

**Oswaldo Lyrio,**  
**28 anos**

Coordenador de marketing, ele se diz apaixonado pela área que o conquistou e nunca mais abandonou

# Senhor do marketing



**ANDRÉ LUÍSCIA**

Da Gazeta de Piracicaba  
andrecia@gazetadepiracicaba.com.br

**B**aiano de nascimento, Oswaldo Lyrio adota Piracicaba como moradia em 2012. Aos 28 anos, o coordenador de marketing do **Shopping Piracicaba**, trabalho que ele define como dinâmico e complexo. "Não vendemos apenas um tipo de produto para um cliente específico. A área de marketing é ampla. Ela é responsável pela experiência de compra do consumidor e isso inclui diversas ações, nas quais o marketing deve atuar". Formado em administração pela Universidade Federal da Bahia (UFBA) e em comunicação social (publicidade e propaganda), Lyrio tem pós-graduação em marketing. "Na minha área, como em qualquer outra, é preciso haver respeito e

trabalho duro. No meu segmento, ter transparência é essencial para passar uma boa imagem. Trabalhar com coerência é algo imprescindível". Sobre o fato de ainda ser muito jovem e de ter a responsabilidade de liderar muitas pessoas, ele diz que esse ponto é o que mais

atenção. "Tenho que tomar cuidado e ter uma atenção muito grande com o ser humano. Isso só desenvolvemos com o passar do tempo. Costumo estudar bastante o assunto e principalmente, ouvir, vivenciar as rotinas e proporcionar oportunidades. Procuro compreender o limite e não errar a mão, no rigor e disciplina, mas sim, incentivando e liderando a equipe para alcançarmos objetivos em comum".

Suas primeiras experiências na área aconteceram ainda na Bahia, em 2004, quando foi trainee e consultor de uma empresa de consultoria, formada e gerida por alunos de administração da UFBA. Nesse período, diz que teve a chance de administrar com outros colegas a área de marketing da empresa. Dentre os projetos, desenvolveu duas pesquisas e um plano estratégico de marketing. "Essa área me conquistou e nunca mais consegui fugir dela", confessa.

Nos últimos anos, Lyrio passou por diferentes experiências até

aceitar o desafio de vir para Piracicaba. O seu trabalho consiste em realizar toda comunicação institucional do shopping (a mensagem que se pretende passar, o posicionamento do setor, os elementos de comunicação que serão inseridos para conquistar o consumidor, dentre outros). É responsável também por todas as promoções das grandes datas de varejo (Dia das Mães, Natal, Dia dos Pais), e pela criação de datas especiais que incentivem as vendas, como o Ponto Mix (inclusive no calendário varejista da cidade).

Em sua opinião, "Piracicaba é uma cidade incrível" porque não é grande demais para ter os problemas das grandes metrópoles e nem pequena para ter a escassez de serviços e lazer. "A qualidade de vida que se tem aqui é o principal diferencial". Por outro lado, ele não vê tantos pontos negativos. "Acho que o trânsito poderia ser melhorado no sentido de contemplar vias com traçados antigos, que hoje recebem um fluxo redobrado e ficam saturados". Se tivesse o poder de mudar algo na cidade, diz que desenvolveria projetos ambientais

