

# “DOMINGO NA QUINTA”

*Beatriz Gonçalo - n° 105498*

*Catarina Portugal - n° 104542*

*Liliana Araújo - n° 83652*

*Rosa Coppi - n° 105650*

*Design para a Inovação Social (DIS) – Prof. Dr<sup>a</sup>. Teresa Franqueira*

## Resumo

Atualmente, a sustentabilidade é um fator obrigatório a ter em conta na criação de uma empresa ou negócio, seja este qual for. Quer estejamos a falar de negócios grandes ou pequenos, o cuidado com o planeta e com o futuro das próximas gerações é essencial à vida humana. O conceito de ser/ter um negócio sustentável toca cada vez mais as gerações mais novas e cientes dos problemas do século XXI. Sustentabilidade passou a ser então um modo/estilo de vida e há já muitos negócios que se baseiam nesse novo estilo de vida que cada vez mais gente procura.

A Quinta Real *Kiwibee*, assume precisamente uma posição no mercado sustentável. Podemos constatar isso nos seus produtos, no modo de vida pela qual optam por viver, nos seus hábitos e ideais. Na cidade de Barrô, esta quinta é bastante inovadora. Tem muito por onde crescer e precisa de apoio local para que este negócio possa crescer. Conta com excelentes produtos produzidos a partir dos frutos e plantas colhidos e produzidos na quinta. Desta forma, para ajudar ao seu crescimento, foi-nos proposto projetar um serviço para a empresa *Kiwibee*, considerando as várias vertentes que uma empresa poderá prestar: pedagógica, social, ambiental, cultural e de bem-estar.

Tivemos então que pensar num serviço de base colaborativa que permitisse a inclusão da comunidade local na produção e usufruto do próprio serviço. Para isso recorremos à pesquisa já feita previamente de casos de estudo semelhantes nacionais e internacionais, que nos ajudou a imaginar um novo serviço para a *Kiwibee*. Este projeto contempla uma proposta de serviço que estabelece novas relações de base colaborativa entre todos os envolvidos. Tínhamos também a possibilidade de considerar o voluntariado, dando sempre ênfase ao empreendedorismo social. Para ajudar neste processo, foi-nos proporcionada uma parceria com estudantes de Biomedicina que contribuíram para o projeto como consultores externos.

Para a concretização e construção deste serviço foram necessárias algumas ferramentas que facilitassem o desenho do mesmo. Foram elas: “blueprint”, “matriz motivacional”, “personas”, “user journey map” e “mapa do sistema”.

**Palavras-chave:** Comércio Local; Workshops; Comunidade; Sustentabilidade;

## Introdução

Foi a paixão pela terra que fez nascer a Quinta Real *KiwiBee*, no Carqueijo, concelho de Águeda, em 2016, por iniciativa de uma família emigrante em França. Por enquanto, este negócio familiar aposta na kiwi-cultura e na apicultura, mas no futuro ambiciona desenvolver atividades pedagógicas (algumas já estão em prática). Desde 2019 que a política dos proprietários tem passado pela dinamização de novas atividades, que vão para lá da produção propriamente dita, e que tem resultado numa maior visibilidade da atividade agrícola e vida rural do Carqueijo. A ideia passa pela sensibilização dos mais novos, atraindo pessoas a nível nacional e internacional a um espaço particularmente rural, proporcionando, também, um palco de experimentação e aprendizagem coletiva. A agricultura sustentável e o sentido de entreajuda para com a sua comunidade são fatores que estão sempre presentes em qualquer atividade que façam. Foi possível ver isso de perto, pois todos os alunos envolvidos neste projeto, tiveram oportunidade de conhecer esta quinta presencialmente.

