

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC

CURSO DE SECRETARIADO EXECUTIVO

TATIANA RODRIGUES

O EVENTO COMO ESTRATÉGIA DE SOCIALIZAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES

CRICIÚMA

2013

TATIANA RODRIGUES

O EVENTO COMO ESTRATÉGIA DE SOCIALIZAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES

Relatório de Estágio, apresentado na disciplina
Orientação do Projeto de Estágio no curso de
Secretariado Executivo da Universidade do
Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientadora: Prof^a Ma. Jucélia da Silva Abel

CRICIÚMA

2013

TATIANA RODRIGUES

O EVENTO COMO ESTRATÉGIA DE SOCIALIZAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado pela Banca Examinadora para obtenção do Grau de bacharel, no Curso de Secretariado Executivo da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, com Linha de Pesquisa em eventos.

Criciúma, 02 de dezembro de 2013.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Jucélia da Silva Abel – Mestre - Orientadora

Prof^a. Suzana Simon – Mestre - UNESC

Prof. Ricardo Zambrano – Especialista- UNESC

AGRADECIMENTOS

Este é, sem dúvida, um momento muito especial para mim e para todos os que me rodeiam. O desafio de escrever um relatório de estágio depende muito da cooperação e do apoio das pessoas que acreditam na realização de um sonho que nesse momento se concretiza. Muitas pessoas foram fundamentais nesse período e por isso devo-lhes agradecer.

Primeiramente a Deus pela vida e por estar sempre ao meu lado em todas as etapas, bem como por me dar à oportunidade de conhecer e conviver com pessoas tão especiais.

Em especial, ao meu pai, José Manoel Rodrigues, que mesmo não estando mais presente entre nós, me deixou como maior herança o valor dos estudos para a vida.

A Minha mãe, Maria Zélia Rodrigues, por me incentivar e por estar ao meu lado em todas as minhas conquistas, inclusive nessa.

Ao meu marido Luis Ribeiro, por toda a paciência comigo nesses meses do desenvolvimento do relatório.

A minha joia mais preciosa, minha filha Celeste Rodrigues Ribeiro, por entender todas as vezes que a mamãe não dispôs do tempo que ela precisava, filhote acabou, mais a mamãe promete que no próximo ano vai ter mais ta.

A minha orientadora Jucélia da Silva Abel, por não enlouquecer com os meus questionamentos e estar sempre disponível para mim. Ju aprendi demais com você e espero estar por perto por muitos anos.

Ao professor Zambrano, que acendeu em mim a chama do empreendedorismo e que realmente me incentivou na descoberta da minha real vocação.

A todos os professores do curso de Secretariado Executivo pelos conhecimentos proporcionados e pela preocupação em formar profissionais qualificados e humanos.

As minhas amigas (o) da faculdade, com quem compartilhei nestes últimos quatro anos muitas alegrias, e que agora fazem parte da minha história. Pessoal nós chegamos lá.

**“Um evento pode ser uma alegria para
sempre ou um tormento inesquecível.”**

Gloria Kalil

RESUMO

A área de eventos estabelece, hoje, um setor de indiscutível ênfase, não só pela própria dimensão e impacto, mas também pelo potencial que um evento transporta consigo, levando-o ao sucesso ou não. O objetivo deste trabalho é identificar e especificar as tipologias de eventos, focando sempre nos eventos sociais, que são os mais solicitados na empresa onde foi realizada a pesquisa. Durante o estágio, foram detectadas algumas falhas que estavam em eminência, tais como o desconhecimento sobre tipologia de eventos e a dificuldade por parte dos clientes em oferecer seus eventos da melhor maneira possível, adequando-os às regras e às normas. A partir daí, foi realizada a pesquisa por meio de bibliografias sobre o assunto proposto. Com o resultado da pesquisa e os conhecimentos adquiridos no decorrer do estágio, foi desenvolvido um portfólio contendo as tipologias de eventos sociais, bem como o que servir e o horário adequado para cada um deles. Em seguida, foi sugerido à *Executive Coffee break* uma mescla de eventos sociais. Para a construção deste relatório, fez-se uso de alguns capítulos, a saber: Introdução, Referencial Teórico, Proposta de Trabalho, Aplicação da Proposta de Trabalho, Conclusão e Referências.

Palavras chave: Eventos. Eventos Sociais. Tipologia de Eventos.

ABSTRACT

The events area provides today an undisputed industry emphasis , not only by the sheer size and impact , but also the potential that an event carries with him , leading him to success or not . The objective of this work is to identify and specify the types of events, always focusing on social events, which are the most requested in the company where the research was conducted. During the internship, some flaws were detected that were in authority, such as the type of ignorance on events and difficulties on the part of customers to offer your event the best way possible, adapting the rules and standards. From there, the research was conducted through bibliographies on the subject proposed. With the result of research and knowledge gained during the internship, we developed a portfolio containing the types of social events, as well as what to serve and the appropriate time for each. Then it was suggested to the Executive Coffee break a mix of social events. To build this report, use has been made of some chapters, namely: Introduction, Theoretical Framework, Work Proposal, and Application for Proposed Work, Conclusion and References.

