

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS  
DEPARTAMENTO DE TURISMO E HOTELARIA  
CURSO DE TURISMO

**SILVANA BATISTA DA SILVA**

**UMA ANÁLISE DAS EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS EM SÃO LUÍS -  
MA.**

**São Luís - MA**

**2012**

**SILVANA BATISTA DA SILVA**

**AS EMPRESAS ORGANIZADORAS 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.

Orientador: Prof. Msc. Jonilson Costa Correia.  
DETUH/UFMA.

São Luís

2012

**SILVANA BATISTA DA SILVA**

**AS EMPRESAS ORGANIZADORAS 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.

**Aprovada em:** / /

**BANCA EXAMINADORA**

---

Nome do professor

---

**1º Examinador**

---

**2º Examinador**

Ao Soberano Deus

Aos meus pais e irmãos.

## AGRADECIMENTOS

Ao meu professor Jonilson Costa, pela dedicação e esforços empreendidos ao longo dessa jornada.

E àqueles que direta ou indiretamente contribuíram para a concretização deste estudo.

“A certeza de que estamos sempre começando, a certeza de que é preciso continuar, e a certeza de que podemos ser interrompidos antes de continuarmos. Fazer da interrupção um caminho novo, da queda um passo de dança, do medo uma escada, do sonho um encontro”.

Fernando Sabino.

## RESUMO

A pesquisa teve como objetivo analisar a atuação das Empresas Organizadoras de Eventos em São Luís – MA. Para o desenvolvimento desta proposta de modo geral dialogamos com os seguintes autores: Martin (2001), Bahl (2003 e 2004), Tenan (2002) e Martin (2003). Optou-se pela abordagem qualitativa na pesquisa e como instrumento de coleta de dados o questionário. O universo da pesquisa foram as Empresas Organizadoras de Eventos da capital Ludovicense e os sujeitos envolvidos foram os gestores ou responsáveis por essas empresas, e uma entrevista concedida pelo profissional de eventos locais e professor do Departamento de Comunicação da UFMA – Universidade Federal do Maranhão, senhor Elias David Lopes Azulay. A pesquisa está delineada da seguinte forma: introdução do estudo, seguido de uma configuração histórica geral e no Brasil sobre os eventos e o Turismo dos eventos, abordagem conceitual, a classificação dos Eventos e sua importância na atualidade. No terceiro capítulo apresentamos as empresas organizadoras de eventos na cidade de São Luís e um breve histórico a respeito de seu aparecimento, na sequência temos o processo de metodologia e conclusão do estudo. A partir dos resultados conclui-se que as empresas que organizam eventos se localizam no Centro da cidade, nas principais avenidas ou em suas proximidades, sua atuação no segmento dos eventos turísticos é relativamente nova, apresentando certa fragilidade. Seu surgimento se dá em função das próprias necessidades do mercado, acompanhado da carência de mão-de-obra qualificada para o setor e a falta de apoio do poder público. Dessa forma esperamos contribuir com reflexões que trata dos aspectos conceituais e práticos sobre a temática abordada no decorrer da pesquisa.

Palavras- chave: Turismo. Eventos. Empresas Organizadoras de Eventos.

## ABSTRACT

The research aimed to analyze the performance of the Event Organizing Companies in São Luís - MA. For the development of this proposal generally dialogue with the following authors: Martin (2001), Bahl (2003 and 2004), Tenan (2002) and Martin (2003). We opted for a qualitative approach as a tool for research and data collection questionnaire. The research was the Business Event Organising ludovicense the capital and the subjects were involved or managers responsible for these companies, and an interview by professional local events and professor in the Department of Communication UFMA - Federal University of Maranhão, sir Elias David Lopes Azulay. The research is outlined as follows: introduction of the study, followed by a general historical setting and Brazil on events and tourism events, conceptual approach, the classification of events and their importance today. The third chapter presents the events organizing companies in the city of St. Louis and a brief history about his appearance in the sequel we process methodology and conclusion of the study. From the results it is concluded that companies that organize events are located in the city center, on the main avenues or in its vicinity, its performance in the segment of tourism events is relatively new, with certain fragility. His appearance is a function of its own market needs, together with the shortage of skilled labor for the industry and lack of government support. This way we hope to contribute with reflections dealing with the conceptual and practical aspects of the subject addressed during the research.

Keywords: Tourism. Events. Corporate Events Organizing.

## LISTA DE QUADROS

|                                                                                |    |
|--------------------------------------------------------------------------------|----|
| Quadro 01 – Conceitos de eventos turísticos adaptados de diversos autores..... | 26 |
| Quadro 02 - Classificação dos eventos por objetivo ou área de interesse.....   | 31 |
| Quadro 03 - "TOP 10" BRASIL. Cidades mais visitadas em função dos eventos..... | 34 |
| Quadro 04 – Empresas Organizadoras de Eventos em São Luís – MA.....            | 45 |
| Quadro 05 - Empresas Organizadoras para finalidade deste estudo.....           | 48 |
| Quadro 06 - Caracterização dos sujeitos investigados.....                      | 49 |

## LISTA DE GRÁFICOS

|                                                                                                                                        |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gráfico 01 – Fatores que contribuíram para o surgimento das Empresas Organizadoras de Eventos em São Luís MA.....                      | 51 |
| Gráfico 02 - Principais dificuldades enfrentadas pelas empresas.....                                                                   | 53 |
| Gráfico 03 – Natureza das relações mantidas entre as Empresas Organizadoras de Eventos.....                                            | 53 |
| Gráfico 04 – Número de funcionários no quadro das empresas.....                                                                        | 54 |
| Gráfico 05 – Grau de Escolaridade.....                                                                                                 | 54 |
| Gráfico 06 – Presença de Turismólogos no quadro de funcionários da empresa.....                                                        | 55 |
| Gráfico 07 – Presença de profissionais de áreas afins.....                                                                             | 55 |
| Gráfico 08 – Tempo de atuação das empresas no setor dos eventos.....                                                                   | 56 |
| Gráfico 09 – Principais atividades desenvolvidas pelas empresas.....                                                                   | 57 |
| Gráfico 10 – Principais Tipologias de Eventos realizados pelas empresas do setor.....                                                  | 57 |
| Gráfico 11 – Quantidade de eventos realizados em média por ano.....                                                                    | 58 |
| Gráfico 12 – Existência de projetos de parceria com centros ou instituições de ensino....                                              | 58 |
| Gráfico 13 – Participação em órgãos ou instituições que representasse o (os) interesse (s) da categoria ou da atividade turística..... | 59 |
| Gráfico 14 – Tipos de relações existentes com o poder público.....                                                                     | 59 |
| Gráfico 15 – Tipos de relações com a iniciativa privada.....                                                                           | 60 |
| Gráfico 16 – Participação em projetos de licitação no mercado local.....                                                               | 60 |
| Gráfico 17 – Perspectivas das Empresas de organizadoras sobre o segmento dos eventos turísticos.....                                   | 61 |

## LISTA DE SIGLAS

ABAV - Associação Brasileira de Agências de Viagens  
ABEOC - Associação Brasileira das Empresas Organizadoras de Eventos (Posteriormente).  
ABEOC - Associação Brasileira de Eventos e Empresas Operadoras em Congressos e Convenções<sup>1</sup>  
ABIH – Associação Brasileira da Indústria de Hotéis  
ABRACEF - Associação Brasileira de Centros de Convenções, Exposições e Feiras  
ABRASEL – Associação Brasileira de Bares e Restaurantes  
C&VB – Convention And Visitors Bureau  
CADASTUR – Cadastro das Empresas de Turismo  
CNTur - Conselho Nacional de Turismo  
DETUR – Departamento de Turismo  
EMATEC – Empresa Maranhense de Tecnologias  
EMBRATUR - Empresa Brasileira de Turismo  
ENBETUR - Encontro Nacional de Bacharéis e Estudantes de Turismo  
EVENTPOOL – Associação das Agências de Turismo Operadoras de Eventos  
FUMTUR – Fundação Municipal de Turismo  
IACVB - International Association of Convention and Visitors Bureau  
ICCA - International Congress and Convention Association – ICCA  
ICE - Instituto de Cidadania Empresarial  
MARATUR – Empresa Maranhense de Turismo  
OMT - Organização Mundial do Turismo  
PAC - Programa de Aceleração do Crescimento  
PLANAP – Planejamento de Propaganda  
PLANO MAIOR - Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo  
PLANTUR – Plano Nacional de Turismo  
PNMT – Plano Nacional de Municipalização do Turismo  
PNT - Política Nacional de Turismo  
SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial  
SETUR/MA – Secretaria de Turismo do Estado do Maranhão

---

<sup>1</sup> Este foi o primeiro nome dado à instituição que posteriormente manteve a mesma sigla, no entanto, passou à seguinte denominação Associação Brasileira de Empresas Organizadoras de Eventos – ABEOC.

SIC – Secretaria de Indústria e Comércio

SPCVB - São Paulo Convention and Visitors Bureau

UBRAFE - União Brasileira dos Promotores de Feiras

UEMA – Universidade Estadual do Maranhão

UFI - União de Feiras Internacionais

UFMA - Universidade Federal do Maranhão

## SUMÁRIO

|                                                                                                   |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>1 INTRODUÇÃO</b> .....                                                                         | 14 |
| <b>2 TURISMO DE EVENTOS</b> .....                                                                 | 17 |
| <b>2.1 Histórico dos Eventos e do Turismo de Eventos</b> .....                                    | 17 |
| <b>2.2 Os Eventos no Brasil e suas contribuições para o Turismo</b> .....                         | 22 |
| <b>2.3 Abordagens conceituais sobre os Eventos</b> .....                                          | 25 |
| <b>2.4 As categorias dos Eventos</b> .....                                                        | 29 |
| <b>2.5 O Turismo de Eventos na atualidade</b> .....                                               | 31 |
| <b>3 AS EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS EM SÃO LUÍS – MA</b> .....                              | 37 |
| <b>3.1 Breve análise da história das Empresas Organizadoras de Eventos em São Luís – Ma</b> ..... | 40 |
| <b>4 O PERCURSO METODOLÓGICO</b> .....                                                            | 47 |
| <b>4.1 Métodos, materiais e procedimentos</b> .....                                               | 47 |
| <b>4.2 O cenário da pesquisa</b> .....                                                            | 48 |
| <b>4.3 Caracterização dos sujeitos da pesquisa</b> .....                                          | 49 |
| <b>4.4 As limitações da pesquisa</b> .....                                                        | 49 |
| <b>4.5 Resultados da pesquisa</b> .....                                                           | 50 |
| <b>5 CONCLUSÃO</b> .....                                                                          | 63 |
| <b>REFERÊNCIAS</b> .....                                                                          | 66 |
| <b>ANEXOS</b> .....                                                                               | 69 |

## 1 INTRODUÇÃO

Nos dias atuais, o turismo se tornou relevante para o incremento das economias em aspectos macro e micro espaciais, cresceu de tal forma que ganhou denominação de “indústria” e está relacionado entre as cinco maiores atividades desenvolvidas no mundo todo.<sup>2</sup>

Entre os diversos segmentos, destaca-se o setor de Eventos, que se apresenta de maneira relativamente nova. Tal segmento envolve uma gama de outras atividades direta ou indiretamente ligadas ao turismo, a exemplo das empresas de serviços especializados, agências de viagens, fornecedores de materiais, meios de hospedagem, segurança, transportadoras, limpeza, empresas de alimentos e bebidas, as organizadoras de eventos, entre outras. Essas últimas compreendem especificamente o planejamento e a organização assim como a execução dos Eventos, daí a necessidade de pessoas ou equipes que correspondam a esta função, surge então, a figura do profissional de Eventos, geralmente respaldado em instituições empresariais responsáveis pela organização dos mesmos.

Os Eventos no cenário brasileiro são vistos como experiências de caráter recente, sendo assim, podemos considerar também que o ramo concernente ao das Empresas Organizadoras de Eventos está inserido neste contexto e aos poucos busca amparar-se legalmente por meio de suas associações.

Em São Luís o fenômeno turístico ganha mais força ao longo das duas últimas décadas, de 1990 e 2000, embora não se devam desconsiderar esforços anteriores dirigidos no mesmo sentido, pois, o turismo configura-se principalmente na sua vocação para o turismo cultural, em função das particularidades que a cidade apresenta, aspectos históricos e culturais - arquitetura, culinária e manifestações sociais tradicionais; e também o turismo de natureza. E nesse contexto está inserido também um conjunto de estrutura básica e de especificidades comuns à atividade turística, carecendo de mais atenção do poder público, uma vez que setores consideráveis do turismo no estado funcionam mais por orientação da iniciativa privada.

Assim é o caso das empresas organizadoras de eventos, assunto de interesse desse estudo, parte integrante da cadeia do turismo e que atuam também no sentido de fortalecer o desenvolvimento do mesmo na cidade de São Luís.

---

<sup>2</sup> “uma análise realizada pela OMT - Organização Mundial do Turismo coloca a atividade turística entre as cinco categorias mais importantes das exportações mundiais.” (OMT, 2005).

A partir disso surge a preocupação e a aproximação com o objeto de estudo, devido ao pouco enfoque dado a esta temática e a percepção do aumento no número de empresas que organizam eventos em São Luís; e por estar relacionado a um dos segmentos econômicos favorável à criação de novos negócios e geração de emprego e renda. Assim, sendo um fenômeno relativamente novo, tal aspecto merece uma análise referente às empresas existentes no contexto Ludovicense assim como aos fatores que possam ter contribuído para sua ascensão.

Nessa perspectiva, de entender o envolvimento dessas empresas no segmento local é que se direciona esse conteúdo, no intuito de responder as seguintes indagações: Como se constituíram essas empresas no mercado turístico? Quem são elas, onde estão, a que tipo de atividades ou serviços se destinam? Tempo em que já atuam no mercado? Quais são as suas perspectivas em relação ao setor?

Assim sendo, esse trabalho torna-se original, interessante e desafiador para que possivelmente sejam preenchidas lacunas que implicam a necessidade de conhecimento sobre a temática e pela escassez da literatura direcionada às comunidades acadêmicas e afins, que buscam atuar na área com maior interesse e conhecimento, objetivando entender as relações que estão implícitas no funcionamento do setor e o envolvimento de profissionais, contribuindo para o seu desenvolvimento.

Dessa forma, essa pesquisa trará uma abordagem a cerca da análise para as Empresas Organizadoras de Eventos em de São Luís. Tendo como objetivo geral, compreender a atuação destas empresas no âmbito do desenvolvimento na capital. Assim busca-se entre os objetivos específicos: Fornecer informações acerca das Empresas Organizadoras de Eventos no em São Luís; levantar as principais áreas de atuação dessas empresas; Identificar fatores que contribuíram para a ascensão dessas empresas assim como identificar o número dessas empresas cadastradas junto a órgãos ou instituições oficiais e verificar o grau de envolvimento dos bacharéis em Turismo no setor.

O trabalho está assentado da seguinte forma: Introdução, onde consta a importância de se trabalhar o tema, hipóteses e objetivos a serem alcançados; na segunda parte apresentamos um histórico dos eventos em uma perspectiva turística no mundo e no Brasil de acordo com Matias (2001), depois segue-se algumas abordagens conceituais, classificações ou categorias e o turismo de eventos na atualidade. Em seguida discorreremos acerca das Empresas Organizadoras de Eventos em São Luís/MA, com uma breve análise sobre seu surgimento a partir da entrevista do professor do professor e profissional de eventos Elias David Lopes Azulay.

Temos ainda o percurso metodológico no qual serão expostos os métodos, materiais e procedimentos; o universo da pesquisa, caracterização dos sujeitos envolvidos, limitações e os resultados e análises da pesquisa. Por fim, temos o item relativo à conclusão abordando características gerais das Empresas Organizadoras de Eventos em São Luís.

## **2 TURISMO DE EVENTOS**

Os eventos estão interligados ao turismo desde que se percebeu a ascensão da atividade turística organizada e mesmo antes, pois, já acompanhava as sociedades ocidentais configurando-se no seu processo produtivo. Nesse sentido, essa parte do trabalho aborda um pouco do processo histórico dos eventos no mundo e no Brasil, uma abordagem teórica, classificação e a sua importância nos dias atuais.

### **2.1 Histórico dos eventos e do turismo de eventos**

O termo evento é anterior ao surgimento da concepção que se tem hoje a respeito do Turismo e do Turismo de Eventos. Mas se considerarmos a corrente de pensadores na qual está incluída Marlene Matias, veremos que os eventos são apontados desde os primórdios, quando o homem por motivos diversos sentiu a necessidade de se locomover pela superfície. As principais referências estão relacionadas segundo os marcos evolutivos de cada período da história, e ao longo do tempo foi adquirindo características marcantes vivenciadas no contexto de cada sociedade (Matias, 2001).

Marlene Matias nos traz em sua obra "Organização de eventos: procedimentos e técnicas" uma evolução dos eventos turísticos seguindo uma linha de temporalidade histórica dos acontecimentos, e nem por isso separada das demais áreas do Turismo, de forma que alguns fatos atrelados ao setor são comuns aos demais do contexto geral. Matias (2001) os delimita em resumo, da seguinte forma:

Na Idade Antiga, têm-se os Jogos Olímpicos da Grécia a partir de 776 a.C que acontecia a cada quatro anos, de caráter religioso e pacifista, uma vez que eram suspensos os combates em função dos jogos, estabelecendo-se, então, período de trégua entre os povos. No sentido religioso, evidenciava a influência dos deuses desenvolvendo-se assim o espírito de hospitalidade naquela região.

Destacam-se também as festas saturnálias em 500 a. C, antecessoras das comemorações carnavalescas.

Considera-se ainda, que em 377 a. C foi realizado o primeiro evento de nome congresso, na cidade de Corinto. E que o último evento realizado, teria sido a conferência de Luca em 56 a. C.

Ainda segundo a autora "A civilização antiga deixou de herança para o Turismo e para o Turismo de Eventos o espírito de hospitalidade, a infra-estrutura de acesso e os primeiros espaços de eventos" Matias (2001, p. 2).

Durante a Idade Média, no campo das artes passou a existir terreno propício para o desenvolvimento do Turismo de Lazer, com a publicação de obras como o Guia de Estradas de Charles Estiene (1552), e também a obra *Of Travel*, de Francis Bacon (1612) e foi mais significativo ainda para o Turismo de Eventos, pois, esse período foi marcado pela diversidade de eventos religiosos e comerciais, sobretudo os primeiros de maneira a influenciar nos deslocamentos de grande quantidade de pessoas, e com ênfase nos concílios, nas representações teatrais e nas feiras comerciais. Entre os principais concílios, destacam-se: O Concílio de Elvira, 300 d. C; Concílio de Nicéia, em 325 d. C; Concílio de Constantinopla, em 381 d. C; Concílio de Éfeso, em 431 d. C; Concílio da Calcedônia, em 451 d. C; o II Concílio de Nicéia, em 787 d.C; Concílio de Clermont, em 1095 d.C; o III Concílio de Latrão, em 1179; o Concílio de Avignon, em 1200; o VI Concílio de Latrão, em 1215; o Concílio de Pisa, em 1409; o Concílio da Basileia, em 1431; e por fim o Concílio de Trento, de 1545 a 1563 (Matias, 2001).

As representações teatrais aparecem principalmente na Alemanha, com a encenação da paixão de Cristo que, deslocavam-se do interior das igrejas para as ruas e praças públicas das cidades.

Na Europa as primeiras feiras comerciais, mais especificamente na França em meados do ano de 427 d.C, ”Surgiram em função da necessidade dos indivíduos de comer, vertir-se, armar-se, etc.” e em semelhança ao que acontecia durante os jogos olímpicos na antiguidade, Matias (2001) nos revela que:

Durante o período de realização das feiras, eram concedidas liberdades e privilégios especiais, tais como suspensão de hostilidades e das guerras, liberdade para organizar jogos proibidos e outras liberdades para garantir as trocas, assegurando, assim, a subsistência. (Matias, 2001, p. 8).

Geralmente as feiras duravam entre seis e sete semanas, mais possibilitava ao mercado internacional mobilizar-se o ano inteiro, permitindo a dinamização das trocas comerciais e destacando inúmeras cidades dos principais países da Europa. Nesse sentido, “As feiras ofereciam oportunidade de comércio em escala crescente, o que propiciou o desenvolvimento das atividades produtivas, pois criavam mercado para o que fosse produzido” sendo que “O comércio Internacional e atacadista era dominado pelas Feiras Regionais”, dessa forma as feiras acabaram se tornando uma das mais importantes formas de comércio deste período (Matias, 2001).

Os deslocamentos também são influenciados pelo o espírito investigativo dos indivíduos em vários campos. Nessa perspectiva, surgem as viagens realizadas pelos nobres, o

que ficou conhecido como “Grand Tour”, com a finalidade de complementar seus conhecimentos e propiciar experiências outras.

Ainda nesse momento ocorre o aparecimento dos meios de hospedagem e a melhoria nas condições das viagens. E também aparece o primeiro evento de cunho não religioso, denominado congresso científico, era o Congresso de Medicina Geral, em Roma, 1681(Matias, 2001).

Percebe-se que as transformações desse período foram bastante significativas e estão presentes ainda hoje norteando o desenvolvimento do turismo.

No que tange ao período da Idade Moderna, considera-se a fase mais marcante para o Turismo, quando o mesmo se inicia enquanto atividade organizada. As feiras comerciais continuam tendo destaque, impulsionada pela Revolução da indústria<sup>3</sup> e que trouxe muitas mudanças e despertou atenção para novas formas de organizar e planejar-se comercialmente. Dessa forma, espaços foram construídos e adaptados para melhor atender o setor, facilitando o processo das trocas e as visitas.

