



Curso Superior de Tecnologia em Gastronomia

Planejamento de Eventos

Docente: Chef. Priscilla Bruno

02/2021

B922p Bruno, Priscilla Lopes.

Planejamento de Eventos / Priscilla Lopes Bruno. São Paulo:
UNISA, 2022.

21 p.

1. Culinária. 2. Gastronomia. 3. Evento I. Título.
II. Universidade Santo Amaro.

Breve histórico

Desde as civilizações antigas são encontrados registros de deslocamento de pessoas para uma determinada localidade afim de que fossem tratados assuntos de interesse coletivo. Mas mesmo antes desses deslocamentos, a maior parte das civilizações realizavam cerimônias de casamento, funerais e outras cerimônias do tipo que podem ser caracterizados como antecedentes dos eventos.

Segundo Matias (2002), os Jogos Olímpicos da Era Antiga de 776 a.C. merecem destaque, pois mostram as origens do turismo, mais especificamente do turismo de eventos. Eles aconteciam a cada quatro anos e tinham influência religiosa. O sucesso foi tão grande que outras cidades passaram a realizar os seus próprios Jogos, mantendo a tradição de bem receber os participantes, que era comum nos Jogos gregos.

Ainda na Idade Antiga, podemos citar as Festas Saturnálias, das quais derivam o carnaval, e um congresso que foi realizado em Corinto, reunindo os delegados das cidades gregas que escolheram o general da Grécia nas lutas contra a Pérsia.

Já na Idade Média, a influência da Igreja sobre a sociedade era muito grande e isso se refletiu nos eventos, portanto, os eventos que mereceram destaque foram os eventos religiosos e comerciais. Dos eventos religiosos podem ser citados os concílios, sendo que concílio pode ser definido como uma “assembléia de prelados católicos em que se tratam assuntos dogmáticos, doutrinários ou disciplinares” (Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa, 1986, p. 446). Os concílios eram reuniões de bispos convocadas para a tomada de decisões sobre os assuntos religiosos e entre os principais concílios estão:

- Concílio de Nicéia – aconteceu em 325 e tinha como objetivo defender a unidade religiosa como fator de força política;
- Concílios de Latrão – com destaque para os III Concílio e o VI Concílio que discutiam os grandes problemas políticos e religiosos da época. Foi também neste último concílio que se encontram os primeiros registros que identificaram o local e os participantes do evento;

- Concílio de Trento – com duração de dezoito anos (de 1545 a 1563), esteve sobre a direção de três papas e foram promulgados dogmas contra os protestantes.

Dentre os eventos comerciais, as feiras foram de grande importância para o comércio da Idade Média, tanto que as guerras eram suspensas e os jogos proibidos eram liberados para que as elas pudessem acontecer. As feiras duravam em média seis semanas e levavam os produtos da França, Países Baixos, Vale do Reno, África e Oriente para os moradores de pequenas localidades, movimentando o mercado internacional e provocando deslocamento de um grande número de pessoas, tanto comerciantes como compradores, além de artistas que mostravam suas habilidades.

As mais antigas e que ocorriam com certa regularidade datam de 427 d.C. e eram as da Região de Champagne, na França país que se tornou um grande centro de feiras, tanto comerciais na Idade Média quanto na sociedade pós Revolução Industrial.

Durante a Idade Moderna os eventos foram beneficiados com o aparecimento dos meios de hospedagem, entre eles os albergues e estalagens, tornando as viagens mais agradáveis. Nesta mesma época, havia viagens conhecidas como *Grand Tour* que eram as viagens que os jovens ingleses faziam para completar os seus estudos, tendo a oportunidade de conhecer os locais anteriormente estudados.

Mas foi a Revolução Industrial que deu início às grandes mudanças e aos eventos estavam começando a se tornar mais semelhantes àqueles que acontecem atualmente. Essa Revolução fez com que as feiras fossem mais bem planejadas, permitindo que o fluxo de pessoas aumentasse ainda mais. Pode-se dizer que esse foi o início das viagens com interesses mais profissionais e não apenas de lazer, de cura ou por motivos religiosos como antes acontecia com maior regularidade. Entre os grandes destaques dessa época, está a construção do Palácio de Cristal na Inglaterra que foi feita para sediar uma série de feiras e exposições internacionais.

