

# O USO DO EMPREENDEDORISMO PARA O DESIGN E SERVIÇOS NO AMBIENTE DIGITAL<sup>1</sup>

Max de Oliveira Gomes<sup>2</sup>

**RESUMO:** O presente trabalho teve como objetivo geral realizar um estudo de caso para avaliar as principais habilidades e competências do profissional atuante no ambiente digital, a fim de desenvolver estratégias para a agência de *design* Studio Guímell. A metodologia teve como base uma pesquisa bibliográfica e uma de campo qualitativa com a aplicação de um questionário para o gestor da empresa, com perguntas elaboradas com o auxílio e conhecimento adquirido através do referencial teórico apresentado no estudo. Os resultados da pesquisa indicam que há um grande crescimento no mercado de trabalho para quem deseja ou quer exercer a profissão de *design*, mesmo perante algumas dificuldades apresentadas é possível ver que tem um leque de ferramentas para auxiliar.

**PALAVRAS-CHAVE:** *Design*. Marketing Digital. Internet.

**ABSTRACT:** The present work had the general objective of conducting a case study to evaluate the main skills and competences of the professional working in the digital environment, in order to develop strategies for the design agency Studio Guímell. The methodology was based on a bibliographic and qualitative field research with the application of a questionnaire for the company manager, with questions elaborated with the help and knowledge acquired through the theoretical framework presented in the study. The results of the research indicate that a great growth in the job market for those who want or want to practice the design profession, even in the face of some difficulties presented, it is possible to see that they have a range of tools to help.

**KEYWORDS:** Design. Digital marketing. Internet.

## 1 INTRODUÇÃO

Criar negócios que utilizam a internet como principal meio para ofertar produtos ou serviços é definido como empreendedorismo digital, tendo como principal destaque o seu baixo custo de investimento. Neste sentido, o presente estudo teve como objetivo geral um estudo de caso para avaliar as principais habilidades e competências do profissional atuante no ambiente digital, a fim de desenvolver estratégias para a agência de *design* Studio Guimell. Assim como os profissionais de marketing e comunicação preparados para o desenvolvimento de estratégias para alavancar vendas e também fortalecer o posicionamento de marcas no ambiente físico, os profissionais de marketing e *design* atuantes no ambiente digital precisam buscar por informações que colaborem com a profissionalização e principalmente com o entendimento que possui estar e utilizar plataformas digitais não qualifica um empreendedor automaticamente para ofertar serviços para este ambiente. Ambiente

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na área temática - Novo tecnologias e ferramentas para gestão empreendedora.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 8º período do Curso de Administração do UNIPAM. E-mail: maxog@unipam.edu.br.

digital exige além do conhecimento das plataformas existentes a obrigação da preparação e contato com conteúdos técnicos para obtenção de resultados significativos, considerando a abrangência da informação e a excessiva quantidade de conteúdos e ofertas. A internet, aliada com as redes sociais possui um papel muito importante com os consumidores, pois a aproximação entre eles e a marca passa a ser muito maior. A problemática de pesquisa é se o administrador poderia desempenhar este papel de forma eficiente? O estudo se justifica através da necessidade de análise para melhoria nos processos desenvolvidos na agência de *design* Studio Guimell, sediada no município de Patos de Minas MG, sob a Razão Social: Guimel Oliveira Silva, CNPJ: 33.435.691/0001-05 Nome Fantasia: Studio Guimell, Telefone: (34) 99666-8579 E-mail: contato@studioguimell.com.

**Figura 1:** Studio Guímell



**Figura 2:** Logomarca da empresa



Fonte: Dados fornecidos pelo proprietário.

O Studio Guímell tem como suas principais atividades a criação e produção de animações para o meio digital, bem como logotipos, marcas e embalagens. Missão e incentivar sempre a inovação e autenticidade da marca, entendendo com excelência a demanda proposta. Crescer junto com os clientes e criar uma identidade visual única no mercado para a empresa. Visão ser referência em qualidade pelos serviços prestados e ser reconhecido como a melhor opção para os clientes no quesito criação e design.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDEDORES

Empreender é sempre estar ligado em todas as oportunidades que o mundo oferece, mesmo que não tenha necessidade naquele momento é saber utilizar tais oportunidades para se adaptar e estar sempre preparado para os riscos que podem vir a ocorrer e assim não perder um grande negócio. “O empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização” (DORNELAS, 2001, P. 15).

A facilidade de acesso à rede criou, há alguns anos, um novo canal de comércio. Atualmente, cerca de 60% da população do Brasil está conectada. Essa estatística, somada à mudança que vem ocorrendo no comportamento do consumidor, abriu portas para inúmeras oportunidades de negócio. A verdade é que a transformação digital não apenas modernizou muito que as empresas já faziam, mas trouxe uma série de recentes modelos de atividades e empreendimento (DOCUSIGN, 2019).

