**Transcrição da entrevista realizada no dia 04 de março de 2020 com Raquel Souza, coproprietária da empresa Black Purpurin, de Florianópolis (SC)**

A entrevista foi realizada por <omitido para revisão cega>, na sede da empresa, a saber: Rua dos Chernes, número 60 - Loja 6, Jurerê, Florianópolis (SC).

**Pergunta 1**

**Entrevistadora: Como a marca Black Purpurin surgiu?**

**Raquel Souza:** Tudo começou com um sonho, a partir de um sonho que eu tinha [...]. Eu precisava fazer alguma coisa que fosse benéfica para mim e para o nosso planeta, eu queria alguma coisa bem diferente, daí eu sonhei com bolsas. Eu queria alguma coisa bem diferente. Fiquei repetindo ‘bolsa, bolsa, bolsa [pausa]. Daí eu pensei, como é que eu vou fazer bolsa? Comprar e vender eu não queria mais, eu queria produzir alguma coisa. Aí pensei em fazer com caixinha de leite, e aí eu fiz a primeira bolsa com caixinha de leite. Parecida né, ficou parecida com uma bolsa. Aí eu tentei, e disse: aqui dá para fazer mais uma, aí fiz mais uma, daí ficou uma bolsa, e foi a partir daí que eu comecei a fazer bolsa. Comecei a fazer várias coleções, mandei para a loja da minha amiga, ela começou a vender, aí eu disse: nossa que legal, fazia e vendia, mas assim, eu continuei pesquisando material que eu pudesse usar e que de alguma forma pudesse agregar, sabe? Deixar uma peça muito mais rica como a que eu tinha sonhado, e aí eu fui na empresa do Juliano, meu marido e sócio, e ele tinha uma impressora, uma máquina que eu não sabia o que era. Eu então perguntei para ele: “o que é isso aí?”; e ele disse: “é uma impressora 3D”; e eu perguntei: “tá, e o que ela faz?”; e ele me respondeu: “ela faz o que tu quiser”; e “aquele faz o que tu quiser”; e até hoje, assim, foi uma flecha no meu coração. Eu disse: “eu vou levar pra casa e vou fazer bolsa com isso aí.”

**Pergunta 2**

**Entrevistadora: Qual o processo produtivo da Black Purpurin? Ele emprega algum tipo de tecnologia ou materiais voltados para estratégias pró-sustentabilidade?**

**Raquel Souza:** O processo produtivo começa do croqui, a gente faz primeiro o desenho a mão, depois vai para o *software*. A gente passa por três *softwares* primeiro, o CAD, CAN e CODIGO, para os ajustes finais e depois vai para impressão, e quando vai para impressão, no caso, já sai a peça pronta.

**Pergunta 3**

**Entrevistadora: Quais são os insumos utilizados no processo produtivo?**

**Raquel Souza:** Hoje a gente usa duas matérias-primas: a gente usa o PLA, que provem do milho, do soro, da casca da mandioca e estão chegando mais alguns no Brasil. Tudo que chega no Brasil nós somos os primeiros a testar, tem alguns até que a gente pede de fora para poder testar, sabe? Porque a gente sempre recebe tudo aqui por último, então alguns a gente traz de fora para testar mesmo. E a gente usa também o PETG. O PETG é 70% lixo plástico, isso é uma parte boa, ainda não é 100%, mas já é 70%. E o bom é que ele pode ser reciclado no futuro, dá para desmanchar e fazer bolsas, que podem ser desmanchadas e reaproveitadas para a produção, e nos acessórios é o que a gente usa, no caso, biodegradável, que quando estiver “velhinho” pode ser enterrado. Tem que enterrar de maneira correta para ele poder se decompor.