Assim, o primeiro espaço a ser construído foi a *Society of Arts*, posteriormente conhecida como *Royal Society of Arts*, em 1754, incentivando as artes e a indústria e realizando exposições (Matias, 2001).

O Palácio de Cristal, em Hyde Park, Inglaterra, 1851, foi o primeiro pavilhão de feiras e exposições do mundo, e inaugurou a primeira de um conjunto de feiras e exposições Internacionais. Em seguida sediou a Exposição Mundial de Londres, para a qual Thomas Cook, considerado o pai do Turismo moderno se dirigiu com um público de 165 mil pessoas.

Para a primeira Exposição Universal de Paris, em 1855, foi construído o Palais de L’Industrie. Um pouco mais tarde, na França, foi construído o Trocadero, em 1878, entre outros.

Esses espaços segundo Matias (2001) estimularam o aparecimento de muitos outros com as mesmas finalidades e o deslocamento de público significativo.

As feiras continuaram acontecendo. Houve ainda a fase de retração bem como a de retomada dos jogos olímpicos e posteriormente esses eventos foram interrompidos de maneira mais prolongada por causa das guerras.

Importa destacar que é neste período da Idade Moderna que ocorrem os primeiros eventos caracterizados como eventos técnicos, a exemplo do Congresso de Viena, em 1815 e

---

<sup>3</sup> “Com a revolução industrial, o número de feiras e exposições aumentou cada vez mais, porque era uma forma de mostrar e vender os produtos que estavam sendo produzidos pelas indústrias e manter o nível de emprego” (Matias, 2001, p. 13).

o Congresso Antialcoólico, em Leicester e Loughborough na Inglaterra, em 1841, Matias (2001). Este último é tido como marco referencial para a concretização do Turismo e do Turismo de Eventos, quando Thomas Cook demonstrando sua visão empreendedora, “organiza” viagem para um grupo de pessoas com destino a estas localidades. Como informa Matias, (2001) foi a partir desse evento que o Turismo se iniciou como atividade organizada e também surgiu o Turismo de eventos.

Essa foi uma fase de profundas mudanças estruturais, sócio-econômicas em que se desenvolveram os meios de comunicação e de transporte o que permitiu uma nova conjuntura facilitadora dos deslocamentos, que afetaram diversos setores da sociedade, e também em função dos novos ideais e concepções atreladas aos movimentos sociais, que se refletiram na atividade turística e são perceptíveis até os dias de hoje, a exemplo da questão ambiental.

Posteriormente houve um longo período de interrupção das feiras e dos eventos esportivos, em função da primeira e da segunda guerra mundial, sendo retomados tempos depois a realização das feiras e dos eventos esportivos. Após as feiras e as olimpíadas, surgem as feiras de amostra e os jogos mundiais futebolísticos.

Nessa fase fica mais acentuada a idéia da necessidade e utilização de outros serviços e produtos (infra-estrutura turística) para a realização dos eventos, além do que já se oferecia, ampliando sua perspectiva de mercado. Dessa forma os países que se propõem nos dias atuais a sediar eventos esportivos, a exemplo dos jogos olímpicos ou futebolísticos, devem oferecer condições mínimas para atender e satisfazer grande número dos participantes e visitantes. Pois o turismo é visto com uma perspectiva mais estruturada e profissionalizada, a partir de estudos dirigidos para a área.

Talvez por isso, Canton (2009) apud Dias (2002) nos afirme que:

O turismo de eventos, embora tenha surgido como atividade programada somente no século XIX, com Thomas Cook, que organizou a viagem de um grupo para participar de um congresso, sua consolidação como atividade econômica e social somente aconteceu no século XX, vindo a provocar o surgimento de uma tipologia versátil de eventos. Os eventos passaram a ser impulsionados e impulsionadores, responsáveis pelo crescimento e desenvolvimento das cidades. (CANTON, 2009, p. 199)

Canton nos leva a compreender que o que levou a essa consolidação está mais relacionado às condições de caráter social, cultural, econômica e tecnológica favorecidas pelos processos dinâmicos de transformações mais modernos em que estas aconteceram num amplo contexto de desenvolvimento. Essas mesmas transformações tornaram-se facilitadoras do incremento da atividade turística.

Aos poucos foram aparecendo também as instituições com preocupação de cunho técnico-científico. Em 1895 tem-se o primeiro escritório de convenções, conhecido hoje como *Convention Bureau*, com o propósito de promover a cidade e expandir seus negócios. O *Convention* surgiu a partir da idéia dos homens de negócios norte-americanos de que organizações e encontros como as convenções e exposições teriam que ocupar lugares de destaque para ter o apoio das comunidades. (Matias 2001).

Por volta de 1910, foi fundada Indústria da Hospitalidade, atualmente chamada de American Hotel and Motel Association. (Idem).

Em 1914, foi criada a International Association of Convention and Visitors Bureau - IACVB, cuja finalidade era assistencializar os *Convention and Visitors Bureau* para troca de informações a respeito de solicitações de encontros e convenções. (Idem, Ibidem).

Tenan (2002) ainda a respeito da IACVB nos revela que a mesma conta com a atual sede em Washington, tem como missão intensificar o profissionalismo, a eficácia e a imagem das organizações de gerenciamento de destinos pelo mundo. Reúne mais de 1.100 profissionais associados de quase 500 bureaus em 31 países que se beneficiam das pesquisas e dos recursos da Fundação IACVB, de oportunidades de marketing, publicações e vários programas educacionais, além da Convenção Anual, que até então alcançava sua 88ª edição.

Em 1925, foi criada a União de Feiras Internacionais – UFI, tendo por objetivos o seguinte: coordenar os interesses de todas as feiras no âmbito internacional, estabelecer calendários, criar facilidades aduaneiras e de transporte, facilitar a criação de feiras especiais e proporcionar ajuda técnica às feiras dos países em desenvolvimento. (Matias, 2001).

Buscando se especializar e organizar ainda mais, em 1961 aparece a International Congress and Convention Association – ICCA, com sede em Amsterdã, na Holanda, com o propósito de contribuir no sentido mais amplo, de forma legal e por todos os meios legais, para o desenvolvimento em âmbito mundial de todos os tipos de evento internacional, tais como: congressos, conferências e convenções, assim como exposições e feiras. (Idem).

Em relação à mesma associação, mais uma vez Tenan (2002) nos informa que teria sido fundada em 1963 e representa todos os setores de fornecedores profissionais no mercado de eventos. Tem sede em Amsterdã, na Holanda [...] (grifo nosso), seus membros são divididos em categorias A, B, C, D, E, F, G, H e E. A associação tem cerca de 600 membros corporativos em 76 países.

## 2.2 Os eventos no Brasil e suas contribuições para o turismo.

Historicamente no que concerne ao Brasil, a relação entre turismo e eventos já apresenta resquícios desde os idos do período colonial, Canton (2009) nos assegura que:

Dentre vários episódios de nossa história, destaca-se que o primeiro ato público oficial de governo no Brasil foi um desfile festivo do governador Tomé de Sousa, em Salvador, em 1549. E, menos de um século depois, Maurício de Nassau, ao inaugurar uma ponte no Recife, promoveu a festa do Boi Voador e até cobrou ingresso dos participantes (...). (CANTON, 2009, p.201)

Têm-se também notícias de algumas feiras situadas em período anterior à vinda da família real, que eram semelhantes às ocorridas na Idade Média na Europa e geralmente aos domingos ou dias santos e associados às festividades religiosas, com destaque para a Feira do Largo da Glória, no Rio de Janeiro, Matias apud Ministério da Indústria e Comércio (2001).

No que tange aos espaços específicos para a realização de eventos, tem-se o conhecimento a cerca de um baile carnavalesco realizado nas dependências do hotel Itália, em 7 de fevereiro de 1840. Mas, no Brasil não se possuía muita prática para realização das feiras, então passou-se a participar das demais feiras, buscando adquirir experiências e conhecimentos técnicos, vindo a consolidar-se fato apenas no século XX (Matias, 2001).

Decorridos tantos anos, no nosso país realizou-se a Exposição Internacional do Centenário, no Palácio das Festas, em 1922 no Rio de Janeiro, que objetivava a comemoração da Independência do Brasil, paralelo a outros acontecimentos advindos das mesmas solenidades, como os da Escola Nacional de Belas Artes. Daí em diante passaram a ocorrer diversos eventos que serviram para fortalecer o setor dos eventos, mesmo porque o contexto estava se tornando favorável, pois, o país não fora necessariamente atingido pelas guerras e apresentou uma promissora ascensão hoteleira. Tornou-se crescente a incidência de espaços construídos ou adaptados destinados a esta finalidade.

Em 1928, segundo Matias (2001) tem-se aquilo que se considera como o primeiro evento turístico brasileiro, a Convenção Interestadual de Turismo.

Outro marco importante foi a inauguração do estádio Mário Filho ou “Maracanã”, que coincidiu com a realização dos jogos mundiais de futebol, em 1950 e no qual o país teve a honra de sediar a final dos mesmos, sendo posteriormente adaptado a outros tipos de eventos. Surgiram então, instrumentos importantes para a organização da atividade no país, a exemplo da institucionalização da Associação Brasileira de Agências de Viagens - ABAV que defendia os interesses das agências e conseqüentemente outras associações com representatividade estadual. Seus encontros deram origem aos Congressos Brasileiros realizados em diversas

localidades pelo país e ainda possibilitaram em datas específicas (1979/1986/1987 e 1993) a iniciação destas atividades em centros de convenções nas localidades-sede. Já se tornava evidente a questão da profissionalização do turismo, por meio do intercâmbio de informações técnicas e novas possibilidades quanto aos acordos empresariais.

Dessa preocupação com a necessidade de desenvolvimento tecnológico, conhecimento científico e qualificação da mão de obra surgiram nos últimos séculos várias entidades e associações especializadas que trabalham no sentido de melhorar o desempenho das atividades, assim em 1966, foi criada a EMBRATUR (Empresa Brasileira de Turismo) e no ano seguinte realizou-se no Rio de Janeiro o Encontro Nacional de Turismo (Matias, 2001). A criação desses organismos foram resultados de algumas articulações políticas destinadas para o setor.

Em 1967, foi fundada em São Paulo, a Alcântara Machado Feiras e Promoções Ltda, a primeira empresa brasileira especializada em organização de congressos e convenções. (MATIAS, 2001)

Outro acontecimento que contribuiu para o turismo de eventos foi o ENBETUR, (Encontro Nacional de Bacharéis e Estudantes de Turismo) ainda na década de 70, em Niterói (RJ), com o objetivo de discutir assuntos relativos à categoria, bem como expressar as idéias dos profissionais de turismo. Posteriormente sucederam-se outros que receberam a denominação de Congresso Brasileiro de Turismo.

Holler (1999) nos acrescenta que,

No Brasil, o mercado de Eventos nasceu nos anos 50, com o lançamento da Fenit - Feira Nacional da Indústria têxtil, por Caio de Alcântara Machado, que a realizou pela primeira vez em agosto de 1958, reunindo 97 expositores. Esse foi o início das grandes mostras industriais e comerciais no país.

Em São Paulo, destaca-se a inauguração do Parque do Ibirapuera, projetado por Oscar Niemayer, quando das comemorações do IV Centenário da Fundação de São Paulo, em 1954. O Parque é formado por um pavilhão de feiras, museus, áreas esportivas, lagos e outros. Os eventos aconteciam no Pavilhão de feiras deste e mais tarde foi inaugurado o Palácio das Convenções do Anhembi.

Nesse sentido diante de tantas transformações existentes no contexto histórico brasileiro, não é difícil entender porque o eixo Rio-São Paulo se sobressaiu em relação aos eventos no país, somando claros os esforços e investimentos destinados ao setor. Em função disso a maioria dos dados apresentados está relacionado a essa região e seus exemplos servem de ponto de partida para as demais.

Foi importante também representação de empreendimentos nacionais no ICCA, desde sua fundação em 1963, instituição formadora de uma rede de profissionais com o objetivo comum de maximizar oportunidades de negócios e criar um padrão na organização de congressos, incentivos, convenções e feiras na qual o Brasil contava com 14 (quatorze) empresas associadas em categorias diferentes. Seu banco de dados e suas estatísticas são considerados os mais confiáveis do mercado. Desde a sua fundação, realiza anualmente uma Assembléia Anual que, nos últimos anos, tem sido acompanhado de um Congresso e de uma Feira. (Tenan, 2002).

Em 1977, foi criada a Associação Brasileira de Eventos e Empresas Operadoras em Congressos e Convenções - ABEOC, sendo sua denominação posteriormente alterada para Associação Brasileira das Empresas de Eventos, com objetivo de gerar eventos como os congressos cíclicos, visando o desenvolvimento nacional. (Idem).

Não sendo suficiente apenas a criação de espaços, empresas e entidades de classes para sustentar à atividade, os gestores compreendem a necessidade de criar a primeira entidade brasileira de captação de eventos em 1983, chamada Fundação 25 de Janeiro também conhecida como São Paulo Convention and Visitors Bureau – SPCVB, organização cívica, sem fins lucrativos, mantida pelos representantes das empresas privadas, cuja função principal é fazer a captação de eventos para o estado de São Paulo, buscando assim aumentar o fluxo de turistas de eventos bem como gerar trabalho para seus colaboradores. Foi o ponto de partida que faltava para se seguir com a construção dos demais centros pelo país.

Surgiu então em 1985, a Associação Brasileira de Centros de Convenções, Exposições e Feiras - ABRACEF cujo objetivo principal é de orientação técnica e implantação, construção e reforma de centros de convenções e sua finalidade é promover a integração e a troca de informações e o desenvolvimento de seus associados. (Idem, Ibidem).

Sobre a Associação Brasileira das Empresas Organizadoras de Eventos – ABEOC, Tenan (2002) nos diz que esta se apresenta constituída por mais de 400 associados em todo o território nacional, categorizados da seguinte forma:

- ✓ Titulares: empresas organizadoras e promotoras de eventos;
- ✓ Colaboradores: prestadoras de serviços especializados para eventos;
- ✓ Contribuintes: empresas indiretamente interessadas no segmento;
- ✓ E os membros Honorários: que tenham prestado relevantes serviços à entidade.

Segundo ele a empresa tem como objetivo, coordenar, orientar e defender o interesse de seus associados, tornando conhecidas, valorizadas e respeitadas as atividades profissionais do segmento.

Sobre a Associação Brasileira de Centros de Convenções e Feiras – ABRACEF, Tenan (2002) informa que a associação possui sede em Curitiba, reunia cerca de 20 associados pelo país para promover a integração e a troca de informações no que diz respeito a planejamento, tecnologia, marketing e gerenciamento de eventos. Tenan cita ainda a União Brasileira dos Promotores de Feiras – UBRAFE, fundada em 1986 que reúne os principais promotores de feiras do país, cuja missão é manter em destaque o importante segmento do mercado do turismo de negócios, colaborando ainda com a divulgação das feiras de seus associados no Brasil e no exterior. (Tenan, 2002).

Entre as instituições que mais se destacam aparece a ABEOC, hoje bem mais estruturada, pois, sua jurisdição abrange mais da metade de todo o território nacional congregando empresas organizadoras e prestadoras de serviço especializadas nos eventos, cadastrados no Ministério do Turismo, conforme lei geral do turismo nº 11.771/2008 e seu decreto regulamentador de nº 7.381, de 02/12/2010. Possui mais de 500 empresas associadas, está representada por entidades constituídas legalmente, chamadas estaduais que mantêm atividades e ações de acordo com objetivos concernentes aos da nacional. Dessa forma, direta ou indiretamente a ABEOC representa toda a cadeia produtiva ligada ao setor de eventos. E nesse mercado o seu papel é fundamental, no sentido de cuidar dos interesses das associadas e lutar para a melhoria do setor.

### **2.3 Abordagens conceituais sobre os eventos.**

Em tempos recentes, a atividade turística é um dos ramos da “indústria” mundial que possui elevado crescimento, e apresenta-se composta por um amplo conjunto de setores diversificados que se traduzem em altas cifras no cenário econômico.

Segundo a OMT - Organização Mundial do Turismo (2001): “O turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período de consecutivo inferior a um ano, com a finalidade de lazer, negócios ou outros”.

O surgimento do turismo de eventos se confunde com a atuação e mesmo o aparecimento do próprio Turismo, Bahl (2004) apud Sartor (1977) nos apresenta alguns referenciais históricos advindos do período da Antiguidade, como: a curiosidade, o interesse político e comercial e o sentimento religioso, entre outros, e que ainda hoje podem ser considerados quando se trata dos movimentos do homem pelo mundo.

Importa agora apresentarmos algumas das conceituações referentes aos eventos. É importante lembrar que às vezes as definições se confundem, ora sendo apresentadas sob a denominação de Turismo de Eventos ou de Turismo de Negócios e Eventos tal como a própria definição do Ministério do Turismo (2008), a qual “Compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesses profissionais, associativos, institucionais, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social” e em alguns momentos não os dissociando, pois, há autores que ora os consideram semelhantes e outros que os analisam enquanto segmentos turísticos diferenciados. A maioria dos referenciais aplicados no turismo segue a mesma regra, assim no decorrer do trabalho tratamos os dois de forma indissociada e apresentamos no quadro abaixo o posicionamento de vários autores, uma vez que as perspectivas podem ser ampliadas de um para outro.

Quadro 01 – Conceitos de Turismo adaptados de diversos autores

|                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Canton (2001)                      | “Soma de ações previamente planejadas com objetivos de alcançar resultados definidos com o público-alvo, sua realização proporcionará certamente resultantes de ordens sociais e culturais que se dimensionarão de acordo com a própria dimensão do evento”.                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Leal (2007) apud Menescal          | “O evento é qualquer acontecimento que fuja da rotina e que seja programado para reunir um grupo de pessoas, e afirma que sua origem vem do termo eventual, casual”.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Bahl (2004)                        | “Um acontecimento que ocorre a partir de um motivo e de atividades programadas a serem desenvolvidas em um local e tempo determinados, congregando indivíduos com interesses e objetivos comuns, de mobilização da cadeia produtiva e de serviços públicos de uma localidade” (Bahl, 2004, p. 18).                                                                                                                                                                                                                       |
| Ferreira (2005)                    | “Evento é um acontecimento que ocorre em determinadas ocasiões, por meio de uma aproximação física ou virtual entre o programado e o participante, a fim de tornar possível a coexistência dos interesses pelo promotor e seu público-alvo” (FERREIRA, 2005).                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Melo Neto (2003)                   | “uma importante ferramenta, capaz de integrar, num mesmo espaço, a promoção de um produto ou serviço, a divulgação de uma marca e o contato direto de uma organização com seu público interno”. Melo Neto (2003, P. 13).                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Britto e Fontes apud Martin (2003) | “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 os meios mais eficazes para se atingir determinado objetivo” Britto e Fontes apud Martin (2003, p.37).                                                                                                                   |
| Canton apud Martin (2003)          | “conjunto das 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 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” e continua, afirmando ainda que “evento é a soma de ações previamente planejadas com o objetivo de alcançar resultados pré-definidos junto ao seu público-alvo” Canton (apud Martin, 2003, p. 35).                                                                                                                                                                                                                       |
| Campos (2000)    | “o evento é um acontecimento social que pode ser planejado para tratar dos mais diferentes assuntos, seja na área cultural, científica, política, comercial ou profissional” Campos (2000).                                                                                                                                                                                                                                            |
| Meirelles (1999) | “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 de tecnologia” MEIRELLES (1999, p. 21). |
| Giácomo (1993)   | “evento é um acontecimento previamente planejado, a ocorrer num mesmo tempo e lugar, como forma de minimizar esforços de comunicação, objetivando o engajamento de pessoas a uma mesma idéia ou ação” Giácomo (1993, p. 54).                                                                                                                                                                                                           |
| Zanela (2010)    | “Evento é uma concentração ou reunião formal e solene de pessoas e/ou entidades realizada em data e local especial, com objetivo de celebrar acontecimentos importantes e significativos e estabelecer contatos de natureza comercial, cultura, esportiva, social, familiar, religiosa, científica etc” Zanela (2010).                                                                                                                 |

Fonte: Pesquisa Documental, 2012

Os eventos podem ser entendidos em diversos aspectos, pois, estão relacionados com os costumes sociais, abrangem suas particularidades e desenrolam-se num contexto dinâmico, dessa forma são carregados de simbologias Leal (2007). A partir do quadro acima podemos perceber que todas as abordagens enfatizam o caráter importante dos eventos. Por exemplo, Meirelles (1999) adota uma perspectiva de cunho mais administrativa e um pouco mais ampla, destacando a relação dualística e aproximativa de instituição ou empresa/indivíduo e indivíduo/indivíduo (público em geral). Já Giácomo (1993, p. 54) nos mostra uma abordagem dos eventos enquanto ferramenta comunicativa, enfatizando também seu caráter aproximativo entre as pessoas,

De alguma forma a maior parte desses conceitos de eventos mostrados no quadro se aproxima no sentido de possuírem os mesmos elementos como o planejamento, a finalidade, a temporalidade, o espaço, e a proximidade, e até mesmo se complementam.

Estas definições são importantes para determinar o caráter dos Eventos e não se esgotam em si mesmas, compreendem parte do amplo universo destes, que assim como a atividade turística e seu sistema engloba outros setores ou serviços, assim como o ramo das Empresas Organizadoras de Eventos. Esta delimitação se faz necessária, uma vez que se pretende observar a atuação dessas empresas na cidade de São Luís.

