



sãopaulo

17 a 23 de fevereiro de 2013

▶ NEGÓCIOS

PERMITIDOS NO BAILE

Faculdade de classe média é novo filão de empresas criadas para fazer festas de formatura de alto padrão

▶ MARCELO QUAZ



“Comida, bebida e banda são os pontos onde é possível mexer para ter o formato tradicional a custos baixos”

JORGE GARCIA, 24, gerente da As Formaturas



Detalhes da festa dos formandos em odontologia da Unisa, organizada pela As Formaturas



Alugar o salão da Fecomercio, na região central, foi a solução boa e barata que uma turma de 35 formandos em odontologia da Unisa (Universidade de Santo Amaro) encontrou para fazer sua festa de formatura para 400 convidados, no fim do mês passado.

Para a noite de gala, comissão de formandos e agência de formaturas seguiram a praxe —a festa tinha que ter banda, bufê e open bar. Para conseguirem pagar a festa, no entanto, escalaram salgadinhos entre as comidas e cerveja, saquê e vodca nacionais entre as bebidas. A atração da noite foi a banda San Marco, que toca cover de bandas de axé e pop rock.

Poderia ter Jorge Ben Jor ou Chitete com Banana (cujo cachê pode chegar a R\$ 500 mil), vodca Absolut (R\$ 62 a garrafa), uísque 12 anos (média de R\$ 60 a garrafa) e gratinados de alcahofra (R\$ 90 o bufê por pessoa), como frequentemente acontece em festas de turmas mais abastadas, como as da FGV (Fundação Getúlio Vargas) e da Faap (Fundação Armando Álvares Penteado). Nelas, a mensalidade não custa menos de R\$ 2.000.

No lugar, vodca Smirnoff (R\$ 22,50 a garrafa), salgadinhos e outras receitas (R\$ 35 o bufê por pessoa) e a banda San Marco (cujo cachê é R\$ 15 mil) foram mais compatíveis com o bolso da turma da Unisa, que pelo curso pagou, em média, R\$ 1.300 por mês.

Os formandos puderam economizar em cada detalhe, mas não imaginavam que a festa teria a cara de um verdadeiro baile de formatura, com caprichados arranjos florais. “A festa está acima das minhas expectativas, mais bonita do que as outras formaturas a que eu já fui”, disse Bruna Bonanome, 21, na festa em que a são paulo esteve presente, em janeiro.

Segundo Jorge Garcia, 24, gerente de marketing da As Formaturas, que organizou o baile, as festas ficam, em geral, parecidas, já que alguns dos fornecedores são os mesmos.

“Então, comida, bebida e banda são os pontos onde é possível mexer para ter o formato tradicional a

custos mais baixos”, afirma ele.

Para Richard Sader, dono da empresa, criada em 2002, essa é a solução para atender à crescente demanda das turmas egressas de universidades privadas menos tradicionais, como Unisa, Uniban, Unip e Uninove, entre outras, de onde saem o maior número dos graduados.

Entre os 6,2 milhões de universitários do país, 81% estão matriculados em universidades privadas e 68% do total se enquadram na classe C, diz o Instituto Data Popular. Para a entidade, que se baseia no relatório “Definição da Classe Média no Brasil”, feita pela Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência com dados da Pnad (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios), a classe C inclui famílias com renda de R\$ 1.110 a R\$ 3.875.

“Temos áreas na empresa que atendem exclusivamente esse público, que nos últimos dois anos passou a representar 20% dos nossos clientes”, diz Sader, segundo quem é a mensalidade da faculdade que baliza o negócio com as comissões de formatura.

O baile da Unisa custou R\$ 2.500 por formando, com direito a uma mesa para dez convidados —R\$ 250 por convidado. Já uma turma da Escola Paulista de Medicina, por exemplo, fechou festa para o ano que vem por R\$ 7.059 por formando, com direito a 20 convites —R\$ 352,95 por convidado.

Guerra por canudos

Para Marcelo Neri, presidente do Ipea (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada) e professor da FGV, essa tendência de mercado, em que empresas com foco na classe A se voltam para a C, é reflexo de um processo que se intensificou na década passada.

