

CASAMENTO: UM GRANDE NEGÓCIO COM O ESTUDO DE CASO: ORGANIZA ASSESSORIA

Monick Santana Anunciação Silva¹
Lídia Chagas de Santana²

RESUMO

Este artigo aborda as situações do contemporâneo mercado de eventos matrimoniais. De acordo com o passar dos tempos, foi perceptível a perda de tradições e originalidade em alguns rituais da celebração dos casamentos. O capitalismo ditou moda e até costumes antiqüíssimos tem sido cada dia mais extintos. Assim, os empreendedores deste *trade*³ buscaram profissionalizar-se e estudar novas tendências a fim de inovar e conquistar uma demanda sedenta de expectativas e sonhos. Através do estudo de caso da empresa de Assessoria de Eventos Organiza, a autora buscou ainda referências bibliográficas que a embasassem para compreender as mudanças comportamentais dos clientes e ferramentas para analisar as estratégias de sobrevivência e competitividade deste potente segmento.

Palavras-chave: Casamento. Negócio. Eventos Matrimoniais. Profissionalização. Customização. Espetacularização.

ABSTRACT

This article discusses the situations in the contemporary market of marriage events. According to the passage of time, there was a noticeable loss of tradition and originality in some rituals of the celebration of marriages. Capitalism dictated by fashion and age-old customs have been increasingly extinct day. Thus, this trade entrepreneurs sought to professionalize and study new trends in order to innovate and win a thirsty demand expectations and dreams. Through the case study company's Advice Events Organization, the plaintiff also sought references that embasassem to understand the behavioral changes of customers and tools to analyze the strategies of survival and competitiveness of this potent segment.

Keywords: marriage. Business. Marriage Events. Professionalization. Customization. Spectacle.

1 INTRODUÇÃO

Atualmente é cada vez mais perceptível a constante mutação do comportamento humano. Segundo Zygmunt Bauman (2000), a sociedade é uma instituição que não traduz solidez, concretude, nos quesitos relacionados a emoções, ações, ideais e fundamentos.

¹ Turismóloga, Especialista em Metodologia do Ensino Superior pelas Faculdades Olga Mettig, Bacharela do curso de Administração da Fundação Visconde de Cairu.

² Bacharel em Letras, Especialista em Literatura Infanto-Juvenil pela UFRJ em 1993, docente e orientadora dos Trabalhos de Curso da Fundação Visconde de Cairu.

³ *Trade* (significado: *negócio; comércio; escambo, permuta; ocupação*). Acesso em 05/12/2013, disponível em <<http://oque.dictionarist.com/trade>>

Com o *boom* da globalização e seguindo a teoria do autor citado é ainda vigente o alto nível de consumismo, sobretudo quando há a supervalorização do “ter” num universo capitalista. Este cenário de mudanças, instabilidade e flexibilidade humanísticas tornou-se alvo de oportunidade dos administradores com visão mercadológica na vertente de eventos matrimoniais, haja vista que a celebração dos casamentos modernos é sinônimo de “*espetacularização*” e os desejos e sonhos em meio aos holofotes só se concretizam através de ações pesadas de Marketing e Vendas.

Enxergar o casamento como negócio (no âmbito da profissionalização de serviços) é um fato novo na sociedade, embora em outrora já houvesse eventos numa proporção tão grande quantos nos dias de hoje, regados a muita bebida, comida, música, dança e planejamento; a organização era totalmente artesanal, pois na maioria das vezes era a própria família que se mobilizava e realizava toda elaboração dos quesitos indispensáveis para uma bela celebração. Um exemplo disso eram os vestidos de noivas feitos a e bordados a mão pela mãe ou avó da noiva, os quitutes eram fabricados por toda a família e até a vizinhança, o espaço era o mais aconchegante já que geralmente era a casa dos pais da noiva, enfim, os matrimônios tinham um significado de simplicidade, respeito, fertilidade e amor eterno.

A escolha do tema foi definida com base nas experiências pessoais da autora, uma vez que a mesma já laborou no ramo de eventos em uma microempresa no interior da Bahia e no dia 15 de dezembro de 2012 ter sido a protagonista do seu próprio matrimônio. Além disso, por acreditar na potencialidade deste mercado e vislumbrar que será a próxima empreendedora deste ramo tão ascendente no Brasil.