## 2.2 O DESENVOLVIMENTO DO EMPREENDEDORISMO DIGITAL

A idade contemporânea nada mais é que uma divisão cronológica da história, um período entre o início da chamada Revolução Francesa, juntamente com a queda da Bastilha que ocorreu em 1789, até os dias de hoje, a competitividade passou a ser mais evidente e o lucro passou a ser ainda mais enaltecido, porque é a forma mais equilibrada de se manter no mercado. De acordo com o autor Vaz (2010, p. 69):

Os consumidores querem ter flexibilidade de escolha e escutar o que dizem sobre a marca, opiniões isentam e de pessoas comuns como ele, às pessoas querem exercer o poder de escolha que tem, para adquirir a solução que acreditam ser a melhor, e não a que a empresa lhes diga. Ferramentas para pesquisa eles tem – a internet e as redes sociais estão aí, com uma enorme quantidade de elementos para que eles exerçam tal poder - a era do “vender” dá espaço a do “ajudar a comprar”.

Seguindo esse conceito, o desejo de muitas pessoas é obter lucro e trabalhar com condições mais flexíveis e simples. Porém, o lucro é apenas um resultado recorrente do esforço diário, não necessariamente é um objetivo sendo a necessidade de condições mais simples e flexíveis de trabalho. Em outras palavras, a tecnologia é a grande responsável por toda essa revolução que aconteceu no ambiente online, ela possibilita criar uma vitrine para o mundo em que um pequeno negócio tem seus produtos ou serviços expostos a qualquer pessoa que tenha acesso a rede.

## 2.3 AS CARACTERÍSTICAS DOS NEGÓCIOS NO AMBIENTE ON-LINE

Os avanços tecnológicos vêm causando uma revolução estrondante perante os mundos off-line e on-line, o momento de se reinventar chegou e a hora de procurar novas soluções para continuar empreendendo também. As profissões que envolvem o *design* podem ser atribuídas a todo tipo de aplicação criativa, visual e artística de forma em que o usuário consiga transcrever para o ambiente um elemento específico com detalhes únicos. “O conceito de *design* compreende a concretização de uma ideia em forma de projetos ou modelos, mediante a construção e configuração resultando em um produto industrial passível de produção em série” (LÖBACH, 2001). Contudo, o *design* envolve muitos processos que são elaborados a partir de um objetivo ou propósito específico, envolvendo qualquer ato de técnica e criação. Além disso, o *design*

é uma forte ferramenta de grande estímulo ao consumo, e é indispensável nos dias de hoje, pois fornece formas e características aos objetos, podendo ser estéticos, de personalidade e até mesmo de funcionalidade. Nos dias atuais, as diversas áreas que o *design* atua vêm obtendo um crescimento considerável devido à abrangência do campo de trabalho no mercado atual, gerando assim várias modificações constantemente nesse meio.

O designer propriamente dito produz para um público amplo. Tem um talento de ordem intuitiva, como é um artista que se interessa por formas, tem que complementar suas habilidades natas com tecnologia e ciência, pois deve alcançar o equilíbrio entre a intuição e a técnica. Se for só técnico, vira engenheiro; não pode ser só intuitivo, senão é artista. Vai precisar de um ferramental técnico, de uma linguagem, de uma tecnologia e terá de saber falar, comunicar-se, explicar o conceito utilizado na criação, justificar as escolhas e caminhos seguidos (WOLLNER, 2003, p. 20).

Diante disso, os *designers* têm o papel de criar alternativas para solucionar esses problemas, e essas tarefas são dadas a eles, pois possuem o conhecimento e a capacidade técnica apropriada para a execução das atividades.

## 2.4 CARACTERÍSTICAS NOS SEGMENTOS DE SERVIÇOS

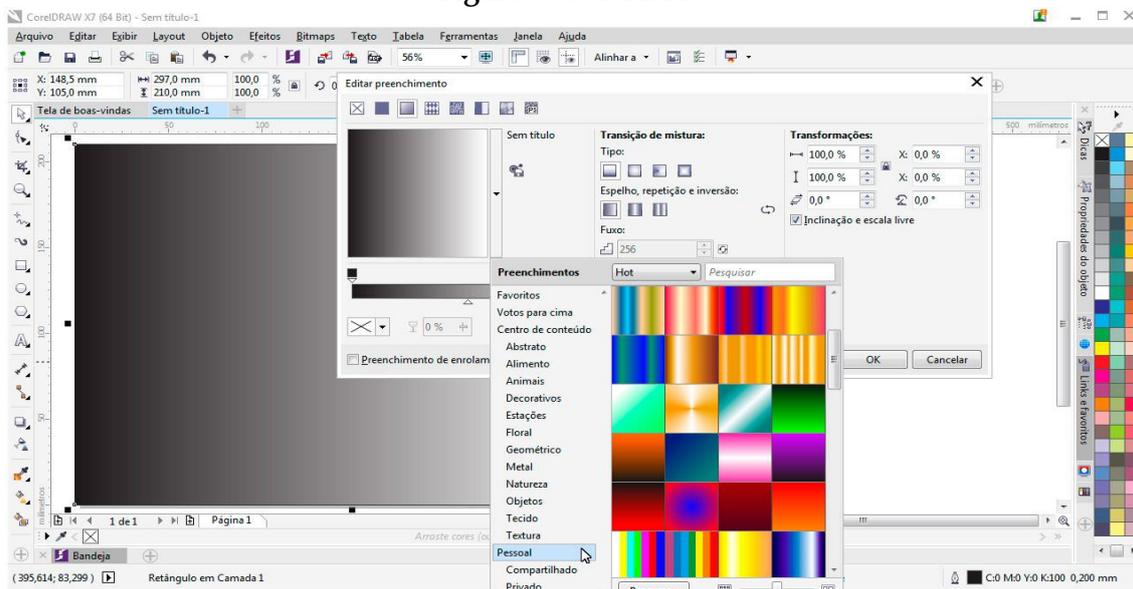
A importância que o design possui contribui muito para o aumento de valor de muitos outros itens que estão sendo criados e basicamente de todas as coisas em geral que existem no mundo. O autor BÜRDEK (2010) descreve o design como um grande objeto das artes aplicadas, com isso a sua utilidade também é designada para construir outras obras. Em melhores palavras o uso desta ferramenta aplicada na área de serviços une um conjunto de táticas que além de convencer o cliente a escolher uma empresa específica, explicam o valor do serviço.

