

CASOS DE
SUCESSOLEMBRANÇAS DIFERENCIADAS
ENCANTAM TURISTAS

ERALDO ROSA/DIVULGAÇÃO

Em quatro meses, Eraldo Rosa desenvolveu o souvenir diferenciado

Artista paranaense desenvolve souvenir e obtém boas vendas no período do Mundial

A Copa do Mundo da FIFA 2014 inspirou milhares de empreendedores em todo o País. A possibilidade de ampliar as vendas e a visibilidade motivou a criação de diferentes peças. Em Curitiba (PR), o designer de produto Eraldo Rosa desenvolveu uma peça inspirada nas belezas da cidade paranaense, para conquistar os turistas. O mini Jardim Botânico – réplica de um dos principais pontos turísticos da cidade – foi desenvolvido para ser um *souvenir* diferenciado. O processo criativo da peça e o envolvimento do artista no processo de concepção deram certo: foi registrado um alto volume de vendas e o *souvenir* encantou os visitantes que passaram pela cidade-sede.

“ O Sebrae nos motivou a desenvolver souvenirs para o Mundial e eu vi a oportunidade de desenvolver um produto inteiramente meu ”

Eraldo Rosa - Designer de Produto

Rosa prospectou nove pontos de venda em Curitiba. Para desenvolver o produto, ‘aguçou o olhar’ e pensou em uma peça versátil e diferenciada. O mini Jardim Botânico consiste em uma miniatura em resina que possui sementes. A ideia é possibilitar a germinação da grama após a rega. De acordo com o artista, inserir elementos naturais foi um processo difícil, porém, compensador. Com o objetivo de produzir uma lembrança que saísse dos moldes ‘comuns’, Rosa mergulhou durante quatro meses para conceber a ideia.



Eraldo Rosa troca ideias também com sua namorada

DANIEL CASTELLANO

“O Sebrae nos motivou a desenvolver *souvenirs* para o Mundial e eu vi a oportunidade de desenvolver um produto inteiramente meu”, explica. Conforme o artista, grande parte de seus trabalhos esteve relacionada à execução de projetos já concebidos.

O SouCuritiba – projeto desenvolvido pelo Sebrae-PR - capacitou dezenas de artistas na cidade. Os selecionados participaram de rodadas de negócios e puderam se aproximar dos locais de venda que poderiam dar vazão aos produtos. Rosa afirma que percebeu os resultados ainda em 2013. “No final do ano, já registramos vendas”. O principal exercício feito foi ‘se colocar no lugar do turista’. Neste processo, o artista percebeu que fugir do óbvio faria a diferença.

Outro aspecto pensado no processo criativo da peça foi produzir algo atemporal, que não tivesse relação somente com o megaevento. De acordo com ele, isso favorecerá a comercialização fora do período dos jogos. “Desenvolver um produto sazonal é um risco”, considera.

Mesmo competindo com peças estritamente ligadas aos jogos e à temática, o mini Jardim des- pontou como um dos *souvenirs* mais vendidos do Projeto. Conforme Rosa, o Mundial fez com que o País ganhasse evidência e oportunizou aos empreendedores projetar ações pensando no pós-evento. “As vendas de *souvenirs* vão cair se compararmos ao período dos jogos, mas teremos que viver além deste evento”, reflete.

A experiência, segundo o artista, mostrou vários aspectos: a importância do planejamento, a projeção do futuro dos negócios e a necessidade de se preparar para atender a demanda. “Pude colocar muitas coisas em prática. Consegui otimizar a capacidade de gerenciamento do meu ne- gócio e pensar em uma produção enxuta”, expõe. Para ele, mais do que lucratividade, a ocasião mostrou novas perspectivas. “Percebo que o fim da Copa pode ser o início da sobrevivência do meu negócio”.

Criatividade empírica

Eraldo Rosa é designer de produto, com formação também na área de artes plásticas. Em seu estúdio de produção, desenvolve trabalhos para indústrias de Curitiba. Neste contexto, muitos projetos já têm sua parte criativa concebida, e resta ao estúdio de Eraldo executá-los.

Com a realização do Mundial e o projeto desenvolvido, Rosa viu a oportunidade de conceber o produto por inteiro. “Tive a liberdade de criação”, conta. Criar um produto ‘do zero’, de acordo com o artista, foi estimulante. Foram ao todo, quatro meses, desde a concepção da ideia à finalização do produto - que Rosa define como uma “imersão cultural”. O mercado de *souvenir* foi outra descoberta feita por ele. De acordo com o artista, este nicho está, a cada dia, se mostrando mais profissionalizado e crescente.

O mini Jardim Botânico, assim como as demais criações, surgiu da vi- vência empírica de Rosa. De acordo com ele, se colocar no lugar do turista e interpretar os anseios de quem visita determinado local é es- sencial para desenvolver as peças que serão levadas como lembrança.

INDIANARA VICENZI



Réplica de um dos principais pontos turísticos de Curitiba registrou boas vendas



FICHA TÉCNICA

EMPRESÁRIA: ERALDO ROSA / LOCALIZAÇÃO: CURITIBA (PR)



Sua opinião faz a diferença!

Por isso o Projeto de Inteligência Competitiva do Programa Sebrae 2014 quer saber mais sobre suas expectativas e satisfação. Responda a breve pesquisa que elaboramos especialmente para você e seu negócio!



PARTICIPAR