**Pergunta 4**

**Entrevistadora: Você poderia me contar um pouco mais sobre a fabricação dos produtos no início da marca: os testes com a impressão 3D, as limitações técnicas, os tipos de materiais utilizados e por que foi feita a substituição desses materiais?**

**Raquel Souza:** Depois que eu peguei a impressora e levei para casa, foram 6 meses literalmente trancada dentro de casa. O Juliano na época tinha empresa em São Paulo, então ele viajava muito para lá, então, o que eu fazia? Virava a noite trabalhando. A gente não tem filho, então, eu ficava testando. Já coloquei fogo na impressora várias vezes. Ele chegava em casa eu já tinha quebrado tudo, daí ele tinha que consertar. Levei choque muitas vezes, e aí eu colocava para impressão e ela não fazia o que eu queria. Eu xingava ela, ela me xingava, até que saiu a primeira peça que a gente conseguiu imprimir. Então de lá para cá, a gente mudou muito a matéria-prima, pelo fato que, quando a gente começou nem tinha a quantidade de cores que tem hoje, sabe? A matéria-prima que tinha era transparente e eu não entendia da máquina, não tinha tanto discernimento quanto a gente tem hoje. A impressão não ficava lisinha, não ficava perfeita igual hoje, o acabamento, então, o que eu fazia? Eu tinha que colocar tecido, nem lixar não dava. Quando eu conseguia colocar para imprimir até imprimia, mas eu tinha que colocar tecido por cima. Revestir ela de tecido. Depois de lá para cá a gente veio fazendo vários testes. Nem tinha maleável no Brasil ainda, então o primeiro maleável que teve a gente trouxe de fora para poder testar aqui com as impressoras para gente poder fazer a impressão. Aí depois começou a surgir várias coisas, né? E hoje, graças a Deus, a gente já tem maleável no Brasil, mas não temos todas as opções de cores. Até assim, a nossa coleção, a gente vê primeiro as opções de cores e depois disso a gente monta a coleção. Não dá para montar a coleção com todas as cores que eu quiser. Tem essa limitação ainda. Para ficar mais sustentável, a gente opta por não usar corante.

**Pergunta 5**

**Entrevistadora: Como é a imagem de marca que a Black Purpurin gostaria fosse formada por seus consumidores?**

**Raquel Souza:** A princípio, estilo, as nossas peças são bem diferentes. Até o nosso proposito como marca e realçar o estilo próprio da mulher moderna, né? O fato do consciente eu nem jogo primeiro, eu jogo em segundo, porque eu acho que isso é uma coisa que a gente tem que ser. Daqui há alguns anos todas as marcas vão ser obrigadas. Hoje ainda não é obrigado, mas isso já está no sangue, não dá pra gente ter um ponto a mais porque é consciente, ainda mais porque é nossa obrigação ser consciente.

**Pergunta 6**

**Entrevistadora: Foi utilizado algum dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas como princípio fundamentador da Black Purpurin?**

**Raquel Souza:** Foi duas coisas, acho que eu entendi errado. Quando foi para fundar a marca eu pensei: já que eu vou fazer bolsa, eu quero que ela tenha muito estilo e que ela seja consciente. Duas coisas.

**Pergunta 7**

**Entrevistadora: Por que a Black Purpurin declara que seus produtos são 90% sustentáveis?**

**Raquel Souza:** Os 10% [pausa], aí são aqueles detalhes, né? Os metais, porque assim é, o que é que acontece, o metal hoje a gente consegue reutilizar, mas eu não posso dizer que ele é reciclável, sabe? Como a gente usa um metal de melhor qualidade, ele tem uma durabilidade gigante, eles são antialérgicos, não enferruja, não fica preto, não é uma coisa que você vai usar hoje e, molhou, vai ter que jogar fora, então assim, eles têm vida muito longa, então quando for fazer o reaproveitamento da bolsa e desmontar, você consegue pegar os metais daqui e colocar em outra peça. E tem alguns detalhes que a gente usa com couro sintético. Então, tipo assim, o couro sintético, comparado ao couro animal, ele faz 20% menos mal ao nosso planeta, mas não é aquela matéria prima que eu vou dizer que é ideal. Então ainda temos alguns detalhes assim.