Keywords: Events. Social Events. Type of Events.

RESUMEN

La área de eventos establece hoy un énfasis indiscutible en el sector, no sólo por la magnitud e impacto, mas también por el potencial que uno evento lleva consigo, que lo llevará al éxito o no. El objetivo de este trabajo es identificar y especificar los tipos de eventos, siempre centrándose en los eventos sociales, que son los más solicitados en la empresa donde se realizó la investigación. Durante la etapa, se han detectado algunos defectos que estaban en evidencia, como la falta de conocimiento a cerca de los tipos de eventos y las dificultades por parte de los clientes para ofrecer el evento de la mejor manera posible, adecuándolos a las reglas. A partir de ahí, la investigación se realizó a través de bibliografía sobre el tema propuesto. Con el resultado de la investigación y los conocimientos adquiridos durante la etapa, hemos desarrollado una cartera que contiene los tipos de eventos sociales, así como lo que se debe servir y el momento adecuado para cada uno. Entonces se sugirió a la *Executive Coffee Break* una mezcla de eventos sociales. Para generar este informe, se ha hecho uso de algunos capítulos, a saber: introducción, marco teórico, propuesta de trabajo, aplicación de la propuesta de trabajo, conclusión y Bibliografía.

Palabras clave: Eventos. Eventos Sociales. Tipos de Eventos.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

1 Jantar.....	18
2 Banquete	18
3 <i>Brunch</i>	19
4 Café da Manhã	20
5 Casamento	20
6 <i>Coffee break</i>	21
7 <i>Welcome coffee</i>	22
8 Comemoração	22
9 Coquetel	23
10 Festa.....	24
11 <i>Happy Hour</i>	24
12 <i>Open day</i>	25
13 Inauguração.....	26

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 O EVENTO COMO ESTRATÉGIA DE SOCIALIZAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES.....	11
1.2 DELIMITAÇÃO DO PROBLEMA	11
1.3 OBJETIVOS.....	11
1.3.1 Objetivo Geral	11
1.3.2 Objetivo Específico	11
1.4 JUSTIFICATIVA.....	11
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	ERRO! INDICADOR NÃO DEFINIDO.
2.1 CONCEITO DE EVENTO	ERRO! INDICADOR NÃO DEFINIDO.
2.2 EVOLUÇÃO HISTÓRICA DOS EVENTOS. ERRO! INDICADOR NÃO DEFINIDO.	
2.2.1 Conceito de Evento Social	ERRO! INDICADOR NÃO DEFINIDO.
2.2.2 O processo de socialização nas organizações através dos eventos	16
2.3 CLASSIFICAÇÃO DE EVENTOS	16
2.4 TIPOLOGIA DE EVENTOS SOCIAIS	17
2.5 IMPORTANCIA DO PROFISSIONAL ESPECIALIZADO EM EVENTOS	26
3 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA	28
3.1 AMBIENTE DE TRABALHO	28
3.2 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS	29
4 PROPOSTA DE TRABALHO	31
4.1 APLICAÇÃO DA PROPOSTA DE TRABALHO.....	31
4.1.1 Tipologia de Eventos Sociais mais solicitados na região,segundo a empresa Executive Coffee Break	31
5 CONCLUSÃO	34
REFERÊNCIAS	35

1 INTRODUÇÃO

Almeja-se, com este trabalho, destacar, de uma forma específica e prática, o tema “tipologia de eventos sociais”, bem como suas normas, definindo procedimentos, técnicas e a importância de um profissional especializado nesta área.

É de extrema necessidade que o profissional contratado para organizar eventos saiba diferenciar os tipos de eventos, assim como o que servir e em que horários, pois o sucesso dele e da empresa que ele representa estão diretamente ligados.

Este trabalho tem como objetivo, portanto, analisar e especificar as tipologias de eventos sociais de acordo com suas normas.

O texto está dividido em quatro partes, sendo a primeira constituída pela delimitação do problema, pelos objetivos gerais e específicos.

No segundo capítulo, expõem-se os conceitos de vários autores sobre o tema proposto, seguido pela evolução histórica dos eventos no Brasil e no mundo. Neste mesmo capítulo, aborda-se o tema “eventos sociais”, suas características, suas classificações e suas tipologias. Trata-se, ainda, do valor do evento como estratégia de socialização. Destaca-se também, a importância do profissional preparado para a organização de eventos e o papel que este pode desempenhar no processo de planejar e de organizar eventos.

O terceiro capítulo mostra a caracterização da empresa onde foi desenvolvido o estágio, seguida pelo ambiente de trabalho.