O setor dos eventos é um dos vetores apontados para fortalecer o desenvolvimento da atividade turística, embora haja divergências segundo alguns autores a respeito das

denominações ou classificações estabelecidas, entendendo que diversas pesquisas apontam para o crescimento do chamado turismo de Negócios e Eventos<sup>4</sup>.

Historicamente as empresas organizadoras de Eventos estão inseridas dentro de um contexto mais amplo que envolve o mercado brasileiro e têm pouco mais de 50 anos (Filho, 2000), nesse sentido com a diversidade das modalidades turísticas surgem as Empresas Organizadoras de Eventos, com ênfase no planejamento e organização dos eventos e expressando-se significativamente nos estados do sul e sudeste do país dominadores desse mercado.

Em termos numéricos, de acordo com Martin (2003) “estatísticas feita pela EMBRATUR indicam que o Turismo de eventos representa 27,9% no país, com crescimento de 31,6% aumento entre 1999 e 2000 e de 110% na década”.

Lages (2003) nos mostra que,

em termos financeiros, o setor de eventos no país vem revelando uma previsão média em 7% de crescimento anual, com uma expansão bem acima dos indicadores econômicos básicos. Compondo 3,1% do PIB brasileiro, em 2001, esse mercado turístico apresentou movimento físico de 80 milhões de pessoas, distribuídas em mais de 320 mil eventos, com 70% de concentração nas regiões sudeste e sul.

Há algum tempo, as empresas de eventos vêm ganhando espaço e, em nosso país, tanto as organizadoras quanto as promotoras de eventos, estão congregadas enquanto membros associados que são classificados segundo a categoria de “titulares”, cadastradas junto à ABEOC- Associação Brasileira das Empresas de Eventos desde 1977 (Tenan, 2002) e constituem ainda uma das partes que formam parcerias mínimas para a captação de eventos (Ibdem, p.66).

Como descrito na Lei Geral do Turismo de 2008 sobre as Empresas Organizadoras de Eventos, compreende-se o seguinte:

#### Subseção V: Das ORGANIZADORAS DE EVENTOS

Art. 30. Compreendem-se por ORGANIZADORAS DE EVENTOS as empresas que têm por objeto social a prestação de serviços de gestão, planejamento, organização, promoção, coordenação, operacionalização, produção e assessoria de eventos.

§ 1º As empresas ORGANIZADORAS DE EVENTOS distinguem-se em 2 (duas) categorias: as organizadoras de congressos, convenções e congêneres de caráter comercial, técnico-científico, esportivo, cultural, promocional e social, de interesse

---

<sup>4</sup> Há muitas concordâncias e divergências entre autores em relação a essa nomenclatura. A categoria do turismo de eventos se inter-relaciona com outra categoria, a do turismo de negócios, que para muitos autores em função da íntima ligação se enquadram na mesma categoria – Turismo de Negócios e Eventos (SERSON, 1993) e embora haja divergências, importa que ambas independentemente de sua ligação crescem na mesma proporção.

profissional, associativo e institucional, e as organizadoras de feiras de negócios, exposições e congêneres.

§ 2º O preço do serviço das empresas ORGANIZADORAS DE EVENTOS é o valor cobrado pelos serviços de organização, a comissão recebida pela intermediação na captação de recursos financeiros para a realização do evento e a taxa de administração referente à contratação de serviços de terceiros.

Estas disposições acima são semelhantes às incluídas também no Decreto Nº 7.381 de 2010 que respalda a lei citada e cuida ainda dos direitos e deveres deste e outros setores prestadores de serviços, o que para representantes do setor é um fator bastante significativo.

As Empresas Organizadoras de Eventos são instituições “responsáveis pela prestação direta ou indireta de serviços para o planejamento e gerenciamento de eventos” (Bahl, 2004, p. 74), são empresas de serviços remunerados e que até então se classificavam, segundo resolução<sup>5</sup> do CNTur (Conselho Nacional de Turismo) de número 14/84 nas categorias empresas organizadoras de eventos e empresas de serviços especializados. Ainda segundo Bahl (2004) têm-se, entre os serviços obrigatórios para a organização dos eventos os seguintes:

- a) O planejamento do Evento (etapas e atribuições para a execução);
- b) Gerenciamento do evento (atendimento a todas as providências necessárias para a realização do evento).

## 2.4 As categorias dos eventos

Os eventos podem ser classificados de diversas formas, pela área de interesse, pela localização, por características das estruturas. Neste estudo optou-se pela classificação mais comum e mais acessível, em conformidade com os estudos Martin (2003), que os relaciona da seguinte forma:

- a) Quanto à abrangência, são agrupados segundo o alcance do evento, na captação dos participantes podem ser:
  - ✓ Mundiais;
  - ✓ Internacionais;
  - ✓ Latino-americanos;
  - ✓ Brasileiros;
  - ✓ Regionais ou municipais.

<sup>5</sup> Resolução CNTur nº 14/84, Decreto nº 89.707 de 25 de maio de 1984 citado por BAHL, 2004.

- b) Para Competição: Esta classificação abrange todo tipo de evento que permita criar uma competição e, por conseqüência, uma premiação. Pode ser esportiva, cultural, artística etc., tais como concursos, campeonatos, desfiles.
- c) Por Demonstração ou exposição: Pode haver ou não competição, mas a principal motivação é a apresentação de um produto ou serviço, em eventos como desfiles, inaugurações, exposições, leilões, *shows*, noites de autógrafos.
- d) Por Data ou frequência: Neste item Tenan citada por Martin (2003) indica quatro critérios dentro desta classificação<sup>6</sup>:
- ✓ Permanente: todo evento que ocorre periodicamente (mensal, semestral, anual, bienal etc.).
  - ✓ Esporádicos: que acontecem entre intervalos irregulares.
  - ✓ Únicos: característica de algumas tipologias, como lançamento de livros, noite de autógrafos.
  - ✓ De oportunidade: ocorrem em época de grandes eventos internacionais ou de eventos marcantes da história ou tradição local, aproveitando seu clima e sua divulgação.
- e) Por categoria e função estratégica: Leva em conta a finalidade do evento e sua função dentro do marketing. Se público, é organizado por algum órgão governamental (federal estadual ou municipal). Se privado, são as empresas de qualquer ramo da economia as responsáveis pelo evento.
- f) Por sua dimensão: Relaciona-se com o total de participantes.
- ✓ Macroevento: mobiliza milhares de pessoas, tanto na organização quanto na adesão (participantes).
  - ✓ De grande porte: embora menor que o macroevento, também mobiliza milhares de pessoas, mas é operado por empresas privadas.
  - ✓ De médio porte: normalmente realizado com adesão de menos que mil participantes.
  - ✓ De pequeno porte: abrange apenas um segmento ou setor e tem número reduzido de público.
- g) Por objetivo ou área de interesse: Aqui o que prepondera é a finalidade e os objetivos do evento. O Quadro abaixo indica algumas opções dessa classificação:

---

<sup>6</sup> TENAN, Ilka. *Eventos*. Coleção ABC dos eventos. São Paulo: Aleph, 2002. p. 17-20. (ABC do Turismo).

Quadro 02 - Classificação dos eventos por objetivo ou área de interesse.

|                     |                     |                      |                      |
|---------------------|---------------------|----------------------|----------------------|
| <b>Artístico</b>    | <b>Divulgação</b>   | <b>Folclórico</b>    | <b>Político</b>      |
| <b>Assistencial</b> | <b>Ecoturismo</b>   | <b>Gastronômico</b>  | <b>Promocional</b>   |
| <b>Científico</b>   | <b>Educativo</b>    | <b>Governamental</b> | <b>Religioso</b>     |
| <b>Cívico</b>       | <b>Empresarial</b>  | <b>Incentivo</b>     | <b>Social</b>        |
| <b>Cultural</b>     | <b>Expositivo</b>   | <b>Informativo</b>   | <b>Técnico</b>       |
| <b>Desportivo</b>   | <b>Filantropico</b> | <b>Institucional</b> | <b>Turismo/Lazer</b> |

(Fonte: Tenan apud Martim, 2003)

- h) Pelo perfil dos participantes: Quanto mais diversificado for o público-alvo desejado, mais elevados serão os seus custos de promoção e vendas, pois maior será sua dificuldade de encontrá-los. Destacamos três tipos básicos:
- ✓ Geral: os participantes são de diferentes setores.
  - ✓ Dirigido: agrupa vários grupos profissionais com atividades e interesses comuns.
  - ✓ Específico ou especializado: composto de técnicos e profissionais com atividades e interesses comuns.
- i) Por tipo de adesão: A condição desta classificação refere-se à forma de adesão dos participantes ao evento:
- ✓ Fechado: adesão restrita, em que cada participante recebe convite restrito e específico do organizador, que normalmente paga todas as suas despesas.
  - ✓ Aberto: há dois tipos de adesões nesta classificação: cada participante paga sua participação, ou o acesso ao evento é livre, sem restrições, sem taxas de admissão ou cobrança de ingresso.

Assim, as Empresas organizadoras de eventos podem optar por seguir estas classificações e trabalhá-las, ou direcionar ainda mais seu público-alvo, possibilitando maiores perspectivas no mercado, uma vez que se torna compreensível a diversidade das tipologias.

## 2.5 O turismo de eventos na atualidade

O turismo de eventos é uma atividade econômica muito importante, pois garante a sobrevivência de muitas localidades Matias (2001). Nesse sentido, não é à toa que muitas regiões buscam reforçar mais e mais este setor, e já entenderam a necessidade da atividade para despontar como roteiro turístico.

Os eventos são vistos como fator de desenvolvimento, e as ações do governo caminham no sentido de fortalecer mais e mais o setor de eventos até porque os benefícios são bastante rentáveis. Diversas áreas se desenvolvem, pois a partir dos eventos o setor contribui para a mobilidade das economias, possibilitando aumento na perspectiva de oportunidades de negócios, a geração de postos de trabalho e distribuição de renda, aumento de receita fiscal, além de possibilitar certa estabilidade em relação aos níveis de emprego no setor turístico e promover a localidade, entre outros.

No Brasil, Canton (2001) nos informa que o faturamento no país em 1998 foi na ordem de US\$ 38 bilhões e em 1999 investimentos públicos na área chegaram a US\$ 2,3 bilhões com programas regionais de desenvolvimento do turismo, gerando cinco milhões de empregos por ano. Esses programas regionais de turismo que estão sendo implantados contemplam obras de modernização de aeroportos e ampliação e construção de centros de convenções que atendem diretamente ao *trade* turístico de negócios. E que de acordo com levantamento da ICCA – International Congress and Convention Association, revela que nos últimos anos o Brasil tem oscilado entre o 8º e o 13º no *ranking* que contabiliza o número de eventos realizados por país.

Dados do FBC&VB/SEBRAE/CTI (2001)<sup>7</sup> informam que a soma dos gastos dos participantes, a receita das locações e das empresas organizadoras, chega-se a uma renda total de R\$ 37 bilhões por ano, representando 3,1% do PIB brasileiro e arrecadação de tributos estimada em R\$ 4,2 bilhões. E em relação aos empregos gerados pelo setor aponta percentuais de 6% de empregos diretos, 19% de empregos indiretos e 75% de empregos terceirizados.

Segundo Canton (2009), de acordo com o *ranking* dos países do mundo que mais recebem eventos internacionais, publicado pela International Congress and Convention Association (ICCA), entidade mundial que centraliza o setor internacionalmente, o Brasil teve um crescimento expressivo no número de eventos internacionais realizados no país.

Sanowicz (2007, p. 1) apud Canton (2009, p. 203) aponta que o Brasil subiu 14 posições no ranking mundial, saindo do 21º lugar para o 7º em 2006. A participação do mercado do Brasil na América Latina por número de eventos realizados foi de 37%, em 2005, para 42% em 2006. Entre as cidades que mais receberam eventos, São Paulo, destaca-se na 1ª colocação, com 54 eventos, e no 18º lugar no *ranking* mundial. O Rio de Janeiro ocupa o 2º

---

<sup>7</sup> Federação Brasileira de Convention and Visitors Bureau – FBC&VB/Serviço Brasileiro de Apoio às Pequenas e Médias Empresas – SEBRAE/CTI – Consultoria Técnica Integrada. I Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos no Brasil. São Paulo, Nov. 2001. Este estudo realizado limitou-se às capitais (sendo que pelo menos 22 delas eram detentoras de Centros de Convenções e/ou algumas outras cidades que possuíam espaço com capacidade para no mínimo 100 lugares, totalizando 120 cidades brasileiras com capacidade para abrigar eventos..

lugar no ranking nacional com 48 eventos e o 26º lugar no *ranking* mundial, destacando veemente a região sudeste como a principal produtora e realizadora de eventos no país.

Canton (2009) mostra ainda que possivelmente, a principal mola para o crescimento do turismo brasileiro tenha sido o desenvolvimento econômico do país, acrescido da abertura de rotas aéreas ligando a Europa ao nordeste, além das ações de promoção do Brasil no exterior, contribuindo tanto para o turismo de lazer quanto para o corporativo.

A Pesquisa do Impacto Econômico dos Eventos Internacionais Realizados no Brasil – 2007/2008, a ICCA apontava o Brasil na 8ª posição entre os países que mais sediava eventos internacionais, a lista divulgada contempla as cidades que receberam em 2007 pelo menos cinco eventos internacionais que cumprem as exigências da entidade. No Brasil, as que mais se destacaram, nos últimos anos, neste segmento foram: São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador, Porto Alegre, Florianópolis, Foz do Iguaçu, Ouro Preto e Campinas.

Na mesma pesquisa segundo dados divulgados pela ICCA em 2008 foram realizados 7.475 eventos no mundo, representando um acréscimo de aproximadamente 12% em relação a 2007. O Brasil aumentou sua participação no mercado mundial de eventos, conseguindo atrair 254 eventos internacionais, melhorando sua posição no TOP10 da ICCA, passando da 8ª para a 7ª posição.

É importante destacar também as facilidades para obtenção de linhas de crédito, as promoções internas, programas como o “Viaja mais Brasil” e “Turismo para melhor idade”; e os investimentos indiretos advindos com as obras do Programa de Aceleração do Crescimento – PAC.

O país continuou oscilando em relação às posições no ranking mundial, e dessa forma podemos considerar a classificação do Brasil dentro de uma zona considerada de estabilidade, pois, neste ano de 2012, o Ministério do Turismo informa que o Brasil é o 7º no ranking de eventos internacionais e aumentou também o número de cidades brasileiras envolvidas, subindo de 48 em 2010 para 57 em 2011, as que receberam congressos e convenções no ano passado, segundo o relatório anual da ICCA.

Desse total 14 são municípios do estado de São Paulo, que manteve o maior número de cidades listadas nessa relação, figurando entre elas as cidades de Campinas, Araraquara, Ribeirão Preto e Atibaia, além da capital que realizaram mais de uma convenção ou congresso. A cidade de São Paulo, que abrigou 60 eventos no ano passado, 2011, é a segunda no ranking das cidades brasileiras, depois do Rio de Janeiro (RJ).

Em seguida aparece o estado do Rio Grande do Sul, com oito municípios, depois aparecem a Bahia, com 6 municípios; Minas Gerais, com 5 municípios; Paraná, com 4

municípios; e Rio de Janeiro, com 3 municípios, estando a capital do estado com um volume maior.

A seguir apresenta-se o quadro geral das primeiras cidades brasileiras no ranking da ICCA, 2011. Observa-se que a cidade de São Paulo inverte sua posição com o Rio de Janeiro e aparecem alguns destaques como Salvador e outras surpresas como Foz do Iguaçu e Curitiba, no sul do país e Natal e Porto de Galinhas no Nordeste.

Quadro 03 - "TOP 10" BRASIL. Cidades mais visitadas em função dos eventos

| <b>RANKING</b> | <b>CIDADE</b>                     | <b>Nº de EVENTOS</b> |
|----------------|-----------------------------------|----------------------|
| <b>1º</b>      | <b>Rio de Janeiro</b>             | <b>69</b>            |
| <b>2º</b>      | <b>São Paulo</b>                  | <b>60</b>            |
| <b>3º</b>      | <b>Salvador</b>                   | <b>17</b>            |
| <b>4º</b>      | <b>Brasília/Florianópolis</b>     | <b>13</b>            |
| <b>5º</b>      | <b>Porto Alegre</b>               | <b>12</b>            |
| <b>6º</b>      | <b>Recife</b>                     | <b>10</b>            |
| <b>7º</b>      | <b>Curitiba</b>                   | <b>9</b>             |
| <b>8º</b>      | <b>Foz do Iguaçu/Ouro Preto</b>   | <b>8</b>             |
| <b>9º</b>      | <b>Campinas/Porto de Galinhas</b> | <b>7</b>             |
| <b>10º</b>     | <b>Belo Horizonte/Natal</b>       | <b>6</b>             |

Fonte: ICCA – International Congress and Convention Association, 2012.

O Brasil subiu duas posições, chegando ao sétimo lugar no ranking dos países que mais sediaram eventos no mundo em 2011, ao todo, o país recebeu 304 eventos classificados como internacionais o que representou um crescimento de 10% em relação ao ano anterior, quando foram realizados 275 eventos.

O Brasil figura agora como o único país da América Latina entre os 10 primeiros colocados no ranking da entidade internacional. O crescimento de eventos captados pelo país foi de 390% desde 2003, ano de criação do Ministério do Turismo, (dados e fatos: Estudos, pesquisas e dados sobre o setor de turismo/Ministério do Turismo, 2012).

Assim, podemos considerar a classificação do Brasil dentro de uma zona considerada de conforto ou até de estabilidade.

A força dos eventos é tamanha que até as políticas direcionadas para a atividade turística vem sofrendo modificação e assim desmistificou-se o paradigma do turismo tradicional e dos onze produtos turísticos desenvolvidos e promovidos no exterior até então pelo Ministério do Turismo e EMBRATUR, após a reformulação passaram a ser apenas cinco: Sol e mar, ecoturismo, cultura, negócios e eventos e esportes Canton (2009).

Os eventos expandiram-se enquanto atividade comercial e repercutem de diversas formas, por meio de benefícios socioculturais ou econômicos, Bahl (2004 p. 23-24) nos mostra essas repercussões, citando-as em distintas perspectivas, segundo ele:

- ✓ Os eventos geram fluxo de pessoas, agregam valor à oferta turística de localidades e podem servir como instrumentos de comunicação para a atração dos participantes;
- ✓ Ampliam as possibilidades de uma maior permanência dos participantes em uma localidade;
- ✓ Podem se configurar como atrativo ou motivo principal para um deslocamento, competindo com o apelo motivacional das atrações naturais e/ou culturais;
- ✓ Podem suprir a ausência de atrativos e se tornarem o próprio atrativo de uma localidade;
- ✓ Possibilitam que o participante extrapole a sua condição de espectador e participe de forma mais interativa das atividades na sua execução;
- ✓ Podem contribuir para ampliar o número de visitantes na baixa estação do turismo (sazonalidade);
- ✓ Podem valorizar os conteúdos locais, culturais, econômicos e sociais da região onde se desenvolvem, inserindo-os na programação ou como pano de fundo do próprio destino;
- ✓ Conformam-se como produtos compostos, onde praticamente pode atuar todo o *trade* turístico da localidade receptora, bem como das localidades emissoras;
- ✓ Geram negócios, pois, alguns eventos possibilitam firmar acordos, alianças, e interação de permutas comerciais durante a sua realização [...] (grifo nosso);
- ✓ Abrangem os demais setores da economia privada que também se beneficiam das suas realizações;
- ✓ Oportunizam ou geram a criação de empregos, de investimentos, de distribuição de renda e captação de divisas;
- ✓ Podem atuar como espaços para a divulgação de destinos turísticos (estrutura urbana, equipamentos e atrativos) e comercialização de produtos e serviços inerentes.

Canton (2009) acrescenta ainda que os eventos de negócios proporcionam oportunidades de viagens, desenvolvimento tecnológico e científico e o aumento de investimentos em infra-estrutura e serviços, entre outros.

Diante do exposto fica evidente a potencialidade do setor de eventos na atualidade, sem contar que os visitantes motivados pelos eventos costumam ter gastos duas e até três vezes maiores que o turista convencional, uma vez que freqüentam shoppings, bares, restaurantes, teatros e cinema. E ainda sinalizam para a possibilidade de retornar e trazer a família em outra oportunidade.

Dessa forma os eventos são vistos pelos núcleos potencialmente turísticos como alavancador da demanda turística e são acirradamente disputados por vários países, a exemplo dos jogos mundiais e olímpicos, entre outros eventos esportivos. Diante disso o Brasil, por exemplo, lançou sua candidatura para sediar os jogos de 2014 e 2016 respectivamente, ganhou e estamos nos encaminhando para a realização destes.

### 3 AS EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS SÃO LUÍS - MA.

O Maranhão com seus atrativos naturais, e histórico-culturais, assegura dessa forma sua vocação para o turismo. Na obra do SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial, “Introdução ao Turismo e a Hotelaria” (2011) afirma-se que na verdade o Maranhão é todo turístico, no entanto carente de ações locais de planejamento para o desenvolvimento da atividade de forma sustentável. Assim o turismo no estado vem despertando para questão da organização da atividade turística.

A partir dessa afirmação percebe-se que ao longo do tempo as poucas ações que foram tomadas, contribuíram para o desenvolvimento do turismo no estado, especificamente na capital, onde já na década de 70 aparecem estudos sobre o potencial turístico do estado e a presença de órgãos voltados para esta temática como o antigo DETUR – Departamento de Turismo da SIC, Secretaria de Indústria e Comércio que no governo de Nunes Freire foi modificado e passou a chamar-se MARATUR – Empresa Maranhense de Turismo. Jornal pequeno (2009).

