

ÁREA TEMÁTICA: Estudos Organizacionais

**CONSULTORIA ESTRATÉGICA PARA A CONVERSÃO DE CLIENTES NO
SETOR DE DECORAÇÃO DE EVENTOS: ESTUDO DE CASO DA EMPRESA
BETH MANES**

Resumo

Este trabalho propõe uma consultoria estratégica para a empresa Beth Manes, especializada em decoração de casamentos no Rio de Janeiro. O principal desafio é a baixa conversão de clientes, pois o atendimento inicial sem limites claros permite o uso indevido de ideias por concorrentes. O objetivo é identificar e analisar as causas e propor soluções alinhadas à empresa e ao público-alvo. As recomendações incluem a criação de um catálogo de eventos, pacotes personalizados, uma planilha de gestão financeira e otimização do Instagram. As propostas são embasadas por pesquisas qualitativas com clientes e estudos de mercado e concorrência.

Palavras-chave: Decoração de casamento; decoração de eventos; personalização; conversão de clientes; experiência do cliente

Abstract

This project proposes a strategic consulting service for Beth Manes, a wedding decoration company in Rio de Janeiro, Brazil. The main challenge is low client conversion, as initial consultations lack clear boundaries, allowing competitors to misuse the company's ideas. The objective is to identify and analyze the causes, then propose solutions aligned with the company's needs and its target audience. Recommendations include creating an event portfolio/catalog, personalized packages, a financial management spreadsheet, and Instagram optimization. These proposals are based on qualitative client research and studies of the market and competitors.

Key-words: Wedding decoration; event decoration; personalization; client conversion; customer experience.

Introdução

A empresa surgiu em 2014, quando a empreendedora e atual proprietária Elizabeth Manes, organizou a festa de 90 anos da mãe e percebeu que o mercado de decoração oferecia poucas opções personalizadas. Ela comprou peças e montou a festa por conta própria, o que despertou seu interesse pelo segmento. Inicialmente, criou a “Mais Detalhes”, focada no aluguel de itens decorativos, mas enfrentou dificuldades, já que o público buscava serviços de decoração completos. Em 2016, fundou a “Mais Decor”, com foco em projetos personalizados, alinhados ao orçamento e aos desejos dos clientes. Já em 2022, de acordo com a Figura 1, a marca passou a se chamar “Beth Manes”, reforçando o vínculo pessoal da fundadora com o negócio.

Figura 1 - Logo Beth Manes



Fonte: Acervo Beth Manes

A Beth Manes é uma empresa de pequeno porte, registrada como MEI, que oferece decorações personalizadas para casamentos e festas. A própria fundadora cuida de todo o processo, com destaque para a divulgação via Instagram. Entre seus diferenciais estão o acervo próprio de peças e os projetos em 3D feitos em parceria com uma arquiteta. Realiza cerca de sete eventos por ano, com a meta de atingir dois por mês, mantendo uma operação enxuta e sem planos de grande expansão. Conta com *freelancers*, fornecedores de confiança e uma gestão financeira simples, com apoio do marido nas questões fiscais.

1. Business Model Canvas

Para compreender e estruturar de forma clara e objetiva o funcionamento do modelo de negócios da empresa, utilizou-se a ferramenta *Business Model Canvas*, representada na Figura 2. A partir dessa estrutura, é possível analisar como a empresa cria, entrega e captura valor, além de identificar possíveis oportunidades de melhoria ou inovação em seu modelo atual.

Figura 2 - Business Canvas da empresa Beth Manes



Fonte: Adaptado de Business Canvas pelos autores

A Beth Manes tem como propósito realizar sonhos por meio de decorações únicas e cheias de significado, sempre respeitando o estilo, os desejos e o orçamento de cada casal. Apesar de conquistar novos clientes principalmente por indicações, a ausência de estratégias de relacionamento dificulta a criação de vínculos duradouros. A empresa depende de uma rede confiável de parceiros e fornecedores, essenciais para a qualidade dos projetos e para o fortalecimento da marca no mercado.

2. Metodologia de pesquisa

A presente pesquisa adota uma abordagem metodológica combinada, composta por pesquisa secundária e pesquisa qualitativa, com o intuito de compreender o funcionamento do mercado de decoração de eventos, com ênfase em casamentos, e identificar os fatores que influenciam a escolha dos serviços por parte dos clientes. A combinação dessas estratégias permitiu uma análise integrando dados já disponíveis com percepções e experiências coletadas diretamente com o público-alvo.