No final do século XIX e começo do século XX, outros palácios foram construídos nas mais diversas partes do mundo como nos, em Londres (Inglaterra), em Viena (Áustria) e em Paris (França). Alguns dos lugares mais famosos de Paris já foram sedes de feiras como o

Grand Palais, o *Petit Palais* e o Campo de Marte. Além dos palácios, o número de pavilhões de feiras e exposições cresceu impulsionando cada vez mais o turismo de eventos e todo o mundo.

Um outro tipo de evento que teve uma certa importância foram as representações teatrais com destaque para a encenação da Paixão de Cristo que acontecia na Alemanha desde 1634 e que é encenada até hoje.

A Revolução Industrial mudou não só a economia mundial como o estilo de vida de toda a população mundial, e isso fez com que houvesse uma melhora da estrutura dos eventos e o surgimento dos eventos técnicos e científicos. O primeiro congresso científico foi o Congresso de Medicina Geral que aconteceu em 1681 na cidade de Roma. E o primeiro evento técnico foi o Congresso de Viena em 1815 que elaborou um acordo de paz após a derrota de Napoleão.

Foi também nesse período que Thomas Cook realizou a primeira viagem organizada que foi para um Congresso Antialcoólico em 1841, saindo da cidade de Leicester para Loughborough, ambas na Inglaterra. Essa viagem iniciou o turismo como atividade organizada profissionalmente e também é um marco para o turismo de eventos.

Já no século XX surgiram as Feiras de Amostras. Essas feiras eram como exposições e tinham como finalidade mostrar as últimas novidades tecnológicas, como foi o *Salon d'Automne* em 1910, na cidade de Paris, e acompanhavam o desenvolvimento da época.

Um outro evento técnico que merece destaque é a Conferência de Paz, que aconteceu após o final da Primeira Guerra Mundial, em 1919, e que estabelecia os termos de paz da guerra.

Mas não foram somente os eventos técnicos, científicos e comerciais que tiveram destaque na história dos eventos. Os Jogos Olímpicos da Era Moderna, que foi reavivado pelo Barão de Coubertin em 1896, é hoje um evento milionário que faz com que pessoas do mundo todo se desloquem para competir e acabou criando outras

versões, tamanho o seu sucesso, como os Jogos Olímpicos de Inverno e os Jogos Paraolímpicos, dentre outros.

Histórico dos Eventos no Brasil

No Brasil, colonial, os eventos não eram tão comuns. Havia apenas algumas feiras que tinham características semelhantes às feiras medievais que aconteciam na Europa com algumas barracas armadas a céu aberto que vendiam diversos produtos e aconteciam geralmente junto com comemorações religiosas. Com a vinda da Família Real para o país em 1808, os eventos começaram a ser mais organizados, prosseguindo durante o Primeiro Reinado (1822 a 1834) e também o Segundo (1840 a 1885).

“O primeiro evento que se tem conhecimento, ocorrido em espaço destinado à realização de eventos, foi um Baile de Carnaval em 7 de fevereiro de 1840. Esse baile aconteceu nos salões do Hotel Itália, depois da proibição do entrudo, o precursor do Carnaval.” (MATIAS, 2002, p.20)

Após esse ano, os bailes de carnaval foram se tornando mais comuns, ainda que somente as classes mais abastadas é que freqüentavam esse tipo de festa.

Em relação aos eventos técnicos e científicos a falta de experiência em organizar esse tipo de evento fez com que se tornasse necessário o Brasil participar de Feiras Internacionais como as de Londres (1862) e Paris (1867 e 1889). A primeira feira realizada da forma como conhecemos hoje, aconteceu em 1908 no Pavilhão de Feiras da Praia Vermelha, mas o país só se firmou como organizador de feiras em 1922 quando realizou a Exposição Internacional do Centenário para comemorar os cem anos da Independência do Brasil. Essa exposição contou com a participação de quatorze países, com quinze pavilhões, recebeu mais de três milhões e meio de pessoas e foi realizada no Rio de Janeiro.

No final da década de 1920, eventos voltados para o setor do turismo começaram a surgir organizados por algumas associações. Os centros de convenções só surgiram na década de 60.

