em uma era digital.

Durante a pesquisa, identificamos e encontramos algumas microtendências que oferecem oportunidades aplicáveis ao contexto do audiovisual.

MACROTENDÊNCIAS

Interconexão entre fotografia, audiovisual e produção cultural.

MICROTENDÊNCIAS

- Desenvolver mini projetos que trabalham com as respectivas áreas;
- Expandir conhecimento;
- Apresentação de projetos;
- Dar mais visibilidade ao trabalho de produção;
- Aprender sobre produção cultural, através de oficinas ministradas por profissionais da área.

8

Consumo



De acordo com Sebrae, Design e Criatividade são palavras-chave para a economia criativa. No setor da moda, esse novo formato de indústria representa 2,6% do PIB (Produto Interno Bruto) brasileiro, segundo a Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Firjan). Dentro do leque de consumo, a moda foi a escolhida por ser amplamente cultural, atemporal e com possibilidade de sustentabilidade.

Dentro da economia criativa voltada a Moda foi pesquisado sobre como afeta e quais são os principais eventos na região. Foi levantado que existem eventos na capital pernambucana, bem como no agreste, em Caruaru (Marco Pernambucano da Moda, <<https://marcopemoda.com.br/>>), que oferece cursos no sentido de viabilizar a moda e auxiliar aqueles que querem garantir participação nesses cursos ou eventos. Não foi necessária formulação de questionários pois a página é bem preenchida com as informações necessárias para os interessados.

Semelhante à pesquisa sobre o Marco Pernambucano da Moda, foi realizada uma pesquisa referente à Denim Meeting, um evento de Moda que já passou por várias cidades, incluindo o Agreste pernambucano. Sobre este evento, se teve poucas notícias e estão localizadas no site Guia Jeans Wear <<https://guiajeanswear.com.br/>>.

Foi elaborado uma matriz CSD (certeza, suposições e dúvidas) na plataforma Miro <<https://miro.com/app/board/uXjVNoBeeMs=/>>, na qual como resultados:

- **Certezas** - são observados os serviços ofertados, o espaço liberado e auxílios, economicamente falando;
- **Suposições** - fica a questão da probabilidade de bom alcance e futuras inscrições em futuros eventos;
- **Dúvidas** - é notório que não se sabe a eficácia e a qualidade das palestras e cursos, nem se os eventos chegam a todos os interessados.

Além destes citados, foi visitado o site do Senac Caruaru <<https://pe.senac.br/vestibular/design-de-moda.html>> e observado o curso de design de Moda, e com base nas pesquisas realizadas e links escolhidos para acessar, é provável que pelo menos 50% dos interessados em Moda que conhecem tanto o Marco Pernambucano da Moda quanto eventuais eventos que ocorrem na cidade de Caruaru e cidades vizinhas e o curso de design de moda tenham o interesse em participar ativamente de algum evento que o Armazém da Criatividade tenha a oferecer no seu novo espaço.



Imagem: <https://www.tendaatacado.com.br/dicas/como-praticar-um-consumo-consciente-e-impactar-o-meio-ambiente-de-maneira-positiva/>

9

Oportunidades



Insights

Após concluir as etapas de pesquisa no contexto da Economia Criativa e analisar os resultados obtidos, iniciamos o desenvolvimento de oportunidades e propostas que podem ser oferecidas em cada eixo estudado dentro da economia criativa. Foram levantados insights com recortes dentro de uma ou mais áreas de cada núcleo.

GAMES

Games: O mercado de games é um mercado que faz mais dinheiro que outros grandes mercados, como o CINEMA. Dessa forma, tendo em vista o mercado ainda pequeno na região, o incentivo nessa área, de forma financeira, capacitação, infraestrutura, apoio governamental, entre outros. Com esse empenho o mercado local poderia crescer de forma sem precedentes.

CULTURA MAKER

Baseado em pesquisas e reportagens fica evidente a escassez de programas relacionados a arduíno e cultura maker, games, música e fotografia na cidade de Caruaru, além da falta de um evento de tecnologia de grande porte.