Por muito tempo as instituições ou órgãos de turismo estiveram subordinados a outros setores da administração pública e seus trabalhos muitas vezes eram secundários. Os estudos e projetos foram apoiados e respaldados pela EMBRATUR e pelo poder público local, desdobrando-se em medidas criacionistas de objetos turísticos, ou mesmo a (re) utilização de espaços, sobretudo aqueles destinados à cultura como os museus.

De lá pra cá apareceram medidas que justificam as ações turísticas como: o projeto Reviver com a finalidade de revitalização e recuperação do acervo arquitetônico do bairro da Praia Grande situado no Centro Histórico de São Luís, projeto esse que foi financiado inicialmente com recursos do próprio governo do estado; o PLANTUR – Plano Nacional de Turismo 1992/1994 e o PNMT – Plano Nacional de Municipalização do Turismo em 1996; outro foi a criação do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo – Plano Maior, criado em 1999, tendo como objetivo principal o desenvolvimento da atividade de forma sustentável em todo o estado; e em definitivo a criação do MTur - Ministério do Turismo em 2003, que entre outras ações lançou o programa de regionalização do Turismo em 2004, com base na Política Nacional de Turismo - PNT. A criação da SETUR/MA – Secretaria de Turismo do estado e também do município, esta última em 2003 substituindo a antiga FUMTUR – Fundação Municipal de Turismo. Além da recente criação do *Convention & Visitors Bureau* além de outras associações.

O processo de criação do *Convention* passa a existir como novas oportunidades de negócios e incremento à economia da cidade, assim as forças que convergem na direção do setor dos advém principalmente da iniciativa privada local e alguns de seus instrumentos legais de amparo social que ainda estão em processo de efetivação. Ainda assim a Secretaria Municipal de Turismo - SETUR (2007) em seus estudos aponta para uma “[...] consolidação do turismo de eventos (grifo nosso)” quando descreve a respeito da vocação turística de São Luís e sua expansão turística.

Desse modo acompanhando aos poucos um relativo desenvolvimento em setores da gestão pública, os eventos passam a ser vistos como poderosa fonte de renda, alguns esforços são empreendidos na tentativa de se lançar neste mercado de forma promissora, assim a infra-estrutura turística dá um grande salto para impulsionar o turismo e as empresas organizadoras de eventos, bem como outros tipos de serviços que em São Luís começam a atuar com maior ênfase, esboçando-se de maneira perceptível no mercado, sob a ótica de instituições que as regulamentam.

No Maranhão as empresas que divulgaram prestações dos serviços relacionados à área de eventos em São Luís como organizadoras de eventos até 2009 apresentaram um total de 42 (Ferreira, 2009) trata-se de um quantidade bastante elevado, no entanto, a maioria não estão vinculadas à ABEOC local, que é uma entidade civil sem fins lucrativos, tendo como finalidade coordenar, orientar e defender os interesses de seus associados representados por empresas organizadoras, promotoras e prestadoras de serviços para eventos.

Sua criação deu-se em reunião realizada em 14/02/2008, quando se formou a diretoria e o conselho fiscal da mesma, sendo empossada na ocasião como presidenta, a relações públicas, senhora Marizinha Raposo, realizando um dos seus importantes passos junto ao mercado das empresas organizadoras de eventos no nosso estado e ao inerente caráter de associativismo.

Ainda segundo Ferreira (2009, p. 34) apud Marizinha Raposo, o objetivo da ABEOC/MA é congregar todas as empresas do segmento de eventos, mas as empresas colaboradoras, que são os fornecedores de materiais e serviços, estão suprindo a falta de outras empresas para que a instituição tenha condições de existência no Estado. Por esse motivo, a definição de titulares e colaboradores está se enquadrando no mesmo patamar na ABEOC – MA. Este aspecto é muito importante, embora na hierarquia do CNTur n° 14/84 sejam definidas separadamente enquanto categorias de empresas organizadoras de eventos e de empresas de serviços especializadas.

A instituição ABEOC/MA segue as mesmas diretrizes da ABEOC nacional, cuja representatividade abrange todo o território nacional e em geral seus principais objetivos pautam-se em:

- ✓ Defender os interesses das associadas, tornando atividade de organização e prestação de serviços em eventos conhecidas, valorizadas e respeitadas perante o mercado e as entidades institucionais e órgãos públicos;
- ✓ Promover e incentivar as relações entre suas associadas no sentido de possibilitar intercâmbio técnico e comercial através da promoção, realização e apoio de encontros, reuniões, eventos, cursos, projetos e similares;
- ✓ Realizar um congresso anual independente ou em parceria com outras entidades;
- ✓ Orientar os interessados em como proceder para atuar na área de eventos de acordo com a legislação e por fim estimular a prática das atividades com um elevado sentido ético nas relações entre as associadas e, entre essas e o mercado.

Existem também outros instrumentos que dão suporte legal para que qualquer Empresa Organizadora de Eventos e ainda as prestadoras de serviços possa se constituir juridicamente, entre eles estão:

✓ Os Decretos

Decreto Lei nº 89.707, de 25/03/1984 que “dispõe sobre as empresas prestadoras de serviços para a organização de congressos, convenções e seminários e eventos congêneres, e dá outras providências”.

Decreto Lei nº 5.406, de 30/03/2005;

Decreto Lei nº 7.381, de 02/12/2010.

✓ As Portarias

A Portaria 129 do Mtur, de 28/12/2007

A Portaria 130 do Mtur, de 26/07/2011;

A Portaria 138 do Mtur, de 11/08/2011;

✓ E as Leis

A Lei Complementar 116, de 31/07//2003 que “dispõe sobre o imposto sobre serviços de qualquer natureza”.

A Lei 11.771/2008 ou Lei Geral do Turismo;

A Lei 12.232, de 29/04/2010, entre outras.

Em São Luís, pelo que se têm notícias uma das primeiras empresas a se destacar na área dos eventos foi a Empresa de Relações Públicas Cerimonial e Eventos, pertencente ao senhor Elias David Lopes Azulay, fundada em 1977, com destaque principalmente para as tipologias organizacional, social e técnico-científicos. Este foi e ainda é um dos grandes nomes no ramo dos eventos locais, trabalhou em outras empresas e se tornou referência na capital. É a partir da sua história que se entrelaça à dos eventos em nossa localidade, das suas vivências que tomaremos direção para orientar este estudo.

### **3.1 Breve análise da história das Empresas Organizadoras de Eventos em São Luís - MA**

Historicamente as Empresas Organizadoras de Eventos sempre existiram como empreendimentos ou através de pessoas que trabalham na área. Os profissionais das Relações Públicas, por exemplo, sempre atuaram na área dos cerimoniais e eventos. Pouco se tem conhecimento sobre as empresas Organizadoras de Eventos em São Luís, pois, seu processo histórico é bastante fragmentado. No entanto para efeitos de estudo tomaremos como referencial o depoimento Professor do Departamento de Comunicação da Universidade Federal do Maranhão - UFMA, David Lopes Elias Azulay<sup>8</sup>.

David Azulay se estabeleceu aqui em São Luís no ano de 1975, mas como empresário de eventos iniciou apenas em 1977. Assim, considera-se que em São Luís a primeira empresa a lançar-se no ramo dos eventos e ganhar expressividade foi a dele. Segundo ele o que influenciou na sua vida profissional dedicada aos eventos, cerimoniais foi a sua família e o seu envolvimento nas coisas da igreja, no que afirma:

[...] foi na própria igreja como adolescente, por volta dos 12 anos e também na vida familiar, nos eventos em casa, nos aniversários da família. E também pelo fato de minha mãe ser muito católica, ela fazia parte da igreja e eu a acompanhava nos eventos da igreja católica, como em várias missões, no entanto, o que deu influência foi fazer as coisas na prática e eu tive oportunidade de executar tanto da parte de jornal quanto na parte de eventos da igreja [...]. (Azulay, 2012).

---

<sup>8</sup> Possui formação como jornalista, estudou em Seminário em Recife e em São Paulo; foi Secretário Executivo Nacional de Evangelização, pela Igreja Presbiteriana de Recife, onde entre outras funções desempenhou a de organizador de eventos; e também trabalhou com eventos turísticos na Empresa Metropolitana de Recife – PE. Hoje atua como consultor de cerimonial e eventos da UEMA – Universidade Estadual do Maranhão.

A partir daí suas relações sociais e profissionais foram se estendendo, pois, o seu bom desempenho e profissionalismo na área de cerimonial e eventos possibilitaram a abertura de vários contratos, reconhecimento e realizações no setor. E antes de trabalhar como empresário em São Luís acumulou uma gama de funções entre elas a participação efetiva enquanto membro do conselho consultivo e dirigente da ABEOC nacional.

David Azulay afirmou ser a sua empresa a "Relações Pública Cerimonial e Eventos", a primeira a constituir-se de forma organizada no Brasil, no Maranhão e na cidade de São Luís no ano de 1977. Assim ele declara:

[...] Eu sou profissional e empresário de eventos (...) eu tive a oportunidade de montar aqui no Maranhão a primeira empresa de eventos que era uma empresa formalmente organizada em Relações públicas de cerimonial e eventos, foi a primeira no Brasil e o nome era – Empresa de Relações Públicas Cerimonial e Eventos [...] (Azulay, 2012).

A empresa segundo o professor David Azulay foi criada e passou a funcionar inicialmente dentro das instalações da antiga PLANAP – Planejamento de Propaganda que se localizava na Rua "Santo Antonio" e posteriormente transferiu-se para a Rua "07 de Setembro ou Rua da Cruz", 160, onde funcionou com sede fixa por muito tempo. O primeiro evento que esta empresa realizou no estado do Maranhão foi pela EMATEC – Empresa Maranhense de Tecnologias, denominado "Riquezas do Solo" em 1977. Também merece destaque a "Conferência Estadual de Ação Social" a "Feira do Nordeste" no Ibirapuera, São Paulo onde provavelmente havia um stande sobre o Maranhão. A empresa de Relações Pública Cerimonial e Eventos atuou na parte de bufê, trabalhou na área de cerimonial e eventos sociais, organizacional e técnica-científica. E sobre isso nos fala:

[...] Nós tínhamos eventos mais na área social que envolvia a parte de casamento, de quinze anos e bodas. Na área organizacional tínhamos as inaugurações das empresas, comemorações das empresas, e também a área técnica-científica que eram os congressos. Nessas três áreas nós atuávamos. Mas tinha outros eventos marcantes, que eram tipo de visitas de autoridades, como vice-presidente da república, presidentes de outros países que vinham aqui e a minha empresa sempre era contratada, desde o governo de Nunes Freire. [...]. (Azulay, 2012).

Aos poucos e por diversas razões ele foi se desprendendo de alguns setores e passou a contratar serviços de outras empresas. Há varias passagens durante a entrevista em que ele cita episódios que demonstram as dificuldades enfrentadas por sua empresa, entre elas

as limitações de caráter tecnológico, a de manutenção de certas estruturas e a de convencimento das pessoas para a utilização dos serviços e insegurança do estabelecimento.

As empresas citadas pelo senhor David Azulay eram de pessoas que direta ou indiretamente trabalharam com o ele, eram ex-alunos, ex-funcionários, ex-colegas que já haviam tido algum contato anteriormente. Em relação a essas outras empresas de eventos no mercado ele cita:

[...] Olha quando eu atuava havia outras empresas envolvidas, que chegaram a participar comigo em outros eventos, quando eu comecei desativar a minha empresa. E daí comecei a contratar empresas para trabalhar comigo, por exemplo, teve uma empresa na organização de eventos, que era no caso a Êxitos da Gardênia Feitosa. Eu lembro que ela era minha ex-aluna, ex-colega, se tornou professora, na verdade a empresa era dela e do Liviomar Macatrão (...) e a outra que também se destacou fazendo eventos e também entrou pra área de bufê foi a Real – Real Produções, e Real é a junção de Rejane e Alberto, e Rejane foi minha recepcionista, ela entrou na minha empresa como coordenadora de eventos e depois partiu pra fazer a empresa dela. (Azulay, 2012).

Dessa forma sua atuação na área dos eventos pode ser vista como pioneirismo na cidade de São Luís, em função de suas incursões enquanto profissional de Relações Públicas dedicando-se mais à área dos eventos e cerimonial. Aponta:

[...] Isso é interessante, essa questão é muito importante pelo seguinte, as pessoas costumam dizer: Professor você foi precursor! e eu digo que não, eu não fui precursor. Eu fui precursor sim do que está atualmente, é verdade, mas na área de eventos claro que não, já havia pessoas trabalhando nisso, alguém já fazia! (...) Quando eu vim pra cá eu já tava vindo de Recife, estava vindo de dois centros maiores onde eu já trabalhava, tinha experiência, então quando eu cheguei aqui eu tinha o meu sonho, de montar a minha empresa de eventos, de cerimonial, esse nome eu já tinha, enfim quando eu era estudante e desde menino eu já tinha esse nome e então surgiu uma oportunidade e eu aproveitei e deu certo [...].

Depois de muito tempo atuando no mercado sua empresa foi fechada por volta de 2002/2003 e em seguida reabriu novamente, hoje funcionando apenas como empresa de consultoria.

Ainda segundo o Sr. Elias Azulay, o mercado cresceu na cidade de São Luís e outras empresas foram aparecendo, até mesmo por uma questão de necessidade, pois a cidade vem melhorando sua infra-estrutura para o turismo e no todo, ainda que com algumas limitações. Ele nos diz:

[...] Então, mais eu acho isso bom, até porque o mercado cresceu bastante, algumas pessoas dizem que eu tenho participação nisso, que eu dei minha colaboração e tudo mais, mas, eu não vejo isso como vaidade, eu dei a minha contribuição, mais foi como eu digo que tive o privilégio, e também como eu já disse em outro momento, pelo fato de eu ter nascido antes de você. No entanto acho que existem pessoas

muito capazes de mover um trabalho como esse. Hoje tem empresas que eu bato palmo, quer dizer eu tiro o meu chapéu [...].

Assim cresceu a percepção de que a cidade de São Luís reúne algumas condições que lhe proporcionam fazer parte do quadro dos pólos turísticos receptivos, tanto no âmbito cultural quanto no de eventos, galgando oportunidades de promover e captar eventos turísticos para si, uma vez que podemos contar com a existência de uma demanda real para o setor. Segundo notícias vinculadas ao portal do Maranhão dos turistas que vêm ao estado 29, 27% são turistas de negócios, 22,76% são turistas para tratamento de saúde e 19% são turistas de Lazer.

Deste modo, entendendo que a cidade possui estrutura suficiente para sediar eventos de médio e grande porte, dispondo de uma rede hoteleira com capacidade de aproximadamente para 3.951<sup>9</sup> pessoas entre hotéis, pousadas e albergues, flats e chalés; Pavilhão de feiras com espaços para outros eventos; empresas organizadoras de eventos com experiência em eventos de grande porte, o trabalho para a concretização de projetos já se encontra num estágio bastante definido.

A preocupação com o desenvolvimento da atividade turística se evidencia em esforços que buscam consolidar arranjos estruturais objetivando alcançar elevado poder de atração turística. Preocupação que se reflete na forma de organização do empresariado local e aquisição de informações referentes às demandas em potencial de mercado. Dessa forma, mais precisamente desde 2007 surgiram algumas pesquisas no intuito de conhecer um pouco mais sobre os eventos na cidade de São Luís, a primeira pesquisa aborda o impacto e o perfil dos turistas de eventos<sup>10</sup>.

Outro instrumento importante para a valorização desse cenário local foi a concepção do São Luís *Convention & Visitors Bureau*, instituição sem fins lucrativos fundado em 2005, embora suas atividades fossem iniciadas apenas durante o ano de 2007. Para tanto, como forma de viabilizar suas ações recebe a contribuição dos chamados mantenedores, pessoas físicas e jurídicas interessadas em oportunizar novos negócios em turismo, entre as quais podemos citar: empresas organizadoras de eventos, hotéis, transportadoras, agências de viagens, restaurantes, entre outras. O *Convention & Visitors Bureau* também disponibilizam acesso aos mais variados tipos de informação para seus componentes e “organiza atividades

---

<sup>9</sup> Detalhe da capacidade hoteleira descrita no show case de São Luís, apresentado ao CTB – Congresso Brasileiro de Turismo em 2001.

<sup>10</sup> Pesquisa do São Luís *Convention & Visitors Bureau* em parceria com a ABEOC - Ma e Faculdade São Luís, “O Perfil Socioeconômico do Turista de Eventos” 2007.

de treinamento e capacitação e de palestras informativas principalmente para seus mantenedores [...]” (Ferreira, 2009).

foi criado com a junção de empresários da área de turismo e o apoio institucional do setor público para a captação de eventos para a cidade de São Luís. A fundação surgiu como alternativa de desenvolvimento do Turismo de Eventos em São Luís com o aumento no número de eventos técnico-científicos realizados na capital, crescimento de empresas trabalhando no setor, geração de divisas e de empregos (FERREIRA, 2009, p. 44).

As Empresas Organizadoras de Eventos em São Luís são também prestadoras de serviços podem ser classificadas como planejadoras e gerenciadoras. Aqui elas estão citadas segundo a relação existente no CADASTUR (2012), de acordo com o item das Organizadoras de Eventos e atuam no mercado turístico local há aproximadamente 30 anos, pois já no final da década de 70 dava seus primeiros passos. Dentro da expansão da estrutura turística, com o aumento do número de empreendimentos (hotéis, restaurantes, agências de viagens, empresas de áudio/vídeo sonorização, montagens, cerimonial) é que podemos encontrá-las, sendo que parte delas atua como mantenedoras do *Convention & Visitors Bureau* na cidade, dessa forma acompanham todo o processo de captação dos eventos, em seguida participam mais diretamente, quando é feita a escolha da empresa para a realização do projeto captado, por meio da chamada de um processo de licitação.

Segundo dados do CADASTUR executado pelo Ministério do Turismo em parceria com órgãos oficiais de turismo nos 26 estados do Brasil e no Distrito Federal classificou-se uma quantidade de 22 empresas até o ano passado. Isso se evidencia, sobretudo na capital do Maranhão, onde houve um aumento no número de empresas organizadoras de eventos no mercado turístico. Em conformidade com as informações da Secretaria Municipal de São Luís, na sua pesquisa sobre o Dimensionamento dos eventos no Maranhão, ratifica a existência de empreendimentos especializadas atuando nos diversos setores, como: receptivo; audiovisual; mídia e divulgação; montagem de estandes; buffet; organização e produção de eventos, dentre outros.

Essa relação de empresas organizadoras de eventos em atividade na cidade de São Luís pelo CADASTUR apresenta uma listagem de empreendimentos cadastrados até o ano passado. São eles:

Quadro 04 – Empresas Organizadoras de Eventos em São Luís – MA.

| Empresa Organizadora de Eventos                                         | Razão Social                                                  | Serviços                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>VISÃO E PERFIL EVENTOS</b>                                           | Visão perfil - assessoria, eventos e serviços ltda.           | Serviços: não disponível na página.                                                                                                                  |
| <b>ENPHOC</b>                                                           | Enphoc-eventos marketing e turismo ltda.                      | Cerimonialista, mestre de cerimônia e coordenado de eventos.                                                                                         |
| <b>LA VERITA</b>                                                        | La Verita restaurante, pizzaria e massas ltda.                | Cerimonialista, coordenador de eventos, produtor/executor de eventos.                                                                                |
| <b>M, M. PLACAS</b>                                                     | Mundo dos moveis montagens e eventos ltda –me.                | Não disponível na página.                                                                                                                            |
| <b>POLYCCOM</b>                                                         | M do P S Mendes Consultoria e Comércio.                       | Cerimonialista, mestre de cerimônia, coordenador de eventos, produtor/executor de eventos, promotor de eventos, especialista em projetos de eventos. |
| <b>CARAVELAS TURISMO</b>                                                | Caravelas Turismo Ltda.                                       | Coordenador de eventos, promotor de eventos.                                                                                                         |
| <b>IBRAPP</b>                                                           | Instituto Brasileiro de Políticas Públicas.                   | Não disponível na página.                                                                                                                            |
| <b>CCOPRAMA</b>                                                         | Cooperativa de profissionais autônomos do estado do Maranhão. | Não disponível na página.                                                                                                                            |
| <b>STILO' S EVENTOS</b>                                                 | T J C S Sousa.                                                | Cerimonialista, mestre de cerimônia, coordenador de eventos, produtor/executor de eventos, promotor de eventos, especialista em projetos de eventos. |
| <b>TAMBORES RECEPTIVO E TURISMO (AMERICAN TRIP TURISMO E RECEPTIVO)</b> | M V C Bezerra.                                                | Cerimonialista, mestre de cerimônia, coordenador de eventos, promotor de eventos.                                                                    |
| <b>REAL PROMOÇÕES E TREINAMENTO</b>                                     | Real promoções e treinamento ltda.                            | Não disponível na página.                                                                                                                            |
| <b>QUALIS</b>                                                           | Qualis consultoria e eventos ltda.                            | Não disponível na página.                                                                                                                            |
| <b>GILTUR</b>                                                           | Giltur viagens e turismo ltda.                                | Coordenador de eventos, produtor/executor de eventos, promotor de eventos.                                                                           |
| <b>EXPEDITO PARTICIPAÇÕES E EMPREENDIMENTOS LTDA.</b>                   | Expedito participações e empreendimentos ltda.                | Cerimonialista, coordenador de eventos, produtor/executor de eventos, promotor de eventos.                                                           |
| <b>S T SERVICE</b>                                                      | Talents locação de mão de obra ltda.                          | Não disponível na página.                                                                                                                            |
| <b>ICAROS RECEPÇÕES</b>                                                 | Organização e desenvolvimento de festas e eventos ltda.       | Não disponível na página.                                                                                                                            |
| <b>INSTITUTO TERRA</b>                                                  | Instituto terra.                                              | Não disponível na página.                                                                                                                            |
| <b>TAGUATUR EVENTOS</b>                                                 | Taguatur eventos ltda.                                        | Não disponível na página.                                                                                                                            |
| <b>SACADA EVENTOS E PRODUÇÕES</b>                                       | Sacada eventos e produções Ltda.                              | Não disponível na página.                                                                                                                            |
| <b>CELEBRE EVENTOS E BUFFET</b>                                         | Celebre eventos e Buffet.                                     | Cerimonialista, mestre de cerimônia, coordenador de eventos, produtor/executor de eventos, promotor de eventos, especialista em projetos de eventos. |
| <b>CRISTAL</b>                                                          | J. W. Ithamar                                                 | Não disponível na página.                                                                                                                            |

| EMPREENDIMENTOS         |                             |                                                                                                                                                      |
|-------------------------|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>TRAPICHE EVENTOS</b> | Trapiche Eventos Ltda – Me. | Cerimonialista, mestre de cerimônia, coordenador de eventos, produtor/executor de eventos, promotor de eventos, especialista em projetos de eventos. |

Fonte: CADASTUR, 2012.

