

A OFERTA DE SERVIÇOS PARA CASAMENTOS EM SÃO PAULO

Jéssica Cristine Rodrigues Silva¹
Yasmin Gerab de Assis²
Elizabeth Kyoko Wada³

RESUMO

Este artigo apresenta a síntese da pesquisa realizada como trabalho de conclusão do curso superior de Turismo, na Universidade Anhembi Morumbi, em São Paulo, Brasil. A oferta de serviços destinados a eventos de casamento se mostra crescente a cada ano. Se, há pelo menos uma década atrás, o costume em festas de casamento ainda era a reunião das mulheres da família para produzir todos os itens da festa, alimentos e bebidas, decoração e até as vestimentas, atualmente a situação está diferente. O presente trabalho pretende compreender o motivo de tal mudança, o porquê de haver tamanha oferta de serviços nesse segmento e a crescente procura pela contratação de tais serviços e fornecedores. Para tanto, foi desenvolvida uma pesquisa exploratória sobre o tema e objeto de estudo, os serviços e o casamento, respectivamente. Primeiro foi realizado o levantamento bibliográfico. Na sequência, foi realizada a pesquisa de campo, com entrevistas semiestruturadas com fornecedores e consumidores mais próximos de um evento de casamento, a fim de testar os pressupostos, a saber: o primeiro considera que um dos motivos para tal fato é o de que, por se tratar de um evento tradicional, que compõe o ciclo de vida das pessoas, a quantidade desse tipo de evento é muito frequente; o segundo é que o casamento se tornou um evento massificado e, assim, mais acessível a uma parcela maior de pessoas que passaram a procurar por esses serviços; o terceiro considera que, por conta do cotidiano agitado das pessoas, torna-se conveniente contratar profissionais especializados para realizar tarefas que demandem muito tempo e/ou que os noivos não tenham conhecimento de como realizá-las.

Palavras-chave: Serviços. Evento. Casamento. Contratação.

ABSTRACT

This paper brings the key findings of the research presented as a monograph to get the undergraduate degree in Tourism, at the Universidade Anhembi Morumbi, in São Paulo, Brazil. The availability of services to support wedding ceremonies is increasing year after year. A decade ago, the wedding parties were organized by the women of the family to produce all items, food and beverage, decor, attire; nowadays the situation is different. This study aims to understand the reason for this change, why there is so many options offering this kind of service and the growing demand for those services and suppliers. Thus, an exploratory research was developed on the subject and object of study, services and marriage, respectively. First of all, there was a literature review. After establishing the state-of-the-art through that review, there was a field survey,

¹ Graduanda em Turismo – Universidade Anhembi Morumbi – São Paulo – Brasil.

² Graduanda em Turismo – Universidade Anhembi Morumbi – São Paulo – Brasil.

³ Doutora em Ciências da Comunicação (ECA/USP), orientadora da pesquisa - Universidade Anhembi Morumbi – São Paulo – Brasil.

under semi-structured interviews, with suppliers and customers close to the wedding date. Three presuppositions were considered to this survey: being traditional and part of the circle of life, the wedding ceremonies and parties represent a high demand business segment; the wedding ceremonies represent a high volume segment, in a mass society, that is accessible to more and more consumers; the way of life in modern societies bring convenience to the outsource of all sorts of services related to wedding ceremonies and parties.

Key-Words: Services. Event. Wedding. Outsourcing.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho, cujo assunto tratado é a oferta de serviços para eventos de casamentos, abordando da cerimônia à festa, surgiu primeiramente por motivações pessoais das pesquisadoras e interesses profissionais.

O mercado de casamentos funciona de forma incessante em toda e qualquer época do ano. A oferta de serviços à disposição do público não para de crescer e inovar, o que incentivou ainda mais o trabalho das pesquisadoras.

Por conta disso, motivações pessoais, interesses profissionais e a grandeza do mercado, decidiu-se aprofundar no assunto, focando a pesquisa na oferta de serviços que está disponível atualmente no setor de casamentos e tudo o que está envolvido nesse momento tão importante para muitas pessoas.

O projeto visa compreender a oferta de serviços para eventos de casamento, sua evolução, os motivos que levam à contratação de fornecedores e serviços, além de compreender o que significa o casamento.

O projeto considera a oferta de serviços como tema e, o casamento, como objeto.

