

PANORAMA ATUAL
MERCADO DE FESTAS

EM ÉPOCA DE PANDEMIA

Roseanny Lima e Fábio Silveira

SOBRE BALÃO CULTURA

A Balão Cultura foi fundada em 2011 e vem para o mercado de festa com o propósito de encantar o mundo de festa com seus balões. Mas não apenas encantar... por detrás de suas paredes há algo maior, como levar informação de ponta, inovar em seus processos e produtos, além de buscar ser uma empresa o mais sustentável possível e lógico atuar de forma social para o bem estar da sociedade.

Somos loucos por balões!!!



BalãoCultura
Somos loucos por balões!

SOBRE

FÁBIO

ROSEANNY

Fábio e Roseanny atuaram no mundo corporativo juntos, após algum tempo na indústria farmacêutica decidiram trilhar novos horizontes.

Ele engenheiro e ela advogada, trazem em seu DNA a proposta de deixar um legado ao mundo e fazer diferença na vida das pessoas. Foi isso que fez com que seus caminhos se cruzassem .



Dedicamos esse e-book aos árdios profissionais autônomos e empreendedores do mercado de festa, pelo esforço contínuo de surpreender seus clientes dando experiências incríveis, ao mesmo tempo que lutam continuar vivos nesse período delicado que o mundo passa.

#juntossomosmaisfortes

Pesquisa Panorama Atual do Mercado de Festa

No mês de abril a Asbrafe fez uma pesquisa para visualizar o mercado de festa e sua repercussão nos negócios, passado algum tempo e considerando que o mercado já está retomando, a Balão Cultura reproduziu a pesquisa em agosto para poder comparar o resultado após reabertura gradativa do comércio

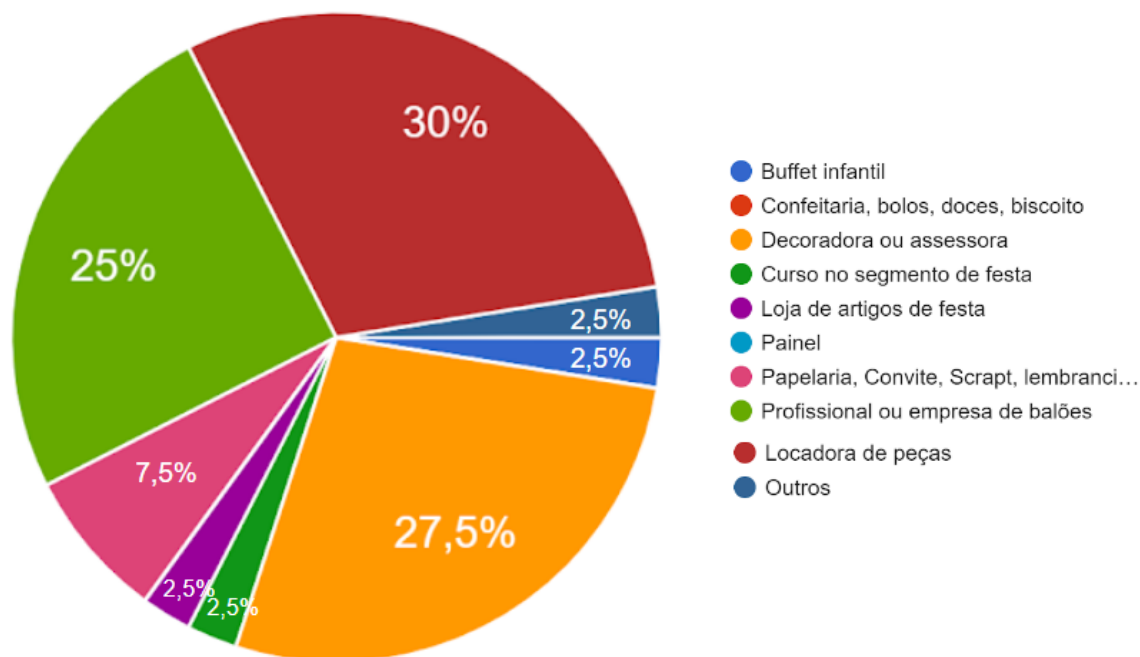
Quem participou da Pesquisa?

A pesquisa foi direcionada para empresas e autônomos que atuam em quaisquer segmentos dentro do mercado de festa.



Panorama atual no mercado de festas

QUAIS SEGMENTOS DO MERCADO DE FESTA CONTRIBUÍRAM COM A PESQUISA?