Ao mesmo tempo algumas dessas empresas relacionadas no quadro 04 também figuram enquanto mantenedoras do centro de convenções local (*Convention and Visitors Bureau*) e se destinam também para fins desse estudo, dentre elas podemos destacar:

- ✓ Taguatur Turismo;
- ✓ Enphoc assessoria e comunicação;
- ✓ Sacada Eventos e Produções;
- ✓ Visão e perfil;
- ✓ Caravelas Turismo;
- ✓ Giltur Turismo;

É importante salientar que, a maioria dessas empresas já estava no mercado, trabalhando principalmente, entre outros serviços, no campo turístico com o agenciamento de viagens. Dessa forma os eventos aparecem como um ou mais setor a ser explorado por essas instituições já existentes no campo turístico, uma vez que a própria atividade permite tal flexibilidade e mais ainda considerando que até um tempo atrás a profissão de turismólogo não havia sido regulamentada, mesmo hoje, já sendo regulamentada a profissão de Turismólogo tal documento não define com clareza quem é esse profissional, uma vez que o artigo que aborda tal questão foi vetado em caráter oficial pela então presidente da república, a senhora Dilma Rouseff.

As Empresas Organizadoras de Eventos são de domínio privado, o que lhes permite agir com maior liberdade e autonomia, porém não isenta o poder público de suas obrigações para com a atividade turística, uma vez que um dos papéis do estado é o financiamento dos investimentos da iniciativa privada bem como a captação de investimentos privados para o setor. Elas variam entre pequeno, médio e grande porte, sendo que a maioria trabalha mais com eventos de cunho social e pouco com os eventos turísticos, mesmo porque os eventos turísticos variam de porte e nem todas dispõem de uma grande estrutura para tal, outrossim, é que os empreendimentos hoteleiros também estão inseridos nesse mercado e são um dos que mais captam os eventos, principalmente os relacionados aos negócios, embora acompanhem o calendário dos eventos turísticos na cidade, por diversos motivos.

## **4 PERCURSO METODOLÓGICO**

A pesquisa foi realizada em 07 (sete) Empresas Organizadoras de Eventos, localizadas ao longo das principais avenidas e no Centro da cidade de São Luís – Ma, listadas junto ao CADASTUR – Cadastro de Pessoas Físicas e Jurídicas que atuam no setor de Turismo (Vide Quadro 04). Também contribuiu para a construção desta pesquisa uma entrevista com Elias David Lopes Azulay, professor do Departamento de Comunicação da UFMA, que é também empresário da área de eventos.

### **4.1 Métodos, Materiais e Procedimentos**

Esta pesquisa se caracteriza inicialmente pela fase exploratória, ou seja, foi o momento de busca de fontes primárias como os livros e outros materiais na intenção de fundamentar teoricamente o trabalho, levantamento, análise e revisão bibliográfica que segundo Marconi & Lakatos (1991, p. 183) abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico etc., até meios de comunicação orais: rádio, gravações em fita magnética e audiovisuais: filmes e televisão. De um modo geral configura-se num “apanhado geral sobre os principais trabalhos já realizados (...)” (Ibdem, 1991).

O estudo se apresenta como um estudo de caso, uma vez que procuramos compreender um fenômeno contemporâneo em nosso contexto e que envolve diversos fatores; e ainda descritivo, uma vez que “visa descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis (...)” Silva & Menezes (2000, p. 21).

Como base metodológica para a análise dos dados optou-se pela abordagem qualitativa, que “é utilizada quando se busca percepções e entendimento sobre a natureza geral de uma questão, abrindo espaço para a interpretação” Cavalcante e Dantas (2006) considerando-se a aproximação e o contato direto com o objeto de estudo. Valeu-se de dados que foram coletados através de instrumentos específicos como o questionário, que foram aplicados aos representantes das empresas. Para Marconi & Lakatos (1999) o questionário é um instrumento de coleta de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador. Em geral, o pesquisador envia o questionário ao informante, pelo correio ou por um portador; depois de preenchido, o pesquisado devolve-o do mesmo modo (Idem, Ibdem, p.

201). Para as autoras as vantagens desse instrumento de coleta de dados em relação às entrevistas são que: utiliza-se menos pessoas para ser executado e proporciona economia de custo, tempo, viagens (...).

E uma entrevista “método mais tradicionalmente empregado” (SÁ, 1996) na qual se utilizou formulário despadronizado ou não-estruturado, contendo perguntas abertas dirigida ao senhor Elias David Lopes Azulay. Segundo Marconi & Lakatos (1996) os formulários consistem em um conjunto de questões que são perguntadas e anotadas por um entrevistador durante uma entrevista face a face. As autoras afirmam ainda que são utilizadas questões abertas e o entrevistador tem liberdade de formular novas questões, conduzindo a entrevista.

#### **4.2 O cenário da pesquisa.**

A pesquisa foi realizada, nas empresas do setor de eventos catalogadas junto ao CADASTUR na condição de organizadoras de eventos. A pesquisa aconteceu no período de 10 de Abril até o dia 16 de Maio do ano de 2012.

Na elaboração deste estudo, considera-se que o cenário da pesquisa teve como principais fontes de informação as próprias empresas de eventos, representados nas figuras de seus gestores ou responsáveis. Abrangeria inicialmente um total de dez empresas, no entanto, nem todas se dispuseram a participar do processo e dessa forma a pesquisa foi aplicada apenas em 07 (sete) empreendimentos listados no quadro abaixo.

Quadro 05 - Empresas Organizadoras de Eventos investigadas:

|                                                   |
|---------------------------------------------------|
| Enphoc Eventos Marketing e Turismo Ltda           |
| Visão & Perfil Assessoria Eventos e Serviços Ltda |
| Taguatur Turismo Ltda                             |
| Caravelas Turismo Ltda                            |
| Trapiche Eventos e Turismo Ltda                   |
| Giltur Turismo e                                  |
| Sacada Eventos e Produção Ltda                    |

Fonte: Pesquisa de campo, 2012.

São essas empresas as que estão entre várias existentes na cidade e que tem por finalidade a prestação de serviços turísticos, como a organização, produção ou promoção, realização e assessoria de eventos em São Luís - MA, tal como consta no artigo 30 (trinta) da

Lei Geral do Turismo de 2008. Dessa forma estão envolvidas direta ou indiretamente na atividade turística, dispondo desses serviços para planejar e gerenciar os eventos.

### 4.3 Caracterização dos sujeitos da pesquisa.

A pesquisa foi realizada nas próprias empresas, ambiente de trabalho dos pesquisados e utilizou-se ainda como ferramenta para o estudo o computador, pois, alguns questionários foram aplicados via e-mail. As pessoas entrevistadas foram os funcionários de cargos consideráveis na hierarquia da empresa, como mostra o quadro 06, nos cargos e/ou funções de: Administrador, Sócio-administrador, Assistente de Eventos, Gerente Financeiro, Coordenador, Contador, e Diretor de Marketing e Captação.

Quadro 06 - Caracterização dos sujeitos investigados.

| EMPRESAS                                           | CARGO/FUNÇÃO                          | SEXO      | FORMAÇÃO                                                                      | TEMPO DE ATUAÇÃO NA EMPRESA |
|----------------------------------------------------|---------------------------------------|-----------|-------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| Sacada Eventos e Produções Ltda.                   | Diretora de marketing e capacitação.  | Feminino  | Nível Superior e Pós graduação em Marketing e Gestão Empresarial.             | 10 Anos                     |
| Visão e Perfil Assessoria Eventos e serviços Ltda. | Administrador                         | Masculino | Administração                                                                 | 11 anos                     |
| Enphoc Eventos Marketing e Turismo Ltda.           | Assistente de Eventos.                | Feminino  | Superior Completo Turismo.                                                    | 2 anos e 8 meses            |
| Trapiche Eventos E Turismo Ltda.                   | Gerente Financeiro.                   | Masculino | Graduação em Turismo, Pós graduação Em Finanças e Graduando em Administração. | 4 anos                      |
| Taguatur Eventos Ltda.                             | Coordenador de Planejamento e Gestão. | Masculino | Superior Incompleto (não Especificado).                                       | 12 anos                     |
| Giltur Turismo Ltda.                               | Turismóloga                           | Feminino  | Contadora Pós graduada na área da docência.                                   | Mais de 12 anos             |
| Caravelas Turismo Ltda.                            | Sócio Administrador.                  | Masculino | Administração de empresa e Turismólogo.                                       | 34 anos                     |

Fonte: Pesquisa de campo, 2012.

### 4.4 As limitações da pesquisa

No que tange às limitações, as mesmas estiveram presentes desde o início, uma vez que há uma escassez da literatura específica sobre as empresas de eventos em São Luís,

embora a área temática na qual estão inseridas tais empresas, no campo dos Eventos, disponha de material bibliográfico nacional de qualidade.

A pesquisa ficou um pouco limitada em função da falta de participação de algumas empresas que haviam sido pré-listadas, embora houvesse um prévio contato, agendamento e mesmo o envio de questionários.

Um outro aspecto foi a demora entre um agendamento a confirmação deste, pois, a questão da disponibilidade de tempo para receber o pesquisador ficava limitada em função da dinâmica do trabalho do entrevistado, por isso várias vezes aconteceram mudanças em relação às datas para realização das entrevistas.

Um terceiro ponto diz respeito ao receio e certa indiferença dos entrevistados em relação às respostas apresentadas por eles, não só em relação a expor suas opiniões como em disponibilizar dados relativos ao funcionamento da empresa, o que até torna-se compreensível mesmo tendo como contrapartida o asseguramento do sigilo das informações.

Um quarto motivo foi relacionado á algumas perguntas que não foram respondidas, tronando assim o trabalho um tanto deficiente.

#### **4.5 Resultados da pesquisa**

Neste momento apresentam-se os dados que foram obtidos junto às Empresas Organizadoras de Eventos. O propósito foi estabelecer um prévio conhecimento sobre a realidade observada durante a pesquisa, gerando os dados expostos aqui, demonstrados na forma de gráficos e quadros ou tabelas alcançando os objetivos da pesquisa.

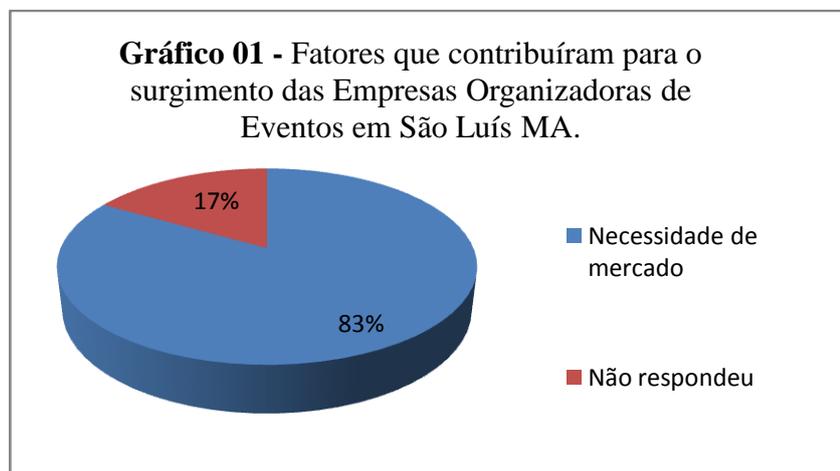
As Empresas Organizadoras de Eventos tentam se adaptar às flexibilidades que o mercado oferece e mantém-se numa perspectiva de crescimento necessária para sua sobrevivência. Desenvolve-se na prática através da realização de suas atividades, comercialização dos seus serviços e produtos turísticos, pois sua atuação depende exclusivamente do Turismo. Assim as empresas buscam acompanhar o processo de desenvolvimento da atividade turística local.

Na análise dos dados as informações iniciais dizem respeito à caracterização geral dos investigados, percebeu-se como exposto no quadro 06 (seis) acima, que todos os entrevistados possuíam uma graduação, ainda que não necessariamente na área de turismo e especificamente dos eventos. E o seu tempo de atuação dentro das empresas ultrapassa os 02 (dois) anos de experiência, sendo também alguns deles detentores de outras experiências em

empresas diferentes dentro e fora do campo da atividade turística, tais como Comunicação e do Marketing

Ainda no quadro 06 (seis) que é referente à caracterização dos sujeitos investigados, fica nítida a diferença referente a quantidade entre homens e mulheres à frente dos empreendimentos de eventos, mostrando-se muito pequena.

Então, foi questionado às empresas, representadas nas figuras de seus gestores ou responsáveis, a respeito dos fatores que teriam contribuído para o surgimento das empresas que organizam eventos no mercado em São Luís, como mostra o gráfico 01 (um) no que foi assinalada a seguinte resposta: Necessidade de mercado com um percentual de 83%, equivalente a um total de seis das empresas investigadas, sendo que uma não respondeu ao item.



Fonte: Pesquisa de Campo, 2012.

De acordo com o gráfico 01 a maior parte dos investigados direcionaram sua resposta para o item necessidade de mercado (Pela semelhança apresentada nas respostas agrupou-se todas num único item). Essa tendência é bastante observada na dinâmica das atividades produtivas e fortalece a ideia de Portuguez (1999, p. 22) de que “(...) o turismo diversificou suas modalidades, adaptando-se em alguns casos, ao conjunto de condições de cada localidade, e em outros adaptando-se aos seus interesses”.

As empresas observaram o crescimento do setor dos eventos turísticos e conseqüentemente o aumento no número de eventos realizados na capital principalmente após a criação do *Convention & Visitors Bureau*. A respeito desse aumento a senhora Marizinha Raposo, atual presidente da ABEOC/MA, declarou em entrevista ao Jornal Cazumbá que: “Estamos numa posição baixa (no que tange ao ranking nacional dos eventos), mas acima de estados que já tem uma história no setor de eventos, como Piauí, Tocantins e Pará. Hoje, nós

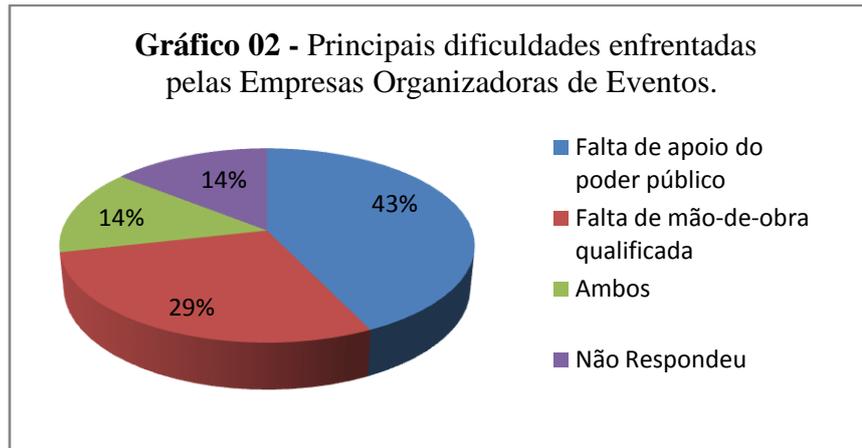
recebemos eventos no mesmo volume que a Paraíba, que vem apostando fortemente nesse segmento”. (Cazumbá, p. 03)

Ainda no mesmo gráfico foi apontada essa questão da necessidade de mercado veio acompanhada também de outra questão muito comum, como foi mencionada a carência de mão-de-obra especializada no mercado local. Assim foram assinaladas abaixo as respostas da forma que foram preenchidas nos questionários, a saber:

| Empresas    | Respostas                                                                                                                                         |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Empresa I   | Necessidade de mercado, ou seja, em função da falta de empresas especializadas voltadas para o gênero;                                            |
| Empresa II  | Necessidade de mercado;<br>Necessidade da troca de informações e conhecimento nas áreas técnica e científica;<br>A globalização da economia, etc. |
| Empresa III | A Necessidade de se ter uma empresa especializada na área e a visão para enxergar oportunidades;                                                  |
| Empresa IV  | A carência de empresas do gênero com qualidade na cidade e a própria necessidade de mercado;                                                      |
| Empresa V   | Necessidade de aquecer o mercado com o surgimento do Centro de Convenções – São Luís como mercado de evento;                                      |
| Empresa VI  | Necessidade de mercado;<br>Carência de profissionalismo e mão-de-obra especializada no mercado local;                                             |
| Empresa VII | Não Respondeu.                                                                                                                                    |

A respeito da reclamação de falta de mão-de-obra é importante destacar que isso se estende desde o período de fundação das empresas, pois, o mercado sempre foi carente dessa mão-de-obra qualificada específica para o setor dos eventos e mesmo com o ‘boom’ dos cursos de formação para o turismo há um tempo, a formação não necessariamente implicou em melhorias para o setor dos eventos.

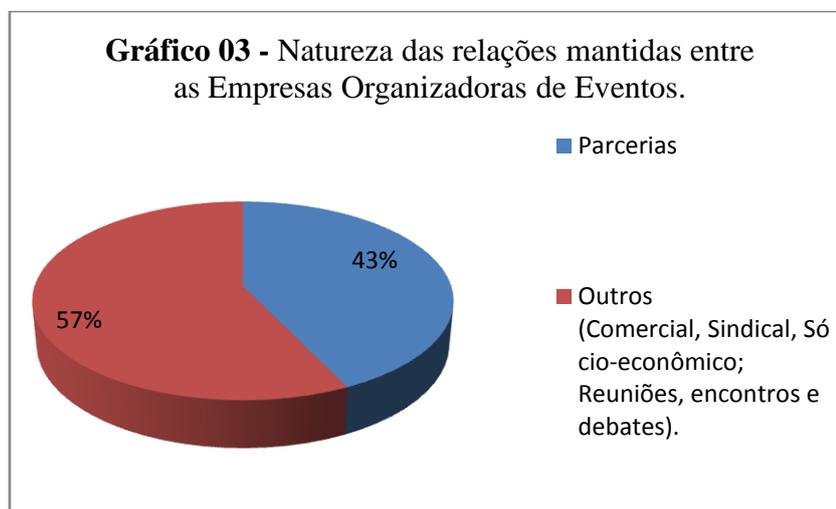
Igualmente foi questionado sobre as principais dificuldades enfrentadas pelas empresas os mesmos foram enfáticos ao afirmar que a falta de apoio do poder público é um dos maiores entraves para o desenvolvimento das suas atividades, com cerca de 43% das respostas, seguida de falta de mão-de-obra qualificada com 29%:



Fonte: Pesquisa de Campo, 2012.

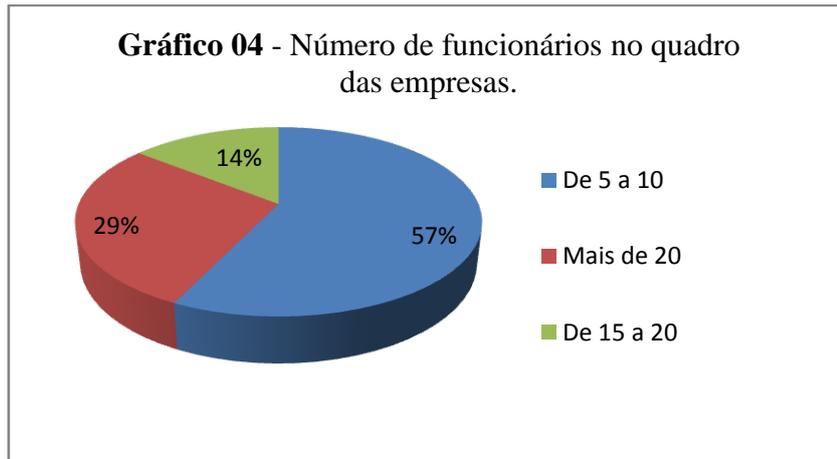
Como pode ser percebido o poder público tanto estadual como o município aparecem de forma duramente criticada segundo os sujeitos investigados, pois as empresas de eventos em São Luís depositam muita expectativa nas políticas de fomento, valorização e desenvolvimento da atividade turística, mas são receosos quanto à condução das mesmas em nível local.