Por intermédio do tema e objeto definidos, foi estabelecido o problema da pesquisa: Por que há tamanha oferta de serviços para casamentos?

O objetivo geral da pesquisa é conhecer a oferta de serviços disponíveis no mercado para esse tipo de evento. Já os objetivos específicos são: analisar a demanda por serviços na realização de casamentos, compreender a personalização de serviços e investigar a evolução da oferta e demanda por esses serviços nos últimos tempos.

Com base no problema da pesquisa, elaboraram-se os pressupostos, sendo que o primeiro considera que um dos motivos para tal fato é o de que por se tratar de um

evento tradicional, que compõe o ciclo de vida das pessoas, a quantidade desse tipo de acontecimento é muito freqüente. O segundo é que o casamento se tornou um evento massificado e, assim, mais acessível a uma parcela maior de pessoas que passaram a procurar por esses serviços. O terceiro considera que, por conta do cotidiano agitado das pessoas, torna-se conveniente contratar profissionais especializados para realizar tarefas que demandem muito tempo e/ou que os noivos não tenham conhecimento de como realizá-las.

Para o presente trabalho, considerou-se mais adequado o desenvolvimento de pesquisa exploratória.

A primeira parte da pesquisa foi o levantamento bibliográfico e de referencial teórico do tema e objeto propostos para estudo, para se preparar o estado da arte. Além de autores consolidados e obras publicadas, também foi considerado para essa etapa dissertações de Mestrado.

O segundo passo do projeto foi a realização das pesquisas de campo para a abordagem sobre a importância do tema - a oferta de serviços e sua contratação, e o objeto proposto - o casamento.

A amostragem para a pesquisa foi selecionada entre os principais envolvidos em um processo de casamento, católico, com cerimônia e algum tipo de recepção ou comemoração da união. Para tal, foram selecionados fornecedores e consumidores - ou consumidores em potencial, mais próximos ao evento de casamento.

A partir dessa seleção, foram desenvolvidas entrevistas semiestruturadas, com roteiro distinto para cada grupo de entrevistados.

As entrevistas foram gravadas e transcritas na íntegra e, pela impossibilidade de realizar todas as entrevistas pessoalmente, utilizou-se também o envio de perguntas e recebimento de respostas via e-mail.

O trabalho aborda conceitos de serviço, aumento do setor terciário, classificação, características e propriedades dos serviços, o ciclo de serviços, transformações na produção dos serviços até a hora da verdade e, o casamento enquanto ato civil e como um evento social. Foram abordados o casamento e sua possível origem, conceitos com diferentes pontos de vista, como religioso e civil, os diversos motivos que podem levar as pessoas a se casarem e a origem da lua-de-mel. Apresenta também, a evolução, em números, dos casamentos registrados em São Paulo, com base em pesquisas do IBGE, as tradições e rituais da união, das cerimônias e festejos de comemoração.

SERVIÇOS

Kon (2004) explica que as nomações mais conhecidas do setor de serviços, são “terciário”, “residual” ou “pós-industrial”. Sendo o “terciário” definido pela exclusão dos setores “primário” e “secundário”. Porém, (desde 1996) observa: “[...] toda a produção de bens inclui o consumo intermediário de serviços, assim como a produção de serviços pode incluir insumos materiais. (KON, 2004, p.55)

Compreende-se então que, apesar das diferenças entre serviços e produtos, eles frequentemente permanecem interligados. Assim como Kotler (2006) explica que, apesar do serviço não resultar na propriedade de algo, ser intangível, ele pode ou não estar ligado a um produto físico.

Evrard e Rodrigues (1995), afirmam que desde 1980 há registros de desenvolvimentos importantes de literaturas sobre a atividade de serviços.

O setor terciário também poderia ser compreendido basicamente como aquele que recebe as matérias do setor secundário e distribui para o consumidor. Mas atualmente esse setor apresenta-se muito diversificado, tornando-se mais complexo e resultando nessa constante necessidade por melhores compreensões.

Segundo Kon (2004), a conceituação e classificação dos serviços, juntamente à compreensão da dinâmica corrente das transformações nos serviços, são necessárias também para analisar a contribuição do setor para o desenvolvimento econômico. Em um contexto mais amplo desse sistema econômico, a classificação dos serviços nos primórdios da literatura (fisiocratas e clássicos), era incorporada apenas às atividades não produtivas.

