



Vol. 10, Nº 22 (junio / junho 2017)

ORGANIZADORAS DE EVENTOS: UM ESTUDO SOBRE AS EMPRESAS ASSOCIADAS À ABEOC PERNAMBUCO, BRASIL

Clislaine Maria Teixeira¹

Maria Helena Cavalcanti da Silva Belchior²

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Clislaine Maria Teixeira y Maria Helena Cavalcanti da Silva Belchior (2017): "Organizadoras de eventos: um estudo sobre as empresas associadas à ABEOC Pernambuco, Brasil", Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 22 (junio/junho 2017). En línea: <http://www.eumed.net/rev/turydes/22/empresas-eventos-brasil.html>

RESUMO

Observa-se que o setor de eventos brasileiro está se expandindo e que a organização deste se apresenta como uma das atividades que tem gerado mais retorno econômico e social ao Brasil. O seguimento de eventos tem contribuído com o efeito multiplicador do turismo, na medida em que o mesmo estabelece ligação com toda oferta turística dos destinos. As empresas organizadoras de eventos, neste sentido, contribuem para tal crescimento exercendo atividades importantes como a captação e promoção de eventos. Buscou-se neste trabalho caracterizar as empresas organizadoras de eventos cadastradas na Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC) do estado de Pernambuco. Esta entidade foi escolhida por desenvolver trabalhos importantes para com o setor de eventos no Brasil. Para isso, foi realizada uma pesquisa documental com intuito de levantar a quantidade de empresas organizadoras de eventos afiliadas a referente instituição, verificando-se um número de seis empresas associadas. A pesquisa foi realizada em cinco dessas empresas, o que corresponde a um total de 83,33% da população estudada. Com a finalidade de conhecer as organizações foi aplicado um questionário destinado aos representantes das organizadoras de eventos. Os principais resultados deste trabalho apontaram que a maior parte das prestadoras de serviço de eventos (40%) se autotransformam como microempresa e como empresa de pequeno porte, descobriu-se que grande parte das empresas trabalha com eventos locais e regionais (80%), e que a internet é utilizada como principal meio na divulgação dos serviços das organizações. Além dessas informações o presente estudo também agrega várias outras características como, por exemplo, o tempo de atuação no mercado de eventos; as abrangências dos eventos com que as empresas trabalham; as tipologias de eventos as quais as organizações atuam, a identificação do público-alvo das empresas e a descrição dos departamentos que compõem as referidas organizações. Também destacou-se a representatividade da Entidade perante órgãos públicos e o seu significativo apoio quanto à captação e divulgação dos eventos ocorridos no estado de Pernambuco.

Palavras-chave: Eventos. Organizadoras de eventos. Profissional de eventos. ABEOC. Pernambuco.

¹ Bacharel em Turismo. Universidade Federal de Pernambuco, Brasil. clislaineteixeira@gmail.com

² Bacharel em Turismo. Docente da Universidade Federal de Pernambuco, Departamento de Hotelaria e Turismo, Brasil. mhcavalcanti@gmail.com

ORGANIZERS OF EVENTS: A STUDY ABOUT COMPANIES ASSOCIATED WITH ABEOC PERNAMBUCO, BRAZIL.

ABSTRACT

It is observed that the Brazilian sector of events is expanding and that the organization of this is presented as one of the activities that has generated the most economic and social return to Brazil. The segment of events has contributed to the multiplier effect of tourism, insofar as it links with all the tourist supply of the destinations. Event organizers, in this sense, contribute to such growth by carrying out important activities such as capturing and promoting events. This work aimed to characterize the event organizers registered at the Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC) in the state of Pernambuco. This entity was chosen for developing important works for the events sector in Brazil. For this, a documentary research was carried out in order to raise the number of companies organizing events related to the institution, with a number of six associated companies. The survey was conducted in five of these companies, which corresponds to 83.33% of the study population. In order to know the organizations, a questionnaire was sent to the representatives of the event organizers. The main results of this study indicate that most of the event service providers (40%) self-classified as micro-enterprises and as a small company, it was found that most companies work with local and regional events (80%), And that the Internet is used as the main means of disseminating the services of organizations. In addition to this information, the present study also adds several other characteristics, such as the time of action in the event market; The scope of the events with which companies work; The types of events in which the organizations act, the identification of the public administration of the companies and the description of the departments that make up those organizations. It was also highlighted the representativeness of the Entity before public agencies and its significant support for the capture and dissemination of events in the state of Pernambuco.

Keywords: Events. Event organizers. Professional events. ABEOC. Pernambuco

ORGANIZADORAS DE EVENTOS: UN ESTUDIO SOBRE LAS EMPRESAS ASOCIADAS A ABEOC PERNAMBUCO, BRASIL.

Se observa que el sector de eventos brasileño se está expandiendo y que la organización de este se presenta como una de las actividades que he generado más retorno económico y social para Brasil. El segmento de eventos he influenciado el efecto multiplicador del turismo, en la medida que el mismo establece relación con toda la oferta turística de destinos. Las empresas organizadoras de eventos contribuyen para el crecimiento ejerciendo actividades importantes como la captación y promoción de eventos. Se buscó en este trabajo caracterizar las empresas organizadoras de eventos asociadas a la Asociación Brasileña de Empresas de Eventos (ABEOC) del estado de Pernambuco. Esta organización fue elegida por desenvolver trabajos importantes para con el sector de eventos en Brasil. Para esto, fue realizada una búsqueda documental con la intención de averiguar la cantidad de empresas organizadoras de eventos asociadas a la mencionada organización, verificándose un número de seis empresas asociadas. La búsqueda fue realizada en cinco de esas empresas, lo correspondiente a un total de 83,33% de la cantidad total estudiada. Con la finalidad de conocer las organizaciones fue aplicado un cuestionario destinado a los representantes de las organizaciones de eventos. Los principales resultados de este trabajo muestran que la mayor parte de las prestadoras de servicios de eventos (40%) se clasifican como micro empresa y como empresa de pequeño porte; se descubrió que la mayoría de las empresas trabajan con eventos locales y regionales (80%), y que el internet es utilizado como principal medio de promoción de los servicios de las organizaciones. Además de estas informaciones, el presente estudio también agrega varias otras características como, por ejemplo, el tiempo de actuación en el mercado de eventos; el alcance de los eventos con que las empresas trabajan; las tipologías de eventos con las cuales las organizaciones actúan; la identificación del público-clave de las empresas y la descripción

de los departamentos que compone las organizaciones mencionadas. También se puede destacar la representatividad de la entidad ante los órganos públicos y su significativo apoyo cuanto a la captación y divulgación de los eventos realizados en el estado de Pernambuco.

Palabras clave: Eventos. Organizadoras de eventos. Profesional de eventos. ABEOC. Pernambuco.

1 INTRODUÇÃO

O turismo é uma atividade que envolve variedades de serviços estando assim ligado a uma diversidade de segmentos, entre eles, o de eventos que vem ganhando destaque quanto ao seu crescimento e expansão. Nesse sentido, Giagaglia (2012, p. 52), menciona que o segmento turismo de eventos “cuida dos vários tipos de eventos que se realizam nas mais diversas áreas”. As realizações de encontros proporcionam a troca de informações entre vários grupos e geram também benefícios socioeconômicos para as cidades em que esses acontecimentos são realizados. É neste contexto que nos últimos anos o mercado de eventos no Brasil tem se desenvolvido.

No país, em relação ao ano de 2013, foram realizados 590 mil eventos, de acordo com dados do II Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos - 2013, estudo realizado pela Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC) em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Os resultados dessa pesquisa indicaram que o setor de eventos cresceu aproximadamente 14% ao ano, contribuindo no aumento da participação do setor no Produto Interno Bruto (PIB) do país, que ampliou-se de 3,1% no ano de 2001, para 4,32% em 2013.

Identificou-se que o nordeste foi à segunda região do Brasil que mais sediou eventos no referido ano, com 116.362 acontecimentos realizados. Em relação aos participantes, estimou-se que o gasto médio diário dos residentes foi de R\$ 69,22 e dos participantes não-residentes de R\$ 437,16. Desta forma, foi constatado que o segmento de eventos tem se tornado atraente para o país, por causa dos vários benefícios econômicos que o mesmo tem gerado. Segundo o SEBRAE e a ABEOC, as empresas organizadoras de eventos faturaram em 2013, cerca de R\$ 72,22 bilhões, sendo gerados por essas organizações mais de cinco milhões de empregos. Identificou-se que essas empresas são compostas na sua maior parte por micro e pequenas empresas, representando 81% do mercado. É evidente que as empresas organizadoras de eventos são muito importantes para o mercado de evento, pois são elas as responsáveis pela realização das mais diversas tipologias de eventos.