A Quinta e as suas atividades são geridas pelas filhas da proprietária, Nina e Liliana Costa, e ainda por duas jovens que trabalham em áreas específicas como as redes sociais e as atividades pedagógicas. Nesta quinta podemos encontrar 2 cavalos e 1 burra, o cão Sebastião a cadela Violeta, entre outros animais. Na visita a esta quinta pudemos perceber que existe uma grande atenção à reutilização dos utensílios que têm na quinta. Sapatos de salto alto velhos foram reutilizados como prateleiras para uma minicozinha; de restos de outros materiais fizeram-se cadeiras, armários e produtos de decoração. Há todo um sentido ecológico e sustentável presente na vida destes colaboradores da quinta.

O objetivo foi então criar e dar um novo dinamismo a esta Quinta, com um serviço. As suas atividades, apesar de atrativas, ainda não estão a colocar a Quinta *Kiwibee* no mapa como um destino a ter em conta quando visitada a região, por isso, e com isto em mente, o grupo estudou e procurou casos de estudo em que se pudesse apoiar e retirar algumas ideias do que já existe no mercado. Foram posteriormente formuladas ideias iniciais e primitivas, que levaram ao serviço “Domingo na Quinta”.

## Metodologia

O primeiro passo dado para o desenvolvimento deste projeto foi então a procura de casos de estudo pelos membros do grupo. Estes poderiam ter de algum modo parecenças com o ambiente e atividades realizadas na Quinta *Kiwibee* mas também poderiam ser casos de estudo inovadores e que pudessem trazer algo de novo à dinâmica já existente na quinta. Com a apresentação dos casos de estudo à turma e com o começo de exercícios de brainstorming, utilizando ferramentas online como o *Miro*, onde existiu uma constante partilha de ideias entre todos os elementos do grupo em todas as fases do trabalho, o grupo começou a estudar possibilidades e estratégias de ação para a *Kiwibee*.

Com uma visita guiada à quinta foi possível aferir todo o tipo de atividades e infraestruturas com grande detalhe. A família e staff responsável por todo o projeto e pela quinta, conseguiram expor e realçar todos valores que fazem o projeto crescer e aquilo que realmente procuravam atingir com uma nova(s) atividade/serviços. Deram-nos oportunidade de conhecer a vasta plantação de kiwis que têm, de provar o mel que produzem a partir das abelhas que criam, de perceber a dificuldade que é manter as abelhas vivas, fortes e saudáveis, perceber como tentam afastar as vespas asiáticas, que são uma grande ameaça para a produção do mel, entre outros problemas e necessidades que precisam de ser resolvidas.

O grupo começou então, através da partilha de ideias e conhecimentos entre si, a procurar nas áreas próximas à *Kiwibee* por recursos ou possíveis parceiros, percebendo assim que tipo de população era aquela que vivia no Carqueijo. Foi conferido que existiam algumas escolas nas redondezas, alguns restaurantes e pequenas empresas de variadas tipologias (distância da quinta a estes estabelecimentos eram de 5 minutos ou um pouco mais longe).

O passo seguinte foi a criação de personas. Para quem seria este novo serviço criado? Qual a sua personalidade e o seu papel nestas novas atividades/serviço criado para a quinta?

Utilizando o *template* da criação de personas disponível no website *Service Design Tools* ([Personas | Service Design Tools](#)), foram criadas 6 personas, cada uma delas com distintas características e atributos. As seis personas escolhidas foram:

- Família Ribeiro, constituída pelos pais e duas filhas, ainda crianças. Estes pais desejam que as suas filhas conheçam e tenham um futuro sustentável, por isso visitas à quinta são uma maneira de se juntarem e aproveitarem os fins de semanas juntos, mas também algo educativo para toda a família;

- Uma criança, o Romeu (depois representadas no serviço por um conjunto de crianças, como por exemplo uma turma escolar), muito energético e sempre com vontade de aprender e experienciar coisas novas;

- Um casal de turistas *Alev* e *Esrin* que visitam a *Kiwibee* pela primeira vez, e querem acima de levar boas recordações, experimentar sabores portugueses e fazer novos amigos;

