

**THAÍS CARVALHO FERREIRA**

**QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS EM EVENTOS:**  
enfoque na qualificação de recepcionistas de eventos em São Luís - MA

Monografia apresentada ao Curso de Turismo da  
Universidade Federal do Maranhão, para obtenção do  
grau de Bacharel em Turismo.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Ms. Marilene Sabino Bezerra

São Luís

2010

Ferreira, Thaís Carvalho.

Qualidade na prestação de serviços em eventos: enfoque na qualificação de recepcionistas de eventos em São Luís – Ma / Thaís Carvalho Ferreira. – 2010.

77f.

Impresso por computador (fotocópia).

Orientadora: Marilene Sabino Bezerra.

Monografia (Graduação) – Universidade Federal do Maranhão, Curso de Turismo, 2010.

1. Turismo de evento – São Luís-MA. 2. Qualidade – Serviços. 3. Recepcionista de eventos I. Título

CDU 338.48-061(812.1)

**THAÍS CARVALHO FERREIRA**

**QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS EM EVENTOS:**

enfoque na qualificação de recepcionistas de eventos em São Luís - MA

Monografia apresentada ao Curso de Turismo da  
Universidade Federal do Maranhão - UFMA como  
requisito para obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

**Aprovada em** \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA**

---

**Prof<sup>a</sup>. Marilene Sabino Bezerra** (Orientadora)

Mestre em Sustentabilidade de Ecossistemas (UFMA)

---

**1º Examinador**

---

**2º Examinador**

A Deus, por guiar meus passos.

A meus pais e minha família, pelo  
incentivo e carinho constantes.

## AGRADECIMENTOS

A Deus, pela saúde, pela perseverança e pela conquista até aqui.

Aos meus pais Ribamar e Benita por terem me dado a oportunidade de estudar, pela confiança e dedicação que depositaram em mim ao longo dos anos.

Ao meu irmão Vinícius, pela convivência.

Às minhas avós, pela torcida das minhas conquistas.

Às minhas queridas tias, pelo incentivo durante toda minha trajetória estudantil.

A Henrique, pela convivência e companheirismo.

Aos meus primos Júnior e Karla, pela ajuda e incentivo contínuo.

À minha orientadora, Prof<sup>a</sup> Marilene Sabino, por ter me aceitado como sua orientanda. Por me acompanhar, me mostrar os erros e acertos e pela força durante todo percurso até aqui.

A minha amiga Mara Caroline, pelo apoio sempre.

As minhas amigas do curso de Turismo: Mayara, Cacilda, Camila e Silvia, pelos momentos de alegria e aprendizado durante praticamente 4 anos.

Aos meus professores do Curso de Turismo: Linda Rodrigues, Rosélis Câmara, Saulo Santos, Anderson Miranda, Marcelo Furtado, Josilene Ribeiro e Taís Pinho, os quais realmente contribuíram na minha formação acadêmica.

Aos professores de outros cursos que ministraram disciplinas no curso de Turismo: Djenane, Frederico, Alan, Jean e Vidigal.

Aos meus amigos do espanhol Ana Carusa, Thalytta e Iuri, pelos momentos de descontração e pela torcida.

A todos aqueles que, direta ou indiretamente colaboraram para que este trabalho consiga atingir aos objetivos propostos.

*“A busca da excelência não é um objetivo em si, é um roteiro, um trajeto, uma jornada, com início, mas sem fim.”*

Léo Grieco de Almeida

## RESUMO

Estudo descritivo e de campo acerca da qualificação de recepcionistas de eventos em São Luís, relacionado com discussões teóricas pertinentes e complementares quanto ao turismo de eventos, qualidade e serviços. Aborda-se o crescimento deste turismo na localidade, conseqüentemente o aumento do número de eventos realizados, bem como a criação de várias empresas organizadoras de eventos, havendo a preocupação da qualidade na prestação desses serviços. As análises teóricas formaram a base para a pesquisa de campo junto aos recepcionistas de eventos em São Luís, sendo aplicados 20 questionários com este público de forma aleatória pela internet via e-mail, em dias e horários variados, gerando os dados expostos nesse estudo, sendo alcançado o objetivo proposto.

Palavras-chaves: Eventos. Qualidade. Serviços. Recepcionista de eventos.

## RESUMEN

Estudio descriptivo y del campo referente a la calificación de los recepcionistas de eventos en São Luís, relacionado con las discusiones teóricas pertinentes y complementarias cuánto con el turismo de eventos, de la calidad y de servicios. Acercándose al crecimiento de este turismo en el lugar, conseqüentemente el aumento del número de los eventos realizados, así como la creación de algunas compañías organizadoras de eventos, teniendo la preocupación de la calidad en la prestación de estos servicios. El análisis teóricos sirvió de base para la investigación del campo entre los recepcionistas de eventos en São Luís, no cuál se ha aplicado 20 cuestionarios con este público al azar por la Internet vía el email, en los días y los horarios variados, ocurriendo la generación de los datos expuestos en este estudio, siendo alcanzado el objetivo propuesto.

Palabras-clave: Eventos. Calidad. Servicios. Recepcionista de eventos.

## SUMÁRIO

	p.
<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>2 TURISMO DE EVENTOS .....</b>	<b>12</b>
<b>2.1 Breve Histórico de Eventos e o Surgimento do Turismo de Eventos .....</b>	<b>12</b>
<b>2.2 Abordagem Conceitual de Eventos .....</b>	<b>14</b>
<b>2.3 Tipologia de Eventos .....</b>	<b>17</b>
<b>2.4 A Importância do Turismo de Eventos na Atualidade .....</b>	<b>21</b>
<b>3 QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS .....</b>	<b>26</b>
<b>3.1 O que é Qualidade? .....</b>	<b>26</b>
<b>3.2 Qualidade em Serviços .....</b>	<b>31</b>
<b>3.3 Certificação ISO e seus benefícios .....</b>	<b>34</b>
<b>3.4 Qualidade em empresas de eventos de São Luís .....</b>	<b>36</b>
<b>4 RECEPCIONISTAS DE EVENTOS .....</b>	<b>41</b>
<b>4.1 Perfil do Profissional Recepcionista de Eventos .....</b>	<b>46</b>
4.1.1 Exemplos de Recepcionistas de Eventos e suas respectivas funções .....	48
4.1.2 Postura, Uniforme, Maquiagem e Cabelo .....	50
<b>5 METODOLOGIA .....</b>	<b>52</b>
<b>5.1 Tipo de Pesquisa .....</b>	<b>52</b>
<b>5.2 Universo e Amostra .....</b>	<b>53</b>
<b>5.3 Instrumentos de coleta de dados.....</b>	<b>53</b>
<b>5.4 Limitações da pesquisa .....</b>	<b>54</b>
<b>6 RESULTADOS DA PESQUISA DE ANÁLISE DA QUALIFICAÇÃO DE RECEPCIONISTAS DE EVENTOS EM SÃO LUÍS .....</b>	<b>55</b>
<b>7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>70</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>73</b>
<b>APÊNDICE .....</b>	<b>76</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O turismo é uma atividade que envolve o deslocamento de pessoas de seu lugar de origem para outra localidade, podendo ser por vários motivos como: lazer, cultura, religião, esportes, visita a parentes, negócios, eventos, dentre outros. A prática do turismo tem crescido de forma significativa com o decorrer dos anos, tornando-se de extrema importância para o desenvolvimento de vários países, devido ao favorecimento na economia destas localidades. O Brasil ocupou o 13º lugar no ranking das maiores economias em 2009, levando em consideração a importância do turismo para o Produto Interno Bruto (PIB), geração de empregos, divisas geradas por visitantes estrangeiros, fomentando o desenvolvimento da região ou nação, por meio da elevação do nível de renda, contribuindo na melhoria da qualidade de vida.

O turismo é segmentado em várias áreas a serem trabalhadas, ou seja, pode ser dividido em diversos ramos como: agenciamento, alimentos e bebidas, recreação, consultoria, gestão de meios de hospedagem, eventos, dentre outros. Bem como ter sua classificação em diversos tipos de turismo como: de aventura, ecológico, cultural, de compras, científico, de férias, de eventos. E, atualmente o que mais tem se destacado no mercado é o turismo de eventos, enfatizando o desenvolvimento do Brasil no setor, o qual em 2008 tornou-se o país líder na América Latina na captação de eventos. Este turismo apresenta vantagens de investimentos, pois com a chegada do turista de eventos na cidade, este geralmente vem acompanhado, tendo assim mais alguém para fazer gastos, frequentando vários estabelecimentos como hotel, restaurantes, bares, permanecendo no local alguns dias a mais do evento, ou retornando posteriormente com seus familiares para conhecer melhor a localidade.

O turismo de eventos está se desenvolvendo rapidamente em vários estados do Brasil, apresentando o estado do Maranhão, especificamente a cidade de São Luís, que após a criação do São Luís Convention e Visitors Bureau houve o aumento na captação de um maior número de eventos para localidade, bem como a demanda crescente por eventos sociais na cidade. Percebeu-se assim o aparecimento de várias empresas organizadoras de eventos,

responsáveis pelo planejamento, organização e execução dos eventos, havendo a necessidade de pessoas qualificadas para a prestação de serviços como recepcionistas de eventos.

Dessa forma, se torna relevante o estudo da qualificação de recepcionistas de eventos em São Luís, o qual terá abordagens sobre turismo de eventos, qualidade, serviços, visando o conhecimento destes para melhor entendimento do tema a ser trabalhado. A pesquisa é motivante, pois é um ramo que está em crescimento, com o qual me identifico e já trabalho na área há quatro anos, facilitando o processo de estudo. O trabalho tem como objetivos identificar a forma de seleção de recepcionistas pelas empresas para trabalharem em eventos, saber se estas empresas de eventos capacitam os recepcionistas por meio de treinamentos, conhecer o perfil de recepcionistas de eventos que trabalham em São Luís e saber se estes apresentam qualidade na prestação de seus serviços.

Assim, para melhor visão e êxito dos objetivos expostos, apresentam-se capítulos inerentes a discussão do presente trabalho, sendo que no segundo capítulo deste estudo faz-se uma abordagem sobre a história e o surgimento do turismo de eventos, de forma sucinta, apresentando conceituações de eventos, sua classificação, bem como sua importância na atualidade. O terceiro capítulo trata da questão da qualidade nos serviços prestados nos dias de hoje, expondo definições de qualidade e serviços, abordando a certificação ISO e comentando sobre a qualidade em empresas de eventos em São Luís. Já o quarto capítulo faz uma explanação sobre o profissional recepcionista de eventos, identificando suas características, qualidades e funções. No quinto capítulo é apresentada a metodologia utilizada na pesquisa. O sexto capítulo é o resultado da pesquisa de campo realizada com recepcionistas de eventos, em que foram aplicados 20 questionários aleatoriamente, enfatizando o fato da limitação a essa amostra, dada a quantidade de recepcionistas que trabalham na área, e por se tratar de trabalho monográfico, em que a delimitação da amostra busca dar uma visão geral sobre a maioria. O sétimo e último capítulo são as “Considerações Finais”, havendo uma síntese de todo processo do presente estudo, analisando e dando perspectivas sobre o assunto, finalizando com o êxito do objetivo almejado.

## **2 TURISMO DE EVENTOS**

Neste capítulo será abordado um breve histórico de eventos, bem como o surgimento do turismo de eventos. Serão analisadas algumas conceituações de turismo de eventos, percebendo-se que cada autor contribui e complementa para este conceito, facilitando assim numa melhor compreensão deste termo. Apresenta-se ainda a tipologia de eventos, em que se observa uma variedade dos mesmos e mostra-se a importância do turismo de eventos na atualidade.

### **2.1 Breve Histórico de Eventos e o Surgimento do Turismo de Eventos**

Os eventos são acontecimentos que ocorrem desde os primórdios, quando das civilizações antigas em que havia a necessidade de se reunir para comemorar datas importantes para sociedade e para as próprias famílias, exemplificando-os: a mudança das estações, eventos religiosos como concílios e celebrações da vida. “Tanto de forma particular quanto em público, as pessoas sentem necessidade de marcar as ocasiões importantes de suas vidas e festejar os principais momentos [...]” (ALLEN et al., 2003, p. 4).

Na antiguidade tiveram destaque os Jogos Olímpicos datados de 776 a.C. e as Festas Saturnálias, de onde derivou-se o Carnaval, esse período marcou o início do turismo de eventos, lembrando ainda que nessa época desenvolveu-se o espírito de hospitalidade na Grécia. Já em 377 a.C. houve uma reunião com delegados de todas as cidades gregas para eleger Felipe o generalíssimo da Grécia nas lutas contra a Pérsia, sendo este o primeiro evento que ocorreu com a denominação de congresso. De acordo com Matias (2010, p. 4), “a civilização antiga deixou de herança para o Turismo e para o Turismo de Eventos o espírito de hospitalidade, a infraestrutura de acesso e os primeiros espaços de eventos”.

Já a Idade Média contribuiu na facilitação das viagens por meio do surgimento do Guia de Estradas de Charles Estienes (1552), o qual apresentava roteiros e diversas informações sobre viagens. Sendo ainda de grande ajuda para o desenvolvimento do Turismo

de Eventos a realização de eventos religiosos (concílios) e comerciais (feiras comerciais), havendo o deslocamento de um grande número de pessoas. Tendo ainda as apresentações teatrais de caráter religioso, as quais foram se destacando, saindo do interior das igrejas para as ruas e praças públicas, atingindo um grande público. Segundo Matias (2010, p. 5):

Para o Turismo de Eventos, a Idade Média foi bastante significativa, pois praticamente plantou as bases para o desenvolvimento desse tipo de turismo. Foi marcada por uma série de eventos religiosos e comerciais, que causaram o deslocamento de um grande número de pessoas, como membros de clero, mercadores e outros.

Ainda na Idade Média é válido enfatizar que neste período tiveram destaque as feiras comerciais, as quais eram consideradas como uma das formas de comércio mais importantes da época, delas derivavam a necessidade das pessoas de se alimentar, vestir-se, armar-se, etc. E nesse período da realização das feiras haviam certas liberdades como a organização de jogos proibidos, a suspensão das guerras e as liberdades para garantir trocas. As feiras mais antigas e que aconteciam com frequência eram as da Região de Champagne, na França, frequentadas pela classe rica flamenga e italiana. As feiras provocavam deslocamentos de várias pessoas impulsionadas pelas novidades e em busca de efetuar negócios. Conforme Matias (2010, p. 19):

Esse período foi muito rico em termos de atividade comercial, devido à grande quantidade de feiras que originou. Algumas delas perduram até os dias atuais e são importantes para o Turismo de Eventos, porque as bases para seu desenvolvimento começaram a ser plantadas.

Após o declínio da Idade Média, várias viagens eram feitas por artesãos, músicos e artistas, ressaltando as viagens como o Grand Tour, em que jovens de alto poder aquisitivo viajavam para complementar seus conhecimentos e obter experiências profissionais. Já no século XIX, o inglês Thomas Cook consolidou o turismo e o turismo de eventos como atividade organizada com um grupo de pessoas que viajaram para participar de um congresso.

É válido ressaltar que em fases como a Primeira Guerra Mundial e a Segunda Guerra Mundial, os eventos foram interrompidos, desfavorecendo o desenvolvimento do Turismo de Eventos. Somente após o término das guerras, estes voltaram a ser executados. Como exemplos as feiras, exposições e os Jogos Olímpicos, os quais desde então

prossegiram até os dias de hoje, sendo um marco histórico na trajetória do Turismo de Eventos. Ou seja, mesmo depois de períodos longos e conturbados como estes o turismo de eventos não estagnou, dando continuidade aos eventos já citados logo após as guerras. O turismo de eventos teve sua consolidação como atividade econômica e social no século XX, tendo ainda contribuições de vários tipos de eventos, assim como os eventos esportivos e as feiras de amostras.

Durante todo o percurso ao longo dos anos, os eventos adquiriram contribuições das sociedades de cada época, obtendo características econômicas, sociais e políticas. Com o decorrer do tempo o desenvolvimento do turismo de eventos se deu através de fatores como produtos e serviços aliados aos avanços da tecnologia, as facilidades na questão do deslocamento de uma localidade a outra, transportes, hospedagem, comunicação, dentre outros, decorrentes da própria globalização. Conforme Allen et al. (2003, p. 27):

Dentre as forças correntes mais importantes atuando sobre a comunidade, temos a globalização e a tecnologia, que estão se unindo para fazer o mundo parecer não só menor como mais complexo. Essas forças estão influenciando praticamente todos os aspectos de nossas vidas, inclusive os eventos [...]

Percebe-se, que a globalização interferiu de forma positiva não só para a evolução do turismo de eventos como para a própria humanidade, em que na antiguidade eram poucos os eventos existentes e que, com o passar dos anos, foi-se aumentando o número de eventos presentes no mundo inteiro, onde há um intercâmbio maravilhoso de culturas e valores e um grande incentivo na economia de vários países.

## **2.2 Abordagem Conceitual de Eventos**

Depois de conhecer um pouco sobre a história e o surgimento dos eventos, é de extrema importância o conhecimento de conceituações da palavra eventos, já que existe uma diversidade de definições, pois cada autor conceitua de uma forma.

Encontros de amigos, reuniões a negócios, festas familiares, aniversários, ou até mesmo algumas atividades realizadas no dia-a-dia de cada pessoa podem ser considerados

possíveis eventos, independente de classe social, de localidade, desde que esteja voltado ao alcance de algum objetivo. Assim, Martin (2003, p. 34-35) define que:

Os eventos estão 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.

Percebe-se que esta conceituação dada pela autora é bem simples, em que ela considera os eventos como acontecimentos comuns, presentes no dia a dia de cada um, informando que de certa forma há uma dependência destes para o alcance de metas de cada indivíduo. Não tendo nesta definição a presença de termos técnicos e não havendo também uma análise mais profunda sobre os eventos. Já para Britto e Fontes (apud Martin, 2003, p.37), 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 idéia, ação ou produto, apresentando os diagnósticos de resultados e meios mais eficazes para se atingir determinado objetivo.