No quarto capítulo, desenvolve-se a proposta de trabalho e as melhorias que a mesma pode vir a proporcionar para a empresa.

1.1 O EVENTO COMO ESTRATÉGIA DE SOCIALIZAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES

1.2 DELIMITAÇÕES DO PROBLEMA

É impensável que alguém seja convidado para um evento, chegue ao local e não consiga identificar que tipo de evento está acontecendo. Contudo, este foi o problema identificado e vivenciado durante o estágio obrigatório.

Neste sentido, existe, por parte dos profissionais em eventos, e possíveis clientes, essa capacidade de diferenciar os tipos de eventos que eles desejam proporcionar?

1.3 OBJETIVOS

Os objetivos aqui apresentados têm como finalidade alcançar os resultados pretendidos com o trabalho.

1.3.1 Objetivo Geral

Analisar as tipologias de Eventos Sociais adequando-as ao público-alvo e às suas normas.

1.3.2 Objetivos Específicos

- a) Identificar as tipologias de eventos sociais;
- b) Especificar as tipologias de eventos;
- c) Desenvolver um portfólio explicativo sobre tipologias de eventos sociais.

1.4 JUSTIFICATIVA

Este trabalho é fruto de um estudo fundamentado na prática adquirida como trabalhadores de uma empresa especializada em coffee break empresarial. O trabalho vem sendo aperfeiçoado por constantes pesquisas.

O que mais impactou foi o responsável pelo setor de eventos de uma grande empresa apresentar um prato quente e dizer: experimente esse *brunch!*

Obviamente, houve um choque e naquele momento decidiu-se pelo objeto de estudo, que se transformou no tema do relatório de estágio.

Por ser uma área que vem se expandindo em toda a região sul, e pela falta de profissionais especializados para a organização de eventos, destacaram-se esses como pontos cruciais:

- ✓ Despreparo de alguns profissionais responsáveis pelo setor de eventos de determinadas empresas;
- ✓ Falta de conhecimento por parte destes profissionais, sobre tipologia de eventos.

Percebeu-se, durante o ano de 2012, que o grande problema enfrentado pelos profissionais que contrataram serviços da empresa era, acima de tudo, decidir o tipo de evento que gostariam de organizar, o que servir, bem como a dificuldade em diferenciar os tipos de eventos.

A área de eventos constitui, hoje, um setor de indiscutível proeminência, não só pela própria dimensão e impacto, mas também pelo potencial que um evento transporta consigo, levando-o ao sucesso ou não.

Este estudo torna-se relevante, pois mostrará, não só para os acadêmicos (as) do curso que se especializam no assunto, mas aos leitores em geral, que terão as informações necessárias para a realização e o sucesso nos eventos.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste tópico será apresentada a fundamentação teórica com ênfase no assunto proposto, com dados colhidos de diversas obras. Sendo assim, os aspectos usados do tema estudado revelaram a importância do objetivo abordado para profissionais da área de eventos e para a sociedade.

2.1 CONCEITO DE EVENTO

A palavra evento tem origem no termo eventual, ou seja, aquilo que acontece casualmente.

Segundo Martim (2007, p.23), eventos são todos os acontecimentos previamente planejados, organizados e coordenados de forma a contemplar o maior número de pessoas em um mesmo espaço físico e temporal, com informações, medidas e projetos sobre uma ideia, ação ou produto, apresentando os diagnósticos de resultado e os meios mais eficazes para se atingir determinado objetivo.

De acordo com Matias (2002, p.25), evento é um conjunto de atividades desenvolvidas com o objetivo de alcançar seu público-alvo.

Os eventos são incorporados no cotidiano, nas tarefas mais corriqueiras, de todas as pessoas, em qualquer atividade econômica. Sem os eventos, não seria possível realizar muito do que se busca alcançar por meio deles. Os objetivos seriam muito mais difíceis de ser alcançados. Os resultados seriam pífios. (MARTIM, 2007, p.32).

Portanto, pode-se afirmar que evento tem como propriedade principal propiciar uma ocasião extraordinária ao encontro de pessoas, com um intento específico, o qual constitui o tema principal do evento e justifica a sua realização.

2.2 EVOLUÇÃO HISTÓRICA DOS EVENTOS

A atividade “eventos” teve suas procedências na antiguidade, com os jogos olímpicos de 776 AC. Depois, outros tipos de eventos foram acontecendo e atravessaram vários períodos da história da civilização humana, chegando aos dias de hoje. Neste andamento, os eventos foram contraindo características econômicas,

históricas, sociais e políticas das sociedades representativas de cada época. A concretização da atividade "eventos" ocorreu no século XVII, com o começo da Revolução Industrial, que causou um novo estímulo para a atividade comercial existente desde a Idade Média: a feira. Porém, além das feiras, outros eventos, como exposições Mundiais, as Olimpíadas e a Copa do Mundo, tiveram importante papel nesse processo, consolidando, cada vez mais, as bases da atividade. (MATIAS, 2002).