As organizadoras de eventos são responsáveis por planejar e colocar em prática tudo que for desejado pelos seus clientes em relação à montagem de um evento. Essas empresas desenvolvem um trabalho complexo, pois precisam de uma gama de fornecedores para que possam atender as propostas que lhes são repassadas. Nesse sentido, é importante

que essas instituições disponham de um quadro de funcionários altamente qualificado, que tenha várias habilidades para lidar com essa atividade.

Considerando a relevância das empresas organizadoras de eventos, sentiu-se a necessidade de conhecer de forma mais aprofundada essas organizações. Desta forma, despertou-se a inquietação de saber: Quais as características das empresas organizadoras de eventos associadas à ABEOC Pernambuco, Brasil? Afim de responder a tal problemática foram elencados como objetivos : a) a caracterização das empresas organizadoras de eventos associadas à ABEOC Pernambuco, b) o mapeamento das empresas organizadoras de eventos associadas à ABEOC Pernambuco e c) o perfil das associadas à entidade.

Foram selecionadas as organizadoras de eventos cadastradas na Associação Brasileiras de Empresas de Eventos (ABEOC), com sede em Pernambuco. Esta instituição foi escolhida por se constatar que a mesma exerce um papel muito importante para com o setor de eventos, atuando desde 1977 no país. Assim como especifica a ABEOC no seu site oficial, a entidade tem por finalidade coordenar, orientar e defender os interesses de suas associadas, representadas por empresas organizadoras, promotoras e prestadoras de serviços para eventos. A ABEOC BRASIL atualmente está presente em 12 estados do Brasil, incluindo o de Pernambuco, com cerca de 500 empresas associadas.

A referente organização mantém representatividade junto às esferas governamentais, destacando-se na relação com o Ministério do Turismo (MTUR), Conselho Nacional de Turismo (CNT), Conselho de Turismo da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), Fórum das Entidades do Setor de Eventos e Instituto Brasileiro do Turismo (EMBRATUR), o que permite participar amplamente dos projetos, convênios e ações que envolvem o desenvolvimento do turismo de eventos do país, assim como informa a ABEOC BRASIL.

Diante do que foi exposto, pode-se afirmar que o presente trabalho é inovador, em razão de não se ter estudos sobre as empresas organizadoras de eventos cadastradas na ABEOC Pernambuco. Neste sentido, esta pesquisa colabora com a entidade envolvida, pois identifica características das empresas associadas, possibilitando assim que a referente instituição possa conhecer melhor suas afiliadas. Por fim, este trabalho também coopera com o setor de eventos de modo geral, na medida em que o mesmo disponibiliza informações relevantes acerca das empresas organizadoras de eventos e suas diversas variáveis conforme exposto nas páginas a seguir.

2 EVENTOS: UMA ATIVIDADE SOCIOECONÔMICA

No que diz respeito à participação das pessoas nos eventos, Melo Neto (2004, p.18), ressalta: “É por meio da participação em eventos, que o homem moderno aprende e reaprende a ter emoções, desenvolve o seu senso crítico, aprimora suas visões, preza a liberdade e adquire maior sensibilidade”. Os eventos geram benefícios às pessoas, contribuem

na disseminação do conhecimento e na vivência de novas experiências, por conseguinte os eventos cada vez mais fazem parte da vida das pessoas, na medida em que o número de encontros vem crescendo.

O evento deve ser pensado como uma atividade econômica e social que gera uma série de benefícios para os empreendedores, para a cidade promotora, para o comércio local, para os restaurantes, hotéis e para a comunidade. Quanto maior for o evento, maior será seu impacto econômico e social, local e regionalmente. A magnitude e a natureza do evento são fatores que lhe proporcionam valor socioeconômico (BRITO; FONTES, 2006, p. 71). Consta-se que os benefícios gerados pelos eventos devem atingir agentes como a economia, a sociedade e a cidade sede como um todo.

Um aspecto positivo do segmento de eventos é que além do mesmo estabelecer vínculos com toda a oferta turística de uma localidade, ele também atinge positivamente todo o setor econômico (primeiro, segundo e terceiro setor). Nessa concepção, Matias (2002 apud COUTINHO HEVELLYN e COUTINHO HELEN, 2007, p.4), aponta:

Um evento representa um grande estímulo para a economia de um município, uma vez que envolve uma grande movimentação nos mais diversos setores da economia, ocasionando um aumento geral na arrecadação das receitas, números de empregos (diretos e indiretos), além de criar novas oportunidades para a população local, redistribuindo a renda individual, local e regional.

Por isso, a captação e realização de eventos têm sido consideradas atividades que geram grande expansão socioeconômica em todo o mundo, trazendo benefícios para todas as partes envolvidas. (COUTINHO HEVELLYN; COUTINHO HELEN, 2007).

Sobre os benefícios proporcionados às cidades e aos países sedes que fazem a captação desses acontecimentos, Coutinho Hevellyn e Coutinho Helen (2007, p.1), ressaltam que:

Ao se elaborar uma programação que envolva um grande número de visitantes, tende-se a dinamizar economicamente o município sede (através da sua relação com toda a cadeia de atividades ligadas ao turismo) e movimentar hotéis, meios de transportes, restaurantes e o comércio em geral. Assim, favorece-se todo o desenvolvimento do ciclo econômico do município (distribuição de renda), exercendo a função de efeito multiplicador, própria da atividade turística.

Verifica-se que os eventos contribuem com a função de efeito multiplicador do turismo, pois através deles vários produtos e serviços de um local são utilizados. Desta maneira, o segmento do turismo de eventos inserido na gestão turística pode contribuir para a difusão de estratégias capazes de atrair grandes demandas de turistas e evitar o fenômeno da sazonalidade (ALBERINI, 2014).

Pode-se dizer que quando os acontecimentos são realizados no período de baixa temporada, proporcionam um aumento significativo da taxa de ocupação dos hotéis e também

umentam à procura de vários serviços, como os de alimentação, transporte, entretenimento entre vários outros.

Os participantes também usufruem dos horários sem programação na agenda do evento para visitar atrativos turísticos. Geralmente, quando gostam dos atrativos da localidade visitada, é despertado o interesse de voltar com familiares ou amigos. Dessa forma, os eventos ocasionam aumento na arrecadação de impostos, fazendo com que cresça a receita do município, o que se reverte em benefícios para a população local. Neste contexto, Britto e Fontes (2006, p. 73), mencionam:

Também há o incremento na receita global do local-sede do evento, uma vez que o turista participante gasta três vezes mais do que o turista comum; a melhoria de imagem da cidade-sede do evento, levando-se em conta que o participante pode se transformar em um elemento divulgador do local, ao retornar a seu ponto de origem; e o despertar do interesse de várias entidades promotoras em realizar futuros eventos no mesmo local, na medida em que os já realizados tenham obtido sucesso.

A cidade pode, portanto, encontrar na promoção de eventos uma grande oportunidade de aquecer sua economia e se desenvolver. [...] para tanto, o envolvimento dos empresários, da população e do poder público se faz necessário, para um planejamento baseado em levantamentos e diagnósticos periódicos que devem ser realizados tendo em vista obter o máximo de benefícios. (COUTINHO HEVELLYN; COUTINHO HELEN, 2007).

É importante que todos os atores envolvidos sejam beneficiados, inclusive a comunidade, pois é no lugar que vivem que esses acontecimentos serão realizados e podem gerar benefícios, mas também podem provocar malefícios. É preciso verificar se a população está satisfeita com a realização de eventos, principalmente quando se trata de grandes eventos que trazem o aumento populacional e, portanto mais barulho, geração de lixo e etc. Visto isto, podem-se ainda constatar outros fatores que a realização desses acontecimentos consegue proporcionar.

Especificamente sobre o equilíbrio do mercado turístico Britto e Fontes (2006, p. 71), comentam: “Esses acontecimentos, que são programados para discutir vários assuntos podem dar contribuições significantes para o equilíbrio do mercado turístico.” A exemplo deste fato, têm-se os destinos de lazer que também possuem estrutura para eventos. Quando se está no período de sazonalidade os eventos podem equilibrar o mercado turístico desse lugar, pois esses acontecimentos podem ser realizados em qualquer período do ano. Outro exemplo é citado por Coutinho Hevellyn e Coutinho Helen (2007, p.4):

A promoção de eventos hoje não só alimenta culturalmente uma determinada cidade, como também supre as necessidades de verdadeiros pólos turísticos, que possuem um amplo potencial, com boa infraestrutura de serviços e equipamentos e que, no entanto, não possuem nenhuma tradição na prática do turismo. Desta forma, os investimentos no turismo de eventos parecem ser a melhor opção para impulsionar o desenvolvimento do setor.