- Uma professora, Rita Ferreira que deseja que as crianças tenham um conhecimento mais autêntico e *hands-on* sobre a sustentabilidade, e um futuro vivendo sobre este conceito;

- Uma pessoa da comunidade de Barrô, a Maria Teresa que sabe tudo sobre a cidade, tem imensa experiência com os produtos locais e procura ativamente atividades para se entreter;

- Um vizinho, o Sr. José Casemiro, que neste caso também é um agricultor que produz alimentos domesticamente, mas de maneira excessiva, dando sempre aos filhos, amigos e conhecidos as sobras da sua produção, sem cobrar e sem fazer lucro desse excesso produzido.



Criar personas é uma tarefa na qual temos de nos colocar na “pele” da pessoa que estamos a imaginar. O processo passa por nos perguntarmos a nós mesmos o que faríamos, quais seriam os nossos interesses, as nossas reações e até as nossas dificuldades se fossemos por exemplo a Professora Rita ou o Sr. Casemiro. Todas as personas teriam de usufruir da Quinta de forma a ficarem satisfeitas e ao ponto de repetir a experiência ou falarem positivamente sobre a quinta fazendo “publicidade” pelas outras pessoas da zona e não só.

Com as personas todas caracterizadas e criadas, o passo seguinte foi a realização de uma Matriz Motivacional. A Matriz Motivacional serve para perceber a ligação entre cada uma das personas, o que é que cada um consegue retirar de outro. O que é que a professora poderia retirar da *Kiwibee* e como é que a professora poderia beneficiar a Quinta.

Neste passo, o grupo já tinha decidido algumas atividades que poderiam integrar o serviço, mas ainda não havia um ciclo ou um conjunto conciso de atividades que de certa forma se pudessem interligar e formar um serviço completo. Desta forma, este passo foi extremamente importante para perceber quais as ligações e atividades que cada persona ou interveniente no serviço teriam umas com as outras,

percebendo assim se todas as personas criadas faziam sentido existirem ou se todos sairiam beneficiados de alguma forma, com este serviço.

**Motivational Matrix**

What gives?								
			Products; Site to buy local products, spend time and learn.	Site to learn and play; acquire experiences and knowledge.	Products; Site to learn about sustainable agriculture and enjoy the "farmer's market"	Products; Site to learn;	Products; Site to visit;	Products; Site to sell their products in the "farmer's market"
	Workers plan and execute the activities around the farm. Make sure everything is good.	Work together, give feedback to each other, create and plan new activities for the farm.	Provide the experiences and the activities.	Provide the experiences and the activities.	Provide the experiences and the activities.	Provide the experiences and the activities.	Provide the experiences and the activities.	Establish connections and help small producers in their businesses.
	Contribute to the development of the farm.	Give feedback and share their experiences (with a view to improving the service); Monetary contribution;	Create new bonds.					Establish connections and give the opportunity to grow economically by buying their products.
	Contribute to the development of the farm.	Give feedback and share their experiences (with a view to improving the service);		Share their experiences; Play and have fun, learn from each other.		Feedback on their experience; Share what they've learned;		
	Contribute to the development of the farm.	Give feedback and share their experiences (with a view to improving the service) as well as share their cultural background. Share their experience with others, bringing in more people; Monetary contribution;			Share their experiences; Share their cultural backgrounds; Create new bonds;		Share their cultural backgrounds; Create new bonds;	Monetary contribution; Share their cultural backgrounds; Business opportunities.
	Contribute to the development of the farm.	Give feedback and share their experiences (with a view to improving the service); Share their experience and their students experiences;		Contribute for the children learning process; Enrichment in sustainability;				Monetary contribution; Share stories and experiences.
	Contribute to the development of the farm.	Sharing help and visibility.	Fortify local relationships.		Give people the possibility to taste local food and know local culture.		Create new bonds; Share agriculture knowledge and experiences;	Knowing each other starting a work collaboration; Monetary contribution;
	Contribute to the development of the farm.	Create new working bonds, collaborate and give feedbacks.	Provide fresh and local products. Making people understand the importance of support local activities.		Share local products with new people that can become an occasional customer.	Offer the opportunity to know better the local products and let them know the local activities.	Gain visibility.	Sharing advices and starting possible partnership.