A Balão Cultura acredita ser importante destacar o segmento dentro do mercado de festa que responderam a pesquisa.

Os 03 principais segmentos em número de resposta foram 01º Locadoras de Peças, 2º Decoradores de festa e 3º Empresas ou profissionais de balões.

A Asbrafe em sua pesquisa não segmentou por isso não podemos fazer uma análise comparativa



Panorama atual no mercado de festas

OS RESPONDENTES ESTÃO LOCALIZADOS EM QUAL ESTADO BRASILEIRO?

A maior concentração dos respondentes é de SP com uma representação bem maior que as demais regiões, entretanto, há uma boa distribuição entre os demais estados brasileiros.

Estado	Pesquisa Asbrafe Nº Empresas abr/20	%	Pesquisa BC Nº Empresas ago/20	%
SP	70	45%	20	50,0%
RJ	14	9%	3	7,5%
MG	12	8%	2	5,0%
PR	10	6%	2	5,0%
RS	9	6%	1	2,5%
SC	8	5%	2	5,0%
AM	7	4%	1	2,5%
MA	5	3%	0	0,0%
BA/ES	6	4%	4	10%
PA/PE/RO	6	4%	1	2,5%
AL/ AP/ CE/ DF/ GO/ MS/ MT/ PB/ PI / RN/ TO	10	6%	4	10%
AMOSTRA	157	100%	40	100%

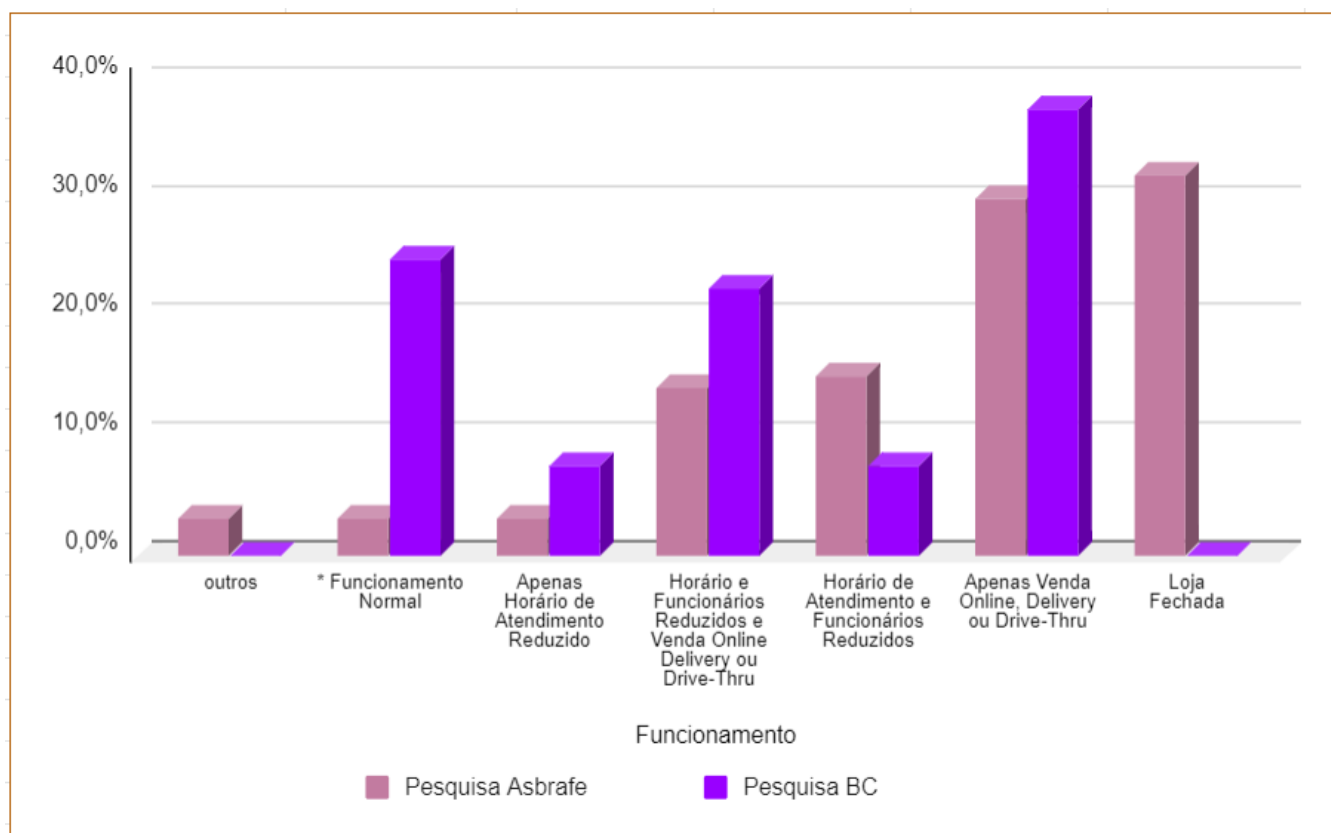
Há um equilíbrio regional nos respondentes comparando a amostra da Abrafe com a amostra da Balão Cultura, mostrando uma repetição da realidade e tornando mais pluriregional a pesquisa.