Pretende-se neste artigo, demonstrar numa visão holística através de estudos e análises do principal nicho de mercado as possibilidades, oportunidades e potencialidades do ramo de Eventos Matrimoniais para os futuros administradores e empreendedores desta instituição. Além de: analisar a questão comportamental baseada na evolução cronológica dos costumes, valores e cultura dos consumidores deste serviço; examinar as condições motivacionais que levam os clientes a customizar e *espetacularizar* o casamento; diagnosticar as estratégias de Marketing e vendas utilizadas no

processo de “sedução deste cliente”; fazer a análise SWOT das empresas deste segmento de mercado; apresentar dados atualizados sobre custos, rentabilidade, fornecedores, parceiros e outras informações pertinentes a este *trade*; indicar uma empresa para servir como estudo de caso para elaboração do artigo final fins respaldo e significativo fundamental teórico.

Devido à precariedade e deficiência de materiais bibliográficos, as metodologias mais utilizadas foram técnicas de investigação como observação, entrevistas e questionários no intuito de mensurar com mais fidelidade a realidade do potencial mercadológico desta vertente.

2 DESENVOLVIMENTO

O casamento é um evento que precisa de um planejamento bem estruturado e bastante organização. Deve ser criteriosamente detalhado com pelo menos um ano de antecedência haja vista a variedade de itens que compunham para uma cerimônia adequada para cada estilo.

As noivas que antigamente, junto com seus parentes mais próximos cuidavam de toda a estrutura, estão preferindo pagar pelo serviço de assessoria ou cerimonialista para providenciar todos os minuciosos detalhes de uma festa neste porte.

A inexperiência e, sobretudo o estresse que a noiva carrega acaba fazendo-as aceitar as propostas de mercado em que são oferecidos todo o esquema de escolha de fornecedores, espaço, mimos, lembranças e outros pormenores que personificam cada celebração.

Ainda hoje alguns poucos rituais dos casamentos oriundos dos relatos bíblicos a.C. são conservados, já outros foram substituídos de acordo com o gosto dos clientes.

2.1 Origem e tradições do casamento

Na Roma Antiga, antes do Cristianismo, surgiu o casamento como instituição social. Era celebrado publicamente e criava direitos e obrigações diante da Lei, do Estado e da Religião (na Roma antiga religião e estado se confundiam). Com a Cristianização de Roma o casamento foi assumido como função e monopólio da Igreja, e passou a ser mais negócio entre famílias que amor entre noivos. Depois da Revolução Francesa, quando a França rompeu relações com a Igreja e instituiu o Estado Laico, o casamento foi assumido

Segundo relatos de 445 a.C. o casamento se originou na Roma Antiga⁴ e foi aos poucos adquirindo os costumes de toda a Europa, sobretudo da Grécia Antiga, cuja cultura era baseada em lendas, deuses, divindades, espíritos e tempos de guerra e combate.

Nas Escrituras Sagradas também pode-se perceber diversas passagens que versam sobre a origem da estrutura casamento: “O criador fez o homem e dele tirou a mulher, e ordenou o casamento condição indispensável para perpetuar a raça humana (Gn 1, 27-28).” Partindo do princípio da cultura dos povos de outrora citam-se curiosidades que são justificadas devido a época e até hoje se praticam:

- **Posição da noiva e noivo:** A razão da noiva ficar sempre do lado esquerdo do seu noivo tem sua origem entre os anglo-saxões. O noivo temendo um ataque dos dragões e inimigos combatentes e até outras ameaças deixava sempre o braço direito livre para sacar a sua espada. (Fonte: Revista Yacht Noivas e Festas,2012).
- **Buquês e seus Significados:** Os primeiros buquês de noivas incluíam não apenas flores, mas também ervas e temperos. Os mais populares, geralmente com cheiro mais forte, como os alhos eram usados para espantar os maus espíritos. Já hoje, os buquês trazem flores que remetem a identidade da noiva, ou ainda origamis, broches *vintage*, pérolas, cristais ou algodão, tudo de acordo ao estilo da decoração. (Fonte: <https://www.facebook.com/GioFestas/>)
- **Jogar o buquê:** Significa desde a Grécia Antiga querer compartilhar a felicidade da noiva entre as amigas, hoje, muitas noivas não jogam mais seu buquê e o emolduram usando a técnica americana de desidratação e jogam os famosos sapinhos de pelúcia, ou mine Santo Antônio de pano ou até São José. E os noivos jogam bonecas “piriquetes” e caixas de whisky. (Fonte: <https://www.facebook.com/GioFestas/>)