Conforme a definição das autoras, elas deixam bem claro que os eventos têm que ser atividades com planejamento, organização e coordenação abrangendo muitos participantes num determinado local e tempo, relacionando informações sobre idéias ou produtos com seus respectivos efeitos no alcance de metas pré-estabelecidas, estando essa definição um pouco mais aprofundada que a anterior. Semelhante a este conceito tem-se também o de Goidanich e Moletta (1998, p. 9), em que eventos são:

Acontecimentos criados e planejados para ocorrer em um lugar determinado e com espaço de tempo pré-definido. Têm finalidades específicas, visando a apresentação, a conquista ou a recuperação do público-alvo. Podem ser criados artificialmente, ocorrer espontaneamente ou, ainda, ser provocados.

Esta conceituação se assemelha a das autoras Britto e Fontes, pois tem a preocupação de determinar como eventos, acontecimentos previamente organizados, em espaço e tempo determinados, tendo o intuito de alcançar um público-alvo. Todavia se diferencia quando afirma que os eventos podem ter sua criação de forma artificial ou

espontânea ou ainda, podendo ser provocados. Mas, para Canton (apud Martin, 2003, p.35), evento é o:

Conjunto de ações profissionais desenvolvidas com o objetivo de atingir resultados qualificados e quantificados junto ao público-alvo; conjunto de atividades profissionais desenvolvidas com o objetivo de alcançar o seu público-alvo através do lançamento de produtos, da apresentação de pessoas, empresas ou entidades, visando estabelecer o seu conceito ou recuperar o seu público-alvo; realização de ato comemorativo, com ou sem finalidade mercadológica, visando apresentar, conquistar ou recuperar o seu público-alvo.

Para a autora, o evento tem que apresentar atos profissionais, não podendo ser qualquer atividade do cotidiano, havendo a preocupação de envolver a qualidade, já tendo um público pré-determinado, e pretendendo buscar a imagem de algum produto, serviço ou instituição a ser reconhecida através da utilização de alguns artifícios, constatando que este é um conceito com abordagem ampla e aprofundada. E para complementar mais ainda as conceituações de eventos, apresenta-se a definição da autora Meirelles (1999, p. 21) que afirma:

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

Analisando o conceito da autora, constata-se que este abrange praticamente todas as características já aplicadas nos conceitos anteriores, definindo sua utilização na comunicação, com o intuito de formação de idéia através de acontecimentos planejados, com espaço limitado e contato entre os participantes. Zanella (2010, p. 1), destaca ainda que “para quem organiza, o evento significa muito trabalho, iniciativa, criatividade, competência e resultados”.

Após a abordagem e análise de várias conceituações sobre os eventos, é interessante, pois, conceituar também o turismo de eventos para melhor entendimento do estudo. Então, para Hoeller (apud Tenan, 2002, p. 10-11):

O turismo de eventos é a parte do turismo que leva em consideração o critério relacionado ao objetivo da atividade turística. É praticado com interesse profissional e cultural por meio de congressos, convenções, simpósios, feiras, encontros

culturais, reuniões internacionais, entre outros, e é uma das atividades econômicas que mais crescem no mundo atual.

Ou seja, nesta definição, o turismo de eventos é exposto como um dos tipos de turismo existentes, uma parte deste e que está voltado para a atividade turística, sendo exercido de forma profissional e até cultural através de várias modalidades de eventos, tendo apresentado relevância como uma das atividades econômicas que mais crescem e contribuem para a sociedade em geral. Outra conceituação foi citada por Britto e Fontes (2002, p.30), que analisam que:

O turismo de eventos vem proporcionar ao grupo de profissionais de uma mesma área a troca de informações, a atualização de tecnologias, o debate de novas proposições, o lançamento de um novo produto (cultural, histórico, social, industrial, comercial), que se constituem no melhor desempenho do grupo de interesse em questão. Promovendo a interação dessas pessoas, contribui-se para a geração e o fortalecimento das relações sociais, industriais, culturais e comerciais, ao mesmo tempo em que são gerados fluxos de deslocamento e visitação.

Assim, comprova-se a importância do turismo de eventos, em que as autoras mostram que este proporciona aos profissionais uma troca constante de informações, o uso de altas tecnologias, discussões e debates importantes condizentes com os assuntos pré-estabelecidos nos eventos determinados, além do processo de interação dos indivíduos, contribuindo para todas as relações como sociais, industriais, culturais e comerciais, levando ainda em consideração a geração de demanda de turistas de diversas localidades. Logo após os conceitos mostrados, analisa-se que alguns autores têm concepções mais amplas sobre eventos, enquanto que outros têm de forma mais limitada, alguns são abrangentes e outros específicos. São várias as conceituações encontradas sobre eventos, cada autor com suas características específicas.

### **2.3 Tipologia de Eventos**

Quando se trata da classificação de eventos, há uma diversidade de maneiras de classificá-los, principalmente porque cada autor cria um modelo determinado para divisão dos

tipos de eventos. Todavia, como existem muitas classificações, não tendo como mostrar todas, estas serão bem representadas através da classificação que as autoras Britto e Fontes (2002, p.57-62) determinam. Se dividindo em categoria, área de interesse, localização, características estruturais e tipologia.

#### *Classificação por Categoria:*

- Institucional: quando visa a criar ou firmar o conceito e a imagem de uma empresa, entidade, governo ou pessoa;
- Promocional ou Mercadológico: quando objetiva a promoção de um produto ou serviço de uma empresa, governo, entidade, pessoa ou local (no caso do turismo), em apoio ao marketing, visando, portanto, a fins mercadológicos.

#### *Classificação por área de interesse:*

- Artística: está relacionada a qualquer espécie de arte, como música, dança, pintura, poesia, literatura, teatro e outras;
- Científica: trata de assuntos científicos nos campos da medicina, física, química, biologia, informática e outros em que a tônica é a pesquisa científica;
- Cultural: ressalta os aspectos da cultura, objetivando sua divulgação e reconhecimento, com fins normalmente promocionais, [...];
- Educativa: enfoca a divulgação de didáticas avançadas, cursos e novidades correlatas à educação;
- Cívica: trata de assuntos ligados à Pátria e à sua história;
- Política: são os eventos relacionados com assuntos das esferas políticas, [...];
- Governamental: trata de realizações do governo, em qualquer esfera, nível e instância;
- Empresarial: enfoca as pesquisas, resultados e realizações das organizações e seus associados;

- Lazer: objetiva proporcionar entretenimento aos seus participantes;
- Social: são os eventos de interesse comum da sociedade como um todo, [...];
- Desportiva: qualquer tipo de evento realizado dentro do universo esportivo, independente de sua modalidade;
- Religiosa: trata de interesses, assuntos e confraternizações religiosas, sejam quais forem as crenças abordadas;
- Beneficente: [...], esses eventos refletem programas e ações sociais que são divulgados e/ou auxiliados em acontecimentos públicos;
- Turística: seu objetivo é a divulgação e promoção de produtos e serviços turísticos com a finalidade de incrementar o turismo local, regional, estadual e nacional. [...].

#### *Classificação por localização:*

Essa classificação distingue os eventos por sua localização de ocorrência, estabelecendo seu porte e seus intervenientes. Podem ser locais (de bairro), distritais, municipais, regionais, estaduais, nacionais e internacionais.

#### *Classificação por características estruturais:*

Pelo porte do evento:

- Pequeno: evento com número de até 200 participantes;
- Médio: evento com número de participantes estimado entre 200 e 500;
- Grande: evento com mais de 500 participantes.

Pela data de realização:

- Fixo: evento com data de realização invariável, de acordo com as comemorações cívicas, religiosas e outras. Realizam-se, anualmente, no mesmo dia.
- Móvel: evento que sempre se realiza, porém em data variável, segundo o calendário ou os interesses da organização promotora.
- Esporádico: evento de realização temporária, que acontece em função de fatos extraordinários, porém previstos e programados.

Pelo perfil dos participantes:

- Geral: evento organizado para uma clientela em aberto, limitada apenas em função da capacidade do local de realização.
- Dirigido: evento restrito a um público que possui afinidades com o tema.
- Específico: evento realizado para público claramente definido pela identidade de interesse pelo assunto.

*Classificação por tipologia:*

Os eventos podem ser classificados conforme sua tipologia, ou seja, seu tipo, sua característica marcante. A seguir será exposto um quadro com os principais tipos de eventos para melhor ilustração.

**QUADRO 1: TIPOLOGIA DE EVENTOS**

<b>Programas de Visitas</b>	Famtour; Openday.
<b>Exposições</b>	Feiras; Exposições; Road-shows; Show case; Mostras; Salões; Vernissages.
<b>Encontros Técnicos e Científicos</b>	Congressos; Conferências; Videoconferências; Ciclos de Palestras; Simpósios; Mesas-redondas; Painéis; Fóruns; Convenções; Seminários; Debates; Conclaves; Brainstormings; Semanas; Jornadas; Concentrações; Entrevistas; Coletivas; Workshops; Oficinas; Assembléias; Estudos de caso; Comícios; Passeatas; Carreatas.
	Saraus; Coquetéis; Happy-hours; Chás da tarde; Chás-de-bebê; Chás-de-cozinha; Chás

<b>Encontros de Convivência</b>	beneficentes; Chás-bar; Almoços; Jantares; Banquetes; Cafés da manhã; Brunches; Coffee-breaks; Guest Coffees; Encontros Culturais; Shows, Festivais.
<b>Cerimônias</b>	Cerimônias de cunho religioso; Cerimônias fúnebres; Casamentos; Bodas; Cerimônias de Posse; Cerimônias acadêmicas (formatura, outorga de títulos, aula magna)
<b>Eventos Competitivos</b>	Concursos; Gincanas; Torneios, Campeonatos; Olimpíadas.
<b>Inaugurações</b>	Espaços físicos; Monumentos (históricos, e homenageativos)
<b>Lançamentos</b>	De pedra fundamental; De livros; De empreendimentos imobiliários; De maquetes; De produtos; De serviços.
<b>Excursões</b>	Técnicas; De incentivo; Educacionais.
<b>Desfiles</b>	Desfiles cívicos; Desfiles de moda.
<b>Leilões</b>	Variados
<b>Dias Específicos</b>	Variados
<b>Outros</b>	Variados

FONTE: Britto e Fontes (2002, p. 61-62)

Esse quadro acima é bem interessante, pois apresenta a tipologia de eventos, mostrando sua diversificação e variedade. Constata-se que existem muitos tipos de eventos, cada um com suas características específicas, com determinados públicos e localidades definidas.

## 2.4 A Importância do Turismo de Eventos na Atualidade

No decorrer dos anos houve o crescimento e desenvolvimento do turismo de eventos no mundo e no Brasil, lembrando que em tempos antigos havia os pequenos deslocamentos para a participação de eventos em outras localidades. Os anos passaram e foram aumentando a quantidade de eventos ocorridos em diversas localidades, percebendo que muitas destas começaram a depender do turismo de eventos para fortalecer o crescimento de suas economias. Matias (2010, p. 32), afirma que “o Turismo de Eventos é uma atividade econômica muito importante, pois garante a sobrevivência de muitas localidades que vivem do seu desenvolvimento.” Por outro lado, as pessoas passaram a dedicar mais tempo ao lazer, as reuniões, a melhoria nas rendas familiares permitiram oportunidades de gastos maiores, levando assim ao aumento também do número de eventos sociais realizados.

O turismo de eventos mostra-se como uma indústria em expansão, passou a ter reconhecimento do governo depois de muitos anos, demonstrando que é uma atividade lucrativa, gerando benefícios econômicos por meio da atração de turistas para as localidades em período de baixa estação, contribuindo na questão da sazonalidade e também na geração de empregos e renda. De acordo com Allen et al. (2003, p. 17):

Cada vez mais os governos estão se voltando para o turismo como uma indústria em crescimento, capaz de acarretar benefícios econômicos e geração de empregos. Os eventos, por sua vez, são vistos como catalisadores para a atração de visitantes, o aumento de gastos médios por turista, bem como de seu período de permanência.

O turismo de eventos se torna de extrema importância para a hotelaria, aumentando a demanda em períodos que ocorrem eventos na localidade, ajudando na economia hoteleira em épocas de baixa estação. O turista de eventos gasta mais que um turista de lazer, segundo uma pesquisa realizada pelo São Paulo Convention e Visitors Bureau (SPC&VB) na cidade de São Paulo. Como mostra Martin (2003, p.20), “[...] enquanto o turista de lazer consome US\$ 80, o gasto do turista de eventos é de US\$ 220 por dia (são quase três vezes mais do que o turista de lazer).”

Dessa forma, se tornam claras as vantagens que o turismo de eventos tem apresentado principalmente para a hotelaria. Muitos hotéis são construídos em diversas localidades, visando o turismo, preocupados com a estada dos turistas em um local bom e de qualidade, bem como a criação de auditórios próprios, espaços de eventos cada vez mais comuns nos hotéis, gerando grande movimentação de turistas. Para Martin (2003, p. 32):

[...] se a economia brasileira mantiver seu ritmo de crescimento, todo esse aquecimento na construção de empreendimentos hoteleiros deverá continuar por alguns anos ainda, embora num ritmo mais desacelerado. O também explosivo aumento dos novos espaços de eventos espalhados por todo o país permitirá o surgimento de mais eventos que não aconteciam nessas cidades, por falta de local ou de data disponível, gerando o aumentando o movimento de hóspedes.

É perceptível em várias cidades o aumento na construção de espaços voltados para eventos, de diversos modelos, tamanhos, com capacidade cada vez mais para um maior número de pessoas, com arquitetura e design sofisticado e elegante, atendendo as

necessidades dos eventos a serem captados. Assim, atraindo mais eventos, os quais antes não ocorreriam em decorrência da inexistência destes espaços.

Para Matias (2010, p. 27), “o Turismo de Eventos, para se desenvolver, não necessita somente de espaços que possibilitem a realização dos eventos, mas também de meios de hospedagem e transportes, que são a base de sustentação da atividade turística.” Ou seja, como o turismo de eventos depende de espaços para a realização de eventos, hotéis para hospedar turistas, transportes, agências, alimentos e bebidas, o segmento acaba por influenciá-los, favorecendo com lucros para cada setor interligado ao turismo de eventos. Allen et al. (2003, p. 19) afirma que:

Grandes eventos agem como catalisadores para a renovação urbana e para a criação ou expansão da infra-estrutura turística. A construção de hotéis e instalações, a melhoria nas comunicações e no sistema de estradas e redes de transporte público são alguns dos benefícios legados por esses eventos.

O evento por si só gera a atividade turística devido a sua atratividade, criando dessa forma uma demanda de turistas, ou seja, um turista de eventos se desloca para participar de um evento em outra localidade, todavia devido sua ocupação na participação do evento, deixa de conhecer melhor o destino, criando interesse em voltar outra vez com seus amigos e/ou parentes. Assim o turismo de eventos está ligado a atividade turística e impulsiona cada vez mais o turismo de lazer.

De acordo com De Souza, numa pesquisa realizada entre dezembro de 2007 e dezembro de 2008, abrangendo 36 eventos internacionais realizados nas cidades de São Paulo, do Rio de Janeiro, de Recife, Brasília, Salvador, Porto Alegre, Curitiba e Foz do Iguaçu, o estudo demonstrou que:

[...] 66,21% dos entrevistados vieram ao Brasil pela primeira vez em razão de eventos, cujo gasto médio é US\$ 285,10 e permanência de 6,8 dias. A pesquisa aponta, ainda, que 64,7% utilizam seu tempo livre para fazer compras, enquanto que 40,9% dedicam este tempo a passeios turísticos. Além disso, 70,45% não visitaram outras cidades durante o período do evento e a permanência antes ou depois do evento é de 3,1 dias. Com relação a retornar ao Brasil, 92,57% dos entrevistados responderam positivamente.

“Este resultado mostra o avanço consistente do turismo brasileiro em todos os segmentos. **Os eventos internacionais, especialmente, atraem um turista de alto poder aquisitivo, que gasta mais e acaba voltando ao Brasil, com sua família, a passeio**” (Luiz Barretto, 2009, grifo do autor).

Segundo estudo divulgado pela International Congress and Convention Association (ICCA), principal entidade mundial do setor, apresenta o Brasil como elite dos dez países que mais sediam eventos no mundo, com a realização de 254 eventos internacionais no ano de 2008, de acordo com os padrões da associação. Afirmando ainda que o Brasil subiu uma posição entre estes países, passando do 8º para o 7º lugar no ranking da ICCA, lembrando que em 2003 ocupava a 19ª posição.

O segmento de eventos está em fase de estruturação, dessa forma não se sabe ao certo quais os valores que o setor movimenta no mundo. Todavia, a EMBRATUR (Instituto Brasileiro de Turismo) solicitou uma pesquisa a Fundação Getúlio Vargas (FGV), em que esta apresenta o impacto direto na economia em relação aos gastos efetivados pelos participantes estrangeiros em apenas quatorze eventos internacionais ocorridos no Brasil no ano de 2008, sendo um total de US\$ 14.949.558,00 (quatorze bilhões novecentos e quarenta e nove milhões quinhentos e cinquenta e oito mil dólares). Ou seja, percebe-se que o setor apresenta valores bem representativos economicamente, sendo que estes gastos citados acima foram referentes apenas a alguns eventos internacionais, faltando ainda somar com todos os eventos realizados no Brasil. As despesas que os turistas têm estão relacionadas a transporte, hospedagem, alimentos e bebidas, cultura e lazer, bem como compras e presentes para amigos e parentes.