3.1 Pesquisa Qualitativa

Para entender o processo de escolha da decoração de casamentos, foi realizada uma pesquisa qualitativa, utilizando como coleta de dados entrevistas em profundidade com 13 noivas das cidades do Rio de Janeiro, São Paulo e Belém. De

caráter exploratório, com roteiro de perguntas abertas, aplicadas online conforme a disponibilidade das participantes. As noivas foram selecionadas por conveniência, considerando fatores como local de residência, estágio do planejamento e diversidade de perfis. As entrevistas foram gravadas, transcritas e analisadas com apoio de inteligência artificial, a fim de identificar os principais temas e padrões.

3.1.1 Análise de Resultados

A partir das entrevistas feitas, foi possível identificar padrões de comportamento, valores compartilhados, canais de busca mais utilizados e fatores que influenciam tanto na escolha quanto no descarte de profissionais da área. A seguir, será apresentada a análise dos principais *insights* extraídos dessas entrevistas, que servem como base para a construção de estratégias mais alinhadas às reais necessidades e desejos desse público.

A noiva de hoje valoriza casamentos com significado, estética acolhedora e toques de carinho. A personalização é importante, mas não implica necessariamente em controle total, muitas confiam no olhar da decoradora, desde que se sintam ouvidas e acolhidas.

Na hora de buscar fornecedores, o Instagram é uma vitrine importante, mas não substitui um portfólio organizado por estilo ou tipo de cerimônia. Indicações informais, mesmo de fornecedores secundários, têm grande peso, pois a confiança compartilhada é mais decisiva que a publicidade, ter experiência prévia no local do evento também transmite segurança.

O que mais pesa na escolha da decoradora é a escuta ativa, a empatia e a clareza na proposta. Mais do que o menor preço, as noivas querem sentir que estão em boas mãos, com alguém que oriente sem impor e ajude a equilibrar sonho e realidade. O custo-benefício é mais relevante que o valor absoluto, e pacotes básicos com possibilidade de personalização são bem aceitos.

3.2 Análise Operacional

A análise operacional tem como objetivo identificar os principais fatores que impactam o funcionamento e o posicionamento estratégico da empresa no mercado. Para tanto, foram considerados três pontos centrais: público-alvo, concorrentes e fornecedores.

3.2.1 Público-alvo

A Beth Manes opera sob um modelo de negócio B2C (*Business to Consumer*), caracterizado por uma relação direta com os seus clientes, que abrange noivos e cerimonialistas. A avaliação do perfil geral desse público-alvo, fundamentada nas pesquisas apresentadas ao longo deste documento, permitiu a delimitação de suas características primárias. Os noivos são indivíduos que manifestam a intenção de casar, com residência nas cidades de Niterói e Rio de Janeiro, ou que demonstram interesse em realizar o evento nessas localidades. Pertencem predominantemente às classes sociais A e B, justificado pela significativa participação populacional dessas classes em Niterói, que configura a principal área de atuação da empresa. Já os cerimonialistas compreendem profissionais especializados em eventos e casamentos, com atuação nas regiões geográficas de Niterói e Rio de Janeiro.

3.3 Concorrentes

Foram mapeados e estudados os principais concorrentes que atuam no segmento de decoração de eventos, com ênfase especial em casamentos. A seleção dos concorrentes se baseou em critérios como semelhança de público-alvo, estilo de serviço, presença regional (praça), modelo de trabalho e faixa de preço. A matriz de concorrentes apresentada na Figura 3 tem como objetivo analisar o posicionamento de três empresas de decoração de eventos (Beth Manes, Honorato Eventos e Clarisse Oliveira) com atuação no estado do Rio de Janeiro. A comparação considera quatro dimensões estratégicas: preço, praça, promoção e serviço, além de destacar as vantagens comparativas e competitivas de cada negócio.

Por meio dessa análise, é possível identificar diferenças importantes na proposta de valor de cada concorrente. A Beth Manes, por exemplo, sobressai pela forte presença digital no *Instagram* e pelo foco exclusivo em casamentos e festas especiais, posicionando sua marca com serviços mais personalizados e exclusivos. A Honorato Eventos, por sua vez, amplia seu alcance com a diversidade de canais promocionais, como *YouTube* e site próprio. Já a Clarisse Oliveira oferece uma proposta competitiva de preço e um serviço diferenciado, abrangendo também os *elopement weddings* - casamentos íntimos, geralmente compostos de poucos ou nenhum convidado, em que o casal escolhe fugir do tradicional e casar em um local especial, focando na experiência a dois - um nicho em expansão no mercado de casamentos.