Por isso, é dada cada vez mais importância à realização de eventos. Nos dias atuais, não se pode imaginar um dia se quer de nossas vidas sem um acontecimento, isto, é sem um evento. São os eventos que mobilizam a opinião pública, geram polêmica, criam fatos, tornam-se acontecimentos, despertam emoções nas pessoas e fazem com que o turismo seja a nova indústria do terceiro milênio. (COUTINHO HEVELLYN; COUTINHO HELEN, 2007).

Citadas as várias melhorias proporcionadas pelos eventos, verificam-se ainda as que são geradas às empresas. Neste sentido, Giacaglia (2012, p. 11) ressalta: “Os eventos trazem comprovadamente resultados mais eficazes do que a propaganda que, por muitos anos e até recentemente, dominou o mercado de comunicação e a preferência das empresas na aplicação de seus recursos de comunicação”. Acredita-se que os eventos atualmente, são capazes de divulgar as empresas de forma excelente, proporcionando aumento nas receitas das mesmas, através da divulgação de serviços e/ou produtos. Além dos retornos financeiros, os eventos ajudam a melhorar a imagem dessas organizações que aproveitam para expor a sua marca.

Sobre os proveitos gerados às empresas, constata-se que as turísticas se beneficiam diretamente ofertando vários serviços, já outras empresas sejam elas de qualquer ramo, também utilizam os eventos na divulgação do seu produto ou serviço. Repara-se que os eventos geram melhorias tanto para as cidades que os sediam, como para as pessoas que participam, há também benefícios para a população local que usufrui da infraestrutura e dos empregos gerados, e para o destino em relação ao desenvolvimento proporcionado ao mesmo. Apresenta-se na subseção seguinte um recorte sobre o panorama do setor de eventos do Brasil.

2.1 O SETOR DE EVENTOS DO BRASIL

Com relação ao turismo de eventos no Brasil Coutinho Hevellyn e Coutinho Helen (2007, p. 5), afirmam: “O turismo de eventos, sinônimo de negócios, no Brasil passa por momentos de mudanças, conquistas e progressos, possuindo uma elevada importância econômica e cultural para o desenvolvimento do setor turístico como um todo”. No país, é evidente o desenvolvimento dessa área, a cada ano novos estudos estatísticos comprovam o crescimento desse setor.

Através da expansão do mercado de eventos surgem várias oportunidades de investimentos, inclusive para as empresas, assim, Coriolano e Montes (2003, p. 57), reforçam:

O mercado de eventos brasileiro tem dado oportunidades para as empresas de vários setores, como hospedagem, alimentação, gráfica, serviços de cerimonial e protocolo, montagem de estandes, entre muitas outras que ainda podem se desenvolver em função da crescente demanda.

Para que os eventos aconteçam é necessária a contratação de várias prestadoras de serviços. Sobre os atores envolvidos na realização dos eventos Zanella (2012, p. 2), destaca:

Os personagens e artífices desse espetáculo de grandeza e sonho são os agentes de turismo, promotores, receptivos, companhias de transporte, hotéis, entidades, *convention bureaus*, centros de convenções, empresas de serviços, patrocinadores, publicações especializadas, seguradoras, fornecedores de equipamentos e materiais, funcionários de hotéis, clubes, entidades e especialmente o povo: homens, mulheres e crianças.

Constata-se que são muitos os serviços envolvidos na realização de eventos, é em razão disso, que o setor de eventos atinge vários outros setores da economia, fazendo com que a economia de um país cresça. Sobre o crescimento do segmento do turismo de eventos Coutinho Hevellyn e Coutinho Helen (2007, p. 1), descrevem:

O turismo de eventos é hoje um mercado próspero, que caminha cada dia mais para sua consolidação dentro da economia, duas grandes vertentes contribuíram para alcançar esse mercado, o atual nível de competitividade em todos os setores e a velocidade da informação, que fez com que qualquer profissional necessite se atualizar, especializar e aperfeiçoar para se desenvolver.

Neste sentido, Coriolano e Montes (2003, p. 58), complementam: “O turismo de eventos vem contribuindo para o desenvolvimento do país e proporcionando a redução da sazonalidade, a entrada de divisas, a melhoria da imagem, a mobilização do trade turístico e dos prestadores de serviços”.

Observa-se que os eventos ajudam no crescimento econômico do país, envolvendo uma gama de agentes envolvidos que tem ajudado a consolidar o setor, por conseguinte Coutinho Hevellyn e Coutinho Helen (2007, p. 2), exemplificam: “Em alguns estados brasileiros, o turismo de eventos corresponde a 40% do fluxo global de turista, portanto, este segmento apresenta como principal vantagem o seu potencial gerador de renda e de lucratividade”.

Além da crescente realização de eventos nacionais, o Brasil também é considerado um destino que sedia eventos internacionais, especificamente sobre este mercado Coriolano e Montes (2003, p 29), ressaltam:

Para poder competir com o mercado internacional de eventos, foi necessário que o Brasil criasse uma eficiente infraestrutura e difundisse informações técnicas e de marketing, pensasse a profissionalização do setor e acompanhasse as tendências competitivas desse mercado.

Sobre os eventos internacionais, o *International Congress and Convention Association* (ICCA), divulgou que o Brasil ocupa a décima primeira posição quanto aos países que mais sediaram eventos internacionais no ano de 2015, com 292 acontecimentos realizados. No tocante em relação aos eventos ocorridos Sombra Neto (2013, p. 29),

descreve: “Dentre os megaeventos realizados recentemente no Brasil, tem-se como destaque absoluto a realização da Rio +20, um evento de visibilidade mundial que atraiu a atenção do mundo para o Rio de Janeiro em junho de 2012”. Além desse megaevento, o Brasil sediou a Copa do Mundo da *Fédération Internationale de Football Association* (FIFA) em 2014 e as Olimpíadas em 2016, esses são considerados os dois maiores megaeventos esportivos da atualidade. (BALISKI; FERREIRA; FIRKOWSKI, 2014).

Como observado, a atividade de realizar eventos tem crescido no Brasil. No ano de 2013, foram levantados dados importantes acerca da renda, dos empregos e dos impostos gerados no setor, através do II Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos. Este estudo foi realizado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas (SEBRAE), com o apoio da Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC). A pesquisa revelou que o faturamento total do setor de eventos no ano de 2013 no país, foi de R\$ 209,2 bilhões, para alcançar esse valor foram gerados um total de 7.573,676 de empregos, sendo eles diretos, indiretos e terceirizados, como está ilustrado na figura 01.

Em relação aos empregos somente gerados pelas organizadoras de eventos no ano de 2013, verifica-se que essas empresas são as que mais contratam, pois dos 7.573,676 empregos totais gerados as empresas de eventos contribuíram com 5.487,820 empregos, assim como ilustra a figura 01 a seguir.

Figura 01: Empregos gerados pelas organizadoras de eventos-2013



Fonte: ABEOC Brasil/ SEBRAE/ Observatório do Turismo-FTH-UFF, 2014.

Sobre a quantidade de eventos, constatou-se que houve um crescimento de pouco mais de 80% referente ao número de eventos realizados em 2001, em comparação ao ano de 2013, que foi de 330 mil para 590 mil eventos ocorridos. Com o aumento dos números de acontecimentos, teve-se também aumento no número de público participante, passando de 79,8 milhões no ano de 2001, para 202,2 milhões em 2013, o que representa um crescimento de 153%.

O setor ainda contribuiu no mesmo ano com cerca de R\$ 48,69 bilhões de impostos, assim como mostra a tabela a seguir.

Tabela 01: Impostos gerados pela indústria de eventos-2013.

	Total da receita gerada (em R\$)	Estimativa da alíquota de impostos (%)	Impostos gerados (em R\$)	Impostos gerados (em US\$)
Gastos dos participantes	99.258.344.738,24	34,24%	33.986.057.238,37	15.756.169.327,02
Empresas organizadoras de eventos	72.215.303.847,43	13,27%	9.582.970.820,55	4.442.731.024,83
Locação de espaços	37.810.205.685,52	13,54%	5.119.501.849,82	2.373.436.184,43
Total	209.283.854.271,18	23,26%	48.688.529.908,75	22.572.336.536,28

Fonte: ABEOC Brasil/ SEBRAE/ Observatório do Turismo-FTH-UFF, 2014.

Dados relevantes do II Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos de 2013, mostram ainda que 50% das organizadoras de eventos têm um faturamento anual de até R\$ 720 mil reais, e que cerca de 30,8% faturam entre R\$ 720 mil a R\$ 3,6 milhões. Isso significa que 81,2% das empresas organizadoras podem ser classificadas como micro e pequenas empresas, já que possuem faturamento de até R\$ 3,6 milhões.