Panorama atual no mercado de festas

COMO ESTÁ O FUNCIONAMENTO DA LOJA?

Há que dar uma maior atenção a esse aspecto lojas de artigos de festa estão mudando a sua forma de atuar, os consumidores estão assimilando bem essa mudança.

Esse é o momento de colocar as contas no papel e estudar formas de se fazer presente no mercado.



Comparando as duas pesquisas, o índice que mais é expoente é onde notamos um aumento considerável de aceitação das vendas online com opções de delivery ou retirada com modelo de drive-thru, onde o cliente não precisa entrar no estabelecimento e nem sair do seu veículo.



COMO FICAM PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS?

Com a pandemia, o mercado de festa passou a consumir de forma diferente e isso impactou as empresas do setor que tiveram que mudar o comportamento. Vejamos quais foram as principais ações tomadas por essas empresas.

O mundo está em constante transformação e com a pandemia o processo digital foi acelerado o que garante ganhos e perdas no processo de adaptação.

De forma geral foi intensificado o atendimento online, ferramentas como o Whatsapp tiveram um aumento de utilização em 76%, segundo a Revista Exame, o que valida a nossa pesquisa.

Muitos empreendedores (apesar de pequenos) no setor de festa usaram a mesma estratégia da Inditex, que em seu guarda-chuva

detêm marcas como Zara, optaram por fechar parte das lojas físicas e investir no comércio on-line, com o intuito de aumentar vendas e lucro, mudando o perfil de seus funcionários e renovando a experiência com seus clientes.

Muitas das empresas que optaram na manutenção de atendimento presencial, passou a limitar a entrada de clientes, assim como criaram estratégias para reduzir o tempo do cliente no estabelecimento.

Também foi renovada a forma de negociação, criando soluções baseadas em retiradas, onde o cliente recebe seu produto no seu veículo sem adentrar no estabelecimento, garantindo segurança para fornecedor e cliente. Há quem opte pelo sistema de delivery com entregas nas portarias.

O antigo processo de montagem de festa dentro do espaço do cliente foi substituído por soluções DIY, onde o consumidor absorve o método de instalação, sem a necessidade da presença do especialista.

Isso é bom para ambos os lados, pois o consumidor reduz seu custo e o fornecedor apesar de ter um ticket médio menor, tem uma capacidade maior de ampliar sua demanda, usufruindo de serviços de delivery que por conta da crescente utilização, chegaram ao pico de aumento em 94% desde do início da pandemia, também vem sendo profissionalizado, melhorando um dos gargalos que o mercado de festa tinha, que era o sistema de logística.

Os fatores como delivery unido as soluções DIY e atendimento online deram ao empreendedor o que lhe era mais escasso, que é o tempo, permitindo a ele melhorar a demanda de seus produtos e focar mais em seu negócio. Resumindo o empreender está aperfeiçoado seu modus operandi, focando em procedimentos que melhore sua performance e lucratividade

Outro fator muito interessante é a aplicação da produção sob demanda, que é o grande desafio dos empreendedores, porque estão à frente de uma armadilha que consiste em uma produção superestimada que causa prejuízo e desperdício de insumos (matéria prima) ou a produção subestimada que causa a falta de produto e a perda da venda, o empreendedor passa a deter um estoque mais enxuto, apenas produzindo ao finalizar a compra, o que reduz custos e perdas, ou seja, a capacidade de aplicar o JIT

"Just in Time" onde o empreendedor aplica na "Hora certa" processos como o de compra, transporte e produção sobre o que foi vendido e não o inverso, beneficiando de redução de desperdício, estoque parado que não dá lucro e tudo que é produzido tem destino garantido.

Entretanto, na contramão desse processo vem as indústrias e importadores que com a redução temporária do mercado, criou um desabastecimento de estoque.

