

O CIRCO SHOW INFANTIL: O CASO PATATI PATATÁ

Caio Boldrini - Alliance Consultoria

Caio Augusto Arnesi - Mackenzie

Igor Faria - UNIVERSIDADE MACKENZIE

Pedro Mancini - Universidade Presbiteriana Mackenzie

Alexandre Nabil Ghobril - Universidade Presbiteriana Mackenzie

Marcos Antonio Franklin - Universidade Presbiteriana Mackenzie

Resumo

Resumo O espetáculo circense tem enfrentado grandes desafios no Brasil e no mundo na última década. A falta de investimentos e modernização nesse segmento fez com que esse movimento cultural que data há mais de 200 anos ficasse obsoleto em vários aspectos, o que por consequência tem causado falta de público, inviabilizando o negócio. Este trabalho tem como objetivo a proposição e análise de um novo modelo de negócios circense, que mude os paradigmas existentes no mercado, viabilizando sua operação. As principais barreiras de entrada foram analisadas e a partir disso e com base em fatores históricos, dados mercadológicos e opiniões de especialistas da área de entretenimento e circo, propusemos um novo modelo de negócio, aliando as práticas tradicionais do circo e as contemporâneas associadas com a marca de conhecimento nacional: Patati Patatá. O estudo identificou uma lacuna a ser explorada no mercado circense pelo Circo Patati Patatá, por meio da proposta de um novo modelo de operação e comercialização do espetáculo fortemente alavancado em parcerias, que já está sendo implementado e apresenta resultados que podem orientar novas ações de aperfeiçoamento do modelo.

O CIRCO SHOW INFANTIL: O CASO PATATI PATATÁ

Contextualização:

O circo tradicional passa por uma crise nas últimas décadas. Mas novos modelos de circo têm surgido, focados na experiência do consumidor. O presente trabalho analisou o mercado circense, problemas e oportunidades. Mais especificamente, tratamos da oportunidade da criação de um circo-show como uma nova área de negócios para a empresa Patati Patatá, que tem sua história e estratégia voltados a oferecer entretenimento para o público infantil.

Objetivos:

Verificado que poucas são as ofertas de espetáculos circenses com modelos contemporâneos no Brasil e, considerada a experiência e força da marca Patati-Patatá, espetáculo com excelente penetração perante as famílias e crianças, atuando diariamente em duas emissoras de TV, a empresa vislumbrou a oportunidade de criar um circo show infantil. Este trabalho tem como objetivo propor e avaliar um modelo de negócios circense voltada ao público infantil pela empresa Patati-Patatá, que mude os paradigmas existentes no mercado.

Metodologia:

O presente trabalho foi desenvolvido com base no protocolo de relato tecnológico de Marcondes, Miguel, Franklin e Perez (2017). As etapas foram análise do contexto e da realidade investigada, seguido de diagnóstico, identificação da oportunidade; apresentação da solução e análise dos resultados iniciais da implementação do projeto. Para o diagnóstico foram utilizados análise de mercado e SWOT. Para definição da estratégia, foram entrevistados especialistas e parceiros, culminando na proposição do modelo de negócio representado pelo BMCanvas.

Fundamentação Teórica:

Com a chegada do Cirque du Soleil, um novo conceito de circo baseado na condução temática e componentes coreográficos, musicais e experiência do consumidor, foi apresentado (Oliveira & melo, 2016). Ainda segundo Las Casas e Garcia (2007) o consumo de produtos e serviços da indústria do lazer tende a aumentar neste século, sendo grande a oportunidade para as empresas que desenvolvem ações concretas de fortalecimento de marca e se apoiam nas mudanças tecnológicas para tal.

Resultados e Análises:

A partir de uma verificação de capacidades e tendências de mercado foi realizada uma análise SWOT. Em seguida algumas premissas foram validadas, e proposto um modelo de negócio inovador para o segmento. O projeto contempla exposição em shoppings centers, além de parcerias diversas para a operação. O circo estreou e os primeiros resultados foram apurados e analisados. Para isso, utilizou-se ferramenta Balanced Scorecard nas suas dimensões clientes e financeiro. Resultados foram apurados e indicam oportunidades de melhoria.

Considerações Finais:

O circo-espetáculo tem se provado um modelo vitorioso. No entretenimento infantil essa oportunidade ainda é pouco explorada no Brasil. Todavia, esse negócio requer uma infraestrutura relativamente complexa, que exigiu uma série de parcerias, tanto na

comercialização e locais de exposição, quanto nos bastidores, no planejamento e operação do empreendimento. Essas forças garantiram à Patati-Patatá os recursos para viabilizar o projeto. A operação inicial foi bem sucedida e já deu sinais do potencial de crescimento e lucratividade desse empreendimento.

Referências:

Alves, Z. M. M. B., & Silva, M. H. G. (1992). Análise qualitativa de dados de entrevista: uma proposta. *Paidéia (Ribeirão Preto)*, (2), 61-69.

Las Casas, A. & Garcia, M. (2007). *Diferenciação e Inovação em Marketing (1ed., pp. 169-171)*. São Paulo: Saraiva.

Oliveira, J. S. & Mello, C. M. (2016). As Lógicas Institucionais no Campo Organizacional Circo Contemporâneo: Uma Etnografia Multissituada no Contexto Brasil-Canadá . *Revista Alcance*, 23(4), 475-494.

Rocha, G. (2010) O circo no Brasil - estado da arte. BIB. *Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais*, v. 70, p. 51.

Palavras-chave:

Circo, inovação, modelo de negócio