Figura 3: Tabela de concorrentes

Concorrentes				Vantagem Comparativa	Vantagem Competitiva
Preço (Casamento para 150 convidados)	R\$ 31.900,00	R\$ 31.900,00	R\$ 25.000,00	Clarisse Oliveira tem preço mais competitivo (economia sem abrir mão da qualidade)	Beth Manes pode ser associada a serviços mais exclusivos ou personalizados.
Praça	Estado do Rio de Janeiro	Estado do Rio de Janeiro	Estado do Rio de Janeiro	Todos os concorrentes operam no estado do Rio de Janeiro	Diferenciação para construir relacionamentos com clientes e na experiência de atendimento.
Promoção	Atendimento pelo Whatsapp, e-mail e Instagram com forte presença no Instagram	Atendimento pelo Whatsapp, e-mail, e Instagram, possuiu site próprio e canal no Youtube	Atendimento pelo Whatsapp, e-mail, Facebook, Instagram e possuiu site próprio	Honorato Eventos possui diversidade de canais promocionais, incluindo canal no YouTube, ampliando o alcance digital	Beth Manes possui forte presença no Instagram, atraindo o público por meio de estratégias de marketing visualmente impactantes.
Serviço	Casamentos (foco) e festas para ocasiões especiais	Casamentos e ocasiões especiais	Decoração de casamentos, festas e elopement wedding	Clarisse Oliveira oferece uma proposta com um foco em elopement wedding, um nicho diferenciado e mais personalizado no mercado de casamentos.	Beth Manes possui foco exclusivo em casamentos e ocasiões especiais, destacando especialização.

Fonte: Adaptada pelos autores

3.4 Fornecedores

Para uma empresa de decoração de festas como a Beth Manes, os fornecedores exercem um papel fundamental para a entrega de valor ao cliente final. O tipo de serviço prestado demanda uma ampla rede de fornecedores e colaboradores especializados, que viabilizam a montagem, a estética e a sofisticação esperadas pelos noivos. Sem esses parceiros, a materialização dos projetos de decoração não seria possível.

A Sofisticato Mobiliário fornece móveis elegantes e versáteis, adaptáveis a diferentes estilos de eventos. O Carlos Brito Design Floral contribui com arranjos florais exclusivos. A Spiro Tapetes disponibiliza tapetes orientais que conferem requinte e aconchego aos ambientes. Já a Cris Ekart Velas e Lustres oferece elementos de iluminação cênica, como velas, lustres e luminárias, que enriquecem a ambientação com luz e atmosfera. A Eliane Salgado Locação complementa os cenários com peças decorativas de personalidade, enquanto a Floreal de Duques Paisagismo fornece plantas ornamentais e elementos naturais que trazem frescor e autenticidade à decoração.

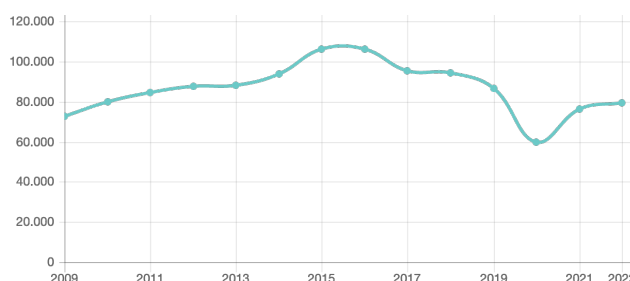
3.5 Mercado

A seção apresenta uma análise do mercado de casamentos com base em dados secundários do período de 2018 a 2022. Os indicadores nacionais fornecem uma compreensão da dimensão do setor no Brasil. O foco recai sobre o Estado do Rio de Janeiro, região de atuação da empresa Beth Manes. A capacidade operacional da empresa permite estimar o tamanho do mercado efetivamente alcançável, possibilitando uma avaliação realista do seu potencial de inserção e crescimento no segmento.

