



UNISUL
UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA
FABIANE GIUSTI DE SOUZA

**ANÁLISE DO MODELO DE GESTÃO DO SETOR DE EVENTOS DA UNISUL DO
CAMPUS DA GRANDE FLORIANÓPOLIS**

Palhoça
2011

FABIANE GIUSTI DE SOUZA

**ANÁLISE DO MODELO DE GESTÃO DO SETOR DE EVENTOS DA UNISUL DO
CAMPUS DA GRANDE FLORIANÓPOLIS**

Relatório de Estágio apresentado ao Curso de Educação Física e Esporte da Universidade do Sul de Santa Catarina como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Educação Física e Esporte.

Orientador Prof. Msc. João Geraldo Cardoso Campos

Palhoça

2011

FABIANE GIUSTI DE SOUZA

**ANÁLISE DO MODELO DE GESTÃO DO SETOR DE EVENTOS DA UNISUL DO
CAMPUS DA GRANDE FLORIANÓPOLIS**

Este relatório de estágio foi julgado adequado à obtenção do título de Bacharel em Educação Física e Esporte e aprovado em sua forma final pelo Curso de Educação Física e Esporte da Universidade do Sul de Santa Catarina.

Palhoça, _____ de _____ de 2011

Professor e Orientador Prof: João Geraldo Cardoso Campos, Msc
Universidade do Sul de Santa Catarina - UNISUL

Professor João Kiyoshi Otuki
Universidade do Sul de Santa Catarina - UNISUL

Professora Maria Leticia Pinto da Luz Knnor
Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL

AGRADECIMENTOS

Primeiramente quero agradecer a Deus por ser minha fonte de fé e de coragem, pois nos momentos mais difíceis de toda a caminhada até esse momento foi a Ele que busquei meu suporte.

Agradecer a minha mãe Jocelina primeiramente pela minha vida e por seu amor e zelo, por me dar colo e ombro quando precisei chorar e principalmente pela paciência com que teve durante todo esse período, e por estar comigo comemorando os momentos de alegria, “E porque você orou, eu venci...”. Ao meu pai Wilson por ser o homem forte que sempre demonstrou ser. Por me educar de maneira que eu pudesse andar com minhas próprias pernas e me ensinar a ver o mundo como um local de sonhos e realidades. Também ao meu irmão Fabrício, principalmente pela paciência e pela confiança que depositou em mim. Agradeço principalmente vocês por me apoiarem nas minhas decisões e entenderem minha preocupação. E principalmente pelos conselhos e a me ensinarem o melhor da vida e a ser a pessoa que me tornei hoje. E sem esquecer os familiares que confiaram e estavam o tempo todo orando por mim, principalmente minha Tia Juvelina e meu primo Luiz Gustavo.

Agradeço a todos os professores que passaram por mim nessa caminhada até esse momento, que me ensinaram muito do que aprendi e que principalmente mostraram o caminho para que a busca pelo conhecimento não se acabe. Principalmente a professora Maria Letícia e o professor João Kiyoshi membros da banca avaliadora pelas palavras de apoio e motivação, nessa reta final da minha graduação.

Quero agradecer de coração meu orientador Prof. Geraldo que aceitou esse desafio, e que com o tempo reduzido que tivemos me fazer aprender muito mais do que eu poderia imaginar e ainda fazer com que eu soubesse exatamente o caminho que quero seguir na minha profissão futura. Pela paciência de me aturar nos emails e nas orientações. E por me dar o prazer de fazer o meu estágio obrigatório no setor de eventos, no qual aprendi muito e fiz amizades; e também agradecer as meninas do setor de eventos por estarem sempre dispostas a me ajudar e me dar informações necessárias para a construção do meu trabalho.

E a todos os meus colegas de estudo que de certa maneira me ajudaram a seguir nessa caminhada, Rodrigo, Rafael, Jean, Gabriel, Diego, Arlindo, Jaison, Davi e principalmente minha grande amiga Mariana por tornarem minhas noites de aulas momentos alegres de aprendizado e de amizade. Momentos que ficarão guardados pra sempre. Vocês fizeram, fazem e sempre farão parte da minha história.

Quero agradecer também a todos meus amigos, mas principalmente a Bruna, Luciana, Thiago, Daniel e Jardel que confiaram em mim, e acreditaram que eu iria conseguir concluir mais essa etapa da minha vida, e pela paciência que tiveram que ter para me aturar nos momentos difíceis.

A todos meu eterno agradecimento e meu carinho.

“Nossos sonhos, a gente é quem constrói. É vencendo os limites, escalando as fortalezas. Conquistando o impossível pela fé” (Jamily Oliveira Sampaio)

RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo Identificar e Analisar o modelo e método de trabalho do setor de eventos da Universidade do Sul de Santa Catarina Campus Grande Florianópolis. Fizeram parte da amostra 21 pessoas que foram divididas conforme o enfoque da pesquisa, sendo que 16 dos pesquisados foram questionados quanto a sua satisfação com relação ao Setor de Eventos, e os outros 5 pesquisados responderam referente ao seu perfil e sobre o trabalho executado no setor. Os dados analisados foram perfil dos pesquisados, satisfação com relação ao setor, os eventos organizados; e, também satisfação dos serviços prestados pelos colaboradores do setor de eventos e seu conhecimento sobre processos, procedimentos e informações importantes referentes ao setor. Para a pesquisa foram utilizados dois questionários elaborados pelos autores utilizando a ferramenta *Google Docs* para sua confecção. Mesmo com os resultados de satisfação sendo favoráveis ao setor conclui-se que muito ainda pode ser feito pela melhoria dos espaços e materiais para utilização em eventos, e que muito ainda pode ser ensinado para aqueles que desejam trabalhar com essa área de eventos.

Palavras chave: Gestão de Eventos, Setor de Eventos, UNISUL, Eventos em Universidades.

ABSTRACT

This research aims to identify and analyze the model and modus operandi of the industry events at the University of Southern Santa Catarina, Florianópolis Campus. The final sample included 21 people who were divided according to the focus of the study, with 16 of those surveyed were asked about their satisfaction with the events industry, and the other five respondents surveyed for the profile and the work done in the industry . The data were analyzed profile of respondents, satisfaction with the industry, organized events, and also the satisfaction of services rendered by employees of industry events and his knowledge of processes, procedures and important information for the sector. For research we used two questionnaires prepared by the authors using the Google Docs to its making. Even satisfaction with the results being favorable to the industry concludes that more can be done by improving the spaces and materials for use at events, and that more can be taught to those willing to work with this area of events.

Keywords: Event Management, Industry Events, UNISUL, Events at Universities.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: O processo do Planejamento de Eventos.....	27
Figura 2: Análise SWOT do Setor de Eventos.....	35
Figura 3: Origem das demandas.....	36
Figura 4: Tipos de eventos desenvolvidos na UNISUL com maior predominância.....	38
Figura 5: Inter-relações Acadêmicas.....	40
Figura 6: Inter-relações Administrativas.....	41
Figura 7: Fases, Fluxos e Processos de Trabalho.....	42
Figura 8: Fases, Fluxos e Processos de Trabalho (continuação).....	43
Figura 9: Estrutura Organizacional do Setor de Eventos.....	48
Figura 10: Divisão das UNAs entre colaboradores de eventos.....	48
Figura 11: Conceito de STAR.....	50
Figura 12: Plano de Gestão da UNISUL.....	51

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Impacto dos Eventos.....	23
Tabela 2: Valores da UNISUL.....	30
Tabela 3: Visão da UNISUL.....	32
Tabela 4: Processos e Procedimentos das fases dos eventos do Setor.....	43

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	13
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO E PROBLEMA.....	13
1.2 OBJETIVOS.....	15
1.2.1 Objetivo Geral	15
1.2.2 Objetivo Específico	15
1.3 JUSTIFICATIVA.....	15
1.4 QUESTÕES INVESTIGADAS.....	16
1.5 LIMITAÇÕES DO ESTUDO.....	17
2. REVISÃO DE LITERATURA	18
2.1 EVENTOS.....	18
2.1.1 Características e Propósitos	19
2.1.2 Tipos de Eventos	19
2.1.3 Mercado de Eventos	21
2.1.4 Eventos em Universidades	22
2.1.5 Impacto dos Eventos	23
2.2 GESTÃO.....	24
2.2.1 Gestão Estratégica	25
2.2.2 Planejamento Estratégico	26
2.2.3 Estrutura de Gestão	27
2.2.4 Gestão de Eventos	28
2.3 UNISUL.....	30
2.3.1 Setor de Eventos da UNISUL	32
2.3.1.1 Histórico do Setor de Eventos.....	33
2.3.1.2 Planejamento Estratégico do Setor de Eventos.....	34
2.3.1.2.1 <i>Origem das Demandas de Eventos e Tipos de Eventos</i>	35
2.3.1.2.2 <i>Contribuição do Setor de Eventos para obtenção da Missão da UNISUL</i>	38
2.3.1.2.3 <i>Fluxos, Processos e Ferramentas de Gestão de Eventos</i>	39
2.3.1.2.4 <i>Estrutura do Setor de Eventos</i>	47
2.3.1.2.5 <i>Gestão de Pessoas no Setor de Eventos</i>	49

2.3.1.2.6 <i>Proposição da área de Eventos para a Educação Permanente da UNISUL</i>	50
3. MÉTODO	53
3.1 TIPO DE PESQUISA.....	53
3.2 SUJEITO DA PESQUISA.....	53
3.3 INSTRUMENTO DE PESQUISA.....	53
3.4 PROCEDIMENTO DE COLETA DE DADOS.....	54
3.5 ANÁLISE DOS DADOS.....	55
4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	56
4.1 COLABORADORES DO SETOR DE EVENTOS.....	56
4.1.1 Perfil do Colaborador.....	56
4.1.2 Satisfação.....	59
4.1.3 Conhecimento sobre o Setor e Eventos.....	64
4.2 COLABORADORES DA UNISUL.....	67
4.2.1 Perfil do Colaborador.....	67
4.2.2 Satisfação.....	71
5. CONCLUSÃO E SUGESTÕES	79
REFERÊNCIAS	81
ANEXOS	84

1. INTRODUÇÃO

A introdução da presente pesquisa contempla informações referentes a contextualização do problema; os objetivos propostos para a realização deste trabalho; os objetivos que foram direcionadores da pesquisa; a justificativa, na qual apresenta a importância do trabalho frente ao contexto social e mercadológico, bem como em nível técnico - científico; as questões investigadas; e, as limitações

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO E PROBLEMA

Evento é uma ação que visa atender seu público-alvo em seus objetivos e motivações, com ações de planejamento, organização, coordenação, implantação de um projeto.

Segundo Heldman (2003 p.4), “várias são as atividades exigidas em um projeto, como: planejar, colocar em ação o plano e acompanhar o progresso e o desempenho. A principal função a ser executada no projeto é o planejamento. Com o planejamento se tem uma ideia do desempenho do projeto e do padrão aplicado”.

Segundo dados da *Caribbean Tourism Organization* (2010, apud EMBRATUR, 2010) o mercado de eventos no segmento MICE - *Meetings, Incentives, Convention and Exhibitions* (encontros, incentivos, convenções e feiras) movimentava hoje no mundo mais de 30 bilhões de dólares; afirma que ocorrem também 50 milhões de viagens com o objetivo de participar de eventos ou grupos de incentivo. Além do impacto financeiro é a imagem de forma positiva aos visitantes podem trazer ainda mais eventos e turista para o destino, no período pós-evento.

Dentre os benefícios que os eventos agregam a uma cidade, ou região podemos citar: o econômico, o de desenvolvimento profissional e negócios e na comunidade. De negócios, pois gera a movimentação financeira tanto dos organizadores quanto dos visitantes, de desenvolvimento porque os eventos podem fomentar o turismo atraindo o público que não visitaria a região caso não ocorresse eventos da sua área de interesse profissional ou de negócios; e, para a comunidade, pois a visibilidade do destino aumenta, gerando um possível pólo de novos negócios. (EMBRATUR, 2010)

O Brasil receberá nos próximos anos eventos que possibilitarão ao país uma visibilidade global. Estes afetam positiva e negativamente a estrutura de um país, devido a quantidade de pessoas que irão passar por esse território, pela quantidade de investimentos que está sendo aplicado em infra-estrutura, de possíveis receitas e divisas deixadas pelos turistas, investidores e público em geral que está ligado direta e indiretamente a este eventos.

O impacto econômico que será gerado por esses momentos, visto que o Brasil vem despontando entre os 10 países escolhidos para destino de eventos e o primeiro país como mercado emergente, segundo a ICCA - *International Congress and Convention Association* (2006, apud EMBRATUR 2010) esta crescente expansão inclui o desenvolvimento turístico de um determinado país, cidade ou região. Os destinos turísticos preparam suas infra-estruturas para o recebimento de evento, na qual os centros de eventos são locais mais indicados para estas realizações.

As universidades e seus espaços além de sediarem eventos são também geradoras de eventos onde se tem uma demanda grande de ações envolvendo o conhecimento geral ou específico agregando valor ao ensino, pesquisa e extensão.

Eventos como congressos, conferências, ciclo de palestras, mesas redondas, simpósios, seminários estão entre os tipos mais utilizados nas instituições de ensino superior.

Visando agregar valor a formação universitária se faz necessário visar eventos do tipo nas universidades sendo necessário um estudo mais ampliado dessa área ou setor das universidades.

Com base nas informações acima citadas, busca-se por meio deste trabalho fazer uma análise do modelo de gestão do Setor de Eventos da Unisul Campus da Grande Florianópolis, para saber a maneira com a qual o setor é gerenciado, o perfil de seus colaboradores e satisfação dos clientes que utilizam o setor.

1.2 OBJETIVOS

Para o presente trabalho formou-se os seguintes objetivos:

1.2.1 Objetivo Geral

Identificar e analisar o modelo e método de trabalho do setor de eventos da Universidade do Sul de Santa Catarina Campus da Grande Florianópolis – Pedra Branca, conhecer seu Planejamento Estratégico, bem como a satisfação dos seus clientes internos e perfil dos colaboradores.

1.2.2 Objetivo Específico

-Identificar a existência de planejamento estratégico do setor de eventos da Universidade do Sul de Santa Catarina do Campus Grande Florianópolis – Pedra Branca;

- Conhecer e analisar rotinas e procedimentos do setor de eventos da Universidade do Sul de Santa Catarina do Campus Grande Florianópolis – Pedra Branca;

- Identificar o perfil dos colaboradores (funcionários e estagiários) do setor de eventos da Universidade do Sul de Santa Catarina campus grande Florianópolis – Pedra Branca, atuantes no 1º semestre de 2011;

- Identificar o nível de satisfação dos clientes do setor de eventos da Universidade do Sul de Santa Catarina do Campus Grande Florianópolis – Pedra Branca.

1.3 JUSTIFICATIVA

Diante da grande demanda de eventos que ocorrem nas áreas profissionais, observa-se que é preciso profissionalismo e empresas que tenham uma gestão eficiente; e ainda, que saibam lidar com as diversas tipologias de eventos e com todos os perfis.

Para que se tenha o resultado é preciso que a equipe formada para o evento esteja alinhada aos objetivos, buscando uma melhor qualidade no atendimento, bem como uma maior efetividade na execução e suas áreas.

Muitos são os estudos que abordam essa temática de eventos, por essa razão esta análise realizar-se-á para que se possa verificar o modelo apresentado nas obras desta área de estudo, e compará-la com a prática utilizada no setor de eventos de uma universidade. Esta análise poderá contribuir para a reflexão de melhores práticas na área de eventos em instituições de ensino superior.

Com os resultados, um posicionamento será passado ao responsável do setor de eventos da Unisul e também para os colaboradores, visto que será realizada uma pesquisa de perfil dos mesmos. Estes resultados poderão embasar as decisões quanto às necessidades, falhas e qualidades dos serviços prestados.

Vale ressaltar que o estudo vem a oportunizar um maior aprendizado sobre o assunto, para que posteriormente se possa trabalhar diretamente com assuntos ligados a eventos, gestão de eventos e vertentes ligadas a esse campo. Pois existe um grande crescente nessa área e um grande interesse por parte da acadêmica de se especializar no assunto, e um aprofundamento maior no ramo de eventos esportivos, *marketing* esportivo e gestão de eventos.

1.4 QUESTÕES INVESTIGADAS

- Existe planejamento estratégico para o setor de eventos da Universidade do Sul de Santa Catarina do Campus Grande Florianópolis – Pedra Branca?

- Quais as rotinas e procedimentos do setor de eventos da Universidade do Sul de Santa Catarina do Campus Grande Florianópolis – Pedra Branca?

- Qual o perfil dos colaboradores (funcionários e estagiários) atuantes no setor de eventos da Universidade do Sul de Santa Catarina do Campus Grande Florianópolis – Pedra Branca, atuantes no 1º semestre de 2011?

- Qual o nível de satisfação dos clientes do setor de eventos da Universidade do Sul de Santa Catarina do Campus Grande Florianópolis – Pedra Branca?

1.5 LIMITAÇÕES DO ESTUDO

- A troca de orientador, ao findar do projeto. Com isso foi necessário a procura de um novo orientador e uma remodelação do projeto;
- O tempo reduzido para a elaboração de todo o relatório final;
- Devido ao tempo reduzido, o tempo para elaboração, validação e aplicação dos questionários ficou restrito.
- A não participação dos entrevistados componentes da amostra
- A falta de dados e literatura específica sobre eventos em universidades.

2. REVISÃO DE LITERATURA

A revisão de literatura tem por finalidade apresentar subsídios teóricos que possam dar sustentabilidade conceitual para o desenvolvimento do trabalho, bem como, definir por categorias as temáticas desenvolvidas em cunho bibliográfico e documental. Compõe a revisão de literatura deste trabalho os seguintes itens: eventos; gestão de eventos; UNISUL; setor de eventos da UNISUL.

2.1 EVENTOS

Simões (1995, p. 170) reporta-se a evento como instrumento misto de relações públicas. “É um acontecimento criado com a finalidade específica de alterar a história da relação organização-público, em face das necessidades observadas.

Giácomo (1993, apud CESCA, 1997 p. 14), analisa evento como “componente do ‘mix’ da comunicação, que tem por objetivo minimizar esforços, fazendo uso da capacidade sinérgica da qual dispõe o poder expressivo, no intuito de engajar pessoas numa idéia ou ação”.

“Um instrumento institucional e promocional, utilizado na comunicação dirigida, com a finalidade de criar conceito e estabelecer imagem de organizações, produtos, serviços, ideias e pessoas, por meio de um acontecimento previamente planejado, ocorrer em um único espaço de tempo com a aproximação entre os participantes, quer seja física, quer seja física ou por meio de recursos da tecnologia.” (MEIRELES 1999, apud PAIVA, 2008 p.5)

Para Campos, Wyse e Araujo (2000) o conceito de eventos existe desde que o mundo é mundo, acompanhando toda a história dos homens, mas em cada época com um objetivo diferente, apesar do conceito que usamos hoje ser novo.

Para Martin (2003) os eventos estão incorporados em nosso cotidiano, nas tarefas mais corriqueiras e em qualquer atividade econômica. Sem eles não seria possível realizar muito do que se busca alcançar por meio deles.

Andrade (1999) afirma que evento é o fenômeno multiplicador de negócios, pelo seu potencial gerador de novos fluxos de visitantes e também é o fenômeno capaz de alterar determinada dinâmica da economia.

“Planejar o evento é ganhar agilidade no desempenho, é melhorar a eficiência na execução das tarefas, é mensurar com mais acuidade os resultados e ter referências para avaliá-los.” (MARTIN, 2003, p.73)

2.1.1 Características e Propósitos

Para Brito (2002) os eventos podem ser classificados quanto a: categoria, área de interesse, localização, características estruturais e tipologia. Na classificação de categoria eles podem ser institucionais e promocionais; quanto à área de interesse ele se encaixa em artística, científica, cultural, educativa, cívica, política, governamental, empresaria, lazer, social, desportiva, religiosa, beneficente e turística. Por características estruturais podem ser pequeno, médio, grande, pela data: fixo, móvel, esporádico; pelo perfil: geral, dirigido e específico.