⁴ Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Casamento_na_Roma_Antiga

- **Alianças:** O uso da aliança de casamento vem da tradição cristã, desde o século XI, e era colocada no terceiro dedo da mão esquerda, pois acreditavam que nesse dedo havia uma veia que ia direto para o coração. Ainda hoje, esse costume é praticado nos casamentos islâmicos, enquanto no resto do mundo o dedo da aliança foi substituído pelo anelar. (Fonte: Revista Yacht Noivas e Festas,2012.)
- **Chuva de arroz:** Na China Antiga, a mais de 2000 anos antes de Cristo, o arroz já era tido como símbolo de fartura. O hábito de atirar alguns grãos de arroz sobre os noivos, após a cerimônia nupcial, data da Antigüidade. A tradição teve origem na China, onde um Mandarim poderoso quis dar prova de vida farta, e fez com que o casamento de sua filha se realizasse sob uma "chuva" de arroz. Atualmente, a chuva de arroz tem sido substituída pelas bolhas de sabão, chuvas de borboletas vivas, chuvas de pétalas, ou chuvas de amor, que são mini-corações feitos de amido ou pasta americana comestível e se quebram quando pisados, evitando que os convidados escorreguem, como no arroz tradicional. (Fonte: Revista Yacht Noivas e Festas,2012.)
- **Carregar a noiva no colo:** Para evitar a má sorte, o noivo deve carregar a noiva até o novo lar, com o objetivo de espantar a crença que se ela cair na porta de casa terá um casamento infeliz. (Fonte: Revista Yacht Noivas e Festas,2012.)
- **Lua de mel:** A palavra lua de mel tem sua origem nos casamentos por captura. Acontecia quando um homem apaixonava-se por uma mulher, capturava a amada (muitas vezes contra sua vontade) e a escondia por um mês (de uma lua cheia até a outra) em algum lugar afastado. Durante esse período, eles bebiam uma mistura afrodisíaca, adocicada com muito mel, até que ela se rendesse à sua sorte. Daí o nome "lua de mel". (Fonte: Revista Yacht Noivas e Festas,2012.)
- **Escolha dos padrinhos:** A tradição da escolha de um padrinho é na realidade, um costume que remonta à antiguidade quando se escolhia um bom amigo, na maioria das vezes um guerreiro tribal, para ajudar a proteger a noiva de possíveis raptos, conhecidos por rondarem o local

da cerimônia. Hoje, a escolha ainda é feita por conta da amizade. (Fonte: Revista Yacht Noivas e Festas,2012.)

- **Flores no caminho:** Os antigos romanos tinham o costume de atirar flores no trajeto da noiva, acreditando que as pétalas fariam a noiva ter sorte e dar carinho ao marido, ressalva-se que ainda é mantida a tradição de antes de a noiva entrar a florista joga pétalas pelo caminho que a noiva passará. (Fonte: Revista Yacht Noivas e Festas,2012.)
- **Símbolo da felicidade:** Os italianos acreditam que as amêndoas trazem felicidade aos noivos e que na Itália, é tradição os familiares comerem as amêndoas às vésperas do casamento dos filhos, aqui no Brasil, os noivos oferecem as amêndoas no final da cerimônia, ou enfeitada na forma de lembrancinha. (Fonte: Revista Yacht Noivas e Festas,2012.)
- **Véu de noiva:** O uso do véu da noiva era um costume da antiga Grécia e foi criado para proteger a noiva de mau olhado e também dos seus possíveis admiradores. Hoje, algumas noivas não são adeptas do uso do véu, apenas da grinalda (que é o enfeite do cabelo). (Fonte: Revista Yacht Noivas e Festas,2012.)
- **Damas de honra:** A noiva chinesa, segundo a tradição, escolhia para suas damas de honra, as moças mais feias do lugar, com o fim de realçar a sua própria beleza, já no Brasil a tradição é colocar lindas crianças como damas de honra para embelezar sua cerimônia, ainda no Brasil tem se tornado moda copiar os Estados Unidos onde são damas de honra as *demoselles*, moças adultas e melhores amigas da noiva. (Fonte: Revista Yacht Noivas e Festas,2012.)
- **Valsa:** Dança tradicionalmente protagonizada pelos noivos, hoje foi substituída por coreografias muito bem organizadas por profissionais contratados. É um espetáculo a parte e abre a pista de dança para os convidados caírem na diversão logo após, ao som de um DJ ou até de uma banda.

No início dos tempos os casamentos tinham finalidade econômica, onde as famílias arranjavam seus filhos e acertavam como meio de pagamento os dotes; ressalva-se que ainda existem países onde se perpetua esta tradição. Tendo uma conotação político-financeira, essas cerimônias se constituíam de

rituais, trocas de presentes e planejamento de grandes festas para tornar pública a nova união que resultaria na procriação de cidadãos legítimos.

