

info
paper

**O DESIGN
NO SETOR
JOALHEIRO**

#02

ANO I • SETEMBRO 2004

Composto basicamente por micro e pequenas empresas, o parque industrial joalheiro instalado no Brasil é o maior da América Latina e possui um enorme potencial de crescimento, tanto de sua pauta de exportações quanto no mercado interno. Dados do Instituto Brasileiro de

ainda, por 25% das exportações de artigos de joalheria, 84% das exportações de artigos folheados a ouro e por 60% do emprego no setor.

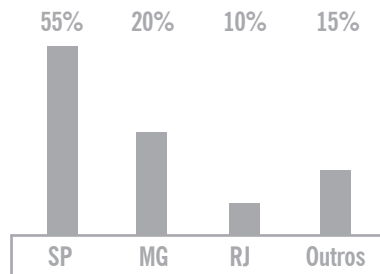
DESIGN E INOVAÇÃO: O BINÔMIO CHAVE DA COMPETITIVIDADE NO SETOR JOALHEIRO

Gemas e Metais Preciosos indicam que existem mais de 1000 empresas industriais, formalmente constituídas no Brasil que operam no segmento ouro (jóias e folheados) gerando 40 mil empregos diretos. O Brasil é ainda é o 14º produtor mundial de ouro (43 toneladas ao ano em 2003) e uma das maiores províncias gemológicas do planeta, ou seja, temos ampla disponibilidade de matéria prima e considerável capacidade de produção.

1º	África do Sul	376 t
2º	EUA	285 t
3º	Austrália	284 t
4º	China	213 t
5º	Rússia	182 t
6º	Peru	172 t
7º	Indonésia	163 t
8º	Canadá	141 t
9º	Uzbequistão	80 t
10º	Gana	70 t
14º	Brasil	43 t

Fonte: Conselho Mundial do Ouro

O Estado de São Paulo responde por 55% do parque industrial nacional, com uma grande concentração de empresas na região da Capital, Limeira, São José do Rio Preto, e interior de São Paulo. O Estado responde,



Fonte: IBGM

Nos últimos anos, o binômio design e inovação tornou-se o elemento dinâmico e propulsor da indústria nacional de joalheria. Com o apoio de diversas organizações como o SEBRAE, o Ministério do Desenvolvimento, o Centro São Paulo Design e a APEX, o design de jóias desenvolvido no Brasil vem conquistando espaço e prestígio no mercado internacional. Somente nos últimos 03 anos, o país conquistou mais de 25 prêmios no circuito internacional do design de jóias.

Uma nova e talentosa geração de designers está criando jóias de personalidade, diferenciadas, que misturam materiais alternativos como palha, sementes, silicone, madeira, couro, entre outros, com as matérias-primas tradicionais do setor como ouro e gemas.

O novo e inusitado estilo que mistura luxo e cultura regional vem conquistando o mercado interno e o mundo.

Diante da crescente convergência dos produtos em termos de qualidade e preço, o design, na verdade, incorporou-se definitivamente ao rol dos itens fundamentais para o aumento da competitividade da indústria no mercado globalizado.

Um exemplo de como a inserção do design modificou a vida de uma comunidade pode

ser verificada em São José do Rio Preto. Composto por quase 100 indústrias de jóias em ouro, o pólo joalheiro de Rio Preto gera 4.000 empregos diretos, fatura aproximadamente US\$ 100 milhões por ano e possui uma excelente perspectiva de desenvolvimento. Em outubro de 2003, o Sindijóias-SP, o Centro São Paulo Design - CSPD, o SEBRAE-SP e a Associação dos Joalheiros de Rio Preto iniciaram a implantação do projeto Via Design (*) na região e os resultados são impressionantes. Toda a rede local de empresas, universidades e associações de classe foi mobilizada em torno do tema, os designers atuantes no setor foram cadastrados em uma base de dados própria e estimulados a participar de cursos, palestras e concursos. Um dos designers cadastrados ganhou, em junho deste ano, a etapa estadual do Prêmio IBGM de Design e dois outros ficaram entre os finalistas do Samshin International Diamond Jewelry Design Award e do AngloGold Design Fórum.

Sensibilizadas para a questão do design como ferramenta competitiva, várias empresas do pólo contrataram designers exclusivos ou “free lancers”, incorporando um conceito e uma “história” por trás de seus produtos.

Os exemplos de sucesso de empresas que utilizam a gestão do design em todo o seu processo operacional (criação, produção e comercialização) são inúmeros e o nosso espaço é limitado. Um dado estatístico, no entanto, é revelador da importância do design e da inovação: as exportações de jóias cresceram, em média, 25% ao ano nos últimos 05 anos. Grande parte desta “performance” deve ser creditada ao design, à inovação e à criatividade do designer e do empresário brasileiro. ■

**COLABORADOR • AUTOR DO MÊS****Ecio Barbosa de Moraes:**Diretor do IBGM - Instituto Brasileiro de
Gemas e Metais Preciosos**(*) VIA DESIGN
MISSÃO DO PROGRAMA**

Elevar a competitividade das micro e pequenas empresas no mercado nacional, contribuindo também para promover sua participação nas exportações por meio da utilização do design como elemento de agregação de valor em produtos e serviços.

OBJETIVOS DO PROGRAMA

- Apoiar o desenvolvimento do design no país e sua inserção no processo produtivo, fortalecendo alianças entre a oferta e a demanda;
- Aumentar a participação das micro e pequenas empresas no quadro das exportações brasileiras;
- Otimizar o processo produtivo das micro e pequenas empresas, visando a redução do custo final e o incremento da qualidade dos produtos e serviços;
- Incentivar a criação e o desenvolvimento de novas micro e pequenas empresas por meio de apoio aos empreendedores via incubadoras de empresas;
- Conscientizar a sociedade sobre o conceito e a importância do design;
- Sensibilizar instituições para atuarem em design no ambiente das micro e pequenas empresas;
- Apoiar a estruturação de Redes Estaduais de Centro e Núcleos de Inovação e Design voltadas ao desenvolvimento do design e à prestação de serviços de consultoria para micro e pequenas empresas;
- Viabilizar o acesso e o uso do design pelas micro e pequenas empresas.