## 2.5. FERRAMENTAS DE CMS

O Sistema de Gerenciamento de Conteúdo – CMS (*Content Management System*) é um software de ferramentas que são criadas por programadores com o intuito de auxiliar e facilitar em todo o processo de criação e edição de materiais que são utilizados para uma boa gestão de conteúdo na web e campanhas de marketing e publicidade. *WordPress* é umas das plataformas mais conhecidas em todo o mundo, ela auxilia na organização e atualização de conteúdo e pode ser utilizada em diversos plugins variados. Desde aqueles que são utilizados na otimização para mecanismos de buscas, até o processo de captação de leads (clientes). *LeadLovers: O Leadlovers* é uma ferramenta de automação muito utilizada para vendas online e marketing digital. Ela pode ser usada para atrair novos leads e a ajudar a transformá-los em possíveis clientes ou até mesmo serem utilizadas para uma criação de listas de e-mail marketing, estas muito utilizadas no ambiente digital. *Joomla*: Esse é um gerenciador que é bastante popular na internet, usado para administrar posts em um website como o Instagram e

umas das suas funcionalidades mais utilizadas são a programação de postagens, quando o usuário não possui muito tempo no decorrer do dia para fazer uma publicação.

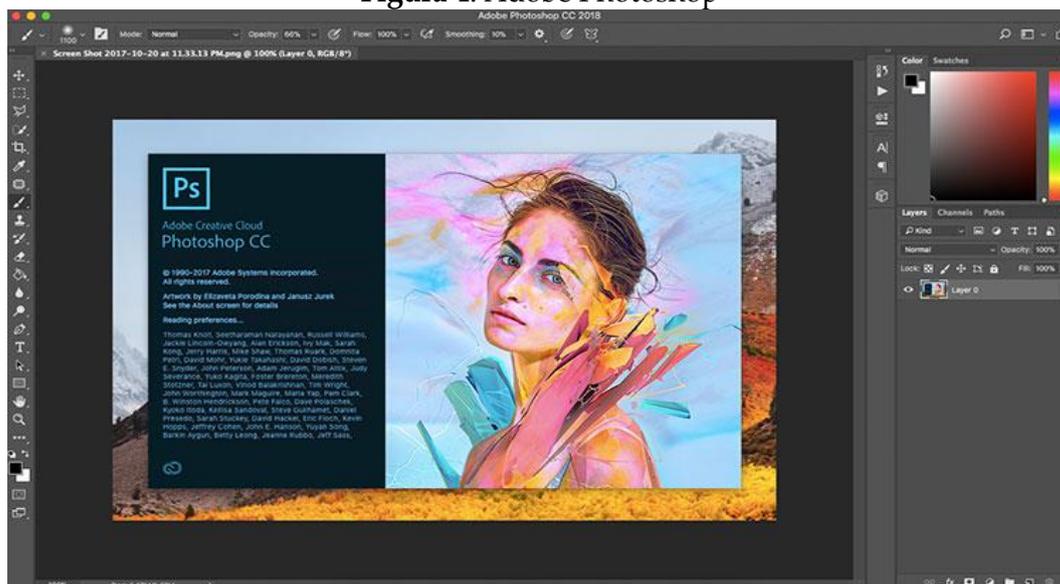
**Figura 3: Corel Draw**



Fonte: print screen da aplicação do sistema, 2020.

Geralmente bastante utilizado para quem está começando a trabalhar com *design*, pois o seu custo é baixo e tem versão gratuita, além disso, o uso desse programa é de fácil aprendizado para quem deseja utilizar e atualmente existem vários cursos gratuitos na internet que ensina como manuseá-lo da forma correta.