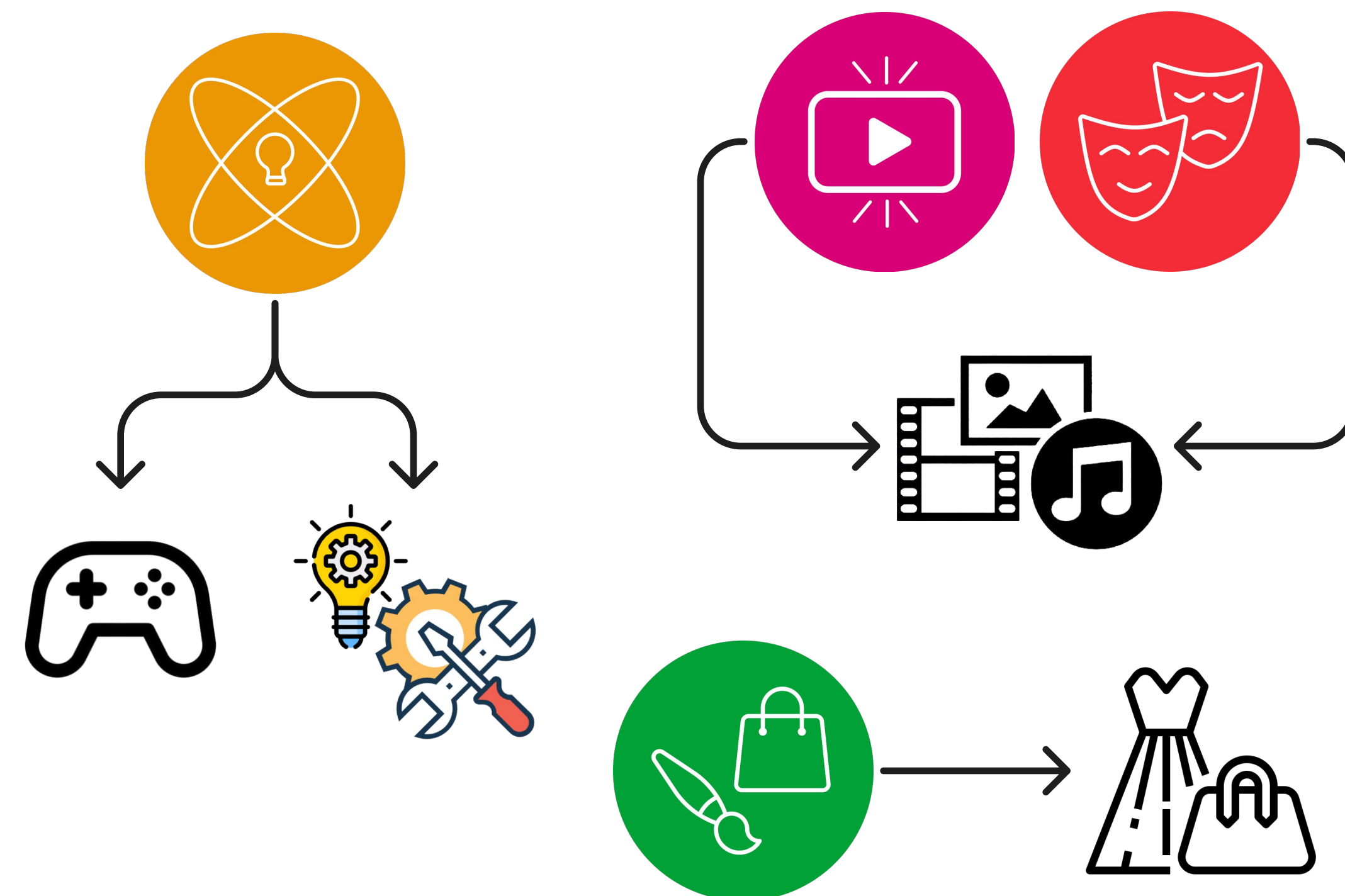
FOTOGRAFIA, AUDIOVISUAL E PRODUÇÃO CULTURAL

Oferecer cursos, oficinas e workshops voltados a área de fotografia, produção cultural e audiovisual. De acordo com resultado das pesquisas feitas, 100% das pessoas se mostraram interessadas em participar desses possíveis programas que viessem a ser oferecidos.

MODA

Com base nas pesquisas realizadas e links acessados é provável que pelo menos 50% dos interessados em Moda que conhecem tanto o Marco Pernambucano da Moda, quanto eventuais eventos que ocorrem em Caruaru e cidades vizinhas tenham o interesse em participar.