2.1.2 Tipos de Eventos

Para Zanella (2008), Giacaglia (2004), Matias (2002) e Martin (2008), e outros as tipologias são:

- *Assembléia*: reunião da qual participam delegações representantes de grupos, estados, países etc. Sua principal característica é debater assuntos de grande interesse de classes profissionais, países, regiões ou estados;

- *Brainstorming*: reunião que tem o objetivo de encontrar soluções para um problema, muito usado por publicitários; e, viabiliza a análise de várias possibilidades para uma questão;

- *Brunch*: é uma expressão da língua inglesa, que é a junção das palavras café da manhã (*breakfast*) com almoço (*lunch*), é um café servido próximo ao almoço, e é tão farto que pode ser considerado um mini-almoço;

- *Colóquio*: derivado de conferência, sendo utilizado pelo segmento médico, tem por objetivo discutir e tomar decisão, depois da definição e exposição do tema a platéia é dividida em grupos de debate;

- *Concílio*: são reuniões católicas, na qual são tratados assuntos dogmáticos e doutrinários;

- Concurso: visa competição podendo ser aplicado em diversas áreas é coordenado por uma comissão que estabelece premiação, regulamentação e júri.
- Conferência: é uma reunião formal, onde é preciso ter um presidente da mesa que coordena os trabalhos. Tem por objetivo a apresentação de um tema informativo (geral, técnico ou científico);
- Congresso: com o objetivo de debater assuntos de interesses de determinado ramo profissional e são promovidas por entidades associativas. E são formados por vários outros tipos de eventos como mesa-redonda, conferencia, palestras;
- Convenção: é uma reunião promovida por empresas, setores industriais e partidos políticos. Busca integrar pessoas que pertencem a essas empresas e partidos políticos;
- Coquetel: reunião de pessoas com o objetivo de comemoração, tem curta duração, não deve ultrapassar uma hora e meia;
- Debate: discussão entre dois ou mais oradores, cada um defendendo um ponto de vista. Pode ser aberto ao público ou transmitido pela mídia;
- Desfile: promovido por confecções para apresentação de seus produtos, tem caráter promocional;
- Entrevista Coletiva: tipo de evento onde um representante da empresa, entidade ou governo, responde a determinado assunto de seu conhecimento;
- Exposição: exibição pública de produção artística, industrial, técnica ou científica;
- Feiras: exposição pública com o objetivo de venda direta ou indireta, com vários estandes no qual se expõem produtos ou serviços;
- Fórum: reunião que visa conseguir efetiva participação de um público numeroso a fim de obter mais informações sobre determinado assunto;
- Happy Hour: reunião de fim de tarde com a finalidade de confraternização ou para promover um produto;
- Megaevento: eventos como Jogos Olímpicos ou Feiras Mundiais. Geralmente de curta duração;
- Mesa-redonda: reunião questionadora de um grupo de quatro a oito pessoas, que debatem um assunto controvertido de interesse publico;

- Oficina ou *Workshop*: reunião de especialistas para apresentação de novas técnicas. Oficina está ligada à área educacional, *workshop* destina-se mais à área empresarial;

- Palestra: caracteriza-se pela apresentação de um tema pré-determinado por uma autoridade no assunto a um grupo pequeno, é menos formal que a conferência;

- Seminário: exposição verbal onde os participantes tem conhecimento prévio do assunto. Objetivo de fornecer e somar informações de temas já pesquisados;

-Simpósio: reunião derivada da mesa-redonda, com a diferença que as perguntas não são discutidas pelo grupo, mas são efetuadas por um público – expectador;

- Videoconferência ou Teleconferência: meio de organizar um evento por uma linha de satélite ou via internet que permite interação com pessoas de locais diferentes e distantes;

- Vista ou *Open Day*: visita de um dia utilizada pelas empresas para demonstrar sistemas, métodos ou produtos para um publico segmentado.

2.1.3 Mercado de eventos

Ferreira e Wada (2010, p. 23) afirmam em pesquisa realizada pela Franceschini Análises de Mercado, que entre as 500 maiores empresas do Brasil citadas pela revista exame, verificou-se que apenas 12% delas tinham um departamento de eventos e que 88% delas se utilizava dos colaboradores que tinham experiências em *marketing*, recursos humanos, comercial entre outros ramos. Algumas ainda tinham alguma experiência com eventos, como: especializações e pós-graduação

Segundo a ICCA – Associação Internacional de Congressos e Convenções (2006, apud EMBRATUR, 2010), o Brasil é 7º destino no mundo em realização de eventos de caráter internacional, com o total de 293 eventos. Se analisarmos as cidades temos como ranking das cidades, São Paulo em 18º lugar com o total de 79 eventos internacionais, no ano de 2009.

Em nível de cidades brasileiras São Paulo, Rio de Janeiro e Salvador estão nas primeiras colocações, ficando a cidade de Florianópolis em 4º colocação.

O mercado de eventos tem crescido de forma substancial nos últimos anos independentemente de suas tipologias. Observa-se ainda que Florianópolis recebe seus turistas oriundos do interior de Santa Catarina, São Paulo, Rio Grande do Sul, Paraná e Minas Gerais. Já os turistas estrangeiros são dos EUA, Alemanha, China e Inglaterra, segundo dados do FCVB/FGV (2011).

Com a 4^o colocação como cidade destino de eventos, se deve pensar em eventos que agreguem também valor ao conhecimento, e não somente a diversão. Podendo assim uma estar atrelada a outra, fazer eventos que visem o ensino – aprendizagem e que se torne uma diversão para quem deles participar.

Muito pouco se fala de eventos universitários, visto que esse era um espaço apenas de estudo e que está se tornando, além disso, um espaço onde se pode aprender com eventos.

2.1.4 Eventos em Universidades

Eventos em Universidades podem ser vistos como um espaço de ensino-aprendizagem, por intermédio das relações entre professores, alunos e mercado, visando conhecimento em eventos. (CAMPOS, 2009)

No âmbito das empresas de eventos, quando se fala de eventos universitários se refere a ações voltadas ao público jovem, como festas, cruzeiros marítimos que engloba em sua maioria pessoas na faixa etária de 17 a 25 anos. Deve-se pensar em eventos em universidades como uma possibilidade de negócio e para tanto é preciso que as pessoas que atuam nessa área obtenham profissionalização e especialização necessária para o desenvolvimento de tal ação. (CAMPOS, 2009)

Visando o foco de ensino, pesquisa e extensão, eventos em universidades devem permear toda a vida acadêmica; e, ainda podendo atingir esse público após seu egresso, em momentos de maior capacitação, na forma de palestrante e ainda gerar relacionamentos que podem se manter dentro e fora desse ambiente universitário.

De acordo com Campos (2009) eventos em universidades podem também agregar valor aos seus colaboradores que na sua maioria são professores e técnico-administrativos, que podem tanto freqüentar eventos destinados aos acadêmicos, mas também em eventos especificadamente as suas funções.

A equipe atuante nessa área em universidades deve ser uma equipe bem preparada, visto que, cada evento tem suas peculiaridades e suas necessidades distintas, facilitando assim o atendimento das necessidades. E o planejamento da ação. Por isso quanto mais o colaborador se familiarizar com as áreas de conhecimentos, cursos e carreiras, melhor será o atendimento e a fidedignidade das propostas.

2.1.5 Impacto dos Eventos

Segundo Sá e Sá (2009) os impactos que os eventos exercem sobre o meio independe da sua dimensão, mas é seguro afirmar que a dimensão poderá interferir na proporção do impacto, principalmente ao nível social, cultural, ambiental, político e econômico.

Os objetivos do gerenciamento de riscos do projeto são aumentar a probabilidade e o impacto dos eventos positivos e diminuir a probabilidade e o impacto dos eventos adversos ao projeto (PMBOK apud SILVEIRA, 2008, p. 225)

A tabela abaixo retrata os impactos dos eventos:

Tabela 1: Impacto dos Eventos

Impacto dos eventos	Impactos Positivos	Impactos Negativos
<i>Social e Cultural</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Vivência compartilhada - Revitalização das tradições -Fortalecimento do orgulho comunitário - Legitimação de grupos - Aumento da participação da comunidade - Apresentação de idéias novas e desafiadoras -Expansão de perspectivas culturais 	<ul style="list-style-type: none"> - Alienação da comunidade -Manipulação da comunidade - Imagem negativa da comunidade -Comportamento destrutivo -Abuso de drogas e álcool -Deslocamento social -Perda do conforto
	-Exposição do meio ambiente	-Danos ao meio ambiente

<i>Físico e Ambiental</i>	<ul style="list-style-type: none"> -Fortalecimento de exemplos para melhores hábitos -Aumento da consciência ambiental -Legado de Infra - estrutura - Melhoria de Transporte e comunicação -Transformação e renovação urbana 	<ul style="list-style-type: none"> -Poluição -Destruição do patrimônio -Perturbação acústica -Engarrafamentos
<i>Político</i>	<ul style="list-style-type: none"> -Prestígio internacional -Melhora do perfil -Promoção de investimentos -Coesão social -Desenvolvimento de capacidades administrativas 	<ul style="list-style-type: none"> -Riscos de insucesso do evento -Desvio de fundos -Falta de responsabilidade -Propaganda enganosa -Perda do controle comunitário -Legitimação de Ideologia
<i>Turístico e Econômico</i>	<ul style="list-style-type: none"> -Promoção do destino e incremento do turismo -Aumento do tempo de permanência -Maior lucratividade -Aumento da renda de impostos -Oportunidades de negócios -Atividade comercial -Geração de empregos 	<ul style="list-style-type: none"> -Resistência da comunidade ao turismo -Perda de autenticidade -Danos a reputação -Exploração -Preços inflacionados -Custos de oportunidade -Ma gestão financeira -Perda Financeira

Fonte: Allen (2008)

2.2 GESTÃO

Gerir é parte fundamental de tudo que se é realizado na qual, planejar, executar e controlar são funções essenciais a uma boa gestão, sendo assim alguns autores abordam a importância desse tema.

O sistema de gestão é um ingrediente crucial da capacidade de resposta a mudanças do ambiente, pois determina o modo pelo qual a administração

percebe os desafios, diagnostica seus impactos, decide o que fazer e põe em prática suas decisões (ANSOFF; MCDONNELL, 1993).

Segundo Andrade (2001), o sentido original da palavra gestão vem do termo latino *gestio*, que expressa a ação de dirigir, de administrar e de gerir a vida, os destinos, as capacidades das pessoas e das próprias coisas que lhe pertencem ou que fazem uso.

Outra definição que pode ser utilizada para descrever gestão é a que Andrade (2001, p.25) nos relata:

A gestão deve ser encarada como resposta à necessidade de fazer-se um planejamento técnico criterioso, para atingir objetivos pretendidos, a partir das necessidades de poupança de tempo e dinheiro e das restrições do tempo regulamentar de trabalho semanal dos funcionários.

2.2.1 Gestão Estratégica

Para Serra, Torres e Torres (2003, p. 5) estratégia é o conjunto dos meios que uma organização utiliza para alcançar seus objetivos, o processo envolve decisões que definem os produtos e os serviços para determinados clientes e mercados e a posição da empresa em relação aos seus concorrentes.

Para Mintzberg e Quinn (2001) “estratégia é o padrão ou plano que integra as principais metas, políticas e seqüência de ações de uma organização em um todo coerente”.

Ansoff (1992, apud Paiva, 2008, p. 18) nos relata que estratégia são conjuntos de regras de tomada de decisão para orientação do comportamento de uma organização.

Estratégia é usada para gerar projetos através de um processo de busca. O papel da estratégia é primeiro focalizar a atenção em uma área e após identificar e eliminar possibilidades que não sejam compatíveis (PAIVA, 2008)

De acordo com Oliveira (1999) estratégia pode ser definida como um caminho ou maneira estabelecida e adequada para alcançar resultados, representados por seus objetivos, desafios e metas.

Kotler (1998) em sua definição como o processo gerencial que busca desenvolver e manter um ajuste entre os objetivos e recursos da organização e as oportunidades de mercado em permanente modificação.

Vale lembrar que a gestão estratégica não pode se restringir apenas pelo planejamento estratégico. Segundo Kaplan e Norton (2001), é impossível executar a estratégia sem antes compreendê-la e não há como compreendê-la, sem descrevê-la.

2.2.2 Planejamento Estratégico

Para Peterson e Tiffany (1998, p. 09) planejar é uma estratégia para sobreviver.

Os autores ainda afirmam que planejamento estratégico não é uma ciência que mostra o que é certo e o que é errado em relação ao futuro, ele nada mais é que um processo que prepara você para o que virá mais adiante.

“Planejamento estratégico é uma metodologia gerencial que permite estabelecer a direção a ser seguida pela empresa, visando maior grau de interação com o ambiente.” (OLIVEIRA 1999, p. 42)

Para Vasconcellos e Pagnoncelli (2001), planejamento estratégico é o processo através do qual a empresa se mobiliza para atingir o sucesso e construir o seu futuro, por meio de um comportamento pró-ativo, considerando seu ambiente atual e futuro.

Hampton (1990) afirma que planejar inclui aperfeiçoar princípios e expectativas a longo prazo, com isso deve-se traduzir em objetivos a curto prazo e colocar em prática as funções.

Segundo Watt (2007) “Planejar é determinar o que deve ser feito “ O mesmo autor ainda apresenta que independente do tipo e da grandeza se deve fazer o planejamento:

A amplitude do planejamento necessário para cada evento irá variar consideravelmente, de acordo com a complexidade e importância percebidas da ocasião, mas algum planejamento será sempre necessário. (WATT, 1998)

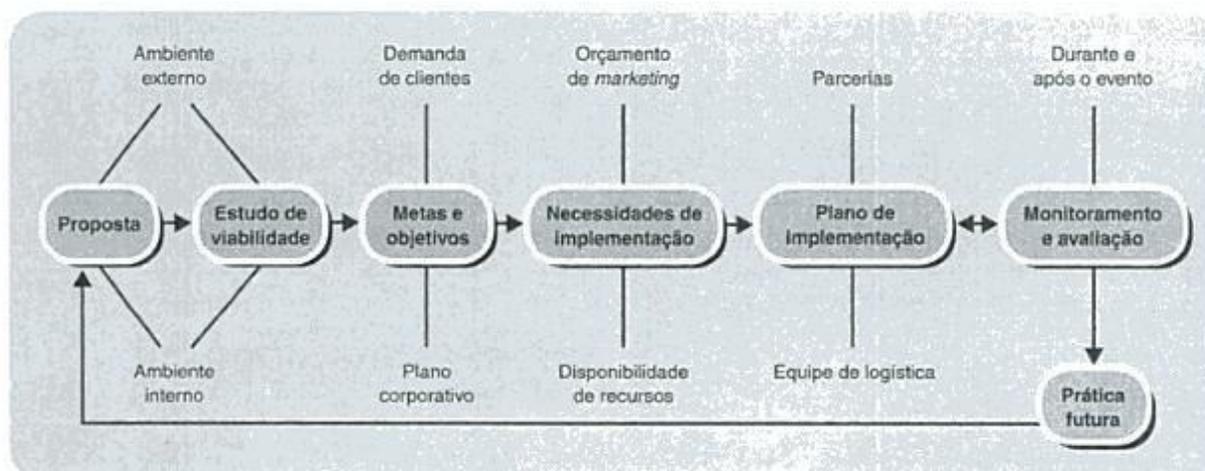


Figura 1: O Processo do Planejamento de Eventos

Fonte: Watt, 2007

Segundo Quinn e Mintzberg (2001) “como plano, uma estratégia pode ser um pretexto, também, e realmente apenas uma manobra específica com a finalidade de enganar o concorrente ou o competidor”.

2.2.3 Estrutura de Gestão

Para Quinn e Mintzberg (2001) A estrutura e estratégia precisam existir interdependentemente, cada qual influenciando a outra estrutura é gerada para levar a cabo a estratégia, mas que para a escolha das novas estratégias se faz necessário considerar a realidade e potenciais da estrutura existente.

Quinn e Mintzberg (2001) apontam que a organização consiste de estrutura, processos que podem ser planejamento, orçamento, equipes de trabalho, que deve refletir-se a situação da organização – por exemplo, sua idade, seu tamanho, seu tipo de sistema de produção e até que ponto seu ambiente é complexo e dinâmico.

Ainda nos dão uma idéia do funcionamento do design organizacional, que pode ser entendido como o organograma, como a empresa funcionará de acordo com funções ou posições:

A essência do *design* organizacional é a manipulação de uma série de parâmetros que determinam a divisão do trabalho e a obtenção da coordenação. Algumas destas referem-se ao design de posições individuais, outros ao da superestrutura (a rede geral de subunidades, refletidas no organograma). (QUINN e MINTZBERG, 2001)

Sobre design organizacional os autores ainda citam uma série de fatores situacionais podem influenciar na escolha dos parâmetros de *design*, que podem ser: idade e tamanho da organização, sistema técnico de produção, características do ambiente e o poder.

2.2.4 Gestão de Eventos

Watt afirma (2007, p. 18) que embora os eventos possam variar, a maioria deles segue as mesmas etapas fundamentais em sua organização, as quais são progressivas. É importante que esteja claro, pois qualquer deficiência na definição da natureza da empresa poderá acarretar problemas mais tarde, na identificação do que ser feito e onde deve ser desenvolvido.

Juntamente com a formatação da empresa Watt (2004, apud Paiva, 2008, p.36) apresenta as ameaças para o setor de eventos são: falta de apoio comercial, concorrência de promoções semelhantes, tendências econômicas e mudanças nas prioridades de financiamento. Já as oportunidades para o setor de eventos são: aumento da divulgação entre o público, desenvolvimento de parcerias, retorno financeiro, mudança de atitude e oferta de novas possibilidades de eventos.

Para minimizar as ameaças e potencializar as oportunidades Ferreira e Wada (2010) afirma que é importante procurar profissionais que tenham conhecimento em viagens e cultura corporativa; e, essa possibilidade existe em gestão de eventos empresariais, visto que eventos tem grande valor em investimentos de recursos e precisam ser compreendidos e trabalhados como um setor estratégico alavancador de negócios.

Em algumas empresas a gestão estratégica de eventos é uma nova abordagem, mas em outras organizações já são utilizados a mais de 10 anos.

O desenvolvimento de um PEGE – Plano Estratégico de Gestão de Eventos, assim como outro projeto, deve conter a elaboração de um plano estratégico e de implantação. Etapas a cumprir e designar responsáveis são bases para se iniciar. Os passos que devem ser seguidos são: definir, mensurar, analisar, construir e implantar. (FERREIRA e WADA, 2010)

Para Ferreira e Wada (2010) uma vez que a empresa já esteja familiarizada com os conceitos do PEGE, algumas fases se tornam importantes para que se possa organizar um planejamento de gestão de eventos. Fases essas que são:

- registro de eventos: tem o propósito de conhecer detalhadamente um evento programado, o principal componente dessa etapa é o orçamento detalhado;

- contratação e aquisição : que nada mais é que a contratação de fornecedores necessários. Esse componente prevê 3 etapas: identificação e seleção do fornecedor, negociação, contratação e gestão de risco;

- planejamento e execução: essa etapa de planejamento deve estar presente em todo o processo. Essa função de planejar pode ser delegada a um gerente ou a uma pessoa que não esteja exclusivamente ligada ao evento;

- pagamento e conciliação: dados precisos e fornecidos de forma automática, com rapidez são vitais para que não aconteçam erros em valores;

- relatórios: a análise de dados e a formação de um histórico depende de relatórios compreensíveis e precisos. Itens importantes que devem conter em relatórios são: os serviços, finanças, volumes e recursos;

- tecnologia e política: esses são fatores que unem os demais citados. Eles permitem que se automatize processos, reduzindo o trabalho burocrático e gerando eficiência. Algumas das funcionalidades são: captura de dados do evento, fluxo automático, base de dados dos fornecedores, gestão de comunicação e registro dos participantes, gestão do orçamento do evento. Com relação a política podemos citar como principais tópicos: critérios ou princípios para registro e aprovação de eventos, acomodações, passagens aéreas, processos e meios de pagamento, ética relacionada à eventos (programa de fidelidades, viagens de inspeção e de familiarização, mimos de fornecedores), normas de envio e segurança. O mais importante, quando se fala de política de eventos é ter em mente a cultura da empresa e o uso prudente de itens mandatórios ou absolutos.

2.3 UNISUL

A UNISUL – Universidade do Sul de Santa Catarina, que conta com aproximadamente 25 mil alunos, distribuídos em mais de 50 cursos de graduação, pós-graduação e ensino a distância, divididos em quatro campi (Tubarão, Araranguá, Palhoça e Florianópolis). Com uma história de mais de 4 décadas e suas atividades atuais são dinâmicas e inovadoras. Tem como objetivo promover a educação, a ciências, a cultura, o desenvolvimento social e comunitário sustentável, a criação, o desenvolvimento e difusão da tecnologia. Atenta as novas tecnologias a Unisul é destaque internacional no Ensino a Distância

Universidade que tem como missão:

“Educação e gestão inovadora e criativa no processo do ensino, pesquisa e extensão, para formar integralmente, ao longo da vida, cidadãos capazes de contribuir na construção de uma sociedade mais humana e em permanente sintonia com os avanços da ciência e da tecnologia”.