Atualmente, o Brasil realiza os mais diversos tipos de eventos, sendo que muitas cidades têm o turismo de eventos como a uma de suas principais fontes de renda. O principal centro de eventos é a cidade de São Paulo, onde se localizam os pavilhões de feiras mais conhecidos do país, pois são neles, o Anhembi e o Ibirapuera, que acontecem eventos importantes como o Salão do Automóvel, a Bienal das Artes e algumas das feiras e congressos de relevância nacional de diversos setores. Além disso, outros pavilhões foram construídos como o Pavilhão de Exposições Imigrante que atualmente é local de realização da Bienal do Livro e pode-se acrescentar, também, a realização de uma das etapas de Circuito Mundial de Fórmula 1.

1.2 Conceito de eventos

Como visto anteriormente, os eventos acompanharam par e passo a história da humanidade. Apesar disso, eles começaram a ser estudados e profissionalizados recentemente e por causa disso, não há extensa bibliografia sobre o assunto e o que vem surgindo são resultados de estudos recentes.

Até não muito tempo atrás, os eventos eram considerados parte integrante da área de Relações Públicas, ficando a cargo de um profissional dessa área o planejamento dos mesmos. De acordo com Giácomo (1993) o profissional de Relações Públicas possui uma condição de estrategista da comunicação exigida na área de eventos.

O turismo, porém, anda ganhando destaque e os cursos de graduação dessa área já estão colocando o planejamento de eventos como parte integrante da grade curricular, formando profissionais aptos a organizar eventos dos mais diversos tipos. Além disso, existem cursos técnicos específicos de eventos e outros cursos relacionados com a área como os do

SENAC, que capacita pessoas a trabalhar com eventos, tanto no planejamento quanto na operacionalização.

Devido aos dos recentes estudos, surgiu a necessidade de se conceituar evento e classificá-lo, facilitando seu estudo e conseqüentemente a sua organização. A maneira mais simples de se explicar o que é evento é dizer que ele é um acontecimento, como definem os dicionários, mas só isso não consegue delimitar o evento para que ele se torne um setor destacado na economia e não demonstra qual é realmente o objeto de estudo, fazendo com que ele seja confundido com outros tipos de “eventos” como passeatas ou um acidente de carro.

Foram criadas muitas definições de eventos, por profissionais nas mais diversas áreas, mas muitas delas não conseguiam expressar exatamente o que é esse evento de que tanto se fala. Muitos deles não especificavam a atividade, não a delimitavam quanto ao lugar ou duração, outros não levavam em consideração o seu lado comunicativo e em outros era tido somente como uma ferramenta de marketing.

Existem, contudo, algumas definições que explicam melhor o que são os eventos como por exemplo:

“Acontecimento previamente planejado, a ocorrer num mesmo tempo e lugar, como forma de minimizar esforços de comunicação, objetivando o engajamento de pessoas a uma idéia ou ação.” GIÁCOMO (1993, p.54)

Este conceito, apesar de ter bem expressado o que é o evento até muito atualmente, por causa da tecnologia, vem se tornando um pouco defasado, pois, hoje em dia, podem ser feitas reuniões, mesas redondas, debates e até casamentos com pessoas em lugares diferentes com o uso da *Internet*. Ela surge como facilitador para o problema de falta de tempo para deslocamento ou mesmo a impossibilidade desse último, portanto, um outro conceito muito utilizado do que é evento é:

“Evento é um instrumento institucional e promocional, utilizado na comunicação dirigida, com finalidade de criar conceito e estabelecer a imagem de organizações, produtos, serviços idéias e pessoas, por meio de um acontecimento previamente planejado, a ocorrer em um único espaço de tempo com a aproximação entre os participantes quer seja

física, quer seja por meio de recursos da tecnologia.” MEIRELLES (1999, p.21)

Ambas conceituações têm ênfase na comunicação e no planejamento e apresentam delimitações de tempo e espaço, com o diferencial de que o segundo já engloba as mudanças tecnológicas, levando em consideração que os participantes não precisam necessariamente ter algum tipo de contato físico, podendo ser realizados pela *Internet* ou algum outro meio que permita a comunicação à distância em tempo real.