Para enfatizar a importância do turismo de eventos, o Ministério do Turismo (2008, p.20-21) apresenta alguns aspectos do Turismo de Negócios e Eventos que merecem destaque:

- Oportunidade de equacionamento de períodos sazonais, [...];
- Institui-se como de alta rentabilidade, [...];
- Os eventos e atividades de negócio funcionam como ferramenta de marketing para o destino, [...];

- Utilização de infra-estrutura e serviços de elevado padrão de qualidade;
- A demanda não reduz significativamente em momentos de crise econômica;
- Aumento da arrecadação de impostos – [...];
- Desenvolvimento científico e tecnológico [...];
- Profissionalismo – requer capacitação específica e não aceita improvisações;
- Diversidade – pela variedade de eventos oferecidos no mercado;
- Motivação – ocasionada pelo interesse no evento, e não pela atratividade do destino.

Ou seja, o turismo de eventos favorece as localidades, pois os turistas visitarão estas não apenas em períodos de férias, mas também quando houver a realização de eventos nas mesmas, além da presença do público que viaja a negócios. Este turismo tem apresentado cada vez mais vantagens lucrativas favorecendo a economia nas regiões, além de alavancar as destinações como localidades turísticas a serem visitadas. Porém, para o desenvolvimento deste turismo de eventos é necessário o profissionalismo de todos os estabelecimentos e empreendimentos responsáveis pela prestação de serviços voltada para a atividade turística.

### **3 QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS**

Este terceiro capítulo diz respeito à questão da qualidade nos serviços prestados nos dias de hoje, necessitando assim de uma explanação inicial do conceito de qualidade, apresentando suas dimensões e mostrando como esta é vista atualmente pelas empresas e pelos clientes. Depois será feita a junção da qualidade com serviços, buscando a devida caracterização destes, para melhor entendimento da qualidade na prestação de serviços. Prosseguindo com uma abordagem sobre a Certificação ISO e seus benefícios para as empresas e logo em seguida a questão da qualidade em empresas de eventos de São Luís.

#### **3.1 O que é Qualidade?**

O termo qualidade, hoje em dia está sendo muito utilizado não só no âmbito de empresas como no próprio cotidiano das pessoas, as quais buscam cada vez mais a tão almejada “qualidade de vida”. E o que seria esta “qualidade de vida”? A busca pelo bem estar contínuo de si mesmo, seja fisicamente e/ou psicologicamente, podendo ser conquistado pela prática de atividades físicas com frequência, evitando assim diversas doenças, comer de forma moderada, não ter vícios, não trabalhar exageradamente para não ter estresse, dentre outros pontos importantes, levando-o dessa forma ao alcance de uma vida saudável e com qualidade.

É interessante essa discussão sobre a qualidade mediante o processo da globalização, ou seja, percebe-se aparentemente uma preocupação de várias empresas de diversos ramos no mundo inteiro. As quais estão buscando a tão desejada qualidade em seus negócios para conseguir maior competitividade no mercado. Que na verdade o que era para estar em constância em todas as empresas, no caso, a qualidade, hoje, passou a ser um diferencial, já que muitas delas não apresentam esta satisfatoriamente. Porém, engana-se quem pensa que a qualidade só está sendo discutida agora, ela está presente na vida das pessoas há muito tempo, todavia tendo ênfase maior atualmente, devido a grande concorrência estabelecida no mercado. A seguir, alguns conceitos definidos pelos chamados gurus da qualidade.

Para Juran (apud Carvalho et al, 2005, p. 14), “Qualidade é adequação ao uso”. E para Crosby (apud Carvalho et al, 2005, p. 16), “Qualidade é conformidade às especificações”. Percebe-se que os autores definem a qualidade de forma bem simples, havendo uma singela semelhança entre as duas conceituações apresentadas, já que na primeira afirma se adequar a uma devida utilidade e na segunda estar conforme as “regras”, sendo assim estando apta para o seu uso.

Já para os autores Deming (apud Carvalho et al, 2005, p. 13), “Qualidade é a satisfação das necessidades do cliente, em primeiro lugar”, e Ishikawa (apud Carvalho et al, 2005, p. 17), “Qualidade é satisfazer radicalmente ao cliente, para ser agressivamente competitivo”. Deming prioriza os clientes, mostrando que a qualidade é dada pela satisfação de suas necessidades e Ishikawa complementa enfatizando o fator radical, para ser possível uma maior competição no mercado.

Outro autor conseguiu juntar os conceitos de seus colegas em uma definição que parece bem mais completa, pois apresenta os pontos comentados anteriormente e abrange também outros aspectos. Ou seja, para Feigenbaum (apud Carvalho et al, 2005, p. 15), “Qualidade é a composição total das características de marketing, projeto, produção e manutenção dos bens e serviços, através dos quais os produtos atenderão às expectativas do cliente”.

Conforme apresentadas as conceituações dos gurus da qualidade, sabe-se que com o decorrer dos anos tudo se transforma, se modifica, e com a qualidade não é diferente, as definições antigas ainda estão sendo usadas, todavia é válido ressaltar que a cada dia outros autores vão complementando e dando seus diferentes pontos de vista. É o que afirma Carvalho et al (2005, p.73):

Ao mesmo tempo, deve-se observar que a qualidade sofre alterações conceituais ao longo do tempo, até porque variam as posturas, as necessidades, os gostos, as preferências e as expectativas do consumidor. A qualidade, assim, passa por um *processo evolutivo*. Esta seria a componente “temporal” do conceito.

Importante mostrar nesse ponto também que a ideia da qualidade é muito relativa, principalmente quando se trata de concepção e conhecimento de cada indivíduo, pois depende de “aspectos” como o nível de escolaridade, a vivência, localidade, cultura, idade, dentre

outros fatores, os quais irão influenciar em diversas opiniões. Bem como a “diferenciação” de conceito de qualidade para a empresa e para o cliente, que às vezes acaba não parecendo o mesmo, porém tendo sempre que estar relacionado, já que a empresa nunca terá qualidade total se não agradar ao cliente.

As empresas estão numa maratona contínua da qualidade, ou seja, não param de correr em busca do lucro, do dinheiro, do sucesso, que para isso, depende muito da consolidação interna e externa da qualidade da empresa. Sendo assim, para se ter qualidade de verdade, esta precisa vir de dentro da organização, com seus funcionários internos, para depois chegar aos clientes externos. E quem esclarece isso é Gil (apud REIS, 2009), identificando a qualidade como:

uma condição de equilíbrio/sintoma/utilidade/perfeição/lógica que caracteriza processos e resultados de planejamento, execução, controle e auditoria que, para ser alcançada/executada/trabalhada, necessita de planejamento, execução, controle e auditoria de processos e resultados da entidade cuja qualidade está em foco/sob atuação/sendo objeto de esforço.

Ou seja, uma empresa tem que estar preparada para tudo e ter uma gestão capaz de coordenar todos os processos abordados acima, chegando assim ao alcance da qualidade e pode-se dizer também de uma gestão de excelência. A qualidade se dá pelo trabalho, esforço, compreensão, confiança, credibilidade, segurança, equipe, satisfação dos clientes (superando suas expectativas). A gestão nas empresas tem que apresentar qualidade, que é uma exigência do mercado e que pode ser considerada uma “obrigação”.

Para Almeida (1993, p. 13), pouco adianta um presidente, diretor ou gerente escrever ou dizer que Qualidade é importante, se esse ato não for demonstrado aos subordinados pela sua própria atitude no dia a dia. Não vale “Façam o que eu digo, mas não o que eu faço”. Isto é o que acontece constantemente em várias empresas, o presidente questiona o porquê de sua empresa não estar indo bem, sem perceber que o problema vem de si mesmo e não somente dos funcionários, ou seja, tem que haver estímulo, motivação, qualidade sendo demonstrada todos os dias na organização. Almeida (1993, p.117), ainda comenta que “a responsabilidade pela melhoria contínua da Qualidade é do corpo gerencial”.

Quaisquer prestações de serviço ou produto que não pretendam ser niveladas por baixo e almejem escapar da faixa de mediocridade tem de se preocupar em atender o público

com eficiência e da forma mais personalizada possível. É preciso quebrar a sensação de indiferenciado e oferecer aos indivíduos algo especial (TRIGO apud REIS, 2009). Isto quer dizer que, se a empresa quer seu espaço, seu lugar em destaque, ter uma boa imagem, precisa satisfazer seu público alvo com eficácia e tratamento personalizado, sempre se preocupando com o que ele pensa, qual a sua opinião em relação ao produto ou serviço oferecido.

É interessante, pois, a exemplificação de dois dos princípios da qualidade definidos por Carvalho et al (2005, p.75-76):

A qualidade é gerada a partir de conceitos e filosofias, ou seja, da compreensão de que ela é um valor estratégico. Somente depois de esses valores serem definidos é que se selecionam as ferramentas, as técnicas e os métodos para produzi-la.

A qualidade costuma custar caro. Mas seu retorno é altamente vantajoso.

Numa determinada organização, todos tem que estar cientes do que vem a ser a qualidade, do valor que ela representa, servindo como estratégia para a seleção de ferramentas, dando suporte para a elaboração de técnicas e aplicação de métodos a serem executados para solução de quaisquer problemas. Lembrando que a qualidade tem seus custos, mas se aplicada, a recompensa será maior, evitando até mesmo gastos e desperdícios.

Complementando ainda, Carvalho et al (2005, p. 81) comenta sobre a visão estratégica da qualidade, a qual fornece dicas para garantir lugar de destaque, como:

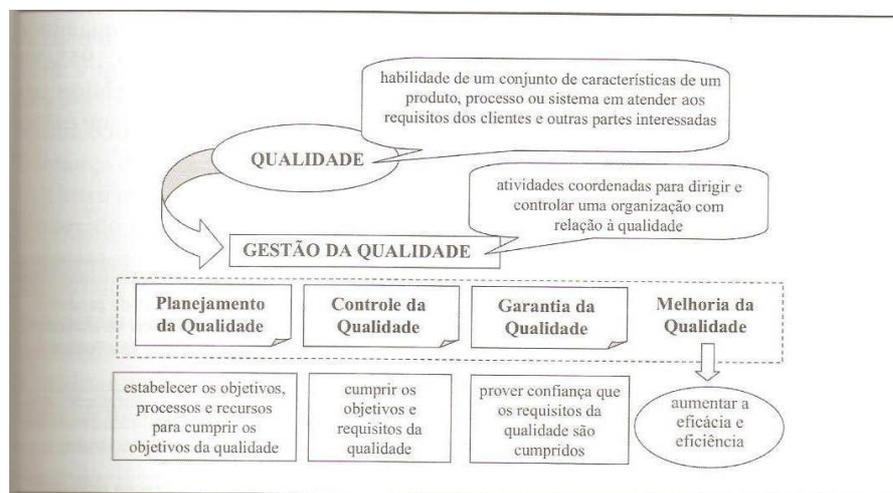
- *Ação multifuncional*. Dica de sobrevivência: Garantir seu lugar na orquestra: Quem toca violão tem apenas um lugar na orquestra. Quem toca violão e flauta tem dois lugares na orquestra; quem toca violão, flauta e teclados tem três lugares na orquestra. Mas, cuidado: quem toca dez instrumentos pode não ter nenhum lugar na orquestra; o maestro pode achar que o sujeito não toca nada que preste...
- *Visão de marketing*. Dica de sobrevivência: garantir sua imagem estratégica. Conquistar respeito do mercado depende muito do sucesso de decisões e ações. Consolidar esta posição implica fixar uma imagem de credibilidade. Em geral, ela advém de determinação de soluções práticas, simples, eficientes e eficazes.
- *Criar demanda*. Dica de sobrevivência: garantir posturas inovadoras que sejam capazes de criar demanda. Quem se adianta no plantio, colhe frutos primeiro. Se os frutos tiverem demanda, estará garantida a sobrevivência no mercado. A questão,

assim, não é apenas sair na frente, mas propor mecanismos práticos de interesse do mercado. Embora o mercado ainda nem tenha percebido que terá interesse neles.

A ação multifuncional pode ser almejada por muitas pessoas, todavia todos tem que ter cuidado e controle sobre o que sabe e o que não sabe fazer, para que não ocorram problemas, e os outros pensem que você não apresenta habilidade em nada. É o caso de empresas que querem oferecer vários produtos e serviços, acabando perdendo o controle e não oferecendo qualidade em nenhum. Já a visão de marketing diz respeito à sua imagem a ser estabelecida no mercado, se preocupando em manter sempre uma boa imagem com soluções sempre efetivas. E quando se fala em criar demanda, quer dizer inovar em produtos e serviços, ser o primeiro dentre todos os outros do mercado, garantindo assim sua sobrevivência.

A seguir uma figura mostrará a inter-relação entre conceito de qualidade, gestão da qualidade e alguns elementos que a compõem.

**FIGURA 1: CONCEITO DE QUALIDADE, GESTÃO DA QUALIDADE E ELEMENTOS QUE A COMPÕEM**



FONTE: Carvalho et al (2005, p. 87)

Esta figura deixa bem clara a relação existente entre qualidade e gestão da qualidade, identificando a primeira como habilidade de um grupo de características de um serviço ou produto para atender requisitos de clientes e a segunda como atividades

responsáveis pela direção e controle de uma organização com relação à qualidade. Analisando também elementos como planejamento, controle, garantia e melhoria, todos inerentes à qualidade, cada um com suas devidas funções.

### 3.2 Qualidade em Serviços

Depois de serem abordadas várias conceituações de qualidade, alguns princípios e a importância da mesma para a sociedade, será feita uma abordagem sobre serviços, conceituando-o, caracterizando-o e posteriormente relacionando-o com a qualidade.

Segundo o dicionário do Aurélio, *serviço* significa ação ou efeito de servir. Desempenho de funções obrigatórias; emprego, trabalho. Produto da atividade do homem destinado à satisfação de necessidades humanas, mas que não apresenta o aspecto de um bem material (transporte, educação, pesquisa científica, assistência médica, jurídica, hospitalar etc.). Ou seja, serviço vem a ser atividades oferecidas por empresas, mediante efetuação de pagamento do ato a ser executado, satisfazendo a vontade do cliente.

No artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor apud (Senac, 1997, p.12) serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista. Exemplificando tem-se uma agência de viagem, a qual oferece os pacotes turísticos; o hotel, oferecendo hospedagem; uma empresa de eventos, atuando na organização e realização de serviços num evento, dentre outros.

Depois da conceituação sobre serviços, é válido ressaltar, segundo Carvalho et al (2005, p.333-334), as suas principais características:

- *Intangibilidade*: Abstração dos serviços, ou seja, o principal benefício oferecido ao cliente não é uma mercadoria física. Exemplo: uma aula, o atendimento de uma caixa de banco ou de uma recepcionista de um hotel são intangíveis.
- *Heterogeneidade*: Os serviços são caracterizados pela realização de tarefas com base no relacionamento entre as pessoas. Assim, este componente se torna responsável pela

imprevisibilidade e heterogeneidade que permeiam as ações, reações, expectativas e as situações pessoais nos serviços. A variabilidade do cliente determina a variabilidade do atendimento.

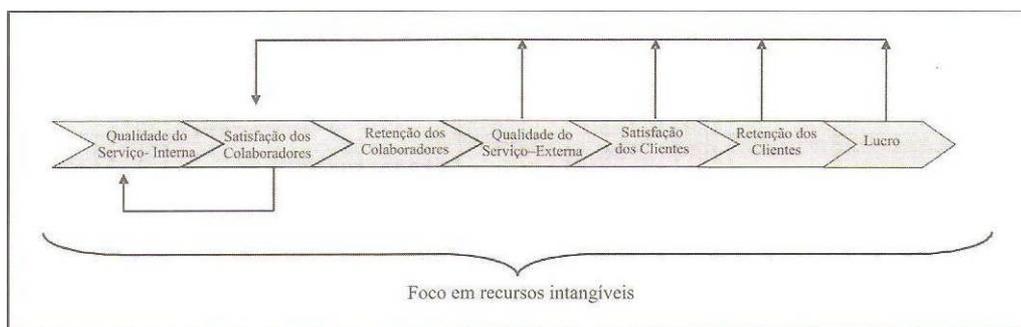
- *Trabalho não-armazenável (Estocabilidade)*: O serviço só é realizado e entregue no mesmo momento, por isso não é possível usar o conceito de estoque em serviços. Exemplo: o atendimento de um caixa de banco ocorre no momento em que você está na frente do atendente. O tempo não pode ser armazenado.
- *Necessidade de participação do cliente*: Os serviços necessitam da presença do cliente para a sua produção. Operações que produzem bens materiais têm baixo nível de contato com o cliente final. Já no caso de serviço, existe um alto nível de contato entre o consumidor e a operação. Exemplo: no restaurante, no hotel,...., o cliente está sempre presente.
- *Simultaneidade*: Os bens são quase sempre produzidos antes de o consumidor recebê-los. Já os serviços são frequentemente produzidos simultaneamente com seu consumo.
- *Qualidade*: Em razão de os consumidores não participarem do processo de produção dos bens, os julgamentos sobre a qualidade da operação serão inferidos com base na qualidade dos próprios bens. Entretanto, nos serviços, o consumidor, que provavelmente participa da operação, não julga apenas seu resultado, mas também os aspectos de sua produção.

Estas seis características bem explicadas e definidas acima são de extrema importância para o entendimento do termo serviços, principalmente quando for relacionar cliente e serviços. Para Carvalho et al (2005, p. 342), “alguns fatores influenciam a formação das expectativas do cliente em relação ao serviço a ser prestado: a comunicação boca a boca, as necessidades pessoais, suas experiências anteriores e a comunicação externa”. Exemplificando, pode-se citar quando uma pessoa frequenta algum local e é mal atendida, ela comentará com seus amigos, e do contrário também. Enquanto as necessidades pessoais são aquelas que todos os clientes esperam que sejam atendidas; as experiências interferem nas expectativas, pois o cliente irá sempre comparar os serviços prestados aos anteriores. Já a

comunicação externa se dá por meio de diversos tipos de mídia como televisão, rádio, internet.