Os números da pesquisa comprovam a importância do mercado de eventos, em relação à movimentação econômica que o setor de eventos tem gerado. No que se refere à distribuição geográfica, a pesquisa revelou que o Sudeste tem a maior parte do mercado, com 305.720 eventos (52%), seguido do nordeste, com 116.362 (20%), do Sul, com 88.420 (15%), do Centro-Oeste, com 54.698 (9%), e do norte, com 25.721 (4%).

Tendo em consideração a mesma pesquisa, foi possível observar o gasto médio diário dos participantes e a permanência média no local do evento, dados esses que foram estimados a partir de dados secundários. O gasto médio diário dos residentes foi estimado em R\$ 69,22 e dos participantes não residentes de R\$ 437,16. A permanência média foi de 1,2 dias para residentes e de 3,9 dias para não residentes. Nota-se que os participantes de eventos gastam muito, principalmente os que residem fora da cidade-sede, em virtude disso as cidades têm captado cada vez mais eventos.

Através dos dados do ano de 2013 apresentados pelo SEBRAE e pela ABEOC, pode-se afirmar que o mercado de eventos tem crescido rapidamente nos últimos anos, no entanto, não se sabe se o setor continuará crescendo nos próximos anos, devido à crise econômica que atualmente o país tem enfrentado. Sobre esse aspecto, Andrade (2002, p. 152 apud SANTOS; CHEHADE e ROCHA, 2010, p. 2), enfatizam: "O produto evento tem cada vez mais importância porque não está submetido às normas da sazonalidade da indústria turística, constituindo-se até mesmo na área menos atingida nos períodos de crise". Observa-se que até mesmo no período de crise econômica o setor de eventos é menos atingido. Dadas as referidas considerações sobre este assunto a seguir será abordada seção a respeito das empresas organizadoras de eventos.

3 AS EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS

A respeito dos empreendimentos que organizam eventos, a Lei Geral do Turismo em vigor no Brasil (lei nº 11.771 de 17 de setembro do ano de 2008), no seu artigo 30, aponta

que: “Compreendem-se por organizadoras de eventos as empresas que têm por objeto social a prestação de serviços de gestão, planejamento, organização, promoção, coordenação, operacionalização, produção e assessoria de eventos”. Todas as empresas comprometidas a prestar os serviços descritos são consideradas empresas organizadoras de eventos.

Sobre o surgimento das empresas de organizadoras de eventos Halum e Teixeira (2006, p. 87), afirmam que: “Devido o aumento das necessidades de planejamento, controle, divulgação e infraestrutura, traduzindo em uma gestão específica em eventos, ocorrem assim o surgimento de empresas especializadas neste ramo”. A realização de eventos tornou-se uma atividade que exige maior planejamento e organização, por isso o mercado exigiu a necessidade de se ter empresas especializadas neste segmento.

No parágrafo 1º da Lei 11.771 citada anteriormente está descrito: “As empresas organizadoras de eventos distinguem-se em 2 (duas) categorias: as organizadoras de congressos, convenções e congêneres de caráter comercial, técnico-científico, esportivo, cultural, promocional e social, de interesse profissional, associativo e institucional, e as organizadoras de feiras de negócios, exposições e congêneres”. Como observado na Lei Geral do Turismo, as empresas de eventos são divididas em categorias que permitem explorar melhor cada tipologia dos eventos.

Em relação à definição dos objetivos e missão das empresas, concorda-se com Caton (1998, p. 103), quando mencionado que: “Uma empresa que deseja perenizar e crescer no seu mercado de atuação deverá ter seus objetivos e missão claros, o que permita à mesma o conhecimento de onde ela quer chegar e as estratégias e planejamento necessários para se chegar lá”. Fica evidente que é importante que as empresas em geral, incluindo as do ramo eventos, saibam com clareza o que se pretende atingir e aonde se quer chegar, neste aspecto, ter um propósito e um bom planejamento é essencial para atingir patamares mais altos.

Quanto às organizadoras de eventos Rispoli (2003 apud HALLUM e TEIXEIRA, 2006, p. 87), ressalta: “A importância da empresa organizadora de eventos está ligada na vontade de criar um universo expressivo em que possa propiciar a satisfação dos desejos do ser social, concedendo a chance de inserção e a dignidade humana na sociedade”. O ser social é o principal motivo para o desenvolvido do trabalho das prestadoras de serviços de eventos, sem ele não há motivos para as empresas existirem.

Acerca do trabalho prestado pelas organizadoras de eventos, Hallum e Teixeira (2006, p. 87), descrevem: “[...] entende-se que o papel da empresa organizadora é fundamental, pois esta faz a união dos desejos da comissão responsável com os do público alvo, aproximando-os de certa forma, levando-as a acreditar no objetivo proposto, induzindo-os ao evento”. As entidades desta forma buscam realizar os desejos dos seus clientes, como seres sociais as pessoas buscam a realização de comemorações e solenidades para satisfazer

vontades próprias e as empresas neste sentido, realizam momentos que são muito importantes para as pessoas, elas realizam sonhos.

Na busca de saciar os seus desejos, o consumidor atual tem sido exigente quanto à prestação de serviços contratados como especifica Sombra Neto (2013, p. 24):

Em face à grande variedade de ofertas e a facilidade na aquisição de bens e serviços, o consumidor do mundo globalizado torna-se cada vez mais exigente, desejando não apenas bons preços, mas também um nível de qualidade não menor que a excelência. Fidelizar este cliente torna-se um desafio cada vez mais complexo para as empresas e instituições, que necessitam de total compreensão das expectativas e dos anseios destes consumidores.

Coriolano e Montes (2003), ressaltam que tendo em vista tal exigência por parte dos clientes, é preciso que as empresas de eventos tenham uma equipe de profissionais qualificados que se porte de conhecimento e habilidades, eliminando assim todo o amadorismo existente nesses empreendimentos.

É importante que as produtoras de eventos busquem sempre capacitar e qualificar o seu recurso humano, para que o serviço seja prestado da melhor forma possível. Diante da grande concorrência do mercado, as empresas brasileiras fazem parte de um contexto de desenvolvimento progressivo com o intuito de reunir pessoas, discutir estratégias e buscar mercados. (CORIOLANO; MONTES, 2003).

A Revista Turismo em Pauta, através do Primeiro Barômetro da Indústria de Eventos divulgou que a maioria das empresas do referente segmento (74,6%), aumentou seus investimentos em 2012, o mercado corporativo foi apontado como o maior responsável pela melhoria dos negócios para 64,7% das empresas.

A realização de eventos vem crescendo, visando como oportunidade a hotelaria brasileira tem explorado este mercado, acredita-se que é preciso que os hotéis ampliem seus negócios, não esperem apenas pelo turismo de lazer e abram outras modalidades como a de eventos. Neste aspecto, o turismo de lazer ocorre principalmente nos finais de semana, mas no "dia-a-dia" os hotéis podem sobreviver de eventos. (CORIOLANO; MONTES, 2003).

De acordo com os mesmos autores, além dos hotéis as agências e operadoras de turismo têm investido no setor de eventos quando enfatizam que:

Há uma preocupação dos promotores e organizadores de eventos com a questão do papel das agências e operadoras de turismo nos eventos. A partir do momento em que o turismo de eventos é um dos setores que mais cresce dentro do turismo e cujo faturamento por passageiro é maior do que no turismo de lazer, detectou-se um interesse dos profissionais de viagens, levando-os a se especializar ou criar departamentos especializados em eventos. (CORIOLANO e MONTES, 2003, p. 59).

Como visto algumas empresas de serviços turísticos ao perceber as vantagens em trabalhar com eventos, estão se inserindo na atividade de organização de eventos, como visto as organizadoras de eventos não são mais a única a realizar esse trabalho e a concorrência está se expandindo. As empresas que trabalham com esse ramo também tem visto a tecnologia a seu favor, Britto e Fontes (2002, p. 74), relatam: “Por meio de feiras e eventos de negócios, proporcionam-se avanços tecnológicos, dando às micro e pequenas empresas a capacidade de conquistar mercados globalizados mais ricos”.