As grandes festas são um marco na vida social, independente do seu estilo, e podem ser comparadas em diversos momentos cronológicos da história do mundo, como nas Bodas de Caná, no Evangelho de João (2, 1-11), onde seria “um vexame” faltar comida e bebida, nas festas ciganas e até nas tribos indígenas da Amazônia onde as celebrações são repletas de muito canto e fartura e duram de três a cinco dias.

Hoje, em pleno século XXI, as festas são muito mais pomposas, cheias de glamour, originalidade e bom gosto devido os novos conceitos de padrões sociais de vida que estão intrinsecamente ligados a cultura consumista e a supervalorização do ter.

2.2 Customização e espetacularização do casamento

O livro *A Sociedade do Espetáculo*, de Guy Debort, publicado em 1967 consegue incrivelmente ilustrar a situação de alienação da sociedade atual.

Embora muitos considerem este fator maléfico, a autora e administradores de visão mercadológica encaram com bons olhos o cenário onde a burguesia capitalista dita as normas e o “proletariado” as copia.

Frente a isto, o *trade* de eventos matrimoniais tem se especializado em fazer de simples cerimônias de cunho intimista e com significado simplório do amor, altas festas repletas de detalhes e ricas em identidade visual.

Hoje em dia, as cerimônias contam com consultores experientes em organizações de eventos para que todas as etapas sejam fielmente cumpridas e alvo de bons comentários por todos os presentes.

Os noivos, além do sonho ímpar de casar, se tornam “vítimas” das grandes expectativas e objetivos que povoam seu subconsciente e preocupam-se em mimos que vão desde o convite até o cartão de agradecimentos pós-festa.

O mercado de organização de eventos tem se tornado uma importante fonte econômica e de benefícios sociais e assim vem se capacitando e profissionalizando através de estudos e fundamentais teóricos.

...o evento, em função dos objetivos fixados, do grande número de pessoas que envolve das diversas expectativas e necessidades que estas pessoas apresentam, tornou-se uma importante atividade econômica e social, que deve ser tratada de forma profissional. Matias, Marlene (2002, p.8)

Dessa forma, as empresas de eventos matrimoniais têm apresentado aos seus clientes a mais moderna estrutura dos casamentos que contam com um alfabeto de itens dispendiosos, porém singulares e de inestimável valor, pelo que vão caracterizar, refletir a personalidade dos noivos e tornar exclusiva aquela data, o que justifica a aceitação e consumo, são eles:

- **Acessórios:** os brilhantes ou adornos rústicos que são decididos de acordo com o gosto do casal. Há noivas que optam por brincos de família, pérolas, tiaras simples ou até grinaldas bem pomposas. Como exemplo: o noivo Naldo⁵, casou-se no dia 23 de setembro de 2013 com uma gravata tipo borboleta cravejada de diamantes;
- **Adereços:** As festas contemporâneas têm, depois da tradicional valsa ou dança coreografada, o costume de adornarem seus convidados com adereços de boate, como plumas, óculos animados, estolas, chapéus, entre outros deixando o evento mais colorido e divertido;
- **Assessoria:** uma boa consultoria e uma cerimonialista não podem faltar, haja vista a necessidade de alguém com experiência orientar e conduzir o que deve ocorrer e evitar as possíveis gafes;
- **Bebida:** o tipo de bebida, o que servir, qual a quantidade e onde servir também serão vistos com notoriedade pelos convidados;
- **Beleza:** O dia da noiva e do noivo é realizado num Centro de Estética ou SPA e consiste em um dia de beleza com massagens relaxantes, cuidados de higiene e preparo para a grande hora;
- **Bem casados, bolo e doces:** Não podem faltar em um casamento, e devem ter a identidade do casal. Os bem casados podem ser embalados de acordo com o tema da festa e gosto do casal; já o bolo deve ser de acordo com o estilo do casal e se houver o topo do bolo é bom que esteja referenciando os nubentes;

⁵ Cantor da atualidade, que casou-se com a também cantora de funk Ellen Cardoso, em uma das cerimônias mais caras do mundo das celebridades. Acesso em 05/12/2013, disponível em < <http://revistaquem.globo.com/QUEM-News/noticia/2013/09/mais-segurancas-do-que-garcons-muito-perfume-e-50-garrafas-de-vodca-os-impressionantes-numeros-do-casamento-de-naldo.html>>