Há também uma abordagem mais profunda sobre o que são os serviços:

[os serviços são] atividades, benefícios ou satisfação colocados à venda onde não existe nenhuma troca de bens tangíveis e que envolva uma transferência de propriedade. O cliente não tem condições de ver o que está comprando, diferentemente de um produto que pode ser trocado. A produção e o consumo do serviço acontecem no mesmo momento e há natural heterogeneidade, haja vista que o processo de prestação de serviços está atrelada a quem os executa, ao cliente, ao local e também a relação estabelecida entre as partes. Os serviços não podem ser mantidos estocados, diferentemente de outros produtos de consumo. (SEMENIK apud BERNARDO, 2007, p. 63)

Evrard e Rodrigues (1995) citam as características fundamentais dos serviços, que são o que os diferenciam dos produtos, como a intangibilidade, simultaneidade de

produção e de consumo, heterogeneidade das prestações e impossibilidade de armazenar os serviços, a perecibilidade.

A respeito da diferença entre produtos e serviços, há a afirmação de que:

Um serviço é profundamente diferente de um produto físico. Um serviço é um resultado psicológico e fundamentalmente pessoal, ao passo que um produto físico é geralmente “impessoal”, quanto a seu impacto sobre o cliente. (ALBRECHT, 2003, p.4)

O autor explica ainda que a qualidade do produto, quando esse produto é um serviço, não pode ser controlada pelos administradores. A qualidade dos serviços está nas mãos dos empregados responsáveis pela “produção” e “entrega” dos serviços, portanto: “os administradores só podem afetar a qualidade do serviço indiretamente, dando inspiração e motivação ao pessoal de frente” (ALBRECHT, 2003, p.4)

Juntamente ao crescente interesse pela compreensão do setor de serviços, as características e funções das atividades também vêm sendo definidas e sofrendo transformações ao longo do desenvolvimento tecnológico, então, faz-se necessário estabelecer modos de determinar a dinâmica dessas transformações.

“As múltiplas definições das características básicas de serviços seguem algumas abordagens básicas, levando em conta a relação entre produtor e consumidor” (ILLERIS apud KON, 2004, p. 47)

Kon (2004) explica que produtor e consumidor estão interligados, envolvidos em maior ou menor grau dependendo da condição que envolve o fornecimento do serviço e, é preciso, que ambos estejam presentes para a efetivação dessa troca. Esse processo é relevantemente diferente da comercialização de produtos, na qual a produção, armazenagem, transporte e outras etapas da produção, são totalmente independentes do consumidor.

Há algumas atividades em que o consumidor participa ativamente da “produção”, como uma consulta médica ou um concerto, por exemplo - quando são combinadas as necessidades e condições do cliente ao conhecimento e técnica do fornecedor.

Dessa maneira, dificilmente haverá dois produtos iguais e cada produto se torna único, assim como cada relação entre fornecedor e consumidor é diferenciada.

Para Albrecht (2003), quando o produto é um serviço, a qualidade está nos detalhes. E, diferentemente de um produto físico, é mais difícil controlar a qualidade de um serviço, pois há diversos pontos de contato entre o fornecedor e o cliente, em diferentes lugares e de diferentes maneiras. Quando o produto é algo tangível, pode-se

tentar controlar a qualidade reunindo toda a produção em um único local e inspecionando antes de entregar ao cliente. Mas, no caso dos serviços, a sua “fabricação” é feita muitas vezes durante o próprio ato de entrega. Sendo assim, métodos tradicionais de controle de qualidade, como centralização e inspeção, não são válidos quando se trata de serviços.

Aborda ainda sobre as “horas da verdade”, que significam todos os momentos em que o cliente entra em contato direto ou indireto com a empresa, por intermédio de propagandas de qualquer gênero, contato telefônico ou pessoal, entre outros, criando uma impressão da empresa.

Com base nisso, fica claro que os administradores da empresa não têm total controle da qualidade, pois não estão presentes em 100% das horas da verdade. Ou seja, os funcionários é que tem o controle da situação e depende deles o resultado positivo ou negativo das horas da verdade.

A qualidade é importante em qualquer prestação de serviços, entrega de produtos e qualquer forma de comercialização para o consumidor. Porém, há alguns casos em que essa qualidade se torna mais importante ainda, como uma consulta médica, um serviço prestado por um advogado, e outros, por exemplo, os serviços prestados para a realização de um sonho, como casamento. Caso o serviço não ocorra da forma esperada pelo cliente, não há como devolver o “produto”, refazer o serviço, receber um *voucher* para um segundo fornecimento e, nem mesmo valores em dinheiro, são capazes de reparar o dano, a decepção e frustração decorrente da não realização completa de um sonho.