**Pergunta 8**

**Entrevistadora: A empresa adota transparência quanto aos seus fornecedores?**

**Raquel Souza:** Sim, adotamos.

**Pergunta 9**

**Entrevistadora: A montagem dos produtos é feita a mão ou vocês procuram investir em algum tipo de mão de obra específica?**

**Raquel Souza:** A maioria é feita na impressora, quando a gente começou a produção das primeiras bolsas, a gente levava 24 horas de impressão, um dia para fazer a montagem no caso manual e mais um dia para fazer o acabamento manual, então eram 3 dias: um dia de impressão e dois de manual pra fazer uma peça. Hoje, a gente conseguiu graças à Deus diminuir. Impressão a gente leva, em média, de 4 a 6 horas, dependendo da peça e a montagem 1 hora, a montagem é feita manual. Então, a gente está tirando o máximo possível, sabe? Deixando a peça muito mais limpa e sem tanta colagem, sem tanto manual. Diminuindo o tempo de impressão, com menos emissões de CO2.

**Pergunta 10**

**Entrevistadora: A forma como o processo produtivo da marca se desenvolveu agrega mais valor ao produto e cria um valor simbólico maior para a sua marca?**

**Raquel Souza:** Sim, acho que sim, acho que cria bastante valor, e as nossas clientes hoje em dia, elas falam muito assim: “usar uma bolsa BP gera conversa, porque eu saio com a peça as pessoas querem tocar. Aí me perguntam: da onde é essa bolsa?”; e quando eu digo: “ah, é impressão 3D”; as pessoas dizem: “ah, e eu posso tocar?” Existe muito esse negócio do ver com a mão, sabe? A peça chama muita atenção.

**Pergunta 11**

**Entrevistadora: A Black Purpurin recebeu o prêmio de inovação na categoria** **Empresa Referência de Economia Criativa do Ecossistema, qual foi o impacto de receber essa premiação para a marca? Quais os fatores de vantagem competitiva que empresa tem para ter recebido o prêmio?**

**Raquel Souza:** Sobre esse prêmio eu até tenho história para te contar. A gente não esperava receber. Eu não sei se tu olhou, mas as empresas que receberam o prêmio são empresas tipo gigante, de anos, que estão no mercado, de renome “e tal”. A gente fez a inscrição e falaram, né, com aquele apelo, obvio que a gente queria muito o prêmio, mas a gente realmente não [pausa], realmente a gente não esperava, tanto que, a gente não estava presente no dia, a gente estava em um outro evento, e aí quem recebeu para gente foi uma cliente, que inclusive foi receber o prêmio usando a bolsa nossa, foi muito incrível isso. Mas, assim, olha, eu acho que eles estudaram muito a gente pelo fato, talvez, de sermos pioneiros nesse quesito de fazer uma bolsa, de fazer a impressão 3D. Porque a impressão 3D hoje parece ser uma coisa futurista, não é. A gente que trabalha com isso, a gente vê isso, para gente parece coisa de todo dia, mas para as outras pessoas que ainda olham de longe, ainda olham, assim, como um negócio do futuro. Acho que para eles conta muito essa parte do reaproveitamento das peças. E, também, o fato de tu ter a tua bolsa, de fazer uma peça exclusiva para você, não ser tipo mais do mesmo. Contam bastante esse lado. Customização e exclusividade, para ele, e a parte do sustentável. Acho que foram essas duas.

**Pergunta 12**

**Entrevistadora: A Black Purpurin se considera um negócio de alto impacto? Por que?**

**Raquel Souza:** Sim, porque fazemos dinheiro e ajudamos o mundo.

**Pergunta 13**

**Entrevistadora: O consumidor da marca Black Purpurin é um consumidor aberto às questões que envolvem o tema sustentabilidade? A marca acredita que a sustentabilidade do produto é um fator decisivo na hora da escolha do seu consumidor? Por que?**

**Raquel Souza:** Nós temos alguns tipos de clientes diferentes. Tem aquele que compra pelo fato do design, olha para peça e diz: “nossa, ninguém tem isso aqui. Que legal! Da onde que é? A, eu adorei! Vou levar!”; tem aquele que olha para o design e diz assim: “nossa, que design legal e tal, como que faz isso?”; aí tu explica que é impressão 3D: “a, é impressão 3D? Impressão 3D? É, e qual é a matéria-prima? A, é reciclável?” Abraça a bolsa e leva. Então, tem gente que leva só pelo design, porque achou legal, achou diferente, é exclusivo, né? E tem aquele que gostou do design, mas o que faz ele levar a peça é o fato do consciente, o fato de ser uma peça reciclável. E a gente lida com isso quase todo dia, com esses dois. Quase 50%/50%.