Mais uma vez o empreendedor de festa já calejado, antecipou se a isso, buscando produtos e soluções similares que atendesse o seu consumidor e não perdesse a venda.

Muitos produtos foram criados, outros produtos adaptados, as lives educacionais ampliaram, o que permitiu gerar conhecimento ao mercado de festa e ao usuário final mães, noivas, amigos.

Um novo mercado para os profissionais de festa desabrochou, a possibilidade de criar soluções para consumidores que querem se fazer presentes na vida de um amigo hospitalizado, de um familiar que é do grupo de risco, para uma pessoa querida.

Floristas, decoradores, profissionais de balões, doceiros, entre outros aproveitaram a oportunidade para dar uma injeção de ânimo em seus negócios.

É notado que algumas empresas desesperaram e reduziram seus valores, apesar dos fabricantes terem aumentado os produtos, mas isso vai ao encontro, com gente nova que adentra o mercado e por faltar experiência sai rapidamente, por que no final, a conta não fecha.

Houve um aumento das parcerias ganha-ganha, onde ninguém perde, ajudando mutuamente para a manutenção dos negócios, as relações foram fortalecidas, criando raízes nesse período.

Confeiteiros unido forças com empresas de balões e de caixas com solução party box, bolo mais balões em caixa personalizada.

Empresas de locação de peças fornecendo carrinhos para decoradores para as chamadas Festa pocket.

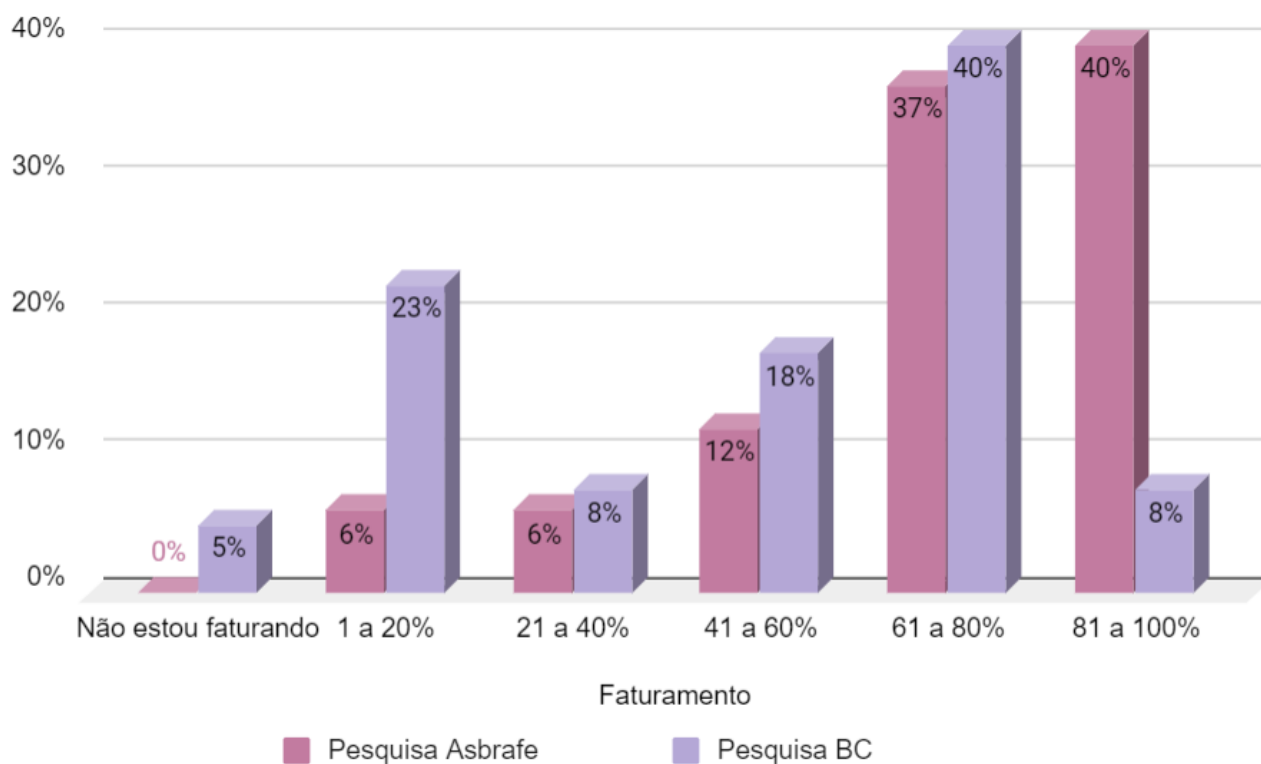
Muitas coisas boas surgindo!