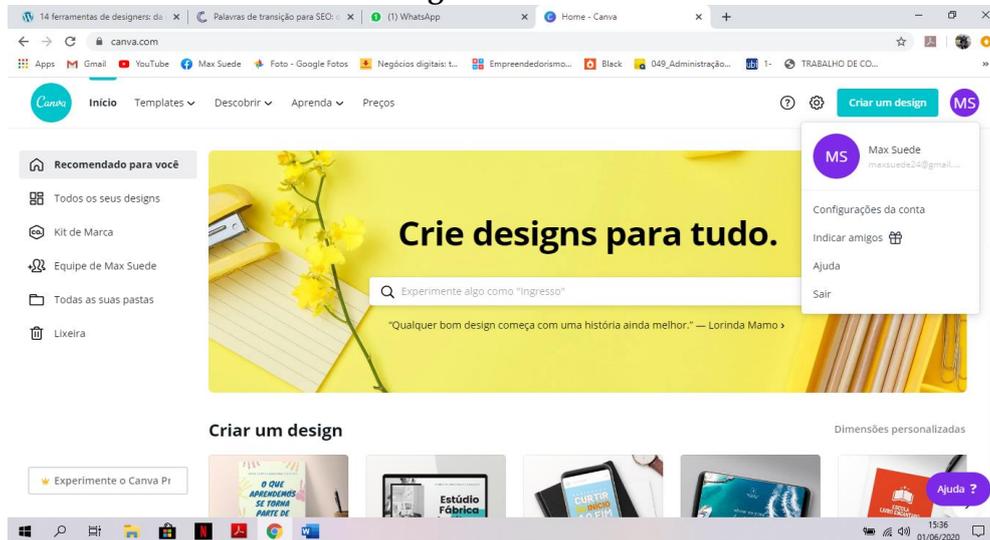
**Figura 4: Adobe Photoshop**



Fonte: print screen da aplicação do sistema, 2020.

O Adobe Photoshop é indicado para trabalhos gráficos, é um dos programas mais utilizados da empresa Adobe, dona do software. Logo, é um dos pacotes da empresa que são mais conhecidos entre seu público.

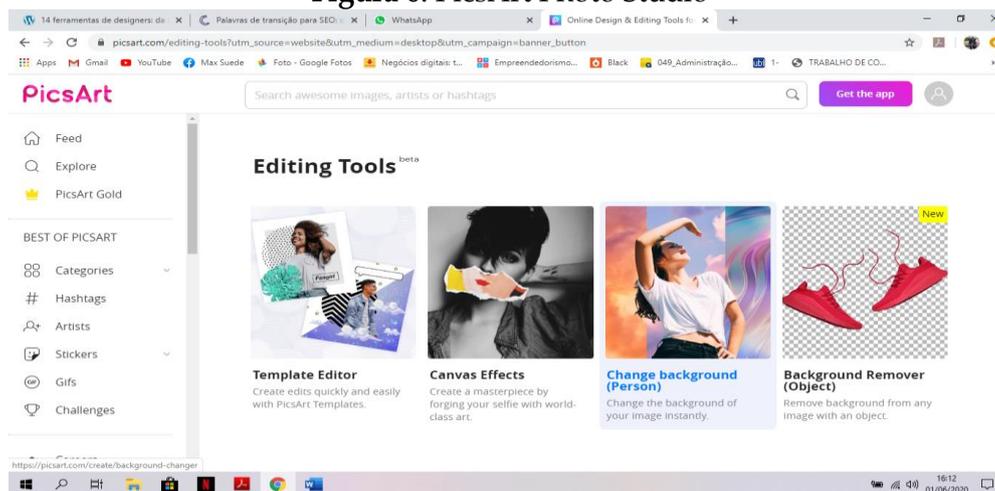
Figura 5: Canva



Fonte: print screen da aplicação do sistema, 2020.

O Canva é uma plataforma de *design* gráfico que permite que os usuários possam criar várias imagens como pôsteres, gráficos, apresentações e outros tipos de conteúdo visuais. Pode ser adquirido na versão gratuita e na versão PRO, ao mesmo tempo o acesso também pode ser feito por meio do aplicativo próprio do software, muito utilizado para quem deseja obter um trabalho com qualidade e rapidez por conter milhares de artes editadas em seu banco de dados.

Figura 6: PicsArt Photo Studio

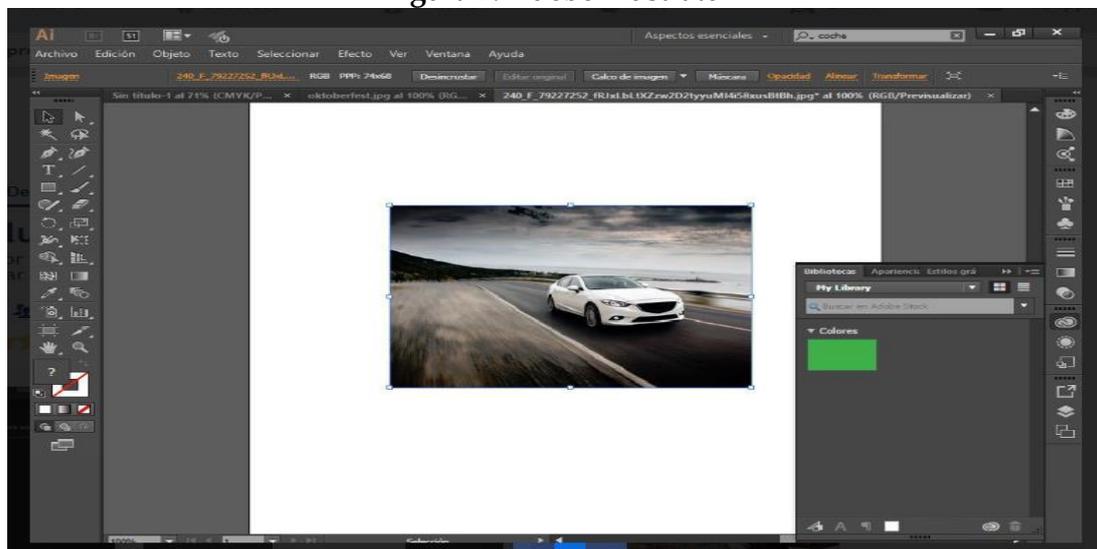


Fonte: print screen da aplicação do sistema, 2020.