- **Buffet e decoração:** classe, charme e requinte marcam os diversos buffets especializados dos tempos atuais, boa comida e flores, candelabros e velas dão um toque especial aos casamentos, é interessante também que os noivos criem uma marca para o evento e esta fique presente em todos os itens da decoração;
- **Carro da noiva:** os mais usados no Brasil são: o Jaguar, a Limousine e os carros de época, além de carruagens para as noivas mais tradicionais; Já na Bahia, os preferidos são os modelos Sedan como o Honda Civic, o Corolla, o Fusion, entre outros.
- **Convites e lembrancinhas:** deve ter personalização e elegância, e devem referenciar o tema da cerimônia e o estilo do casal; As lembrancinhas devem ser de utilidade e os padrinhos devem ser lembrados com destaque e receberem um mimo especial;
- **Espaço para eventos:** As casas cerimoniais estão cada dia mais sendo escolhidas como cenários para casamentos, uma vez que a celebração e festa podem ser otimizadas em um mesmo espaço, economizando na decoração e poupando o convidado do desgaste do deslocamento;
- **Forminhas:** até as forminhas para os doces estão sendo personalizadas, em tecidos e papéis sofisticados, os doces por sua vez tem formas de santos, noivos e objetos preferidos do casal;
- **Foto e vídeo:** as empresas de imagem estão fazendo pacotes bem atraentes para os noivos que contam ensaio fotográfico em estúdio e em local aberto escolhido pelo casal, *making off* do dia da noiva, telas e quadros de fotos dos noivos no ambiente da festa, além de cobertura total do evento em vídeo registrando momentos inesquecíveis;
- **Lua de mel:** item minuciosamente programado pelos noivos que será o destino da felicidade dos primeiros dias de casados. É amplamente ofertado até em agências, pacotes personalizados com direito a champanhe, frutas e chocolates na estadia no destino turístico;
- **Luz, som e música ao vivo:** As luzes cênicas são a mais nova tendência dos eventos, além de música de qualidade, seja com banda, orquestra ou DJ são indispensáveis para animar um bom casamento;

- **Serviços especiais:** Paisagismo dos espaços de eventos, kit de emergência de banheiro, chuvas de borboletas na hora do SIM, ou bolinhas de sabão na saída na cerimônia, coreografia na dança dos noivos ao invés da tradicional valsa, bar personalizado, garçom de luxo, serviço de manobrista no estacionamento do vento, e serviço de massagem para convidados são tendências dos casamentos modernos e dão um toque especial e sofisticado na festa;
- **Vestidos e trajes:** o que mais entedia as noivas é a escolha do vestido, alvo de indecisão devido os mais diversos modelos, a noiva deve procurar algo que encaixe com seu estereótipo e principalmente com seu estilo; bem como os noivos devem estar atentos para não destoar da cerimônia com fraques simples ou similar aos dos padrinhos;

Fazendo uma associação rápida, um casal de noivos deve ser como um bom administrador, que antecipa-se em seus projetos, organiza-os e executa-os com economicidade, eficiência e eficácia, haja vista o universo de minúcias que há para encantá-lo e hipnotizá-lo, maximizando seus custos e conseqüentemente gerando mais lucro e movimentação de capital na corporação fornecedora.

2.3 Estratégias de Marketing e vendas utilizadas no processo de sedução do cliente

O casamento é um serviço intangível que para ser comercializado precisa de diversas técnicas de vendas e marketing para persuadir o cliente. Não é como um produto concreto, palpável que o cliente visualiza, testa e compra, por isso a justificativa e necessidade de especialização em cursos para gerir o negócio e conquistar novos mercados.

A motivação, vista em Recursos Humanos, a Logística, o Marketing, e a Gestão de Qualidade são temáticas que todo o tempo são reverenciadas pelos administradores e empreendedores deste ramo.

A motivação está em todos os momentos, sobretudo na venda do serviço que existe em forma de sonho e expectativa dos consumidores. Os vendedores tentam passar segurança e criar um clima de festa desde o

primeiro contato. Fotos de eventos já realizados, clientes renomados e degustação de alimentos e bebidas podem ser estratégias utilizadas para transmitir uma boa imagem da empresa, que preza por transparência e profissionalismo.

A logística pode ser apresentada através de layout da festa a ser realizada e estratégia usada com parceiros e fornecedores para execução perfeita do planejamento do evento.