No que tange ao item tipo de relação mantida entre as próprias empresas do setor de eventos, destacamos as de seguinte natureza:



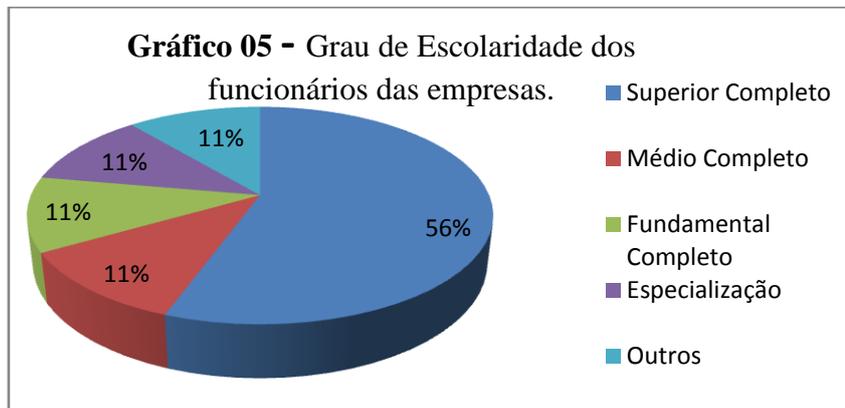
Fonte: Pesquisa de Campo, 2012

Quando foi perguntado a respeito do quadro de funcionários expressou-se a quantidade representada abaixo, no que as empresas responderam a existência em média de 05 (cinco) a 10 (dez) empregados, o equivalente a um percentual de 57%, seguido do item mais de 20 (vinte), o que equivaleu a um percentual de 29%.



Fonte: Pesquisa de Campo, 2012.

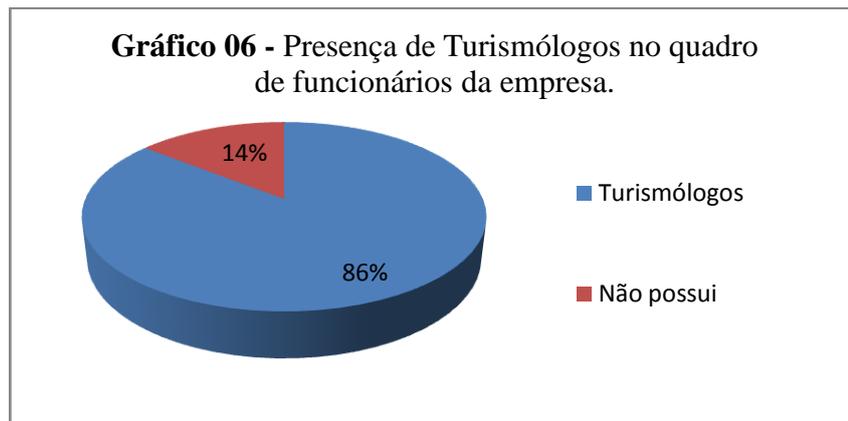
No que tange ao grau de escolaridade dos seus funcionários, tem-se o seguinte no gráfico abaixo:



Fonte: Pesquisa de Campo, 2012.

Este item demonstra uma diversidade de respostas, pois, em seus quadros as empresas tendem a apresentar grau de escolaridade diferenciado, em função do posto que cada funcionário exerce na hierarquia da instituição. Mas no geral, a maior parte equivalente a 56% possui ensino superior completo, uma vez que o cargo ou função desempenhada o exigia e também porque tratava-se dos próprios donos ou sócios dos empreendimentos.

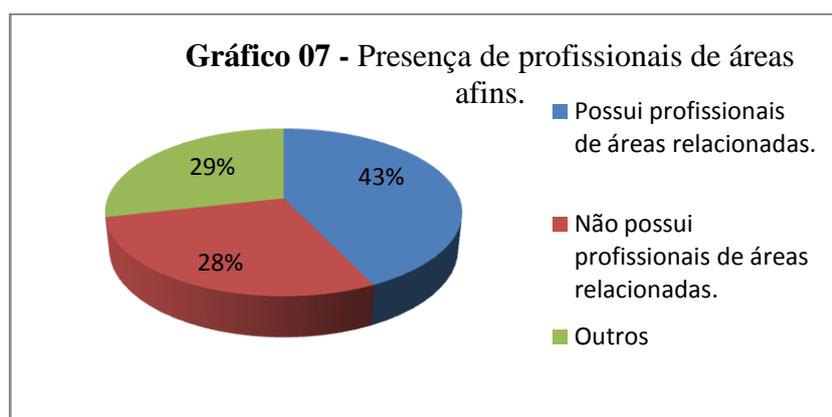
Em relação à presença de funcionários com formação em Turismo apenas uma das empresas afirmou que não existe este profissional em seu quadro. As demais apontavam para uma quantidade de:



Fonte: Pesquisa de Campo, 2012.

Quase todas as empresas investigadas apresentaram pelo menos um profissional de Turismo em seu quadro de funcionários. A presença dos Bacharéis de Turismo faz-se importante uma vez que se supõe uma melhor compreensão da atividade, bem como as implicações de sua natureza e do seu alcance - o que não quer dizer que, por não ter a presença desses profissionais, ou poucos deles e mesmo profissionais com outras formações - apresente melhor ou pior condições no mercado.

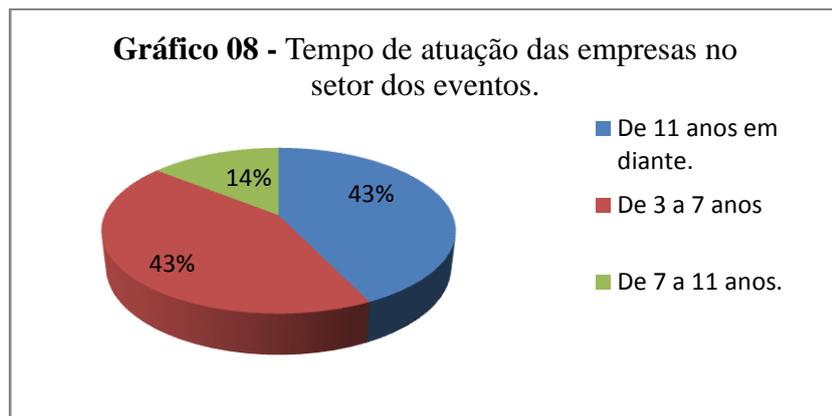
Dessa forma foi feita a uma pergunta a respeito da presença de profissionais de outras áreas relacionadas ao Turismo, desempenhando atividades no funcionamento da empresa, no que responderam:



Fonte: Pesquisa de Campo, 2012.

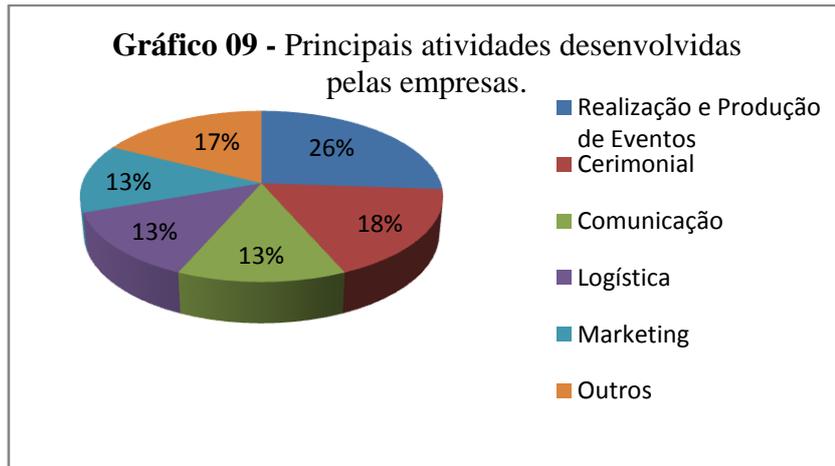
| Quantidade | Respostas                                                                                                                                                                                                                                   |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 02 (Duas)  | Não possuíam profissionais de outras áreas relacionadas;                                                                                                                                                                                    |
| 01 (Uma)   | Terceirizam o serviço;                                                                                                                                                                                                                      |
| 03 (Três)  | Sim para as seguintes áreas:<br><ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Administração/ Relações Públicas e Publicidade e Propaganda;</li> <li>✓ Administração/Marketing;</li> <li>✓ Jornalista/Relações Públicas/Contabilidade.</li> </ul> |
| 01 (Uma)   | Respondeu apenas pela existência de Turismólogos.                                                                                                                                                                                           |

Acerca do tempo em que a empresa atua no mercado os sujeitos investigados apontaram para o seguinte: igualdade de percentual para os itens ‘De 11 anos em diante’ e ‘De 03 a 07 anos’ equivalentes a 43% respectivamente, e também ‘De 07 a 11 anos’ com percentual de 14%, não sendo citado o item ‘De Menos de 03 anos’.



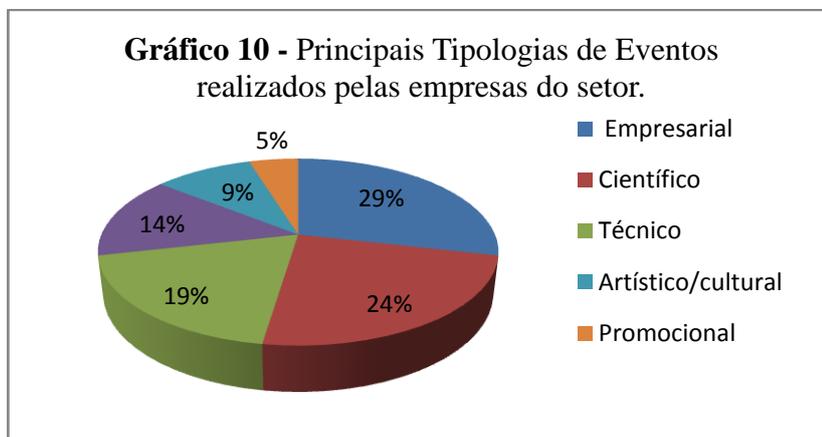
Fonte: Pesquisa de Campo, 2012.

No que diz respeito às principais atividades desenvolvidas pelas empresas pesquisadas foram citadas em constante paralelo, sendo assinaladas mais de uma opção, inclusive o item “Outros” de forma especificada sendo listadas da seguinte forma: Os itens Marketing, Comunicação, Logística foram citados por (03) três das empresas; seguido do item Cerimonial por (04) quatro empresas; o item Realização e produção de eventos por (06) delas simultaneamente. Já para o item “Outros” responderam (04) empresas na respectiva ordem e especificadamente: Planejamento e consultoria em eventos; Organização de eventos; Cerimonial, Receptivo; Turismo emissivo e receptivo/Eventos. No geral o gráfico pode ser representado da seguinte forma:



Fonte: Pesquisa de Campo, 2012.

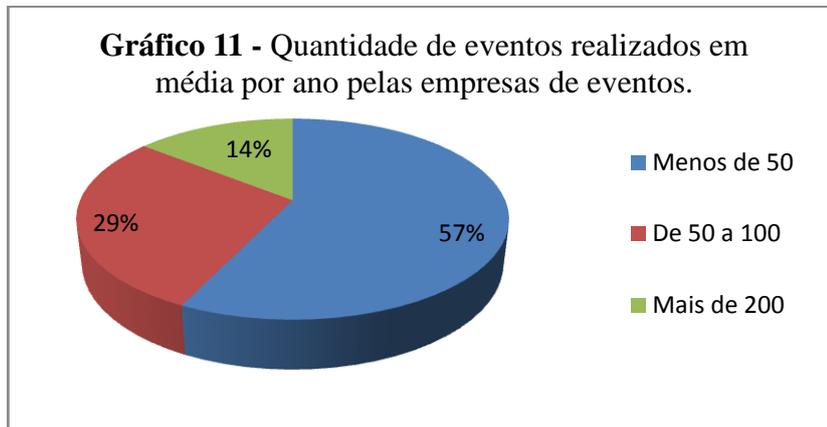
Quanto às tipologias de eventos mais frequentes têm-se também escolhas paralelas, ou seja, mais de um item apontado pelas empresas de eventos. A maioria das empresas, quase que por unanimidade assinalaram pelo item “Empresarial” ou também conhecido como corporativo geralmente acompanhado de itens de caráter “Científico” ou “Técnico” como indica o gráfico:



Fonte: Pesquisa de Campo, 2012.

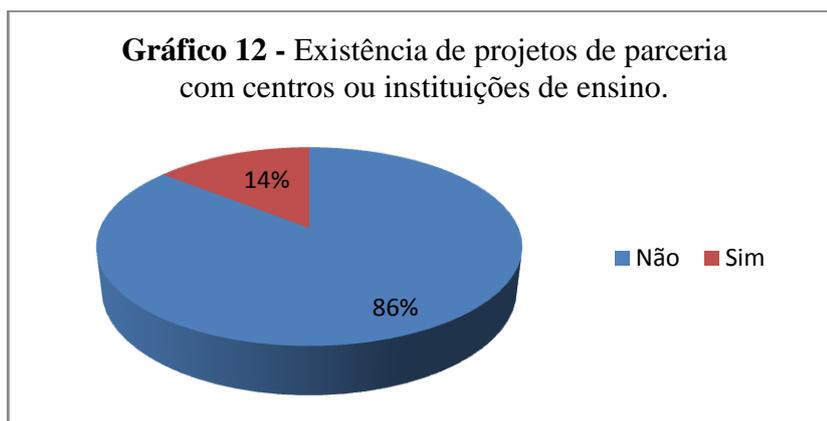
No gráfico acima, referente às principais tipologias de eventos realizados pelas investigadas, mais uma vez as empresas responderam com multiplicidade, não se limitaram a escolher apenas um dos itens disponibilizados, dessa forma seguiu-se no gráfico de acordo com o que foi respondido. Observa-se ainda que os itens apontados estão em consonância com aqueles mencionados por Tenan apud Martim (2003) no quadro número 02 (dois): ‘Classificação dos eventos por objetivo ou área de interesse’, na página (31) deste estudo.

Já em relação à quantidade de eventos realizados em média por ano, temos um percentual mais considerável para aquelas empresas que realizam menos de 50 (cinquenta) eventos por ano, equivalente a 57%, seguido do item ‘De 50 a 100’ o equivalente a 29%.



Fonte: Pesquisa de Campo, 2012.

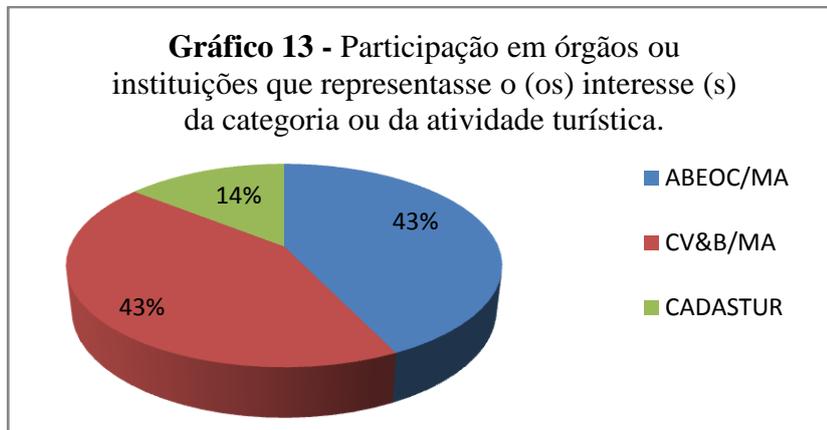
Sobre a existência de projetos de parceria com algum centro ou instituições de ensino, a grande maioria das empresas investigadas respondeu que não há essa relação. Apenas uma apontou que sim, classificando-o enquanto programa de estágio, no entanto, sem detalhá-lo. Este falta de afinidade entre as empresas e os estabelecimentos de ensino também consta como um dos fatores que demonstra a fragilidade das empresas de eventos.



Fonte: Pesquisa de Campo, 2012.

A respeito da participação em algum órgão ou instituição que representasse o (os) interesse (s) da categoria junto à atividade turística, as respostas foram dadas positivamente

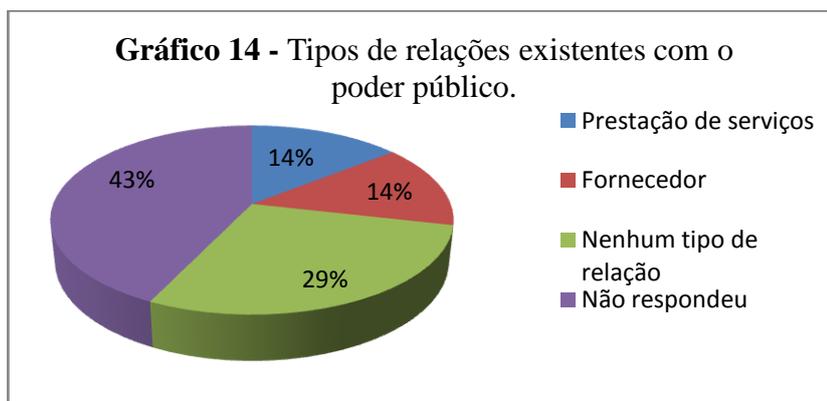
sendo respondido o seguinte: Percentuais iguais tanto para instituições como ABEOC/MA e C&VB, com 43% cada, acompanhados do CADASTUR com 14%.



Fonte: Pesquisa de Campo, 2012.

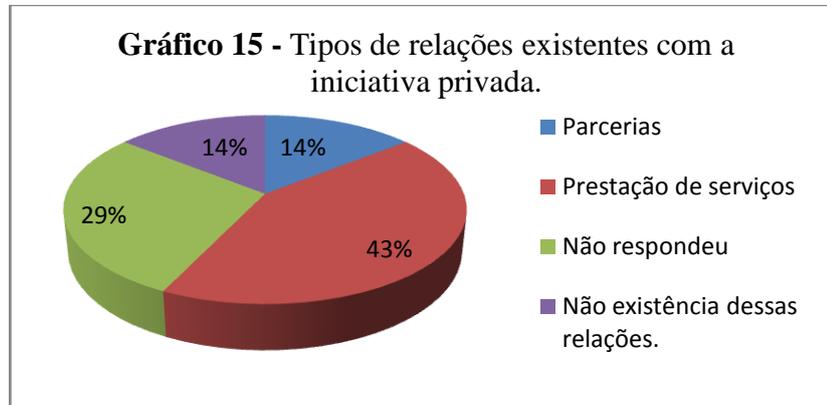
Além desses organismos outras instituições foram juntamente citadas a exemplo da ABRASEL – Associação Brasileira de Bares e Restaurantes, EVENTPOOL – Associação das Agências de Turismo Operadoras de Eventos, ABAV – Associação Brasileira das Agências de Viagens, ICE - Instituto de Cidadania Empresarial, e ABIH – Associação Brasileira da Indústria de Hotéis.

Quando questionados sobre a existência de algum tipo de relação (parceria, projetos, ações, etc.) com o poder público: Um percentual elevado correspondente à 43% dos investigados não responderam à pergunta, bem como 29% afirmaram não existir qualquer tipo de relação com o poder público.



Fonte: Pesquisa de Campo, 2012.

Da mesma forma questionou-se também a respeito da iniciativa privada, no que obtivemos como resposta o seguinte:



Fonte: Pesquisa de Campo, 2012.

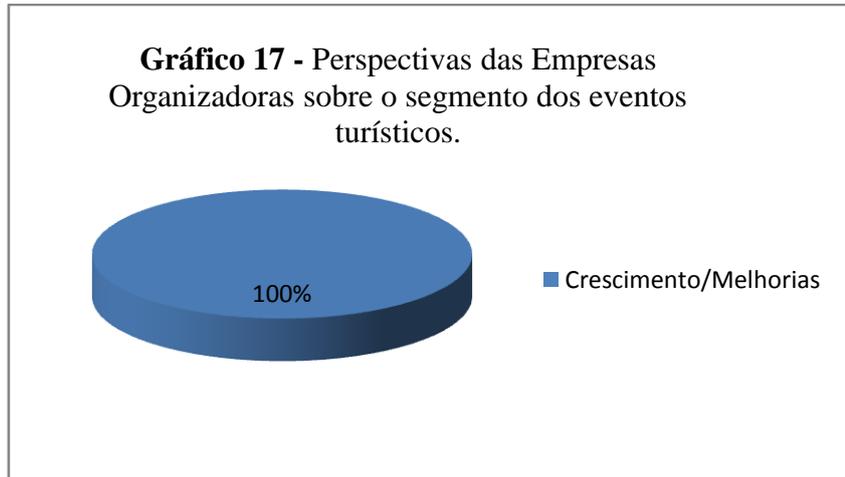
As empresas foram também questionadas a respeito da participação em projetos de licitação no mercado turístico local, no que responderam:



Fonte: Pesquisa de Campo, 2012.

Tal questionamento foi importante, pois através dessa ferramenta deposita-se um grau considerado de credibilidade a essas empresas, esse fator que é visto enquanto um constante desafio, além de ter caráter obrigatório por natureza das corporações. Desse modo foi unanimidade e entre os principais órgãos ou instituições para as quais prestaram ou ainda prestam serviços, citou-se: os governos nas 03 (três) esferas, Federal, Estadual e Municipal a exemplo da Procuradoria do Estado, Secretaria do Trabalho e Secretaria de Administração de Estado; instituições privadas como o SEBRAE e o SESC, etc. entre outros acontecimentos pela cidade.

No que tange às perspectivas das empresas investigadas em relação ao segmento dos eventos turístico local temos o seguinte: um percentual de 100% para as respostas direcionadas aos pontos de vista de crescimento e melhorias que foram agrupados num único item constatado no gráfico abaixo:



Fonte: Pesquisa de Campo, 2012.