Pode-se dizer então, que de maneira geral, os eventos tem alguns parâmetros para a sua definição:

- **Meio de comunicação** – o evento é uma forma de comunicação utilizada para facilitar a transmissão de uma mensagem, idéia, conceito ou produto, criando uma interação entre os seus participantes.
- **Acontecimento planejado** – o planejamento é importante, pois um evento não pode acontecer ao acaso, já que ele é utilizado como um instrumento de comunicação e por isso tem de se minimizar as distorções para que a mensagem seja passada da forma mais clara possível;
- **Delimitações de tempo e espaço** – eles tem que ocorrer num determinado período de tempo em num lugar delimitado, sendo que, em relação ao lugar, ele pode ser mais de um, desde que haja uma certa aproximação entre os participantes que permita a comunicação.
- **Interação entre os participantes** – é essencial que os participantes de um evento tenham interesses comuns e que desejem interagir com os outros para troca de informações, ou para que se estabeleça uma relação entre participantes.

Para que o evento possa atingir seu objetivo, ou seja, para que ele se torne bem sucedido, ele tem que ser bem planejado. Feito isso, são apurados os recursos disponíveis, o tempo necessário para organizar o evento em si.

1.3 Classificação dos eventos

Para que os eventos possam ser melhor estudados, diversos autores o classificam, facilitando o trabalho, sendo que eles podem ser classificados de acordo

com os mais diversos critérios, como a frequência, localização, forma de participação, dimensão, objetivo, abrangência, público ou área de interesse. A classificação mais comum é a por área de interesse. Eles podem ser classificados em:

- **“Artístico** – *relacionado a qualquer manifestação de arte ligada á música, pintura, poesia, literatura e outras;*
- **Científico** – *trata de assuntos referentes às ciências naturais e biológicas, como, por exemplo, medicina, botânica e outros;*
- **Cultural** – *ressalta os aspectos de determinada cultura, para conhecimento geral ou promocional;*
- **Cívico** – *trata de assuntos ligados à pátria;*
- **Desportivo** – *ligado a qualquer tipo de evento do setor esportivo, independente de sua modalidade;*
- **Folclórico** – *trata de manifestações de culturas regionais de um país, abordando lendas, tradições, hábitos e costumes típicos;*
- **Lazer** – *proporciona entretenimento ao seu participante;*
- **Promocional** – *promove qualquer produto, pessoa, entidade ou governo, quer seja promoção de imagem ou apoio ao marketing;*
- **Religioso** – *trata de assuntos religiosos, seja qual for o credo;*
- **Turístico** – *explora os recursos turísticos de uma região ou país, por meio de viagens de conhecimento profissional ou não.”* MATIAS (2002, p.62-63)

Essa classificação pode ser utilizada para mostrar que os eventos estão ligados às mais diversas áreas. Ele não é exclusividade de um setor ou de outro, mas sim, parte de vários deles, seja para promoção, para passar informação ou para entreter.

Existe uma interdisciplinaridade, tanto na sua organização como na sua utilização. Porém, não existe uma classificação que seja melhor do que a outra, pois nenhuma delas consegue resumir tudo de forma totalmente clara. Um exemplo é o Salão Internacional do Automóvel que é um evento permanente de acordo com a frequência, pois acontece todo ano; é fixa quanto ao local – as últimas edições têm acontecido no Anhembi; é um evento aberto, pois qualquer um pode participar desde que pague o valor de entrada; de acordo com a área de interesse ele é cultural e também tecnológico e quanto ao espaço ou alcance ele pode ser considerado nacional. Se o Salão do Automóvel fosse classificado a partir de um só critério poderia haver um problema de entendimento. Um determinado tipo de classificação pode ser utilizado para um estudo ou para entender melhor um determinado aspecto do evento.

Foi para tentar classificar melhor que os eventos foram divididos em tipos. Muitas vezes eles são chamadas de reuniões, pelos simples fato de reunir um grupo de pessoas com um mesmo propósito. Elas são classificadas de acordo com as suas características e peculiaridades. Entre os tipos mais comuns de eventos, ou reuniões, estão as assembleias, congressos, seminários, workshops, palestras, mesas redondas, *brunch*, feiras, cursos, painéis, debates, *happy hour*, coquetéis, desfiles, salões, competições, shows, jantares, festivais, inaugurações e muitos outros.

O tipo de evento que é realizado depende de que objetivo se pretende atingir e qual a melhor forma de chegar ao público de interesse. Alguns tipos são característicos de uma determinada área, como as competições que são associadas a esportes, os congressos e seminários que são relacionados a discussões científicas ou os coquetéis que geralmente acontecem para lançar algum produto ou para inaugurar um local ou comemorar alguma data relevante. Esses tipos de eventos podem ser divididos basicamente em dois tipos: coloquiais e dialogais e dentro delas há uma série de especificações de acordo com o objetivo do evento.