O marketing, que tange atender as expectativas e necessidades do cliente, está disposto a através de ações compreender o seu cliente e atuar no ambiente para beneficiá-lo.

E a Gestão de Qualidade que consiste em fazer pesquisas de satisfação do cliente e consumidores finais dos serviços, através de *feed backs* analisando os pontos fortes e acima de tudo os fracos que possam ser melhorados.

O intuito de toda organização é fidelizar seus clientes e cativar outros mais, para isso deve dispor de uma super infra-estrutura, e de muitos profissionais capacitados e treinados para que, envolvidos com as suas atividades atentem para que nada fuja do programado.

Com o conceito da Administração o projeto de organizar um evento como um casamento deve ser analisado com base num estudo de mercado as oportunidades e potencialidades, planejado de acordo coma necessidade do cliente, implementado à proporção que ocorrer algumas intempéries ou novos desejos dos clientes, e controlado até o momento final para não haver falhas ou imprevistos capazes de arruinar um “sonho”.

2.4 Análise SWOT das empresas deste segmento de Mercado

A análise SWOT, também conhecida por FOFA resume como está a estrutura organizacional da empresa e credita se ela está pronta para passar pelo menos os primeiros cinco anos de crescimento no Mercado (que é tempo mínimo de sobrevivência).

No caso das empresas de casamento é preciso identificar qual o tipo de empresa: se é Buffet, se é Decoração, se Aluguel de Roupas, se Aluguel de

Carros, se Música e Iluminação, ou qualquer outra que preste serviço neste ramo.

De um modo geral, os pontos fortes são que as empresas de eventos em geral tem demanda para oferecer seus produtos, destacam-se pelo bom atendimento, e prezam por trabalhar com equipes comprometidas em prol de garantir a qualidade dos serviços.

Já os pontos fracos, são basicamente a dificuldade de se manter no mercado em meio a tanta concorrência, os custos altos para manutenção da empresa e rotatividade de pessoal.

As oportunidades podem ser criadas uma vez que podem ser utilizadas ferramentas como a internet para conquistar os clientes, criar parcerias com empresas do ramo, participar de eventos como feiras para divulgação do seu produto e inovar em serviços fazendo-se destacar através de diferenciais.

As ameaças são provenientes de um universo externo, onde situações mais diversas podem estragar seu produto ou serviço como algo que não foi bem planejado, ou a dificuldade de permanecer no *trade* devido um “ruim relacionamento” com os parceiros e a alta concorrência, ou até a queda na economia, são outros fatores que impactam diretamente na permanência de uma empresa neste ramo.

2.5 Apresentação de dados atualizados sobre custos, rentabilidade, fornecedores, parceiros e outras informações pertinentes ao *trade*

Segundo Augusto Verídico e o censo do IBGE de 2012: “São mais de 1 milhão de casamentos por ano, 30% a mais que em 2003, num segmento que movimenta cerca de R\$ 12 bilhões anualmente com previsão de movimentar quase 15 bilhões nos próximos anos. ”

Sempre haverá solteiros interessados em casar, até por que eles estão buscando casar mais velhos com a vida financeira mais estabilizada e em busca de parceiras idéias, assim, de acordo com o IBGE, há 34 milhões de solteiros no Brasil entre 20 e 40 anos. Eles nasceram nas décadas de 70 e 80 e formam a maior geração de todos os tempos. Cerca de 40% deles - 14 milhões de pessoas - querem casar nos próximos dois anos. Se apenas a

metade concretizar o desejo, o resultado será algo em torno de 70 milhões de reais movimentados, em média, por dia.

Desta forma, a revista EXAME pontuou e ratificou a necessidade de investir em empresas do ramo já que há uma demanda exigente e sedenta de empresas que forneçam bons serviços, uma vez que 85% dos noivos acham complicado organizar uma festa e cerimônia como um casamento sozinho sem a ajuda de profissionais especializados.

Quanto mais alto o poder aquisitivo de uma camada da população, maior é a proporção de casamentos. Por enquanto, na classe C há 40% de pessoas casadas. Na classe E, apenas um terço. Como a renda está crescendo, o potencial é enorme.

(José Luiz de Carvalho César, organizador da Expo Noivas & Festas, uma das maiores feiras desse setor)

A Abrafesta (Associação Brasileira de Festas) informa ainda que os clientes estão desejando novos produtos e o mercado está apto a atendê-lo como: véu de LED que acende quando os noivos se beijam, QR Code para compartilhamento de fotos do casamento, QR Code no convite para confirmação de presença.