O PicsArt é um aplicativo que pode ser acessado na forma grátis e na versão paga, consiste em fazer edições de imagem, colagem e desenhos. Além disso, também é

uma rede social, onde todo o trabalho do usuário pode ser compartilhado com outros usuários que possuem o aplicativo também.

**Figura 7:** Adobe Illustrator



Fonte: print screen da aplicação do sistema, 2020.

Esse software tem como premissa principal as imagens vetoriais, como os famosos banners e flyers, por exemplo. Adobe Illustrator é um editor de imagens vetoriais desenvolvido e comercializado pelo Adobe Systems. A sua maior diferença para os demais é a sua renderização, pois possui uma maior precisão, ou seja, o trabalho que está sendo feito não perde muita qualidade, mesmo que esteja sendo efetuado em maior escala. Uma das suas principais características do Illustrator é a função de rastreamento de imagens, fazendo que o usuário consiga converter uma imagem em vetor editável. Todas as ferramentas citadas acima são utilizadas para o auxílio na criação de design e conteúdo no ambiente online, pois com elas o trabalho passa a ser mais ágil e eficaz, para que um conteúdo seja agradável e aceito pelo seu público alvo, o ideal é que a criatividade esteja sempre em ampla transformação.

### 3 METODOLOGIA

Primeiro estuda-se na metodologia quanto aos tipos de pesquisas que se apropriam do estudo, podem ser quanto aos meios e quanto aos fins. De acordo com Gil (2007), a metodologia tem como finalidade buscar o meio mais racional para alcançar os objetivos de um projeto, sendo definida como o caminho adotado na pesquisa investigativa. Ela tem como objetivo descrever uma experiência, fenômeno ou características de uma determinada população para o estudo que está sendo realizado. Sendo assim esse trabalho teve como característica um estudo de caso com abordagem qualitativa, uma vez que analisaram habilidades e competências do profissional atuante no ambiente digital da empresa Studio Guimell, informações sobre a profissão de *designer*, e suas ferramentas bem como a aplicação prática de algumas ferramentas de *design* conforme objetivo específico. O estudo de caso é aquele que por si só em seu

desenvolvimento se coleta informações que serão úteis para se concluir alguma situação, procedimentos, processos, mudanças etc., em qualquer ramo de atividades. Segundo TRIVIÑOS, a pesquisa qualitativa deve apresentar como característica a busca por:

Uma espécie de representatividade do grupo maior dos sujeitos que participaram no estudo. Porém, não é, em geral, a preocupação dela a quantificação da amostragem. E, ao invés da aleatoriedade, decide intencionalmente, considerando uma série de condições (sujeitos que sejam essenciais, segundo o ponto de vista do investigador, para o esclarecimento do assunto em foco; facilidade para se encontrar com as pessoas; tempo do indivíduo para as entrevistas etc.) (TRIVIÑOS, 1987, p.132).

Para esse estudo as informações que foram coletadas fizeram ser necessárias na investigação sendo obtidas através de gravação com o gestor da empresa na sede da mesma em Patos de Minas, MG, no mês ago. 2020, através de um roteiro semiestruturado, constituindo se assim em uma pesquisa de campo qualitativa. Conforme (LAKATOS & MARCONI, 2001, s/p). As técnicas de coleta de dados são um conjunto de regras ou processos utilizados por uma ciência, ou seja, corresponde à parte prática da coleta de dados.

#### **4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

A análise das informações e dados obtidos ocorreu sob a técnica da análise de conteúdo cujas mesmas se encontram no resultado do relatório final, levando-se em consideração a literatura sobre o tema e as informações obtidas.

##### **4.1 PERÍODO DE ATUAÇÃO DA EMPRESA**

Pergunta 1: A quanto tempo a empresa está em atuação no mercado de design em Patos de Minas? Qual é o seu tempo de experiência nessa área?

Entrevistado: Tem oito anos que a empresa atua na cidade de Patos de Minas. Porém, já faz 12 anos que me profissionalizei e atuo no mercado de designer com a prestação de serviço.

Visto que o gestor já tem um grande período de experiência, e visão futura DORNELAS, 2001, P. 15 Ressalta: “O empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização”.

##### **4.2 CONHECIMENTO NA ÁREA**

Pergunta 2: Quais situações contribuíram para sua formação? Cite nomes e duração dos cursos realizados.

Entrevistado: Estudei sobre o assunto em várias fontes de informações sobre essa área por conta própria, fiz cursos sobre a área em algumas instituições e daí surgiu a ideia de realizar um curso superior.