O ticket médio reduziu, produtos foram inovados, processos foram enxugados, equipe foi adaptada ao novo cenário, o fato é que as pequenas e médias empresas estão agora realmente preparadas para a era digital, ainda engatinhando, mas logo mais estarão empoderadas e sentindo capazes de caminhar.

Panorama atual no mercado de festas

QUAL A QUEDA VISTA DO FATURAMENTO?

A queda de faturamento ainda é abrupta.



É notado uma movimentação do mercado para responder a crise, que caminha lentamente.



COMO O FABRICANTE SE POSICIONOU?

O mercado de festa necessita de matéria prima (insumos) que normalmente é oriundo dos fabricantes, aqui poderemos notar como eles se comportaram nesse retorno gradativo do mercado.

Com a alta do dólar a matéria prima teve aumento considerável, embasado que os aumentos são decorrentes dessa variação cambial.

As matérias primas como embalagens, tecidos, balões, gás hélio, papéis, alimentos, peças, combustível entre outros, todos tiveram incidência de **aumento de preço**.

Em contrapartida muitos dos fornecedores estão com **estoques baixos** ou capengas, sem previsão de importação. Dando uma resposta clara que o aumento é sobre estoque atual, para compor caixa e ter condições de fazer nova importação.

Entretanto, as pequenas empresas não conseguem repassar esses aumentos, pois o **consumidor final passa a exigir preço menores**, por entender que o mercado de festa é um commodity.

O que acarreta um achatamento na margem de lucro do pequeno e médio empreendedor.

O que é mais preocupante é o posicionamento dos **novos empreendedores**, incentivados pela indústria e gerados por conta de o país ter uma onda substancial de aumento de desemprego ou redução salarial, o que fez o brasileiro tentar complementar renda ou empreender para passar essa fase. Normalmente utilizando-se da **regra de baixo preço**, para conquistar mercado e atuando na informalidade o que reduz os custos, o que não é possível para uma empresa legalizada.

É o momento da reinvenção para que não seja obrigado a sair do mercado.



O SEU CONSUMIDOR MUDOU?

Os hábitos do consumidor do mercado de festa modificaram? Qual o comportamento atual desse consumidor? Houve reposicionamento do avatar da empresa no segmento de festa?

É nítido que o comportamento do consumidor mudou, nós todos mudamos com a pandemia. Não, seria diferente com o consumidor do mercado de festa.

O perfil do consumidor final une pitadas de praticidade, baseado na busca de soluções com qualidade e preços justos. Ele está também mais apreensivo, sendo mais cauteloso em suas compras e com consumo imediatista, sem tanto planejamento.

Seu temperamento também está mais acentuado muitos apresentam características de intolerância, ansiosos.

Mas o que não mudou é a vontade de comemorar!

Aparentemente a mudança do formato de festa por modelos menores e kit de festa foram recebidos bem e aumentou o aparecimento de

novos consumidores para essa modalidade, inclusive com mais comemorações de festa adulto resgatando antigos padrões de festas familiares dos anos 70-80.

Mas não se engane o consumo passou a ser menor, reduzindo o ticket médio das empresas.

A praticidade da negociação online caiu nas graças do consumidor.

Agora temos o consumidor DIY é aquele que faz suas próprias montagens, prepara sua festa, utilizando soluções pré-montadas, reacendendo o conceito do *it yourself* que surgiu após a 2a Guerra Mundial, entre anos de 40-50 nos EUA, onde o consumidor colocava a mão na massa.

O pronto atendimento, sem uso de inteligência artificial, por esse recurso os deixar impacientes, anseiam por negociações afetuosa, decorrente de uma rotina totalmente modificada.

O decorador passa a criar projeto e enviar solução empacotada sem mais estar presente na montagem.

As locadoras de peça modificam o perfil atendendo menos decoradores e mais cliente final em pequena escala. Esses clientes utilizam muitas peças de sua própria residência, como aparadores, mesas, suportes, adquirindo peças coringas ou que remetam ao tema.

Há uma busca por empresa de confeitaria, buffets e profissionais de papelaria que oferecem kits de festa, onde o cliente possa sozinho montar seu evento com graciosidade, mas sem perder o toque gourmet e de personalização que remetam ao tema escolhido.

O público continua consumindo balões, mas em um formato diferente, dando preferência a buquês de balões, arranjos de mesa e arco de balões orgânicos menores que ele mesmo tenha condição de instalar.