3.5.1 Tamanho de mercado

De acordo com dados do IBGE (2018 a 2022), o mercado nacional de casamentos no Brasil movimenta, em média, cerca de R\$ 28,5 bilhões por ano. Esse valor considera aproximadamente 948.173 casamentos anuais, com um custo médio estimado de R\$ 30.000,00 por evento, visto na Figura 4.

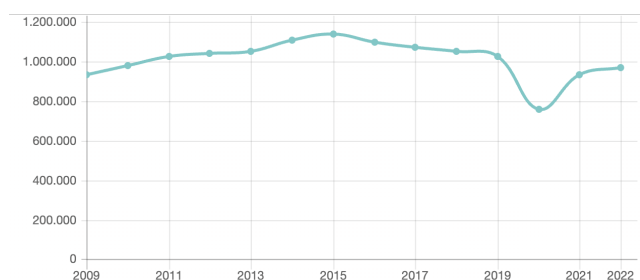
Figura 4: Casamentos registrados no estado Brasil entre os anos de 2018 e 2022



Fonte: IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística)

No Estado do Rio de Janeiro, o número médio de casamentos por ano no mesmo período é de aproximadamente 79.074 cerimônias, também com um custo médio de R\$ 30.000,00 cada. Isso resulta em um mercado estimado em R\$ 2 bilhões anuais, de acordo com a Figura 5.

Figura 5: Casamentos registrados no estado do Rio de Janeiro entre os anos de 2018 e 2022



Fonte: IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística)

No entanto, ao considerar a capacidade operacional da empresa Beth Manes, que é de até dois casamentos por mês, totalizando 24 eventos por ano, com um ticket médio de R\$30.000,00 por casamento, o mercado efetivamente alcançável é de cerca de R\$720.000,00 por ano.

4. Análise do Macroambiente

A análise do macroambiente é fundamental para compreender os fatores externos que influenciam diretamente o posicionamento e as estratégias da empresa no setor. Utilizando a metodologia *PESTEL*, foram analisados os aspectos Econômicos, Sociais e Tecnológicos para identificar ameaças e oportunidades que, embora estejam fora do controle da organização, impactam suas decisões e resultados.

Os três fatores indicados exercem alto impacto no setor de eventos. Economicamente, a instabilidade nos preços de insumos e mão de obra eleva os custos dos serviços, afetando a lucratividade das empresas. Socialmente, o crescimento da classe média no pós-pandemia e o aumento do poder de compra, especialmente no Rio de Janeiro, impulsionam a demanda por eventos personalizados e sofisticados. No campo tecnológico, ferramentas digitais e softwares de automação tornam o planejamento mais eficiente, com visualização em 3D, gestão de tarefas e maior interatividade.

5. Diagnóstico

O diagnóstico estratégico da empresa Beth Manes tem como objetivo identificar seus principais aspectos internos e externos, bem como avaliar sua posição competitiva no mercado. Foram aplicadas ferramentas como a Matriz *SWOT* e a definição da estratégia competitiva de posicionamento. A partir dessas análises, é possível compreender os pontos fortes e fracos da organização, as oportunidades e ameaças do ambiente, bem como delinear ações estratégicas para o fortalecimento da marca e o crescimento sustentável do negócio.

5.1 Matriz SWOT - Análise dos pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças

A análise *SWOT*, apresentada na Figura 7, permite identificar pontos-chave do negócio, destacando como principais forças a personalização no atendimento, o vínculo próximo com os clientes e a presença marcante no Instagram.

Entre as fraquezas, estão a limitação da equipe, a informalidade no planejamento financeiro e a forma manual de apresentar orçamentos. As oportunidades envolvem parcerias com fornecedores, o *marketing* digital e a adaptação às tendências do setor de casamentos. Já as ameaças incluem concorrência com preços mais baixos, mudanças no perfil do consumidor e o aumento no custo de materiais decorativos.