Aldos Informática – Corel Draw 12 – 2001 a 2002

ESANC Uberlândia – Design Gráfico – 2013 a 2017

Sendo assim essas inovações contribuíram para que a informação pudesse circular com mais velocidade e intensidade ao permitir que a visualização de documentos fosse através de navegadores. (OGDEN, CRESCITELLI 2007).

#### 4.3 FERRAMENTAS UTILIZADAS

Pergunta 3: Das ferramentas de design qual você possui mais experiência, qual a melhor tecnicamente, qual melhor atende os clientes da empresa?

Entrevistado: A melhor tecnicamente é o Photoshop, com ele você terá uma grande gama de ferramentas para manipulação de imagem e até imagens 3D.

Pergunta 4: Sendo as ferramentas de design a principal matéria prima ou insumo para a prestação de serviços da empresa, você pode apontar como a mesma acompanha o desenvolvimento tecnológico dessa área para cada vez mais se tornar competitiva diante da concorrência?

Entrevistado: Diferenciação está na habilidade de cada design está na criatividade de cada um, eu me atrevo dizer que a matéria prima de um design não são as ferramentas mas sim a sua criatividade é com ela e a habilidade em qualquer ferramenta será sucesso, já vi ótimos designers que com ferramentas precárias e obsoletas como Paint do Windows fazem peças de cair o queixo, peças que muitos designers com as ferramentas mais inovadoras não conseguiriam fazer. Mais sim, cada ano a Adobe vem cada vez mais facilitando as funções de cada ferramenta agilizando o trabalho e trazendo inovações.

É nítido que o que move o mundo da criação sem dúvida o melhor software de criação de imagens e design gráfico está no centro de todos os projetos de criação, desde edição de fotos e composição a pintura digital, animação e design gráfico. (site ADOBE.COM)

Pergunta 5: Você poderia descrever resumidamente as características de cada uma das ferramentas de design tais, sob os seguintes pontos de vista: Em relação a aplicabilidade e preferência de seus clientes?

Entrevistado: As ferramentas são de minha escolha de como eu vou trabalhar e qual será melhor para elaborar um serviço e como irei entregar o resultado final, por exemplo, se for alguma Logo deverá ser uma imagem vetorial onde posso ampliar sem distorção então uso o Ilustrador, já para social media pode ser em PNG ou JPEG então usa o

photoshop em conjunto com o Ilustrador, a diferença entre eu usar uma ou outra é simplesmente qual o formato irei salvar um arquivo seja AI, PSD, TIFF, PNG, PEG, MP4, MOV, CDR entre outros.

Sabemos que ao longo do tempo a internet foi se desenvolvendo e criando cada vez mais possibilidades. Torres (2009) defende que a Internet quebrou barreiras: “não há mais separação entre produtor e consumidor. Não há mais exclusividade de produção nem na mídia nem no software” (TORRES, 2009, p. 25).

Pergunta 6: Quais a(s) ferramenta(s) que possuem o menor custo do serviço para a empresa?

Entrevistado: Não diferencio o uso das ferramentas para cada tipo de serviço, uso todas para me auxiliar seja em um serviço mais simples ou até mesmo um serviço que precisa ser mais complexo.

Pergunta 7: Quais a (s) ferramenta (s) que proporciona a maior rentabilidade para empresa.

Entrevistado: As ferramentas não se diferenciam na rentabilidade, os serviços prestados que se diferenciam, são mínimos serviços que não utilizo todas as ferramentas, por exemplo: em um vídeo eu uso o After Effects pra animar elementos criados no Illustrator e animar fotos editadas no Photoshop, as ferramentas se auxiliam o que uma não faz a outra faz.

O entrevistador ressalta que não é o fato de qual ferramenta é mais cara ou barata em questão a rentabilidade, mas, o serviço final que ele entrega para o consumidor. “O consumidor ganha mais poder, exige uma mudança na proposta de valor das empresas e, conseqüentemente, nos seus esforços de marketing” (CAVALLINI, 2008, p. 25).

Pergunta 8: Você poderia apontar qual (s) ferramenta (s) possui (em) maior grau de dificuldade técnica para se desenvolver um serviço? Ou a mais fácil?

Entrevistado: A que tive mais dificuldade em aprender foi o After Effects, mas as ferramentas deixam de ser difíceis quando se sabe o que cada uma faz. A complexidade não está no grau de dificuldade da ferramenta, mas sim no conceito por trás de uma peça, as ferramentas ajudam muito e facilitam o trabalho, mais o conceito por trás de uma peça é que é complexo e difícil de elaborar, pois hoje com a grande quantidade de profissionais na área, criar algo inovador e único está cada vez mais difícil.

Entrevistado: Não há um serviço fácil todo serviço tem sua complexidade seja no conceito, na execução ou na comunicação, o que existe é que após ser definida a identidade visual e a forma de

comunicação de uma empresa tudo flui muito bem e menos complexo.