1.4 Importância do planejamento de um evento

Como já dito anteriormente a profissionalização do pessoal envolvido com os eventos é algo recente assim como seu estudo e a adoção de uma metodologia. Sendo assim, além de estudar os tipos de eventos, que foram definidos anteriormente, é necessário entender como eles acontecem. E como diz sua própria definição, evento é um acontecimento que passa por determinadas etapas para que possa ser realizado. De acordo com Andrade (2002) o evento se desenvolve em três etapas: planejamento, realização e avaliação. Outros autores como Giacomini (1993) dizem que essas etapas são chamadas de pré-evento, evento e pós-evento, mas é só uma questão de terminologia. Todas essas etapas são imprescindíveis para que um bom evento possa acontecer e cada uma delas segue seus próprios processos racionais e podem ser divididos em fases metodológicas (vide anexo I).

Anterior ao início da concepção do evento, atualmente por causa do discurso que o evento é uma atividade altamente rentável, longe de saturação além do fato de que existem cidades que hoje vivem do setor de eventos como base de suas economias e, por conseqüência o crescente número de opções de locais para sediá-los, existe um processo de captação para esses eventos, tanto para os nacionais quanto os internacionais.

De acordo com Matias (2002) esse processo pode ser dividido, da mesma forma que o evento, mas suas fases são chamadas de preparação da captação, captação e pós-captção. É nesse momento que uma localidade, uma cidade ou país tenta mostrar que pode sediar o evento e porque ele é a melhor opção. Durante esse processo de captação os *Convention & Visitor Bureau* – CVB são de grande importância, ajudando na preparação da captação ou mesmo fazendo-a em conjunto com o poder público e/ou iniciativa privada. A importância desse estágio é tamanha que existe na Embratur a Divisão de Captação de Promoção de Eventos que elaborou algumas diretrizes para a captação de eventos internacionais e de congressos nacionais (vide anexo II).

Após esse estágio de captação e sendo ele bem sucedido, começa a organização do evento propriamente dito. Como um evento depende de diversos fatores e para que os erros sejam evitados, é necessário um planejamento, que é a fase em que as idéias são postas num papel após o cliente ter disso sondado nas suas necessidades e seus desejos. Muitas vezes ele omite algo importante, não deliberadamente, mas por esquecimento ou por não achar determinado item importante, dentre outros fatores. Assim sendo, uma boa entrevista costuma dirimir as dúvidas do organizador.

Posteriormente, os objetivos são definidos, as metas são estabelecidas, dados são analisados, o tipo de evento mais adequado é escolhido, o orçamento é mais ou menos estimado, o público alvo é definido e depois, o plano é feito para que na próxima etapa seja posta em prática.

Depois de definidos o local, data e tema, organizador de eventos determina o programa, os materiais necessários, o número de pessoas para trabalhar no dia do evento, além de fatores que são específicos de determinados tipos de eventos como: banda, brindes, cerimonial e protocolo, transporte para os participantes, atividades de lazer, recursos audiovisuais e outros que dependem da criatividade e do bom senso do organizador.

Todos esses fatores podem ser classificados por Giacomo (1993) como fatores estruturais, sendo que eles ainda podem ser divididos em comuns (aqueles que são necessários em todo evento) e específicos (que só aparecem em alguns tipos de reuniões). A autora ainda afirma que os fatores que podem fazer com que o evento não saia como planejado podem ser chamados de fatores conjunturais.

Existem alguns tipos de imprevistos para os quais é possível se precaver como lâmpadas que queimam, quebra de pratos num jantar e pequenos acidentes. Esses problemas são conhecidos como os “se” e é função do organizador estar preparado para resolver os problemas mais comuns, embora seja só com a experiência que essa lista de imprevistos vai se tornando mais eficiente. Mesmo que o evento seja planejado para que problemas sejam evitados, não é garantia que nada vai dar errado, pois sempre existem os fatores que fogem ao controle do organizador como falecimentos, enchentes e greves e esses são mais difíceis de prever e de resolver.

Apesar de todas as etapas se complementarem formando um ciclo, acredita-se que a mais importante seja a do planejamento, pois quanto melhor for o planejamento, melhor o evento tende a ser.