No Brasil, o aparecimento da atividade "eventos" é anterior à chegada da Família Real, posto que ocorriam algumas feiras semelhantes as da Idade Média, em locais abertos, onde os comerciantes armavam barracas para vender seus produtos. O primeiro evento no Brasil que aconteceu em um local destinado para o mesmo foi um Baile de Carnaval, em 1840. O Brasil, até esta época, não tinha experiência na arte de organizar eventos, o que contribuiu para sua participação em vários eventos internacionais para adquirir conhecimentos técnicos e organizacionais no assunto. (MATIAS, 2002).

A atividade "eventos", no Brasil, apenas tomou impulso após a Segunda Guerra Mundial, mais designadamente a partir da década de 1950, com a organização de classes sociais profissionais e com a ampliação industrial no país.

Todo esse procedimento evolutivo gerou a organização do setor de Eventos, originando o surgimento de entidades e de associações especializadas para planejar e criar organismos de sustentação da atividade no Brasil e no Mundo. (MATIAS, 2002).

2.2.1 Conceito de evento social

Para Martim (2007, p.33), eventos sociais têm na sua função básica a socialização e a motivação. Embora possam acontecer isoladamente ou sem vínculos com outros tipos de eventos, os eventos sociais também são partes insubstituíveis nos eventos abertos ou fechados.

Eventos sociais, então, aspiram reunir e confraternizar pessoas de um mesmo grupo por meio de comemorações que tenham relação com os hábitos e os costumes daquele grupo; pode ser um evento social tradicional e ainda construir um tema principal para o evento. Alguns são realizados com maior regularidade na

sociedade, e podem ser: casamentos, aniversários, *happy hours*, confraternização de familiares ou amigos. (MARTIM, 2007).

Outros modelos estão por conta da criatividade de seus idealizadores, eventos temáticos, *coffee break*, festa à fantasia, etc., com variedade e finalidades sem limites, sempre apontando para a socialização de pessoas em um ambiente agradável, interessante e bem organizado. (MARTIM, 2007).

O evento social não objetiva a determinação de posição ou a afirmação de poder, apenas a socialização e o lazer. Não está regulamentado por leis, decretos ou normas, segue tão somente os costumes e os rituais que se resumem no protocolo adaptado a cada grupo no qual pretende realizar estes eventos. (MARTIM, 2007).

Para Giacaglia (2004, p.16), existem inúmeras possibilidades de eventos que, com atividades de cunho social, permitem às empresas atingir seus propósitos de forma eficaz e prazerosa ao mesmo tempo. Desta forma, empresas criativas e voltadas às novas tendências do mercado com relação a eventos estão procurando alternativas que quebram a formalidade dos eventos mais comumente empregados. Elas capturaram o anseio dos profissionais por um tratamento mais próximo e mais voltado ao seu lado humano e social.

Conforme a autora a preocupação com a qualidade de vida dos profissionais, quebrando o rígido limite entre o trabalho e o lazer, passou a nortear as atividades escolhidas por essas empresas. Desta maneira, nasceram os eventos de cunho social, não para atender a todos os objetivos da empresa, mas para aliar a finalidade técnica ao relacionamento entre empresa, funcionários e clientes. (GIACAGLIA, 2004).

Alguns dos principais intuitos desse tipo de eventos são:

- a) Lançamentos de produtos e serviços;
- b) Estreitamento do relacionamento entre empresa, clientes e parceiros;
- c) Premiação por resultados alcançados. (GIACAGLIA, 2004).

Eventos Sociais, portanto são os mais comuns e frequentes, têm pretensão de unir pessoas em um ambiente agradável e interessante.

2.2.2 O processo de socialização nas organizações através dos eventos

O processo de socialização nas organizações tem como objetivo: inserir, adaptar e manter os colaboradores e fornecedores nos padrões da cultura da organização sem seguir regras e, a partir deste, promover um momento de descontração.

Acredita-se que um olhar diferenciado para a relação entre colaborador e organização seja essencial em uma empresa que almeja o crescimento contínuo. (MARTIM, 2007).

2.3 CLASSIFICAÇÃO DE EVENTOS

Segundo Matias (2002, p. 28), existem, hoje, vários tipos de eventos, com variadas formatações, utilizados por pessoas físicas e jurídicas. Eles podem ser agrupados em diferentes classificações.

Quanto ao público que atingem, podem ser classificados em:

- ✓ Eventos fechados: ocorrem dentro de situações específicas e com público-alvo definido, que é convocado ou convidado a participar.
- ✓ Eventos abertos: dividem-se em dois tipos:
- ✓ Evento aberto por adesão é aquele determinado pelo segmento de público; que tem a opção de aderir mediante inscrição gratuita ou pagamento de taxa de participação;
- ✓ Evento aberto em geral é aquele que atinge todas as classes de público. (MATIAS, 2002).