Esta foi a Matriz Motivacional final, no entanto não foi imediata, pois fizemos algumas antes, mais incompletas ou com menos informação. Foi um processo progressivo até chegar a uma final e concisa.

Após percebermos como todas as personas envolvidas no serviço iriam interagir positivamente, passamos para a elaboração do "System Map" ou Mapa do Sistema. Um mapa do sistema é uma representação sintética que mostra num único quadro todas as diferentes personas envolvidas no serviço e as suas ligações mútuas (por exemplo, fluxos de materiais, energia, informações, dinheiro, documentos, entre outros). O mapa do sistema esclarece como os diferentes componentes de serviço e funções estão conectados uns aos outros, destacando os valores que eles trocam.

Neste Mapa do Sistema elaborado e apresentado em baixo podemos ver a Quinta Kiwibee no centro e todas as personas à volta, estando representado pelo traçado a interação com o serviço e atividades e o fluxo financeiro que cada um poderá lucrar ou gastar.



## Workshop



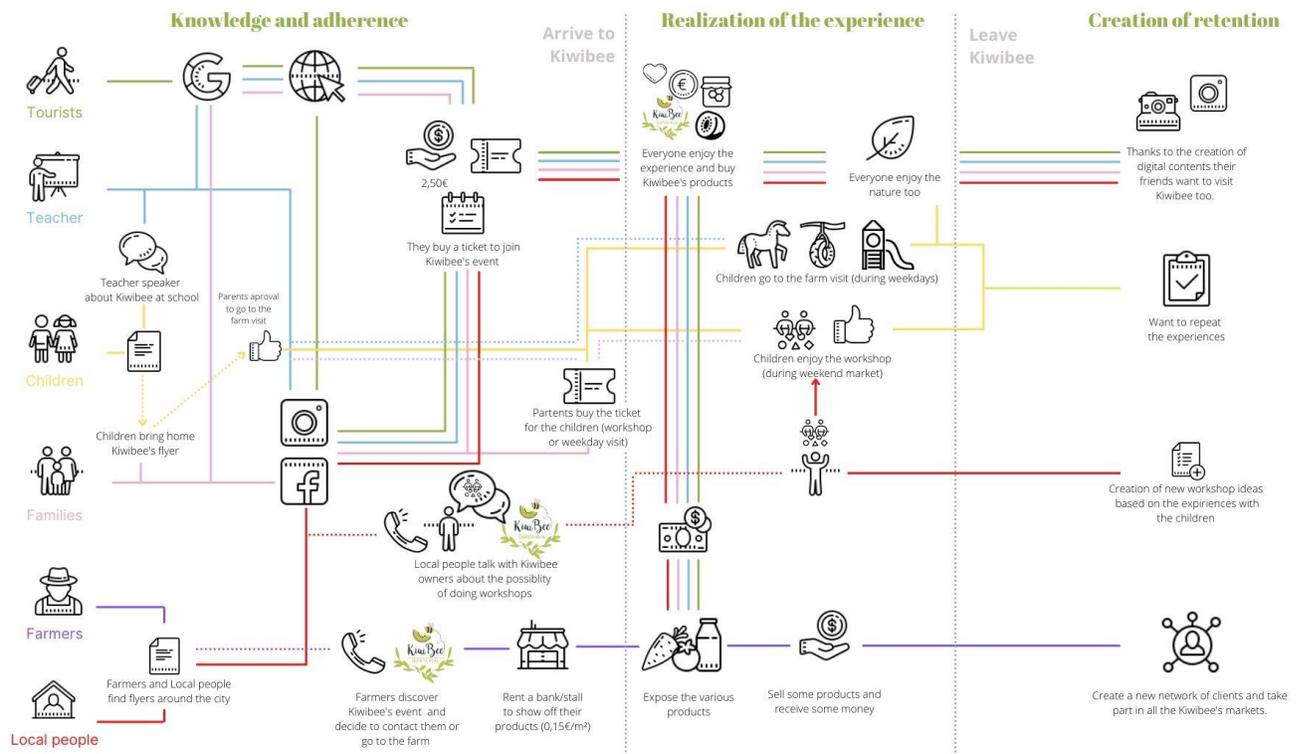
Sendo a Quinta muito ligada à sustentabilidade e tendo crianças como uma das personas que iria interagir com a Kiwibee, quisemos aliar as duas coisas. Após várias discussões de ideias chegamos à conclusão de que workshops seriam ideais. Workshops estes que iriam aliar a criatividade tanto do staff da Quinta, como a das crianças.