Nieble e Santos (2009) afirmam que no Brasil são realizados por ano um grande número de casamentos, indicando que se trata de um acontecimento social relevante na vida dos brasileiros. O mercado de casamentos tem uma infinidade de serviços para a realização da cerimônia e da festa. Os clientes (no caso, os noivos) procuram realizar o evento do jeito que idealizam e, para isso, o mercado tem cada vez mais um número maior de variedades para cada serviço existente. Por exemplo: espaços para realizar a cerimônia, variados tipos de lembranças, cardápios, convites, som e imagem, decoração, entre outros.

Segundo Goal (2010), o evento Expo Noivas & Festas desde sua inauguração, em 2005, até o ano de 2009, o crescimento pela procura do evento e por serviços para casamentos, quase quadruplicou na cidade de São Paulo, em um espaço 5 vezes maior, para poder atender a um número cada vez maior de expositores e visitantes.

A oferta de serviços para casamentos é vasta e diversificada, para poder agradar a todos os visitantes. O perfil dos expositores também é variado, ha estilistas, fabricantes de vestidos, de acessórios, *buffets*, distribuidoras de alimentos e bebidas, salões de beleza, decoradores, locadoras de automóveis, fabricantes de enxovais, músicos, setor de turismo emissivo, bancos, entre outros.

Esses dados são significativos, pois atestam o crescimento e evolução da demanda e oferta para o segmento de festas de casamentos na cidade de São Paulo.

CASAMENTOS

Definir a origem e o conceito de casamento não é tarefa fácil, pois o casamento apresenta um significado para cada povo e para cada cultura e, informações sobre sua origem, também são diversas.

Para Azevedo (2002, p.38) “O casamento foi o fundamento da família e da sociedade romana”. Já para Canezin (2006, p.6) “O casamento sempre representou na história da humanidade um componente de socialização, voltado aos interesses da sobrevivência econômica e política”.

O casamento é tratado como uma tradição e Hobsbawn (1997 p.9) diz que: “Muitas vezes, ‘tradições’ que parecem ou são consideradas antigas são bastante recentes, quando não são inventadas”.

As tradições podem ter uma origem histórica ou inventada, e Hobsbawm (1997) ainda fala que:

O termo “tradição inventada” é utilizado num sentido amplo, mas nunca indefinido. Inclui tanto as “tradições” realmente inventadas, construídas e formalmente institucionalizadas, quanto as que surgiram de maneira mais difícil de localizar num período limitado e determinado de tempo – às vezes coisa de poucos anos apenas – e se estabeleceram com enorme rapidez. (HOBWBAWN, 1997, p.9)

“Tradição inventada” pode ser definida como sendo um conjunto de práticas, normalmente reguladas por regras tácita ou abertamente aceitas. (HOBSBAWN, 1997)

Araujo (2006) cita que o casamento teve origem em Roma, na Itália, onde havia três formas de organização: a *confarreatio*, que era utilizada pela classe dominante (a nobreza, a aristocracia, os patrícios) e consistia numa cerimônia religiosa em que um pão de trigo era ofertado aos Deuses, advindo daí o costume moderno do bolo da noiva; a *coemptio*, que era utilizada pela plebe e consistia num negócio jurídico formal,

(*imaginary venditio*), em que o chefe da família, *pater*, vendia a mulher; e, por fim, a *usus*, em que o marido adquiria a mulher pela posse, numa espécie de usucapião⁴.

Já com o casamento livre conquistado, a Igreja Católica reivindicou o direito de regulamentá-lo (Concílio de Trento⁵), que passou a ser tratado então, como um sacramento cristão.

Araujo (2006), explica ainda que no Brasil, por ser um país predominantemente católico, o casamento religioso prevaleceu até o ano de 1861 quando, diante da crescente imigração de pessoas que reconheciam outras religiões, surgiu uma lei regulando o casamento de não católicos. Mas somente após a Proclamação da República, foi introduzido pelo Decreto nº 181, de 24 de Janeiro de 1890, a obrigatoriedade do casamento civil.