Em conjunto com o AC, seria de bom agrado unir eventos, palestras e workshops e trazer o público de Moda para o AC, (sendo assim mais um local que trabalha Moda além do Marco Pernambucano da Moda).



Games

De acordo com o SEBRAE, a expectativa para os próximos anos, segundo as projeções as projeções da Statista, indicam que o mercado global de games deve crescer, em média, 12,1% ao ano até 2027. Para 2023, é esperada uma movimentação de US\$221,4 bilhões, enquanto em 2024, mundialmente, devem circular US\$242,7 bilhões no setor.

Como macrotendência, têm-se a IA generativa em games e Jogos sob demanda. Microtendência nesse ramo seriam Jogos retrô, Remake e Jogos independentes.

MACROTENDÊNCIAS

IA Generativa em Games e Jogos sob demanda.

MICROTENDÊNCIAS

- Jogos retrô;
- Remake;
- Jogos independentes.

PROPOSTA DE ESTRATÉGIA

Uma boa iniciativa para trazer e aquecer o cenário dos games na região, seria fomentar o cenário dos e-Sports na região. Uma forma de estimular isso seria proporcionar infraestrutura e organização para os times da região como uma arena game. A disputa entre times das cidades em campeonatos regionais iria aumentar a competitividade, onde haveria uma melhoria de forma natural, pois um time sempre tentará ser melhor que o outro, e onde há competitividade, há um cenário em expansão.

Algumas das oportunidades disponíveis para os respectivos públicos incluem:

DESENVOLVEDOR

- Infraestrutura para aprender a programar (computadores, salas e etc);
- Eventos para fazer network e novos conhecimentos;
- Suporte com oficinas e cursos.

EMPRESÁRIO TECH

- Divulgação e visibilidade de sua marca por meio de eventos e até mesmo de campeonatos de eSports;
- Oficinas e palestras relacionadas ao mercado de jogos.

eSPORTS

- Arena de eSports;
- Infraestrutura para campeonatos(computadores, ambientes, arquibancadas);
- Campeonatos regionais;
- Campeonatos de fora;
- Aluguel de espaços e equipamentos.

Personas - Games

Gustavo Raphael de Jesus

“Eu quero transformar minhas ideias em jogos que façam a diferença, inspirar pessoas e marcar a indústria regional.”

Desde sua infância é fascinado por tecnologia e games, e agora após sair do ensino médio, pretende juntar o útil ao agradável e se profissionalizar na área como desenvolvedor. Ao participar de um Game JAM, se apaixonou pela área de desenvolvimento de games e agora pretende focar e se profissionalizar na área.



Para cada eixo, foi elaborada personas na plataforma Miro <https://miro.com/app/board/uXjVNoBeeMs=?share_link_id=407624943229>

José Henrique Filho

“Investir em games não é apenas uma questão de lucro, mas de reconhecer uma forma poderosa de engajamento e inovação que muitos ainda não compreendem totalmente.”

Desde sua infância é fascinado por tecnologia e video games, começou sua vida profissional como desenvolvedor de software, logo após de formar na faculdade de engenharia de software e aos 27 conseguiu abrir sua própria empresa de desenvolvimento. Ao participar de um Game JAM viu a oportunidade de investir no mercado de games.



Cultura Maker



A comunidade maker, especialmente os entusiastas de Arduino, necessitam de um evento ou programa que permita a conexão e a formação de uma comunidade sólida.

Além disso, é essencial disponibilizar um espaço com diversos tipos de equipamentos, possibilitando que as pessoas testem e utilizem peças de diferentes níveis, muitas vezes inacessíveis de outra forma. O evento reuniria professores, estudantes e entusiastas da área, promovendo o desenvolvimento colaborativo de diversos tipos de circuitos.

Seria uma excelente oportunidade para fomentar conexões entre os participantes, facilitando a formação futura de projetos e até mesmo empresas.

Para garantir um impacto contínuo, o encontro deve ocorrer regularmente, no mínimo uma vez por ano. Além disso, o espaço deve permanecer aberto ao público de forma regular, permitindo que estudantes da área o visitem, estudem e desenvolvam modelos sem a preocupação com os custos normalmente associados às peças.