Dentre as informações da UNISUL podemos citar seus valores:

Tabela 2: Valores da UNISUL

UNISUL – VALORES	
<p>1. Sendo a missão da UNISUL a formação integral de valores de cidadãos, a UNISUL assume:</p>	<p>1.1 que o aluno constitui o seu valor essencial e, nesta condição, tem o direito de participar de seu próprio sucesso educativo, constituindo-se, em consequência, no foco da dedicação de professores, funcionários e dirigentes;</p> <p>1.2 que o professor é promotor, guia, orientador e facilitador por excelência desse processo, capacitando-se para assumir e praticar esta atitude no dia-a-dia de sua atividade;</p> <p>1.3 que o processo educativo prepare o aluno para o mercado e para a vida, envolvendo o conjunto de funções que irá desempenhar na sociedade complexa, global e mutante;</p> <p>1.4 que os relacionamentos acadêmicos e de gestão primam pela humanização e pela transparência;</p> <p>1.5 que a prática da humanização e da transparência envolva o exercício permanente da participação, da solidariedade, da cooperação, da</p>

	<p>integração, do compartilhamento e da responsabilidade;</p> <p>1.6 que o respeito a dignidade humana se expressa pelo direito ao crescimento contínuo e integral das pessoas e da coletividade em suas múltiplas potencialidades, respeitando o pensamento holístico, a pluralidade de idéias e a diversidade cultural</p>
<p>2. Sendo competente de sua missão a prática da gestão inovadora e criativa no processo do ensino, da pesquisa e da extensão, a UNISUL assume:</p>	<p>2.1 que a busca da excelência em todas as suas atividades constitui o conteúdo e significado essencial dos processos burocráticos e gerenciais e a forma de praticar a gestão humanizada;</p> <p>2.2 que a gestão da UNISUL abranja um compromisso educativo e com a geração do saber, contribuindo dessa forma na construção da sociedade mais humana, em permanente sintonia com os avanços da ciência e da tecnologia;</p> <p>2.3 que o compromisso da UNISUL, nesta construção, ganha conteúdo a partir da promoção do desenvolvimento regional, integrado nos processos globais e interdependentes;</p> <p>2.4 que, neste contexto, as mudanças da ordem institucional ou comportamental não constituem uma ameaça, mas uma oportunidade, sendo um pressuposto de sua atualização e permanente sintonia das pessoas e da Universidade com o meio e o mundo;</p> <p>2.5 que os processos de gestão em todos os níveis e setores – na academia, como também nos recursos humanos, físicos e financeiros, incluindo a dinâmica da mudança – sejam conduzindo com prudência, disciplina, transparência e eficácia.</p>
<p>3. Enfim, a UNISUL assume que a busca permanente de construir sua Missão, e a consciência e a prática de seus valores, constituem seu compromisso e sua postura ética essencial, capaz de criar o ambiente propício ao exercício da ética individual, da satisfação pessoal e profissional e da construção da melhor qualidade de vida de toda a comunidade da Universidade e do meio que ela atua.</p>	

Fonte: Campos, 2009

Nesta permanente construção da missão e da contínua prática dos valores, até 2013, a UNISUL será reconhecida pela qualidade e excelência de suas ações e serviços. Este reconhecimento exigirá que a UNISUL assuma:

Tabela 3 – Visão da UNISUL

UNISUL – VISÃO	
1. Em relação ao Ensino:	<p>1.1 consolide a posição de liderança em graduação entre as universidades catarinenses;</p> <p>1.2 consolide posição de liderança em educação à distância e educação continuada, em nível nacional, alcançando a sua inserção plena no mundo virtual e globalizado, como provedora de ciência e tecnologia;</p> <p>1.3 alcance posição de liderança entre as melhores universidades catarinenses no seguimento de pós-graduação.</p>
2. Em relação à Pesquisa:	<p>2.1 consolide a pesquisa científica como essencial à Universidade e parte integrante do processo de ensino e aprendizagem;</p> <p>2.2 promova áreas de pesquisa avançada reconhecida pela comunidade científica nacional.</p>
3. Em relação à Extensão:	<p>3.1 consolide a extensão como mecanismo integrado e indissociável do processo de ensino e aprendizagem;</p> <p>3.2 transforme a extensão em instrumento gerador de iniciativas comunitárias auto-sustentáveis e da educação continuada.</p>
4. Em relação à Gestão:	<p>4.1 internalize práticas e processos modernos de gestão, adequados a dimensão da Universidade, e coerentes com a sua Missão, seus Valores e Visão.</p>

Fonte: Campos, 2009

2.3.1 Setor de Eventos da UNISUL

A descrição do setor de eventos foi desenvolvida por intermédio de dados documentais e conversas informais com os colaboradores do setor. Desta forma, os dados abaixo apresentados são o resultado destes documentos e da transcrição oral das entrevistas.

2.3.1.1 Histórico do Setor de Eventos

De acordo com Campos (2009) sempre houveram eventos na UNISUL antes da sistematização do setor, visto que “a universidade realizava eventos; e, estes eram realizados e geridos pelos próprios proponentes dos eventos”.

A sistematização do setor de eventos foi iniciada no ano de 2005, quando houve a transferência do professor João Geraldo Cardoso Campos da UBS Eventos, situada na Unidade do Norte da Ilha para a Pedra Branca, sede administrativa do campus da UNISUL da Grande Florianópolis.

Campos (2009) descreve: “como pensar em eventos na UNISUL era algo muito novo naquele momento, iniciei sozinho as atividades de uma área que durante quase 3 anos não aparecia no organograma do Campus e da universidade”.

Informa também que as ações de eventos foram se desenvolvendo na decorrência do conhecimento dos demais setores e dos cursos de graduação que foram utilizando os serviços do setor. Desta forma, a cada ano a equipe de trabalho foi ampliando-se para atender a demanda de atividades administrativas e de eventos.

Ainda o entrevistado informa que o processo de criação de um modelo de gestão sempre foi baseado na preocupação entre volume de demanda de trabalho do setor de eventos *versus* a quantidade de recursos humanos, infraestrutura e materias existente. “Sempre discutíamos eu e a Isabel (ex-colaboradora do setor) que precisávamos melhorar todos os dias os nossos processos e fluxos de gestão para que pudéssemos atender as demandas, mesmo com poucos recursos. Isto criaria uma metodologia de trabalho”.

No final de 2006 o setor ampliou seu quadro de pessoal para 2 colaboradores. Em 2007 para 3 colaboradores e 2 estagiários. Em 2008 manteve-se o número de colaboradores, porém o número de estagiários sofreu um acréscimo em 4 vagas, totalizando 6 estagiários. Em agosto de 2009 o Setor de Eventos da Grande Florianópolis foi institucionalizado para toda a UNISUL, na qual o professor João Geraldo Cardoso Campos passou a atuar junto a Assessoria de Eventos, setor criado na gestão 2009-2013, sendo uma assessoria da Reitoria.

Neste momento a estrutura do setor de eventos foi subdividida e houve a inclusão de colaboradores atuantes no setor que foram compor a assessoria, bem

como a abertura de uma nova vaga de trabalho ao setor do campus da Grande Florianópolis.

“Tínhamos na época uma equipe atuando na Grande Florianópolis e em Tubarão, na qual os eventos estavam sendo geridos de forma profissional e apresentando resultados quantitativos, qualitativos e sinérgicos”

Nos últimos três anos o desenvolvimento de eventos na UNISUL cresceu substancialmente, tendo em vista a formalização e criação de um setor específico para a gestão e operacionalização de tais atividades no Campus Norte. O Setor de Eventos por intermédio de ações planejadas e profissionais possibilitou o fomento de ações que agregam valor aos produtos e serviços oferecidos pela UNISUL, na qual estes são oriundos dos diversos níveis de ensino que a universidade oferece a sociedade.

A evolução das práticas do setor e a visibilidade de suas ações, principalmente no Campus Norte fez com que houvesse um movimento junto aos Cursos de Graduação, UnAs, Gerências e Direção de Campus, no intuito de gerar demanda, ou seja, a estruturação do setor possibilitou com que os eventos que antes eram gerados pelos cursos de forma incipiente pudessem ter um maior ordenamento nas suas ações, bem como, uma maior visibilidade, possibilitando uma maior participação da comunidade acadêmica, criando uma cultura de participação. (CAMPOS, 2009)

No final do ano de 2010 a universidade passou por um momento de reestruturação e a Assessoria de Eventos é extinta, na qual a equipe que estava vinculada a assessoria retornou para seus campi de origem.

Desta forma, há o retorno do professor João Geraldo Cardoso Campos e de Renata Abreu para o Setor de Eventos da Grande Florianópolis. No ano de 2011, houve a necessidade de uma nova estruturação no setor, na qual atualmente conta com 4 colaboradores e 4 estagiários.

2.3.1.2 Planejamento Estratégico do Setor de Eventos

O desenvolvimento do planejamento estratégico do Setor de Eventos se baseou em um diagnóstico da realidade de eventos da UNISUL, bem como uma análise de ambiente utilizando-se de ferramenta SWOT (forças, fraquezas, oportunidades e ameaças), construção de uma política de eventos; direcionadores e objetivos estratégicos; fluxos, processos, ferramentas de controle e análise.



Figura 2: Análise SWOT do Setor de Eventos
Fonte: Campos, 2009

2.3.1.2.1 Origem das Demandas de Eventos e Tipos de Eventos

Neste sentido buscou-se identificar a origem das demandas dos eventos gerados na UNISUL como descreve a figura abaixo:

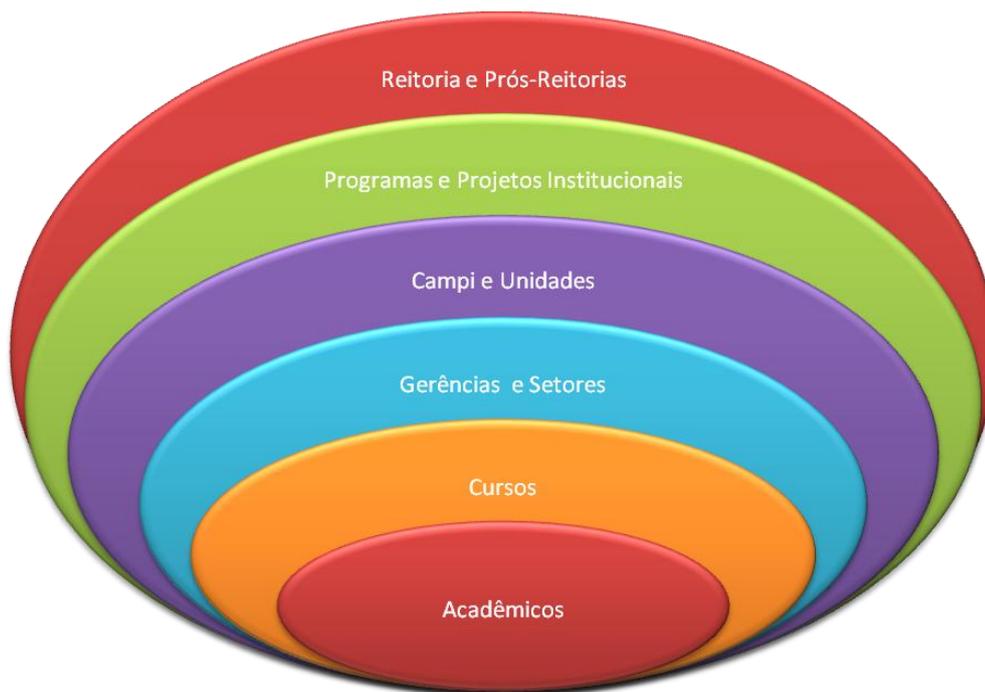


Figura 3: Origem das demandas
Fonte: Campos, 2009

- Eventos de Reitoria e Pró-reitorias

Esta categoria de eventos é demandada de forma que venha a contribuir para o desenvolvimento institucional, oriundas de políticas e estratégias da UNISUL...

Já, os eventos de pró-reitorias demandam ações focadas em determinadas áreas, como: cultura, ensino, pós-graduação, inovação e outras, que gerar eventos pontuais na busca de contemplar institucionalmente manifestações comuns aos diversos campi da UNISUL.

- Eventos de Programas e Projetos Institucionais

Esta categorização se refere aos eventos gerados por programas da UNISUL na qual estes se desenvolvem com o objetivo de apresentação das ações realizadas pelos mesmos, no intuito de apresentar resultados ou fomentar propostas que podem ser realizadas de forma interna ou externa a UNISUL.

- Eventos de Campus e Unidades

Os eventos realizados nos campus e unidades se relacionam as ações propostas pelo corpo diretivo de cada campus e pelas gerências de unidades. Tais eventos são motivados para apresentação de informações institucionais, apresentação de resultados, capacitação de gestores e coordenadores de cursos, definições de estratégias setoriais, definições e desenvolvimento de propostas de trabalho conjuntas e discussão de questões administrativas e acadêmicas.

Os eventos em unidades refletem a demanda de uma realidade ainda mais específica, visto que estas possuem além das realidades geográficas regionais um número menor de colaboradores e cursos em desenvolvimento.

- Gerências e Setores

As gerências demandam eventos que tenham como foco o desenvolvimento e a disseminação de políticas, planos e práticas administrativas a seus colaboradores, bem como, a comunidade acadêmica. Os setores seguem o mesmo foco das gerências, porém com um cunho mais administrativo, visto que suas ações dão suporte as praticas desenvolvidas pelos cursos, gerências e campus.

- Cursos

Os eventos fomentados pelos cursos da graduação se relacionam as temáticas específicas das profissões e áreas de conhecimento, na qual por intermédio de professores e convidados, as ações são desenvolvidas no âmbito do campus na qual o curso esta inserido ou mesmo em espaços externos a UNISUL.

Além dos eventos propostos estes podem estar ligados a eventos externos a UNISUL, seja por intermédio da participação de alunos e professores, como participantes e ministrantes, respectivamente, ou na forma de apoiadores de eventos que tenham o foco do curso envolvido.

Outra forma dos cursos gerarem eventos é por intermédio de suas atividades de pesquisa e extensão, na qual os projetos relacionados a um ou demais cursos podem se utilizar dos eventos como ferramenta para a disseminação de suas ações.

Na sua totalidade os eventos oriundos de cursos tem por finalidade agregar valor as práticas de ensino, pesquisa e extensão, possibilitando um ambiente de trocas de experiências entre os envolvidos.

- Eventos Oriundos de Acadêmicos

Os eventos classificados como acadêmicos nesta percepção quanto categoria, se referente a ações demandadas pelo diretório central dos estudantes, como também, pelos centros acadêmicos, na qual em sua maioria estão relacionados as manifestações artístico-culturais, a ambiência universitária, ao lazer e ao esporte, as atividades sociais e políticas. (CAMPOS 2009)

Os tipos de eventos mais abordados dentro da Universidade são os mais ligados a classificações como técnico-científico, culturais, sociais e esportivos como aborda a figura abaixo:



Figura 4: Tipos de Eventos desenvolvidos na UNISUL com maior predominância
 Fonte: Campos, 2009

2.3.1.2.2 Contribuição do Setor de Eventos para a obtenção da Missão da UNISUL

O planejamento estratégico do setor de Eventos traz a missão da UNISUL e nesta exemplifica como suas ações poderão contribuir para o alcance das ações institucionais da seguinte forma:

A Assessoria de Eventos contribuirá para o atendimento da missão da universidade, por intermédio de ações que busquem:

- .A produção e gestão de eventos que agreguem valor ao ensino, pesquisa e extensão, tendo como foco a formação ao longo da vida;
- .O aprimoramento constante dos processos e ferramentas de gestão, que possam ser inovadores e criativos, visando a excelência nos processos de gestão e o pioneirismo e excelência no processo de formação e capacitação de profissionais de eventos;
- .A integração entre a comunidade interna e externa, gerando eventos que possam criar ambientes baseados na interação, sociabilização e humanização, visando o desenvolvimento regional e a melhora da qualidade de vida. (CAMPOS, 2009)

Tendo estas preocupações no desenvolvimento de suas atividades administrativas e na gestão dos eventos, delinearam-se os objetivos a serem alcançados pela área de eventos da UNISUL.

- .Propor modelos de negócios aliados que possam contribuir para a sustentabilidade, por intermédio de ações acadêmicas e de mercado;
- .Gerar a integração entre as áreas atuantes em eventos na UNISUL;
- . Fomentar a educação continuada ao longo da vida, por intermédio de eventos que possibilite a disseminação deste conceito dentro e fora da UNISUL;
- .Desenvolver as diversas áreas de conhecimentos existentes na UNISUL por intermédio de eventos técnico-científicos, nos níveis do ensino, pesquisa e extensão;

- .Fomentar e gerir eventos integrados entre os campi, unidades, cursos e setores administrativos, visando a maior integração entre acadêmicos e colaboradores;
- .Apoiar e co-gerir as proposições de eventos vinculados as Reitoria e Pró-reitorias da UNISUL, possibilitando o atendimento das políticas e diretrizes de cada área;
- .Gerar eventos propostos pela reitoria visando a disseminação de políticas e estratégias institucionais;
- .Fomentar e co-gerir as ações e eventos propostos pelas Pró-reitorias, visando o desenvolvimento de ações que possam ser refletidas nos campi;
- .Apoiar e co-gerir eventos de programas e projetos institucionais, visando dar visibilidade as suas práticas;
- .Desenvolver e gerir eventos nos campi e unidades, por intermédio de propostas de diretoria, gerências e setores;
- .Criar, apoiar e coordenar eventos propostos por cursos nos diversos níveis oriundos dos campi de origem, visando o fomento da troca de experiências possibilitando a visibilidade e a criação de ambiência universitária;
- .Proporcionar um espaço de ensino-aprendizagem para acadêmicos da UNISUL, por intermédio de eventos propostos pelas representações estudantis;
- .Fomentar a educação e o desenvolvimento da área de conhecimento eventos, por ações de educação continuada, na criação do laboratório de eventos, dos setores de eventos, da escola de eventos, da graduação e pós-graduações em eventos. (CAMPOS, 2009)

Pode-se citar também que os serviços prestados pelo setor de eventos estão contemplados na gestão da produção e operacionalização de eventos promovidos pelo campus; gestão dos espaços de eventos; supervisão dos espaços de eventos quando de locação ou empréstimo a entidades externas a UNISUL; supervisão de estagiários atuantes no setor; articulação entre proponentes e setores de suporte para o desenvolvimento dos eventos, como: assessoria de comunicação e *marketing*, gerências, setores e outros que possam estar envolvidos; conceber eventos juntamente com seus proponentes e gerar registros destes, possibilitando a certificação e o registro acadêmico; avaliar e apresentar os resultados dos eventos envolvidos são algum das atribuições do setor.

2.3.1.2.3 Fluxos, Processos e Ferramentas de Gestão de Eventos

O desenvolvimento de eventos na UNISUL se dá por intermédio da metodologia de gestão de projetos, na qual o setor cria ou co-gestiona os projetos fluxos e fases determinadas, tendo um cronograma temporal e ações específicas, na qual cada evento é um produto que possui tempo e validade definido (CAMPOS, 2009), bem como seus fluxos e processos foram oriundos de um benchmark entre

as ferramentas do *PMBOOK*, do *Project Management Institute*, bem como o PEGE além das literaturas nacionais e internacionais de eventos, bem como a experiência gerada pelo setor do campus da grande Florianópolis.

Para um melhor alinhamento do setor junto aos demais setores acadêmicos e administrativos da UNISUL, visto que a universidade esta subdividida em áreas de conhecimento definidas pela nomenclatura UNA – Unidade de Articulação Acadêmica. Para que todas as UNA's possam ser atendidas de maneira igual e personalizada elas são divididas entre os colaboradores do setor, para que assim se tenha uma referencia; e, que se tenha um melhor processo de gestão do evento. Para que as áreas de conhecimento sejam contempladas se faz necessário a Inter-Relação entre as UnAs que procede de maneira como mostra a figura:



Figura 5: Inter-relações Acadêmicas

Fonte: Campos, 2009

Para que haja um melhor desempenho em âmbito administrativo e as ações possam ser efetivas o setor de eventos também modelou suas inter-relações, com outros setores administrativos da universidade, como descreve a figura.

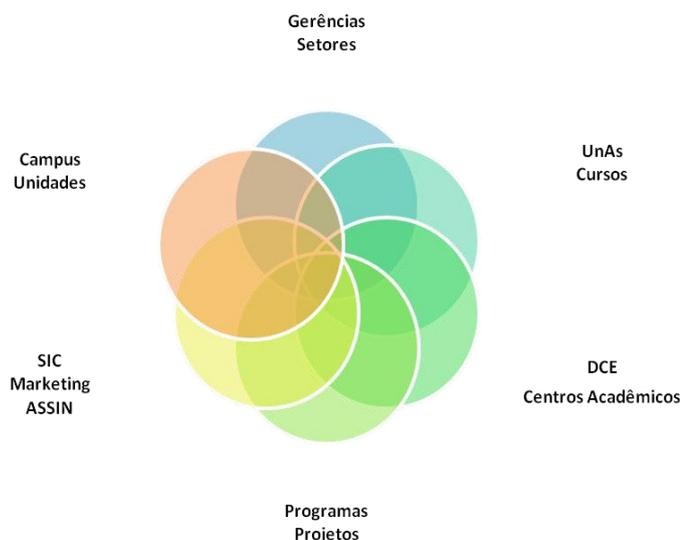


Figura 6: Inter-relações Administrativas

Fonte: Campos, 2009

Estas inter-relações auxiliam o desempenho da gestão das ações do setor, já que em algum momento da gestão do evento é necessária a atuação de outros setores da universidade juntamente com o setor de eventos.