Simão (2005) fala sobre o ponto de vista religioso, onde o casamento é um dos sete sacramentos da Igreja católica. Para que possa ser celebrado, ambos os noivos precisam ter recebido outros sacramentos: o batismo, a primeira comunhão e a crisma.

As igrejas oferecem cursos pré-nupciais, aos quais os noivos devem comparecer para se preparar para receber o sacramento. Nesse curso o padre conversa com os noivos, orientando sobre o significado do casamento, as alegrias e as dificuldades, entre outras situações. A união entre um homem e uma mulher é, perante a Igreja Católica, indissolúvel, ou seja, não aceita o divórcio. Por isso no momento da cerimônia é bem lembrado aos noivos o fato de estarem tomando uma decisão para o resto da vida.

Araujo Junior (2006) cita o casamento sob a visão do Direito Civil:

[...] pode-se conceituar casamento como a união legal de um homem e de uma mulher, com o propósito de estabelecer comunhão plena de vida, assumindo mutuamente os cônjuges a qualidade de consortes e companheiros, com base na igualdade de direitos e deveres. (ARAUJO Junior, 2006, p.21)

Essa conceituação estabelecida pelo autor citado é um conceito revisto, com respaldo da própria Constituição Federal, de outro antigo conceito civil do casamento: “[casamento] é a união permanente entre o homem e a mulher, de acordo com a lei, a

⁴ **Usucapião** (do latim *usucapio*, ou "adquirir pelo uso") é o direito que um cidadão adquire, relativo à posse de um bem móvel ou imóvel, em decorrência do uso deste bem por um determinado tempo.

⁵ O concílio de Trento foi realizado de 1545 a 1563. Foi o 19º concílio ecumênico, sendo considerado um dos três concílios fundamentais na Igreja Católica. Foi convocado pelo Papa Paulo III para assegurar a unidade da fé (sagrada escritura histórica) e a disciplina eclesiástica, no contexto da Reforma da Igreja Católica e a reação à divisão então vivida na Europa devido à Reforma Protestante, razão pela qual é denominado como Concílio da Contra-Reforma.

fim de se reproduzirem, de se ajudarem mutuamente e de criarem os seus filhos”. (MONTEIRO, 1989 apud JUNIOR, 2006, p. 20).

Possivelmente por conta das crenças de sua época, é apontada pelo autor na citação acima, características que não mais correspondem à nova realidade social. Como união permanente, o que remete a uma idéia de perpetuação do casamento, uma impossibilidade do divórcio - o que atualmente é possível juridicamente e, inclusive, melhor aceito pela sociedade; e a questão de colocar no casamento a finalização específica de reprodução, o que também sofreu mudanças na atualidade, visto que “[...] os filhos já não são uma prioridade para maioria dos casais.” (ARAUJO Junior, 2006, p. 21).

Simão (2005), fala sobre o começo dos casamentos civis:

Existente desde os primórdios da civilização, foi apenas na Roma Antiga que a união entre homem e mulher passou a ser celebrada legalmente. No Brasil, o Código Civil de 1916 estabeleceu as primeiras regras para o casamento. Hoje, após a promulgação do Código Civil de 2002, não apenas a celebração do casamento foi contemplada como foram estabelecidas formas de minimizar os problemas decorrentes da sua dissolução – nada romântico, é verdade, mas necessário.

O casamento estabelece comunhão plena de vida, com base na igualdade de direitos e deveres dos cônjuges. Essa é a norma contida em dispositivo legal do novo Código Civil que deverá reger sempre o vínculo conjugal estabelecido. (SIMÃO, 2005, p.146)

O questionamento sobre os motivos que levam as pessoas a se casarem, tem potencial para as mais diversas respostas. Muitos autores e estudiosos, em uma variedade de publicações, tentam explicar os motivos que fazem as pessoas escolherem o casamento como um grande passo de suas vidas. Segundo eles, as motivações para essa escolha podem partir desde o conceito padrão e bem aceito pela sociedade: o amor e as raízes religiosas dessa escolha; até o ponto de atender a necessidades bem mais racionais, como a obtenção de um visto de cidadania em algum país do mundo. O que se torna claro após o levantamento bibliográfico sobre o assunto, é que o casamento pode representar tanto a realização de um sonho como a solução para inúmeros problemas ou questionamentos do ser humano.

Para Lacerda (2004) há vantagens jurídicas e práticas para um homem e uma mulher que já vivem juntos, decidirem formalizar a união.