Algumas das oportunidades disponíveis para os respectivos públicos incluem:

ESTUDANTE

- Ter acesso a peças de Arduino, jumpers e outras ferramentas;
- Interesse em aprender a utilizar essas ferramentas e como aplicá-las;
- Ter uma oficina dedicada a Cultura Maker para projetar e fabricar seus projetos;
- Fomentar oportunidades de trabalho para pessoas na área de eletrônica.

EMPREENDEDOR

- Procura por mão de obra qualificada na área maker para trabalhar em seu empreendimento;
- Incentivar o mercado a adotar projetos em automação e eletrônica em suas soluções;
- Monetizar em cima da venda desses serviços, capacitações e criação de soluções especializadas para cada negócio.

Personas - Estudante

Johnatan Jordão

“Quero usar minha paixão para conectar as pessoas”

Sempre sonhou em criar uma comunidade sólida de pessoas interessadas em Arduino em sua cidade, além disso ele sempre quis espalhar essa sua paixão para cada vez mais e mais pessoas, vendo nas escolas públicas uma oportunidade não só de cumprir esse objetivo mas também uma forma de educar e contribuir para sua comunidade.

Enquanto conversava com seu amigo Marcos sobre ter dúvidas de como ele iria encontrar pessoas interessadas em Arduino e como ele faria para levar esse conhecimento até as escolas, seu amigo lhe indicou o Armazém da Criatividade onde em breve iria estar ocorrendo um evento de criação de Arduino.

Johnatan logo compareceu ao evento onde conheceu e se conectou com muitas pessoas que compartilhavam da paixão dele, juntos eles trabalharam para espalhar a cultura do Arduino pela comunidade, incluindo para estudantes de escolas públicas, sempre contando com a ajuda do espaço, eventos e equipamentos disponibilizados pelo Armazém.



Para cada eixo, foi elaborada personas na plataforma Miro <https://miro.com/app/board/uXjVNoBeeMs=?share_link_id=407624943229>

Persona - Empresário

Manoel Gomes

"Para mim, o Arduino é mais do que uma ferramenta de ensino; é uma porta para a criatividade e inovação."

Manoel é professor de Ciências da Computação na UNIFAVIP em Caruaru. Desde mais jovem ele sempre teve interesse na cultura maker e no arduino, ele enxergava nessa tecnologia uma poderosa ferramenta capaz de tornar processos muito mais fáceis, sempre que possível ele trazia para sua sala de aula peças de arduino e apresentava a seus alunos como uma ótima forma de exercitar a programação, além de promover eventos sobre na universidade.

Em 2018 ele abriu uma empresa de tecnologia focada em desenvolvimento de software, e a partir de 2023 surgiu nele um interesse em investir na área de arduino e maker, visando principalmente os estudantes da área. Viu então uma grande oportunidade quando ficou sabendo de um evento realizado pelo Armazém da Criatividade que promovia a criação de projetos com essas ferramentas, divulgou o evento para seus alunos e marcou presença. No evento ele conheceu diversas pessoas como estudantes, profissionais da área, outros professores e os organizadores do evento.

Com essa experiência ele conseguiu encontrar diversos grupos de estudantes que tinham interesse em trabalhar e desenvolver o arduino e maker pela cidade, além disso ele criou conexões com os responsáveis pelo armazém. Não demorou muito para seus investimentos renderem frutos e logo vários projetos estavam sendo implementados pela comunidade, ele também começou a ser chamado pelo armazém para dar palestras sobre o assunto a diversos públicos.



Para cada eixo, foi elaborada personas na plataforma Miro <https://miro.com/app/board/uXjVNoBeeMs=?share_link_id=407624943229>

Mídias

O "Mosaico Cultural" oferece uma semana de eventos sobre produção cultural, onde estarão reunidos um público de pessoas que se interessam por estudar e trabalhar com a produção de cultura.

Serão ministradas palestras, oficinas e workshops, tanto para um público que está começando nessa área, como até para o público mais profissional estar adquirindo mais saber, compartilhando suas experiências e divulgando os seus projetos, para assim também conseguir parcerias e apoio monetário para executá-los.

O Evento "Mosaico Cultural" será produzido no Armazém da Criatividade/ Porto Digital, poderá ter de 3 a 5 dias de duração, conforme a programação que será disponibilizada. No dia 03 de maio é o dia do produtor cultural no Brasil, então o evento poderia acontecer na semana do dia 03 para assim também estar comemorando o dia com o evento.