Em relação à área de interesse, podem ser classificados como:

- ✓ Artísticos: aqueles relacionados com qualquer manifestação cultural;
- ✓ Científicos: tratam de assuntos referentes a ciências naturais e biológicas;
- ✓ Culturais: ressaltam a cultura para conhecimento geral ou promocional;
- ✓ Cívicos: ressaltam a pátria;

- ✓ Esportivos: ligados a qualquer tipo de evento do setor esportivo;
- ✓ Folclóricos: ressaltam as culturas regionais de um país (lendas, hábitos e costumes);
- ✓ Sociais: proporcionam entretenimento e socialização aos participantes;
- ✓ Promocionais: promovem um produto, uma pessoa, uma entidade ou um governo;
- ✓ Religiosos: tratam de assuntos religiosos;
- ✓ Turísticos: exploram os recursos turísticos de uma região ou de um país. (MATIAS, 2002).

Em relação ao número de participantes, Matias (2002) afirma que os eventos podem ser classificados em:

- a) Pequeno: até 150 participantes;
- b) Médio: entre 150 e 500 participantes;
- c) Grande: acima de 500 participantes;
- d) Megaevento: acima de 5.000 participantes.

Deste modo eventos podem ser classificados conforme o número de participantes, público alvo, área de interesse.

2.4 TIPOLOGIA DE EVENTOS SOCIAIS

Este relatório oferece instrumentos práticos de fácil aplicação para quem trabalha com eventos, focalizando eventos sociais.

- a) Almoço ou jantar

Refeição oferecida durante o dia (almoço) ou à noite (jantar). Existem inúmeros tipos de cardápios, bem como várias maneiras de servi-los. A combinação do tipo de cardápio e a forma de serviço é que determina o tempo necessário para a degustação completa. (MATIAS, 2002).

Figura1 - jantar



Fonte: da pesquisadora

b) Banquete

É uma refeição servida com o máximo de requinte possível, pois é utilizada em ocasiões solenes, que exigem qualidade e sofisticação em todos os detalhes. (MATIAS, 2002).

Figura 2 - Banquete



Fonte: comvcraped.com

c) *Brunch*

Junção de café da manhã e almoço. Os serviços e produtos nele oferecidos são um retrato da contração, pois é um café da manhã tão farto que chega a ser um mini-almoço. É servido próximo ao horário do almoço. No Brunch, podem ser servidos: sucos, cafés, refrigerantes, iogurtes, biscoitos, frios, geleias, salgadinhos fritos ou assados e pães. (MATIAS, 2002).

Figura 3 - *Brunch*



Fonte: da pesquisadora

d) *Café da manhã*

Servido nas primeiras horas da manhã, compõe-se basicamente de frutas, bebidas não-alcoólicas, pães, biscoitos e etc. Muito utilizado, também, em encontros profissionais. (MATIAS, 2002).

Figura 4 - Café da manhã



Fonte: da pesquisadora

e) Casamento

Celebração religiosa ou civil. Um quesito importante é adaptar a festa ao bolso do cliente, fazendo dessa comemoração um momento especial. (MATIAS, 2002).

Figura 5 - Casamento



Fonte: particular. Blog

f) Coffee break

Expressão da língua inglesa, que, de tão utilizada no país, superou sua tradução: intervalo para o café, pois é oferecido na interrupção dos eventos. Possui muitas opções de cardápio, mas são petiscos de rápido consumo, incluindo salgados, doces e bebidas, dispostos em mesas estrategicamente colocadas no saguão, à saída das salas de reunião ou num canto da mesma sala. (MATIAS, 2002).

Figura 6 - *Coffee break*



Fonte: da pesquisadora

g) Welcome Coffee

Conhecido como café de abertura ou de recepção para eventos, seminários, reuniões ou palestras. O momento serve, também, como uma deixa para uma possível integração entre os convidados presentes. O cardápio conta com pães, geleias, mini-croissants, biscoitos, queijos, cafés, sucos, frutas, entres outros. (MATIAS, 2002).

Figura 6- *welcome coffee*



Fonte: da pesquisadora

h) Comemoração

Consiste em atos em que se celebra ou homenageia uma profissão ou status, como o Dia das Mães ou Dia da Secretária. Os mais solicitados são o almoço ou o jantar ou coquetel. (MATIAS, 2002).

Figura 7 - Comemoração



Fonte: da pesquisadora

i) Coquetel

É uma reunião social na qual o serviço tanto pode ser feito por atendentes que circulam entre as pessoas oferecendo bebidas e alimentos, como podem ser servidos os quitutes dispostos em uma mesa ou bancada. Os alimentos devem ser pratos leves e o diferencial é servir, também, bebidas alcoólicas. Deve ser servido após as 18h. (MATIAS, 2002).