Respostas apresentadas pelas empresas investigadas.

| Empresas    | Respostas                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Empresa I   | “Existe grande expectativa para o turismo de negócios para São Luís, barramos somente nas dificuldades de infraestrutura para um bom atendimento.”                                                                                                            |
| Empresa II  | ”De crescimento mas com muitas dificuldades.”                                                                                                                                                                                                                 |
| Empresa III | “O mercado turístico vem crescendo a cada ano e as pesquisas mostram que este é um setor que mais movimentava o PIB do nosso país. Diante disto, temos plena convicção de que, trabalhando a cada dia, com excelência e satisfação, temos tudo para crescer.” |
| Empresa IV  | “Como empresa Organizadora de Eventos as perspectivas em relação ao mercado são promissoras. Quanto ao setor às perspectivas são de crescimento e consolidação do destino para eventos de pequeno e médio porte no mercado local.”                            |
| Empresa V   | “Perspectiva de crescimento/amplo mercado.”                                                                                                                                                                                                                   |
| Empresa VI  | “Crescimento.”                                                                                                                                                                                                                                                |
| Empresa VII | “Esperança de melhorar, pois é necessário mudanças políticas para resolver problemas, principalmente de infraestrutura.”                                                                                                                                      |

Essas informações sobre as perspectivas das empresas são importantes em função do papel que as mesmas almejam desempenhar no segmento dos eventos e que sofre com as incertezas do mercado. No entanto fica bastante evidenciado a sua insatisfação para a forma com que as políticas são conduzidas, mesmo as de caráter geral, pois, influenciam conseqüentemente no bom ou mau funcionamento do setor. Por constituírem-se em vetores que se direcionam no sentido de fortalecer o turismo na cidade tentam se adaptar às flexibilidades que o mercado oferece e mantém-se numa perspectiva de crescimento necessária para sua sobrevivência. Assim as empresas buscam longo dessas duas últimas décadas acompanhar o processo de desenvolvimento da atividade turística, na tentativa de valorização e consolidação neste mercado.

## 5 CONCLUSÃO

Sabe-se que o fenômeno do Turismo é uma das grandes alternativas para o desenvolvimento no âmbito das economias mundial, nacional, regional e também local. E o Turismo dos Eventos ou Negócios e Eventos Turísticos convergem no sentido de intenso crescimento, despontando como uma forte tendência na atualidade, assim o setor dos eventos aparece como um segmento que pode alavancar a economia de muitas localidades.

Dentro deste universo destacam-se as Empresas Organizadoras de Eventos em São Luís MA das quais, uma parte delas serviram como objeto de investigação desta pesquisa, no entanto, para o estudo optou-se apenas por aquelas presentes no quadro 05 (cinco), uma quantidade menor, em função do tempo e do retorno dado pelas empresas. Para tanto, buscou-se fazer uma análise a respeito desses empreendimentos que atuam no mercado dos eventos na cidade. O propósito foi o de captar informações sobre essas empresas, saber quem são, onde estão e o que estão fazendo; seu processo de constituição ou origem e suas perspectivas em relação ao mercado no qual estão inseridas, no sentido de compreender melhor sua atuação, suas características básicas.

Nesse sentido os principais aspectos abordados envolveram

- A identificação das empresas;
- As tipologias dos eventos e número médio realizados anualmente;
- Quantidade de funcionários e presença de profissionais de Turismo no funcionamento da empresa.
- Problemas que afetam as Empresas Organizadoras de Eventos/a indústria do segmento dos eventos turísticos.

Dessa forma a possibilidade da relação da pesquisa com o objetivo proposto no estudo foi definida positivamente, ou seja, na medida do possível contemplou a idéia de compreender melhor a atuação das Empresas Organizadoras de Eventos na capital.

No geral as empresas estão dispersas pela cidade de São Luís, que é o seu local de atuação e de realização dos eventos; e também onde compreende-se que estão o principal público que gera a maior parte desses eventos, que empresas do Município e do Estado, instituições acadêmicas, centro sociais e sociedade em geral. As mesmas localizam-se principalmente no Centro e ao longo das principais avenidas da cidade, a exemplo da Colares Moreira, e ainda nas proximidades destas. As que estão relacionadas junto ao CADASTUR totalizavam uma quantidade de 22 (vinte e duas) até o ano de 2011 (Ver em anexo). Embora nem todas possuíssem informações completas no site do CADASTUR.

As Empresas Organizadoras de Eventos realizam em média menos de 50 (cinquenta) eventos por ano, tendo como principais tipologias as de cunho empresarial, técnico-científico, artístico/cultural e promocional, dedicam-se ainda de acordo com o relatado à atividades de Comunicação, Logística, Realização e produção de eventos, Cerimonial, Marketing e Organização dos eventos.

Essas empresas pesquisadas estão em média há mais de 03 (três) anos no mercado e que apresentam no seu quadro de funcionários entre outros profissionais, Bacharéis com formação em Turismo, esse ‘capital intelectual’ tão importante para o desenvolvimento da atividade.

São empreendimentos considerados em tamanho de médio e pequeno porte, desenvolvendo-se na prática através da realização de suas atividades, comercialização dos seus serviços e produtos turísticos, pois sua atuação depende também da atividade Turística no mercado local. Esses eventos não são na sua totalidade turísticos, pois as pessoas que participam dos eventos, em sua maior parte reside na própria localidade. Mas há que se considerar sua natureza turística, uma vez que estão inseridos na cadeia produtiva do mesmo.

A pesquisa de certa forma informou resultados até já esperados, principalmente no que tange à questão dos fatores que teriam contribuído para o surgimento desses empreendimentos no mercado, a formação delas está condicionada à necessidade deste que geralmente vem acompanhada da “carência acentuada de profissionais capazes de agregar valor à organização” (Dias, 2003) e das políticas voltadas para tal. Ainda sobre essa questão da necessidade de mercado, também ficou evidenciada em várias falas na entrevista cedida pelo senhor Elias David Lopes Azulay, excelente profissional dedicado aos eventos e que se destacou merecidamente, tornando-se uma das melhores referências na área, daí a importância de ter o seu depoimento neste estudo, considerando o surgimento das Empresas Organizadoras de Eventos a partir das suas experiências em São Luís – Ma. Desde sua atuação nos eventos em hotéis, ou nos cerimoniais de governo; quando estabeleceu-se como empresário de eventos, desenvolvendo sobretudo eventos de cunho empresarial, técnico e social. E mesmo quando estava desativando sua empresa, para se dedicar apenas às consultorias de eventos.

Percebeu-se que a relação existente entre essas empresas e o contexto turístico Ludovicense é intrínseca, uma vez que fazem parte da cadeia produtiva inerente à atividade turística, relação que pode até ser representada de forma semelhante a um conjunto interorganizacional, formado por várias outras relações organizacionais que interagem entre si, tendo como um dos principais elos de ligação o *Convention and Visitors Bureau*, estrutura

necessária para dar suporte a essa rede de transações. Dessa forma entende-se que “é desejável a parceria entre organismos e empresas interessadas no resultado positivo dos eventos” (Andrade, 1999). A efetivação dessa relação se dá em função da realização ou promoção, entre outros, dos eventos que “em geral se constituem se constituem numa poderosa força para atração de turistas (...)” (Silva, 1999) e contribuem para o desenvolvimento turístico local.

Outro item importante que diz respeito às dificuldades enfrentadas pelas empresas de eventos que deixam evidente sua insatisfação, sobretudo no que diz respeito ao poder público municipal e estadual. As empresas estão cientes das dificuldades enfrentadas pelo setor e de sua vulnerabilidade, uma vez que o próprio desenvolvimento da atividade turística apresenta descontinuidade em relação a efetivação das políticas para o setor. Ainda vem mantendo um processo de resistência frente às dificuldades por meio da formalização e do associativismo como forma de representatividade e da constante atualização de seus produtos e serviços.

Mesmo sendo grandes os desafios as empresas continuam acreditando no crescimento e na melhoria para o setor, tendência observada junto à algumas pesquisas turísticas, citam condições como mudanças política para que isso aconteça e possam desfrutar de um futuro promissor não muito distante. Dessa forma sugeri-se aos gestores públicos e privados a adoção de iniciativas que visem a reversão dessa realidade cenário e aumentando o uso de instrumentos e ações necessárias para alterações do cenário atual.

## REFERÊNCIAS

- A ASCENSÃO do turismo no Maranhão. JP Turismo: Turismania. Disponível em:** <<http://www.jornalpequeno.com.br/2009/3/19/Pagina102041.htm>>. Acesso em: 20 mar. 2011.
- ABEOC comemora Lei Geral do Turismo. **Dolaimes Comunicação e eventos.** Disponível em:<[http://www.dolaimes.com.br/noticias/abeoc\\_comemora\\_lei\\_geral\\_do\\_turismo%280%29](http://www.dolaimes.com.br/noticias/abeoc_comemora_lei_geral_do_turismo%280%29)>. Acesso em: 26 set. 2012.
- ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (Org.) **Turismo: Segmentação de Mercado.** São Paulo, Futura, 1999.
- ANDRADE, Renato Brenol. **Manual de Eventos.** 2. ed. ampl. Caxias do Sul: EDUCS, 2002.
- BAHL, Miguel. **Turismo e eventos.** Curitiba: Prottexto, 2004.
- BOOK show São Luís 2001. Congresso Brasileiro de Turismo.
- BRASIL. Lei do Turismo.* Brasília, DF. *Disponível em:* <[http://www.turismo.gov.br/turismo/legislacao/legislacao\\_geral](http://www.turismo.gov.br/turismo/legislacao/legislacao_geral)>. *Acesso em:* 19 mar. 2011.
- BRASIL. Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008.** Brasília, DF, 17 set. 2008. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2008/Lei/L11771.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Lei/L11771.htm)>. Acesso em: 11 mar. 2009.
- BRITTO, Janaína; FONTES, Nena Dantas. **Estratégias para eventos: uma ótica do marketing e do turismo.** São Paulo: Aleph, 2002.
- CADASTUR. **Pesquisa de prestadores.** Ministério do Turismo. Disponível em:<<http://www.cadastur.turismo.gov.br/cadastur/index.action>>. Acesso em: 16 jun. 2011.
- CAMPOS, Luís Cláudio; WYSE, Nely; ARAÚJO, Maria Luíza. **Eventos: oportunidades de novos negócios.** Rio de Janeiro: SENAC, 2000.
- CANTON, Antonia Marisa. **Evento: da proposta ao planejamento.** Turismo em Análise, São Paulo, p. 19, 1997.
- \_\_\_\_\_.Eventos. In: ANSARAH, Marília (Organizadora). **Turismo como aprender, como ensinar.** São Paulo: Senac. São Paulo, 2001.
- \_\_\_\_\_. Evento um potencializador de negócios. In: ANSARAH, Marília Gomes dos Reis; NETTO, Alexandre Panosso (Org.). **Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas.** (1ª. Ed.). Barueri, SP: Manole, 2009. 582 p.
- CAVALCANTE, Vanessa; DANTAS, Marcelo. **Pesquisa qualitativa e quantitativa.** Recife. UFPE, 2006.
- CAZUMBÁ. Cazumbá Opinião. **Jornal Turístico e Cultural do Maranhão.** Ano VIII. Nº 74. 15 de Junho a 15 de Julho de 2010. São Luís, MA.
- DIAS, Célia Maria Moraes (Org.). **Hospitalidade: reflexões e perspectivas.** Barueri: Manole, 2002.

DIAS, Edna Leite. Uso da criatividade para o setor dos eventos. In: BAHL (Org.). **Eventos: A importância para o turismo do terceiro milênio**. São Paulo: ROCA, 2003.

EMBRATUR-FGV. **Pesquisa do impacto econômico dos eventos internacionais realizados no Brasil de 2007/2008**. 2009. Disponível em: <www.dadosfatos.turismo.gov.br/.../Eventos/...eventos/Relatório\_Final>. Acesso em: 15 abr. 2011.

FBC&VB/SEBRAE/CTI. **I Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos no Brasil**. São Paulo: Revista dos eventos, Nov. 2001.

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

FERREIRA, Waldir. **O evento como meio de hospitalidade**. São Paulo, 2005.

GIÁCOMO, Cristina. **Tudo acaba em festa: Evento, líder de opinião, motivação e público**. São Paulo: Scritta Editorial, 1993.

GONÇALVES FILHO. **Informativo da FV&VB**. Florianópolis, 2000.

HOELLER, Elisete Helena. Turismo de eventos: Centreventos Cau Hansen de Joinville - SC. In: ANSARAH, Marília (org.). **Segmentação de mercado**. São Paulo: Futura, 1999.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 3.ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 1991.

\_\_\_\_\_. **Técnicas de Pesquisa**. Planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

\_\_\_\_\_. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. 4 ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 1999.

LEAL, Gina Diaz. **Estudo dos eventos corporativos sob o contexto da cultura organizacional e da hospitalidade**: um estudo de caso. São Paulo, 2007.

MATIAS, Marlene. **Organização de Eventos**: procedimentos e técnicas. São Paulo: Manole, 2001.

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

\_\_\_\_\_. Público-alvo das agências de viagens nos eventos de negócios. In: LAGE, Beatriz Helena Gelas (Org.). **Turismo, hotelaria & lazer**. São Paulo: Atlas, 2004.

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

MELO NETO, Francisco Paulo de. **Marketing de eventos**. Rio de Janeiro: Sprint, 2003.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Segmentação do Turismo**. Orientações Básicas. Brasília: Mtur, 2008.

OMT. ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Introdução ao turismo**. (Trad.) Dolores Martin Rodrigues Corner. São Paulo: ROCA, 2001.

\_\_\_\_\_. **Introdução à Metodologia de Pesquisa em Turismo**. São Paulo: ROCA, 2005.

PLANO vai revelar potencial turístico do estado do MA. **Portal do Maranhão**, São Luís, mar. 2011.

*Disponível em:* <<http://www.portaldomaranhao.com/Noticias/2866/Plano-vai-revelar-potencial-turistico-do-estado-do-MA>>. *Acesso em:* 13 maio 2011.

PORTUGUEZ, Anderson Pereira. **Agroturismo e desenvolvimento regional**. São Paulo: Hucitec, 1999.

SÁ, Celso Pereira de. **Sobre o Núcleo Central Representações Sociais**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1996.

SETUR. Secretaria Municipal de Turismo. **Dimensão Cultural Turismo**: Espaço para Eventos e Empresas Promotoras e Organizadoras de Eventos. Disponível em: <<http://www.saoluis.ma.gov.br/mapaSocioEconomico/cultural/turismo/espacoeventos.htm>>. Acesso em: 15 abr. 2011.

SILVA, E. L.; MENEZES E. M. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação**. Florianópolis: UFSC, 2005. 138p.

SILVA, F. P. S. Eventos e turismo: turismo de eventos. In: **Turismo e Debates**. II: (2), 1999.

TENAN, Ilka Paulete Suissero. **Eventos**. Coleção ABC do Turismo. São Paulo: Aleph, 2002.

ANEXOS

## ANEXO A - TABELA – ESPAÇOS PARA EVENTOS EM HOTÉIS E APART- HOTÉIS

| LOCAL                                               | INFRA-ESTRUTURA PARA EVENTOS                                                                    |
|-----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| BRISAMAR HOTEL LTDA                                 | 05 salões com capacidade para: 200/60/150/80 pessoas. Área externa para banquetes: 600 pessoas. |
| CALHAU PRAIA HOTEL                                  | Salão de eventos para: 140 pessoas                                                              |
| GRAND SÃO LUÍS HOTEL                                | Salão de eventos para 400 pessoas.                                                              |
| HOTEL ABBEVILLE                                     | Salão de eventos para 350 pessoas.                                                              |
| HOTEL COSTA ATLÂNTICO                               | Auditório para 200 pessoas.                                                                     |
| SANDS HOTEL                                         | 06 salas de reunião<br>Auditório para 300 pessoas.                                              |
| HOTEL PRAIA PONTA D'AREIA                           | 02 Salões com capacidade para 70 e 100 pessoas.                                                 |
| HOTEL SANTA LUZIA                                   | 03 salas de reunião para 15/30/45 pessoas.                                                      |
| LAUTHENTIQUE CRISTAL                                | Sala para 25 pessoas.                                                                           |
| LITORÂNEA PRAIA HOTEL                               | Salão de eventos para 200 pessoas.                                                              |
| NUMBER ONE FLET RESIDENCE                           | Salão de eventos para 70 pessoas.                                                               |
| PESTANA SÃO LUÍS                                    | 07 Auditórios com capacidade para 800/400/400/150/50/50/50 pessoas.                             |
| POUSADA COLONIAL                                    | Área interna para 50 pessoas.                                                                   |
| POUSADA ILHA COSTEIRA                               | Área interna para 20 pessoas.                                                                   |
| POUSADA NOVA JERUSALÉM                              | Salão com capacidade para 150 pessoas.                                                          |
| POUSADA PORTAS DA AMAZÔNIA                          | Sala com capacidade para 70 pessoas.                                                            |
| POUSADA SOLAR DOS NOBRES                            | Área interna para 30 pessoas.                                                                   |
| PREMIER HOTEL                                       | Auditório com capacidade para 200 pessoas.                                                      |
| RIO POTY HOTEL                                      | 07 salões com capacidade para: 700/200/140/100/50/50/40 pessoas.                                |
| RYAD HOTEL                                          | Sala com capacidade para 50 pessoas.                                                            |
| SALINAS PRAIA HOTEL                                 | Sala com capacidade para 100 pessoas.                                                           |
| SESC TURISMO OLHO D'ÁGUA                            | Auditório para 264 pessoas.<br>Sala de vídeo para 70 pessoas.                                   |
| SKINA PÁLACE HOTEL                                  | Salão com capacidade para 100 pessoas.                                                          |
| SOLARE AMERICAN FLAT RESIDENCE                      | Salão com capacidade para 250 pessoas.                                                          |
| PRAIA MAR HOTEL                                     | Salão com capacidade para 500 pessoas.                                                          |
| FONTE: Coordenação de Análise Mercadológica - SETUR |                                                                                                 |

## ANEXO B - TABELA – ESPAÇOS PARA EVENTOS EXTRA HOTELEIROS

| TIPOS DE ESPAÇOS                                | AUDITÓRIOS            |          | SALAS DE REUNIÕES    |          | EXPOSIÇÕES          |          | ESPAÇOS MULTIUSO      |          |
|-------------------------------------------------|-----------------------|----------|----------------------|----------|---------------------|----------|-----------------------|----------|
|                                                 | Capacidade p/ pessoas | Qte.     | Capacidade p/pessoas | Qte.     | Área m <sup>2</sup> | Qte.     | Capacidade p/ pessoas | Qte.     |
|                                                 |                       |          |                      |          |                     |          |                       |          |
| Associação Comercial do Estado do Maranhão      | 275                   | 2        | 30                   | 1        | 2                   | 1        | ---                   | --       |
| Centro de Criatividade Odylo Costa Filho        | 295                   | 1        | ---                  | -        |                     |          | 50                    | 1        |
| Casa do Maranhão                                | ---                   | -        | ---                  | -        | 48                  | 1        | 200                   | 1        |
| CEPRAMA                                         | 110                   | 1        | ---                  | -        | --                  | 1        | 6.000                 | 1        |
| Convento das Mercês                             | 350                   | 1        | 40                   | 3        | --                  | 3        | ---                   | --       |
| Espaço Cultural                                 | ---                   | -        | ---                  | --       | --                  | --       | 4.500                 | 1        |
| Espaço Renascença                               | ---                   | -        | ---                  | --       | --                  | --       | 1.700                 | 1        |
| FIEMA                                           | 330                   | 1        | ---                  | --       | --                  | --       | 300                   | 1        |
| Mercado das Artes                               | ---                   | -        | 35                   | 2        | --                  | --       | --                    | -        |
| Morada das Artes                                | ---                   | -        | 50                   | 1        | 00                  | 3        | 200                   | 1        |
| SEBRAE                                          | 195                   | 1        | -                    |          |                     |          | -                     |          |
| MULTICENTER SEBRAE                              | 180                   | 1        | 70                   | 3        | --                  | --       | 10.000                | 1        |
|                                                 |                       |          | 100                  | 1        |                     |          |                       |          |
|                                                 |                       |          | 50                   | 2        |                     |          |                       |          |
|                                                 |                       |          | 40                   | 1        |                     |          |                       |          |
| SESC/Deodoro                                    | 86                    | 1        | ---                  | --       | 1                   | 2        | 300                   | 1        |
| SESC/Turismo                                    | 350                   | 2        | 90                   | 2        | --                  | 2        | 800                   | 1        |
| Casa de Nhozinho                                | ---                   | -        | ---                  | -        | 05                  | 1        | 200                   | 1        |
| Centro de Cultura Popular Domingos Vieira Filho | 106                   | 1        | ---                  | -        | 1,80                | 1        | 150                   | 2        |
| Salão de Maquetes                               | 50                    | 1        | ---                  | --       | --                  | --       | ---                   | --       |
| Centro de Convenções Pedro Neiva de Santana     | 1500                  | 1        | 100                  | 1        |                     |          |                       |          |
|                                                 | 400                   | 1        | 40                   | 6        |                     |          |                       |          |
| <b>TOTAL GERAL</b>                              | <b>4.227</b>          | <b>5</b> | <b>645</b>           | <b>3</b> | <b>17,8</b>         | <b>5</b> | <b>24400</b>          | <b>3</b> |

Fonte: Coordenação de Análise Mercadológica - SETUR

## ANEXO C - ENTREVISTA: MARIZINHA RAPOSO AO JORNAL CAZUMBÁ DE CIRCULAÇÃO LOCAL

“O setor de eventos cresce de maneira bastante acentuada, exigindo cada vez mais planejamento e organização de quem atua na área. Pensando nesse nicho do turismo, as empresas do setor tem se organizado, criando espaços adequados e bem equipados, com profissionais qualificados, além de se organizarem como entidade. Para tanto elegeram como presidente da Associação Brasileira de Empresas Organizadoras de eventos no Maranhão (ABEOC- MA) a Relações Públicas Marizinha Raposo, que há anos trabalha no segmento turístico, oito deles no de eventos. Ela fala ao Jornal Cazumbá sobre os desafios à frente da entidade e as metas da atual gestão. Confira!”