O objetivo é que o evento dê mais visibilidade ao trabalho dos produtores culturais, e que o público conheça mais das oportunidades que existem nessa área, também terá como objetivo o conhecimento de elaboração de projetos culturais, captação de recursos financeiros, planejamento, execução, coordenação e divulgação das produções.

PRODUTORES

- Oportunidade de apresentar seus projetos.
- Expandir o conhecimento.
- Oferecer oficinas.
- Dar mais visibilidade ao trabalho de produção.
- Conseguir parcerias e apoio monetário para viabilizar projetos.
- Promover acesso a cultura e a arte.
- Aprendizado sobre gestão de serviços

ESTUDANTES

- Aprender sobre produção cultural, através de oficinas ministradas por profissionais da área.
- Ter oportunidade de desenvolver mini projetos durante workshops.
- Enriquecer aprendizado e desenvolvimento cultural.
- Aprender formas, técnicas e plataformas para ajudar na inserção do mercado de trabalho.
- Aprendizado sobre gestão de serviços.
- Ganhar bolsas ou descontos em cursos oferecidos.

Personas - Fotografia

Ana Carolina

"Temos vivido uma situação capitalista muito mais complicada do que anteriormente, então isso é um viés que precisa ser analisado antes de se fazer um ciclo formativo"

Ana Carolina sempre foi apaixonada pela fotografia e pelo audiovisual mas a jornada nem sempre é fácil. Conciliar trabalho, faculdade e seus projetos artísticos exige disciplina e força de vontade, e o tempo parece curto e seus recursos limitados. Em meio as suas dificuldades ela descobriu o Armazém da Criatividade, um espaço onde ela viu a oportunidade de aprofundar seus conhecimentos nas áreas que ela tanto tem interesse.



João

"Às vezes me sinto perdido, sem saber como seguir em frente na minha jornada como fotógrafo."

João tendo seu desejo e paixão por fotografar, saiu em busca de lugares que pudessem oferecer um serviço que o ajudasse nessa jornada de busca de conhecimento.

O intuito dele era encontrar um lugar que coubesse no seu orçamento e oferecesse o que ele estava precisando, um curso ou algum evento de fotografia que ele adquirisse mais experiências.



Para cada eixo, foi elaborada personas na plataforma Miro <https://miro.com/app/board/uXjVNoBeeMs=?share_link_id=407624943229>

Personas - Empresária

Andreia

"A cultura é essencial para o desenvolvimento humano."

Andreia organizou um festival de cinema que teve como foco a produção cinematográfica brasileira. O festival foi uma oportunidade para que o público conhecesse novos filmes brasileiros e para que os cineastas brasileiros pudessem mostrar seu trabalho para um público maior.

Para cada eixo, foi elaborada personas na plataforma Miro <https://miro.com/app/board/uXjVNoBeeMs=/?share_link_id=407624943229>



Moda

Como macrotendências, é necessário mapear localidades que utilizam da moda como principal mercado (como Caruaru, Toritama e Santa Cruz do Capibaribe), buscando observar as mudanças a longo prazo e que refletem inovação como sustentabilidade, upcycling, economia afetiva e diversidade no mundo fashion.

Como microtendências dentro da moda no Agreste Pernambucano, temos as modinhas que aparecem nas redes sociais (TikTok, Instagram) que surgem e desaparecem em poucas semanas, um detalhe na peça que volta a estar em alta (como franjas, decotes, estampas) e que em poucos dias aparecem nas feiras livres.

PROPOSTA DE ESTRATÉGIA

O evento “Caruaru em Moda” busca trazer um público interessado no tema com desejo de se profissionalizar e possuir mão de obra qualificada. Dado o mês da Moda, Agosto, todos os estudantes, profissionais, empreendedores, micro empreendedores e marcas participarão dos cursos, workshops, desafios e desfiles durante todo o mês, podendo ser ofertado no espaço do novo Armazém da Criatividade e no Marco Pernambucano da Moda, em parceria com Avil, Caruaru Tecidos, Sebrae, Senac. Para que o evento seja de sucesso, a divulgação deve ser de pelo menos um mês anterior ao evento e ocorrer todos os anos durante o mês de Agosto.

