

O organizador de eventos e o seu papel nas associações comerciais do estado do Paraná: a importância do perfil do secretário executivo

Yannaê Israelly Silveira^{*}, Jéssica Miranda de Lima^{**},
Vania Silva de Souza Bilert^{***}, Marlete Beatriz Maçaneiro^{****}

Resumo

Esta pesquisa buscou analisar a atuação dos profissionais de secretariado executivo na organização de eventos e levantar quais as dificuldades encontradas no processo de gestão de eventos em associações comerciais. Para o desenvolvimento da pesquisa, utilizou-se do método exploratório, no contexto da abordagem quantitativa, por meio de questionários, aplicados em uma amostra por conveniência de 18 associações comerciais do estado do Paraná. Buscou-se fomentar, assim, uma discussão sobre a importância da atuação e contribuição do profissional de Secretariado voltado para a área de gestão de eventos, nesse caso, em específico, nas associações comerciais do Paraná. Os resultados obtidos confirmaram o pressuposto teórico de que as associações comerciais necessitam de um profissional que saiba administrar a gestão de eventos em todas as suas especificidades, desde o planejamento, organização até sua realização. Esses requisitos são encontrados no perfil dos profissionais de

secretariado executivo, que, por possuírem matérias específicas para isso, estão pautados a exercer essa área com competência.

Palavras-chave: Secretariado executivo. Organização de eventos. Perfil do organizador de eventos.

Introdução

Com as constantes mudanças e avanços na sociedade atual, o mercado de trabalho também sofreu uma série de adequações e novas configurações. Nessa perspectiva, destacam-se os cursos de graduação que também tiveram de se adaptar às necessidades de adequações e proposições de novos perfis profissionais.

Sob essa concepção, ressalta-se o curso de bacharelado em Secretariado

^{*} Bacharel em Secretariado Executivo pela Universidade Estadual do Centro-Oeste - UNICENTRO. *E-mail:* yannaeisraelly@hotmail.com

^{**} Bacharel em Secretariado Executivo pela Universidade Estadual do Centro-Oeste - UNICENTRO. *E-mail:* jemiranda_1@hotmail.com

^{***} Mestre em Desenvolvimento Regional/UTFPR. Professora do departamento de Secretariado Executivo da Universidade Estadual do Centro-Oeste - UNICENTRO. *E-mail:* vaniabilert@hotmail.com

^{****} Doutora em Administração/UFPR. Professora do departamento de Secretariado Executivo da Universidade Estadual do Centro-Oeste - UNICENTRO. *E-mail:* marlete.beatriz@yahoo.com.br

Executivo, que devido às mudanças, passou a constituir tanto um 'locus' de formação de gestores organizacionais (assessor executivo, gestor de eventos, da informação e de pessoas), como também um lugar de formação de profissionais que investigam cientificamente essa profissão.

A partir desse pressuposto, verificou-se a qualificação do profissional para atuar também na área de eventos. Os eventos, de acordo com Andrade (1999), constituem parte significativa na composição do fluxo de pessoas, atendendo intrinsecamente às exigências de mercado, no que tange a entretenimento, lazer, conhecimento, descanso e a tantas outras motivações. O autor ainda salienta que os eventos sempre atuam dentro de uma economia de mercado, visando lucro para o empreendedor, ou até mesmo visando à obtenção de outros graus de lucro indireto, como criação de imagem, fortalecimento de marca e satisfação do desejo e das necessidades físicas e/ou sociais.

Evidencia-se que, nos últimos anos, os eventos passaram a ganhar mais destaque no disputado mercado global. Sendo assim, a exigência por qualidade e criatividade para execução desses fica maior, o que remete à busca por profissionais bem preparados, conhecedores dos processos de organização de eventos. A organização de eventos requer dos profissionais envolvidos uma formação que venha a facilitar seu trabalho nessa função tão importante à vida das organizações (CESCA, 1997).

Para atender às necessidades de um evento dentro das organizações, da

melhor e mais correta forma possível, o profissional deve possuir amplos conhecimentos sobre os processos de gestão de eventos, com habilidades de gestor, promotor, gerenciador, organizador e coordenador de todas as atividades e pessoas envolvidas, de maneira que toda a gestão seja seguida com rigor e eficiência.