Atualmente o panorama do setor (segundo dados do IBGE):

- O número de casamentos cresceu 4,5% em 2010. Foram 977.620 casamentos;
- Os estados em que mais as pessoas se casam são Distrito Federal, Goiás, Espírito Santo e Rondônia;
- Os estados que menos as pessoas se casam são Rio Grande do Sul, Maranhão e Amapá;
- Estima-se que a indústria do casamento movimente cerca de R\$ 12 bi por ano, crescendo acima do PIB (2,7% em 2011);
- São mais de 30 fornecedores para realizar um casamento, um segmento que emprega milhares de pessoas, ainda que muitas em regime da informalidade.

2.6 Estudo de Caso: Organiza Assessoria para Casamentos

ORGANIZA
ASSESSORIA PARA CASAMENTOS

Porque toda princesa merece uma fada madrinha!

- ✦ Assessoria Completa
- ✦ Assessoria Parcial
- ✦ Assessoria Dia
- ✦ Cerimonial

71 8764-7447 • 9518-1909 • 9695-6596 • 8552-0825
e-mail: contato@organiza.net.br
www.organiza.net.br

Foto 1: Imagem disponível no perfil www.facebook.com.br/organiza

A empresa da Bacharelada em Administração Joice Santana, surgiu após a experiência vivida em organizar seu próprio casamento em 22/05/2010 e participar na rede social Orkut de um grupo para debater, aconselhar e dar dicas a outras noivas sobre os itens mais diversos de casamentos.

Não houve estudo de mercado, nem capital de investimento e giro, o ingresso neste mercado foi feito empiricamente mesmo não havendo facilidades para tal.

A concorrência, segundo Joice Santana, é competitiva e ela conta com o diferencial de ser despachante de todo o processo burocrático de dar entrada, receber a certidão de habilitação e firmar a data no cartório, entre outros trâmites, além do atendimento especializado, já que ela vai aonde a noiva deseja.

Por não ter escritório físico ainda, conquista seus clientes através de seus veículos virtuais e parte para o encontro, quando há necessidade, em um local escolhido por eles.

De acordo com a sócia-diretora, como ela se intitula, os pontos fracos e ameaças são respectivamente a instabilidade e dificuldades do mercado, além das oscilações deste e responsabilidades concentradas em uma só pessoa. Já os pontos fortes e oportunidades consistem em suma no tema casamento estar

em evidência, na moda, e as pessoas já terem o sonho desde criança cultuado aos contos de fadas e desejaram se casar como reis e rainhas, príncipes e princesas.

Ela ainda disse em entrevista, que acredita que o mercado é promissor, haja vista o bombardeio da mídia com cultos a solteirice e estímulos a divórcios,

Os parceiros e fornecedores são escolhidos de acordo com o gosto e o bolso do cliente e só podem ser os que ela confia para indicar, devido o nível de responsabilidade e respaldo.

As estratégias de Marketing e Publicidade utilizadas para conquistar seus clientes são: as redes sociais, facebook, instagram, site que está em construção, propaganda na revista mais conceituada do ramo, o GUIA PARA NOIVAS, e a propaganda boca-a-boca.

Joice Santana afirma que existem algumas diferenças que podem distinguir os casamentos de hoje para os de antigamente, sobretudo pelo cunho profissional determinado para os padrões atuais, mas o sonho, a emoção, o brilho no olhar, são todos os mesmos.

Os protocolos de antes estão sendo aos poucos atualizados e a moda está inventando tendências como, por exemplo: os *corsages (mini buquês normalmente presos ao pulso)* e vestidos do mesmo tom para as madrinhas seguindo a tradição norte-americana e outras tantas novidades já citadas nas laudas anteriores.

Joice Santana concorda que os valores para realizar uma festa de casamento estão altos, e garante que um direito do consumidor protestar como houve em Santos na manifestação das noivas, mas o mercado impõe algumas exigências e tendências e os noivos acabem por aderirem para não ficar fora da moda.

Hoje, o mercado de casamentos conta com poucos profissionais registrados com carteira assinada, porque a maioria é *Free-lance* (diária), mas mesmo sem vínculos empregatícios fixos, ele mobiliza centenas de mão de obra, fazendo girar a renda e oferecendo oportunidade de trabalho na cidade da cerimônia.

Contudo não haja necessidade de registro de pessoa jurídica a Organiza Assessoria, é inscrita no MEI (Micro Empreendedor Individual) fins dar mais

credibilidade a imagem da empresa na apresentação para os seus clientes; sua equipe conta com quatro pessoas que podem ser aumentadas a proporção do tamanho do evento. Para cada mais 100 convidados, é contratada mais um suporte.

