

## Monte uma empresa para lucrar com festas no 'boom' do ensino

Que o setor de eventos como um todo está aquecido, não é segredo para ninguém. Principalmente as empresas já entenderam que vale a pena participar de fóruns, debates e encontros. À parte a oferta de formação ao segmento corporativo, um outro nicho ligado à educação tem crescido de forma contínua e segura: o de formaturas. Todos os anos, milhares de universitários de todo o País concluem a graduação e, cada vez mais, a tradicional celebração inclui festas grandiosas - com shows de artistas conhecidos, decoração de luxo e bufê digno de restaurantes da moda.



Em 2010, mais de 800 mil universitários se formaram no Brasil. Em 2000, foram pouco mais de 300 mil

Foto: Às Formaturas e Studio Enjoy / Divulgação

O aquecimento deste segmento se deve ao fato de que a educação superior no País, diferentemente de no passado, tem se expandido - tanto a pública como a particular. Segundo o Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep), que realiza anualmente o Censo da Educação Superior, 829.286 brasileiros se formaram em 2010. Para efeito de comparação, em 2000 foram 324.734.

Já o Programa Universidade para Todos (ProUni), criado pelo Governo Federal em 2004, tem o objetivo de conceder bolsas de estudo integrais e parciais em cursos de graduação de faculdades privadas. Este ano, 1,2 milhão de pessoas se inscreveram para concorrer a 195.030 bolsas de estudos. O número é recorde. O programa é voltado para estudantes de baixa renda.

O segundo motivo, de acordo com Felipe Ribeiro - sócio e responsável pela área de formatura da B2, empresa de marketing promocional e eventos voltados ao público jovem - é o bom momento da economia brasileira. "Ao contrário de 10 anos atrás, quando a B2 começou, os formando de hoje querem glamour. Com maior poder aquisitivo, os universitários buscam festas maiores e melhores. E podem pagar por isso", afirma.

Para Ribeiro, o mercado de festas de formatura tem se profissionalizado, com empresas mais sérias e responsáveis do que havia no passado. A estrutura delas também aumentou. "Antes, fazíamos festas para 2 mil pessoas. Hoje, ainda temos formaturas nesse padrão mas também realizamos festas para 5 mil pessoas", conta. A empresa atua em uma faixa do nicho rotulada como "premium" pelo executivo - ou seja, fecha contrato com as faculdade de elite da capital de São Paulo e Campinas.

Felipe Ribeiro conta que o setor é mais forte em São Paulo e que não mais de seis empresas em todo o País dividem este mercado. "Nenhuma tem abrangência nacional, todas atuam regionalmente", conta. Segundo o Censo da Educação Superior, dos mais de 800 mil concluintes em 2010, pouco mais de 447 mil eram da região Sudeste.

De acordo com Rachid Sader, sócio-proprietário da Às Formaturas, o setor é dominado por empresas de médio porte. "Mas existem também nichos. Há empresas fornecedoras só de fotos, outras de decoração, segurança e iluminação, por exemplo - que são menores", afirma.

Para ele, este mercado se formalizou, com organizações que apresentam propostas cada vez mais competitivas. "O segmento está mais maduro, mas ainda existe espaço para crescer. É que o número de universitários e universidades não para de aumentar", afirma.

Outra diferença, na comparação com anos recentes, é a personalização das festas. O sócio da B2 diz que, antes, as formaturas tinham a "mesma cara". Agora, uma maneira de as empresas se diferenciarem é apostar em eventos temáticos e personalizados. "Hoje, trabalho com alguns fornecedores exclusivos que, antes, atuavam apenas com o mercado corporativo", conta.

### Como abrir uma empresa de festas de formatura

Sader e Ribeiro concordam quando o assunto é experiência com o público jovem. Ambos participaram de organizações estudantis, como atléticas e centros acadêmicos. "Fundei a Às depois de não ter encontrado uma boa empresa para fazer a minha formatura como eu queria. O conhecimento daquilo que o universitário gosta foi fundamental para posicionar a empresa", afirma Sader.

Ribeiro reitera a importância de ter conhecimentos de gestão. "Se o empreendedor possui apenas a vivência da universidade, mesmo sabendo aquilo que os alunos querem é importante que tenha sócios com perfil administrativo", diz.

Muitos empreendedores que apostam neste nicho, mas têm pouco capital de investimento, começam como fornecedores de itens necessários para uma formatura. "Nesse caso, ele pode abrir uma empresa de cerimonial ou de decoração", aconselha Sader.

A relação com os fornecedores é um aspecto importante da cadeia produtiva. É preciso construir uma parceria transparente e identificar fornecedores bem estruturados para prevenir problemas de última hora, que podem comprometer a festa de formatura e arruinar a imagem da organizadora. "Ter credibilidade é imprescindível neste negócio", afirma Ribeiro.

O planejamento financeiro também merece cuidado especial por parte do empreendedor deste nicho. "Costumo dizer que é um ramo fácil para uma empresa entrar. Ela recebe pagamento adiantado e só entrega o produto depois de meses. Por isso mesmo, o fluxo de caixa tem de ser muito bem controlado para não haver gastos extras e desnecessários", aconselha o executivo da B2.



Uma das alternativas para o empreendedor que não tem capital para abrir uma agência de formatura é fornecer para o segmento. Abrir uma empresa de decoração é uma das opções

Foto: Às Formaturas e Studio Enjoy / Divulgação



O setor de formaturas amadureceu e ainda tem fôlego para crescer, pois aumenta a cada ano o número de universitários e universidades

Foto: Às Formaturas e Studio Enjoy / Divulgação