Para tal, se faz importante o desenho das fases, fluxos e processos da gestão de eventos para um entendimento harmônico e convergente dos diversos setores envolvidos. Porém, grande parte das obras relacionadas a gestão de eventos apontam as fases do evento em três partes: o pré-evento, o trans-evento e o pós-evento. Segundo Campos (2011) em entrevista pela TVCOM apenas a descrição destas etapas não são suficientes para uma gestão com características profissionais, já que se faz necessário um maior entendimento das fases, etapas, processos, instrumentos de gestão e respostas que devem ser entregues aos clientes.

Desta forma, nas figuras que seguem abaixo apresentam as fases, fluxos e processos de gestão de eventos criado e desenvolvido pela equipe de eventos.



Figura 7: Fases, Fluxos e Processos de Trabalho
 Fonte: Campos, 2009

Esta figura apresenta as Fases de Concepção e Dimensionamento; Criação do Produto Evento; Comercialização; Adesão e Pré-produção, na qual se pode comparar com o período definido como Pré-evento.

A figura ainda apresenta as especificações de cada fase quanto aos processos de trabalho necessários, bem como as áreas responsáveis dentro da UNISUL.

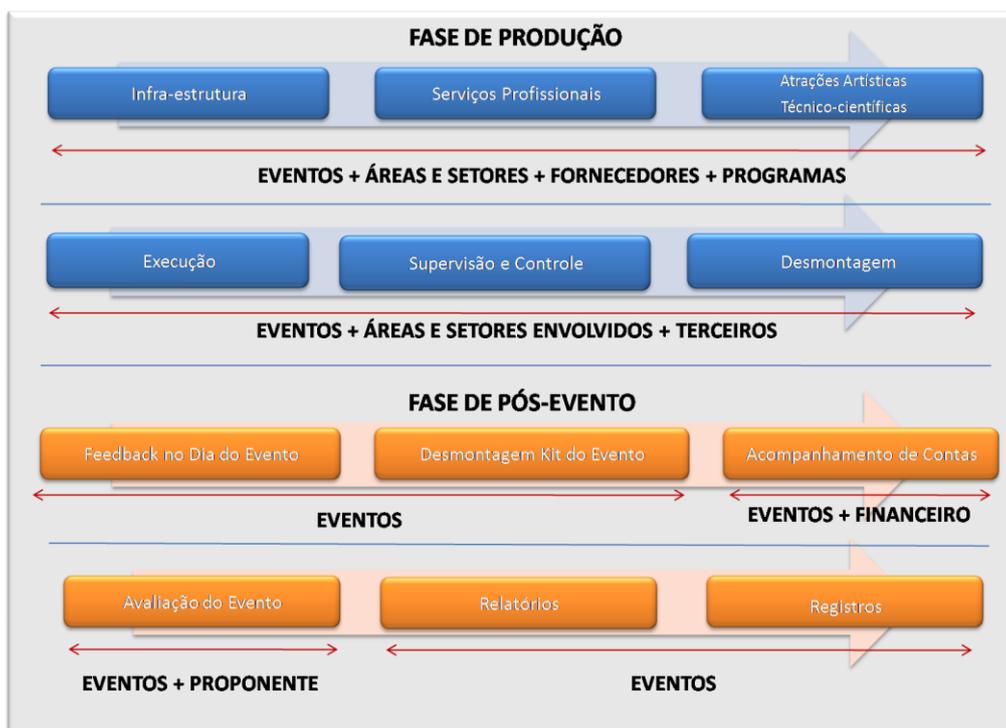


Figura 8: Fases, Fluxo e Processos de Trabalho (continuação)
 Fonte: Campos, 2009

A figura acima apresenta a fase de Produção e de Pós-evento, que se comparadas a literatura especializada em eventos poderia relacionar-se as fases de trans-evento e pós-evento. Também apresenta os processos de cada etapa juntamente com os setores envolvidos na universidade.

A tabela abaixo apresenta as especificações de cada fase, processo, os instrumentos utilizados e as respostas desejadas.

Tabela 4: Processos e Procedimentos das fases dos eventos do Setor:

FASE	AÇÕES	INSTRUMENTOS	RESULTADOS
Concepção e Dimensionamento	Identificação das Necessidades e Desejos	Brainstorming	Tipologia do Evento
	Mapa de Recursos	Briefing	Dimensão
	Definição de Target	Mapa de Target	Foco de Atuação.
Criação do Produto Evento	Desenvolvimento do Projeto	Resultado da Fase Anterior	Projeto
	Levantamento de Custos	Planilha de Custos	Investimento

	Proposta Comercial	Apresentação Executiva	Produto Comercial
Comercialização	Captação de Recursos	Aproximação	Contato
		Apresentação	Conhecimento do Produto
		Negociação	Alinhamento
		Efetivação	Venda
Adesão	Comunicação	Aproximação	Contato
		Promoção	Conhecimento do Produto
	Inscrições	Venda Direta	Maior Lucro
		Venda Pacote	Maior Volume
		Indução de Preço	Antecipação de Receita
		Convites	Mobilizadores
Pré-feedback	Expectativas		
Pré-Produção - Montagem de Planos	Plano de ações	Mapa Logístico	Utilização dos Recursos Internos
		Mapa Funcional	Utilização das Pessoas
		Cronograma de Desembolso	Fluxo de Caixa
		Painel Sujeito-Ação	Visualização da Tarefa
	Plano de Recursos	Locação	Produto/Serviço
		Aquisição	Investimento
		Contratação de RH	Aquisição de know how
		Indicação	Infraestrutura de Suporte
Pré-Produção	Montagem de Materiais	Kit Comercial	Agilidade
		Kit de Comunicação	Identidade
		Kit Target	Resposta
		Kit Saúde	Segurança
	Infraestrutura de Suporte	Transporte	Acesso
		Hospedagem	Acolhida
		Segurança	Tranquilidade
		Alimentação	Conforto
	Infra-estrutura do Evento	Montagem de Estrutura	Espaço Físico
		Montagem do Entorno	Segurança
		Montagem Decorativa	Humanização/ Estética
		Montagem Audiovisual	Acesso a Informação
		Montagem de Som e Luz	Amplificação/ Destaque
	Serviços Profissionais	Cerimonial	Roteiro
		Receptivo	Acolhida

Produção		Foto e Filmagem	Registro	
		Alimentos e Bebidas	Conforto	
		Tradução	Acesso	
		Audiovisual	Técnica	
	Eventos Artísticos	Ajuste Estrutura Leve	Acomodação	
		Roteiro Artístico	Programa	
		Passagem de Som e Luz	Alinhamento	
		Preparação Back stage	Condições ao Artista	
		Preparação do Stage	Local da Ação	
		Abertura	Início	
		Execução e Supervisão	Controle	
	Eventos Técnicos-Científicos	Receptivo	Acolhida	
		Passagem de Audio-visual	Alinhamento	
		Ajuste de Cerimonial	Alinhamento do Programa	
		Apresentação	Anúncio Público	
		Execução e Supervisão	Controle	
	Execução	Cerimonial	Execução do Programa	
		Receptivo	Execução da Acolhida	
		Foto e Filmagem	Registro	
		Alimentos e Bebidas	Alimentação	
		Tradução	Informação	
		Audiovisual	Som/Luz/ Projeção	
		Secretaria	Entrega de Materiais	
		Atração Artística	Programa Artístico	
		Feedback	Dados	
	Desmontagem	Estrutura	Liberação do Espaço Físico	
		Entorno	Liberação do Espaço Público	
		Decorativa	Liberação do Espaço Físico	
		Audiovisual	Desmontagem de Equipamentos	
		Som e Luz	Desmontagem de Equipamentos	
	Pós-evento	Feedback Dia do Evento	Equipe de trabalho	Análise sobre o realizado e o planejado
			Fornecedores	Resposta ao serviço

			contratado
		Registro	Dados para avaliação.
	Desmontagem do Kit do Evento	Contratos e Notas Fiscais	Preparação para Pagamentos
		Avaliações de Participantes	Dados de Expectativa
		Materiais de Escritórios	Retorno de material
		Equipamentos e Materiais	Armazenamento ou manutenção
		Descarte	Reciclagem ou Rejeito
	Efetivação de Pagamentos	Cópia e Protocolo de Notas e Boletos	Registro
		Efetivação do Orçamento	Valores reais
		Acompanhamento dos pagamentos	Processo Internos de Controle
		Contato Pessoal	Resposta
	Avaliação	Participante	Atendimento das Expectativas
		Equipe de trabalho	Análise do Planejado
		Colegiado	Resultado pelo Proponente
		Tangível	Financeiro/Mídia
		Intangível	Network/Parcerias/Convênios
	Geração de Relatórios	Avaliações	Resultado Qualitativo e Quantitativo
		Financeiro	Retorno sobre o investimento
		Mídia	Clipping
		Identidade Visual	Imagem Institucional
		Recursos	Pessoas, materiais e equipamentos
	Histórico do Evento	Histórico	Memória
		Arquivo Morto	Armazenamento
		Arquivo de Mídia	Histórico Visual
		Registro de Participantes	Malling
		Registro de Processos	Caminho das Ações

Fonte: Campos (2009)

Estas especificações direcionam as ações dos colaboradores quanto as suas funções em gestão de eventos, na qual cada ação se baseia em uma cadeia de valor, gerando causas e efeitos.

Para registro dos dados dos eventos, bem como de participação e controles acadêmicos é utilizado o sistema SIGA – Sistema de Informações sobre as Atividades de Extensão, na qual o aplicativo para eventos foi customizado para atender as necessidades do setor.

Além desta ferramenta os colaboradores utilizam o sistema de compartilhamento e armazenamento de dados em redes, chamado de Pasta G, na qual todos possuem o acesso as informações do setor e de cada evento. Também é desenvolvido pelo setor um documento chamado de Histórico de Eventos, na qual este apresenta todos os eventos realizados durante os anos, com dados de participação, áreas de conhecimento e datas de realização.

Quanto aos controles administrativos voltados as ações diárias de cada colaborador do setor o Manual do Colaborador apresenta em seu item procedimentos administrativos aspectos relativos a comunicação interna; ao ponto; documentos de eventos (arquivo morto); documentos de estagiários; locação dos espaços de eventos da UNISUL; reciclagem; fornecedores; almoxarifado; materiais de eventos; rotina de atividades administrativas; contatos telefônicos; telefone fixo; customização do espaço de trabalho; computadores coletivos; agenda compartilhada de compromissos e eventos; protocolos e mecanografia. Nestes são descritos os procedimentos que cada colaborador deve efetuar para cada categoria, visto que este tipo de registro e controle auxilia na padronização das ações, aumentando a efetividade e a produtividade da equipe de trabalho.

2.3.1.2.4 Estrutura do Setor de Eventos

O Setor de Eventos do Campus da Grande Florianópolis possui sua estrutura organizacional como descreve a figura abaixo:



Figura 9: Estrutura Organizacional do Setor de Eventos
Fonte: Campos, 2009

O organograma apresenta uma coordenação, 03 produtores de eventos alinhados por UNAs, mais 4 estagiários que atendem a todos os produtores de eventos.

A divisão das UNAs foi definida de acordo com a demanda, na qual divide-se de acordo com a figura abaixo:



Figura 10: Divisão das Unas entre colaboradores do setor
Fonte: Campos, 2009

A análise da demanda fez com que houvesse uma divisão de acordo como número aproximado de eventos. Neste sentido o agrupamento de duas UNAs para apenas um colaborador se dá pelo motivo da Una Ciências da Educação, Humanidades e Artes ter um número menor de cursos em comparação as demais.

2.3.1.2.5 Gestão de Pessoas no Setor de Eventos

Mesmo a UNISUL possuindo um setor de Recursos Humanos o setor de eventos visa tratar seus colaboradores de forma diferenciada, e entende que quanto mais satisfeitos estiverem, maior será a efetividade em suas ações, aumentando a qualidade do trabalho e gerando um ambiente de boa convivência.

Neste sentido o mapeamento das competências requeridas pelo setor de eventos pode ser explicada por Getz e Wicks (1994 apud Campos, 2009) na qual afirmam que das habilidades genéricas da gestão de eventos podem ser especificadas aos seguintes conhecimentos:

- evolução das tipologias de eventos;
- conhecimento histórico dos eventos;
- tendências de demanda e oferta;
- motivações e benefícios obtidos com o evento;
- os impactos dos eventos na sociedade;
- agentes produtores de eventos;
- conceitos e estilos de programas;
- montagens, operações e gestões específicas de eventos;
- *marketing* para eventos;
- gestão de recursos humanos;
- captação de recursos;
- gestão de projetos;
- relacionamento com a mídia, *network*, gestão orçamentária e de tempo.

No âmbito das competências comportamentais definiu-se que um colaborador do setor de eventos deve possuir:

- motivar, estimular o trabalho em equipe;
- adaptar-se as mudanças rápidas;
- perceber, inovar e propor soluções de problemas;
- interagir junto aos diversos tipos de pessoas e posições;
- ter postura ética e pró-ativa;
- possuir senso de responsabilidade social;
- ter visão empreendedora e compartilhar conhecimentos;
- buscar educar e educar-se cotidianamente

Além das competências técnicas e comportamentais, o Setor de Eventos adaptou-se ao conceito STARS, proposto pela “rede Gaylord Hotels, na qual sua missão é ser reconhecida como uma rede “padrão ouro” no mercado de eventos e convenções”. (Phillips, Myhill, McDonough, 2008, pag.179).

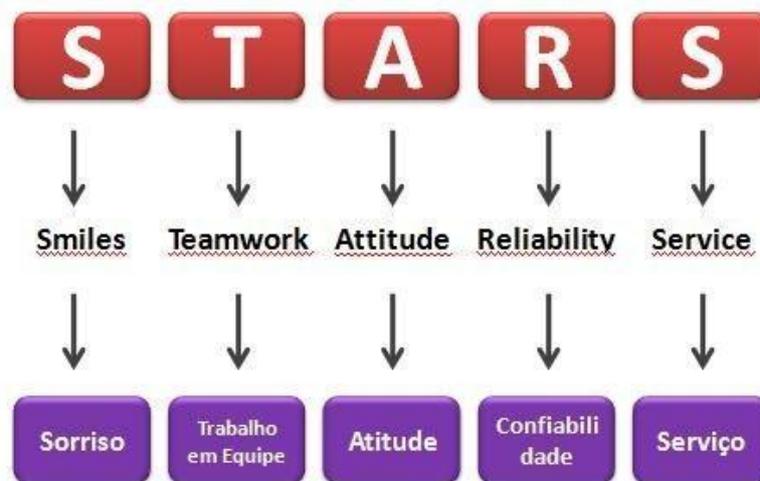


Figura 11: Conceito de STARS
Fonte: Campos, 2009

Este conceito representa um estado de espírito que deve ser incorporado por cada membro do setor em suas ações cotidianas. A sigla STARS representa: sorriso, trabalho em equipe, atitude, confiabilidade e serviço de excelência, como descrito na figura.

2.3.1.2.6 *Proposição da área de Eventos para a Educação Permanente da UNISUL*

No entendimento que a universidade pode ser um espaço de formação independente do espaço de sala de aula, mas também por intermédio de suas estruturas administrativas seja por estágios obrigatórios e não-obrigatórios ou mesmo na composição do portfólio de formação da universidade.

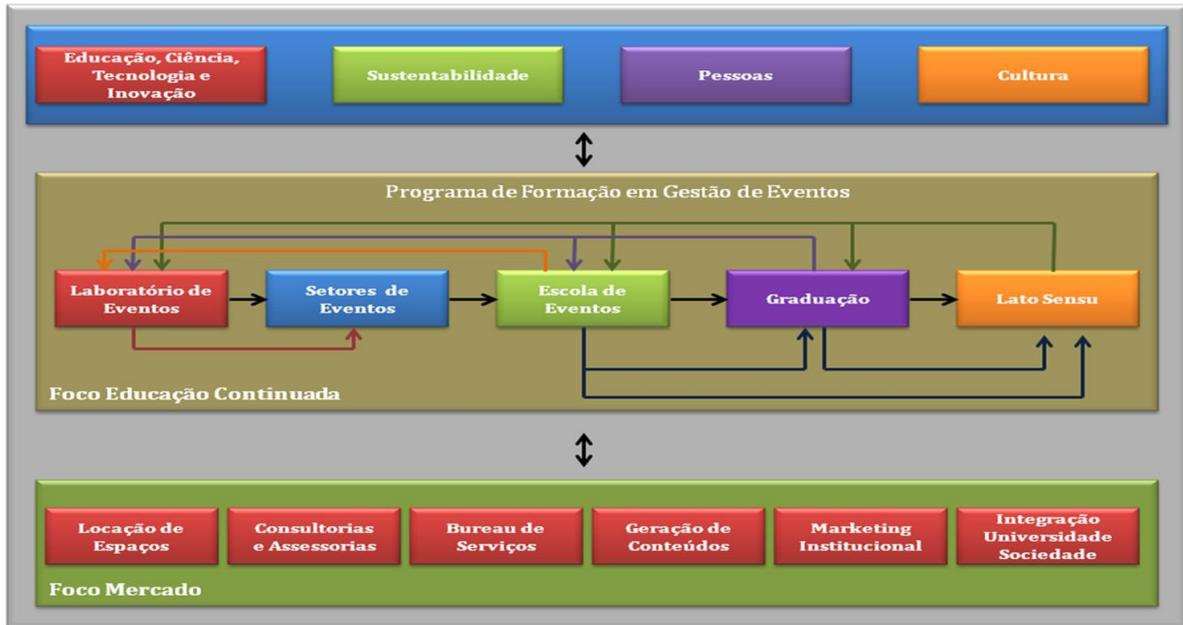


Figura 12: Plano de Gestão da UNISUL / Proposta de educação permanente
Fonte: Campos 2009

A Figura apresenta em sua parte superior os pilares do Plano de Gestão de 2009-2013 da UNISUL. Ao centro as diversas possibilidades de educação continuada em eventos, iniciando dos processos mais básicos, como cursos livres, de extensão compostos no Laboratório de Eventos.

Já o setor de eventos é um espaço de estágios e vivências em tempo real e alinhadas as necessidades, expectativas e demandas da universidade. A Escola de Eventos é um espaço de ensino-aprendizagem composto por cursos de curta duração e seqüenciais de complementação de estudos.

A graduação tem como base um processo formativo voltado ao mercado de trabalho, tendo como base os cursos de tecnologias em nível superior. Já no campo da pós-graduação, sugere-se uma ação em lato-sensu em nível de especialização.

Já a base da figura esta voltada focalizando-se ao mercado de trabalho, neste sentido foi proposto a locação dos espaços de eventos da UNISUL; consultorias e assessorias para eventos; a criação de um bureau de serviços para eventos, na qual os estagiários, alunos, professores e profissionais de eventos podem atuar para o mercado de trabalho e empresas de eventos. O bureau tem o mesmo conceito de uma empresa junior. A geração de conteúdos se refere a

possibilidade das áreas de conhecimento em gerar eventos e participar de eventos externos como conteúdistas.

No foco de disseminação da UNISUL de forma externa os eventos contribuiriam nesta proposta para o marketing institucional e a integração entre universidade e comunidade.

3. MÉTODO

Para Marconi e Lakatos (2000, p.44), não há ciência sem o emprego de métodos científicos [...] é o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo.

3.1 TIPO DE PESQUISA

A presente pesquisa é caracterizada como exploratória, descritiva e por amostragem. Para Santos (2000, p.26), a pesquisa é exploratória quando é através dela que se faz uma primeira aproximação com o tema e cria um maior conhecimento em relação ao fato. Descritiva, pois, após a exploratória o principal objetivo é descrever o fato, sendo o levantamento dos fatos. E por amostragem (levantamento) que busca informação com um grupo de interesse (Setor de Eventos) a respeito de dados que se deseja obter.

3.2 SUJEITOS DA PESQUISA

A população da pesquisa foi composta de aproximadamente 50 pessoas divididas em dois grupos sendo o primeiro de colaboradores da UNISUL como professores, gerentes, funcionários técnico-administrativos, e um outro grupo de colaboradores do Setor de Eventos da UNISUL. A escolha dos sujeitos também foi feita com abordagens diferenciadas, sendo de maneira que para os colaboradores do Setor de Eventos se utilizasse toda a população, e os colaboradores da UNISUL a escolha foi realizada de maneira aleatória, utilizando aproximadamente 20 pessoas.

3.3 INSTRUMENTOS DE PESQUISA

O instrumento utilizado nesta pesquisa foi o questionário. Dois questionários com abordagens diferenciadas. Um destinado aos colaboradores do

setor de Eventos da Unisul na qual identificou o perfil da equipe de eventos e, um segundo que analisou o nível de satisfação dos clientes do setor com relação aos serviços oferecidos.