Figura 7: SWOT da empresa Beth Manes

Força	Fraqueza
• Personalização e atendimento mais detalhado se comparado à concorrência • Alto nível de comprometimento e qualidade em seus serviços. • Relação próxima com os clientes • Forte presença no Instagram frente as concorrentes	• Limitação da equipe, podendo afetar a capacidade de atender um número maior de clientes • Dificuldade em fechar contratos sem colocar limites no atendimento antes do fechamento com a decoradora • Planejamento financeiro feito no papel e não automatizado • Apresentação do orçamento feita no papel e passada para o Word
Oportunidades	Ameaças
• Parcerias com outros fornecedores para gerar novas oportunidades de negócios e aumentar a visibilidade da marca. • Acompanhar as novas tendências em decoração de casamentos • Investimento em marketing digital	• Competidores podem oferecer serviços similares a preços mais baixos. • Mudanças nas preferências dos consumidores • Transporte e a montagem de itens decorativos em locais distantes ou de difícil acesso • Aumento no preço de flores, tecidos, iluminação e outros materiais decorativos

Fonte: Adaptado da análise SWOT pelos autores

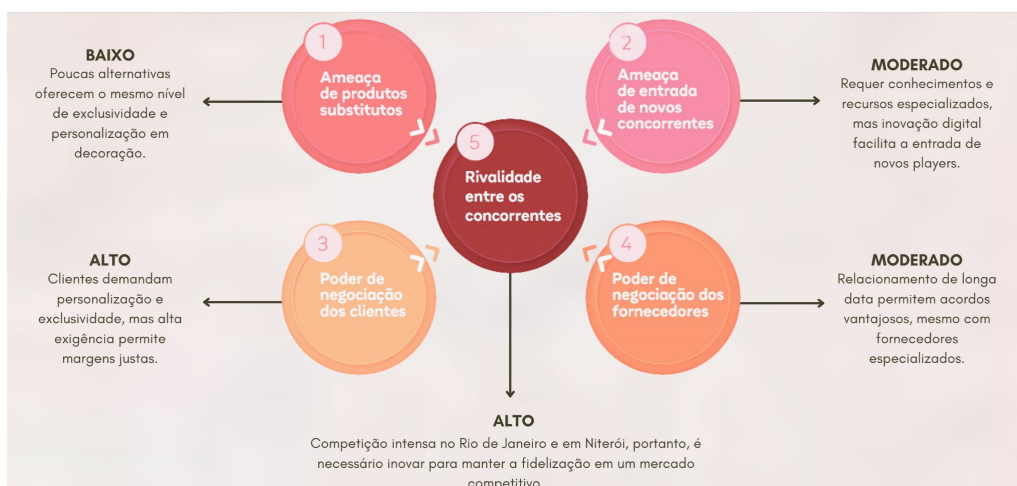
5.2 Estratégia Competitiva de Posicionamento

A Beth Manes se posiciona no mercado de decoração de eventos com foco em exclusividade, personalização e atendimento humanizado. Utiliza peças únicas de seu acervo próprio para criar decorações diferenciadas e feitas sob medida, refletindo o estilo e os desejos de cada casal. Além disso, seu atendimento é marcado pela escuta ativa, empatia e atenção aos detalhes, criando uma conexão emocional com os clientes e fortalecendo a fidelização.

5.3 Cinco Forças de Michael Porter - Atratividade do setor

Para compreender o ambiente competitivo em que a Beth Manes está inserida, foi utilizada a análise das Cinco Forças de Porter, de acordo com a Figura 8. Essa ferramenta estratégica permite avaliar o nível de atratividade e pressão do setor com base em cinco fatores: ameaça de produtos substitutos, ameaça de novos entrantes, poder de negociação dos clientes, poder de negociação dos fornecedores e rivalidade entre os concorrentes.

Figura 8: Cinco forças de Porter da empresa Beth Manes



Fonte: Adaptado das 5 forças de Porter pelos autores

A Beth Manes se destaca pela personalização e exclusividade de seus serviços, mas enfrenta forte concorrência e clientes cada vez mais exigentes. Segundo as Forças de Porter, a ameaça de substitutos é baixa devido à personalização; a entrada de novos concorrentes é moderada, pois o setor exige habilidades específicas; o poder de barganha dos clientes é alto, já que comparam orçamentos; o dos fornecedores é moderado, mas amenizado por parcerias duradouras; e a rivalidade no mercado é intensa, exigindo inovação constante.

6. Persona

Para compreender melhor o perfil do público da Beth Manes, foi criada uma persona que representa seu cliente ideal: uma noiva moderna, exigente e conectada, que valoriza experiências personalizadas, familiares e significativas, refletindo as principais expectativas do público-alvo da empresa. A Figura 11 ilustra suas necessidades, dores e expectativas, ajudando a direcionar estratégias mais alinhadas à experiência desejada.