Pensamos em dois workshops principais: um sobre reciclagem, em que as crianças traziam utensílios em desuso ou considerados “lixo” e com a ajuda da Kiwibee transformariam em objetos de decoração ou outro tipo de finalidade; e outro em que se recolham os ramos e paus que se recolhem das plantações de kiwi e poderiam ser feitas cestas ou outro tipo de produtos, não havendo assim desperdícios. No início deste serviço poderia ser realizado também um workshop comunitário em que a população iria ajudar a construir as bancas que seriam necessárias para a exposição de produtos que serão vendidos no “Domingo na Quinta”.

Para conseguirmos organizar a linha de seguimento do nosso serviço, recorreremos ao “User Journey Map”, onde pensamos, em conjunto, o percurso individual de cada persona, quais as suas ações e reações, o que sentiam e o que achavam de cada parte do serviço. Perceber individualmente como se vão comportar e interagir é muito importante para o passo seguinte, onde colmatamos com o “Blue Print”. Estas duas ferramentas completam-se no sentido em que uma nos ajuda a perceber o percurso individual e outra o percurso coletivo. Pode ser um processo bastante complexo se não estiver corretamente definido o percurso individual de cada persona. Podemos revelar que é a parte que mais exige colaboração de grupo. Se não formos organizados há muita dispersão.

Como podemos observar no mapa apresentado abaixo, a grande maioria das personas chega à Kiwibee através das redes sociais, que já têm, ou através de uma ferramenta de pesquisa: o Google, que leva até ao site da Kiwibee, uma ferramenta que pretendemos criar. Neste site irão poder

comprar um bilhete para o “Domingo na Quinta”, ver como está programada esta “feira” e até pesquisar um pouco sobre os workshops, muito interessantes para as crianças. Quando vão à Kiwibee, todos gostam da experiência e compram os produtos, aproveitam a natureza e até podem criar conteúdo digital, uma publicidade bastante favorável, mostrando um bom feedback por parte dos visitantes. No caso da crianças, podem ver um flyer sobre este evento semanal, falar com os pais ou professores, que por sua vez se informam melhor sobre o assunto através do site ou redes sociais e decidem ir e levar as crianças (em turma ou em família). As crianças só vão com a autorização dos pais. Podem optar por participar nos workshops, que são pagos, ou acompanhar os pais na compra dos produtos na Quinta. Os agricultores e população locais conhecem o evento através de flyers. Os agricultores vêem uma boa oportunidade de venderem os alimentos que produzem a mais e imediatamente contactam a Kiwibee, que lhes vai alugar uma banca para que possa vender no “Domingo na Quinta”. É uma oportunidade para gerar um fluxo de economia local. A população da zona, que já conhece bem as tradições, cultura e hábitos da terra também poderá ter um excelente contributo para aumentar a criatividade dos workshops e ajudar com a organização dos mesmos.