Figura 8 - Coquetel



Fonte: da pesquisadora

j) Festa

Tem como referência a comemoração e o conagraçamento. É um dos formatos mais importantes entre os eventos sociais. Devido à sua grande abrangência, as festas fazem parte de quase todos os demais tipos de eventos. Podem ser abertas ou fechadas, públicas ou privadas. Também têm todo tipo de motivação. (MATIAS, 2002).

Figura - festa



Fonte: da pesquisadora

k) Happy Hour

Acontece no final da tarde e tem o cardápio igual ao do coquetel, mas um pouco mais reforçado. Pode incluir brincadeiras, entretenimento e pequenos jogos. É muito utilizado em bares e restaurantes. (MATIAS, 2002).

Figura 10 - *Happy hour*

Fonte: da pesquisadora

l) *Open Day*

Evento em que são abertas as portas da empresa para que esta seja visitada por um público restrito, normalmente familiares dos funcionários. Desta maneira, promove-se a interação empresa-funcionário-família. Não possui horário definido e o cardápio pode ser igual ao *coffee break*. (MATIAS, 2002).

Figura 11 - *Open Day*



Fonte: bio21. unimelb.com

m) Inauguração

Consiste na apresentação para o público de um novo local (loja, casa, escritório, etc.). Não possui horário definido e o cardápio mais solicitado é similar ao do coquetel. (MATIAS, 2002).

Figura 12 - Inauguração



Fonte: da pesquisadora

2.5 IMPORTÂNCIA DO PROFISSIONAL ESPECIALIZADO EM EVENTOS

A área de organização de eventos é de grande complexidade e exige muito do profissional; o mesmo deve sempre estar preparado, pois se algo der errado e o evento não decorrer como esperado, a responsabilidade vai ser única e exclusivamente do organizador, mas é claro que, se o evento for um sucesso, os louros vão ser de quem contratou e não do organizador. Às vezes chega a ser irônico, mas este profissional só é reconhecido nos bastidores. (GIACAGLIA, 2004).

Segundo Giacaglia (2004, p. 45), neste âmbito, se o evento for malconduzido, não será apenas a figura do organizador que estará em jogo, mas toda a imagem da empresa que ele representa, sendo que a atuação do organizador no planejamento, na implementação, no controle e na avaliação do evento é determinante para o sucesso deste e, em última análise, para a imagem e a projeção da empresa que ele representa. É necessário que se lhe propiciem instrução e preparo específicos, adequados e condizentes com o grau de responsabilidade que lhe é atribuído, e que se deem a ele condições para que possa desempenhar com eficácia e firmeza todas as suas atribuições.

Sendo assim, contratar um profissional Organizador de Eventos competente é garantir a excelência, o sucesso e a tranquilidade do evento, seja ele de esfera social, empresarial, cultural, científica ou política, uma vez que o profissional, possuidor das ferramentas técnicas e práticas serão capazes de

desenvolver, com destreza e ética, todas as etapas e metodologias de um evento. Apenas com muito conhecimento, experiência e criatividade, é possível tomar decisões rápidas e acertadas. (GIACAGLIA, 2004).

Nesse sentido, o profissional deve seguir algumas dicas:

- ✓ Ter atenção aos detalhes;
- ✓ Focar na qualidade e não na quantidade;
- ✓ Manter o controle das despesas;
- ✓ Dispor sempre de uma decoração agradável, equilibrada e bem planejada;
- ✓ Sempre formalizar os acordos;
- ✓ Resolver os imprevistos nos bastidores. (GIACAGLIA, 2004).

Portanto, para que o evento seja bem conduzido é fundamental a contratação de profissionais capacitados.

3 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

Segundo informações retiradas da página da empresa na internet, a *Executive Coffee Break* é especializada em *coffee break* empresarial, coquetéis, *brunches*, *happy hours*, festas-surpresa.

Localizada na Rua Justino Isaias dos Passos, número 446, bairro Presidente Vargas Içara.

Foi fundada em nove de agosto de dois mil e doze, pela proprietária Tatiana Rodrigues, com o objetivo de levar até as organizações a praticidade e a facilidade desejadas nos dias atuais, em que economizar tempo significa ganhar dinheiro.

A empresa conta com um automóvel, louças descartáveis em geral, guardanapos, toalhas de várias cores e tamanhos, caixas para transporte, caixa térmica de 50 litros para bebidas, decoração de mesa de vários modelos, uniformes para os funcionários, material de limpeza, incluindo álcool gel de mesa, bandejas, além de bailarinas. Por ser uma prestadora de serviço, a empresa conta com parceria de fornecedores (padaria, salgadeira, fruteira).

Sendo o objetivo a praticidade, o cliente disponibiliza apenas a mesa, o restante fica por conta da empresa. Trabalham integralmente na empresa duas pessoas e, havendo necessidade, contratam-se garçons. A empresa possui cozinha equipada com micro-ondas, fogão, freezer, geladeira e mesa para preparação de petiscos.