Outro ponto importante a ser comentado é em relação à mão de obra na prestação de serviços, diferente de quando se trata da fabricação de um produto, muitas vezes através de máquinas. Em que para Carvalho et al (2005, p. 337), “os recursos humanos são um ativo-chave em atividades de serviço”. Ou seja, as pessoas são essenciais e fundamentais na prestação de serviços, sendo válido ressaltar que, para se ter uma qualidade favorável numa empresa, precisa-se de qualidade do serviço interno, a satisfação dos funcionários, a qualidade do serviço externo, a satisfação dos clientes, chegando à obtenção do lucro. Esse processo é chamado de cadeia de valor para serviços, representado na figura a seguir.

**FIGURA 2: CADEIA DE VALOR PARA SERVIÇOS**



FONTE: Carvalho et al (2005, p. 338)

Dando continuidade a esse processo de serviços, Carvalho et al (2005, p. 35-36), define que:

Aliado à maior qualificação, um outro fator surgiu simultaneamente: maiores exigências por resultados cada vez melhores. É possível que hoje o diferencial que caracteriza a ação das pessoas não seja mais a capacidade que elas tenham de superar expectativas. Ou seja: o diferencial não é fazer tudo o que for compatível com a função, mas o que for feito além disso. E de onde vem essa experiência? De um fato simples: se eu não fizer, tem quem faça; se eu não atender, tem quem atenda; se eu não superar uma meta, tem quem consiga superá-la. Ou seja, é uma questão de competitividade.

Para se ter uma boa prestação de serviços, os funcionários, hoje em dia, tem que ultrapassar os limites das expectativas geradas pelos clientes, para assim, conseguir seu

diferencial, a cada dia os obstáculos a serem superados são maiores, caso uma empresa não consiga satisfazer e surpreender os clientes, com certeza terá uma outra empresa para atendê-los, tudo é uma questão de concorrência, uma competição acirrada. “O fator que talvez mais gere insatisfação, ou infelicidade, em alguém é o não se ter uma expectativa atendida. A expectativa, por sua vez, é gerada por dois fatores; a oferta de algo e a possibilidade de que esse algo venha a ser obtido” (Almeida, 1993, p. 120).

A qualidade na prestação de serviços é algo crucial numa empresa. Para Crosby (1992, p. 53), falta de qualidade custa dinheiro. Remediar, corrigir, dar um jeitinho, tudo isso custa dinheiro. Desse jeito, é muito mais interessante para todos a inserção imediata da qualidade na empresa, e não quando houver algum problema. “Melhoria da qualidade é um processo, não um programa, e leva muito tempo para se integrar ao ambiente” (CROSBY, 1992, p. 59). A qualidade se baseia na melhoria contínua, sem interrupções, não podendo ser um ato isolado e sim a continuidade da excelência, seja na fabricação de produtos ou na prestação de serviços.

### **3.3 Certificação ISO e seus benefícios**

Antigamente, as pessoas quando compravam produtos não se preocupavam com alguns defeitos e/ou falhas presentes no mesmo, afinal, não havia muitos lugares em que comprar, geralmente os produtos eram feitos por artesãos, e estes prezavam pela qualidade, havendo assim poucos produtos que apresentavam problemas. Com o início da industrialização verificou-se que houve uma mudança e tanto com a conhecida produção em massa, e conseqüente padronização de produtos, aparecendo muitos destes com defeitos. Aumentou também o número de fábricas e indústrias presentes na sociedade, assim, os clientes se tornaram mais exigentes, principalmente devido à concorrência, pois sabiam que se não estivessem satisfeitos com determinados produtos poderiam comprar em outro lugar.

Ao longo dos anos, constatou-se que quando os produtos estavam satisfazendo as expectativas do cliente, este acabava não percebendo o papel que as normas tinham em relação à eficácia dos produtos. Todavia quando havia algo de errado com os produtos, logo

se dava a preocupação com as normas. E a organização responsável por diversas normas que beneficiam o mundo é a ISO (International Organization of Standardization), a qual garante as características desejáveis de produtos e serviços, como a qualidade, respeito pelo meio ambiente, segurança, confiança e eficiência. A ISO é uma entidade não governamental que surgiu em 1947, localizada em Genebra, na Suíça, sendo uma união de institutos nacionais de normas de 161 países, um membro de cada país. Sua sigla foi definida pelos seus fundadores os quais resolveram escolhê-la por derivar do grego “isos”, significando igual, podendo assim ser utilizada por qualquer país e em qualquer língua. De acordo com a ISO, suas normas definem:

- Fazer o desenvolvimento, fabricação e fornecimento de produtos e serviços mais eficientes, mais seguros e menos poluentes;
- Facilitar o comércio entre os países e torná-lo mais justo;
- Proporcionar aos governos uma base técnica para a saúde, segurança e legislação ambiental e de avaliação da conformidade;
- Avanços tecnológicos e boas práticas de gestão;
- Difundir inovação;
- Proteger os consumidores e usuários em geral, dos produtos e serviços;
- Tornar a vida mais simples, fornecendo soluções para problemas comuns.

A ISO é direcionada através de comitês técnicos, dessa forma o comitê responsável pelas normas da série NBR-ISO 9000 é a ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas. Estas normas podem ser utilizadas por qualquer tipo de empresa, seja ela grande ou pequena, de caráter industrial, prestadora de serviços ou mesmo uma entidade governamental. Lembrando que estas não concedem qualidade extra a um produto e ou serviço e sim asseguram que eles apresentarão sempre as mesmas características.

É válido ressaltar que com a adoção da ISO, as empresas desenvolverão produtos e serviços que satisfaçam as especificações de ampla aceitação internacional, ganhando assim

com mais facilidade seu local no mercado para enfrentar a concorrência. Já os clientes ganharão variedades de ofertas, bem como benefícios por meio de concorrência entre as empresas, além da melhoria dos produtos e serviços, adquirindo mais qualidade, segurança e confiabilidade.

### **3.4 Qualidade em empresas de eventos de São Luís**

A cidade São Luís tem apresentado um bom crescimento em relação ao turismo de eventos no decorrer dos anos, principalmente devido ao SLCVB (São Luís Convention e Visitors Bureau), entidade responsável pela captação de eventos, e também pela grande demanda em eventos sociais na cidade. É impressionante a quantidade de eventos infantis, 15 Anos, Casamentos, dentre outras comemorações que ocorrem durante o ano, em que as casas de eventos ficaram cheias e com datas esgotadas. Com isso, deu-se o aumento do número de espaços para realização de eventos na localidade, principalmente hotéis voltados para turismo de negócios e casas de eventos sofisticadas localizadas em bairros nobres. Devido a esse aumento de locais voltados para eventos, bem como bons restaurantes e hotéis, além de pontos turísticos, cultura e patrimônio da cidade, chamaram a atenção das pessoas de diversas localidades as quais conceberam São Luís como um bom destino para realização de eventos.

De acordo com uma pesquisa realizada pelo SLCVB em 2008 sobre a satisfação dos turistas em relação aos eventos na cidade, constatou-se que quando avaliados sobre a organização do evento, equipamentos audiovisuais, infraestrutura e local ficaram com as maiores pontuações com notas de 7 a 10. E quando questionados se o local do evento era adequado e se atendia as suas necessidades houve uma porcentagem positiva de 60%, seguindo de um percentual de 34% com notas 7 a 8, num total de 94% que avaliaram positivamente o local. Dessa forma percebe-se que a cidade de São Luís se encontra preparada para sediar eventos, tendo condições favoráveis para realização dos mesmos.

Assim, existe também uma demanda maior na prestação de serviços neste setor, dentre eles: bufê, decoração, serviços gerais (limpeza), agências (pacotes turísticos), locação materiais e equipamentos de som e imagem, informática, montagem de stands, cerimonial,

etc. Enfatizando o aparecimento de diversas empresas organizadoras de eventos ou pessoas físicas criando cerimoniais, já que estas são responsáveis pela organização de eventos em geral.

A quantidade de empresas de cerimoniais existentes atualmente em São Luís pode ser considerada extensa, não cabendo nesse estudo citá-las devido à variedade, sendo que a cada dia surge uma, sem contar que muitas destas não possuem nem registro como empresa, ou seja, pessoas que atuam no ramo de eventos chamam recepcionistas e trabalham num evento qualquer, muitas vezes sem contrato de prestação de serviços sendo acertado no boca a boca. Imagina-se assim, se estas não tem registro, será que apresentam certificações de qualidade ou participação em associações e ou entidades voltadas para eventos?

Chegou-se ao ponto em que se torna necessário, nos dias atuais, que as empresas adotem um sistema de gestão da qualidade, pois a empresa que atua sob um sistema deste tipo fornece aos seus clientes uma evidência tangível da sua preocupação com a qualidade, principalmente no que diz respeito em manter a qualidade alcançada. Conforme citado no tópico anterior, a certificação ISO, muito importante atualmente para empresas de todos os ramos. Existem também algumas associações e entidades voltadas para eventos, sendo interessante o cadastro de empresas de eventos de São Luís na categoria como associados:

- *ABEOC* - Associação Brasileira de Empresas de Evento é uma entidade de classe fundada em 15 de janeiro de 1977, com jurisdição em todo o território nacional, Constitui uma entidade civil, sem fins lucrativos e sem caráter político-partidário. Tem por objetivo congregar as empresas organizadoras e prestadoras de serviços especializados em eventos, cadastradas no Ministério do Turismo, conforme Lei Geral do Turismo 11.771/08 (em anexo) e seu Decreto Regulamentador.
- *CADASTUR* - é o sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam na cadeia produtiva do turismo, executado pelo MTur - Ministério do Turismo em parceria com os Órgãos Oficiais de Turismo das Unidades da Federação. O Sistema recebe cadastros obrigatórios dos prestadores de serviços turísticos das seguintes atividades: Meios de Hospedagem (albergue, flat, hotel urbano, hotel de selva, hotel fazenda, hotel histórico, pousada, resort e cama & café); Agências de Turismo; Transportadoras Turísticas; Organizadoras de Eventos; Parques Temáticos;

Acampamentos Turísticos; Guias de Turismo. O CADASTUR visa promover o ordenamento, a formalização e a legalização dos prestadores de serviços turísticos no Brasil, por meio do cadastro de empresas e profissionais do setor. O cadastro permite a participação em eventos, feiras e ações realizados pelo Ministério do Turismo, disponibilizando também o acesso a linhas de financiamento específicas para o turismo, por meio de bancos oficiais, além da participação em programas de qualificação promovidos e apoiados pelo MTur. O cadastro é excelente fonte de consulta do mercado turístico brasileiro.

- *EVENTPOOL* - Associação de Agências de Turismo Operadoras de Eventos é uma Associação de agências de viagens operadoras de eventos, fundada em 1991, que atua em 19 Estados do Brasil. Apresenta soluções eficazes para promotores e organizadores de eventos, porque alavanca, divulga e viabiliza suas vendas em todo o território Nacional; trabalha o mercado-alvo do evento, atraindo mais participantes, através de pacotes formatados de acordo com o perfil de cada evento. A Eventpool produz resultados, por meio de suas bases, com vendas efetivas. É a solução para entidades promotoras de eventos, profissionais liberais e empresários que têm a sua disposição serviços de qualidade, atendimento personalizado e preços convidativos, através de pacotes produzidos de acordo com as suas necessidades.
- *SLCVB* - São Luís Convention e Visitors Bureau teve sua criação em 2006, é uma fundação independente, sem fins lucrativos, mantida pela iniciativa privada. Sua finalidade é promover e divulgar a cidade de São Luís, trazendo para si o maior número possível de congressos, convenções e eventos em geral, nacionais e internacionais. Os associados tem como benefícios: parceria na captação de eventos; acesso prioritário a informações sobre os eventos a serem realizados; maior entrosamento com a indústria turística local e dinamização das oportunidades de negócios entre os integrantes da cooperativa; divulgação dos serviços dos mantenedores; participação em Workshops de divulgação pelo Brasil; possibilidade de participação em feiras de turismo nacionais e internacionais, seja na forma presencial ou através de material publicitário inserido nas pastas do SLCVB, dentre outros.

Estas são sugestões de algumas entidades as quais as empresas de eventos de São Luís podem estar se cadastrando, podendo ter vários benefícios e vantagens, além de que se tornarão mais conhecidas no mercado. E por meio destas podem estar também se capacitando por meio de cursos, treinamentos, workshops e obtendo cada vez mais qualidade, que é um fator crucial para sobrevivência das empresas no mundo atual. O trabalho presente visa à pesquisa da qualificação da prestação de serviços de recepcionistas de eventos por meio destas empresas, o qual será exposto com os resultados no capítulo 6. Todavia, após uma breve pesquisa, é válido citar a participação de algumas empresas de eventos que já são associadas às entidades citadas anteriormente, indicando ainda um índice de relevância baixa mediante a quantidade de empresas do ramo. Conforme a tabela abaixo:

**QUADRO 2: EMPRESAS DE EVENTOS ASSOCIADAS A ENTIDADES DE EVENTOS**

Entidades e Associações	Empresas de Eventos Associadas (São Luís)
ABEOC	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sacada Eventos e Turismo</li> <li>• Taguatur Turismo e Eventos</li> </ul>
CADASTUR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sacada Eventos e Turismo</li> <li>• Taguatur Turismo LTDA</li> </ul> <p><i>Obs.: As duas empresas estão cadastradas na categoria agência de viagens e não de organizadora de eventos.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visão e Perfil (cadastro na Embratur)</li> </ul>
EVENTPOOL	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Taguatur Turismo</li> </ul>
SLCVB	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enphoc Acessoria de Comunicação e Eventos</li> <li>• Mix Eventos, Recreação e Turismo</li> <li>• Sacada Eventos</li> <li>• Taguatur Turismo e Eventos</li> </ul>

Devido ao grande número de empresas de eventos em São Luís há uma grande concorrência, em que por um lado os clientes ganham pela variedade de preços, todavia, é um pouco preocupante, pois os clientes podem estragar suas expectativas caso os profissionais da empresa escolhida não forem capacitados. Conforme Bahl (apud, Ferreira, 2009):

“o que se faz necessário é pensar como o profissional especializado do setor de eventos somará forças nesse mercado emergente que é o turismo de eventos no Brasil, a fim de agregar valor a esse segmento. Torna-se indiscutível que, para garantir excelente desempenho e sucesso no evento, as empresas deverão, sobretudo, buscar mais profissionalismo, criatividade, informações e conhecimentos traduzidos em novas competências.” (BAHL, 2004).

Assim, torna-se importante a pesquisa por empresas responsáveis, que já estejam há um bom tempo no mercado e que você já tenha visto o trabalho destas, bem como o conhecimento sobre a qualificação da equipe de organizadores e recepcionistas que irá prestar os serviços para você ou para sua empresa. No capítulo seguinte serão apresentados pontos importantes para o profissional recepcionista de eventos atuar com qualificação no mercado de eventos.

## 4 RECEPCIONISTAS DE EVENTOS

Nos dias de hoje com o crescimento contínuo da população, sabe-se que há uma taxa de desemprego muito grande no país, nas regiões, em cada estado e cidade. Dessa forma muitas pessoas buscam trabalhos temporários, os quais estão cada vez mais presentes na área de eventos, devido à intensificação da realização dos mesmos em várias localidades. Por outro lado, pessoas as quais tem empregos fixos se interessam pelos trabalhos em eventos devido à “facilidade” em entrar no ramo e ganhar dinheiro mais rápido, há também àqueles jovens que aproveitam para tirar um “extra” para um final de semana ou ir àquela balada. Contudo, existem às pessoas que estudaram e entendem do mercado, sendo as chamadas organizadoras de eventos e/ou cerimonialistas, bem como pessoas que se identificam com a área e trabalham como recepcionistas porque gostam.

Antigamente, as agências de eventos contratavam apenas mulheres para atuarem como recepcionistas de eventos, sendo estas muito bonitas, com corpo e rosto conforme os padrões de beleza da sociedade. Com o passar do tempo, foi percebendo-se que a estética não representava tanto assim em relação à competência que a pessoa precisava ter para assumir a posição de recepcionista. O mercado de eventos foi crescendo havendo a necessidade de chamar muitas pessoas para trabalharem, homens se interessaram e se inseriram no ramo, alguns até mesmo como organizadores de eventos, os quais tem se destacado também nesse mercado. Apesar do preconceito ainda existente, tanto em relação aos homens, quanto a própria profissão de recepcionista, em que muitos pensam que para você ser recepcionista é só ter um rostinho bonito e ficar em pé posando de modelo.

A área de eventos está em crescimento constante e conseqüentemente há o aumento de diversas empresas de vários ramos como bufê, decoração, filmagem, fotografia, floricultura, roupas de festas, casas de eventos. Ocorrendo também o aparecimento de agências se especializando em cada tipo de evento, como eventos sociais, eventos científicos, eventos empresariais, eventos esportivos, agências voltadas para propagandas de produtos e serviços, dentre outras. Ou seja, o que não vai faltar é oportunidade para trabalhar, mesmo que seja de forma temporária, você pode gostar e continuar no ramo.

É válido ressaltar que trabalhar com eventos não é tão fácil assim e nem que tudo é maravilhoso, tem suas vantagens e desvantagens como todo trabalho. São várias noites perdidas de sono quando se trabalha em eventos sociais como Infantis, 15 Anos, Casamentos e Bodas; dias inteiros em pé quando trabalha-se em eventos científicos como congressos, simpósios, jornadas e conferências; às vezes sofrer pequenas humilhações por pessoas arrogantes e que querem tudo do seu jeito; ouvir piadinhas de mau gosto quando trabalhar em eventos de propagandas ou com roupas temáticas. Entretanto, tem seu lado positivo como conhecer a cada evento muitas pessoas e poder construir seu networking (rede de contatos); oportunidade de viajar; poder assistir aquele evento que você tanto queria sem pagar e ainda receber pelo seu trabalho; poder trabalhar para várias empresas; experimentar as comidas dos melhores bufês, possibilidade de trabalhar em vários tipos de eventos, ter sempre um dinheiro no bolso, dentre outros.