“Os últimos dez anos foram de forte ascensão da classe média, que, em 2003, representava 37% da população. Hoje, já são 55%”, diz ele. “O que começou com o acesso ao frango, na época da criação do real, passou pela educação superior e chegou ao cartão de crédito e à compra de supérfluos, como uma festa.” ▶

“A festa está acima das minhas expectativas, mais bonita do que as outras formaturas a que eu já fui”

BRUNA BONANOME, 21, formanda de odontologia da Unisa



“Com uma extensa rede de fornecedores, temos maior poder de barganha”

FÁBIO BARBONI, 28, da Top Entretenimento



Fernando Daniel Plimler, 29, e Fábio Barboni, 28, da Top Entretenimento



Na festa da Unisa, salgadinhos ajudaram a baratear o custo da festa, que teve decoração tradicional



▶ NEGÓCIOS

compare as festas

XX - mais barata | XX - mais cara

A partir de **R\$ 1.800** por formando

Até **R\$ 12 mil** por formando

OPEN BAR
A partir de **R\$ 20** por convidado

Até **R\$ 80** por convidado

BUFÊ
Até **R\$ 45** por convidado

A partir de **R\$ 80** por convidado

MÚSICA
Até **R\$ 15 mil** (valor total)

Até **R\$ 500 mil** (valor total)

com uma atração por noite (não inclui atração famosa)

com mais de uma atração por noite (inclui atração famosa)

No caso das formaturas, uma leva de empresas criadas nos anos 2000 para realizar festas para os públicos A e B percebeu que a classe média tinha uma demanda reprimida.

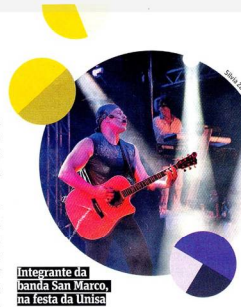
“São turmas que ainda privilegiavam o preço, mas que passaram a procurar festas customizadas com mais frequência nos últimos dois anos”, analisa André Biazzo, diretor da Agência Formaturas, fundada em 2004 como um dos braços do Grupo Amaral, que faz eventos universitários e corporativos desde 1999.

“Com a democratização do ensino universitário, nos anos 2000, surgiram agências mais profissionalizadas do que as que atendiam à classe média. O que elas fizeram foi adaptar o ‘know-how’ com as festas de classe A para atender o público C”, analisa Júlio César Butuh, coordenador do Núcleo de Hospitalidade da FMU.

Fábio Barboni, 28, da Top Entretenimento, aberta em 2008, endossa o argumento. “No começo dos anos 2000, empresas menores forneciam pacotes fechados, mas queriam a exclusividade em fotos e vídeos, a principal fonte de lucro.” Hoje, o lucro vem da administração da festa, cujo custo varia de R\$ 200 mil a R\$ 1,5 milhão.

“Com uma extensa rede de fornecedores, temos maior poder de barganha com as marcas e conseguimos viabilizar um baile customizado como premium para um público que quer pagar menos”, explica Barboni.

A Top diz ter faturado, em 2012, R\$ 2,3 milhões só com formaturas.



Integrante da banda San Marco, na festa da Unisa

Para 2013, a expectativa é alcançar R\$ 3,7 milhões, sendo 10% oriundos de festas mais baratas, como as da Unip e da Universidade São Camilo, que já têm festas marcadas para 2014.

Na B2, aberta em 2002, o foco das formaturas são as turmas premium, mas a empresa espera customizar festas abaixo de R\$ 2.000 por formando. “Recebemos turmas que querem festas a partir dos R\$ 1.500, mas ainda não conseguimos chegar a esse valor”, afirma a gerente comercial da empresa, Kátia Gomes.

A precupação com a possível inadimplência é quase uma unanimidade entre os organizadores. Na As, a solução foi criar facilidades na hora do pagamento. “O universitário começa a pagar dois anos antes, em boleto bancário, R\$ 50 por mês. É uma forma de eles aderirem à festa”, diz Sader.

Segundo ele, as parcelas restantes, maiores, são pagas em cheques pré-datados na entrega dos convites. “Assim, garantimos o retorno de parte dos custos, caso alguém não pague.” ★

EVENTOS EXTRAS

2 eventos pré e pós-baile

6 eventos pré e pós-baile

R\$ 30 por evento por formando

R\$ 50 por evento por formando

BRINDES

A partir de **R\$ 15** por formando

Até **R\$ 100** por formando

Três ou mais chinelos customizados

Três ou mais lençuanças customizadas