Este seria o loyalty card que iria ser marcado/furado de todas as vezes que, à saída da quinta, as pessoas levassem produtos Kiwibee. Isto, ao fim de 10 vezes, oferecia uma tour pela Quinta, mantendo assim o interesse pelos produtos Kiwibee.

## Resultados

Como funciona então o serviço “Domingo na Quinta”?

O grupo optou como objetivo principal, a criação de um mercado que aconteceria todos os domingos; assim criou-se o “Domingo na Quinta”. A quinta *Kiwibee* seria o espaço onde todo o mercado iria tomar forma e funcionar.

Para isso, e através de publicidade a este serviço (quer sejam por posters nas farmácias, escolas, entre outras zonas mais frequentadas na região quer seja a nível de redes sociais), os produtores próximos e interessados em alugar a sua pequena banca dentro da quinta poderiam deslocar-se até à mesma ou contactar o pessoal responsável.

Através desse contacto e de um pagamento (referente ao aluguer da sua banca), os produtores poderiam expor os seus produtos e fazer negócio com os visitantes do mercado, criando assim uma rede de contactos e um dinheiro extra com os seus produtos biológicos e caseiros que poderiam ser desperdiçados de outra forma.

Os clientes que quisessem visitar o mercado e fazer as suas compras, pagariam um bilhete de 2,50€ e no final da sua visita receberiam um pequeno frasco de mel (custo do frasco é de 2€ se fosse

comprado normalmente na loja da *Kiwibee*, por isso foi adicionado um extra de 0,50€ para que a quinta tenha algum retorno com a entrada de clientes na sua propriedade).

Ainda era possível adquirir um bilhete para que as crianças participassem num workshop que a quinta teria disponibilizado, lecionado por um dos moradores locais do Barrô (por exemplo a pessoa que o grupo explorou, a D. Maria Teresa que tem um gosto por artesanato e imenso tempo livre para desenvolver algo como um workshop). Estes workshops ensinariam não só as crianças novas técnicas (por exemplo utilização de “desperdício” para criação de algo original, como os pequenos ramos cortados das plantações de Kiwi) de arte e sustentabilidade, como dariam aos pais das crianças um pouco de tempo e descanso para estes verem e apreciarem o mercado sem estarem constantemente preocupados com os seus filhos.

As crianças poderiam ainda usufruir de um sítio próprio para brincarem e enriquecer a sua criatividade como por exemplo na cozinha de lama que é algo extremamente atrativo para as crianças.



## Limitações encontradas

O grupo gostaria de ter entrado em contacto com algumas pessoas da cidade de Barrô, principalmente os vizinhos e possíveis produtores que iriam integrar o serviço vendendo os seus produtos na sua banca. Uma entrevista teria sido importante para perceber se existia um interesse nesta atividade por parte da comunidade mais rural e até mais idosa.

Obviamente, devido à distância onde se encontra a quinta assim como o estado pandémico por que passamos, estas entrevistas não foram possíveis de se realizar.

A pandemia também não ajudou o grupo com as relações e encontros entre si, de maneira que tudo o que foi feito ou teve que ser nas aulas quando o grupo finalmente se reunia, ou teve que ser online com um grande número de reuniões para haver a colaboração de todos, até dos alunos de biomedicina.

## Bibliografia consultada

1. Sdt. Personas. Accessed June 20, 2021. <https://servicedesigntools.org/tools/personas>
2. Babich N. A Beginner's Guide To User Journey Mapping. UX Planet. Published 2019. Accessed June 20, 2021. <https://uxplanet.org/a-beginners-guide-to-user-journey-mapping-bd914f4c517c>
3. KiwiBee Quinta Real. FindGlocal. Accessed June 20, 2021. <http://www.findglocal.com/PT/Carqueijo/635288526621611/KiwiBee>