3.1 AMBIENTE DE TRABALHO

Possui uma cultura de trabalho inovadora e pouco metódica. As decisões não são de todo centralizadas no proprietário, pois o mesmo sempre está aberto a novas ideias e, de acordo com o evento, as coloca em prática. Nem sempre o ambiente de trabalho é tranquilo, pois quando o evento é solicitado com poucos dias de antecedência, as providências devem ser tomadas com rapidez e perspicácia, o que pode gerar certa ansiedade.

3.2 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

O estágio foi desenvolvido com a finalidade de auxiliar e colaborar para o progresso das metodologias da empresa. Sendo assim, após a identificação dos objetivos, iniciou-se o processo de execução.

Durante as trezentas horas de estágio, foram desenvolvidas várias atividades voltadas para eventos, tais como:

- ✓ Contatos e negociações com fornecedores;
O contato e a negociação com fornecedores são fundamentais no planejamento da empresa. É muito importante identificar e qualificar os fornecedores, bem como negociar prazos de pagamento e preços de produtos.
- ✓ Organização de mesa;
A mesa bem disposta torna o que vai ser servido muito mais atraente. Saber dispor os alimentos de forma que seja mais fácil o acesso dos convidados é primordial, e, acima de tudo, saber adequar a mesa e os petiscos ao tema do evento.
- ✓ Recepção de convidados;
O tratamento inicial dado aos clientes ou participantes de um evento é essencial na edificação de boas e duradouras relações.
- ✓ Atendimento telefônico;
Esta função funciona como o cartão de visitas da empresa, pois o profissional que desempenha este papel é possuidor de todas as respostas, esclarecimentos e encaminhamentos.
- ✓ Retirada da mesa no pós-evento;
Assim como a organização da mesa, a retirada da mesma tem igual importância, pois normalmente o espaço será usado novamente dentro de pouco tempo.
- ✓ Pedido de avaliação do evento sucedido;
Avaliar um evento é sempre necessário, pois através da avaliação podem-se identificar as fragilidades a serem corrigidas ou comemorar o sucesso.
- ✓ Preparação de petiscos;
Eles aguçam os sentidos e tornam o evento social mais agradável. Devem ser sempre bem escolhidos e preparados para enobrecer e valorizar a refeição.

- ✓ Higienização dos materiais de trabalho;
Para garantir a qualidade dos produtos e evitar a veiculação de eventuais contaminações, a higienização deve sempre ser exercitada.
- ✓ Emissão de notas fiscais;
A nota fiscal é a certidão de nascimento de uma compra ou de uma venda, portanto, deve sempre ser solicitada ou emitida, pois só assim será assegurada a garantia do produto ou do serviço.
- ✓ Contato com clientes via email;
O contato via email mantém uma relação mais próxima entre empresa e cliente, já que o mesmo possibilita o envio e o recebimento de mensagens, e assim permite que a empresa tenha sempre um *feedback*.

4 PROPOSTA DE TRABALHO

Para o alcance dos objetivos propostos, a pesquisa se deu principal e fundamentalmente no estudo bibliográfico, uma vez que as regras existem e estão dispostas para o referido conhecimento, seguido do desenvolvimento de um portfólio com essas informações.

4.1 APLICAÇÕES DA PROPOSTA DE TRABALHO

Neste capítulo, será apresentada a proposta de trabalho sugerida pela pesquisadora, sendo esta a criação de um portfólio explicativo sobre os eventos mais procurados na empresa *Executive Coffee Break*. Desta forma, alia-se a necessidade a prática e à pesquisa.

4.1.1 Tipologia de Eventos Sociais mais solicitados na região, segundo a Empresa *Executive Coffee Break*

TIPO	HORÁRIO	O QUE SERVIR
<p><i>Welcome Coffee</i></p> 	<p>Café de boas vindas, servido no início do evento.</p>	<p>Pães, geleias, mini-croissants, biscoitos, queijos, cafés, sucos, frutas, entres outros.</p>
<p><i>Coffee Break</i></p> 	<p>Servido na interrupção dos eventos.</p>	<p>Salgados fritos e assados, doces, pet fours e bebidas.</p>



Fonte: da pesquisadora

**Tipologia de Eventos Sociais mais solicitados na região, segundo a Empresa
Executive Coffee Break**

<p style="text-align: center;">Brunch</p> 	<p>É servido próximo ao horário do almoço.</p>	<p>Sucos, cafés, refrigerantes, iogurtes, biscoitos, frios, geleias, salgadinhos fritos e assados e pães.</p>
<p style="text-align: center;">Almoço ou jantar</p> 	<p>Oferecidos durante o dia (almoço) ou à noite (jantar).</p>	<p>O que determina o que vai ser servido é o tempo disponível para degustação. (Paella, churrasco, etc.)</p>
<p style="text-align: center;">Comemoração</p> 	<p>Não existe especificação de horário.</p>	<p>Os mais solicitados são almoço, jantar ou coquetel.</p>
<p style="text-align: center;">Coquetel</p> 	<p>Deve ser servido após às 18h.</p>	<p>Os alimentos devem ser pratos leves e o diferencial é servir também bebidas alcoólicas.</p>