Nesse sentido, destaca-se o profissional de secretariado executivo, que em sua formação contempla os conteúdos relacionados à gestão de eventos, cerimonial e protocolo atendendo às Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso. O aprendizado adquirido nessas disciplinas, em sua teoria e prática, propicia ao profissional uma gestão, organização e realização de eventos de forma mais eficaz e eficiente. Essas características vêm sendo exploradas positivamente pelas empresas, que veem no secretário executivo um profissional capaz de conceber, planejar, organizar e executar um evento. Por esse motivo, acredita-se que a organização de eventos é uma área promissora na qual o secretário tem condições de se movimentar com maestria (LIENDO; MAZULO, 2010).

O interesse em estudar a atuação do secretário executivo na organização de evento deu-se por uma inquietação em revelar respostas para algumas perguntas: quantos profissionais atuantes nas associações comerciais são formados em Secretariado Executivo? Quais os eventos mais frequentes realizados nas associações? Quais são as dificuldades na organização desses eventos?

As associações comerciais buscam defender os interesses de seus associa-

dos, além disso, devem preocupar-se com o desenvolvimento da economia local, bem como com o desenvolvimento geral do município. Para tanto, os eventos em sua grande definição também tem como um de seus benefícios obter novas informações acerca do mercado. Para Cesca, “o evento está sendo reconhecido pelas organizações em geral como mais uma forma de se divulgar e fortalecer a marca e a imagem, conceito perante os diversos públicos, principalmente o consumidor” (2008, p. 15).

Constata-se, assim, que uma associação comercial encontra na área de eventos um modo de cumprir com suas funções, perante as empresas e a sociedade. Britto e Fontes salientam:

[...] os eventos, por suas próprias características, são organizados de maneiras diferentes, mas todos passam pelas mesmas fases básicas de organização. A organização é a parte mais complexa do processo de preparação e montagem de um evento, exigindo condições de comando do profissional responsável pelo projeto para coordenar e controlar todas as suas etapas (2002, p. 109).

Dessa forma, relaciona-se a realização e o profissional responsável como sendo o principal articulador que determinará o sucesso dos eventos. Para tanto, este estudo teve como objetivo geral analisar a atuação dos profissionais de secretariado executivo na organização de eventos e levantar quais as dificuldades encontradas no processo de gestão de eventos em associações comerciais. Como objetivos específicos, buscou-se verificar quanto ao cerimonial e protocolo, quais as maiores dificuldades encontradas; elencar as principais variáveis que atrapalham a organização do evento; identi-

ficar quais são as maiores problemáticas encontradas no decorrer do pré-evento, evento e pós-evento; e findando, discutir sobre a atuação do profissional de secretariado como gestor de eventos.

A importância desta pesquisa justificou-se pela necessidade que há na área de Secretariado Executivo em debater temas contemporâneos. Justifica-se, também, pela crescente demanda da realização de eventos e pela grande procura em encontrar profissionais especializados que os realizem, suprindo dessa forma as exigências do mercado que se utiliza da organização de eventos como um diferencial competitivo.

O estudo segue com o referencial teórico, abordando definições e classificações de eventos; questões relacionadas ao cerimonial, protocolo e etiqueta; sobre o planejamento e organização propriamente dita; sobre a organização de eventos empresariais; e a inserção do profissional de secretariado executivo nesse contexto. Posteriormente, são apresentadas a metodologia, a análise dos dados e as considerações finais.

Referencial teórico

Definindo eventos

Das leituras procedidas, várias definições foram encontradas para o termo evento, destacando-se uma que pertence a Britto e Fontes, os quais definem evento “como a soma de esforços e ações planejadas com o objetivo de alcançar resultados definidos junto ao seu público-alvo” (2002, p. 14). Os debates sobre as definições de evento apresentam uma

peculiaridade diferente em seu contexto, porém, todos tem semelhança entre si, como verificaremos no decorrer do trabalho. Meirelles afirma:

Evento é um instrumento institucional promocional, com a finalidade de criar conceito e estabelecer a imagem de pessoas físicas, jurídicas, de produtos, serviço, ideias, 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 recurso da tecnologia (1999, p. 21).