A utilização e o domínio das ferramentas tecnológicas modernas podem ser o grande diferencial para as empresas. Uma boa empresa de eventos deve estar preparada para utilizar recursos modernos, desde a promoção até a apresentação dos trabalhos durante os eventos. Estas modernas ferramentas permitem que os eventos sejam levados a outros mercados com maior rapidez e menor custo (CORIOLANO; MONTES, 2003). Atualmente, um dos principais recursos tecnológicos utilizados nos eventos é a videoconferência, sendo esse um sistema de comunicação que permite manter reuniões coletivas entre várias pessoas que se encontram em lugares distantes. Dada à importância de se ter o uso da tecnologia nas empresas de eventos, Coriolano e Montes (2003, p.45) chegam à conclusão de que:

Mesmo com todas as grandes vantagens que esse novo recurso oferece, os eventos não diminuíram, não sofreram queda ou perda alguma em razão da dinâmica dos negócios. Não há tecnologia que substitua o contato pessoal, pois, como já é sabido, as pessoas têm necessidade de se encontrar, de trocar experiências, ideias, enfim, de se relacionarem com outros de mesma espécie. Este é um dos grandes trunfos que tem o mercado de eventos.

O contato pessoal neste sentido, não deixou de existir nos eventos e tem sido a forma mais dinâmica na troca de informação, o uso de recursos tecnológicos é um meio a ser utilizado quando não for possível a presença das pessoas nos encontros e na utilização operacional do evento, facilitando a agilidade dos procedimentos desde a montagem ao pós-evento.

4 METODOLOGIA

Este trabalho tem como natureza a pesquisa aplicada, pois tem por motivação básica a solução de problemas práticos e operacionais. Neste sentido Schluter (2003, p. 27), enfatiza: “A pesquisa aplicada tem por objetivo solucionar problemas imediatos no campo empresarial e governamental”. Verifica-se que o tema abordado tem relação com empresas no âmbito privado, na medida em que se busca caracterizar as organizadoras de eventos associadas à ABEOC Pernambuco.

Quanto aos objetivos à pesquisa é exploratória. Gil (2002), afirma que a pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vista a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. A pesquisa também é de natureza descritiva, pois a mesma visa descrever as características das empresas organizadoras de eventos. Neste

sentido, Schluter (2003) menciona que a pesquisa descritiva precisa das características de uma determinada população ou área de interesse. Essa é a finalidade desta pesquisa, verificar e descrever as características das empresas organizadoras de eventos.

Foi empregado como procedimento a pesquisa bibliográfica. Assim Martins e Lintz (2003, p. 29), explicam: “A pesquisa bibliográfica procura explicar e discutir um tema ou um problema com base em referências teóricas publicadas em livros, revistas, periódicos etc. Busca conhecer e analisar contribuições científicas sobre determinado tema”. Neste sentido, procurou-se por conhecimentos teóricos em livros, artigos científicos, dissertações e revistas científicas, acerca das publicações sobre eventos.

Também se utilizou da pesquisa documental, quando consultado o histórico da ABEOC, quando feito o levantamento das empresas organizadoras de eventos associadas à referida instituição e no momento em que foram consultados documentos oficiais acerca das leis que mencionam às organizadoras de eventos. Aplicou-se ainda a forma de abordagem quantitativa, pois a mesma traduz em números características, opiniões, preferências, atitudes ou comportamentos das pessoas.

No que se refere às etapas para a realização da pesquisa, primeiramente determinou-se a temática, que se refere à área em que o trabalho será realizado e decidiu-se que seria realizada uma pesquisa na área de eventos devido à afinidade dos escritores pela atividade de organização de eventos.

Logo após, verificou-se a necessidade de ter uma pesquisa que abordasse as empresas organizadoras de eventos, por isso escolheu-se o seguinte tema “Organizadoras de eventos: um estudo sobre as empresas associadas à ABEOC Pernambuco”. Com o propósito de delimitar a quantidade de empresas em que a pesquisa seria aplicada, aliada a importância do papel desempenhado pela ABEOC no setor de eventos, resolveu-se que a pesquisa seria executada nas empresas prestadoras de serviços de organização de eventos que fossem associadas à referida instituição.

Em seguida, foi feito o levantamento da quantidade de empresas que são associadas à ABEOC Pernambuco e que trabalham com organização de eventos. Por meio do portal eletrônico da entidade, verificou-se um total de seis empresas. Foi constatado que todas as empresas afiliadas à ABEOC Pernambuco estão localizadas na cidade do Recife. Nesta concepção, verifica-se que apesar da pesquisa abranger o estado de Pernambuco, por se tratar da instituição ABEOC Pernambuco, apenas a capital Recife foi citada, pois como verificado todas as organizações privadas estudadas nesta pesquisa fazem parte do setor de eventos do referente município.

No que diz respeito à elaboração do questionário o mesmo destinou-se aos representantes das organizadoras de eventos pesquisadas. Para o questionário foram elaboradas perguntas abertas e fechadas. Nas perguntas abertas os entrevistados poderiam

expor a sua opinião a respeito do assunto abordado. Já nas perguntas fechadas os entrevistados poderiam marcar apenas uma opção e nas questões de múltipla escolha os respondentes poderiam escolher mais de uma opção, dando assim o total de mais de 100% nas respostas. O questionário destinado aos representantes das empresas de eventos conteve 23 questões. Dando continuidade, das seis empresas organizadoras de eventos associadas à ABEOC Pernambuco, a pesquisa foi aplicada em cinco, pela indisponibilidade de tempo por parte da proprietária de uma das empresas em participar do estudo, representando assim 83,33% da população estudada.

5 ANÁLISE DOS DADOS

Buscando responder o objetivo geral deste artigo, referente a caracterizar as empresas organizadoras de eventos associadas à ABEOC Pernambuco e ao objetivo específico que dizia a respeito a traçar o perfil das empresas associadas a referente instituição, foram levantadas as características das organizadoras de eventos. Para tanto, realizou-se a pesquisa com as empresas Mais Eventos, P Mais Eventos, Publiiimagem, Tatiana Marques Cerimonial e Eventos e Up To Date Eventos que são associadas à ABEOC Pernambuco.

A aplicação dos questionários possibilitou o levantamento de informação acerca das principais particularidades das empresas. Neste sentido compreende-se que as características abordadas no questionário dizem respeito a: autoclassificação das empresas; ao tempo de atuação no mercado de eventos do Recife; ao motivo pelo qual a organização foi aberta; a identificação de quem exerce a gerência da empresa; o tempo de atuação no mercado de eventos; as abrangências dos eventos com que trabalham; as tipologias de eventos trabalhadas pelas organizadoras de eventos; os meses do ano em que as mesmas realizam mais eventos; a identificação do público-alvo das empresas e a descrição dos departamentos que compõe as referidas organizações.

Ainda sobre as características das empresas, foram levantadas informações sobre: os principais serviços terceirizados pelas organizadoras de eventos; os principais meios utilizados para divulgar os serviços das organizações; as considerações das empresas a respeito da concorrência do setor de eventos do Recife; a identificação das atividades exercidas pelas prestadoras de serviços em relação à preservação ambiental ou responsabilidade social; a quantidade de funcionários que fazem parte do quadro fixo das empresas; a quantidade de funcionários contratados temporariamente; as funções exercidas pelos funcionários; a disponibilização de treinamento para os funcionários; o meio pelo qual é feita a seleção dos funcionários; o tempo que as empresas estão associadas à ABEOC Pernambuco; o porquê das organizadoras de eventos terem decidido associar-se a ABEOC Pernambuco e por fim, os benefícios que a ABEOC proporciona as empresas.

A primeira característica analisada foi referente ao tamanho das empresas. As análises apontaram que 20% das organizações se auto classificaram como empresa de médio porte, 40% como empresas de pequeno porte e outras 40% se identificaram como

microempresa. Ficou evidente que grande parte das empresas é pequena e que nenhuma das organizações se autotransformou como empresa de grande porte. Por isso, confirma-se o que se relatou no referencial teórico e empírico deste estudo em relação ao II Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos, onde está especificado que as organizadoras de eventos são compostas na sua maior parte por micro e pequenas empresas, representando 81% do mercado brasileiro.

Quanto ao tempo de atuação no segmento de eventos, 20% das empresas estão em exercício no mercado de eventos acerca de 6 a 10 anos, outras 20% afirmam atuar de 11 a 15 anos e as demais, 60%, alegam ser atuantes entre 16 e 20 anos. Nenhuma das empresas entrevistadas tem menos de 6 anos de atuação ou mais de 21 anos no mercado.

O item seguinte a ser abordado versou sobre as razões pelas quais os proprietários das organizadoras de eventos resolveram abrir o negócio. Constatou-se que 20% declarou ter aberto a empresa por paixão pela atividade de organização de eventos, verificou-se também que outros 20% asseveraram ter enxergado uma oportunidade de mercado e por fim 60% revelaram ter aberto a empresa por desejo de ter o próprio negócio sendo esta a assertiva que obteve maior percentual dentre os motivos citados.

Quando questionados sobre quem exercia a gerência da empresa todas as organizadoras de eventos responderam ser o próprio proprietário. Pode-se considerar que os donos atuam no gerenciamento das organizadoras de eventos por se tratar de pequenas empresas, como foi especificado anteriormente, sendo dispensada a contratação de uma pessoa para exercer a gerência da organização.