É verdade também que o ato de planejar surgiu com a necessidade de se atingir um objetivo, seja ele econômico, social ou profissional. Portanto, o planejamento não é exclusivo da área de eventos e muitas outras áreas estudam formas de se planejar melhor. Existem até certificações internacionais como o PMBOK – da PMI (Project Management Institute)¹ para formar profissionais altamente capacitados, tanto para planejamento quanto gerenciamento, que atuam nos mais diversos setores além da organização de eventos. No caso do setor de eventos, em um bom planejamento podem ser analisados os mais diversos imprevistos e suas prováveis soluções para

¹ PMI (Project Management Institute) é uma entidade especializada em gerenciamento de projetos, que surgiu durante a Segunda Guerra Mundial a partir de um projeto militar. Atualmente cria regras e emite certificados em gerenciamentos de projetos nas mais diversas áreas. O PMBOK - Project Management Body of Knowledge – é um manual que contém aplicações práticas nas empresas e projetos, com o objetivo de orientar o profissional na elaboração desses projetos, podendo se de longo, médio ou curto prazo.

que nada ocorra de errado durante o evento. Além disso, cabe a um bom organizador de eventos saber adequar a vontade do cliente com o que é possível de se fazer dentro do que existe e do orçamento pré-determinado.

1.5 Execução

Uma vez planejado o evento, é a hora de organizá-lo, tomar as medidas necessárias para que o evento se torne realidade e alcance seu objetivo. Essa fase é chamada de realização ou execução. É nela que o cronograma que foi anteriormente traçado é seguido até que o evento esteja pronto para acontecer.

Durante a realização, o organizador do evento, que não precisa ser necessariamente a mesma pessoa que o planejou, tem que visitar o local do evento, fazer contato com os fornecedores para obter orçamentos e saber da possibilidade de fazer o serviço, cadastrar os participantes, alugar o local para o evento abrir uma conta bancária em nome do evento, elaborar o material gráfico, fazer anúncios, a distribuição dos convites ou colocar outdoors, providenciar materiais, equipamentos transporte e acomodação dos participantes e palestrantes, além de fazer a contratação da mão-de-obra e treinamento do pessoal (se necessário) que vai trabalhar no dia do evento. São elaborados também, cronogramas de execução e o *check list* que é a lista que contém os itens a cumprir afim de que o evento aconteça.

Na montagem do evento é que o organizador tem que estar mais atento para os detalhes. Geralmente ele acompanha todo o processo para se certificar que não haja imprevistos e se houver, para que as devidas medidas sejam tomadas, além das tarefas e orientações ao pessoal contratado serem distribuídas. É também no dia do evento que o *check list* que foi previamente feito é utilizado, evitando assim possíveis esquecimentos.

O resultado do evento o organizador e o planejador começam a ver quando o evento está se iniciando, mas não é aí que o seu trabalho termina – é função do organizador acompanhar todo o andamento do evento não só para resolver eventuais problemas, mas para analisar o clima do evento e o envolvimento dos participantes.

1.6 Avaliação

A última fase é a da avaliação ou *feedback*. Depois que o evento é planejado e executado, é a vez de fazer a análise e verificar se o resultado do evento foi positivo e quais foram os problemas para evitar erros futuros. É verificada a satisfação do cliente, o trabalho da equipe que planejou e organizou o evento, o evento em si, os serviços terceirizados prestados a fim de, também, atualizar o banco de dados para que esteja sempre o mais completo possível.

Para fazer a avaliação podem ser utilizados vários métodos e nunca um só, para que os resultados dessa avaliação estejam o mais próximo da possível da realidade.

Como dito anteriormente, a avaliação começa no momento em que o evento está acontecendo: o organizador analisa os participantes para ver o nível de contentamento deles. Isso também pode ser feito com o auxílio de vídeos ou fotos e também de questionários

Além da avaliação, após o evento são feitas e enviadas cartas de agradecimento pela presença aos palestrantes, certificados para os participantes, (no caso de cursos, congressos ou *workshops*, entre outros), são feitos últimos acordos com fornecedores e funcionários temporários e é verificado se o objetivo do evento foi alcançado de acordo com a satisfação do cliente. Nesta fase, também, são apresentados os recibos para o contratante, são feitos os acordos de contas com fornecedores e ocorre o fechamento da conta bancária que foi aberta especificamente para o evento com o nome do contratante e do contratado.