O instrumento de pesquisa foi composto por questões abertas e fechadas de acordo com os objetivos específicos sendo utilizado uma ferramenta *on-line* para a sua aplicação, bem como o procedimento de validação que foi utilizado de maneira igual pela ferramenta Google Docs. Tanto no questionário de validação, quanto no modelo final que foi aplicado continha uma carta de apresentação que abordava os objetivos tanto da validação e clareza, como do objetivo específico referente a cada um dos questionários. Os pesquisados foram informados que poderiam se retirar do estudo a qualquer momento caso julgue necessário.

Por ter sido utilizado um instrumento *on-line* as respostas chegaram de maneira rápida visto que tal ferramenta possibilita essa viabilidade. Foi utilizado a tabulação que a própria ferramenta disponibiliza e transportados os dados tabulados para o *Microsoft Office Excel*.

3.4 PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS

Primeiramente foram elaborados os questionários na ferramenta *on-line Google Docs*, que foram submetidos a validação quanto clareza e validade, sendo enviados os *links* através dos emails, com uma carta informando que eles seriam parte da validação do questionário e com os objetivos do estudo. Após validação os procedimentos adotados para os dois questionários foram diferenciados.

Com o questionário do setor de eventos o procedimento de coleta ocorreu da seguinte maneira: Foi feito um mapeamento do email de todos os colaboradores atuais do setor para que se pudesse encaminhar o *link* que continha o questionário; a seguir foi feita a solicitação de aplicação do questionário com o chefe do setor para que o mesmo desse a autorização para que fosse encaminhado o questionário aos seus colaboradores. Com a autorização recebida, foi encaminhado o link que os levaria direto para o questionário no qual continha o termo de consentimento livre e esclarecido informando do objetivo do estudo, informando que não tomaria muito tempo para seu preenchimento e que permitiria a privacidade da pessoa que respondesse o questionário. Após encaminhado, foi feito um monitoramento diário

do recebimento das respostas. Com todos os questionários respondidos, os dados foram transportados para o *Microsoft Office Excel* para a elaboração dos gráficos.

Já o questionário dos colaboradores da UNISUL foi adotado um procedimento um pouco diferente, foi feita a solicitação de aplicação para o Diretor de Campus da UNISUL, que autorizou a pesquisa com os colaboradores. O link com o questionário contendo o termo de consentimento livre e esclarecido informando os objetivos do trabalho, que não levaria muito tempo para seu preenchimento e ainda avisando que suas identidades seriam mantidas em sigilo, foi encaminhado para a secretária que através do *e-mail* enviou a todos os colaboradores da UNISUL. Após o envio, foi feito o monitoramento de recebimento das respostas, e com as respostas recebidas, se foi atualizando os dados para o *Microsoft Office Excel* para posterior produção dos gráficos.

3.5 ANÁLISE DOS DADOS

Para a análise dos dados foi usado basicamente a estatística descritiva com base em frequências e percentuais sendo utilizado o software *Microsoft Office Excel* bem como relatórios e gráficos do *Google Docs*. E os resultados apresentados em forma de gráficos e tabelas. Mantendo a identidade dos participantes preservadas. Será feito o arquivamento das informações impressas e digitadas por 5 (cinco) anos e posteriormente será destruída.

4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A análise dos dados foi dividida em três partes para melhor entendimento. Na primeira parte será abordado o perfil do colaborador em um segundo momento sua satisfação referente a alguns itens pertinentes e por fim o nível de seu conhecimento sobre informações importantes ao setor.

4.1 Colaboradores do Setor de Eventos

4.1.1 Perfil do Colaborador

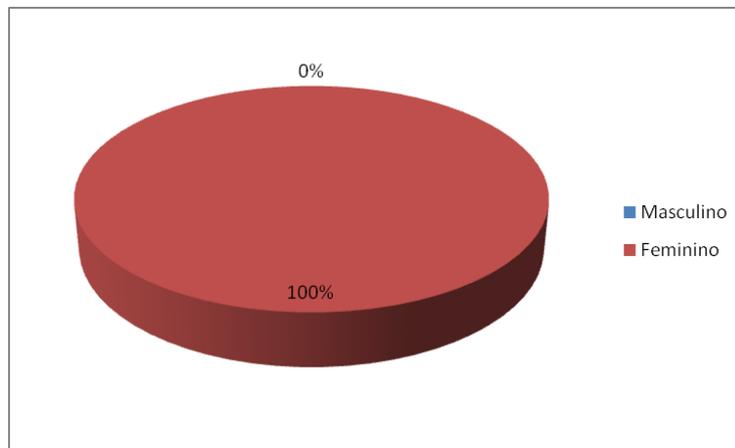


Gráfico 1: Gênero dos colaboradores Setor de Eventos
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

Observa-se no gráfico 1, que o setor é composto por 100% dos colaboradores do gênero feminino.

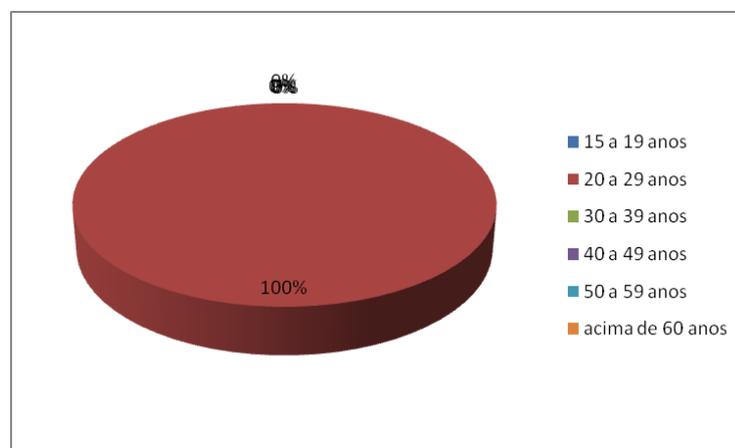


Gráfico 2: Faixa Etária dos colaboradores Setor de Eventos
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

Assim como no gráfico 1 sobre o gênero dos pesquisados, no gráfico dois observa-se que em sua totalidade os pesquisados do setor de eventos tem idade na faixa de 20 a 29 anos.

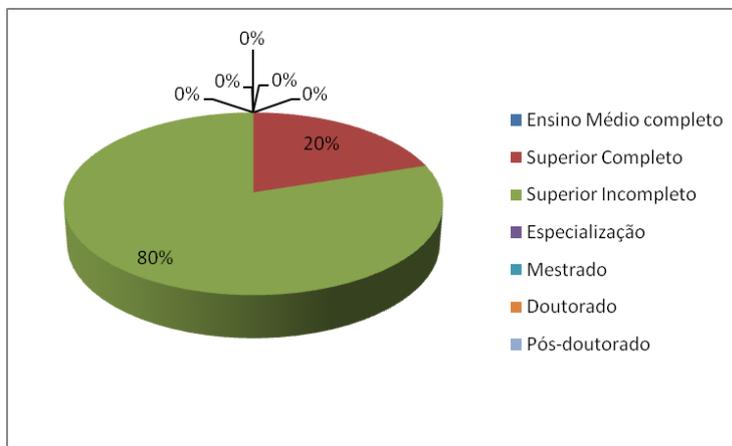


Gráfico 3: Nível de Escolaridade dos colaboradores Setor de Eventos
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

Com relação o nível de escolaridade observa-se que 80% dos pesquisados está em fase de conclusão do ensino superior e 20% possui nível superior completo.

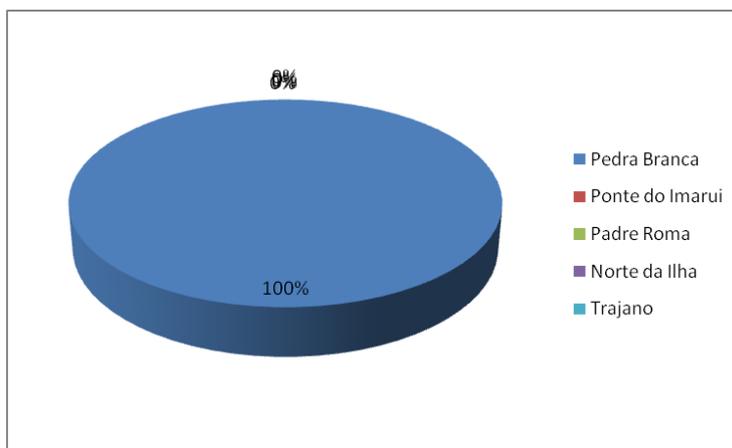


Gráfico 4: Unidade que trabalha dos colaboradores Setor de Eventos
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

No gráfico 4, observa-se que 100% dos pesquisados trabalha na unidade da Pedra Branca. E ainda em pesquisa observou-se que algumas das colaboradoras realizam atividades profissionais fora do setor de eventos. Mas que estão todas vinculadas a essa área, exercendo funções relativas a eventos, ou em setores que tem papel de organizar eventos.

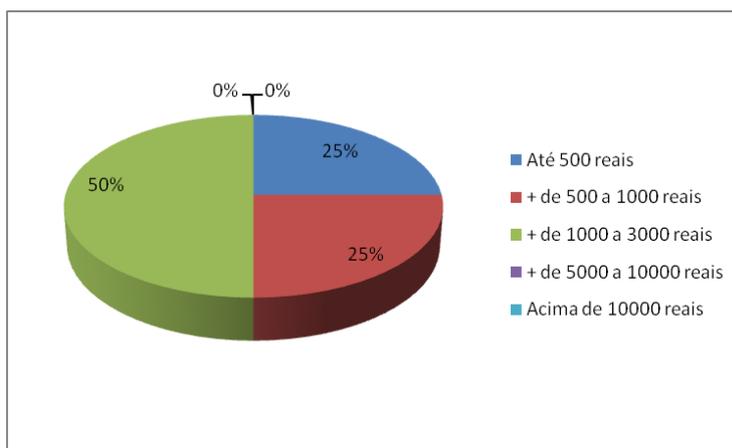


Gráfico 5: Nível de renda dos colaboradores Setor de Eventos
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

No gráfico sobre nível de renda, pode-se fazer um comparativo sobre o informado acima no gráfico 4, sobre o fato de alguns dos colaboradores exercerem funções em outros locais. Observa-se que 50% dos pesquisados possui renda de 1000 a 3000 reais, 25% de 500 a 1000 reais e 25% até 500 reais.

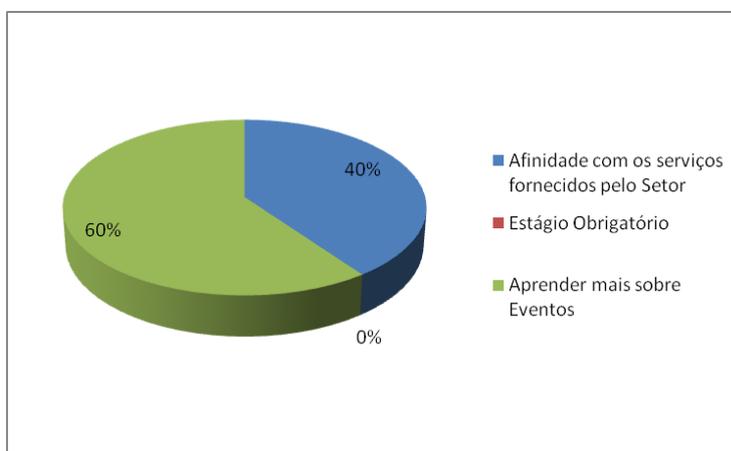


Gráfico 6: Motivo que trouxe a trabalhar no setor de eventos da UNISUL
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

O gráfico 6 aponta que 60% dos colaboradores do setor buscam aprender mais sobre eventos, é importante um parâmetro de comparação com a Proposta da antiga Assessoria de Eventos da UNISUL (2009) que avalia como necessária a criação da Escola de Eventos, com foco na formação em gestão de eventos, por meio de cursos que possibilitam a comercialização interna e externa, nos períodos letivos e/ou períodos de férias. A Escola de Eventos tinha como finalidade o

desenvolvimento da UNISUL como referência no ensino de eventos. Isto possibilitará ao acadêmico um aprofundamento no conhecimento desta área pouco abordada nos cursos de graduação.

Traçando um comparativo com o Gráfico 3, sobre o nível de escolaridade, pode-se observar que 80% está em fase de graduação, na qual pode justificar a busca para novos conhecimentos sobre a área em questão.

Este aprender mais sobre eventos pode estar relacionado não somente às atividades propostas pelo setor de eventos, mas também por sua proposição de gestão de pessoas, descrita no item 2.3.1.2.5 da revisão de literatura.

4.1.2 Satisfação

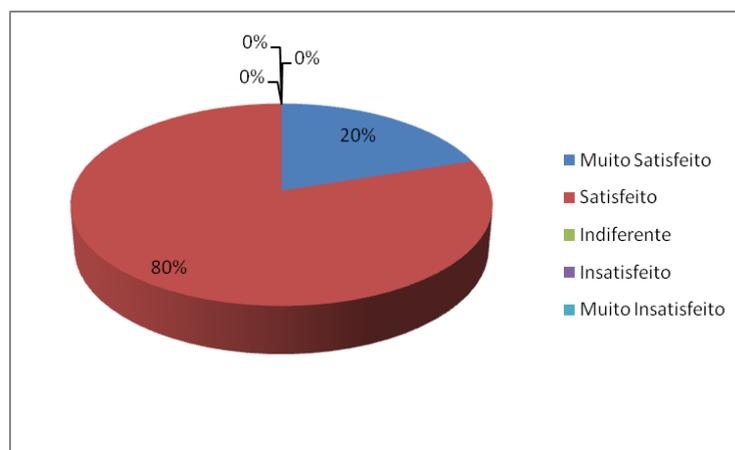


Gráfico 7: Satisfação com relação Atividades Executadas
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

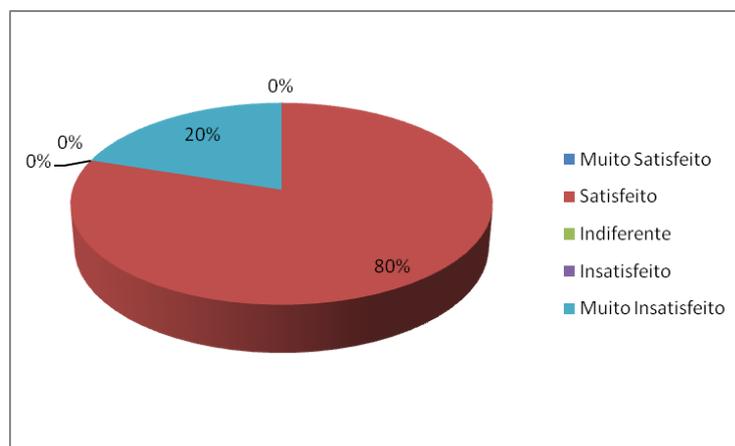


Gráfico 8: Satisfação com relação ao salário
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

Na análise da satisfação com relação as atividades executadas conforme observa-se no gráfico 7, no setor estudado 80% dos colaboradores estão satisfeitos, e 20% estão muito satisfeito. Da mesma maneira observa-se a satisfação com relação ao salário recebido, observado no gráfico 8.

Watt (2007, p. 45) diz que a área de desenvolvimento pessoal costuma ser ignorada, e que isso é um erro, pois muitas das habilidades necessárias devem ser desenvolvidas em vez de encontradas. E continua afirmando com o treinamento dos funcionários acabarão se revelando benefícios consideráveis para o processo como um todo.

Os dados e a afirmação dos autores reforçam a importância da proposta de gestão de pessoas desenvolvida pelo setor.

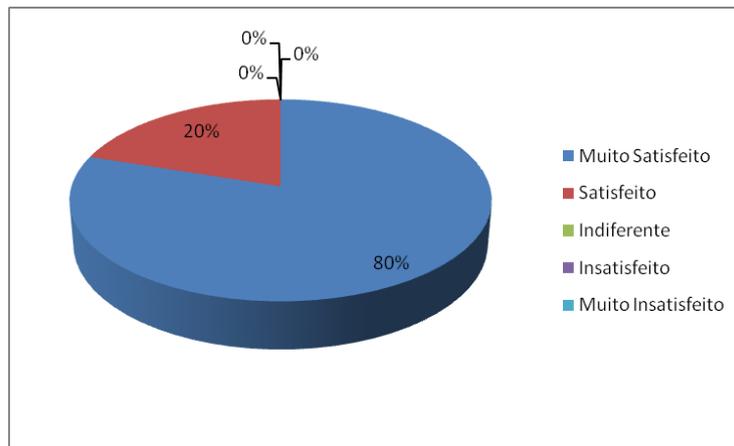


Gráfico 9: Satisfação com relação a pessoa que está a frente do Setor
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

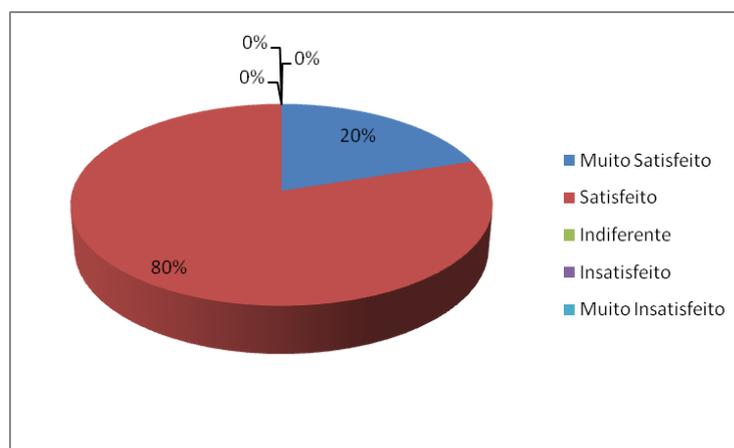


Gráfico 10: Satisfação com relação a outros colaboradores do setor
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

Para que um evento obtenha o resultado esperado é importante que a equipe de trabalho unida e focada nos objetivos, visando o sucesso. Observa-se no gráfico 10 a satisfação com relação a outros colaboradores do setor, pessoas que fazem parte da mesma equipe. Zitta (2009) afirma que a equipe deve estar junta, coesa, pensando, analisando, modificando, enfim construindo a união de ideias, de processos de interesses comuns. Com a avaliação feita, se observa que a equipe que se aceita, que está satisfeita com seu companheiro de trabalho, mantém-se unida e motivada.

Assim como a equipe deve estar unida é parte importante que o responsável pelo setor também esteja em sintonia com sua equipe. Ao avaliar o resultado da pesquisa com relação a essa pessoa, observa-se que o nível de satisfação é bom, todos estão satisfeito com suas ações.

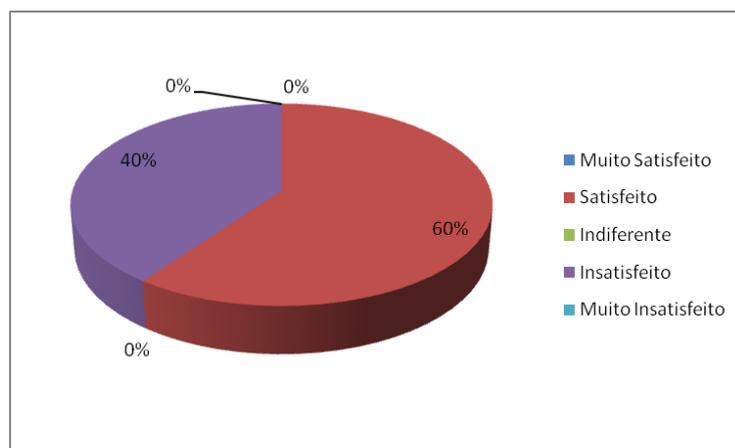


Gráfico 11: Satisfação com relação a Infra- estrutura oferecida pela UNISUL
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

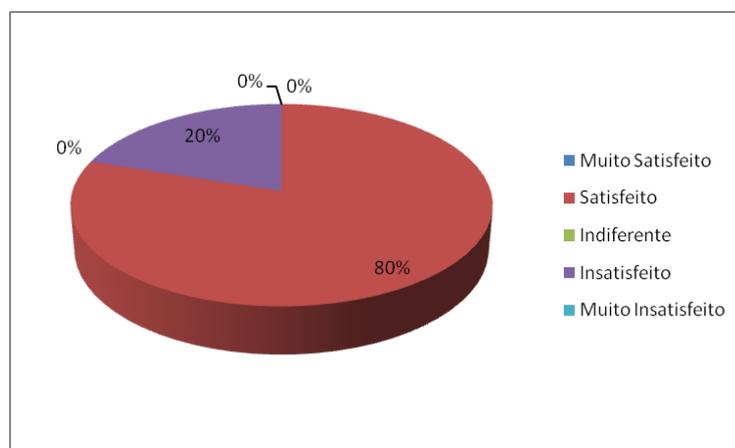


Gráfico 12: Satisfação com relação ao material utilizado em eventos
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

Observando os resultados dos gráfico 11 e 12, percebe-se como resultado a satisfação quase que total do material e do espaço físico que a universidade disponibiliza para a organização e execução dos eventos. Visto que a universidade possui dois auditórios com capacidades para 160 e 140 pessoas e que para atender a demanda da universidade estes espaços são suficientes. Em conversa com os colaboradores do setor, foi relatado que o espaço e os materiais não são os ideais mas que para a demanda já é o suficiente.