É possível também perceber que a motivação para o casamento pode variar de acordo com o sexo. Sobre os motivos femininos que levam ao casamento, Paul (2002),

afirma que quando se descarta a resposta padrão e unânime de que se as pessoas se casam por amor, o primeiro motivo que leva as mulheres pensarem em casamento é o medo de ficarem sozinhas e apontam o casamento como a cura para a solidão. O segundo motivo feminino é o interesse em construir um lar e garantir conforto, segurança e estabilidade para a sua vida.

Os motivos citados acima refletem o paradoxo de pensamentos, necessidades e decisões da mulher moderna. Mas essa é uma mudança que teve início há décadas atrás, como afirma Hobsbawn (1994):

Em 1940, as mulheres casadas que viviam com os maridos e trabalhavam por salário somavam menos de 14% do total da população feminina dos EUA. Em 1980, eram mais da metade: a porcentagem quase duplicou entre 1950 e 1980. (HOBSBAWN, 1994, p. 304)

Apesar dessas mudanças, um dos motivos continua sendo a busca pelo “Príncipe Encantado”, como sugere Goldenberg (2000). Afirmando que, apesar da busca pelo reconhecimento da igualdade entre os sexos, a mulher moderna vive em uma sociedade não tão moderna, pois há desvalorização se ela não tiver um homem ao lado, visto que o valor da mulher, na cultura brasileira, se baseia no fato de ser esposa e mãe.

Entre outras motivações, que variam de desejos próprios até a pressão sofrida pela sociedade.

O casamento é um evento social que, assim como os aniversários, geralmente mobilizam um número significativo de pessoas (convidados) em uma ocasião agradável, que envolve em sua estrutura “tradicional” boa comida, bebida e ambiente decorado.

Além das variáveis, onde se pode caracterizar um evento com diferentes temas e tipos de serviços.

As pessoas sonham com o dia do casamento, sonham com a pessoa certa e com a festa. Essa tradição que existe habitualmente na sociedade, é uma das celebrações mais fiéis aos rituais, que variam de acordo com a cultura e os costumes do local e, também, com a religião e crenças da família. Esse é um evento desejado por muitos e, com frequência, até imposto de certa forma pela sociedade, que cobra que as pessoas se casem, mas não pode ser muito cedo e nem muito tarde.

Para que o evento ocorra da melhor maneira possível e garantir a satisfação dos noivos, é positivo contar com a experiência de um organizador de eventos que planeja,

organiza e realiza todas as tarefas se preocupando sempre com os detalhes para garantir o sucesso do evento, conforme Kalil apud Zobaran (2004):

Um evento pode ser uma alegria para sempre ou um tormento inesquecível. Depende de quem organiza. Um bom organizador de eventos é aquele ser mágico que chega para dar soluções; ele nunca acha nada difícil, nunca perde a calma, nunca desaparece nas horas de aperto. Sabe quem convidar (e quem não convidar), consegue juntar duas ou duas mil pessoas com a mesma facilidade, sabe onde achar gelo ao amanhecer e sabe servir um café da manhã às três da tarde com a mesma fleuma. É um misto de anjo da guarda com psicanalista com comandante-em-chefe de uma operação militar. Costuma também ter aspirina, curativo e um lenço de linho limpinho no bolso para qualquer emergência. Impossível viver sem ele, esse grande estrategista da vida moderna. (KALIL apud ZOBARAN, 2004, p.9)

O evento em todos os seus aspectos necessita ter as características solicitadas pelo cliente, seja ele temático ou não. Os casamentos, de uma maneira geral, são personalizados, ou seja, são de acordo com o que os noivos solicitam ao organizador do evento. O mesmo procura deixar cada detalhe com as características de seus clientes, atendendo as expectativas e satisfazendo as suas vontades.

Para a realização do casamento se dar ao modo como é feita atualmente no Brasil, houve muitas influências sobre este evento, vindas do mundo inteiro.

No que diz respeito às tradições que envolvem o casamento, Simão comenta que:

O casamento é dos mais antigos rituais da humanidade. E, como todo rito de passagem, é um momento pleno de significado não só para quem está diretamente envolvido - no caso, os noivos -, mas para todo mundo que acompanha o evento: pais, parentes, amigos. Dependendo da religião e dos costumes de cada país, a tradição se desenrola de acordo com um cerimonial específico. (SIMÃO, 2005, p.19)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do que foi exposto neste trabalho, considera-se que existe um mercado muito amplo voltado ao evento casamento, que além de um evento social é um sonho para os noivos.