Fonte: da pesquisadora

Tipologia de Eventos Sociais mais solicitados na região, segundo a Empresa
Executive Coffee Break

<p><i>Happy Hour</i></p> 	<p>Acontece no final da tarde.</p>	<p>Cardápio parecido com o do coquetel, porém um pouco mais reforçado.</p>
<p><i>Open Day</i></p> 	<p>Visita a empresas, sem horário específico, pois o mesmo fica a cargo da empresa a ser visitada.</p>	<p>O cardápio pode ser igual ao <i>coffee break</i>.</p>

Fonte: da pesquisadora

5 CONCLUSÃO

O presente relatório se propôs, por meio do objetivo geral, a analisar as tipologias de eventos sociais, adequando-as ao público-alvo e às suas normas, bem como salientou a necessidade de um profissional especializado na área, e ainda como usar um evento como ferramenta de socialização nas organizações.

Sob esta ótica, observou-se que o evento é tão antigo quanto à humanidade, principalmente se partir do princípio de que ele tem como objetivo a reunião de pessoas. Pode-se concluir, então, que o primeiro evento talvez tenha sido a organização do homem para a caça na pré-história.

Soubese, inclusive, que, com a evolução dos eventos, houve a necessidade de classificá-los conforme os tipos e os públicos.

Desse modo, as organizações inteligentes estão utilizando-se dos eventos como ferramenta de socialização e de fidelização de clientes e de colaboradores.

Diante da evolução e da necessidade do mercado de eventos, a qualificação do profissional da área torna-se indispensável, pois o mesmo precisa desenvolver habilidades e competências, a fim de tornar do evento, seja ele de qualquer forma ou tamanho, sempre um sucesso.

Pode-se perceber que objetivo foi atingido a partir de pesquisa bibliográfica, apesar da escassez de obras especializadas no assunto proposto.

Os objetivos específicos, que eram identificar e especificar as tipologias de eventos sociais, também foram alcançados por meio de pesquisa bibliográfica. Em seguida, foi desenvolvido um portfólio explicativo, para que a empresa possa utilizar no decorrer de suas funções.

Diante do exposto, sugere-se que a *Executive Coffee Break* venha a proporcionar aos seus clientes a mescla de eventos. Por exemplo:

Pode-se mesclar um chá de lingerie com uma mesa de *sushis*, ou um chá de bebê com um minicafé colonial ou ainda uma formatura com rodízio de sobremesas, ou seja, inserir um evento dentro de outro.

Cabe salientar que a *Executive Coffee Break* desempenha um trabalho único na região, por isso a orientação acertada sobre tipologia de eventos sociais; e a mescla de eventos pode garantir o nicho de mercado que a empresa sempre almejou.

REFERÊNCIAS

DICAS DO BOM PROFISSIONAL. Disponível em: <http://www.iped.com.br/ava/sala?token=1377796567521f81d710ad4&curso=24214&voltou=1> Acesso em 28/08/2013.

FOTO DE CASAMENTO. Disponível em: <http://comvcaprendi.com/>. Acesso em 21/05/2013.

FOTO OPENDAY. Disponível em: <http://www.bio21.unimelb.edu.au/community>. Acesso em 31/05/2013.

GIACAGLIA, Maria Cecília. **Organização de Eventos**: teoria e prática. São Paulo. Pionera thonson Learning, 2004.

HIRTÓRICO DA EMPRESA. Disponível em: <https://www.facebook.com/executivecoffeebreak?ref=hl>. Acesso em 31/08/2012.

KINCHESKI, José Carlos. **Cerimonial – Hierarquia - Protocolo**: para eventos de organizações públicas e privadas brasileiras. Florianópolis: udesc/cepec, 2002.

MATIAS, Marlene. **Organização de Eventos**: procedimentos e técnicas. São Paulo: Manole, 2002.

MARTIM, Vanessa. **Manual prático de eventos**. 1º edição. São Paulo. Atlas, 2007.
MELO Neto, Francisco de Paula. **Criatividade em eventos**. 2º edição- São Paulo: editora Contexto, 2001.

NUNES Mariana Martinez. **Cerimonial para Executivos**: um guia para execução e supervisão de eventos empresariais. 2º EDIÇÃO-Porto Alegre: Editora SagraLuzzat, 1999.

ZANELA, Luis Carlos. **Manual de organização de eventos**: planejamento e operacionalização. 3º edição. São Paulo: Atlas, 2006.