Marcas regionais ou nacionais (como Rota do Mar, Malwee, etc) poderiam fazer parte do plano pensando em como podem ofertar assuntos, aulas e talvez palestras sobre suas marcas e como fazer os interessados colocarem suas ideias em ação.

Algumas das oportunidades disponíveis para os respectivos públicos incluem:

ESTUDANTES

- Contato com as máquinas;
- Aulas específicas (teóricas e práticas).

DESIGNERS DE MODA

- Oportunidade de mostrar suas produções;
- Oferecimento de palestras e workshops sobre suas áreas de trabalho.

MICRO E PEQUENOS EMPREENDEDORES

- Aprender como alavancar suas marcas;
- Como desenvolver suas coleções e seu lançamento editorial.

MARCAS

- Oferecimento de palestras sobre como solidificar suas marcas para interessados iniciantes;
- Apoiadores de eventos de Moda.

Personas - Moda

Catarina

"Para entrar nesse mundo, é necessário conhecer de tudo um pouco para não ficar de fora das tendências"

Estuda moda e precisa estar sempre atenta, então visita sites e plataformas de moda que são relevantes para seu aprendizado, durante o período da tarde usa para colocar em prática o que aprende e no período da noite estuda moda no Senac. Catarina sempre amou moda e na universidade não poderia ser diferente. Estuda no período noturno e trabalha pela manhã em um fabrico do bairro onde mora. Ter contato com moda desde cedo fez Catarina seguir essa carreira, buscando sempre melhorar e ter um futuro cada vez mais brilhante.

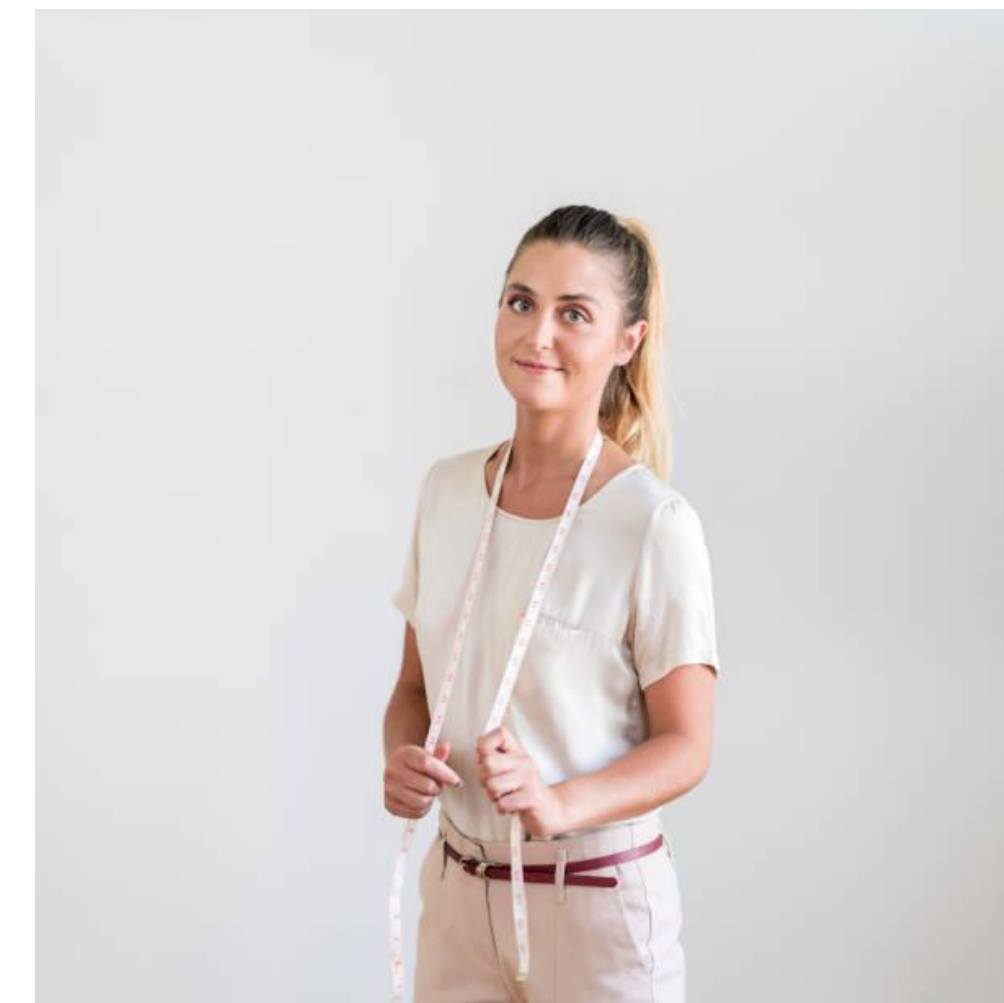


Rosângela

"Conquistar meu espaço e mais pessoas é o principal objetivo"