Segundo Watt (2007) é preciso recursos apropriados para produzir evento. São necessários pessoal, estrutura, serviços de apoio e compromisso geral para que o evento possa acontecer com sucesso.

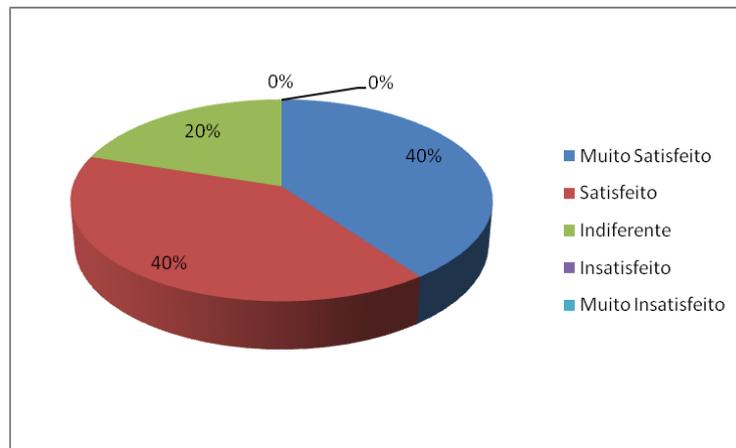


Gráfico 13: Satisfação com relação a demanda de serviço.
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

Quanto a demanda que recebem de eventos, 80% dos entrevistados se mostraram satisfeitos ou muito satisfeitos, e 20% se portaram indiferente a esse quesito.

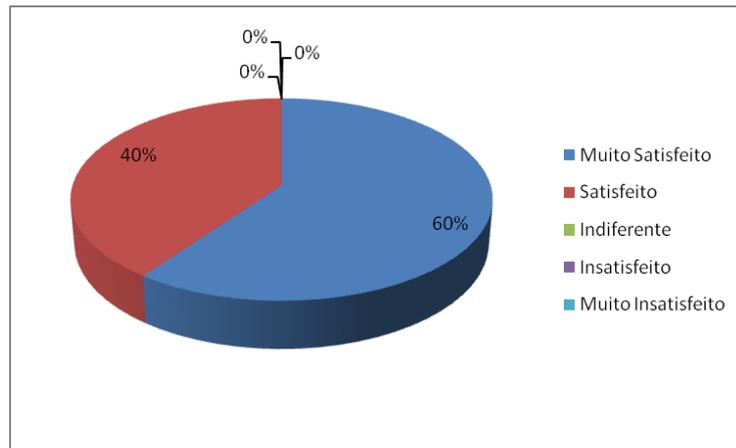


Gráfico 14: Satisfação com relação ao horário de trabalho.
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

Com relação ao horário de trabalho, observa-se que 60% dos entrevistados estão muito satisfeitos. É importante registrar que alguns dos eventos ocorrem fora do horário de serviço dos colaboradores, ou ainda em outra unidade da UNISUL, visto que isso não se torna um problema na opinião dos entrevistados, pois essas horas são compensadas ou repostas em momento posterior. Desta maneira, não se torna um empecilho a troca de horário, ou aumento na carga horária em determinado momento, ou ainda a locomoção para outro local para que se tenha pessoal para organizar o evento.

Segundo o Campos (2009) devido a necessidade de atuar em eventos, as horas excedentes irão para o banco de horas e o colaborador terá o direito de reaver essas horas, com aviso prévio ao superior direto, sendo que poderá ter no máximo um dia de folga por semana, e no dia do aniversário do colaborador ele poderá gozar do dia de folga.

4.1.3 Conhecimento sobre o Setor e Eventos

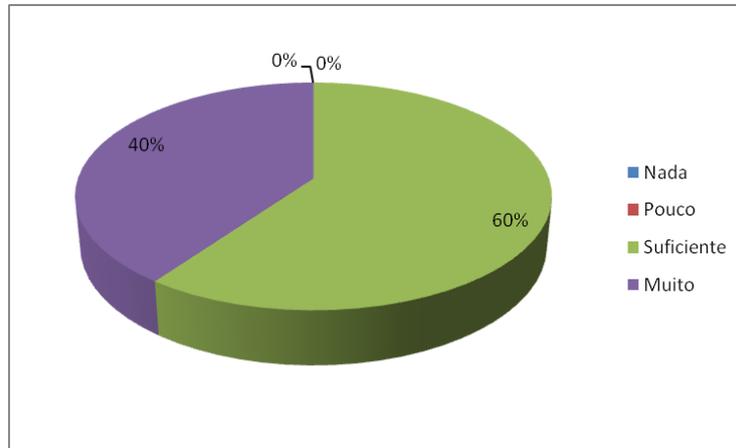


Gráfico 15: Conhecimento sobre: Proposta do Setor de Eventos.
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

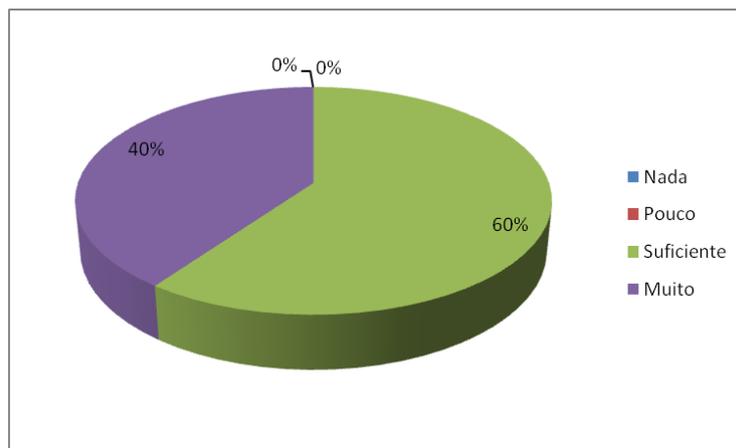


Gráfico 16: Conhecimento sobre: Planejamento Estratégico do Setor
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

Nos gráficos 15 e 16 sobre Proposta do Setor e Planejamento Estratégico respectivamente, foi relatado pelos pesquisados que eles possuem conhecimento suficiente sobre esses documentos que são de suma importância para a execução das tarefas. Para que se tenha domínio sobre o conteúdo necessário para cada evento organizado.

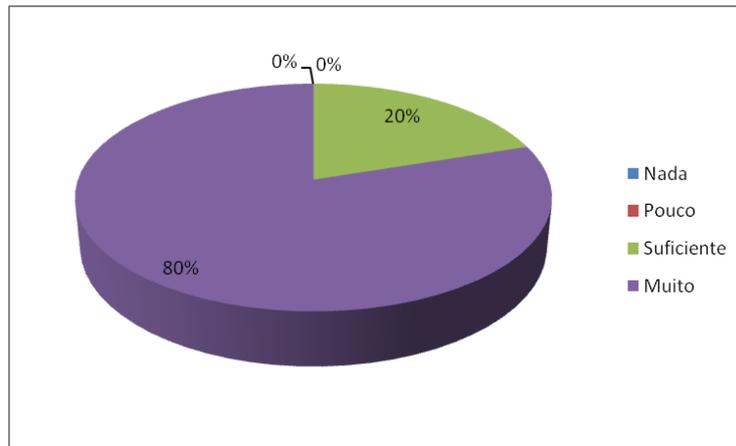


Gráfico 17: Conhecimento sobre: Serviços oferecidos pelo setor.
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

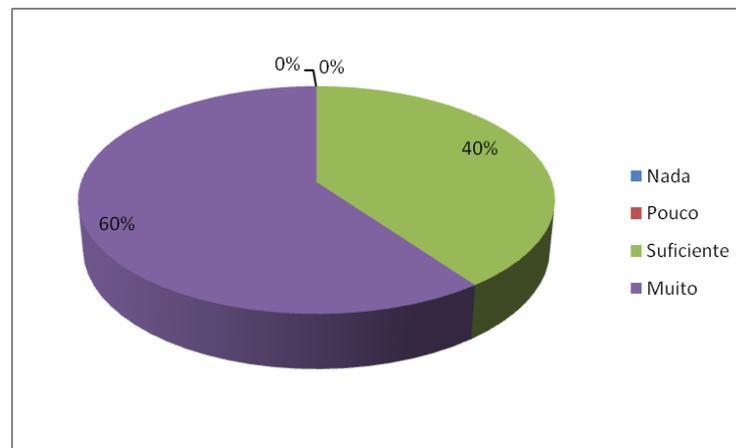


Gráfico 18: Conhecimento sobre: Demanda de Eventos.
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

Nos gráficos 17 sobre serviços oferecidos e no gráfico 18 sobre demanda, encontram-se informações que se analisadas juntamente aos gráficos 15 (Proposta do Setor) e 16 (Planejamento Estratégico do Setor) são importantes para que saiba dar informações e saiba os procedimentos a serem adotados. Essas informações são abordadas nas reuniões do setor, sendo assim uma maneira de tornar possível esse conhecimento por parte dos colaboradores. O Manual do Colaborador também é uma ferramenta importante para a busca destas informações. Ele foi elaborado para auxiliar colaboradores antigos e novos colaboradores que chegam ao setor e precisam conhecer os procedimentos.

Conforme o Campos (2009) o desenvolvimento de eventos na Unisul é desenvolvido por meio de metodologias de gestão e projetos. Através de um cronograma temporal e ações específicas é possível o para o setor criar e co-

gestionar os projetos, fluxos e fases determinadas. A gestão de projetos e suas características são importantes no desenvolvimento de eventos.

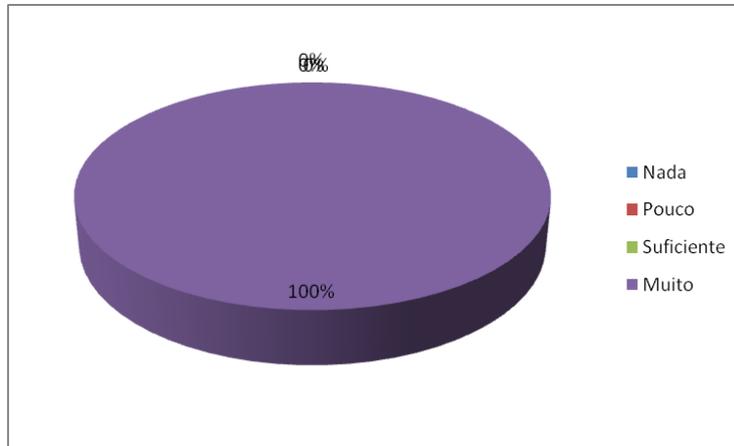


Gráfico 19: Conhecimento sobre: Informações de pré-evento, evento e pós evento.
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

No gráfico 19 observa-se que 100% dos colaboradores tem o domínio sobre as fases do evento, sobre o pré evento, evento e pós evento. Esse resultado se obtêm pelo fato de os colaboradores estarem sempre ativos nos eventos. Estão presentes no setor observando como chega a demanda, são colocados a organização dos espaços e materiais, e também na execução do eventos e posterior a isso na desmontagem da estrutura utilizada. Com a prática dos colaboradores (funcionários e estagiários) é possível que se tenha esse resultado.

Segundo Cesca (1997) com base no projeto, se faz a distribuição das atividades entre os membros da equipe, dentro do cronograma que envolve preparação (pré), execução (trans) e avaliação (pós).

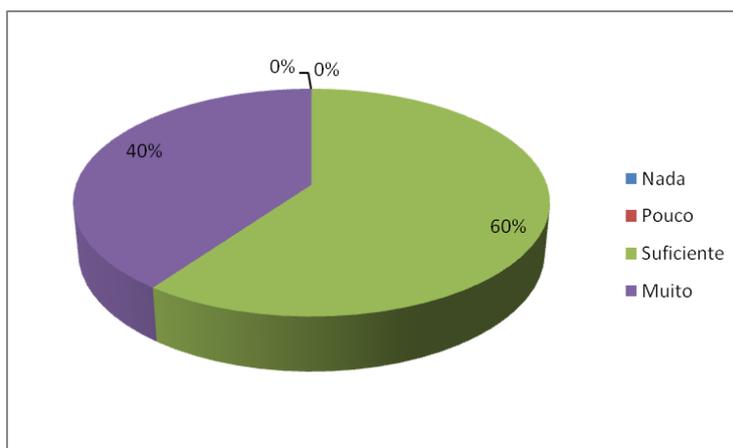


Gráfico 20: Conhecimento sobre: Principais proponentes.
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

Segundo o Campos (2009) para que todas as UNA's possam ser atendidas de maneira igual, e personalizada elas são divididas entre os colaboradores do setor. Para que assim se tenha uma referência para quando precisar, e que se tenha um melhor processo de gestão do evento.

Como essas Unidades de Articulação Acadêmica são divididas entre os colaboradores, fica mais fácil o acesso a informação dos principais proponentes e da demanda de eventos por área e curso.

4.2 Colaboradores da UNISUL

4.2.1 Perfil do Colaborador

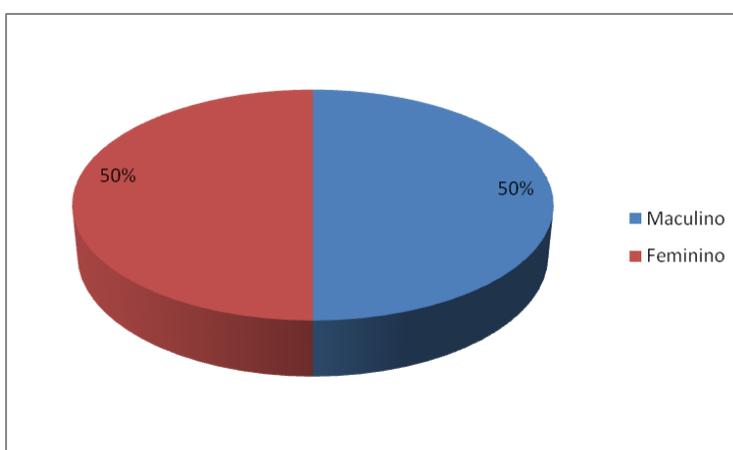


Gráfico 21: Gênero dos Colaboradores UNISUL.
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

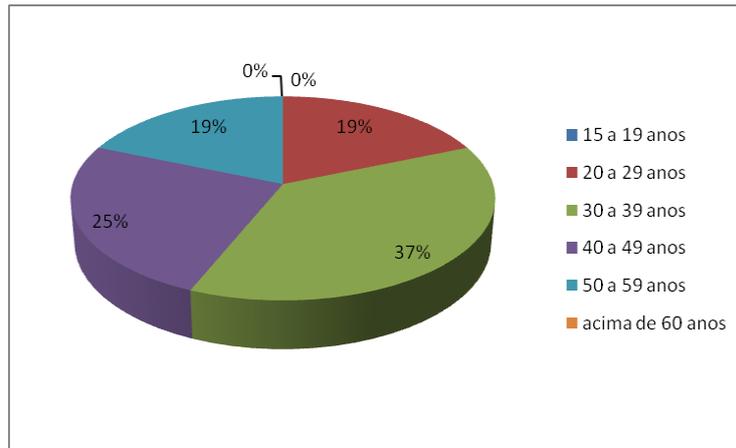


Gráfico 22: Faixa Etária dos Colaboradores UNISUL.
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

Nos colaboradores da UNISUL observamos dados diferentes dos obtidos com os colaboradores do setor de evento. Observa-se que temos 50% do gênero feminino e 50% do gênero masculino e a faixa de idade aumenta um pouco sendo que 37% dos pesquisados tem entre 30 a 39 anos, 25% de 40 a 49 anos, 19% 50 a 59 anos e outros 19% de 20 a 29 anos.

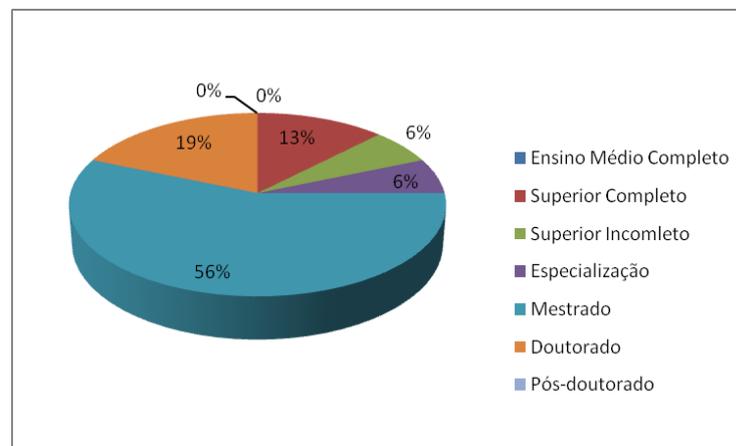


Gráfico 23: Nível de Escolaridade dos Colaboradores UNISUL.
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

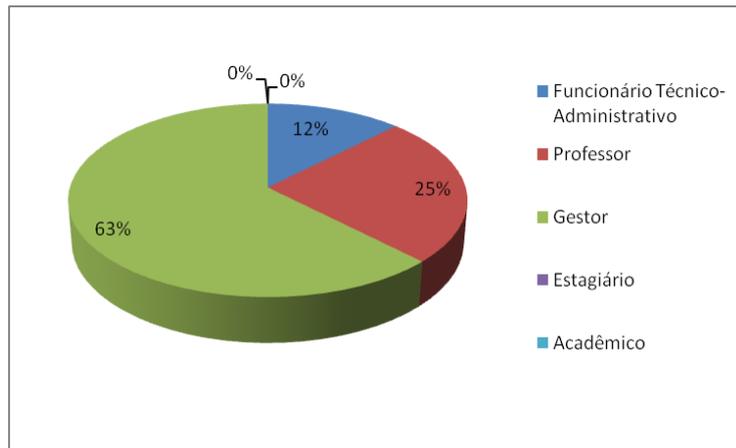


Gráfico 24: Função desempenhada na UNISUL
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

Se compararmos os gráficos 23 e 24 pode-se observar que o nível de graduação é equivalente a função desempenhada na UNISUL. Visto que temos um total de 56% dos pesquisados com mestrado, 19% com doutorado, 13% com superior completo, 6% com superior incompleto e outros 6% com especialização.

Ainda nas funções desempenhadas temos 63% atuando como gestor, 25% como professor e 12% como funcionário técnico-administrativo.

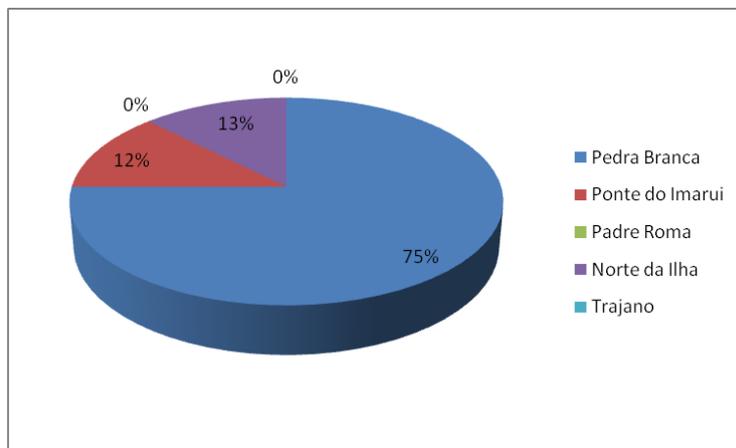


Gráfico 25: Unidade que trabalha dos Colaboradores UNISUL.
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

No gráfico 25 observa-se que 75% dos pesquisados trabalham na unidade da Pedra Branca, outros 13% no Norte da Ilha e ainda 12% na Ponte do Imaruí. Sendo que professores ministram aula em mais de uma unidade e gestores que tem a mesma função em mais de uma unidade.

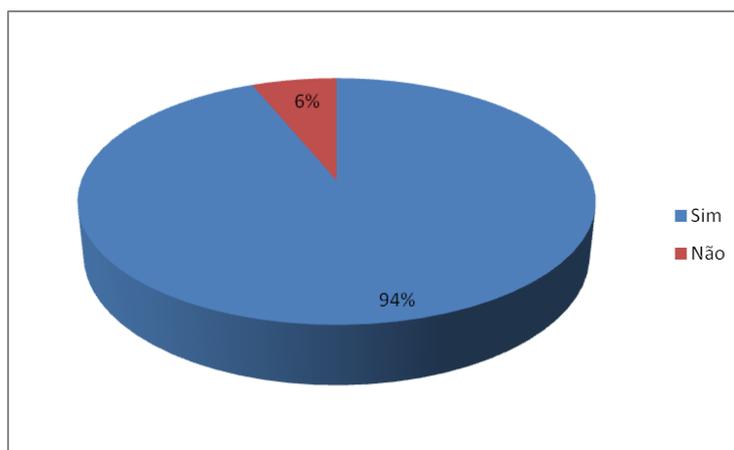


Gráfico 26: Conhece o Setor de Evento
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

Como observado no gráfico 26, o setor de eventos ainda não atinge 100% de conhecimento por parte de colaboradores da UNISUL, temos uma parcela de 6% que se soubessem, poderiam utilizar os serviços do setor.