A respeito das abrangências dos eventos com que as empresas trabalham é importante descrever que por se tratar de uma questão em que os representantes das entidades poderiam informar mais de uma opção foram obtidas diversas respostas, a saber: 40% das empresas responderam trabalhar com eventos internacionais; com o percentual de 60% as organizadoras de eventos afirmaram realizar eventos nacionais, 80% asseveraram produzir eventos regionais e eventos locais. Reparou-se que a maioria das empresas trabalha com as abrangências de eventos locais e regionais e que em menor proporção está execução de eventos internacionais.

Relativo às tipologias de eventos com que as empresas trabalham aponta-se que todas as organizadoras de eventos planejam eventos esportivos, corporativos e promocionais. Verificou-se que em menor proporção (20%) estão as que trabalham com eventos sociais e culturais.

A respeito da sazonalidade quanto à organização de eventos constatou-se que os meses de janeiro, junho e julho são aqueles que as empresas realizam menor quantidade de eventos e que os meses de setembro, outubro, novembro e dezembro são os meses do ano que as organizadoras de eventos executam um número maior de eventos.

Relativo ao público-alvo das empresas, em 20% dos percentuais representam as empresas que possuem como público os casais, as famílias, os médicos e as crianças. 40% das organizadoras de eventos mencionaram que seu público são instituições de ensino e 80% afirmaram que seu público-alvo são outras empresas, É preciso esclarecer que uma das empresas especificou como público-alvo os médicos na opção “outros” no questionário, pois no mesmo não constava a referente opção, observou-se que este público-alvo corresponde a um percentual considerável (20%).

A respeito dos departamentos que compõe as empresas pesquisadas, pôde-se observar que as organizações que possuíam os departamentos administrativos, de contabilidade, jurídico e operacional corresponderam a 20% do percentual; 60% das entidades responderam ter o departamento de recursos humanos e 80% afirmaram possuir em suas instalações o departamento financeiro, de marketing e o de projetos.

Foi possível verificar que as organizadoras de eventos em sua maioria apresentavam os departamentos que lhes auxiliavam a lidar com questões rotineiras e que a maior parte das empresas detinham os departamentos financeiro, contábil, jurídico, administrativo e de recursos humanos. Constatou-se que os departamentos operacionais, de projetos e de marketing eram os que estavam diretamente correlacionados com eventos, quando no seu planejamento e na sua realização.

Se tratando da contratação de serviços terceirizados pelas organizações, observou-se que a maior parte das empresas (80%) contratam serviços essenciais para a realização dos eventos como: decoração; serviços de recepção; som e iluminação; serviços de alimentação; além da contratação de mestre de cerimônia. Constatou-se ainda que todas as empresas contratam os serviços de espaços para eventos e de locação de transporte. Percebeu-se também que as empresas que não mencionaram ter departamento jurídico, de contabilidade e de recursos humanos terceirizam esses serviços.

A questão seguinte objetivava saber sobre os principais meios utilizados na divulgação dos serviços oferecidos pelas empresas pesquisadas. Observou-se que a maior parte das organizadoras de eventos (80%) tem como principal meio de divulgação a internet e que 20% do percentual corresponde aos demais meios de divulgação (propaganda em rádio, TV, *folders*, mídia espontânea, *e-mail* e *marketing*). Com a popularização da internet, conseqüentemente mais pessoas estão utilizando esse meio de comunicação. Por isso, verifica-se que as empresas estão buscando uma forma mais rápida de divulgar seus serviços e produtos para que se atinja o maior número de pessoas possível. Neste sentido, é perceptível que as organizadoras de eventos utilizam a internet como principal meio na divulgação dos seus serviços.

Quando questionados a respeito da concorrência entre as organizadoras de eventos atuantes em Pernambuco (ênfase à capital, Recife), 40% das empresas consideram

que a concorrência do setor de eventos do Recife é razoável e a grande parte das organizadoras de eventos (60%) declara que a concorrência na cidade mencionada é forte. Nenhuma das empresas respondeu as opções muito forte ou fraca. Nesta questão considerou-se apenas a concorrência da cidade do Recife, porque todas as empresas organizadoras de eventos cadastradas na ABEOC estão localizadas na referida cidade. Com as informações obtidas pode-se considerar que o segmento de eventos na cidade do Recife é concorrido. Verificou-se que todas as empresas trabalham com tipologias de eventos iguais que dizem respeito aos eventos corporativos, esportivos e promocionais. Neste aspecto, pode-se dizer que as empresas tem o mesmo público-alvo, sendo assim, a concorrência entre essas empresas é constatada como forte.

Quando questionadas se as empresas têm envolvimento com a preservação ambiental ou com a responsabilidade social, 40% alegam que não se envolvem com nenhuma das atividades mencionadas, as demais (60%) afirmaram que desenvolvem alguma das duas atividades ou as duas atividades citadas. Do total de cinco empresas que responderam o questionário, duas afirmaram que não desenvolvem atividade ambiental ou social, as outras três afirmaram comprometer-se com alguma das atividades. Uma das empresas afirmou que doa papel para ser reciclado, outra organização mencionou realizar doação de refrigeradores e de ar-condicionado não mais utilizados pela empresa. Uma das organizadoras de eventos alegou que pratica a coleta seletiva de lixo, que é uma empresa amiga da Creche Lar de Clara, que também é parceira da Fundação Terra, que colabora com a Fundação Alice Figueira e com a Associação dos Amigos do Museu do Estado de Pernambuco. Verifica-se que apenas uma das cinco empresas desempenha as duas atividades, tanto ambiental quanto social. Essa questão foi formulada para identificar a importância dada às atividades ambientais e sociais por parte das empresas. Foi observado que 40% das organizadoras de eventos não se envolvem com tais atividades, mesmo sendo as mesmas de grande importância para a sociedade em que estão inseridas.

Acerca da quantidade de profissionais que fazem parte do quadro fixo das empresas 20% possui um funcionário, 40% declararam ter 4 empregados e 40% revelaram que possuíam mais de 5 empregados. Consta que a maior parte das empresas (60%) declararam ter até 4 funcionários. Acredita-se que por ser grande parte das organizadoras de eventos composta por pequenas empresas, a demanda por funcionários seja menor. Ainda sobre a composição de funcionários nas empresas pesquisadas, 20% das organizadoras de eventos contratam 2 funcionários temporários, quando a demanda por eventos aumenta, e 80% dessas empresas contratam mais de 5 funcionários. Notou-se que quando a procura por eventos cresce a tendência das empresas organizadoras de eventos é ampliar o quadro de funcionários para atender as necessidades existentes. Quanto às funções exercidas pelos funcionários todos (100%) são supervisores de eventos e que além dessa ocupação alguns funcionários também são recepcionistas, assistentes administrativos e organizadores de eventos.

Ainda versando sobre o quadro de colaboradores das empresas estudadas, 40% das organizadoras de eventos associadas à ABEOC Pernambuco realizam algum tipo de treinamento com os funcionários e 60% não disponibilizam treinamento. É importante salientar que o treinamento possibilita que as pessoas possam adquirir conhecimentos específicos para exercer uma determinada função, por isso o mesmo se faz muito importante.

Apenas duas das cinco empresas em que a pesquisa foi realizada declarou fazer algum tipo de treinamento com os seus funcionários. Uma empresa respondeu que oferece treinamento diferenciado para cada tipo de atribuição a ser exercida com relação ao evento, que disponibiliza material didático relacionada à área de eventos e que seus funcionários participam da consultoria do Sebrae para certificação de qualidade ABEOC Brasil. Todas as empresas são associadas à ABEOC, no entanto, apenas uma afirmou se envolver com a capacitação disponibilizada pela instituição.

Sobre a entrada de novos funcionários no quadro profissional das entidades pesquisadas, apurou-se que 20% das organizadoras de eventos fazem a seleção de novos funcionários através de empresa especializada em recrutamento/seleção. Com os percentuais de 40%, as empresas afirmaram fazer por meio do próprio site, através de conhecimento no mercado e também através de cadastro pré-existente na empresa. A maior parte (80%) afirmou ser através de indicação dos próprios funcionários. Verificou-se que as empresas tem confiança nas indicações dos seus funcionários, por isso pôde-se observar que esse meio é o mais utilizado pelas organizadoras de eventos na seleção de novos funcionários.