**Jornal Cazumbá** - A sua história se entrelaça à história da ABEOC, com atuação reconhecida pelo setor. Como é assumir nesse momento a presidência da ABEOC /MA? Qual o maior desafio que esse cargo traz?

**Marizinha Raposo** - O momento é propício, pois o turismo de eventos está em crescimento no Brasil e no Maranhão. O grande desafio é fazer com que as empresas de eventos vejam qual é o poder do associativismo e o que ele pode fazer por eles.

**JC** – Se olharmos para a ABEOC de 10 anos atrás, o que mudou de lá pra cá tanto na entidade quanto no mercado de eventos?

**MR** – No mercado de eventos como um todo, o Brasil passou de 17º ao 11º como destino de eventos. O Maranhão nesses 10 anos vem caminhando de forma lenta até porque nós temos só há quatro anos o Centro de Convenções. Os hotéis também se prepararam. Antes, tinha somente o Pestana com salas para eventos. Hoje, vários hotéis começaram a perceber esse nicho de mercado. E a gente vem observando um aumento considerável de eventos corporativos. Definitivamente, o Maranhão entrou no circuito de eventos.

**JC** – Qual a posição do Maranhão no ranking nacional de eventos?

**MR** – Estamos ainda numa posição baixa, mas acima de estados que já tem uma história no setor de eventos, como Piauí, Tocantins e Pará. Hoje, nós recebemos eventos no mesmo volume que a Paraíba, que vem apostando fortemente nesse segmento.

**JC** – Quais os investimentos necessários na infraestrutura para eventos do MA?

**MR** – Antes de falar em investimentos, o poder municipal e estadual tem que acreditar nesse segmento, pois o turismo de eventos pode trazer divisas para o nosso estado e minimizar a sazonalidade, além disso gera emprego e renda. Temos que começar com essa sensibilização junto ao poder público.

Na hora em que o governo começar a apostar, os investimentos da área privada virão naturalmente. Outro ponto a ser lembrado é com relação aos leitos/hospedagem, um dos principais itens que o turismo de eventos cobra, porque não adianta trazer um evento de 4 mil pessoas se não há leitos para isso.

Então, a infraestrutura da cidade precisa estar preparada para receber.

**JC** – Hoje a ABEOC é uma entidade que encontrou o caminho do fortalecimento, com o respeito das esferas governamentais e privadas, A que voce atribui esse reconhecimento?

**MR** – Ao trabalho sério da ABEOC Nacional, que vem ao longo do tempo amadurecendo seus objetivos; e uma das grandes iniciativas da entidade foi dentro da Lei Geral do Turismo, na qual as empresas organizadoras de evento ganharam um item muito importante. Agora, por obrigações empresas do segmento tem que ter no seu objeto de contrato que ela é uma empresa organizadora de eventos. Este tem que ser objeto principal e não mais secundário.

**JC** – Como você enxerga esse passo?

**MR** – Foi definitivo para as empresas de eventos, à medida que ela está organizando o setor e colocando limitações. Agora , é só esperar a regulamentação e também a aplicabilidade dela.

**JC** - Quais os objetivos da ABEOC/MA para o período 2010/2012?

**MR** – Cadastrar juntamente com a Secretaria Estadual de Turismo (Setur/MA) as empresas organizadoras de eventos e, a partir daí, montar estratégias de divulgação.

**JC** – Quais são as principais metas da atual gestão?

**MR** – Sensibilização do empresariado, visando a reconhecimento da ABEOC/MA como entidade de classe dentro do mercado. Captar junto com o poder público a divulgação do Maranhão como destino de eventos.

E, de imediato, vamos trazer no segundo semestre de 2010 o Coordenador Geral de Qualificação de Sreviços do Ministério do Turismo, Ricardo Moesch, para ministrar a palestra “Lei Geral do Turismo” e esclarecer as dúvidas do empresariado.

**JC** – Como está o relacionamento da ABEOC – MA com o trade?

**MR** – o São Luís Convention e a ABAV são nossos grandes parceiros. Essa cadeia do turismo é muito interligada. Não tem como visualizar turismo de eventos de forma isolada, separada do trade.

**JC** – Qual a frase que retrata a ABEOC de hoje?

**MR** – A ABEOC chegou para trabalhar. Nós estamos apontando e acreditando num segmento do turismo que tem potencial de trazer grandes investimentos para o estado e gerar emprego e renda, direta e indiretamente.

ANEXO D - RELAÇÃO DE EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS (ATIVIDADE) NA CIDADE DE SÃO LUÍS PELO CADASTUR, EM NÚMERO DE 22 (VINTE E DUAS) EMPRESAS CADASTRADAS.

**VISÃO E PERFIL EVENTOS.**

Razão social: Visão Perfil - Assessoria, Eventos e Serviços Ltda.

Endereço: Av. João Pessoa, Nº 435, Santa Cruz (Anil). São Luís – Maranhão – Brasil  
CEP: 65040003.

Telefone: 98 3243-1088/3223-3325.

E mail: [contato@visaoperfileventos.com.br](mailto:contato@visaoperfileventos.com.br)

Home page: [www.visaoperfileventos.com.br](http://www.visaoperfileventos.com.br)

Serviços: Buffet e decoração, equipamentos, espaços para lazer, apoio logístico, realização e/ou organização dos eventos.

**ENPHOC**

Razão social: Enphoc-Eventos Marketing e Turismo Ltda.

Serviços: Cerimonialista, mestre de cerimônia e coordenado de eventos.

Endereço: Rua das Paparaubas, nº 04, quadra 11. CEP: 65.076-000

Bairro: Jardim São Francisco, São Luís - Ma.

Telefone: 98 3227-9049

Email: [enphoc@hotmail.com](mailto:enphoc@hotmail.com)

Home page: [www.enphoc.com](http://www.enphoc.com)

**LA VERITA**

Razão social: La Verita Restaurante, Pizzaria e Massas Ltda.

Endereço: Av. Mario Meireles, n10a. Cep: 65.077-610.

Bairro: Ponta D'Areia, São Luís - Ma

Telefone: 9832688778

Email: [lucineide.simoese@hotmail.com](mailto:lucineide.simoese@hotmail.com)

Serviços: Cerimonialista, coordenador de eventos, produtor/executor de eventos.

**M, M. PLACAS**

Razão social: Mundo dos Moveis Montagens e Eventos Ltda - Me

Endereço: Não disponível na página.

Telefone: 98 3241 1185

Serviços: Não disponível na página.

### **POLYCCOM**

Razão social: M do P. S. Mendes Consultoria e Comércio.

Endereço: Rua 77, nº 11. CEP: 65.074-620.

Bairro: Vinhais, São Luís - Ma

Telefone: 98 3236-7616

E-mail: polyccom@gmail.com

Serviços: Cerimonialista, mestre de cerimônia, coordenador de eventos, produtor/executor de eventos, promotor de eventos, especialista em projetos de eventos.

### **CARAVELAS TURISMO**

Razão social: Caravelas Turismo Ltda.

Endereço: Av. Colares Moreira, q. 49, nº 22, 1º andar Ed. Alamo. CEP: 65.075-441.

Bairro: Jardim Renascença, São Luís - Ma.

Telefone: 98 3311 6606

E-mail: [contato@caravelaturismo.com.br](mailto:contato@caravelaturismo.com.br)

Home page: [www.caravelaturismo.com.br](http://www.caravelaturismo.com.br)

Serviços: Coordenador de eventos, promotor de eventos.

### **TRAPICHE EVENTOS**

Razão social: Trapiche Eventos Ltda - Me

Endereço: Av. Daniel de La Touche, 2004. CEP: 65.074-115.

Bairro: Cohama, São Luís - Ma

Telefone: 98 32361791

E-mail: trapiche@trapicheturismo.com.br

Serviços: Cerimonialista, mestre de cerimônia, coordenador de eventos, produtor / executor de eventos, promotor de eventos, especialista em projetos de eventos.

### **IBRAPP**

Razão social: Instituto Brasileiro de Políticas Públicas

Endereço: Não disponível na página

Telefone: 98 3227 7384

Serviços: Não disponível na página.

### **CCOPRAMA**

Razão social: Cooperativa de Profissionais Autônomos do Estado do Maranhão

Endereço: Não disponível na página.

Telefone: 98 9137 5500

E-mail: cooprama.ma@yahoo.com.br

Serviços: Não disponível na página.

### **STILO' S EVENTOS**

Razão social: T J C S Sousa

Endereço: Rua Felipe Franco Sá/Rua R - q 12 n.01 Radional. CEP: 65.044-680

Bairro: Radional, São Luís - Ma.

Telefone: 98 8115-3976

E-mail: stilos\_eventos@yahoo.com.br

Serviços: Cerimonialista, mestre de cerimônia, coordenador de eventos, produtor / executor de eventos, promotor de eventos, especialista em projetos de eventos.

### **TAMBORES RECEPTIVO E TURISMO (AMERICAN TRIP TURISMO E RECEPTIVO)**

Razão social: M V C Bezerra

Endereço: Rua Dois. CEP: 65.054-510.

Bairro: Cohatrac IV, São Luís - Ma.

Telefone: 98 88580851

E-mail: atripslz@hotmail.com

Serviços: Cerimonialista, mestre de cerimônia, coordenador de eventos, promotor de eventos.

### **REAL PROMOÇÕES E TREINAMENTO**

Razão social: Real Promoções e Treinamento Ltda

Endereço: Av. São Luís Rei de França, 17 São Luís Ma. CEP: 65065-470

Telefone: 98 3212 3892

E-mail: realpromocoos@elo.com.br

Serviços: Não disponível na página.

### **QUALIS**

Razão social: Qualis Consultoria e Eventos Ltda

Endereço: Não disponível na página.

Telefone: 98 32451796

E-mail: [jjqualis@ig.com.br](mailto:jjqualis@ig.com.br)

Serviços: Não disponível na página.

### **GILTUR - No mercado há 13 anos.**

Razão social: Giltur Viagens e Turismo Ltda

Endereço: Rua Montanha Russa, nº 22. CEP: 65.010-480

Bairro: Centro, São Luís - Ma

Telefone: 98 3231 7065

E-mail: [giltur@giltur.com.br](mailto:giltur@giltur.com.br)

Home page: [www.giltur.com.br](http://www.giltur.com.br)

Serviços: coordenador de eventos, produtor / executor de eventos, promotor de eventos.

### **EXPEDITO PARTICIPAÇÕES E EMPREENDIMENTOS LTDA.**

Razão social: Expedito Participações e Empreendimentos Ltda

Endereço: Av. Kennedy/av. Guaxenduba, 730. CEP: 65.025-002

Bairro: Coréia, São Luís - Ma

Telefone: 98 32212623

E-mail: [expeditofilho2010@hotmail.com](mailto:expeditofilho2010@hotmail.com)

Serviços: Cerimonialista, coordenador de eventos, produtor / executor de eventos, promotor de eventos.

### **S T SERVICE**

Razão social: Talentus Locação de Mão de Obra Ltda.

Endereço: Não disponível na página.

Telefone: 98 3227 0534

Serviços: Não disponível na página.

**ICAROS RECEPCÕES**

Razão social: Organização e Desenvolvimento de Festas e Eventos Ltda.

Endereço: Não disponível na página.

Telefone: 98 3243 4101

Serviços: Não disponível na página.

**INSTITUTO TERRA**

Razão social: Instituto Terra

Endereço: Não disponível na página.

Telefone: 98 3231-0448

E-mail: [inst\\_terra@yahoo.com.br](mailto:inst_terra@yahoo.com.br)

Serviços: Não disponível na página.

**TAGUATUR EVENTOS**

Razão social: Taguatur Eventos Ltda

Endereço: Não disponível na página.

Telefone: 98 2109 6413

E-mail: [taguatur@elo.com.br](mailto:taguatur@elo.com.br)

Serviços: Não disponível na página.

**SACADA EVENTOS E PRODUÇÕES**

Razão social: Sacada Eventos e Produções Ltda.

Endereço: Não disponível na página.

Telefone: 98 - 3268-4147

E-mail: [sacadaeventos@uol.com.br](mailto:sacadaeventos@uol.com.br)

Home page: [www.sacadaturismo.com.br](http://www.sacadaturismo.com.br)

Serviços: Não disponível na página.

**CELEBRE EVENTOS E BUFFET**

Razão social: Celebre Eventos e Buffet

Endereço: Rua Celso Magalhães, 51. CEP: 65.020-130.

Bairro: Centro, São Luís - Ma

Telefone: 98 3232 0496

E-mail: [celebreeventosebuffet@gmail.com](mailto:celebreeventosebuffet@gmail.com)

Home page: [celebrebuffet.com.br](http://celebrebuffet.com.br)

Serviços: Cerimonialista, mestre de cerimônia, coordenador de eventos, produtor / executor de eventos, promotor de eventos, especialista em projetos de eventos.

### **CRISTAL – EMPREENDIMENTOS**

Razão social: J. W. Ithamar

Endereço: Não disponível na página

Telefone: 98 3088-1024

E-mail: [cristalempreendimentos@bol.com.br](mailto:cristalempreendimentos@bol.com.br)

Serviços: Não disponível na página.

FONTE: CADASTUR

ANEXO E: ROTEIRO DE ENTREVISTA DESTINADO AO SR. ELIAS DAVID LOPES AZULAY, REFERÊNCIA ENQUANTO PESSOA ENVOLVIDA NO SETOR DOS EVENTOS EM SÃO LUÍS – MA.

NOME:

PROFISSÃO:

CARGO/FUNÇÃO EXERCIDA:

1 - COMENTE A RESPEITO DA SUA EXPERIÊNCIA NA ÁREA DOS EVENTOS EM SÃO LUÍS:

1.1 - O QUE O DESPERTOU PARA ESSA TEMÁTICA? POR QUE O INTERESSE PELO ASSUNTO?

1.2 - QUANDO INICIOU?

1.3 - ONDE ATUOU?

1.4 - COMO VOCÊ OBSERVA O CENÁRIO PARA AS EMPRESAS QUE TRABALHAVAM COM EVENTOS NAQUELA ÉPOCA (NO PERÍODO EM QUE TRABALHOU COM OS EVENTOS)?

1.5 - CITE ALGUMAS DAS EMPRESAS QUE JÁ TRABALHAVAM NO SETOR DE EVENTOS NAQUELA ÉPOCA?

1.6 - QUAIS ERAM OS TIPOS DE EVENTOS MAIS COMUNS?

SOCIAL ( ) TÉCNICO ( ) CIENTÍFICO ( ) OUTROS( )  
ESPECIFICAR: \_\_\_\_\_

2. COMO ERA A QUESTÃO DO ASSOCIATIVISMO, QUAIS INSTITUIÇÕES E/OU ORGANISMOS TURÍSTICOS PODIAM ‘GARANTIR’ OU DAR MAIOR APOIO?

3. VOCÊ CONSIDERA QUE OCORRERAM MUDANÇAS NO SETOR DURANTE ESSE PERÍODO? QUAIS AS PRINCIPAIS?

4. HAVIA ALGUM TIPO DE RELAÇÃO COM AS DEMAIS EMPRESAS DE EVENTOS? DE QUE NATUREZA?

5. E EM RELAÇÃO AO PODER PÚBLICO LOCAL? HAVIA ALGUM TIPO DE PARCERIA, PROJETOS, POR EXEMPLO?

6. CONSIDERA QUE HOVE UM CRESCIMENTO RELACIONADO ÀS EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS EM SÃO LUÍS?

7. CONSIDERANDO POSITIVA A RESPOSTA ANTERIOR, A SEU VER A QUE FATOR (ES) ATRIBUIRIA TAL CRESCIMENTO DAS EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS NA CAPITAL?

8. NA SUA OPINIÃO QUAIS AS PRINCIPAIS DIFICULDADES ENFRENTADAS PELAS EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS?

ANEXO F: ROTEIRO DE ENTREVISTA DESTINADO ÀS EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS EM SÃO LUÍS MA.

A APLICAÇÃO DO PRESENTE QUESTIONÁRIO SE DÁ EM FUNÇÃO DA ELABORAÇÃO DE TRABALHO MONOGRÁFICO, COM A TEMÁTICA RELATIVA ÀS 'EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS NA CAPITAL, SÃO LUÍS' E TEM COMO OBJETIVO ANALISAR A ATUAÇÃO DAS EMPRESAS QUE ORGANIZAM EVENTOS EM SÃO LUÍS - MA. ATENCIOSAMENTE,

SILVANA BATISTA DA SILVA

ALUNA CONCLUDENTE DO CURSO DE TURISMO - UFMA.

NOME DA EMPRESA:

ENDEREÇO:

FORMAÇÃO DO ENTREVISTADO:

CARGO/FUNÇÃO EXERCIDO PELO ENTREVISTADO:

TEMPO DE ATUAÇÃO NA EMPRESA:

EXPERIÊNCIAS ANTERIORES:

QUAIS OS FATORES QUE CONTRIBUÍRAM PARA O SURGIMENTO DA EMPRESA DE EVENTOS NO MERCADO TURÍSTICO?

QUAIS AS PRINCIPAIS DIFICULDADES ENFRENTADAS PELO SETOR DOS EVENTOS EM RELAÇÃO À ATIVIDADE TURÍSTICA?

A EMPRESA MANTÉM RELAÇÃO COM OUTRAS EMPRESAS DO MESMO RAMO?

SIM ( ) DE QUE NATUREZA? \_\_\_\_\_ NÃO ( )

O QUADRO DE FUNCIONÁRIOS APRESENTA UMA QUANTIDADE EM NÚMERO DE:

MENOS DE CINCO ( ) DE 5 A 10 ( ) DE 10 A 15 ( ) DE 15 A 20 ( ) MAIS DE 20 ( )

HÁ PRESENÇA DE TURISMÓLOGOS NO QUADRO DE FUNCIONÁRIOS?

SIM ( ) QUANTOS? \_\_\_\_\_ NÃO ( )

HÁ PRESENÇA DE PROFISSIONAIS DE ÁREAS CORRESPONDENTES AO TURISMO DESEMPENHANDO ATIVIDADES NO FUNCIONAMENTO DA EMPRESA?

SIM ( ) NÃO ( )

EM CASO AFIRMATIVO ESPECIFIQUE AS ÁREAS DE FORMAÇÃO:

\_\_\_\_\_

EM MÉDIA QUAL O GRAU DE ESCOLARIDADE DOS FUNCIONÁRIOS:

FUNDAMENTAL COMPLETO ( ) INCOMPLETO ( ) MÉDIO COMPLETO ( )  
INCOMPLETO ( )

SUPERIOR COMPLETO ( ) INCOMPLETO ( ) ESPECIALIZAÇÃO ( ) MESTRADO ( )

OUTROS ( ) ESPECIFICAR \_\_\_\_\_

HÁ QUANTO TEMPO A EMPRESA ATUA NO MERCADO TURÍSTICO?

MENOS DE 3 ANOS ( ) DE 3 A 7 ANOS ( ) DE 7 A 11 ANOS ( ) DE 11 EM DIANTE ( )

QUANTO ÀS ATIVIDADES QUAL A ÁREA DE ATUAÇÃO DA EMPRESA? ENTRE AS  
ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

MARKETING ( ) COMUNICAÇÃO ( ) LOGÍSTICA ( ) REALIZAÇÃO E PRODUÇÃO  
DE EVENTOS ( )

OUTROS ( ) ESPECIFICAR \_\_\_\_\_

QUAIS AS TIPOLOGIAS MAIS FREQUENTES?

ARTÍSTICO/CULTURAL ( ) CIENTÍFICO ( ) TÉCNICO ( ) EMPRESARIAL ( )  
PROMOCIONAL ( ) SOCIAL ( )

OUTROS ( ) ESPECIFICAR \_\_\_\_\_

QUANTOS EVENTOS REALIZAM EM MÉDIA POR ANO?

MENOS DE 50 ( ) DE 50 A 100 ( ) DE 100 A 150 ( ) DE 150 A 200 ( ) MAIS DE 200 ( )

EXISTEM PROJETOS DE PARCERIA COM ALGUM CENTRO OU INSTITUIÇÃO DE  
ENSINO?

SIM ( ) QUANTOS ? \_\_\_\_\_ NÃO ( )

PARTICIPA DE ALGUM ÓRGÃO OU INSTITUIÇÃO QUE REPRESENTA O (OS)  
INTERESSE (S) DA CATEGORIA OU DA ATIVIDADE TURÍSTICA?

SIM ( ) QUAL(IS) ? \_\_\_\_\_ NÃO ( )

HÁ ALGUM TIPO DE RELAÇÃO COM O PODER PÚBLICO?

SIM ( ) QUAL(IS) ? \_\_\_\_\_ NÃO ( )

E QUANTO À INICIATIVA PRIVADA?

SIM ( ) QUAL(IS) ? \_\_\_\_\_ NÃO ( )

A EMPRESA JÁ PARTICIPOU DE PROJETOS DE LICITAÇÃO NO MERCADO  
TURÍSTICO LOCAL?

SIM ( ) QUAL(IS) ? \_\_\_\_\_ NÃO ( )

QUAIS AS PERSPECTIVAS DA EMPRESA EM RELAÇÃO AO MERCADO TURÍSTICO  
LOCAL?