**Pergunta 14**

**Entrevistadora: O processo produtivo dos produtos da Black Purpurin impacta no marketing da empresa?**

**Raquel Souza:** Sempre, a gente sempre conta do que é feito. Porque quando tu fala que é impressão 3D, só o fato assim, olha, hoje, a gente usa muito o fato da matéria-prima, mas por exemplo se a nossa matéria prima não fosse reciclável ou não fosse nem biodegradável, só o fato da nossa produção a gente já consegue economizar em até 50% de água e energia comparado a uma indústria tradicional. Então, só o fato de ser impressão, né, já vai para “o consciente”.

**Pergunta 15**

**Entrevistadora: Quais os fatores mais importantes que a Black Purpurin leva em consideração em suas decisões de marketing?**

**Raquel Souza:** É uma mistura de sustentabilidade e design, eu não posso dizer para ti que é só sustentabilidade, até porque eu já te falei antes que a sustentabilidade é uma coisa que eu acho que tem que ser isso na real, daqui há pouco está todo mundo consciente. Então, não vai mais ser um diferencial. Por isso que eu prezo muito pelo fato de ser o design diferente e a peça exclusiva. O legal é, assim, que a gente também, o fato de a gente ter a loja, é que o cliente pode personalizar além de conhecer o processo. Todo mundo tem muito esse negócio de perguntar, mas como é feito? Como que é o 3D? De querer tocar. Então por isso que a gente montou o espaço, ele vem aqui, tem uma máquina funcionando, se ele consegue ver, né, e consegue personalizar. Por exemplo, a gente faz isso na hora “ah, gostei dessa bolsa, mas pode ser com aquela alça?” A gente faz na hora, sabe? Na hora a gente muda isso, depois eu te mostro as gavetas como é que são cheias dos “metalzinhos” e dos alicates. A gente vai ajustando, e alguns a gente consegue colocar o nome, também, da cliente. Encanta os clientes com os detalhes, é só ele que tem aquilo ali.

**Pergunta 16**

**Entrevistadora: Como o consumidor da Black Purpurin compreende a relação entre as empresas de moda e a escassez dos recursos naturais? A marca acredita que eles têm essa consciência?**

**Raquel Souza:** É tipo aquele 50%, sabe? Por exemplo, eu acho que isso tu não pode escrever, em *off*, a gente fez um evento, até aqui em Santa Catarina, e as clientes elas não me perguntaram o que que era, nem o que que não era, elas só queriam levar embora, só pelo fato do design, [pausa] sabe? E aquele público alvo ali, é um dos que mais, aquele perfil ali, é o que mais compra, o que mais adquire. A diferença é que metade daquele público, aqueles 50% pergunta, e a gente conta a história, a outra metade nem pergunta. A história vem depois: [exemplo 1] “a, impressão 3D, que diferente!”; [exemplo 2] “é impressão 3D! Que legal! Vou querer!”.

**Pergunta 17**

**Entrevistadora: Qual a maior dificuldade em trabalhar num mercado como o brasileiro, no qual segundo o Instituto Akatu, a sustentabilidade não está entre os fatores que mais influenciam o consumidor na hora da compra?**

**Raquel Souza:** Olha, exatamente, matéria-prima hoje é aquela coisa que hoje eu estou dando graças à Deus, estou levantando as mãos pro céu, porque a gente está cada vez mais [pausa], está cada vez mais chegando matéria-prima, e hoje a gente está conseguindo, também, às vezes importar algumas coisas, porque a gente também aqui tem um propósito de a gente conseguir trabalhar com matéria-prima brasileira, sabe? Só que assim, é difícil, porque aqui no Brasil chega sempre por último as coisas, então algumas coisas não adianta [*sic*], eu sou obrigada a importar. Em um certo momento eu parei e tive uma conversa comigo e falei: “Raquel, não dá, precisa evoluir as peças né? Não tem condições de ficar aqui parada esperando”, então eu acho que em algum momento a gente vai conseguir, sempre a gente procura aqui, primeiro no Brasil, vê o que tem e o que não tem, a gente precisa importar e trazer para cá. Mas, assim, matéria-prima é aquele negócio que como eu te falei, vai estar melhorando [*sic*], cada vez mais vai chegando um pouco de matéria-prima diferente. Até o couro, está tendo o couro de casca da fruta, de abacaxi, sabe? Já chegou no Brasil, então é uma coisa legal. Tem um outro tecido até que a gente usa as vezes para fazer algum detalhe, que ele é feito de PET, né? Porque assim, exatamente, o que aconteceu, o PET até começou a ser feito roupa, mas ele foi cancelado pelo fato de você lavar a roupa e soltar toxinas no seu corpo, e não só no corpo, vai para água e depois você toma, né? Mas pra bolsa, né, graças à Deus não tem esse problema, você usa em detalhes, você não lava, então as vezes para alguns detalhes a gente faz. Acho que hoje não sei se tenho alguma aqui, mas a gente fez uma coleção que a gente agregou esse material do PET também.