Trabalhar com eventos é muita responsabilidade, você tem que prestar um serviço que esteja ao alcance de superar as expectativas do cliente da empresa para qual você trabalha, sempre prezando pela qualidade e satisfação do cliente. Conforme Carvalho et al (2005, p. 344 e 345) que lista algumas das dimensões da qualidade mais relevantes em serviços:

- Tangíveis: aparência das facilidades físicas, equipamentos, pessoal e comunicação material.
- Atendimento: nível de atenção dos funcionários no contato com os clientes.
- Confiabilidade: habilidade em realizar o serviço prometido de forma confiável e acurada.
- Resposta: vontade de ajudar o cliente e fornecer serviços rápidos.
- Competência: possuir a necessária habilidade e conhecimento para efetuar o serviço.
- Consistência: grau de ausência de variabilidades entre a especificação e o serviço prestado.
- Cortesia: respeito, consideração e afetividade no contato pessoal.
- Credibilidade: honestidade, tradição, confiança no serviço.
- Segurança: inexistência de perigo, risco ou dúvida.
- Acesso: proximidade e contato fácil.

- Comunicação: manter o cliente informado em uma linguagem que ele entenda.
- Conveniência: proximidade e disponibilidade a qualquer tempo dos benefícios entregues pelos serviços.
- Velocidade: rapidez para iniciar e executar o atendimento/serviço.
- Flexibilidade: capacidade de alterar o serviço prestado ao cliente.
- Entender o cliente: fazer o esforço de conhecer o cliente e suas necessidades.

Todas essas dimensões da qualidade em serviços podem ser aplicadas em vários ramos, pois precisam ser conhecidas por todos que irão prestar algum tipo de serviço, os quais tem que se sentir preparados e dispostos a cumprir tudo com eficiência e eficácia, favorecendo a qualidade contínua exercida na empresa, além de você ser considerado um bom profissional na sua área, tornando-se exemplar.

É importante destacar que os recepcionistas de eventos são os responsáveis pelo sucesso do evento, ou seja, eles são encarregados de exercerem todas as tarefas para realização de um bom evento, tendo assim que se preocupar com alguns requisitos exigidos, que de acordo com Viera e Cândido (2002, p.17-18) são:

- *Simpatia*: a necessidade de ser simpática e atender a todas as pessoas com delicadeza é um dos principais pontos positivos em um profissional que interage com o público;
- *Facilidade em comunicar-se e expressar-se*: a comunicação e a expressão geral de uma recepcionista devem estar presentes em todos os momentos. Comunicar-se não quer dizer apenas falar; os gestos, a expressão facial, a forma de olhar poderão indicar comunicação. ... evitando sempre e em todas as ocasiões as gírias e expressões chulas e corriqueiras muito em uso nos dias atuais: cara, tchê, meu camarada, meu chapa, bicho, etc;
- *Cordialidade*: ser cordial e demonstrar educação e boas maneiras ao tratar com as pessoas poderão estabelecer um critério profissional invejável à recepcionista que

sempre for cordial em sua função. ... melhor maneira de a recepcionista sair de situações difíceis;

- *Desinibição*: ser desinibido sem exagerar nos gestos é um dos atributos indispensáveis a um profissional de eventos;
- *Educação*: a maneira educada de um recepcionista portar-se poderá representar o sucesso profissional que nem sempre é conseguido quando algumas regras simples de educação e de postura não são seguidas;
- *Boa apresentação pessoal*: nos relacionamentos pessoal e profissional de uma recepcionista de eventos está a obrigação de uma excelente apresentação pessoal (roupas discretas, maquiagem discreta, cabelos e unhas bem-cuidados, sapatos) e, principalmente, as roupas da moda, sem exagerar;
- *Sensibilidade*: a sensibilidade em todos os atos é necessária e ponto primordial, pois nessa profissão não existe lugar para pessoas insensíveis, brutas e com postura agressiva;
- *Percepção*: ser perspicaz é sempre necessário quando alguém interage com um público heterogêneo e que não conhece;
- *Boa vontade*: demonstrar e praticar todos os atos com boa vontade e presteza poderão ser fatores de equilíbrio na avaliação de uma boa ou de uma má profissional;
- *Conhecimentos gerais*: ... saber ou conhecer com razoável profundidade: regiões e capitais do Brasil, ética e etiqueta, moedas e países estrangeiros, serviços de mesas, cerimonial e protocolo, precedências entre autoridades e muitos outros. A pessoa culta e inteligente sempre terá maiores chances de sucesso;
- *Criatividade*: muitas vezes criatividade, improvisação e disposição para inovar poderão salvar uma situação e evidenciar o profissionalismo da recepcionista. Ser criativa poderá ser um fator decisivo para futuras contratações e para o sucesso pessoal;
- *Excelente atendimento*: a excelência no atendimento e no relacionamento profissionais com pessoas poderá ser o elo decisivo em muitas situações. Existem clientes de difícil

trato, e somente o atendimento com qualidade poderá indicar boa performance profissional;

- *Competência*: no mundo de hoje não existe lugar para incompetentes. ... Uma recepcionista de eventos competente poderá desequilibrar positivamente e somar pontos para uma futura carreira em diversas áreas. Afinal, um evento ou uma feira importante é uma “vitrine” para todos os bons profissionais.

Cada autor define as habilidades necessárias para o sucesso de um recepcionista de eventos, e os requisitos citados por Viera e Cândido são bem completos, apresenta de tudo um pouco que este profissional deve ter. Podemos citar também qualidades como: pontualidade, muito importante hoje em dia, pois muitas pessoas costumam chegar quase na hora de um evento; responsabilidade, ser comprometido com tudo; saber trabalhar em equipe, interagindo e ajudando aos colegas sempre que preciso; flexível, característica bem difícil de ser encontrada atualmente; ter iniciativa, não esperar os outros e agir prontamente; proatividade, opinar, dar idéias e sugestões, bem como estar apto a solucionar problemas.

Quem já ouviu falar do famoso *CHA? – Conhecimentos, Habilidades e Atitudes*, muito comentado e discutido nas grandes organizações como pontos fundamentais para ser um bom profissional e se destacar no mercado. Ou seja, como citado anteriormente, todos tem que ter conhecimentos da área que irão trabalhar e ser curioso buscando também todo tipo de conhecimento, este nunca pode ser considerado demais. Em relação às habilidades, cada um sabe o que tem de melhor, em que se destaca e é capaz de ser mais produtivo, enfatizando a questão das atitudes, você não pode ficar parado, tome você à iniciativa de ser bem sucedido. A Especialista em Gestão de Pessoas Daniela de Oliveira (2010) comenta que “o que se chama de sorte na vida para os que alcançaram o sucesso, na realidade, tem outra conotação. Essas pessoas estavam prontas para as oportunidades. Prontas na hora e local certos. Jamais atribua seu sucesso à sorte, mas sim, às suas qualificações”. Busque conhecimento, se qualifique, pratique suas habilidades e tenha atitude, estando sempre preparado para agarrar a oportunidade.

O recepcionista de eventos deve ser prestativo e saber recepcionar bem os participantes e palestrantes do evento, orientando-os, acomodando-os e fornecendo

informações necessárias do mesmo. Para Oliveira (2009), o recepcionista de eventos deverá ser capaz de:

- Apoiar o organizador do evento – preparar o ambiente (limpeza e arrumação) e material para receber os participantes, testar equipamentos de apoio e atuar na secretaria do evento.
- Recepcionar bem o participante – receber e acolher o participante ou convidado no evento como um convidado especial; fornecer informação sobre o evento, produtos ou serviços; orientar sobre localização, distribuir e controlar devolução de equipamentos; atender solicitação especial ou não programada e providenciar serviço de traslado.
- Apoiar palestrante – recepcionar e acompanhar palestrante; informar sobre utilização do tempo; conduzir questões e respostas em plenário; atender solicitações de água, distribuição de material, utilização de equipamentos e atender solicitações especiais;
- Cuidar da segurança e privacidade do participante – assegurar a privacidade no fornecimento de informações; atuar como observador de anormalidades que apontem para um possível problema; informar ao superior sobre problema existente; acionar a segurança; orientar o participante em situação de emergência;
- Operar equipamentos – operar telefone, microfone, fax, copiadora, impressora, computador, calculadora, rádio intercomunicador e equipamento audiovisual;

#### **4.1 Perfil do Profissional Recepcionista de Eventos**

O recepcionista de eventos tem que estar sempre bem informado, sendo importante fazer cursos relacionados à área de eventos como: Técnicas de Recepcionista de Eventos, Cerimonial e Protocolo, Etiqueta, Marketing Pessoal, dentre outros voltados ao ramo. São interessantes também cursos extras como de Informática, Línguas Estrangeiras, principalmente o inglês, espanhol e francês, os idiomas mais falados atualmente.

Quem trabalha em eventos obrigatoriamente tem que saber todas as informações sobre o evento que está como data, horário, valores, local, sobre o que é, quem é o presidente responsável ou comissão organizadora, ou seja, estar ciente de tudo o que se passa no determinado evento. Quesitos essenciais como a ética e etiqueta também são necessários para um bom profissional. Conforme Viera e Cândido (2002, p. 52), “a segurança, o equilíbrio emocional e a lealdade deverão ser fatores que apoiem as ações de todas as pessoas em todos os minutos do seu trabalho”. Ter o controle de si mesmo, passar segurança aos outros, ter respeito, ajudando a equipe com que trabalha são alguns elementos que constituem a ética no trabalho. Segundo Viera e Cândido (2002, p. 52-53), alguns itens do código de ética profissional:

- Interessar-se pelo bem público, com a finalidade de contribuir com seus conhecimentos, capacidade e experiência para melhor servir a humanidade.
- Considerar a profissão com título de honra; e não praticar nem permitir a prática de atos que comprometam a sua dignidade.
- Não cometer ou contribuir para que se cometam injustiças contra colegas.
- Não praticar qualquer ato que, direta ou indiretamente, possa prejudicar legítimos interesses de outros profissionais.
- Exercer o trabalho com lealdade, dedicação e honestidade para com seus clientes, empregadores ou chefes, com espírito de justiça e equidade para com os contratantes empreiteiros.
- Ter sempre em vista o bem estar e o progresso funcional dos empregados ou colaboradores; tratá-los com justiça e humanidade.
- Colocar-se a par da legislação que rege o exercício profissional da área, visando cumpri-la corretamente, colaborando para sua atualização e aperfeiçoamento.

Conhecer algumas condutas do código de ética é sempre bom para exercer uma postura melhor e um comportamento mais adequado diante dos outros, podendo se relacionar com a etiqueta, outro ponto fundamental e que está vinculado à ética, apontando regras,

rituais, costumes de boas maneiras, interação com o próximo, sendo imprescindíveis para o sucesso nos negócios.

O profissional recepcionista de eventos deve ter noções de conhecimentos gerais, saber de tudo um pouco, principalmente dados sobre sua cidade como restaurantes, hotéis, pontos turísticos, transportes, dentre outros conhecimentos básicos. Já aqueles que se identificam com a profissão e querem se manter no mercado por mais tempo devem se aprofundar mais com fatos da atualidade, estar sempre atento às notícias da localidade e do mundo. Informações como nomes de políticos, sendo mais fácil conhecê-los em eventos em que for trabalhar, localização de bairros, igrejas, museus, conhecimento sobre a cultura e as capitais do país. Bem como no relacionamento com os participantes do evento, mostrando cordialidade e simpatia, falando corretamente e de forma clara, não esquecendo as formas de tratamento como: Senhor; Senhora; Senhorita; Doutor; ou frases como Em que posso servi-lo? Ou Posso ajudá-lo?; Obrigada; Por favor; Com licença.

#### **4.1.1 Exemplos de recepcionistas de eventos e suas respectivas funções**

Com a grande quantidade de eventos existentes atualmente, verifica-se também a diversidade dos mesmos, necessitando de pessoas adequadas para trabalharem de acordo com cada evento. Para Matias (2010, p. 172), o serviço de recepção de um evento é considerado o “cartão de visita”, por ser o primeiro contato do participante com o “clima do evento. Dessa forma podemos exemplificar alguns tipos de recepcionistas e suas funções de acordo com eventos científicos, sociais e propagandas de produtos.

- *Demonstradora de produtos em stands de feira, supermercado ou shoppings* – primeiramente esta recepcionista tem que ter passado por um treinamento para saber sobre o produto que irá fazer propaganda, estando assim mais segura na hora que for conceder às informações sobre o mesmo. Deve estar vestida e maquiada conforme solicitado pela empresa que a contratou.
- *Recepcionista de eventos como inaugurações de hotéis, condomínios e restaurantes* – geralmente está sempre muito elegante com vestidos longos, salto alto, maquiagem e

cabelos bem feitos, as empresas escolhem preferencialmente as mulheres mais bonitas e altas. Elas passam o tempo em pé dando informações quando solicitadas e às vezes entregando folders ou panfletos.

- *Acompanhante de participantes de eventos em traslados ou passeios* – esta recepcionista faz parte do receptivo, responsável por acompanhar os clientes do aeroporto para o hotel, deste para o evento ou para passeios. Geralmente vestem calças jeans, blusa da empresa e boné durante o dia, ou calça social pela noite com blusa do evento, caso tenha. Devem ter conhecimentos sobre a cidade, informações turísticas e às vezes fluência em línguas estrangeiras.
- *Recepcionista de eventos científicos*: quando se trabalha nesse tipo de evento existem vários setores em que você pode se posicionar. A recepcionista da Secretaria do evento fica responsável pela recepção dos participantes, credenciamento, novas inscrições, entrega de certificados e prestar informações em geral. A recepcionista da porta do auditório se responsabiliza em dar informações sobre a programação do evento, auxiliar a recepcionista que está dentro do auditório e fazer a pesquisa de satisfação no final do evento. Já a do auditório tem que estar sempre atenta, pois recebe o palestrante, lhe informa sobre os horários, bem como cronometra o seu tempo de apresentação, além de fazer a composição da mesa em aberturas do evento, precisando assim de noções de cerimonial e protocolo, colocar água sempre que necessário na mesa e ao término do evento saber se a sala está limpa. E a recepcionista da sala vip, a qual recepciona as autoridades e os palestrantes, faz a entrega dos materiais destes, fica atenta ao serviço de café, e presta todo apoio necessário a eles.
- *Recepcionista de eventos sociais (Infantis, 15 Anos, Casamentos)*: quando trabalha-se em eventos sociais, cada recepcionista tem sua posição e assume suas devidas funções, em geral executam tarefas como recepção dos convidados e recebimento de senhas; etiquetagem de presentes; colocação de cravos em noivos e padrinhos de casamento; assessorar a noiva, formação de cortejo do casamento, auxílio com foto e filmagem, assessoramento na hora da valsa de 15 Anos e no momento do Parabéns, dentre outros detalhes importantes presentes na organização de um evento.

#### 4.1.2 Postura, Uniforme, Maquiagem e Cabelo

Todo profissional tem que manter uma postura adequada em seu local de trabalho, principalmente um recepcionista de eventos, o qual fica bem exposto aos olhos de todos, tendo assim que se preocupar com itens como: não ficar se encostando pelas paredes, não manter conversas paralelas com outro recepcionista, não falar ao telefone, não mascar chicletes, não escutar mp3. Viera e Cândido (2002, p. 19 e 20) apresentam alguns cuidados que devem ser mantidos em relação à postura:

- *Em pé*: evitar encostar-se em móveis ou em paredes. Manter-se com as costas confortavelmente eretas, queixo erguido com o corpo apoiado unicamente sobre os pés.
- *Sentada*: evitar cruzar as pernas ou manter-se encostada ou apoiada em um dos braços (cotovelos), debruçada sobre móveis ou com os pés apoiados em móveis ou sobre outra cadeira.
- *Os sapatos*: procure, dentro do possível, para eventos de longa duração, sapatos com salto de no máximo 3 cm, pois, acima disso, causam dores lombares. Evite o uso de sapatos pontudos, aqueles muito estreitos, pois prejudicam os dedos dos pés, além de provocar dores.
- *O olhar*: olhar nos olhos de outra pessoa de forma profissional sem exagerar e sem parecer vulgar é uma ciência. Um olhar pode transmitir muitos sentimentos: raiva, alegria, tristeza, sedução, medo, desprezo, amor, etc.
- *O aperto de mão*: a recepcionista de eventos, no desempenho de sua atividade, terá raramente oportunidade de cumprimentar alguém apertando a mão. A etiqueta social indica que a mulher é quem tem a iniciativa de apertar a mão do cavalheiro em um encontro, mas no desempenho de uma função como a de recepcionista de um evento, a ordem dos fatores é invertida. Compete aos clientes, em alguns casos, tomarem a iniciativa de cumprimentar com um aperto de mão.

Outro ponto a ser discutido é a questão do uniforme, cada evento e cada empresa exigem e utilizam roupas diferentes. É comum olharmos recepcionistas de eventos mulheres trabalhando em eventos com vestidos; calça e blazer social preto com blusas pretas ou brancas por dentro, ou mesmo conforme a cor que representa a empresa; ou saia comprida e blazer ou blusas. Já os homens geralmente trabalham de ternos pretos, mudando a cor da camisa e da gravata de acordo com a empresa que prestam serviço. O certo é que, independente do uniforme que você utilize, o importante mesmo é estar confortável, nunca com a roupa folgada ou apertada demais, impossibilitando assim a execução de um bom trabalho.