O objetivo geral “Conhecer a oferta de serviços no mercado para eventos de casamento” foi cumprido por intermédio de leitura de publicações sobre o assunto, em livros e revistas e visita ao evento “Expo Noivas” que apresentam produtos e serviços relacionados ao casamento. Também foi obtido conhecimento por intermédio de

pesquisas na internet em diversos sites e blogs que tratam o assunto, conversas com profissionais da área, entre outros.

O primeiro objetivo específico, analisar a demanda por serviços na realização de casamentos, foi cumprido por intermédio das entrevistas, onde se apresentam os números de contratos fechados pelas Assessoras e Espaços de Eventos, além das afirmações das entrevistadas, sobre ter contratado serviços e os motivos que as levaram a isso. Também, os comentários das profissionais entrevistadas, garantindo que a demanda pelos serviços oferecidos só tem aumentado.

O terceiro objetivo específico, o de compreender a personalização de serviços foi bem explicado nas entrevistas com as assessoras de casamentos, onde se percebe que é algo pessoal, dependendo do ponto de vista de cada um, mas unânime no passo que a personalização é ter os desejos e solicitações atendidas pelos fornecedores.

O último objetivo específico estabelecido para este trabalho foi o de investigar a evolução da oferta e demanda por esses serviços nos últimos tempos. Esta evolução foi bem explicada pelas profissionais da área, que falaram da quantidade de produtos e serviços que surgem todos os dias, não mais somente aqueles casamentos tradicionais, com os mesmos itens em todos. Os serviços eram muito limitados. Atualmente, cada casamento é de um jeito, em lugares diferentes, com celebrações diferentes, vestuário, acessórios, tipos de decorações, entre outros produtos e serviços existentes nesse amplo mercado que é o do evento casamento.

Também com o documento fornecido por Goal (2010), pode-se perceber o aumento da oferta e da demanda por esses serviços. Tanto o número de visitantes nas feiras cresce a cada ano, como o número de expositores, uma vez que o espaço destinado a Feira também é ampliado.

Este trabalho poderia ser mais rico se houvesse condição para a realização da entrevista com Vera Simão, um grande nome no mercado de casamentos. Além da entrevista com o Buffet França, um tradicional Buffet da cidade de São Paulo, que até o momento do fechamento do presente trabalho, ainda não tinha atendido às solicitações das autoras.

Portanto, os autores dessa pesquisa ou outros interessados podem dar continuidade ao trabalho já iniciado, ampliar a pesquisa, sendo, inclusive, com outros objetivos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBRECHT, Karl. *Revolução nos Serviços: Como as empresas podem revolucionar a maneira de tratar os seus clientes*. São Paulo: Pioneira, 2003

ALBUQUERQUE, Monica de. *Uma análise histórica do paradigma do casamento no Brasil dos anos 70 a 90*. Um estudo de caso em Americana (SP) (Dissertação de Mestrado) Rio de Janeiro: Universidade Severino Sombra, 2007.

ARAÚJO Junior, Gediel Claudino. *Direito de Família*. Teoria e Prática. São Paulo: Atlas S.A., 2006.

BERNARDO, Carlos Roberto. *Terceirização: Vantagens e desvantagens do contrato de gestão de administração*. Estudo de caso do Novotel São Paulo Center Norte. (Dissertação de Mestrado) São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2007.

BORGERTH, Cecília. *A Festa é sua*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

DINIZ, Maria Helena. *Código de Civil Anotado*. São Paulo: Saraiva, 2000.

FIDALGO, J. (19 de Fevereiro de 2002). *Folha*. Acesso em 10 de Abril de 2010, disponível em [www.folha.uol.com.br](http://www1.folha.uol.com.br/fo...): [http://www1.folha.uol.com.br/fo.../equilibrio/comportamento/ult561u76.shtml](http://www1.folha.uol.com.br/fo...)