Conforme entrevistado, sua principal dificuldade é criar algo inovador e único. É o que defende um dos maiores especialistas do mundo no tema, o professor e vice-reitor do Instituto de Tecnologia da Califórnia (Caltech), Mory Gharib. Em entrevista exclusiva à ProXXIma, durante passagem por São Paulo, em julho último, para participar do I Seminário Nacional de Incentivo à Inovação, Pesquisa e Desenvolvimento, o estudioso fez uma análise sobre os caminhos da inovação no Brasil e no mundo, e comentou como as novas tecnologias aliadas aos conceitos inovadores podem ser úteis para as empresas.

#### 4.4 SATISFAÇÃO DOS CLIENTES

Pergunta 9: Em relação à qualidade dos serviços prestados e a satisfação de seus clientes. Como você classifica a qualidade do serviço prestado aos seus clientes? E quais as mais solicitadas?

Entrevistado: A qualidade está na habilidade de cada um para elaborar um serviço às ferramentas é somente uma forma mais rápida de fazer esse serviço, o que leva a satisfação do meu cliente é o resultado final quando todo conceito e comunicação estão visíveis de uma forma clara e atraente em uma imagem. Acredito que posso melhorar sempre houve feedbacks positivos dos meus clientes.

Sabemos que manter clientes satisfatórios é um desafio diário para a empresa. Segundo (KOTLER, 2002, pág. 25.). Conquistar um novo cliente custa de 5 a 7 vezes mais que manter um atual.

#### 4.5 DEMANDA

Pergunta 10: Você poderia apontar qual (is) é (são) o (s) tipo (s) de demanda de serviços na área de atuação da empresa seus clientes mais demandam que necessitam de usar uma ou mais que uma das ferramentas?

Entrevistado: Hoje a maior procura é o serviço de Social Media, onde desenvolvo as peças em conjunto com o Photoshop e Illustrator, mas muito dos clientes de Identidade Visual gostariam de ter uma ideia de como ficaria o logo em sua fachada, então elaboro uma modelagem 3D usando o Cinema 4D da fachada com o novo logo.

Às vezes o cliente está focado no processo final. O único detalhe é que esta curva de aprendizado pode demorar alguns anos, pois estamos muitas vezes focados apenas em aprender o lado estético e ferramental do design.

Pergunta 11: Poderia opinar de acordo com a resposta em “A” se essa ou aquela demanda recai mais sobre uma ou algumas dessas ferramentas? E se, é uma característica do mercado local ou por desconhecimento dos clientes em usar outras, talvez de melhor efeito?

Entrevistado: Nenhuma das ferramentas recai sobre a outra, elas se auxiliam e cada uma tem suas funções específicas, mas nenhuma deixa de fazer funções o que a outra faz mesmo que seja limitada a função ela ainda executa.

Acredito que tudo é uma questão de marketing oferecida para os clientes assim como explica (KOTLER, 2010, p. 4) Os profissionais de marketing de hoje tentam chegar ao coração e à mente do consumidor.

Pergunta 12: Em relação às demandas mais solicitadas pelo mercado consumidor desses serviços e por quê?

Entrevistado: São postagens para redes sociais, imagem para divulgação de um produto ou serviço, prospectando mais clientes para sua loja ou serviços tudo uma questão da entrega do marketing final.

Sabemos que as mídias sócias têm cada vez mais relevância nesse papel de demanda x marketing. Proporcionar significado é a futura proposição de valor do marketing. O modelo de negócio baseado em valores é o que há de mais inovador no Marketing 3.0. (KOTLER, 2010).

Pergunta 13: Geralmente quais são os métodos que você utiliza para criar uma arte de acordo com o que o cliente pede?

Entrevistado: Faço um questionário pra saber tudo o que o cliente gosta e sua empresa representa para ele, a partir disso parto para pesquisa de conceitos, referências e começo elaborar ideias e rascunhos aplicando tudo que mais representa a empresa, seus valores, sua visão e missão, de uma forma que seja atraente, criativa e inovadora.

Percebe-se que tornar o cliente único criando identidade atraente e criativa faz com que a fidelidade seja ainda maior. Segundo Kotler (2010), “vivemos a era da participação e da sociedade criativa”.

#### 4.6 FUTURO DO DESIGNER

Pergunta 14: Qual a maior dificuldade que você encontrou no início da sua jornada nesse ramo?

Entrevistado: As conquistas de clientes, no início pequenas empresas não se importavam em ter uma marca forte ou uma publicidade chamativa.

Pergunta 15: Diante da pergunta anterior cite porque decidiu ser designer e se teve alguma inspiração.

Entrevistado: Eu sempre gostei de desenhar quando criança e sempre fui ligado a computadores, pois meu pai era Programador, e quando em 2001 fiz o curso de Corel Draw e vi a possibilidade de desenhar pelo computador me apaixonei pela ideia e de desde então venho estudando e me aprimorando.

Apaixonar - se pela profissão se trata de um fator decisivo mesmo diante de cada dificuldade apresentada. Ir atrás dos sonhos, idealizar e concretizar é algo enriquecedor.

Pergunta 16: Com a sua experiência no mercado de trabalho, você acha que a média salarial de um designer gráfico atualmente é reconhecida pelo trabalho exercido?

Entrevistado: Como a profissão de Designer Gráfico não é regulamentada e a grande quantidade de profissionais vem surgindo muito deles vem “prostituído” a profissão cobram um valor muito à baixa do que a medida e não entregando um bom trabalho queimando tanto o valor de um serviço quanto à profissão.