**Pergunta 18**

**Entrevistadora: Qual o perfil do consumidor da Black Purpurin?**

**Raquel Souza:** Então, o que que a gente tem? A gente tem aquela “galera” que é mais jovem, que aquela é a que curte, a que comenta, né? E é a que deseja o produto, mas não é a que tem o poder aquisitivo para poder adquirir um produto. Hoje ainda tem tipo um certo valor que a gente não consegue ainda, né? Enfim, mas o que a gente fez? A gente criou para esse pessoal um porta-celular, que é exatamente uma peça que a gente consegue ter num valor razoável e eles curtem aquilo porque eles vivem com o celular na mão e a galera é conectada, então eles conseguem pegar esse produto. Eles vão lá, se encantam com a bolsa, mas conseguem levar o porta-celular. E daí nós temos a nossa cliente, que ela está na faixa etária dos 35 até os 55, a gente já vendeu pra mais, mas as que mais compram estão dos 35 aos 55 anos, ali, que são nossas clientes chaves, que adquire uma bolsa, adquire duas, compra e dá de presente, fica leal a marca. Quer ver aquelas que se importam com a sustentabilidade! Aquela ela compra, ela fala para amiga, se amiga não vier comprar, ela vai lá, compra uma e dá para amiga. [Exemplo] “Sabe, você precisa ter isso aqui, tipo a Carol, você precisa ter isso aqui porque isso aqui é o futuro, então, te liga minha filha!” É assim. E uma coisa muito, são os maridos. Os maridos eles se encantam com o produto, eles falam: “mulher ó, isso aqui, você precisa usar um negócio desses”. E pelo fato da tecnologia, porque homem às vezes é muito ligado com a tecnologia, e impressora 3D, então eles falam: “você precisa ter uma bolsa com esse negócio aqui, você precisa usar isso aí”. A impressora 3D faz parte do marketing, porque não adianta, as bolsas são impressas na 3D.

**Pergunta 19**

**Entrevistadora: Quais as maiores dificuldades em produzir de maneira sustentável no Brasil em termos de matéria-prima?**

**Raquel Souza:** O fato de a gente não ter a quantidade, né? Tipo, por exemplo, de cores, né? Então é tudo muito: “vamos ver que cor que vai sair agora para o inverno?” O nosso não tem nada a ver com o Pantone, o Pantone é uma coisa, a gente é outra, porque se cair alguma cor meio parecida é criatividade, a gente vê o que tem e vai inventando.

**Pergunta 20**

**Entrevistadora: O que a Black Purpurin vê como crucial na hora do processo de escolha do seu produto por seus clientes?**

**Raquel Souza:** É um *mix*. Tem gente que vai realmente pelo design, mas a impressão 3D está sempre presente, porque mesmo pelo design, olha porque é diferente. A, é impressão 3D, não quer saber se a impressão 3D é consciente ou não, levou pelo design e sabe que a bolsa é impressa. E tem aquele que amou o design, aí você conta que é impressão, você conta que é consciente, que é feito assim e assado e aí ele se encanta mais ainda, geralmente esse é aquele que compra, leva pra casa e divulga, fala pros amigos, e fala pra família. O outro que compra pelo design é aquele que às vezes a gente nunca mais vai ver. Vai ter um milhão de bolsas ali, e muitas vezes nem sabe que essa bolsa é impressão, às vezes tu fala, mas ele nem te escutou.