Figura 9: Persona do cliente Beth Manes



SUZANA DIAS
 IDADE: 30 Anos
 ONDE MORA: Rio de Janeiro - RJ
 CLASSE SOCIAL: A

VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO

QUEM É SUZANA?
 Suzana é carioca, mas passou grande parte da sua vida estudando Direito em São Paulo. Depois do mestrado, decidiu voltar para o Rio de Janeiro para ficar próxima de sua família. Já vai fazer dois anos que se apaixonou por Marcelo, e em agosto eles decidiram dar um passo a mais na relação e passar a vida juntos.

CRENÇAS & VALORES
Família: Suzana valoriza a proximidade e o apoio de seus entes queridos.
Conhecimento: Sua dedicação aos estudos e à profissão reflete sua crença na educação como um caminho para o crescimento pessoal e profissional.
Resiliência e adaptabilidade: Estudando e vivendo em diferentes cidades, Suzana desenvolveu a capacidade de se adaptar e superar desafios em ambientes diversos.

O QUE SUZANA BUSCA

- Cerimônia para 150 pessoas, com uma decoração que reflita a história do casal com detalhes que conectem suas origens carioca e paulista, e simbolizem o amor e a união dos dois.
- Equilíbrio entre sofisticação e um clima intimista, valorizando família e carinho.
- Uso de flores tropicais, folhagens ou um ambiente que remeta à natureza.
- Um serviço de decoradora organizado e alinhado às suas preferências.
- Uma decoração priorizando o conforto dos convidados, com um layout que promova interação e acessibilidade.
- Opções que sejam compatíveis com o orçamento do casal, sem abrir mão de qualidade e significado.

Fonte: Adaptado pelos autores

6.1 Funil de Captação de Clientes

O funil de captação da empresa Beth Manes, especializada em decoração de casamentos, foi estruturado com base no comportamento das noivas ao longo da jornada de compra. Na etapa de consciência, a noiva busca referências em redes sociais e indicações. A meta da empresa é consolidar sua presença digital e ser lembrada espontaneamente. Na fase de interesse, a noiva passa a seguir perfis e salvar conteúdos; a empresa deve apresentar um portfólio atrativo e diversificado para gerar engajamento. Em desejo, ocorrem os primeiros contatos e solicitações de orçamento. A estratégia deve focar em catálogos claros, experiências anteriores e confiança. Na etapa de ação, a noiva fecha com o profissional. O atendimento precisa ser transparente e acolhedor para garantir segurança e vínculo.

A fase de lealdade ocorre após o evento, quando a cliente compartilha sua experiência. A empresa deve encantar em todas as etapas, fortalecendo sua imagem. Por fim, na recomendação, clientes satisfeitas indicam a marca. A Beth Manes deve estimular essa etapa com ações nas redes sociais, aproveitando o vínculo criado.

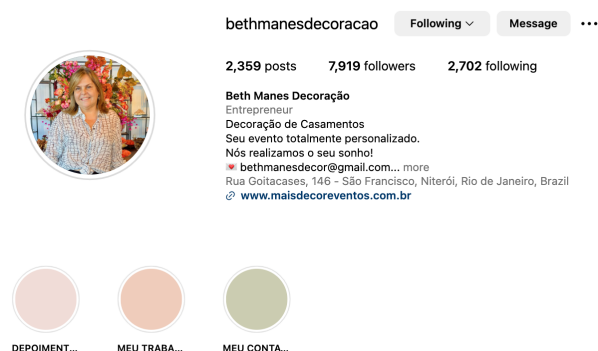
7. Desafios

A empresa enfrenta três desafios principais:

1. Atendimento inicial gratuito, com oferta de ideias antes da formalização do contrato, tem gerado perdas, pois criações são usadas por concorrentes sem retorno.
2. Gestão financeira manual, feita em cadernos, compromete o controle, a eficiência e o tempo dedicado a ações estratégicas.

- Marketing limitado, com posicionamento restrito a casamentos e presença exclusiva no Instagram, reduzindo visibilidade e oportunidades, de acordo com Figura 10. Concorrentes já atuam em várias plataformas.

Figura 10: Biografia do Instagram da Beth



Fonte: Instagram da Beth

Esses problemas, embora distintos, estão interligados por um ponto central: a necessidade de profissionalizar a gestão e a comunicação da empresa, sem perder o estilo personalizado que é a marca registrada do trabalho de Beth Manes.