Para finalizar a entrevista concedida no dia vinte e seis de outubro de dois mil e treze, enquanto montava um casamento de R\$ 120.000,00 (cento e vinte mil reais) no Cerimonial Rainha Leonor - Pupileira, a dona da Organiza sintetizou com duas frases emblemáticas que diz ser seu lema de vida profissional: “Justificativas não fazem o sucesso de uma organização.” e “Na dúvida, faça o certo!”

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para compreender a potencialidade do negócio Casamento, é preciso reconhecer a necessidade da interligação das áreas dentro de uma organização, sobretudo nos quesitos relacionados à Logística, Recursos Humanos, Gestão de Qualidade e Marketing. Este último é o maior responsável pela aceitação do produto no mercado e permanência dele no mesmo a fim de que seja lembrado como referência no futuro.

Para a concretização do sucesso, principalmente em empresas que vendem serviços é indispensável o planejamento estratégico com base num estudo de mercado elaborado e pesquisa para sondar quais as necessidades e desejos dos clientes.

Para tal, o Marketing busca gerar trocas mutuamente favoráveis entre as empresas e seus consumidores, sendo imprescindível a aplicação de um conjunto de ações no intuito de estudar o comportamento dos beneficiários, segmentar e administrar sua demanda, investir no produto e seus diferenciais, construir o preço justo, prover os processos de distribuição e vendas e elaborar planos que venham a dar visibilidade a sua empresa e seu produto.

A tática das empresas do segmento de eventos matrimoniais deve embasar-se pelas variáveis conhecidas como mix de MKT ou 4 p's (Produto, preço, praça e promoção) e pelos 4 c's (Cliente, custo, conveniência e comunicação) devido a maximização da escolha e concorrência acirrada, e ainda prezar pela qualidade do serviço e satisfação plena do consumidor.

Além disso, as forças tecnológicas e socioculturais, como a mídia, a moda e a lei do consumismo, devem ser utilizadas como aliadas para serem agentes influenciadores das tomadas de decisões de compra para todos os tipos de consumidores, fomentando necessidades psicológicas, motivacionais e sentimentais.

Nesta permuta, o amor, a emoção e os sonhos propiciarão a satisfação e felicidade a este nicho de mercado, bem como gerarão a rentabilidade e sustentabilidade financeira para a comunidade prestadora de serviços deste *trade*.

REFERÊNCIAS

ALBAGLI NETO, Isaac. **Kit de Sobrevivência na selva empresarial: uma reflexão crítica e bem humorada sobre o jogo do poder nas organizações**. 2ª Ed. Salvador: 2008.

AMORIM, Dario. **51 dicas para a conquista da Automotivação**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2006.

COBRA, Marcos. **Marketing básico: Uma abordagem brasileira**. 4ª Ed. São Paulo: Atlas, 1997.

KARSAKLIAN, Eliane. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2000.

IENO, Karina. **Guia para noivas**. Salvador: 2012.

Mercado em plena expansão. Disponível em <http://www.noivaslagos.com.br/artigos-casamento/87-casamento-mercado-em-plena-expansao.html> acesso em 14/11/2013.

NASCIMENTO, Amauri; PINHO, Ruy. **Instituições de Direito Público e Privado**. 23ªed. São Paulo: Ed. Atlas, 2002.

PAGOLA, José Antônio. **Originalidade do matrimônio cristão**. 6ª Ed. São Paulo: Paulinas, 2012.

PROTESTO DE NOIVAS EM SANTOS. Disponível em <http://g1.globo.com/sp/santos-regiao/noticia/2013/09/noivas-fazem-protesto-em-santos-para-baixar-precos-de-casamentos.html> acesso em 21/10/2013.

REVISTA CASAMENTO SALVADOR. 6ª Ed. Salvador: janeiro de 2012.

REVISTA EXAME. São Paulo: Julho,2012.

REVISTA FESTAS MAGAZINE BAHIA. Salvador: Nov. 2012 a Abr. 2013.

REVISTA YACHT NOIVAS E FESTAS. Salvador: Junho a novembro 2012.

SANTANA, Joice. **Entrevista concedida pela empresária Joice Santana no Cerimonial Rainha Leonor**. Salvador: 2013.

XAVIER, Cleber. **Sociedade Líquida**. 05/08/2010. Disponível em <<http://www.recantodasletras.com.br/artigos/2420135>> Acesso em 23/10/2013.