A palavra evento tem origem do latim “*eventu*” e, dentre os conceitos apresentados, pode-se adotar a expressão acontecimento. Segundo Giácomo, o evento é “componente do mix de comunicação, tem como objetivo minimizar esforços, fazendo uso da capacidade sinérgica do qual dispõe o poder expressivo no intuito de engajar pessoas numa ideia ou ação” (1993, p. 45). Sendo assim, é um fator determinante para o sucesso de qualquer atividade promocional que leve a uma ação ou ideia para que o público-alvo possa ser atingido. Andrade menciona que “evento pode se definir como o fenômeno multiplicador de negócios, pelo seu potencial de gerar novos fluxos de visitantes ou níveis de consumo. Ou ainda, evento é todo fenômeno capaz de alterar determinada dinâmica da economia” (2002, p. 99).

Diante dos diversos conceitos apresentados, percebe-se que todos têm algo em comum. Pode-se, então, definir evento como um acontecimento ou uma reunião de pessoas, ocorrendo dentro

de uma economia de mercado, com a finalidade de satisfazer um objetivo em comum. Um fenômeno que, como já citado anteriormente, tem em comum para todos os conceitos a busca por satisfazer as necessidades dos envolvidos, trazendo lucros diretos e/ou indiretos.

Classificação de eventos

Após analisar as diferentes definições de eventos, é preciso atentar também para a grande variação quanto às suas classificações. Segundo Martin, “para se obter sucesso com eventos, é indispensável conhecer a tipologia dos eventos e como cada um destes pode ser classificado e agrupado” (2008, p. 69). O conhecimento das tipologias, bem como a adaptação de suas características e necessidades específicas, facilita a atuação dos profissionais nesse segmento.

Convencionalmente, os eventos são classificados por: categoria, área de interesse, localização, características estruturais e tipologia. Com relevância à pesquisa proposta, Giacaglia (2008, p. 40-64) mostra que os eventos de cunho comercial e institucional podem ser classificados quanto a: finalidade, periodicidade, área de abrangência, âmbito, público alvo e nível de participação. Nesse mesmo segmento, a autora Giacaglia (2008) apresenta os tipos de eventos mais utilizados dentre eventos de cunho comercial e institucional, citando e descrevendo quais os objetivos esperados de cada um, conforme Quadro 1.

Quadro 1 – Tipologia e objetivos de cada evento

Tipologia	Objetivos
Feiras	São eventos direcionados a segmentos específicos de mercado, têm duração média de uma semana e são organizados e comercializados por empresas especializadas no ramo.
Convenções de vendas	São eventos destinados às equipes de venda interna, externa e aos canais de distribuição da empresa (revendedores, parceiros comerciais, representantes, etc.), em local, data e horário definido por ela.
Congressos	São eventos em que profissionais de empresas da mesma área de atuação reúnem-se, em local fechado e restrito aos participantes, para discutir sobre temas em comum como: situação de mercado, novas tendências, conceitos.
<i>Workshops</i>	A definição do dicionário para <i>workshop</i> é: "curso intensivo ou grupo experimental". Na prática profissional do mesmo ramo, área de negócio ou até da mesma empresa reúnem-se em determinado local com o objetivo de solucionar um problema.
Eventos sociais	Existem inúmeras possibilidades de eventos que – com atividade de cunho social – permitem às empresas atingir seus propósitos de forma eficaz e prazerosa ao mesmo tempo.
Eventos culturais	Para impressionar clientes e parceiros, notadamente se esses gostarem de arte, será possível convidá-los a participar de um evento cultural, já em cartaz, ou patrocinado pela empresa.
Eventos desportivos	Da mesma forma que nos eventos culturais, é possível organizar eventos desportivos com a participação exclusiva dos convidados da empresa, bem como aproveitar algum já existente, participando como patrocinador.

Fonte: elaborado pelas autoras, com base em Giacaglia (2008, p. 40-64).

O profissional responsável pela organização dos eventos, independente da tipologia, também deve conhecer sobre cerimonial, protocolo e etiqueta, pois, esses fatores estruturam e conduzem os eventos; suprem lacunas, cobrem deslizos e gafes, ajudando a administrar erros que sempre estarão sujeitos a acontecer, conforme será abordado no próximo tópico.