Com relação ao tempo que as empresas estão associadas à ABEOC Pernambuco constatou-se que o menor período de associação se refere a 3 anos e o maior é o de 19 anos. Observou-se que o tempo de associação das empresas organizadoras de eventos com a ABEOC é variado, estando algumas empresas associadas há mais anos que outras. Encerrando-se as perguntas do tipo “fechadas” descrevem-se as respostas obtidas para a pergunta aberta “Por que a empresa decidiu se associar a ABEOC Pernambuco?”

Uma das respostas se referiu à importância da associação em relação ao apoio na captação de eventos: “Por sermos uma empresa de eventos, precisamos de parceiros que nos apoiem na divulgação e captação de eventos”. Outra resposta enfatizou a representatividade perante órgãos públicos e privados: “Por achar que é importante para o setor de eventos está associada a uma instituição que possa nos representar perante a gestão pública e privada defendendo nossos interesses”. Uma das empresas alegou que a associação permite organização profissional: “Porque acreditamos no associativismo como força legítima de organização profissional, na importância do relacionamento e na credibilidade da entidade” e por último uma das organizadoras de eventos ressalta está associada a referente instituição “Para fortalecer o setor de eventos mantendo padrão de qualidade e organização”.

Como destacado pelas empresas a ABEOC exerce um papel muito importante tanto no sentido de representatividade perante órgãos públicos e privados, quanto pela organização profissional. Destacaram também ser significativo o apoio dado pela pertinente associação na captação e divulgação dos eventos. É importante salientar que a ABEOC tem como objetivo aprimorar a gestão das suas associadas visando uma melhor prestação de serviços, para isso as empresas passam pelo processo de auditoria para adquirir o selo de qualidade. Participando desse procedimento as empresas adquirem qualificação, com isso as organizadoras de eventos afiliadas tem maior diferencial perante o mercado. Neste sentido, as associadas reconhecem o importante papel da ABEOC quanto ao suporte dado às organizadoras de eventos.

A segunda pergunta aberta referente à ABEOC pretendeu saber: Qual a importância de estar associada à ABEOC Pernambuco?

Ressaltando a importância de estar associada a uma entidade local, uma das empresas respondeu: “Por sermos uma empresa pernambucana, precisamos estar ligadas a uma associação local para que nosso trabalho seja divulgado por uma entidade séria e respeitada nacionalmente”. Novamente sobre a representatividade que a ABEOC proporciona, uma empresa ressaltou: “Sobretudo a importância de pertencer a uma entidade representativa do setor de eventos no CONTUR, CONTURE, FECOMÉRCIO”. Também foi destacado o reconhecimento na prestação de serviços: “Ser reconhecida pela excelência na prestação dos serviços no setor de eventos no Estado”.

É perceptível que as empresas afiliadas à ABEOC Pernambuco acreditam que a referida instituição proporciona representatividade perante o setor e diante do Conselho de Turismo de Pernambuco (CONTUR PE) e o Conselho de Turismo do Recife (CONTURE). Observou-se que as empresas também acreditam que a associação permite o reconhecimento por meio da excelência na prestação de serviços, ou seja, no diferencial perante outras empresas do mesmo ramo de atividade.

No que diz respeito aos benefícios que a ABEOC Pernambuco proporciona às empresas, 20% dos respondentes afirmaram que a ABEOC proporciona visibilidade como forma de benefício, outras 20% declararam a oportunidade de trocar conhecimentos e todas as empresas (100%) revelaram ter credibilidade por meio do selo de qualidade ABEOC. Constatou-se que nenhuma empresa declarou como benefício a capacitação, mas todas as empresas afirmaram ter credibilidade através do selo de qualidade ABEOC, entretanto, sabe-se que para obter o selo de qualidade é necessário que as empresas passem por um processo de capacitação e de auditoria.

Todas as organizadoras de eventos (100%) são associadas ao Recife *Convention & Visitors Bureau* que é uma associação local sem fins lucrativos que congrega empresas e entidades ligadas ao setor do turismo, comércio, serviços, indústria e transportes da cidade do Recife. Observou-se que (80%) das empresas são associadas ao Ministério do Turismo por

meio do Sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídica que atuam na cadeia produtiva do turismo (Cadastur). De acordo com o site do Cadastur, o cadastro visa promover o ordenamento, a formalização e a legalização dos prestadores de serviços turísticos no Brasil.

Para fins de sistematização dos resultados obtidos e visando uma melhor compreensão das principais características das empresas organizadoras de eventos associadas à ABEOC apresentam-se a seguir os resultados compilados na tabela 02.

Tabela 02: Principais características das empresas organizadoras de eventos de eventos associadas à ABEOC Pernambuco.

Principais características das empresas organizadoras de eventos associadas à ABEOC Pernambuco	
Autoclassificação das empresas	40% se autotranscrevem como empresa de pequeno porte e outras 40% se identificam como microempresa.
Tempo de atuação das empresas no mercado de eventos	60% alegam ser atuantes de 16 a 20 anos.
Motivo pelo qual o proprietário abriu a empresa	60% enxergou uma oportunidade de mercado.
Gerência das empresas	É exercida por todos os proprietários (100%)
Abrangências dos eventos com que a empresa trabalha	80% asseveram produzir eventos regionais e eventos locais.
Tipologias de eventos com que as empresas trabalham	100% das organizadoras planejam eventos esportivos, corporativos e promocionais.
Meses do ano que a empresa realiza mais eventos	100% afirmou ser o mês de dezembro, seguidos dos meses de setembro, outubro e novembro com (80%).
Público-alvo da empresa	80% são compostas por outras empresas.
Departamentos que compõem as empresas	80% têm o departamento financeiro, de marketing e projetos.
Serviços terceirizados pelas empresas	100% das empresas terceirizam os serviços de espaços para eventos e de locação de transporte.
Meios utilizados na divulgação dos serviços oferecidos pelas empresas	80% utilizam a internet como meio de divulgação.
Consideração a respeito da concorrência do setor de eventos do Recife	60% das empresas consideram ser forte.
Atividade voltada para a preservação ambiental e/ou para a responsabilidade social	60% afirmaram desenvolver uma das duas atividades.
Quantidade de funcionários que fazem parte do quadro fixo da empresa	40% declaram ter 4 empregados e 40% revelam que têm mais de 5 empregados.
Quantidade de funcionários contratados temporariamente	80% das empresas contrataram mais de 5 funcionários temporários.
Funções exercidas pelos funcionários	100% são supervisores de eventos
Disponibilização de treinamento para os funcionários	60% das empresas afirmaram que não realizam treinamento.
Como é feita a seleção dos funcionários?	80% das empresas afirmaram ser através da indicação dos funcionários fixos.
Tempo que as empresas estão associadas à ABEOC Pernambuco	20% das empresas têm 19 anos de associação, sendo esse o maior tempo.
Motivo pelo qual decidiu associar-se à ABEOC	A maior parte das empresas apontou ser a representatividade perante órgãos públicos e

	privados, e pelo apoio na capitação e promoção de eventos.
Benefícios que a ABEOC Pernambuco proporciona às empresas	100% afirmaram ser a credibilidade através do selo de qualidade.
Associação a outras instituições	100% são associadas também ao Recife Convention & Visitors Bureau.

Fonte: Elaboração própria.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio do presente trabalho foi possível constatar o crescimento do setor de eventos brasileiro e a importância da realização desses acontecimentos para a sociedade. Foram demonstrados os vários benefícios socioeconômicos que os eventos são capazes de gerar, e que os mesmos contribuem com a função do efeito multiplicador do turismo, atingindo beneficentemente as cidades que os sediam, os participantes e a população local que usufrui da infraestrutura e dos empregos gerados.

No que concerne à pesquisa aplicada nas empresas organizadoras de eventos associadas à ABEOC Pernambuco, constatou-se que a maior parte das prestadoras de serviço de eventos (40%) se autotransformam como microempresa e como empresa de pequeno porte. No que diz respeito ao motivo pelo qual os proprietários abriram a organizadora de eventos, observou-se que (60%) alegaram que enxergaram uma oportunidade de mercado, verificou-se ainda que em todas as empresas a gerência é exercida pelos próprios proprietários.

Descobriu-se que a maioria das empresas trabalha com eventos locais e regionais (80%). Sobre as tipologias, verificou-se que todas as empresas trabalham com eventos corporativos, esportivos e promocionais. Dentre os meses do ano, todas as empresas afirmaram que o mês de dezembro é o que mais realizam eventos. Notou-se que (80%) das organizadoras de eventos tem como público-alvo outras empresas.

Em relação aos departamentos que compõem a empresa, se percebeu que a maior parte das empresas (80%), tem os departamentos de marketing, projetos e financeiro, e que todas as organizadoras de eventos contratam serviços de locação de transporte e de espaços para eventos. Verificou-se ainda que (80%) das empresas utilizam a internet como principal meio de divulgação dos serviços.