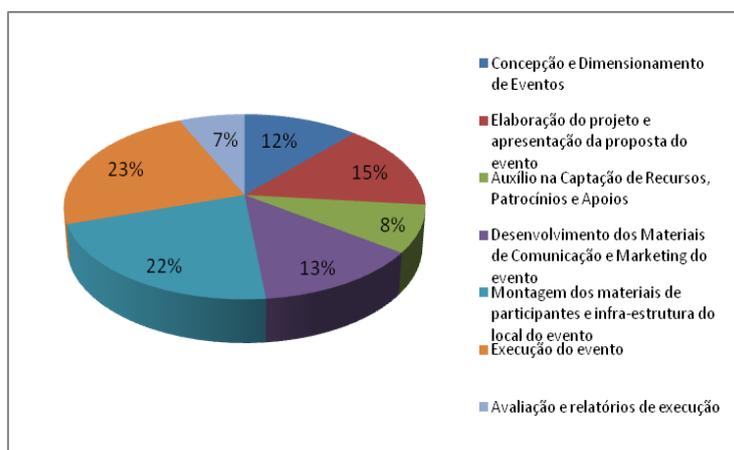


Gráfico 27: Serviços oferecidos pelo setor que são utilizados
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

Observa-se que dos serviços oferecidos pelo setor os que são mais utilizados com 23% cada é o de Montagem dos materiais de participantes e a infra-estrutura do local do evento e a Execução do Evento. Em seguida com 15% elaboração do projeto e apresentação da proposta do evento. Com 13% o desenvolvimento dos materiais de comunicação e marketing do evento (a divulgação do evento), 12% a concepção e dimensionamento de eventos. Ainda com 8% auxílio

na captação de recursos, patrocínio e apoios e por fim com 7% a avaliação e relatórios de execução.

Como abordado na figura 7 e 8 de fluxo de trabalho do setor de eventos que consta no Manual do Colaborador (2009) é pertinente a necessidade de que todo o processo seja organizado e preparado pelo setor, com os resultados obtidos deve-se imaginar que nem todo o público que utiliza os serviços do setor sabe de todo o fluxo e processo de trabalho. Pois através das inter-relações que o setor possui é possível que todo o pré evento, evento e pós evento possa ser organizado pelo setor, deixando com o proponente apenas as necessidades e desejos iniciais, para posterior planejamento de todo o processo com o setor.

4.2.2 Satisfação

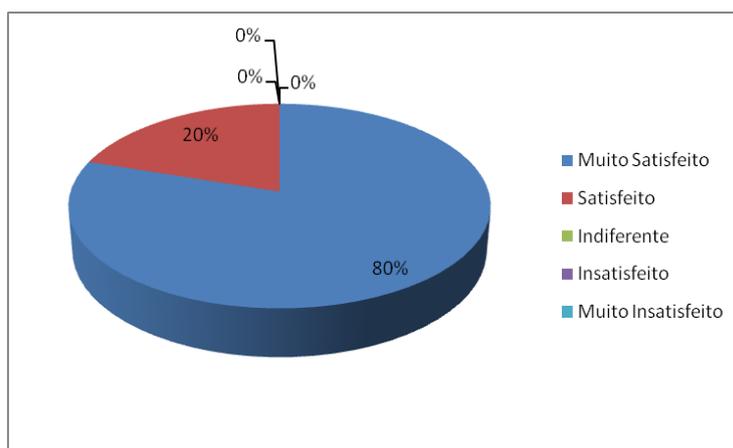


Gráfico 28: Satisfação com relação ao atendimento da equipe
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

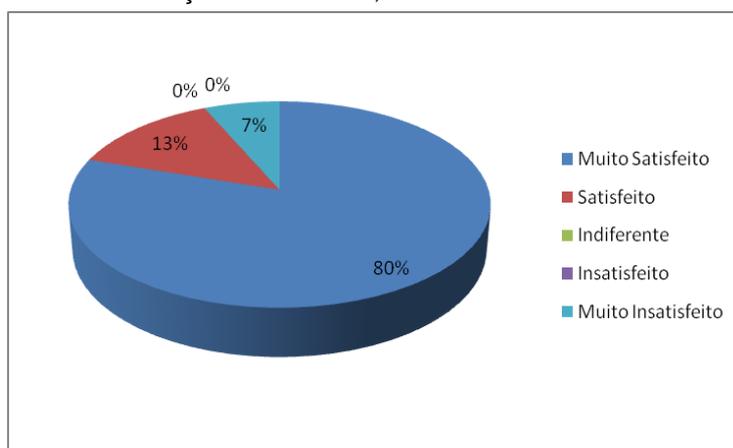


Gráfico 29: Satisfação com relação a empatia dos colaboradores do setor de eventos
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

Nos gráficos 28 e 29 observa-se resultados referente a postura dos colaboradores da equipe, sendo avaliados pelo seu atendimento com 80% muito satisfeitos e 20% satisfeitos. E também sobre a empatia dos colaboradores e pela avaliação dos clientes responderam que com 80% estão muito satisfeitos, 13% satisfeitos e 7% muito insatisfeitos.

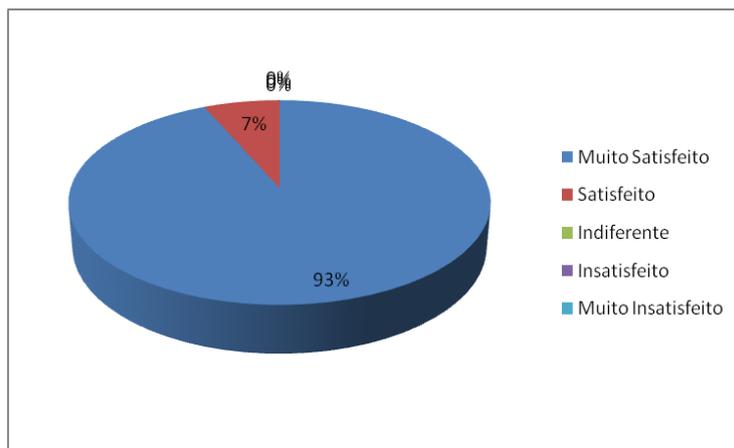


Gráfico 30: Satisfação com relação a prestatividade da equipe
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

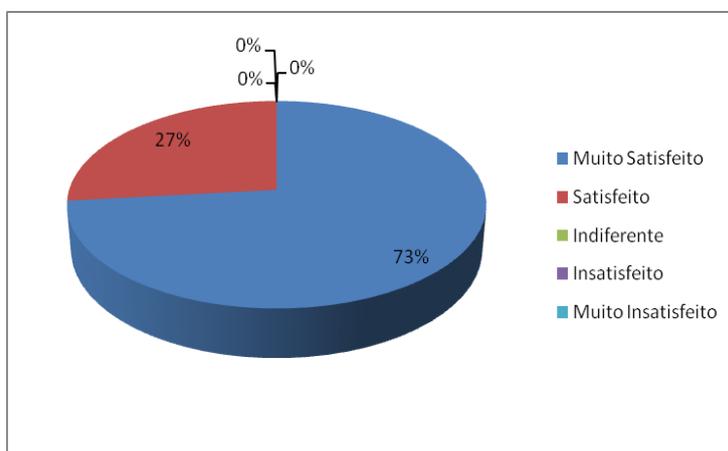


Gráfico 31: Satisfação com relação a pró atividade da equipe
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

Nos gráficos 30 (prestatividade da equipe) e 31 (pró-atividade da equipe) temos uma satisfação quase que total dos pesquisados, esse resultado pode vir de encontro com as respostas obtidas nos gráficos referentes a satisfação dos colaboradores do setor, na qual foi respondido da satisfação com o salário, da satisfação com as tarefas executadas. É importante a equipe estar motivada para

que o proponente também possa avaliar como positiva a inserção do setor em seus eventos.

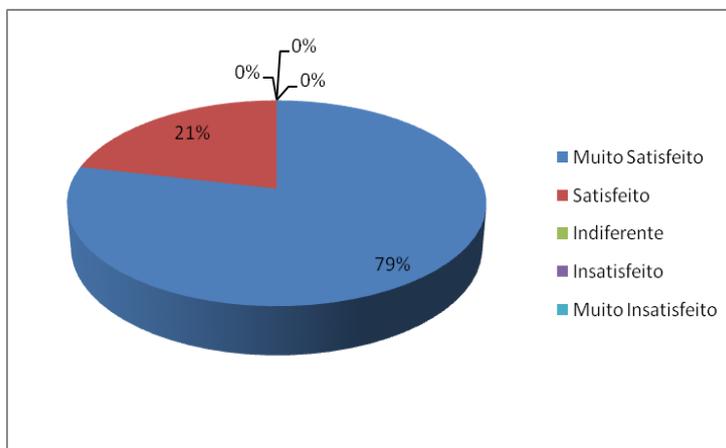


Gráfico 32: Confiabilidade nos serviços prestados
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

O resultado referente a confiabilidade está ligado ao gráfico mostrado acima, sendo que a confiança ao serviço executado tem de ser uma consequência dos serviços prestados e que foram avaliados nos itens acima. Muitos são os proponentes que buscam o setor mais de uma vez, devido ao fato dos serviços executados, da equipe preparada serem de confiança por parte do mesmo.

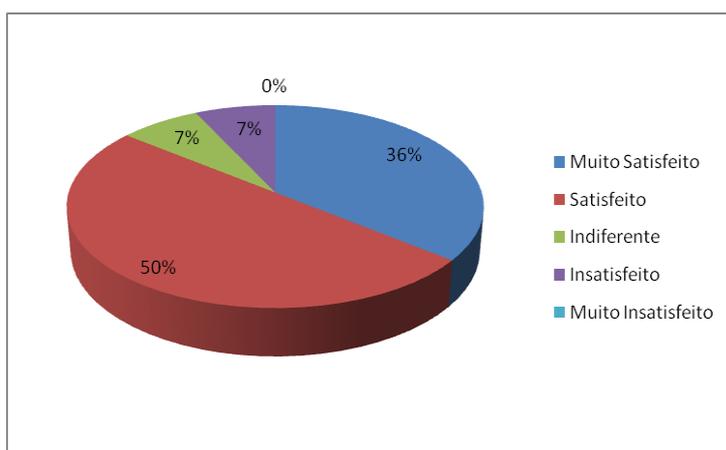


Gráfico 33: Satisfação com relação as respostas da demanda
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

No gráfico 33, observa-se que 50% dos pesquisados estão satisfeitos com as repostas da demanda de eventos, 36% está muito satisfeito, e temos uma

parcela de 7% que é indiferente a esse propósito e outros 7% que estão insatisfeitos.

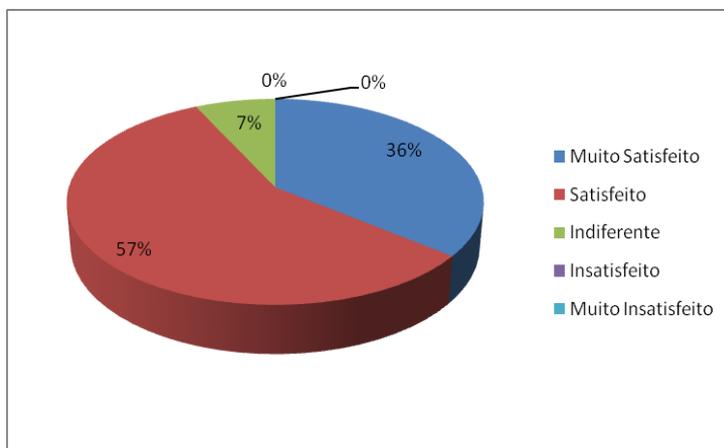


Gráfico 34: Satisfação com relação ao retorno das ações e tarefas do evento
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

No gráfico 34, 57% estão satisfeitos com o retorno das ações e tarefas do evento, 36% muito satisfeitos e outros 7% são indiferentes a esse quesito

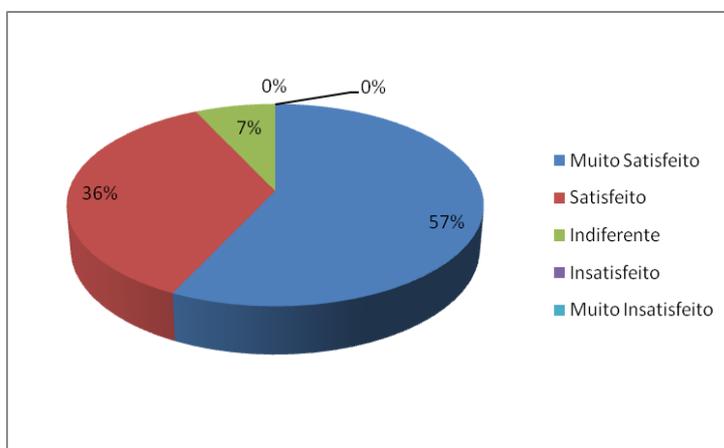


Gráfico 35: Satisfação com relação à qualidade das respostas
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

Já no gráfico 35 observa-se um índice maior de satisfação com relação às qualidades das respostas obtidas, na qual 57% estão muito satisfeitos, 36% satisfeitos e 7% indiferentes.

Quando o proponente procura o setor de eventos, ele almeja que seu objetivo maior seja alcançado, que é de agregar valor ao aprendizado dos alunos, ou de professores; e, ainda funcionários da UNISUL. Para que o proponente saia com o

resultado final desse evento é importante que o Setor leve a eles uma resposta sobre o andamento e a satisfação dos que estiverem presentes no evento.

Com isso podemos analisa os gráficos 33, 34 e 35 que teve como objetivo avaliar a satisfação com relação a qualidade das respostas recebidas, a demandas dos eventos e retorno de ações e tarefas do eventos.

Para que o setor obtenha essas respostas deve ser feito uma pesquisa de satisfação ao final de cada evento. Segundo o Manual do Colaborador, todo o evento deve ter um livro que servirá para registrar toda e qualquer informação referente ao evento. Com base nesse livro qualquer colaborador e até mesmo o proponente poderia ficar sabendo de todos os processos do evento.

E com a criação desse livro ficaria fácil de obter as respostas as questões dos gráficos 33, 34 e 35.

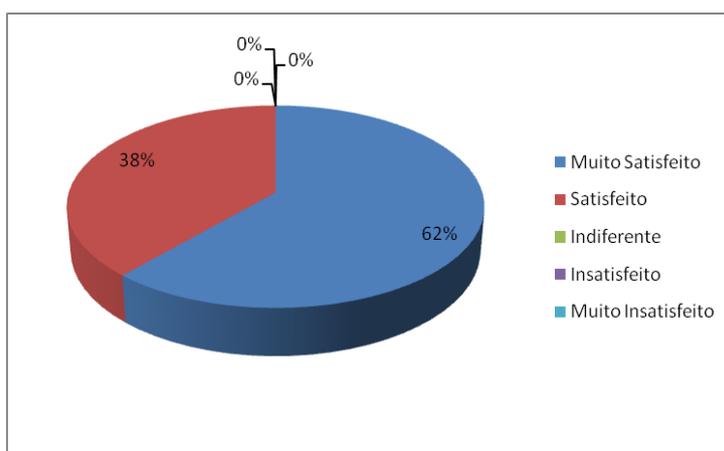


Gráfico 36: Satisfação com relação ao conhecimento, experiência e habilidade da equipe.
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

Com relação ao gráfico 36, observa-se que 62% estão satisfeito com o conhecimento, experiência e habilidade da equipe e ainda que 38% estão satisfeito. É importante ressaltar ainda a importância como citado no gráfico 6, que afirma que os colaboradores chegam ao setor para aprender mais sobre eventos. E que se faz necessário a criação da Escola de Eventos. Para que esse índice obtido no gráfico 36 aumente consideravelmente para muito satisfeito. Pois quando a equipe busca sua profissionalização, especialização pode realizar com mais clareza e responsabilidade suas ações.

Assim afirma Campos (2009) que se deve pensar em eventos universitários como uma possibilidade de negócio e para tanto é preciso que as

peças que atuam nessa área obtenham profissionalização e especialização necessária para o desenvolvimento de tal ação.

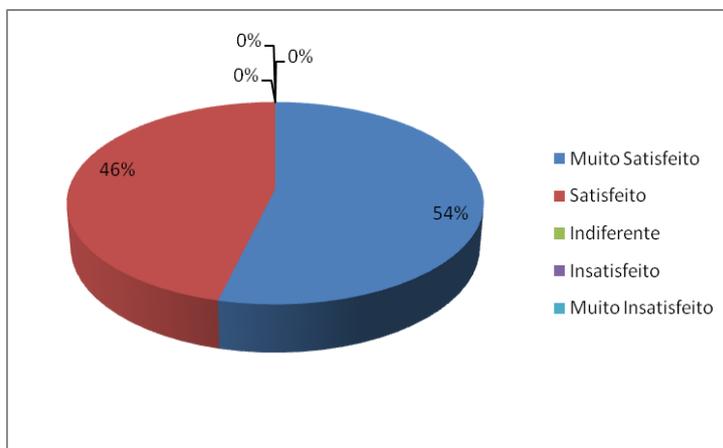


Gráfico 37: Satisfação com relação aos processos e procedimentos de trabalho.
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

Com relação aos processos e procedimentos de trabalho, é mais complicado um comparativo com a literatura, pois pouco foi abordado sobre eventos em universidade, os parâmetros usados são os conhecimentos advindos de trabalhos já realizados e que porventura não tenham obtido resultado positivo. Pois como não se tem um modelo para se comparar ou se basear, fica restrita a análise de processos e procedimentos. O que se orienta a fazer é uma adequação a processos de eventos e que pode-se modificar de acordo as necessidades universitárias.

Como afirma Campos (2009) as experiências adquiridas no Setor do Campus Norte fez com que alguns processos de trabalho fossem adaptados das literaturas de eventos para o âmbito universitário.

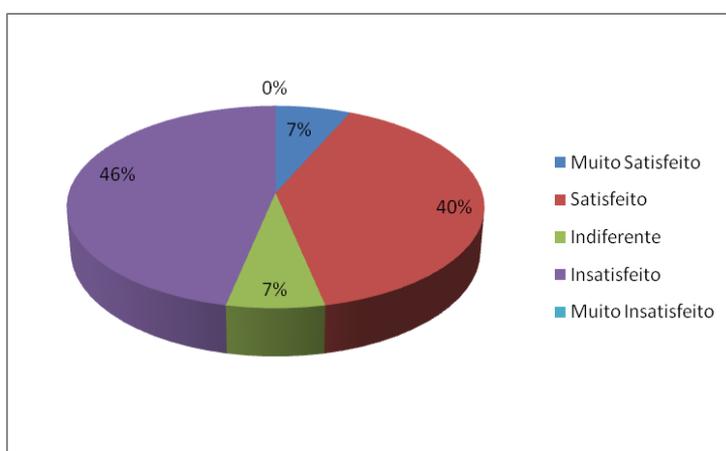


Gráfico 38: Satisfação com relação à infraestrutura da UNISUL.
Fonte: Elaboração dos autores, 2011

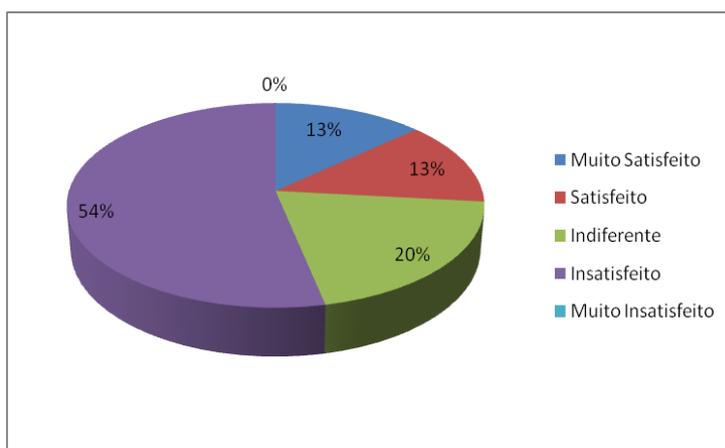


Gráfico 39: Satisfação com relação aos equipamentos e materiais da UNISUL
 Fonte: Elaboração dos autores, 2011

Os gráficos acima mostram um problema com a estrutura física e de materiais utilizados pelo setor, muito do que se utiliza em eventos é equipamento sucateado. Com os resultados obtidos nos gráficos acima, pode-se afirmar que os proponentes não estão satisfeitos com o material utilizado em seus eventos. No gráfico 38 fica claro a insatisfação dos pesquisados com relação à infraestrutura da Unisul e no 39 temos uma insatisfação de 54% por parte dos equipamentos e materiais usados. Nos gráficos 11 e 12, ambos com a mesma finalidade de pesquisar a satisfação com relação à infraestrutura e os equipamentos utilizados, obteve-se um resultado positivo por parte das pesquisadas do setor, visto como já informado com relação à demanda que é recebida, a estrutura é suficientemente boa.