Cerimonial, protocolo e etiqueta

Meirelles destaca que “protocolo, cerimonial e etiqueta constituem-se na essência de um evento para otimizar os seus resultados, determinando a sequência e o estabelecimento de precedências, tratamentos e lugares de cada participante do acontecimento” (1999, p. 137). Essa mesma autora conceitua cada um desses elementos:

- **cerimonial:** é a sequência de acontecimentos que resultam em um evento;
- **protocolo:** é o que codifica as regras que regem o cerimonial e seu objeto é dar a cada um dos participantes as prerrogativas, privilégios e imunidades a que tem direito;
- **etiqueta:** é o conjunto de regras de boas maneiras que resultam no comportamento das pessoas.

Sobre o assunto, Liendo e Mazulo contribuem e demonstram a importância desses instrumentos para a realização e bom decorrer dos eventos:

A participação do homem em cerimônias sociais ou profissionais exige o conhecimento das regras de protocolo e cerimonial que regem o comportamento de pessoas e organizações e que devem ser observadas como fatores de importância para realizar com sucesso os mais diferentes tipos de eventos. Desse modo, o protocolo, cerimonial e a etiqueta, são considerados a tríade que confere forma, conteúdo, harmonia e elegância a qualquer evento público ou empresarial, tendo em vista que, uma solenidade, é por natureza, um conjunto de cerimônias (2010, p. 115).

Sendo assim, esses elementos tornam-se regras que definem o que deve ser feito, como e quando deve, além de definir o momento no qual determinada postura deve ser tomada, tendo como funcionalidade reger o bom decorrer do evento em torno de todos os acontecimentos. Conclui-se, portanto, que esses instrumentos são de extrema importância quando se enseja um evento de sucesso.

Planejamento e organização de eventos

Para que um evento seja bem-sucedido, uma vez já estabelecidos os conceitos de tipologias, buscar-se-á agora compreender a importância acerca das fases de planejamento e organização.

O pré-evento corresponde à fase inicial do evento. É nesse momento em que são definidos o projeto e o planejamento das atividades, detalhamento dos custos a serem disponibilizados para o evento, definição dos tipos de serviços a serem contratados, dentre outros. Liendo, Mazulo preconizam que o pré-evento é uma

Fase de concepção e planejamento do evento com base na identificação dos interesses, dos objetivos e das estratégias envolvidas. A concepção de um evento nada mais é que a combinação de uma excelente ideia ou tema, fundamentada em conteúdos interessantes e num formato capaz de abrangê-las adequadamente, para o melhor cumprimento dos objetivos estratégicos que motivaram a organização de tal ação (2010, p. 102).

O pré-evento consiste na elaboração de um roteiro que engloba todas as etapas da realização, é uma fase decisiva que faz toda a diferença. Nessa fase tem-se: contato com o contratante; definição dos objetivos; orçamento disponível; tema e público-alvo; local e data; infraestrutura; captação de recursos; elaboração do programa de atividades; divulgação; entre outras etapas. Outro fator importante dessa fase é a contratação de serviços terceirizados, procurando sempre contratar os melhores profissionais do mercado. Portanto, verifica-se que o pré-evento é o passo inicial que apresenta em um contexto geral todas

as atividades, ideias e os objetivos que se pretendem realizar.

Outro passo importante no evento é criar um *checklist* de todas as atividades a serem executadas. Segundo Azevedo, *checklist* é “a lista de todas as providências que devem ser tomadas para o bom andamento do evento. Dependendo do tipo de evento, será realizado um *checklist* específico” (2000, p. 172). A autora ainda aborda os itens essenciais do *checklist*, sendo eles: local de realização, horário de início e término, decoração, *buffet*, palestrantes e síntese curricular, público-alvo, convites, lista de presentes, cronograma do evento, material a ser distribuído. Dessa forma, é de grande valia organizar um *checklist* diário de todas as atividades, o que remeterá a um resultado esperado e com menos imprevistos.

Tem-se ainda o planejamento, que proporciona ao evento um desempenho mais ágil, levando suas atividades a serem operadas de forma mais eficiente e eficaz. Martin (2008) destaca as vantagens do planejamento: se ganha tempo, evita-se desperdícios, tomam-se medidas que minimizam imprevistos e que facilitam a sua resolução, se surgirem, e ainda se atinge com mais facilidade e excelência os objetivos.

Ressalta-se que todo evento tem sua característica e organização específica, porém o sucesso de qualquer evento depende de um planejamento bem elaborado e detalhado. No ponto de vista de Meirelles, o planejamento é essencial para a realização de um evento de sucesso, ou seja, é um “fator fundamental ao desenvolvimento de qualquer atividade

e, de modo especial, para a organização de eventos, permitindo a racionalização das atividades, o gerenciamento dos recursos disponíveis e a implantação do projeto” (1999, p. 37).