O consumidor de festa está fazendo comemorações restritas direcionadas para poucos convidados, totalmente intimistas.

Os clientes aceitam de bom tom sistemas de delivery e de retirada.

Alguns prédios ainda resistem em manter os antigos formatos onde o fornecedor entrava para a montagem, principalmente em decorrência de mães com filhos pequenos não se sentirem

confortáveis em descer com as crianças, entretanto, gradualmente os produtos são recebidos nas portarias, disposto no salão de festa ou no elevador, para posteriormente o contratante buscar o produto.

Outro ponto fundamental agregado ao comportamento do consumidor é o maior consumo de redes sociais que aumentaram 40%, considerando as plataformas instagram e facebook e um aumento de 1 milhão de download do app Tik Tok, o consumidor está sedento por ocupar seu tempo ou recorrer a conteúdos que agregue valor em seu dia a dia.

O consumidor mudou, com certeza o antigo cenário não retornará, estamos nos aproximando de uma realidade mais parecida com a dos EUA, tudo caminha para isso no mercado de festa.

Boas práticas

Selecionamos algumas boas ideias desenvolvidas pelo mercado de festas

Party Box- bolos

A @festaconceito de Curitiba criou uma solução incrível que foi inspiração para outras empresas, eles criaram um party box composto por uma caixa toda personalizada que vai um bolo ricamente ornamentado, com docinhos finos e um topo feito de balões orgânicos.

A apresentação é incrível e nos dá vontade de consumir ou presentear. A versão em acrílico também esbanja criatividade. A produção é integral deles.



Recreação infantil

Uma das ideias mais geniais que tomei conhecimento é da @amobrinca uma empresa de recreação infantil.

Como estão cancelados os eventos presenciais e o contato físico está cada vez menor, buscaram uma solução para sobreviver. Logo no começo da pandemia, eles foram astutos criando a recreação online, levando uma experiência criativa e bem aceita. Como se diz do limão faz uma limonada, ela pode ampliar seu negócio rodando 24 horas em qualquer parte do país, talvez até expandir para outro



Locadora de peças

A locadora de peças @acasinhadafesta de Salvador preparou um kit de peças para montar uma festa pequena que o orçamento cabia no bolso de seu cliente. Antes de forma estratégica solicitou as decoradoras que montassem soluções que pudessem ser preparados pela mãe, com as publicações e algumas ações de marketing essa solução fez muito efeito.



Boas práticas

Selecionamos algumas boas ideias desenvolvidas pelo mercado de festas

<p style="text-align: center;">Conteúdo</p> <p>A @nr_eventos_foz de Foz do Iguaçu colocou a mão na massa e está levando conteúdo de qualidade para seus clientes festeiros, isso os atrai para suas redes sociais e consequentemente cria confiança, sendo contratados, pois estão criando relevância em seu público.</p> <p>Muitos dos questionamentos vêm do seu canal de Whatsapp que na negociação sanava dúvidas sobre a decoração.</p>	<p>FABI NEITZEL @nr_eventos_foz</p> <p>AMEI SUA DECORAÇÃO, MAS NÃO TENHO ESPAÇO PARA MONTAR TODO CENÁRIO, E AGORA?</p> <p>COMPARTILHE SALVE PARA</p>
<p style="text-align: center;">Decoração pocket</p> <p>A decoradora @tabitacintrafestas lá do Maranhão criou o pocket car, composto de um carrinho todo decorado com o tema da festa, tendo porções menores de doces decorados, bolos, flores, balões e papelaria, mas sem deixar de lado todo o glamour de uma decoração estilizada e que surpreende mesmo sendo pequena.</p>	
<p style="text-align: center;">Espaço de Festa</p> <p>O buffet @micasasp que era um espaço que recebia festas, não deixou a peteca cair, sendo reconhecido pela gastronomia abriu dois leques de atendimento o de delivery de comidas em casa e de festinhas com gosto de festão. Oferecendo soluções para seus clientes e atendendo também novos clientes.</p>	

SEMPRE É UM PRAZER CONTRIBUIR COM O
MERCADO DE FESTAS

NOS COLOCAMOS A DISPOSIÇÃO



Bibliografia

Pesquisa: Qual o impacto do Covid 19 no setor de artigos de festas? – Asbrafe: Associação Brasileira do Comércio de Artigos para Festas

Créditos:

Imagens e Grades: Canva design

Fotografias: Balão Cultura

Imagens do Boas Práticas: retiradas do perfil do proprietário da ação selecionada