Trabalha com moda há 10 anos, possui projetos de moda sustentável, é MEI e no período da noite oferece aulas no Senac.

Rosângela ama seu trabalho e busca sempre entregar o melhor para seus alunos. Trabalha com moda sustentável sempre que pode e fornece serviços como MeI.



Para cada eixo, foi elaborada personas na plataforma Miro <https://miro.com/app/board/uXjVNoBeeMs=?share_link_id=407624943229>

Persona - Empresária

Márcia

“Fazer parcerias torna tudo melhor”

Tem como anseio ofertar um serviço dentro do próprio ambiente do Marco Pernambucano da Moda ou no novo espaço do Armazém da Criatividade, trabalhando em mais locais e levando conhecimento aos interessados.

Trabalha como empresária há 5 anos, faz parte do time do Marco Pernambucano da moda desde 2022 e busca fieis parceiros.

Tem como anseio ofertar um serviço dentro do próprio ambiente do Marco Pernambucano da Moda ou no novo espaço do Armazém da Criatividade, trabalhando em mais locais e levando conhecimento aos interessados.



Para cada eixo, foi elaborada personas na plataforma Miro <https://miro.com/app/board/uXjVNoBeeMs=?share_link_id=407624943229>

10 Saiba Mais



Referências

BRITO, C. Caruaru é a 6ª cidade mais competitiva do Nordeste, de acordo com Centro de Liderança Pública, Folha de Pernambuco, 2022. Disponível em: <https://www.folhape.com.br/colunistas/blogdafolha/caruaru-e-a-6a-cidade-mais-competitiva-do-nordeste-de-acordo-com-o-centro-de-lideranca-publica/39424/> >. Acesso em: 07 mar 2024.

CIDADE 97. Dados do Caged apontam que Pernambuco ocupa a vice-liderança em posto de trabalhos no Nordeste, 2024. Disponível em: <https://cidade97.com.br/dados-do-caged-apontam-que-pernambuco-ocupa-a-vice-lideranca-em-posto-de-trabalhos-no-nordeste/>>. Acesso em: 20 mar 2024.

CONTEXTO ECONÔMICO. Contexto Junho 2020 01- 2020 06, 2020. Disponível em: <http://contextoeconomico.caruaru.pe.gov.br/contextos/2020-06.pdf>. Acesso em: 20 mar 2024.

DATA MPE SEBRAE, s.d. Caruaru: emprego, ocupações, empresas, dados demográficos e educação. Disponível em: <https://datampe.sebrae.com.br/profile/geo/caruaru?selector245id=geo2604106&selector244id=sector3>>. Acesso em: 27 fev 2024.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. São João de Caruaru e o impulso econômico na região, 2023. Disponível em: <https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/opiniao/2023/06/sao-joao-de-caruaru-e-o-impulso-economico-na-regiao.htm>>. Acesso em: 29 fev 2024.

Taxa de desocupação em Pernambuco é a maior do País, aponta IBGE, 2023. Disponível em: <https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/economia/2023/08/taxa-de-desocupacao-em-pernambuco-e-a-maior-do-pais-aponta-ibge.html>>. Acesso em: 08 mar 2024.

G1 CARUARU. Caruaru fica em 1ª lugar nos rankings dos municípios do interior do Estado com maior posto de trabalho, 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/pe/caruaru-regiao/noticia/2022/05/12/caruaru-fica-em-1o-lugar-no-ranking-dos-municipios-do-interior-do-estado-com-maior-postos-de-trabalho.ghtml>>. Acesso em 08 mar 2024.

<https://www.notion.so/eixo-economico/7ce2a46120f14dd2b183c03c1f1e8a9e?v=a93f607605194ad4b37af4ff5c87bb30>

<https://miro.com/app/board/uXjVNoBeeMs=/>