Ao final desse processo, é elaborado um relatório com os dados do evento, desde o processo de captação do evento (se houve um), passando pelo planejamento, execução e a avaliação final.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, Renato Brenol. **Manual de Eventos**. 2 ed. Ampliada. Caxias do Sul, RS: EDUSC, 2002.

ANDRADE, José Vicente de. **Turismo: fundamentos e dimensões**. 6 ed. São Paulo: Ática, 1999.

BAPTISTA, Myrian Veras. **Planejamento: introdução à metodologia do planejamento social**. 4 ed. São Paulo: Moraes, 1981.

GIÁCOMO, Cristina. **Tudo acaba em festa**. São Paulo: Scritta, 1993.

MATIAS, Marlene. **Organização de eventos: Procedimentos e técnicas**. 2 ed. Barueri, SP: Manole, 2002.

MEIRELLES, Gilda Fleury. **Tudo sobre eventos**. São Paulo: STD, 1999.

PIRES, Mário Jorge. **Raízes do Turismo no Brasil: hóspedes, hospedeiros e viajantes no século XIX**. 2ª ed. Barueri, SP: Manole; 2002.

TENAN, Ilka Paulete Svissero. **Eventos**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2004.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godói. **A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo**. 6 ed. Campinas, SP: Papyrus, 2002.

WALKER, John R. **Introdução à hospitalidade**. 2 ed. São Paulo: Manole; 2002.

Sites consultados:

<www.revistadoseventos.com.br> Acesso dia 03/04/2008

ANEXOS

ANEXO I

Síntese da Dinâmica do Processo de Planejamento (que também pode ser aplicada a um evento)

PROCESSO RACIONAL		FASES METODOLOGICAS	DOCUMENTOS
Reflexão diagnóstica	Análise e síntese	Escolha e delimitação	Proposta preliminar
		Estudo / diagnóstico	Diagnóstico
	Decisão (opção)	Definição de objetivos e metas	Estudos de viabilidade ante-projetos
	Criação	Formulação de propostas alternativas de intervenção	Planos Programas Projetos
Ação	Intervenção	Implementação Implementação e execução Controle	Roteiros Normas Manuais Relatórios
Reflexão crítica	Crítica	Avaliação <i>feed back</i>	Relatórios avaliativos

Quadro adaptado de BAPTISTA, 1981, p. 21.

ANEXO II

Diretrizes do Manual de Orientação para Captação e Promoção de Eventos criado pela EMBRATUR (TENAN, 2004, p.61-71)

1. Parcerias de captação

É importante identificar quais organizações privadas e governamentais estão interessadas e, portanto, envolvidas no processo de captação.

Diferentes interesses estão em jogo neste processo: Financeiros, econômicos, políticos, culturais e científicos. Isto significa que a disputa será acirrada, concorrendo outras cidades/países com elevado grau de qualificação. Assim, o trabalho conjunto e competente de profissionais, empresas e entidades é indispensável na composição destas parcerias.

A parceria mínima de captação deve se constituir de:

1. Entidades e associações de classe nacionais e internacionais;
2. *Convention & Visitors Bureau*;
3. Centro de convenções da cidade ou instituição similar;
4. Organizadores profissionais de eventos;
5. Agência de viagens especializada em eventos;
6. Transportadoras aéreas;
7. Órgãos públicos correlatos.

2. Cidade-sede

A cidade que pretende se candidatar a ser sede de um evento deve estar ciente de que será objeto de uma série de avaliações técnicas, as quais serão determinantes na decisão final por parte da entidade de classe brasileira ou internacional que promove o evento:

1. Nível de interesse técnico, científico, político e social, capazes de mobilizar a cidade interessada na captação;

2. Potencialidade da cidade em atrair a maior quantidade de congressistas e acompanhantes: atrativos turísticos, diversidade gastronômica e alternativas de cultura, lazer e compras.
3. Infra-estrutura da cidade:
 - Capacidade do centro de convenções e dos espaços para eventos da rede hoteleira e disponibilidade de datas;
 - Acessibilidade de transporte;
 - Capacidade dos meios de hospedagem;
 - Comunicações;
 - Segurança.
4. Reputação da cidade em termos de congressos bem-sucedidos;
5. Qualidade profissional dos organizadores de congressos e do “*trade*”;
6. Qualidade profissional e tradição na empresa organizadora de feira comercial;
7. Expressividade numérica de associações locais.