O planejamento reúne em si o todo do evento, não é uma fase isolada das demais, pois contempla o começo, meio e fim, relacionando todas as etapas com o intuito de alcançar os objetivos estabelecidos. Planejar é uma forma de ao menos tentar garantir que tudo dará certo. Com a execução bem-sucedida da primeira fase do evento, haverá maiores possibilidades de ser um sucesso.

A segunda fase é a do trans-evento, que para Matias, “é o transcorrer das atividades, ou seja, a aplicação das determinações previstas no pré-evento, na qual todas as etapas do evento são acompanhadas mediante a aplicação” (2007, p. 139). Ou seja, é a execução das atividades, pautadas na estrutura do planejamento e do pré-evento.

A última é a fase do pós-evento, que é o momento de avaliações de todos os contextos da sua realização. Segundo Matias, “após a realização do evento, inicia-se o processo de encerramento, que consiste na avaliação técnica, administrativa e dos participantes, isto é, ocorre a confrontação dos resultados esperados com os obtidos, possibilitando identificar os pontos positivos e negativos do evento.” (2007, p. 150). O pós-evento, caracteriza-se pela avaliação de todos os procedimentos realizados no evento, levando em consideração todas as etapas. Essa fase concerne à obtenção das respostas dos objetivos almejados no início, os resultados das atividades téc-

nicas e rotineiras de um evento e, ainda, os resultados financeiros.

Com vistas a essas etapas, conclui-se que são momentos distintos da organização e realização de eventos, as quais englobam ações e decisões tomadas antes, durante e após a realização de um evento.

Organização de eventos empresariais

Os eventos vêm atraindo gradativamente as organizações, o que proporcionou, nos últimos anos, um aumento significativo de empresas e profissionais especializados nesse segmento de mercado. Para Giacaglia, nos tempos atuais, cada vez mais os eventos possuem finalidades financeiras, não mais se resumindo à troca de experiências e informações.

[...] é comum a participação, promoção e organização, pelas empresas, de eventos externos relacionados aos negócios, como feiras, roadshows, convenções de vendas e congresso, entre outros; a princípio realizados com a mera finalidade de troca de experiências, informações e atualizações, por meio de apresentação de novidades e a seguir com a de divulgar negócios, marcas, produtos e/ou serviços, mais recentemente. Atualmente, e cada vez mais os eventos possuem finalidades financeiras essenciais aos negócios das empresas. (2003, p. 4)

Nesse sentido, quando um evento é realizado por uma associação comercial, parte-se dos mesmos pressupostos. Com isso, verifica-se que se consegue causar maior movimentação ao comércio da região, bem como gerar mais estímulos e incentivos a seus consumidores a

respeito de produtos, o que remete a um aumento nas vendas. Isso retoma a ideia de Giacaglia (2003) a respeito da rentabilidade que esses eventos trazem, ao passo que não deixam de ser uma forma de divulgação para essas empresas.

No mesmo segmento, Mello (1998) salienta que a empresa que utiliza de eventos também tem como ganho o aumento de credibilidade para com o público-alvo, ao passo que garante um importante diferencial competitivo.

No relacionamento entre a empresa e o segmento mais importante da esfera da competitividade, ou seja, seu público alvo, o evento é visto como uma ferramenta estratégica que visa divulgar e dar conhecimento do produto/empresa, além de provocar a consciência, a fidelidade (ou preferência) de um produto. E, ainda, a força desse veículo pode contribuir para criar e ampliar a credibilidade das empresas. (1998, p. 23).

Dessa maneira, volta-se a considerar a importância em se ter um profissional habilitado para comandar um acontecimento tão significativo para a empresa, pois o evento consegue em um curto período de tempo e de uma só vez, atingir boa parte do público-alvo (GIACAGLIA, 2003). A respeito desse profissional, organizador de eventos, segue-se o próximo tópico do trabalho.