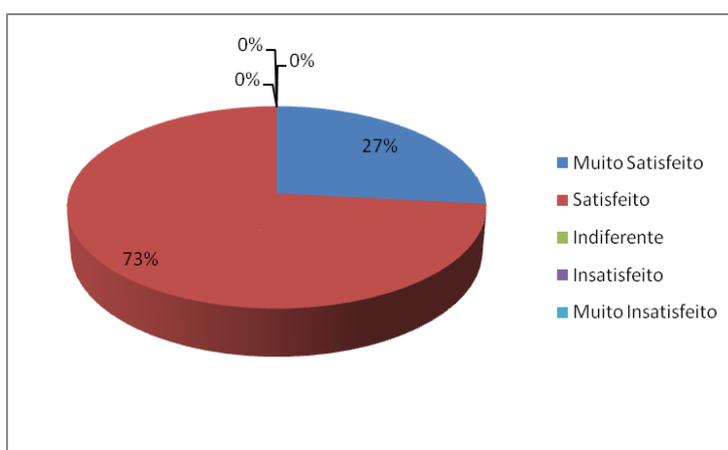


Gráfico 40: Satisfação geral dos serviços.
 Fonte: Elaboração dos autores, 2011

Por fim, temos uma análise geral dos serviços prestados, como observa-se 73% estão satisfeitos e 27% muito satisfeitos. É importante pontuar que não existe um comparativo dentro da universidade com serviços semelhantes, sendo que o setor é pioneiro nessa ação dentro da UNISUL. E que veio para agregar valor ao ensino, pesquisa e extensão.

Como afirma Campos (2009) sobre os objetivos do setor :

“a estratégia para o desenvolvimento de eventos está alinhada a missão da UNISUL, na qual a área de eventos para atender a esses propósitos deve cumprir os seguintes papéis: a produção e gestão de eventos que agreguem valor ao ensino, pesquisa e extensão, tendo foco na formação da vida; aprimoramento constante dos processos e ferramentas da gestão e a integração entre comunidade interna e externa.”

5. CONCLUSÃO E SUGESTÕES

Estamos vivendo uma década onde se tem falado muito em eventos grandiosos. Eventos que trarão ao país uma grande visibilidade e agregam importância ao país por sediar esses eventos. Por meio disso vale o questionamento “o país está preparado para tal feito, temos profissionais capacitados para isso?”

O Brasil vem despontando como um país que está sendo destino de eventos. E para que esses eventos transcorram da melhor maneira é preciso capacitar, profissionalizar e especializar profissionais da área para que estejam preparados para o mercado de eventos.

Sobre a questão que se refere ao planejamento estratégico do setor e sobre os procedimentos e rotinas do setor é importante frisar a existência desse planejamento, como observado no item 2.3.1.2. Mas é importante saber que pouco é abordado sobre o assunto dentro do setor. Seria interessante que não somente funcionários, mas que estagiários soubessem como funciona o planejamento do setor para que suas ações dentro do setor tenham mais credibilidade e confiança. Outro ponto importante são os processos e procedimentos do setor. Visto que no manual do colaborador cita itens para uma melhor rotina. Para que em momento posterior qualquer pessoa que fizer uma análise do setor, tenha acesso a esses documentos que são citados no manual e que de fato não ocorre, como a instituição de ponto para os estagiários, o livro de eventos, caderno de locação de espaços de eventos. Documentos esses que iriam melhorar e muito a rotina de quem chega ao setor buscando informações e até mesmo a colaborador para que analisando esses documentos ele já esteja preparado para um evento de mesmo tipo. Para não cometer os mesmos erros e melhorar pontos que já foram positivos.

Com o objetivo de avaliar o perfil dos colaboradores do Setor de Eventos da UNISUL, bem como a Satisfação dos Clientes do Setor, realizou-se a pesquisa na qual se observou que temos um índice elevado de satisfação dos clientes com relação aos serviços prestados com o setor o que pode-se fazer um *link* direto com a satisfação dos colaboradores do setor com suas funções, demandas, horários de trabalho, salário e com a equipe de trabalho.

Um dos pontos importantes que foi observado tanto na pesquisa como em conversas diretas com colaboradores atuantes no setor, foi sobre a infra-estrutura e materiais necessários para a realização dos eventos, os clientes se portam

insatisfeitos e os colaboradores julgam suficiente a estrutura comparando com a demanda, mas que poderiam ter melhores condições visto que os eventos são em favor da universidade.

Uma das sugestões que se pode fazer com relação a esse ponto é uma melhora nos espaços (auditórios) como a criação de salas vip e salas de apoio para facilitar os processos dos colaboradores do setor, quanto dos palestrantes ou pessoas que fizerem uso do espaço.

Outra sugestão que pode ser passada ao setor, é a de ambientação do estagiário que busca o setor. É importante que o estagiário chegue ao setor e saiba de seu funcionamento, das principais demandas. Esse foi um ponto que observou-se com o estagio, pois quando comecei a estagiar no setor senti que faltava algo que só consegui observar e aprender após fazer esta pesquisa.

Outro ponto importante também foi a respeito da pesquisa referente ao motivo de os colaboradores procurarem o setor de eventos para trabalhar, e com mais da metade das respostas elas são motivadas a procurar o setor para aprender mais sobre eventos. Pode-se imaginar então que precisa-se de um aprofundamento ainda maior sobre essa área, e implantar a Escola de Eventos seria uma solução plausível, visto que muitos já passaram pelo setor e já aprenderam, e com a Escola seria uma maneira de trazer essas pessoas que buscaram o setor para esse conhecimento. Agregaria valor tanto as pessoas que procurariam a Escola tanto para a Universidade que poderia trazer de volta alunos que saíram e que buscam uma maior especialização e profissionalização no assunto.

Por fim uma sugestão que pode ser adotada pela UNISUL é a aplicação de uma pesquisa semelhante em outros setores da Universidade para avaliação de satisfação dos serviços e para saber também o perfil dos funcionários dos outros setores.

REFERÊNCIAS

ALLEN, Jhonny ET al. **Organização e gestão de eventos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

ANDRADE, José Vicente. **Gestão em lazer e turismo**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

ANDRADE, Renato. **Manual de eventos**. Caxias do Sul: Edcus, 1999.

ANSOFF, H. Igor; MCDONNELL, Edward J. **Implantando a administração estratégica**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1993.

BRITO, Janaina. **Estratégias para eventos: uma ótica do marketing e do turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.

CAMPOS, João Geraldo C. **Gestão de Eventos**. Florianópolis, TVCOM, 2011.

_____. **Manual colaborador setor de eventos da UNISUL**. Palhoça, 2009.

_____. **Proposta Assessoria Institucional de eventos**. Palhoça, 2009.

CAMPOS, Luiz Cláudio de A. Menescal; WYSE, Nely; ARAÚJO, Maria Luiza Motta da Sulva. **Eventos: oportunidades de novos negócios**. Rio de Janeiro: Editora Senac Nacional, 2000.

CESCA, Cleuza G. Gimenes. **Organização de Eventos: manual para planejamento e execução**. 5. ed. São Paulo: Summus, 1997.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. 4. ed. São Paulo: Futura, 1998.

EMBRATUR. **Eventos internacionais no Brasil: resultados 2003-2009, desafios para 2020**. Rio de Janeiro: Idealizar & Comunicação, 2010

FERREIRA, Ricardo Souto; WADA, Elizabeth Kyoko. **Eventos uma alavanca de negócios**: como e por que implantar PEGE. São Paulo: Aleph, 2010.

GIACAGLIA, Maria Cecília. **Organização de eventos**: teoria e prática. São Paulo: Pioneira Tomson Learning, 2004.

HAMPTON, David R. **Administração**: processos administrativos. São Paulo: McGraw-Hill, 1990.

HELDMAN, Kim. **Gerência de projetos**. Guia para o exame oficial do PMI. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO. **Eventos Internacionais no Brasil**: Resultados 2003-2009, desafios para 2020. Brasília, 2010.

KAPLAN, Robert S.; NORTON, David P. A estratégia em ação: balanced scorecard. 10. ed. Rio de Janeiro: Campus:2001.

LAKATOS, Eva Maria; Marconi, Marina de Andrade. Metodologia Científica.3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

MARTIN, Vanessa. **Manual prático de eventos**. São Paulo: Atlas, 2003.

MATIAS, Marlene. Organização de eventos: procedimentos e técnicas. 2. ed. São Paulo: Manole, 2002.

MINTZBERG, Henry. QUINN, James Brians. **O processo da estratégica**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman: 2001.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. **Excelência na administração estratégica**: a competitividade para administrar o futuro das empresas: com depoimentos de executivos. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

PAIVA, Helio Afonso Braga de. **Planejamento estratégico**: como organizar um plano estratégico para eventos turísticos e empresas de eventos. São Paulo: Atlas, 2008.

PETERSON, Steven D.; TIFFANY, Paul. **Planejamento estratégico**: o melhor roteiro para um planejamento estratégico eficaz. 5. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

PHILLIPS, Jack J.; MYHILL, Monica; MACDONOUGH, James B. **O valor estratégico dos eventos**: como e porque medir ROI. São Paulo: Aleph, 2008.

SÁ, Daniel; SÁ, Daniel de. **Sports Marketing**: as novas regras do jogo. Porto: IPAM, 2009.

SANTOS, Antonio Raimundo. **Metodologia Científica**: a construção do conhecimento. 3. Ed Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

SERRA, Fernando A. Ribeiro; TORRES, Maria Candida S.; TORRES, Alexandre Pavan. **Administração estratégica**: conceitos, roteiro prático e casos. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso Editores, 2003.

SILVEIRA, Joyce Gomes. Gerenciando projetos com a Primavera Enterprise 6. Rio de Janeiro: Brasport, 2008.

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas**: Função Política. ed. São Paulo: Summus, 1995,

UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA. **Histórico da UNISUL**. Disponível em <<http://www.unisul.br>>. Acesso em: 20 mai. 2011.

VASCONCELLOS FILHO, Paulo; PAGNONCELLI, Dernizo. **Construindo estratégias para vencer!**: um método prático, objetivo e testado para o sucesso da sua empresa. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

WATT, David C. **Gestão de eventos em lazer e turismo**. Porto Alegre: Bookman, 2007.

ZANELLA, Luiz Carlos. **Manual de organização de eventos**: planejamento e operacionalização. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

ZITTA, Carmem. **Organização de Eventos**: da idéia à realidade. 3. ed. Brasília: Senac, 2009.

ANEXOS

Pesquisa para Trabalho de Conclusão de Curso do Curso de Educação Física e Esportes da UNISUL

Caro(a) Colaborador(a): Você está sendo convidado(a) a participar de um estudo para o do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado: "ANALISE DO MODELO DE GESTÃO DO SETOR DE EVENTOS DA UNISUL DO CAMPUS DA GRANDE FLORIANÓPOLIS" que tem como objetivo geral:

"Identificar e analisar o modelo de trabalho do setor de eventos da Universidade do Sul de Santa Catarina da Grande Florianópolis – Pedra Branca".

Compõem também o trabalho os objetivos específicos que são os direcionadores para o desenvolvimento das questões investigadas, bem como para a obtenção do objetivo geral.

O tempo para seu preenchimento leva cerca de 10 minutos.

Você tem a livre escolha de participar desta pesquisa e poderá sentir-se a vontade caso queira retirar-se do estudo. A privacidade da identidade e dos dados coletados será mantida, pois todos participantes da pesquisa serão identificados por um código e só os pesquisadores terão acesso aos dados.

Agradecemos a sua participação e colaboração.

Acadêmica: Fabiane Giusti de Souza

Professor Msc. João Geraldo Cardoso Campos

1- Gênero

- Masculino
- Feminino

2- Faixa Etária

- 15 a 19 anos
- 20 a 29 anos
- 30 a 39 anos
- 40 a 49 anos
- 50 a 59 anos
- acima de 60 anos

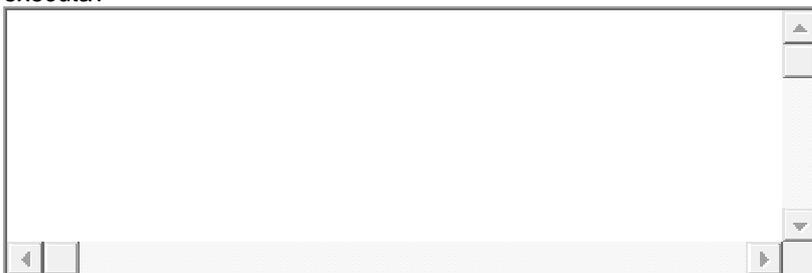
3- Nível de Escolaridade

- Ensino Médio completo
- Superior Completo
- Superior Incompleto
- Especialização
- Mestrado
- Doutorado
- Pós-doutorado

4- Unidade da UNISUL que trabalha?

- Pedra Branca
- Ponte do Imarui
- Padre Roma
- Norte da Ilha
- Trajano

5- Trabalha em outro lugar fora do Setor de Eventos da UNISUL? Se sim, qual o local e a função que executa?



6- Nível de Renda

- + de 500 reais
- + de 500 a 1000 reais
- + de 1000 a 3000 reais
- + de 5000 a 10000 reais
- Acima de 10000 reais

7- Qual foi o motivo que o trouxe a trabalhar no Setor de Eventos da UNISUL

- Afinidade com os serviços fornecidos pelo Setor
- Estágio Obrigatório
- Aprender mais sobre Eventos

8- Qual a sua função no setor e qual o trabalho desempenhado?



9- Qual o seu nível de satisfação com relação ao Setor de Eventos

	Muito Satisfeito	Satisfeito	Indiferente	Insatisfeito	Muito Insatisfeito
Atividades executadas	<input type="radio"/>				
Salário que você recebe	<input type="radio"/>				
Com a pessoa que está a frente do Setor	<input type="radio"/>				
Outros colaboradores do Setor	<input type="radio"/>				
Com a Infra-Estrutura oferecida pela UNISUL	<input type="radio"/>				
Com o material utilizado nos Eventos	<input type="radio"/>				
Com a demanda de serviços que você possui	<input type="radio"/>				
Com o seu horário de trabalho	<input type="radio"/>				

10- O quanto você conhece sobre:

	Nada	Pouco	Suficiente	Muito
Propostas do Setor de Eventos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Planejamento Estratégico do Setor de Eventos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Serviços oferecidos pelo Setor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sobre a demanda de eventos que chegam ao Setor de Eventos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sobre como procede o pré evento, evento e pós evento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quais são os principais proponentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Pesquisa para Trabalho de Conclusão de Curso do Curso de Educação Física e Esportes da UNISUL

Caro(a) Colaborador(a): Você está sendo convidado(a) a participar de um estudo para o do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado: "ANALISE DO MODELO DE GESTÃO DO SETOR DE EVENTOS DA UNISUL DO CAMPUS DA GRANDE FLORIANÓPOLIS" que tem como objetivo geral:

"Identificar e analisar o modelo de trabalho do setor de eventos da Universidade do Sul de Santa Catarina da Grande Florianópolis – Pedra Branca”

Compõem também o trabalho os objetivos específicos que são os direcionadores para o desenvolvimento das questões investigadas, bem como para a obtenção do objetivo geral.

O tempo para seu preenchimento leva cerca de 10 minutos.

Você tem a livre escolha de participar desta pesquisa e poderá sentir-se a vontade caso queira retirar-se do estudo. A privacidade da identidade e dos dados coletados será mantida, pois todos participantes da pesquisa serão identificados por um código e só os pesquisadores terão acesso aos dados.

Agradecemos a sua participação e colaboração.

Acadêmica: Fabiane Giusti de Souza

Professor Msc. João Geraldo Cardoso Campos

1- Gênero

- Masculino
- Feminino

2- Faixa Etária

- 15 a 19 anos
- 20 a 29 anos
- 30 a 39 anos
- 40 a 49 anos
- 50 a 59 anos
- acima de 60 anos

3- Nível de Escolaridade

- Ensino Médio Completo
- Superior Completo
- Superior Incompleto
- Especialização
- Mestrado
- Doutorado
- Pós-doutorado

4- Unidade da UNISUL que Trabalha

- Pedra Branca
- Ponte do Imarui
- Padre Roma
- Norte da Ilha
- Trajano

5- Função ocupada na UNISUL

	Funcionário Técnico-Administrativo	Professor	Gestor	Estagiário	Acadêmico
Clique na opção de resposta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6- Você conhece o Setor de Eventos do Campus da Grande Florianópolis

- Sim
- Não

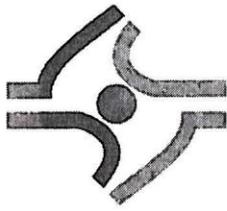
7- Dos serviços que o Setor oferece qual deles já foi utilizado por você? Nesta questão você poderá escolher mais de um item de resposta

- Concepção e Dimensionamento de Eventos (criação e desenvolvimento da ideia da ação)
- Elaboração do projeto e apresentação da proposta do evento (sistematização da proposta e planejamento das ações)
- Auxílio na Captação de Recursos, Patrocínios e Apoios
- Desenvolvimento dos Materiais de Comunicação e Marketing do evento (criação de materiais impressos e digitais)
- Montagem dos materiais de participantes e infra-estrutura do local do evento
- Execução do evento
- Avaliação e relatórios de execução

8- Qual seu nível de satisfação em relação ao Setor de Eventos:

	Muito Satisfeito	Satisfeito	Indiferente	Insatisfeito	Muito Insatisfeito
Atendimento da equipe	<input type="radio"/>				
Empatia dos colaboradores	<input type="radio"/>				
Prestatividade da equipe	<input type="radio"/>				
Confiabilidade com relação aos serviços prestados	<input type="radio"/>				
Pró-atividade dos membros da equipe	<input type="radio"/>				

	Muito Satisfeito	Satisfeito	Indiferente	Insatisfeito	Muito Insatisfeito
Tempo de resposta das demandas	<input type="radio"/>				
Retorno das ações e tarefas do evento	<input type="radio"/>				
Qualidade das respostas	<input type="radio"/>				
Conhecimento, experiência e habilidades da equipe	<input type="radio"/>				
Processos e procedimentos de trabalhos utilizados para seu evento	<input type="radio"/>				
Infra-estrutura da universidade para o desenvolvimento dos eventos	<input type="radio"/>				
Equipamentos e materiais da universidade para o desenvolvimento de eventos	<input type="radio"/>				
Satisfação geral sobre os serviços prestados	<input type="radio"/>				



UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA
COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA - CEP UNISUL

Pedra Branca, 13 de Junho de 2011.
Registro no CEP (código): 11.066.4.09.III

Ao pesquisador(a): Gean Carlos Firmino
Fabiane Giusti de Souza
Curso de Educação Física e Esporte- Campus PB

Prezado(a) Senhor(a):

Vimos, através deste, informar que no projeto de pesquisa "Gestão de projetos e eventos" foram identificados determinados problemas éticos e recomendadas modificações, que deverão ser atendidas em 60 (sessenta) dias. Conseqüentemente foi considerado pendente pela Comissão de Ética em Pesquisa da UNISUL (Art. 12 do Regulamento da CEP-UNISUL).

Para sua orientação, estamos anexando a este cópia do parecer Consubstanciado, onde são apontados os itens a serem modificados. A aprovação do projeto por este comitê de ética está condicionada a regularização das questões apontadas no parecer consubstanciado. Com tal fim leia cuidadosamente todos os comentários do parecer em anexo. Para reapresentar o seu projeto é necessário enviar uma cópia da presente documentação (carta e parecer consubstanciado), acompanhada de um documento contendo as reformulações indicadas. Somente em caso de não aprovação do projeto há necessidade de refazer todo o protocolo de submissão de projetos de pesquisa.

Para a adequada manipulação dos seus documentos encaminhe-os junto com uma cópia desta carta ou com uma indicação do número do protocolo/Título do projeto/Nome dos Pesquisadores responsáveis. Para subsanar as pendências encaminhe somente os documentos que foram reformulados para atender os requisitos de aprovação ética (não é necessário re-encaminhar o projeto de pesquisa se este não foi alterado).

Esta CEP-UNISUL segue a legislação federal brasileira. Trata-se de colegiado criado para contribuir ao desenvolvimento da pesquisa na UNISUL dentro de elevados padrões éticos. Avalia, eticamente, projetos de pesquisas em seres humanos (não somente os da área de saúde), projetos de pesquisas em animais, projetos envolvendo biossegurança, pesquisas com cooperação estrangeira, pesquisas de novos fármacos, novas vacinas ou novos testes diagnósticos, ou qualquer projeto de pesquisa que envolva um problema que exija avaliação ética.

Cordialmente,


Prof. Pedro Santos
Coordenador do CEP-UNISUL