A maquiagem e o cabelo também são aspectos que não podem ser deixados de lado, pois influenciam bastante na boa aparência do profissional. As mulheres não devem se descuidar, porém não podem exagerar, é necessária a escolha da base ideal, corretivo, pó compacto, sobra com tonalidades conforme pele e batons de cores leves, sem extravagância. Os homens tem que se preocupar apenas com a oleosidade caso tenham a pele muito oleosa, e de vez em quando passar um lenço. Enquanto ao cabelo, as empresas geralmente solicitam às recepcionistas que façam coques ou rabo de cavalo, bem presos e sem embaraços. E para os homens, a barba feita e o cabelo no gel. Não esquecendo que as unhas devem estar sempre bem cortadas, limpas e com esmaltes claros, no caso das mulheres, e que estas tem que usar brincos discretos e de preferência não usar piercings. Estes são os principais cuidados que um recepcionista de eventos deve ter em relação à sua imagem pessoal.

## **5 METODOLOGIA**

Este capítulo abordará pontos relacionados ao processo metodológico da pesquisa, enfatizando a natureza desta, definindo universo e amostra, bem como os instrumentos de coleta de dados e as limitações do método em questão.

### **5.1 Tipo de Pesquisa**

A pesquisa foi do tipo descritiva, tendo em vista que se pretendeu evidenciar a importância da qualidade da prestação de serviços do profissional de eventos, em especial das recepcionistas, através da investigação dos fatos e dados descritos de forma técnica e científica.

A forma de abordagem foi qualitativa e quantitativa, considerando que o pesquisador manteve contato direto com o ambiente e o objeto de estudo através de um trabalho de campo, procurando ser imparcial, evitando assim, qualquer manipulação intencional dos dados coletados. Utilizou-se recursos e técnicas estatísticas visando quantificar os dados coletados, assim como estabelecer relação entre as diversas variáveis para garantir a precisão dos resultados e a fidelidade no processo de análise e interpretação.

Realizou-se pesquisa bibliográfica e de campo, onde foi utilizado referencial teórico disponível em livros, trabalhos científicos como monografias, artigos científicos e periódicos especializados na temática em questão, além de sites governamentais voltados para a área, objeto da investigação. A pesquisa de campo deu-se através da aplicação de questionários com as pessoas que trabalham diretamente neste segmento de recepção de eventos.

## **5.2 Universo e Amostra**

Os pesquisados foram 20 (vinte) recepcionistas de eventos que trabalham para várias empresas organizadoras de eventos da cidade de São Luís do Maranhão. A pesquisa foi realizada no período de 26 de maio até 03 de junho de 2010, junto aos recepcionistas que atuam profissionalmente nas principais empresas prestadoras de serviços de recepção de eventos, conforme a seguir: Enphoc Comunicação e Eventos; Essencial Cerimonial; Felicidade Eventos; Guarnicê Eventos; Master Grau; Mix Eventos, Recreação e Turismo; Oficina de Eventos, Sacada Eventos; Societá Eventos; Taguatur Eventos e Visão e Perfil. A amostra caracteriza-se como aleatória dentro do universo, que são recepcionistas de eventos de empresas organizadoras de eventos em São Luís do Maranhão.

Ressalta-se que a maioria das recepcionistas não possui exclusividade de uma determinada empresa, visto que não possuem vínculo empregatício, e sim, são prestadoras de serviços nas diversas empresas do ramo. Observa-se também que não existem dados precisos sobre a quantidade de recepcionistas que atuam em São Luís. Portanto, esclarecemos que foram enviados 50 (cinquenta) questionários, entretanto somente 20 (vinte) foram devolvidos devidamente preenchidos, o que representa 40% da amostragem determinada.

## **5.3 Instrumentos de coleta de dados**

A partir da pesquisa bibliográfica prévia e, de posse dos conteúdos abordados, considerando ainda, o objeto deste estudo, optou-se pela técnica da observação direta extensiva através de entrevistas com os profissionais que atuam na área, com a utilização de um instrumento específico de pesquisa, o questionário (Apêndice A) para a coleta de dados, elaborado pelo pesquisador, contendo questões abertas e fechadas e aplicados com recepcionistas de eventos.

A aplicação dos questionários deu-se através dos meios eletrônicos de comunicação, tendo em vista que foram enviados pela internet, via e-mail, para os profissionais que atuam na área de recepção de eventos em São Luís do Maranhão.

Quanto ao tratamento dos dados obtidos, foram utilizados os recursos de estatística descritiva, na tabulação das informações coletadas através dos questionários aplicados, sendo que os resultados serão apresentados por meio de gráficos com as devidas análises pertinentes.

#### **5.4 Limitações da pesquisa**

Apresento, neste tópico, alguns dos empecilhos que dificultaram o bom andamento do trabalho. A questão da demora para responder os questionários aplicados via internet, a forma mais adequada para aplicação da coleta de dados, já que seria inviável ir aos eventos e fazer a pesquisa com os recepcionistas no horário do trabalho. Foram enviados 50 (cinquenta) questionários várias vezes aos entrevistados para ver se estes responderiam, e assim deu-se o alcance dos 20 (vinte) questionários respondidos.

A delimitação da amostra na escolha de recepcionistas de eventos foi outra dificuldade e deu-se por critério de afinidades (colegas com quem trabalho em eventos) e conhecimento de e-mail por terceiros que ajudaram na pesquisa. Mais uma vez, destacando que devido ao fato de haver um número muito grande de recepcionistas de eventos atuando no mercado, o estudo de todas anularia a possibilidade de realização do trabalho. Esse empecilho, no entanto, poderá ser superado com a realização de um posterior trabalho de pós-graduação.

A postura em dados momentos receosa de alguns entrevistados em exporem suas opiniões sobre pontos positivos e negativos relacionados às empresas para qual trabalham, inibiram alguns dos entrevistados no fornecimento das informações, mas de todo não impediu a realização do trabalho dada a garantia oferecida no próprio questionário do sigilo das informações e em seu uso, única e exclusivamente, na realização desta pesquisa.

## 6. RESULTADOS DA PESQUISA DE ANÁLISE DA QUALIFICAÇÃO DE RECEPCIONISTAS DE EVENTOS EM SÃO LUÍS

Conforme apresentado no trabalho, o Turismo de Eventos está em fase de crescimento e desenvolvimento em São Luís, dessa forma ocorrendo o surgimento de diversas empresas do ramo, enfatizando as organizadoras de eventos. Assim é importante o conhecimento dos profissionais recepcionistas de eventos que prestam serviços para estas empresas. Portanto a pesquisa tem o objetivo de analisar a qualificação de recepcionistas de eventos de São Luís, visando à qualidade na prestação de seus serviços prestados. Os resultados obtidos se deram através da aplicação de 20 questionários (APÊNDICE A) com recepcionistas de eventos, entre os dias 26 de maio a 03 de junho de 2010, por meio da Internet, via e-mail.

Na pesquisa de campo foram entrevistados aleatoriamente 17 mulheres e 3 homens, apesar do total de entrevistados não ser muito grande, todavia, pelo número de pessoas entrevistadas, já constata-se pela pesquisa que no mercado de recepcionista de eventos ainda há a predominância do sexo feminino e de certa forma, um preconceito em relação ao sexo masculino, conforme ilustrado no gráfico 1.

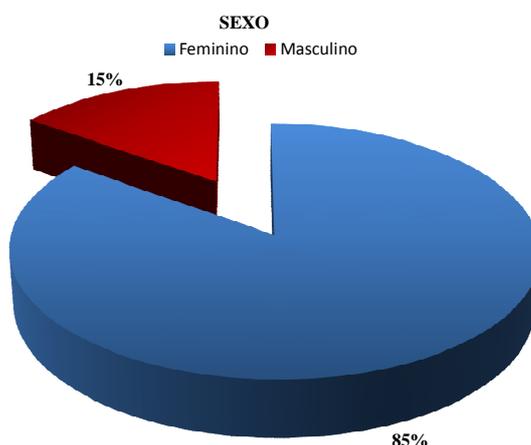


GRÁFICO 1

A amostra selecionada indicou os seguintes resultados na questão referente à faixa etária: 15 % das recepcionistas tem idade entre 18 a 22 anos, 65% estão entre 23 a 27 anos, e

entre 28 a 32 anos e 33 a 37 anos, tem-se 10% em cada uma dessas faixas. Ressaltando que atualmente há a presença de muitos jovens neste mercado de recepcionistas de eventos e que, entre as faixas etárias de 38 a 42 anos e acima de 43 anos não houve uma porcentagem destas, encontrando assim uma probabilidade maior da presença de gerentes de eventos com essas faixas etárias. A porcentagem está representada abaixo.

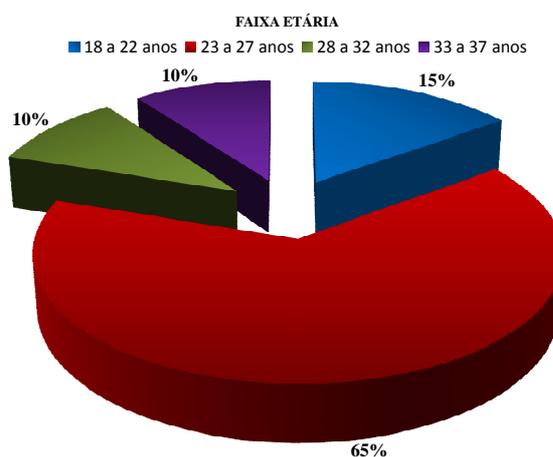


GRÁFICO 2

No quesito relacionado ao nível de escolaridade, de acordo com o gráfico abaixo, constatou-se que todos recepcionistas completaram o Ensino Médio, já que a amostragem identifica que 40% dos recepcionistas de eventos estão cursando o Ensino Superior em cursos como: turismo, arquitetura e urbanismo e hotelaria e com a mesma porcentagem, 40% dos recepcionistas tem o Ensino Superior Completo em cursos como turismo, comunicação social, administração e hotelaria. Havendo ainda a presença de 20% de recepcionistas que possuem suas graduações completas e que já tem Pós-Graduações e MBA em cursos como turismo, enfermagem, fonoaudiologia e marketing. É interessante mostrar que a maioria, no caso 80% dos profissionais recepcionistas de eventos tem sua graduação em cursos relacionados a Eventos, ou seja, cursos de turismo, hotelaria, comunicação social e administração, estudam o assunto, bem como noções de planejamento e organização.

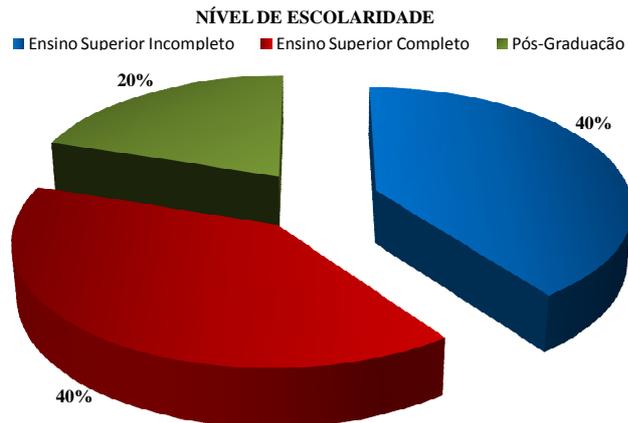


GRÁFICO 3

Logo em seguida foi questionado há quanto tempo este profissional trabalha como recepcionista de eventos, verificando que 10% dos recepcionistas trabalham há 1 ano, 20% trabalham há 2 anos, outras 20% trabalham há 3 anos, 5% dos recepcionistas está na área há 4 anos e 10% trabalham há 5 anos. Tendo ainda a maior porcentagem de 35% do total de recepcionistas que mostraram trabalhar há mais de 5 anos no mercado. Percebe-se que a maioria representada por 35% do total entrevistado está a bastante tempo, considerando ainda as duas porcentagens de 20% que trabalham há 2 e 3 anos, mostrando assim que estas devem apresentar experiências adquiridas ao longo do tempo trabalhado, exposto no gráfico 4.

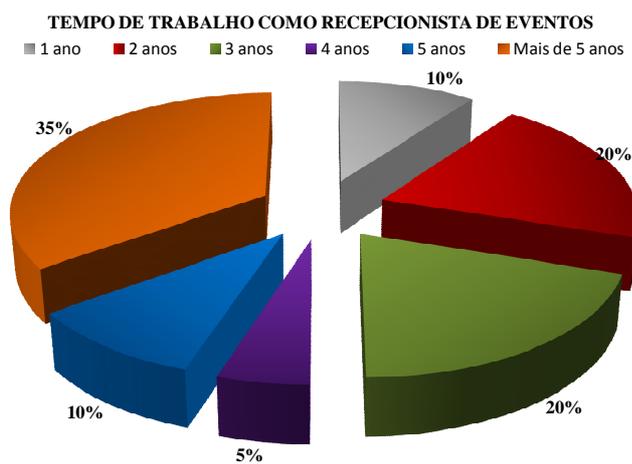


GRÁFICO 4

Quando questionados sobre o motivo pelo qual trabalham como recepcionista de eventos, conforme o gráfico 5, 10% do total responderam devido à falta de oportunidade em suas profissões, 5% respondeu pela necessidade financeira. Perfazendo uma porcentagem de 45% de recepcionistas responderam que era um complemento / adicional financeiro, representando pessoas que não necessariamente gostam da área, mas que estão trabalhando para ter um “extra”, uma complementação financeira, podendo prejudicar, caso estes não tenham conhecimentos adequados e só se interessem pelo dinheiro. Por outro lado, tem-se 40% dos recepcionistas que mostram sua identificação com a área, facilitando até mesmo no interesse pelo aprendizado no ramo de eventos.

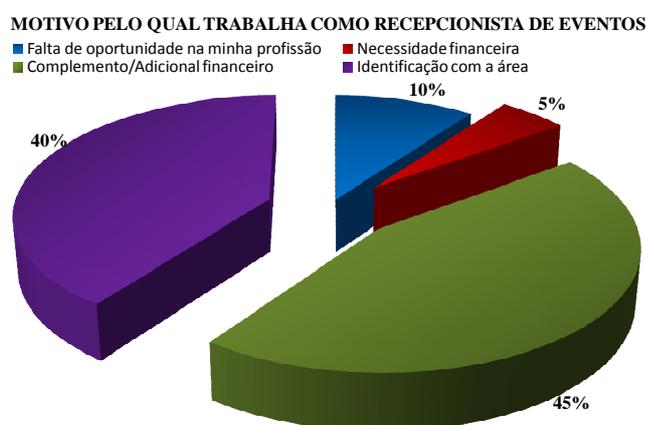


GRÁFICO 5

Em São Luís, existem atualmente muitas empresas organizadoras de eventos, dessa forma, vários lugares para recepcionistas de eventos prestarem seus serviços, havendo flexibilidade da profissão, podendo estes trabalharem para várias empresas, devido a não existência do vínculo empregatício. Assim, com base na pesquisa, demonstra-se que 10% do total de recepcionistas trabalham para uma empresa, 5% trabalha para duas, 15% prestam serviços para três empresas, 20% para quatro empresas, 15% de recepcionistas trabalham para cinco, e com a maior porcentagem de 35% de recepcionistas que trabalham para mais de seis empresas. É ótimo trabalhar para várias empresas, pois assim, tem sempre eventos para participar, todavia, tem-se que ter cuidado quando o número de eventos for grande, caso queira trabalhar em todos e acabar se sentindo mal pelo cansaço, isso irá influenciar na sua prestação de serviço podendo não ter qualidade, além da possibilidade de ficar doente. Visto no gráfico abaixo.

QUANTIDADE DE EMPRESAS DE EVENTO QUE TRABALHA ATUALMENTE

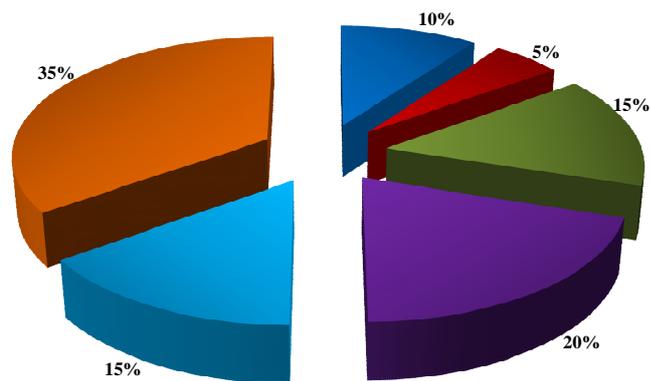
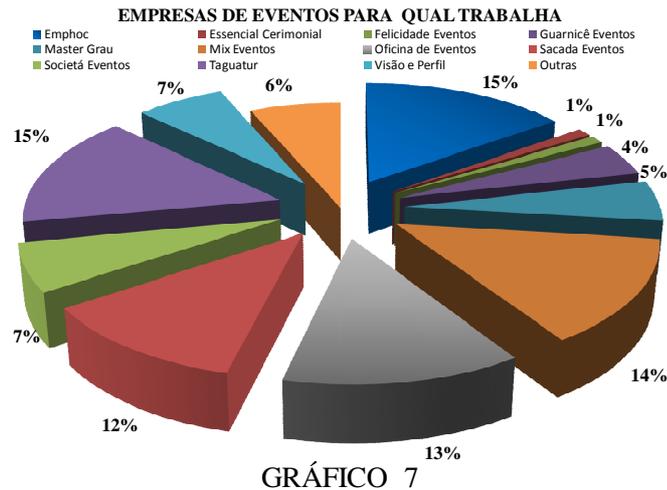


GRÁFICO 6

O questionário utilizado como objeto de estudo da pesquisa buscou citar o nome das empresas organizadoras de eventos mais conhecidas na cidade de São Luís, para que os entrevistados pudessem mostrar para quais dessas empresas trabalham atualmente. E como já foi comentado no item anterior que cada recepcionista pode trabalhar para mais de uma empresa se quiser, constatou-se que a maioria dos recepcionistas de eventos representando 85% trabalham para mais de três empresas, demonstrando assim que as recepcionistas são as mesmas que trabalham para uma empresa e para outra. Sendo exposto no gráfico abaixo que, 15% dos recepcionistas prestam serviços à Enphoc e 15% para Taguatur Eventos, tendo estas duas empresas a maior porcentagem. Logo em seguida tem-se a Mix Eventos com 14% de recepcionistas, a Oficina de Eventos com 13% e a Sacada Eventos com 12%. Apresenta-se a Societá Eventos com e a Visão e Perfil com 7% do total de recepcionistas que prestam serviços para cada uma. Além de outras empresas citadas pelas recepcionistas como: Formatu Eventos, HG Eventos, Realize Produções, Prover e Futura Produções, representando 6%. E com as menores porcentagens de recepcionistas tem-se ainda a Master Grau com 5% de recepcionistas, a Guarnicê Eventos com 4%, e tanto a Felicidade Eventos quanto a Essencial Eventos com 1% cada.