Folha. (26 de Julho de 2005). Acesso em 11 de Abril de 2010, disponível em [www.folha.uol.com.br](http://www1.folha.uol.com.br/fo...): <http://www1.folha.uol.com.br/fo.../turismo/noticias/ult338u5119.shtml>

FURTADO, Silvana Mello et al. *Os cursos de gastronomia no antexto do turismo: Uma breve reflexão*. Trabalho apresentado ao GT “Turismo e Desenvolvimento Regional” do V seminário de pesquisa em turismo do MERCOSUL - Caxias do Sul, 27 e 28 de junho de 2008. Disponível em: [http://www.u.../ucs/tpIVSeminTur%20posgraduacao/strictosensu/turismo/seminarios/semin_tur/arquivos/gt07-15.pdf](http://www.u...) > Acesso em: 11/05/2010 às 14h00

GOAL Promoções e Feiras. (22 de Abril de 2010). Apresentação Expo Noivas. São Paulo, SP, Brasil.

GOLDENBERG, Mirian. *Os novos desejos: Seis visões sobre mudanças de comportamento de mulheres na cultura brasileira contemporânea*. Rio de Janeiro: Record, 2000.

GONÇALVES, J.E. (s.d.) *Contigo*. Acesso em 12 de Abril de 2010, disponível em [www.contigo.abril.com.br](http://contigo.abril.com.br): <http://contigo.abril.com.br/reportagem/adriane-galisteu-casamento-gravida-bebe-536584.shtml>

HOBBSAWM, Eric. *Era dos Extremos*. O breve século XX 1914-1991. São Paulo: Companhia das Letras, 1994

HOBBSAWM, Eric; RANGER, Terence. *A Invenção das Tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra 3ª ed., 1997.

IBGE (2009). *IBGE*. Acesso em 10 de Abril de 2010, disponível em www.ibge.gov.br: http://www.ibge.gov.br/servidor_arquivos_est/

KON, Anita. *Economia de Serviços*. Teoria e Evolução no Brasil. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

LACERDA, Gabriel. *Contrato de Matrimônio*. Digressões lúdico-jurídicas sobre a instituição do casamento monogâmico. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1994.

MEIRELLES, Gilda Fleury. *Tudo Sobre Eventos*. São Paulo: STS, 1999.

NIEBLE, Bruna; SANTOS, Rubens. *Hospitalidade E Comportamento Do Consumidor*. Riscos Percebidos Pelas Noivas Na Hora De Escolher Um Serviço De Alimentação Para A Festa De Casamento. Disponível em:

<<http://ideas.repec.org/a/erv/observ/y2009i11923.html>> Acesso em: 11/05/2010 às 13h00

Noivinha Feliz. (s.d.). Acesso em 11 de Março de 2010, disponível em www.noivinhafeliz.com.br: <http://www.noivinhafeliz.com.br/.../voce-sabe-como-surgiu-a-ideia-de-padrinhos-de-casamento.html#axzz0klOWaRKL>

O Globo. (25 de Novembro de 2009). Acesso em 20 de Agosto de 2010, disponível em [www.oglobo.globo.com](http://oglobo.globo.com): <http://oglobo.globo.com/pais/mat/2009/11/25/ibge-numero-de-casamentos-aumenta-4-5-em-um-ano-914914109.asp>

PAUL, Pamela. *The Starter Married and the Future of Matrimony*. Nova York: Villard Books, 2002. Disponível em: <http://www.amazon.com/Starter-Marriage-Future-Matrimony/dp/0375505407#reader_0375505407> Acesso em 09.04 às 21h00

Portal São Francisco. (s.d.) Acesso em 14 de Abril de 2010, disponível em www.portalsaofrancisco.com.br: <http://www.portalsaofrancisco.com.br/alfa/casamento/origem-da-lua-de-mel-1.php>

SIMÃO, Vera et al. *Casar*. Do planejamento à celebração em grande estilo. São Paulo: Mescla, 2005.

SIMÃO, Vera et al. *Curso Casar*. Do planejamento à celebração em grande estilo. São Paulo: Senac, 2008.

SUPERINTERESSANTE. (s.d.) Acesso em 14 de Abril de 2010, disponível em www.super.abril.com.br: http://super.abril.com.br/superarquivo/1987/conteudo_111003.shtml

VALENTE, S. (22 de Abril de 2008). *Officina Mais*. Acesso em 12 de Março de 2010, disponível em www.officinamais.wordpress.com: <http://officinamais.wordpress.com/2008/04/22/os-diversos-tipos-de-eventos/>

ZANELLA, Luiz Carlos. *Manual de Organização de Eventos*. São Paulo: Atlas, 2008

ZOBARAN, Sérgio. *Evento é assim mesmo!* Rio de Janeiro: Senac Rio 2^a ed., 2004.