3. Processo de captação Internacional

O planejamento para captação de eventos é constituído de uma série de etapas que envolvem a identificação de uma série de etapas que envolvem a identificação de oportunidades, a caracterização do evento, a validade de captá-lo ou não; e estratégias para a candidatura, tendo como objetivo principal consolidar-se como destino vencedor. Dentre essas etapas, destacam-se:

- Pesquisar os possíveis eventos que potencialmente poderão ser captados para a cidade em questão, valendo-se de fontes de informação como ICCA, IACVB, associações de classe e calendários de eventos ;
- Avaliar quais eventos interessa captar, de acordo com o perfil da cidade, especialmente seu período de baixa temporada ;
- Analisar o histórico do rodízio dos eventos em termos de cidade, país, sede e datas, para avaliar as chances de sucesso;
- Verificar as estimativas do número de participantes e acompanhantes diante da infra-estrutura da cidade;
- Preparar a apresentação da candidatura com razões científicas, elevando os aspectos positivos, culturais e turísticos para os participantes;
- Confeccionar o dossiê de candidatura, também conhecido como “book”.

Esse dossiê deve apresentar elevado padrão de qualidade, como informações precisas e completas, pois poderá ser o principal item na apresentação e decisão do local do evento, e deve:

1. Atender rigorosamente aos requisitos mínimos exigidos pela entidade internacional ou mundial;
2. Incluir cartas de apoio de autoridades como do Governador do Estado, do Prefeito, do Ministério correspondente, do Ministério das Relações exteriores, das instituições ligadas ao segmento de turismo, do *Convention & Visitors Bureau*, de outras entidades de classe que possam apoiar a candidatura, da companhia aérea, de sociedades científicas nacionais e latino-americanas;
3. Mostrar com clareza e objetividade dados da cidade no que se refere à infraestrutura turística, capacidade hoteleira, centro de convenções, vôos de acesso, estrutura do aeroporto, restaurantes, etc.;
4. Justificar com propriedade o interesse da cidade ou país no congresso, mostrando a importância científica, o intercâmbio científico ou técnico e o potencial da cidade e do país na especialidade do congresso;
5. Apresentar um orçamento com previsão de despesas e receitas demonstrando a viabilidade econômica do projeto;
6. Catálogos e fotos sobre os locais disponíveis para sediar o evento;
7. Folheteria sobre a cidade e o país – os *Convention & Visitors Bureau* desenvolveram uma brochura denominada “Show Case” que é muito útil nesse particular;
8. Atrações turísticas;
9. Filmes e audiovisuais.

Todas as etapas do processo de captação visam à defesa da candidatura, que ocorre normalmente durante um congresso que antecede aquele que se objetiva captar, porém raramente no ano imediatamente anterior. Nos casos de congressos mundiais, a antecedência costuma ser de no mínimo três anos (há casos de captações que ocorrem dez anos antes). Nos congressos pan e latino-americanos, a antecedência é menor.

As etapas de planejamento constantes da captação de congressos internacionais podem ser aplicadas à de congressos brasileiros, dependendo da maior ou menor complexidade deste.

4. Captação de congressos brasileiros

Toda e qualquer cidade desenvolver trabalhos de captação de congressos brasileiros desde que detenha condições de infraestrutura compatível com o porte do evento.

Destacamos abaixo as etapas de captação mais comumente empregadas:

1. Pesquisa a partir de dados do histórico do congresso, tais como:
 - Quais as cidades que já realizaram o congresso;
 - Periodicidade;
 - Infra-estrutura local: hotéis/centro de convenções;
 - Número de participantes: geral e por Estado;
 - Datas abertas;
 - Nome e endereço completo de entidades de classe brasileira/regional ;

Obs.: As fontes mais usuais para pesquisa são: companhias aéreas, ABRACCEF, hotéis, *Convention & Visitors Bureau*, órgãos oficiais de turismo do Estado ou cidade e algumas publicações especializadas.
2. Sensibilização da entidade de classe regional responsável pela inscrição da cidade interessada em sediar o congresso junto à entidade brasileira.
3. Constituição da parceria de captação para, a exemplo da captação internacional, dar suporte, neste caso, à entidade de classe regional.
4. A estratégia de captação dependerá do histórico de cada congresso, das especificidades de cada entidade e do maior ou menor desenvolvimento que a cidade possui no segmento de eventos.