8. Prioridades Estratégicas

Foi elaborado um plano dividido em seis fases para profissionalizar a gestão e comunicação da empresa, respeitando seu estilo personalizado:

1. Portfólio e pacotes: Criação de portfólio físico/digital e pacotes por número de convidados, com custo estimado de R\$ 1.980,00.
2. Gestão financeira: Implantação do sistema Omie ERP (R\$ 6.828,00/ano) para automatizar rotinas e organizar finanças.
3. Atendimento: Contratação de ajudante freelancer (R\$ 84.000,00/ano) para qualificar o pré-atendimento e apoio nos eventos.
4. Comunicação digital: Atualização do Instagram para refletir todos os tipos de eventos atendidos, sem custo adicional.
5. Presença digital: Criação de Linktree Pro (R\$ 264,00/ano) para centralizar e divulgar conteúdos com personalização e análise de desempenho.
6. Monitoramento: Revisões trimestrais com coleta de feedbacks para ajustes contínuos.

Todas as ações foram validadas com a empresa e visam ampliar a visibilidade, profissionalizar processos e preservar a criatividade.

8.1 Retorno Esperado

Com base nas soluções propostas, o investimento inicial total estimado será de R\$ 99.552,00 no ano, e nos demais anos um investimento de R\$ 97.572,00, visto que o desenvolvimento dos documentos (portfólio e catálogo) serão realizados apenas uma vez, possuindo uma manutenção trimestral. Considerando que a Beth retém 25% do orçamento total de um casamento, um evento de R\$ 30.000,00, conforme apresentado na seção 3.5.1 deste trabalho, geraria um retorno de R\$ 7.500,00 por mês. Visto que, ela realiza 2 casamentos por mês, isso representaria um ROI aproximado de 81% no ano inicial e 85% nos anos seguintes, evidenciando a viabilidade e o elevado potencial de retorno das ações sugeridas.

9. Conclusão

Este trabalho apresenta uma consultoria estratégica para a empresa Beth Manes, com foco na conversão de clientes. A partir de pesquisas com noivas e da análise do mercado e da empresa, foram identificadas fragilidades e oportunidades que orientaram propostas como portfólio, catálogo de decorações, pacotes personalizados e melhorias na presença digital. Essas ações visam fortalecer a comunicação com o público e consolidar a posição da empresa no segmento de casamentos personalizados. A empreendedora autorizou expressamente a utilização e divulgação deste trabalho para fins acadêmicos e profissionais, garantindo o compartilhamento livre dos dados e informações apresentados.

Referências

C6 BANK. Quanto custa casar? Disponível em: <https://www.c6bank.com.br/blog/quanto-custa-casar>. Acesso em: 13 abr. 2025.

CVENT. Event statistics: key trends shaping the future of events. Disponível em: <https://www.cvent.com/en/blog/events/event-statistics>. Acesso em: 1 mar. 2024.

FILDH Hotel. Mercado de eventos no Brasil: o que você precisa saber. Disponível em: <https://www.fildihotel.com.br/mercado-de-eventos-no-brasil-o-que-voce-precisa-saber/>. Acesso em: 25 mar. 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Rio de Janeiro: informações completas. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rj/pesquisa/20/0>. Acesso em: 16 mai. 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Brasil: informações completas - ano 2022. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pesquisa/20/0?ano=2022>. Acesso em: 16 mai. 2025.

OLHAR DIGITAL. Automação de processos pode salvar muitas empresas nesse final de ano. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2024/11/23/colunistas/automacao-de-processos-pode-salvar-muitas-empresas-nesse-final-de-ano/>. Acesso em: 27 fev. 2025.

VEJA RIO. Mudança de hábitos e tradições nos casamentos cariocas. Disponível em: <https://vejario.abril.com.br/cidade/mudanca-de-habitos-e-tradicoes-nos-casamentos-cariocas/>. Acesso em: 24 mar. 2025.

VEJA RIO. Novidades e tendências nos casamentos cariocas. Disponível em: <https://vejario.abril.com.br/cidade/novidades-e-tendencias-nos-casamentos-cariocas>. Acesso em: 1 dez. 2024.

Linktree. Pick your plan. Make it yours. Disponível em: <https://linktr.ee/s/pricing>. Acesso em: 30 jul. 2025.

Omie. Encontre o plano ideal para seu negócio e comece já. Disponível em: <https://www.omie.com.br/precos/>. Acesso em 30 jul. 2025