Quando abordados sobre o método em que foram selecionados para trabalharem nas empresas de eventos, de acordo com o gráfico 8, mostra-se que apenas 3 recepcionistas foram selecionadas pela análise curricular, e representando uma porcentagem de 80%, no caso com 16 recepcionistas, afirmaram que foram indicadas através de terceiros, e apenas 5% devido ao parentesco com o gestor ou proprietário da empresa, sendo uma recepcionista. Percebe-se que as empresas de eventos estão selecionando recepcionistas por meio de indicações, provavelmente de outras recepcionistas que já trabalham há mais tempo, muitas vezes, podendo ser uma amiga ou parente e que não tenha experiência, mas que conseguiu entrar na empresa por esse meio. Por outro lado, pode haver muitas pessoas que tem o conhecimento por meio de cursos e que não tem a oportunidade de entrar no mercado, já que neste existe a predominância das indicações.



Outra questão essencial na pesquisa é em relação à participação em cursos voltados para área de eventos, visando saber o interesse na busca do conhecimento e aprendizado destes. Conforme o gráfico 9, 70% de recepcionistas afirmaram ter participado de cursos nessa área, as quais citaram alguns cursos feitos como: O Perfil da Recepcionista, Qualificações em Atendimento, Cerimonial e Protocolo, Recepcionista de Eventos e Noções de Etiqueta, Técnicas de Recepção, Organização de Eventos, Protocolo e Assessoria, lembrando que muitos afirmaram participar, todavia não citaram os cursos. E 30% justificaram não participar de cursos por motivos como: a falta de locais adequados para preparação de recepcionistas, a falta de informação, a falta de interesse, e alguns ainda disseram que o aprendizado é na prática, tendo ainda outros que não comentaram o porquê. Constatou-se que a maioria dos recepcionistas de eventos afirma se preocupar em fazer cursos, o que é muito bom para qualificação dos mesmos, todavia é válido ressaltar que para os outros que não fizeram ainda e que não tem interesse, que a teoria é muito importante para se ter uma boa prática.

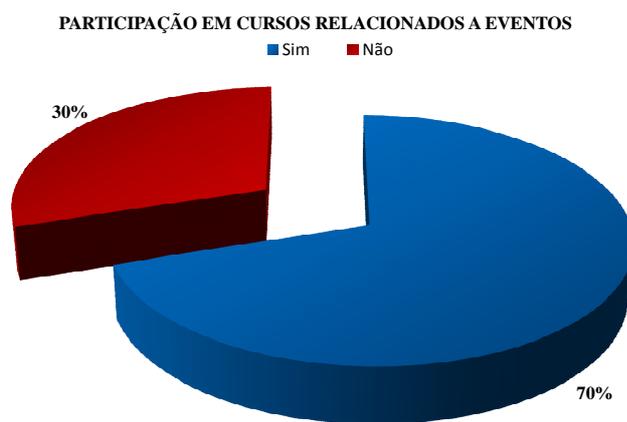


GRÁFICO 9

Atualmente, nos eventos ocorridos em São Luís tem-se percebido a presença de palestrantes de outros países em eventos científicos e ou empresariais, bem como grupos de pessoas que falam outra língua em vários eventos como feiras e salões realizados na cidade. Dessa forma há a necessidade de recepcionistas que saibam se comunicar em outra língua, com base na pesquisa foi identificado, conforme o gráfico 10, que apenas 30% tem fluência em alguma língua estrangeira, sendo cinco recepcionistas que falam inglês e uma recepcionista que fala inglês e espanhol. E 70% dos recepcionistas que não tem conhecimento

de outra língua estrangeira, se tornando uma porcentagem preocupante, pois quando ocorrer grandes eventos na cidade, ao invés de recepcionistas, terá que chamar professores de língua estrangeira para se comunicarem no evento.



GRÁFICO 10

Outro quesito adequado presente na pesquisa refere-se ao conhecimento de empresas de eventos que se preocupam em oferecer treinamentos antes dos eventos para os recepcionistas de eventos. De acordo com o gráfico abaixo, percebe-se que 20% afirmam ter recebido treinamentos, sendo representados por 4 recepcionistas que citam as empresas Essencial Eventos, Oficina de Eventos e Taguatur Eventos, e com a porcentagem maior, 80% dos recepcionistas dizem não receber treinamentos, comentando ainda que existem empresas que entregam às vezes algum material relacionado ao evento e que dão algumas informações básicas. Isto é preocupante, pois como os recepcionistas irão prestar serviços com qualidade se não tem nem informações necessárias sobre o evento, se não ocorrem reuniões para saber o que vai acontecer, muitas vezes sendo passadas algumas informações na hora do evento.

TREINAMENTOS OFERECIDOS PELAS EMPRESAS DE EVENTOS

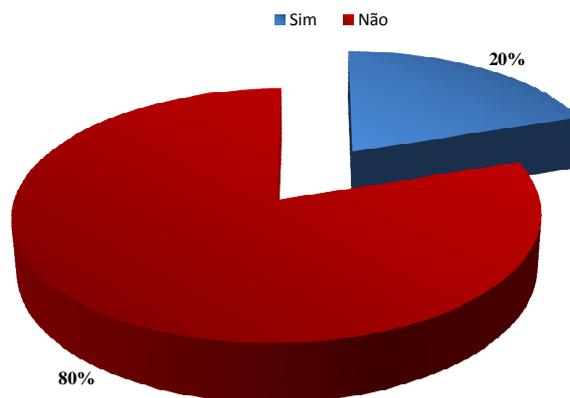


GRÁFICO 11

Respondendo à questão aberta de nº 12, onde foi solicitada a indicação dos pontos positivos e negativos das empresas de eventos para qual trabalham, todos fizeram questão de responder, preenchendo tanto um quanto o outro. De acordo com que os recepcionistas responderam como pontos positivos tem-se: a flexibilidade de horário, o bom relacionamento com a equipe e donos das empresas, o tratamento adequado como profissional e nunca confundem relação de amizade com profissão, consideram as empresas qualificadas com reconhecimento de mercado e profissionais competentes, algumas empresas pagam relativamente bem, algumas pagam na hora e possuem bom relacionamento no trabalho oferecendo uma motivação a mais durante o evento, preocupação com a alimentação das recepcionistas, boa estrutura da empresa e bom material de trabalho, trabalho organizado e em equipe, tem algumas empresas que dão a responsabilidade de resolver problemas ajudando na vida do profissional, algumas empresas estão se adequando à certificações de qualidade como a ISO, e algumas empresas tem a responsabilidade de chamar as recepcionistas com antecedência para trabalharem no evento.

Como pontos negativos verificou-se que a maioria enfatizou na questão da demora e atraso no pagamento, muitos comentaram que as empresas não se preocupam em oferecer transporte ao término de eventos noturnos, mal remuneração, muitas vezes avisam as recepcionistas para trabalharem dias antes do evento, ou seja, em cima da hora, carga horária de trabalho alta, muitas horas em pé, algumas empresas pagam abaixo da média oferecida no mercado, as empresas não oferecem vínculo empregatício, não oferecem cursos ou treinamentos de aperfeiçoamento, em muitas empresas há a formação de equipes por afinidades pessoais, não fazem contratos, não se preocupam em dar lanches antes dos eventos,

não dão autonomia para que as recepcionistas solucionem problemas, falta de profissionais capacitados para coordenarem eventos, a maioria das empresas só aceitam recepcionistas por indicação de terceiros. Percebe-se que foram listados bastantes pontos positivos e negativos, possibilitando saber o que as recepcionistas pensam em relação às empresas, podendo ajudá-las a melhorar em seus pontos fracos e fortalecer ainda mais seus pontos fortes.

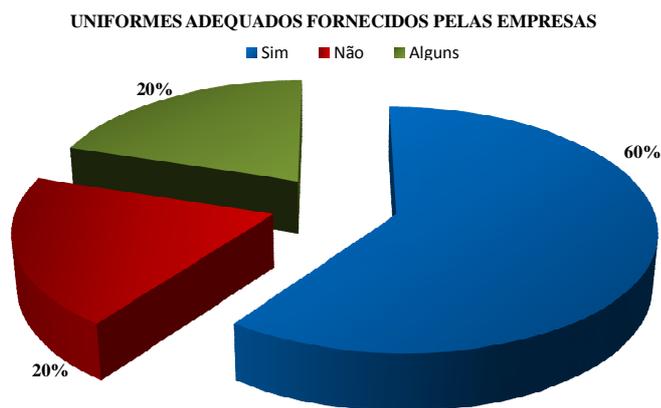


GRÁFICO 12

Em relação à opinião sobre os uniformes usados pelas empresas de eventos, conforme o gráfico acima percebe-se que 60% dos recepcionistas afirmaram ser adequados, dizendo que os uniformes são higienizados, bonitos, formais, de acordo com o porte do evento, são roupas elegantes e comportadas, escolhendo no tamanho certo, são sérios e transmitem a imagem da empresa, são alinhados, não chamam atenção, e que geralmente as empresas usam uniformes adequados a cada tipo de evento. Já 20% dos recepcionistas não concordam, justificando que alguns modelos estão defasados e muitas vezes ainda são os mesmos desde a criação da empresa, alguns homens comentam que é ruim trabalhar no calor com terno e gravata, não correspondem com a região em que vivemos, não condizendo com o clima local, são desconfortáveis, muitos estão encardidos e mal lavados, não havendo a preocupação de lavarem em lavanderias especializadas. E outros 20% do total de recepcionistas disseram que apenas alguns uniformes de empresas são adequados.

### PREOCUPAÇÃO COM APARÊNCIA QUANDO TRABALHA EM EVENTOS

■ Sim ■ Não ■ Às vezes

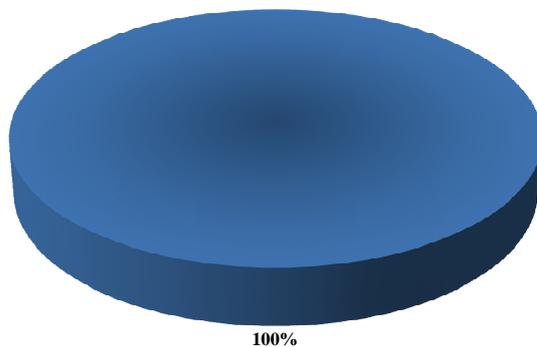


GRÁFICO 13

Quanto à preocupação com a aparência quando vão trabalhar nos eventos, houve unanimidade entre os entrevistados, como mostra o gráfico 13, constata-se que todos os 20 recepcionistas se preocupam, levando em consideração o cabelo sempre arrumado, uma boa maquiagem, unhas limpas e bem cortadas, uniformes engomados, dentre outros detalhes já vistos anteriormente.

### PRINCIPAL QUALIDADE DE RECEPCIONISTAS EM EVENTOS

■ Educação ■ Equilíbrio Emocional ■ Atenção ■ Comunicação ■ Pró-atividade

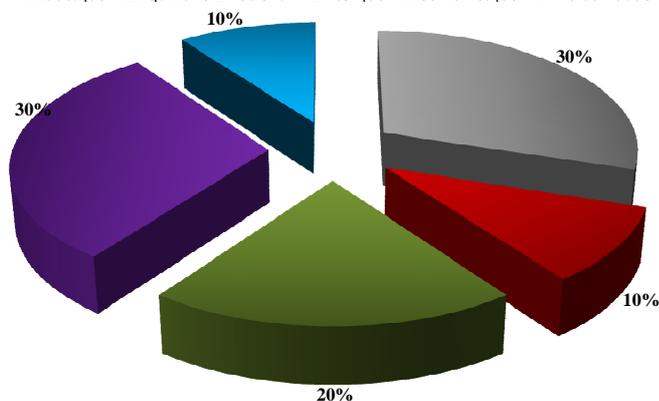


GRÁFICO 14

Sabe-se que todo profissional tem que apresentar várias qualidades para se destacar, assim, foi questionado qual seria a principal qualidade que o recepcionista de eventos deve ter. Exposto no gráfico acima, constata-se que 30% dos recepcionistas consideram a educação, outros 30% que consideram a comunicação como a qualidade primordial numa recepcionista, representando as maiores porcentagens. Apenas 20% de recepcionistas consideram a atenção, 10% consideram o equilíbrio emocional e ainda outras

10% afirmam ter a proatividade como um fator essencial para uma recepcionista de eventos. A simpatia, a discrição e boa aparência não foram citadas, na verdade, é válido ressaltar que todas essas qualidades são fundamentais para os profissionais dessa área, e apenas foram separadas para saber a opinião de cada um de qual seria a mais importante para eles.

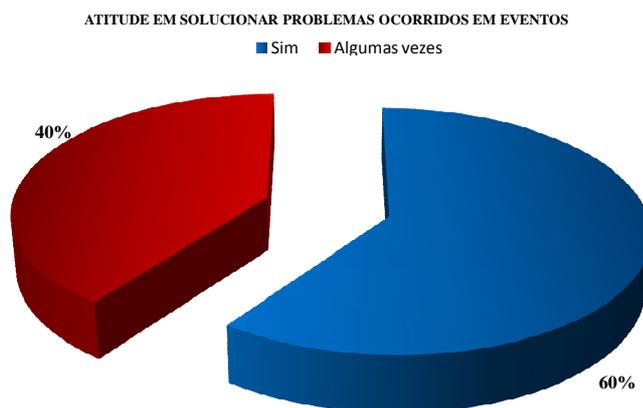


GRÁFICO 15

Em todo evento ocorrem imprevistos e problemas a serem resolvidos, os recepcionistas de eventos foram questionados da seguinte forma: caso ocorra algum problema em um evento que esteja trabalhando, você se sente preparado para tomar atitude e solucioná-lo? Conforme o gráfico 15, 60% dos recepcionistas afirmaram que sim, enquanto que 40% falaram que algumas vezes. Esta resposta pode ser analisada da seguinte forma, em alguns casos pode ser que o recepcionista realmente não tenha conhecimento e não se sinta preparado, ou que, algumas empresas não dão total liberdade para solucionar todos os tipos de problemas ocorridos.

Acredita-se que contribui também para esse dado, o fato identificado nesta pesquisa que, 50% dos entrevistados, afirmaram trabalhar na área há mais de 4 anos, o que pode revelar uma maior segurança do profissional para resolução de imprevistos, devido a sua experiência na área de recepção de eventos.



GRÁFICO 16

No quesito tipos de eventos que recepcionistas de eventos costumam trabalhar, de acordo com o gráfico acima, tem-se que 33% dos recepcionistas trabalham em eventos científicos, 29% em eventos sociais, 27% trabalham em eventos empresariais e ainda 11% do total de recepcionistas trabalham em outros tipos de eventos, como citados por elas, os eventos esportivos. Ressaltando que como mostra a porcentagem acima, a maioria trabalha em eventos científicos, lembrando que às vezes esses mesmos recepcionistas podem trabalhar em outros tipos de eventos também.

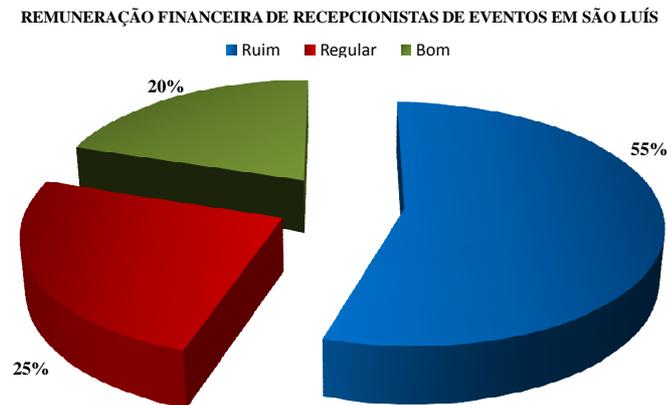


GRÁFICO 17

Outro ponto relevante é a questão sobre a avaliação da remuneração financeira das recepcionistas de eventos pelas empresas em São Luís, como apresentado no gráfico 17 que, 55% consideram ruim, 25% acham regular, e apenas 20% do total consideram a remuneração como boa. Mostrando que a remuneração precisa melhorar, não estando condizente com a

carga horária e os serviços prestados pelas recepcionistas nos eventos, além de que os anos vão passando e o valor da diária continua o mesmo, não tendo nenhum reajuste e todas as empresas praticamente pagando a mesma quantia, desfavorecendo também a motivação do recepcionista, o qual trabalha mais pela necessidade do que por satisfação.