Conforme entrevistado e hora de desenhar e desenvolver um novo papel do profissional de designer. Segundo o Blog de Designer 2020 Questionar uma demanda não é nada fácil, quanto mais demonstrar que você está indo para a direção oposta do que lhe foi solicitado, mas acredite, muitas vezes o seu papel como designer será esse, não executar exatamente o que foi solicitado e ir buscar o centro do problema e valorização do seu trabalho.

Pergunta 17: Você vê necessidade de se atualizar em cursos de aperfeiçoamento para acompanhar os seus concorrentes no mercado de trabalho?

Entrevistado: Sempre é importante estar atualizado tanto quanto nas técnicas das ferramentas quanto nos conceitos e tendências de design no mercado assim você consegue ter um diferencial.

A meu ver, o entrevistado busca sempre o aperfeiçoamento de suas habilidades, reinventando e estando sempre atualizado com as novas ferramentas que surgem. Deixar com que a busca pela solução ideal aconteça e que as demandas sejam menos específicas e mais abrangentes de forma a trazer uns problemas mais claros e objetivos bem definidos para poder realizar as etapas do design (BLOG DESIGNER, 2020).

Pergunta 18: Você como designer atualmente, qual conselho daria para os futuros designers?

Entrevistado: Estudem bastante, valorizem seu trabalho, procurem sempre estar melhorando e nunca desistam do que gostam.

Finalizamos a entrevista sem dúvida com o melhor para os futuros designer do estudo. E não só crescer, mas trabalhar com uma área de design de verdade, com mais profissionais de design, preparados para gerar impacto e valor para a empresa e principalmente para os seus clientes, resolvendo problemas reais focando em pessoas reais e trazendo soluções que realmente geram valor para elas. Caio Caldeiraria (Designer desde 2005, Organizador do Meetup Design Campinas e Criador de Conteúdos sobre Design no canal U&I Design no Youtube e Redes Sociais.).

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do estudo apresentado permitiu, primeiramente, por meio da revisão de literatura apreciar conceitos científicos na área computacional baseada em diversas técnicas de design e administração de uma empresa onde ela fomenta. A empresa precisa de fato conhecer seus clientes e oferecer a eles técnicas e ferramentas atualizada devida não ser uma profissão regulamentada e alguns profissionais cobram preços totalmente inferior queimando valores cobrados por outros profissionais e dificultando a regularização sendo importante destacar que existe um leque de ferramentas e profissionais capacitados e diferenciados. Sugere-se para prosseguir este estudo que o Studio Guímell seja um diferencial, podendo usar toda sua habilidade e criatividade. A partir da sua principal matéria prima o design sabendo que as ferramentas em si aliada a criatividade é com habilidade em qualquer ferramenta será só sucesso. Conclui-se que no Studio Guímell, comprometimento em entregar o serviço exatamente como o cliente solicita ou demanda de uma necessidade a prioridade da sua gestão, e garantir excelência no que faz. É fundamental ressaltar que o incentivo a jovens que pensam em fazer curso ou faculdade em relação a exercer a profissão de design tem espaço no mercado de trabalho é gratificante entregar algo conforme o combinado.

## REFERÊNCIAS

BLOG MEU SUCESSO. **Empreendedorismo digital conceitos e definições.**

Disponível em: <https://meusuccesso.com/artigos/empreendedorismo/empreendedorismo-digital-conceitos-e-definicoes-115/>. Acesso em: 03 abr. 2020.

CALDERARI, Caio. **O papel do designer está um pouco amassado. Como ele estará**

**no futuro?**. Disponível em: <https://www.design2020.com.br/artigos/o-papel-do-designer-esta-um-pouco-amassado-como-ele-estara-no-futuro>. Acesso em: 11 out. 2020.

COHEN, David. **John Knoll Hailed by Helm errs Bird, Verbinski, del Toro and Cameron**, 2013. Disponível em: <http://variety.com/2013/film/news/john-knoll-praised-by-directors-1200486584/>. Acesso em: 04 abr. 2020.

DORNELAS, José Carlos de Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2008.

DOUCSIGN, **Negócios digitais**. Disponível em: <https://www.docusign.com.br/blog/negocios-digitais-2/>. Acesso em: 20 maio 2020.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos como elaborar projetos e pesquisa**. São Paulo: Atlas 2007.

GOMES, R. C. O. Empreendedor X E-Empreendedor. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa (RECADM)**, Faculdade Cenecista de Campo Largo, v. 2, n. 1, p.1-17, maio 2003.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 12. ed. Editora Cultura, 2006.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Metodologia do trabalho científico**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1992.

LIMA, Telma Cristiane Sasso de; MIOTO, Regina Célia Tamaso. Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica. **Revista Katalysis**, v. 10, p. 35-45, 2007.

LÖBACH, B. **Design Industrial: bases para a configuração dos produtos industriais**. 1 ed. São Paulo: Editora Edgard Blücher, 2001.

VAZ, Conrado Adolpho. **Google marketing: o guia definitivo de marketing digital**. 3. ed. São Paulo, SP: Novatec Editora, 2010.