No que concerne à concorrência do setor de eventos da cidade do Recife, a maior parte das empresas alegaram ser forte (60%). Sobre o envolvimento com atividades voltadas para a preservação ambiental e para a responsabilidade social, apenas uma empresa alegou desenvolver as duas atividades.

Em relação aos funcionários, identificou-se que (60%) das empresas não realizam nenhum tipo de treinamento, apenas uma empresa afirmou que seus funcionários participam da consultoria do SEBRAE, referente à certificação do selo de qualidade ABEOC BRASIL.

Dentre as funções desempenhadas pelos funcionários, todas as empresas afirmaram que os mesmos são supervisores de eventos, no entanto, além dessa função as empresas relataram que os funcionários também exercem a função de organizadores de eventos, assistentes administrativos e recepcionistas. Sobre a seleção dos funcionários, (80%) das organizações alegaram que fazem por meio da indicação dos funcionários fixos da empresa.

No que se refere à ABEOC, levantou-se que o maior tempo de associação entre as empresas e a ABEOC foi 19 anos. Quando perguntado a razão pela qual as organizadoras de eventos se associaram a ABEOC Pernambuco, a maior parte afirmou como motivo a representatividade perante órgãos públicos e por acreditarem ser significativo o apoio dado pela referida instituição na captação e divulgação dos eventos. Todas as empresas asseguraram que dentre os benefícios, a mencionada instituição passa credibilidade por meio do selo de qualidade ABEOC BRASIL. Verificou-se ainda, que além da ABEOC as empresas são associadas ao Ministério do Turismo através do Cadastur (80%) e ao Recife Convention & Visitors Bureau (100%).

Como visto, este trabalho levantou a quantidade de empresas associadas à ABEOC Pernambuco, traçou várias características das empresas afiliadas a referida instituição e apontou os motivos pelos quais as empresas se associaram à ABEOC. Dessa forma, o presente estudo respondeu ao problema inicialmente proposto que foi relativo à: Quais as características das empresas organizadoras de eventos associadas à ABEOC Pernambuco?

Também foi atingido o objetivo geral que corresponde a: Caracterizar as empresas organizadoras de eventos associadas à ABEOC, bem como aos objetivos específicos de mapear as empresas organizadoras de eventos associadas à ABEOC Pernambuco e traçou o perfil das empresas associadas a referida instituição. Todos os objetivos propostos foram alcançados, dessa forma, este estudo contribuiu com diversas informações sobre as empresas e sobre os profissionais, principalmente para com a ABEOC Pernambuco e para com o setor de eventos da cidade do Recife, já que todas as empresas organizadoras de eventos estão localizadas na referida cidade.

Chega-se a concepção de que este trabalho é inovador, verificando-se que até então não foi abordado nenhum estudo relacionado às organizadoras de eventos afiliadas à ABEOC. Sendo assim, pode-se dizer que este trabalho proporcionou um importante complemento à literatura acadêmica, disponibilizando mais uma referência para os interessados pelo assunto em questão e para que novos estudos venham a contribuir com o segmento de eventos.

REFERÊNCIAS

- ABEOC. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE EVENTOS. **II Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos**. Disponível em: < <http://www.abeoc.org.br/2014/10/ii-dimensionamento-economico-da-industria-de-eventos-no-brasil/>>. Acesso em: 07 de abr. 2015.
- ABEOC. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE EVENTOS. **Quem somos**. Disponível em: <http://www.abeoc.org.br/quem-somos/>. Acesso em: 09 de abr. 2015.
- ABEOC. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE EVENTOS. **Selo de qualidade Abeoc**. Disponível em: <<http://www.abeoc.org.br/qualidade/selo-de-qualidade/>>. Acesso em: 18 de jun. 2015.
- ALBERINE, Bruno. Megaeventos: uma estratégia de atração turística? **Turismo & Sociedade**, Curitiba, vol. 7, n. 1, p. 64-76, jan. 2014.
- ALLEN, Jonhny et al. **Organização e Gestão de Eventos**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- BRASIL. Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008. Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 18 de set. 2008. Disponível em: <<http://www.jusbrasil.com.br>>. Acesso em: 13 de jul. 2015.
- BRASIL. Lei nº 12.591, de 18 de Janeiro de 2012. Reconhece a profissão de Turismólogo e disciplina o seu exercício. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 19 de jan. 2012. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/112591.htm>. Acesso em: 24 de set. de 2015.
- BALISKI, Patricia; FERREIRA, Alexandre Gomes FIRKOWSKI, Olga Lúcia Castreghini de Freitas. Copa do Mundo no Brasil: entre expectativas elevadas e benefícios imprecisos. **Turismo e Sociedade**, Curitiba, v. 7, n. 1, p. 41-63, 2014.
- BRITTO, Jananina; FONTES, Nena. **Estratégias para eventos: uma ótica do marketing e do turismo**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2006.
- CADASTUR. **O que é e quem deve se cadastrar**. Disponível em: < www.cadastur.turismo.gov.br/>. Acesso em: 27 de nov. 2015.
- CANTON, Marisa. Evento: Da proposta ao planejamento. **Turismo Visão e Ação**, [S.l.] v.1 n.1, p.101-113, jan. 1998.
- CESCA, Cleuza G. Gimenes. **Organização de eventos: Manual para planejamento e execução**. São Paulo: Summus, 2008.
- CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO. **Turismo em Pauta**. Rio de Janeiro n. 22, p. 5-53 out 2014.
- CORIOLANO, Luzia Neide M.T. MONTES, Valéria Alves; Turismo de Eventos: promoções e parcerias no Brasil. **Turismo e Análise**, [S.l.] v. 14, n. 1, p. 40-64, maio 2003.
- COUTINHO, Helen Rita Menezes. **Organização de eventos**. Manaus: Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, 2010.
- COUTINHO, Helen Rita Menezes; COUTINHO, Hevellyn Pérola Menezes. Turismo de eventos como alternativa para o problema da sazonalidade turística. **Revista Eletrônica Aboré**, [S.l.] v. 3, p. 2-13, 2007.

FONSECA, Juliana Sattler da; NUNES, Eduardo da Silva. A formação do profissional de eventos: O desenvolvimento de competências nos cursos superiores de turismo e publicidade & propaganda – Aspectos diferenciadores. **Destarte**, [S.l.] v.3, n.1, p. 64-90, 2013.

GIACAGLIA, Maria Cecília. **Organização de Eventos: Teoria e Prática**. São Paulo: G. Learning, 2012.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HALLUM, Tiago; TEIXEIRA, Ana Beatriz. Faiana: A importância deste evento para Anápolis. **Revista Administração**, [S.l.] n. 3, p. 78-97, 2006.

ICCA. International Congress and Convention Association. Download ICCA Statistics Report 2015 Disponível em: <<http://www.iccaworld.org/dcps/doc.cfm?docid=1951>> Acesso em 06 mar.2017.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisas bibliográfica, projetos e relatório, publicações e trabalhos científicos**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MAIA, Sandra Helena Vieira. Potencialidades e desafios para a formação do profissional de eventos no mercado brasileiro. **Comportamento, cultura e sociedade**. [S.l.] v. 2, n. 1, p. 21-27, 2013.

MARTINS, Gilberto de Andrade; LINTZ, Alexandre. **Guia para elaboração de monografias e trabalhos de conclusão de curso**. São Paulo: Atlas, 2000.

MELO NETO. Francisco Paulo de. **Marketing de eventos**. 4. ed. Rio de Janeiro: Sprint, 2004.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Brasil, avanços no turismo de negócios e eventos**. Disponível em:<<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/1420-brasil-avancos-no-turismo-de-negocios-e-eventos.html>>. Acesso em: 28 de set. 2015.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Diretrizes Nacionais para Qualificação em Turismo**. Brasília, 2015.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo de Negócios & Eventos: Orientações Básicas**. 2. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Introdução à metodologia da pesquisa em turismo**. São Paulo: Roca, 2005.

SANTOS, Rodrigo Amado dos; CHEHADE, Michelle Bellintani; ROCHA, Guilherme Coelho Guimarães. A importância da compreensão do conceito de eventos à execução do planejamento, perante as etapas pré, durante e pós-evento. **Revista Científica Eletrônica de Turismo**, [S.l.] n.12, p. 1-5, jan 2010.

SCHLUTER, Regina G. **Metodologia da pesquisa em turismo e hotelaria**. São Paulo: Aleph, 2003.

SOMBRA NETO, Laerte Ferreira. **A importância da qualificação dos estudantes de turismo para atender as demandas existentes: Um estudo sobre a copa do mundo de 2014 em fortaleza-CE**. Fortaleza, 2013.

ZANELLA, Luiz Carlos. **Manual de organização de eventos**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2012.