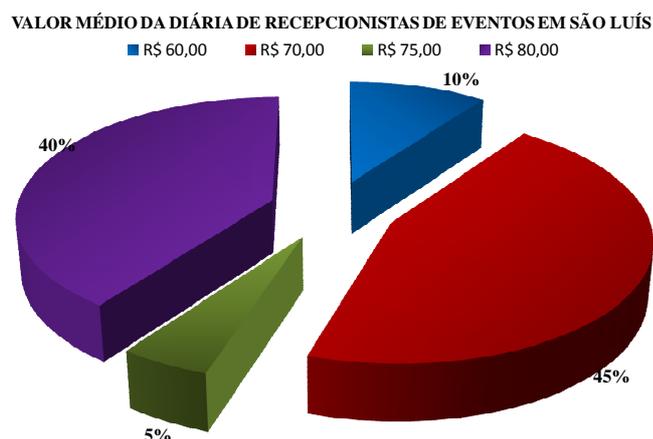


GRÁFICO 18

Este próximo quesito está relacionado ao anterior, que diz respeito sobre a remuneração, sendo esse voltado para o valor médio da diária de um recepcionista de eventos em São Luís, assim exposto no gráfico 18 que: 10% dos recepcionistas afirmam ser o valor de R\$ 60,00, com porcentagem de 45% afirmando ser R\$ 70,00, apenas 5% diz que o valor médio é R\$ 75,00 e 40% do total de recepcionistas mostram ser R\$ 80,00. Lembrando que as empresas de eventos diferenciam os valores também em relação às funções exercidas, ou seja, de acordo com cada posição no dia do evento: na secretaria, na sala vip, na porta do auditório, dentro do auditório.

QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE RECEPCIONISTAS DE EVENTOS EM SÃO LUÍS

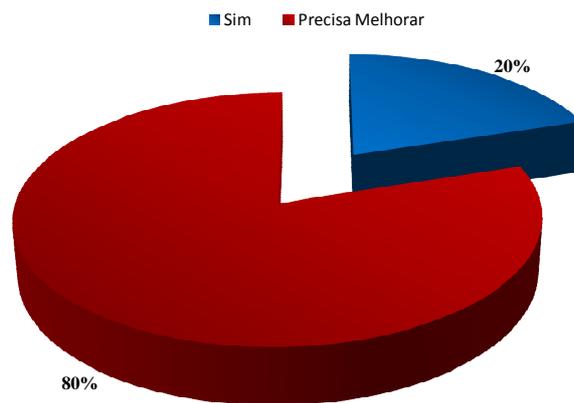


GRÁFICO 19

E fechando a presente pesquisa tem-se a pergunta feita aos entrevistados referente à qualidade na prestação de serviços de recepcionistas de eventos, em que todos expuseram suas opiniões, de acordo com o gráfico 19, 20% dos recepcionistas afirmaram qualidade na prestação de serviços, e 80% comentaram que precisa melhorar. Esta porcentagem pode ser considerada surpreendente quando diz respeito que as próprias recepcionistas se avaliaram e deram suas opiniões em relação às colegas de trabalho, mostrando o ponto crucial do estudo presente, a busca da qualificação na prestação de serviços de recepcionistas de eventos em São Luís.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sabe-se que o trabalho acadêmico e científico apresenta análises relevantes conforme as pesquisas realizadas, podendo se expandir futuramente, dado seu processo de continuidade, o qual cada vez mais pode ser complementado, visando o alcance dos objetivos propostos, além de certa forma contribuir à sociedade em geral. No presente trabalho que teve o intuito de saber sobre a qualificação de recepcionistas de eventos em São Luís, optou-se pelo tema devido à crescente demanda de eventos na cidade, necessitando de profissionais capacitados para área.

O presente trabalho expôs um breve histórico dos eventos, mostrando que estes estão presentes desde as civilizações antigas, tendo como registros os primeiros Jogos Olímpicos da Era Antiga na Grécia, identificando-os como o marco histórico para o surgimento do turismo de eventos, além de ter a Idade Média como período muito significativo, em que ocorreram os eventos religiosos (concílios) e os comerciais (feiras comerciais). Foram apresentadas conceituações de eventos, identificando que estes são acontecimentos que precisam de planejamento, organização, um espaço e tema definidos com intuito de abranger um público específico, bem como mostrada a classificação pelas autoras Britto e Fontes, as quais classificam os eventos por categoria, área de interesse, localização e características estruturais. Além de frisar a importância do turismo de eventos para a hotelaria, para cada localidade, economia e para a sociedade em geral.

A qualidade com o decorrer dos anos tem se mostrado cada vez mais importante para as empresas e para as pessoas, dessa forma, no trabalho, buscou-se explicitar as definições da qualidade cedidas pelos gurus da qualidade, bem como o conhecimento sobre serviços, em que comprovou-se que todo serviço tem que apresentar qualidade. Foi feita uma abordagem sobre a Certificação ISO, a qual é responsável por diversas normas que beneficiam o mundo, mostrando sua importância para as empresas. E foi identificado que a cidade de São Luís apresentou um aumento no número de eventos realizados, principalmente após a criação do São Luís Convention e Visitors Bureau (SLCVB), entidade responsável pela captação de eventos na cidade. Sendo válido ressaltar que as empresas de eventos de São Luís tem que adotar a gestão da qualidade para melhoria em seus serviços, citando ainda alguns

órgãos e entidades as quais algumas empresas de eventos estão vinculadas, como: Associação Brasileira de Empresas de Evento (ABEOC), CADASTUR, Associação de Agências de Turismo Operadoras de Eventos (EVENTPOOL) e SLCVB.

O foco do estudo foi bem trabalhado no capítulo “Receptionistas de Eventos”, em que foi exposta a situação do profissional receptionista de eventos no mercado atual, mostrando as vantagens e desvantagens da profissão, os exemplos de receptionistas bem como suas devidas funções, identificando requisitos necessários para um receptionista de eventos como: a simpatia, comunicação, cordialidade, desinibição, educação, sensibilidade, boa apresentação, criatividade, conhecimentos gerais, dentre outros. Foram também apresentadas habilidades como flexibilidade e proatividade, essenciais para um bom receptionista de eventos, além da apresentação do perfil desse profissional, abordando conhecimentos necessários, cursos de eventos, cursos de língua estrangeira, conduta de ética, postura, uniforme, maquiagem e cabelo adequados para o profissional da área.

É válido ressaltar que houve dificuldades em relação à pesquisa de campo, pois seria inviável a realização da mesma no local de trabalho dos receptionistas de eventos, sendo feita então pela internet, onde foram enviados 50 questionários, todavia foram respondidos 20 questionários até o prazo determinado. Contudo, através dessa quantidade foi possível alcançar o objetivo proposto, ou seja, verificar a qualificação destes profissionais no mercado de eventos de São Luís, visto também que não haveria possibilidade da aplicação de questionários com todos os receptionistas de eventos. Dessa forma, como resultados obtidos, constatou-se que há a predominância das mulheres nesta profissão e ainda existe um preconceito em relação aos homens, porém essa situação poderá mudar daqui há alguns anos, quando estes se identificarem com área e quiserem se destacar no mercado de eventos. A faixa etária predominante está entre 23 a 27 anos, o que indica uma preferência em selecionar pessoas jovens e, especialmente com aparência jovial e bela, além de apresentarem melhores condicionamentos físicos. A maioria dos receptionistas, 80% são graduados ou estão cursando nível superior, vale ressaltar que os principais cursos são voltados para área de eventos como, por exemplo, comunicação social, turismo, hotelaria e administração. Muitos receptionistas, 35% já trabalham há mais de 5 anos com eventos, com o tempo vão aprendendo e adquirindo mais experiências e geralmente nunca falta oportunidade para estes, pois são os primeiros a serem chamados pelas empresas de eventos.

O principal motivo pelo qual trabalham como recepcionista de eventos, cerca de 40% apontou a falta de oportunidade em sua profissão, o que de certa forma torna-se um pouco preocupante, já que muitos podem estar na área para tirar um “extra” ou complemento adicional, podendo prejudicar a qualidade nos serviços caso não tenham qualificação. Geralmente estes profissionais trabalham para várias empresas, tendo como maior índice de recepcionistas que prestam serviços, as empresas Enphoc, Tagatur Eventos, Mix Eventos e Oficina de Eventos, as quais de certa forma são bem conhecidas pela sociedade e são empresas de renome. Por meio da pesquisa foi comprovado que a maioria dos recepcionistas, 80% entram nas empresas por indicação de terceiros, geralmente outros recepcionistas que já estão na área há algum tempo e indicam seus amigos, apresentando uma situação injusta para aqueles que querem entrar no mercado, tem capacitação e vêem que as empresas parecem não se preocupar com a análise curricular. Muitos até apresentam cursos relacionados a eventos (ponto positivo), todavia a minoria, no caso 30% fala alguma língua estrangeira, sabendo que há a necessidade cada vez maior deste conhecimento. Foi constatado que as empresas citadas na pesquisa não oferecem treinamentos, apenas 20% citou que sim, todavia enfatizando que são apenas algumas informações sobre os eventos cedidas aos recepcionistas, sendo interessante a abordagem sobre a necessidade de solucionar possíveis problemas ocorridos num evento, que 60% se consideram preparados, mesmo sem os devidos treinamentos.

A maioria dos recepcionistas, 55% acham a remuneração ruim, tendo como valor médio da diária R\$ 70,00, como observação deles que dizem ter que ficar geralmente 12 horas por dia em pé, acordar cedo, enfrentar desaforos, resolver problemas, às vezes ainda não ser reconhecido e ter como pagamento esse valor, e que na maioria das vezes se recebe com atraso. Todos afirmaram se preocupar com a boa aparência, além da maioria considerar a comunicação e a educação como qualidades essenciais ao recepcionista de eventos. Bem, de forma surpreendente estes profissionais deram suas opiniões em relação à qualidade na prestação de serviços de recepcionistas de eventos em São Luís, em que 80% afirma que precisa melhorar. Logo, constata-se que existem pontos favoráveis e desfavoráveis destes, lembrando que é imprescindível a capacitação e qualificação de recepcionistas, mesmo que as empresas de eventos não ofereçam, cada um tem que fazer sua parte e ir à procura do conhecimento, o qual nunca é demais. Sendo válido frisar que é necessário o aprimoramento constante, visando à busca da excelência e qualidade contínua na prestação de serviços para estar apto a enfrentar a competitividade e ter seu lugar de destaque no mercado.

## REFERÊNCIAS

ABEOC. **Brasil é o 7º país que mais recebe eventos internacionais no mundo.** Disponível em: <<http://www.abeoc.org.br>>. Acesso em: 30 mar. 2010.

ALLEN, Johnny et al. **Organização e Gestão de Eventos.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

ALMEIDA, Léo Grieco de. **Gerência de Processo:** mais um passo para excelência. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1993.

AURELIO. **Serviço.** Disponível em: <<http://www.dicionariodoaurelio.com/dicionario.php?P=Servico>>. Acesso em: 27 jun. 2010.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Turismo de Negócios e Eventos:** orientações básicas. Brasília: Ministério do Turismo, 2008.

BRITTO, Janaína; FONTES, Nena. **Estratégias para eventos:** uma ótica do marketing e do turismo. São Paulo: Aleph, 2002.

CADASTUR. **Pesquisa de Prestadores.** Disponível em: <<http://www.cadastur.turismo.gov.br>>. Acesso em: 31 maio 2010.

CARVALHO, Marly Monteiro de [et al.]. **Gestão da Qualidade:** teoria e casos. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

CROSBY, Philip B. **Qualidade sem lágrimas:** a arte da gerência descomplicada. 2. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1992.

DE SOUZA, Emerson. **Pesquisa sobre impacto econômico dos eventos internacionais no Brasil 2007/2008.** Disponível em: <<http://www.abeoc.com.br>>. Acesso em: 30 mar. 2010.

FERREIRA, Márcia Regina Mendes. **Turismo de Eventos: análise mercadológica para o setor em São Luís – MA.** São Luís: UFMA, 2009.

GOIDANICH, Karin Leyser; MOLETTA, Vania Florentino. **Turismo de Eventos.** Porto Alegre: SEBRAE/RS, 1998.

INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION. **ISO.** Disponível em: <[www.iso.org](http://www.iso.org)>. Acesso em: 31 maio 2010.

MARTIN, Vanessa. **Manual Prático de Eventos.** São Paulo: Atlas, 2003.

MATIAS, Marlene. **Organização de Eventos: procedimentos e técnicas.** 5. ed. São Paulo: Manole, 2010.

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

NAHUZ, Cecília dos Santos; FERREIRA, Lusimar Silva. **Manual para normalização de monografias.** 4. ed. São Luís: Visionária, 2007.

OLIVEIRA, Daniela de. **Trabalhe em Congressos e Eventos.** Disponível em: <<http://www.renascerberasil.org.br/web/index.php>>. Acesso em: 23 mar. 2010.

REIS, Alyne Bianka Bezerra. **Ginástica Laboral Aplicada à Gestão de Pessoas em Organizações Hoteleiras: concepções em torno do Quality Grand São Luís Hotel.** São Luís: UFMA, 2009.

SENAC. **Qualidade em prestação de serviços.** Rio de Janeiro: SENAC, 1997.

SLCVB. **São Luís Convention e Visitors Bureau.** Disponível em: <  
<http://www.visitesaoluis.com/>>. Acesso em: 31 maio 2010.

TENAN, Ilka Paulete Svissero. **Eventos:** coleção ABC do Turismo. São Paulo: Aleph, 2002.

VIERA, Elenara Viera de; CÂNDIDO, Índio. **Recepcionista de Eventos: organização e técnicas para eventos.** Caxias do Sul: EDUCS, 2002.

ZANELLA, Luis Carlos. **Manual de Organização de Eventos:** planejamento e operacionalização. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

## APÊNDICE

## APÊNDICE A – Questionário destinado a recepcionistas de eventos

O objetivo desta pesquisa é obter informações sobre a percepção do profissional que trabalha no serviço de recepção de eventos em São Luís/MA, visando à elaboração de Trabalho Monográfico para conclusão do Curso de Turismo da UFMA. Os dados obtidos serão analisados de forma global e sigilosa, impossibilitando a sua identificação. Sua colaboração é fundamental para o êxito deste trabalho.

Data: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

**1 - Sexo:** ( )Feminino ( )Masculino

( )Sim. Qual?\_\_\_\_\_ ( )Não

**2 – Faixa Etária:**

( )De 18 a 22 ( )De 23 a 27 ( )De 28 a 32  
( )De 33 a 37 ( )De 38 a 42 ( )Acima de 43

**11 – A(s) empresa(s) de eventos para a qual você trabalha oferece(m) treinamentos?**

( )Sim. Qual (is)?\_\_\_\_\_ ( )Não

**3 - Qual o seu nível de escolaridade?**

( )Ensino Médio Completo  
( )Ensino Superior Incompleto  
Qual curso:\_\_\_\_\_  
( )Ensino Superior Completo  
Qual curso:\_\_\_\_\_  
( )Outro:\_\_\_\_\_

**12 – Quais os pontos positivos e negativos da(s) empresa(s) de eventos que você trabalha?**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**4 - Há quanto tempo você trabalha como recepcionista de eventos?**

( )1 ano ( )2 anos ( )3 anos  
( )4 anos ( )5 anos ( )Outro:\_\_\_\_\_

**13 - Você considera adequado os uniformes de recepcionistas usados pelas empresas de eventos a qual você trabalha?**

( )Sim ( )Não ( )Alguns  
Por quê?\_\_\_\_\_

**5 – Por que motivo você trabalha como recepcionista de eventos?**

( )Falta de oportunidade na minha profissão  
( )Necessidade financeira  
( )Complemento/Adicional financeiro  
( )Identificação com a área  
( )Outro:\_\_\_\_\_

**14 - Você se preocupa com a sua aparência quando vai trabalhar num evento?**

( )Sim ( )Não ( )Às vezes

**6 - Para quantas empresas de eventos você trabalha atualmente?**

( )Uma ( )Duas ( )Três  
( )Quatro ( )Cinco ( )Outro:\_\_\_\_\_

**15 – Qual a principal qualidade que um(a) recepcionista de evento deve ter?**

( )Educação ( )Simpatia ( )Equilíbrio Emocional  
( )Atenção ( )Discrição ( )Boa Aparência  
( )Comunicação ( )Outra:\_\_\_\_\_

**7 - Quais dessas empresas de eventos você trabalha?**

( )Enphoc ( )Essencial Cerimonial  
( )Felicidade Eventos ( )Guarnicê Eventos  
( )Master Grau ( )Mix Eventos  
( )Oficina de Eventos ( )Sacada Eventos  
( )Societá Eventos ( )Tagatur Eventos  
( )Visão e Perfil ( )Outra:\_\_\_\_\_

**16 - Caso ocorra algum problema em um evento que você esteja trabalhando, você se sente preparado(a) para tomar atitude e solucioná-lo?**

( )Sim ( )Não ( )Algumas vezes

**8 – Como você foi selecionado(a) para trabalhar na(s) empresa(s) de eventos?**

( )Análise Curricular ( )Indicação de terceiros  
( )Parentesco com o gestor/proprietário da empresa  
( )Outro:\_\_\_\_\_

**17 – Quais os tipos de eventos você costuma trabalhar?**

( )Eventos Científicos ( )Eventos Empresariais  
( )Eventos Sociais ( )Outros:\_\_\_\_\_

**9 - Você já participou de cursos relacionados à recepção de eventos?**

( )Sim. Qual?\_\_\_\_\_ ( )Não. Por quê?\_\_\_\_\_

**18 – Como você avalia a questão da remuneração financeira das(os) recepcionistas de eventos em São Luís?**

( )Ruim ( )Regular ( )Bom ( )Ótimo ( )Excelente

**10 – Você fala alguma língua estrangeira?**

**19 – Qual o valor médio da diária de um(a) recepcionista de eventos em São Luís?**

( )R\$ 60,00 ( )R\$ 70,00 ( )R\$ 80,00  
( )R\$ 90,00 ( )R\$ 100,00 ( )Outro:\_\_\_\_\_

**20 - Você acha que as(os) recepcionistas de eventos apresentam qualidade na prestação de seus serviços?**

( )Sim ( )Não ( )Precisa melhorar