A organização de eventos e o profissional de Secretariado Executivo

Tendo em vista as habilidades e aptidões, bem como formação com matérias específicas, como já mencionado, o perfil do secretário executivo está em

constante transformação. Dentre essas mudanças, destacam-se novas atribuições que trazem muitos benefícios para a empresa. O profissional de secretariado, nos dias atuais, possui autonomia e é visto como parte integrante da organização. Seu perfil empreendedor possibilita sua participação na organização, planejando e executando diversas atividades.

No caso dos eventos, coordena, comanda e organiza, ou seja, faz uma gestão do evento do início ao fim. Sobre a atuação e responsabilidade do organizador de eventos, enfatizando a conceitualização de Giacaglia, atesta que:

Já que a atuação do organizador no planejamento, implementação, controle e avaliação do evento é determinante para o sucesso deste e, em última análise, para a imagem e projeção da empresa que ele representa, é necessário que lhe propicie instrução e preparo específicos, adequados e condizentes com o grau de responsabilidade que lhe é atribuída, e que se deem a ele condições para que possa desempenhar com eficácia e firmeza todas as suas atribuições (2003, p. 21).

Diante desse conceito de coordenação, torna-se ainda mais clara a capacidade de atuação do secretário executivo na organização de eventos. Esse profissional está habituado a utilizar diversas técnicas de administração nos diversos setores da empresa, tendo subsídios para atuar nessa área com maestria.

Metodologia

Para a execução desta pesquisa, seguiu-se a abordagem quantitativa, que, de acordo com Oliveira, “significa quantificar as opiniões, dados, nas

formas de coletas e informações, assim como também com o emprego de recursos e técnicas estatísticas desde as mais simples, como porcentagem e média, evitando assim distorções de análise e interpretações” (2004, p. 115). Ou seja, a utilização dessa abordagem permitiu quantificar os dados e analisá-los mais profundamente, compreendendo da forma mais correta todas as etapas que envolvem a organização dos eventos, garantindo a melhor compreensão dos dados e resultados obtidos.

Utilizou-se, ainda, a pesquisa exploratória, proporcionando uma visão geral de um determinado fato, do tipo aproximativo. É um trabalho de natureza exploratória quando envolve levantamento com indivíduos que têm experiências práticas com o problema pesquisado e análise de exemplos que estimulem a compreensão. Dessa forma, esse tipo de pesquisa visa proporcionar maior conhecimento para o pesquisador acerca do assunto, a fim de que esse possa formular problemas mais precisos ou criar hipóteses que possam ser pesquisadas por estudos posteriores. (GIL, 1999).

Como técnica de coleta de dados, foi utilizado o questionário, o qual é considerado, por Marconi e Lakatos (2010), um instrumento constituído por séries ordenadas de perguntas. Essas perguntas do questionário aplicado foram mistas, ou seja, contaram com perguntas abertas, fechadas, pessoais, de múltipla escolha e mostroário. O questionário seguiu um roteiro previamente formulado e as perguntas envolveram o contexto do profissional inserido em associação comercial, sua formação, seus conhecimentos, suas

dificuldades, perguntas que norteiam toda a gestão, planejamento e realização de um evento. Os questionários foram aplicados por e-mail e via telefone, nos meses de agosto e setembro de 2012, porém, anteriormente, no mês de julho de 2012, foi feita a validação por meio de pré-teste com sujeitos ligados à organização de eventos.

Segundo Gil (1999), para que uma amostra represente, com certo grau de confiança, essa deve conter um número representativo de casos. A amostra foi selecionada por conveniência, escolhida devido à proximidade e porte das cidades em relação à região onde se originou a pesquisa. Para Gil, em amostragem por acessibilidade ou conveniência, “o pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam de alguma forma, representar o universo. Aplica-se este tipo de amostragem em estudos exploratórios [...]” (2011, p. 94).

Sendo assim, a pesquisa selecionou por conveniência 30 associações comerciais do Paraná, das quais 18 participaram respondendo o questionário, um equivalente a 54% da população selecionada. As 30 associações comerciais selecionadas e as 18 que aceitaram participar da pesquisa encontram-se no Quadro 2, estando essas últimas em destaque.

Quadro 2 – Associações comerciais do Paraná selecionadas para a pesquisa

Cidades	Associações
Ampere	ACEAMP
Bituruna	ACIB
Campo Mourão	ACICAM
Candói	ACIC
Cascavel	ACIC
Cianorte	ACIC
Colorado	ACIC
Curitiba	ACP
Entre Rios do Oeste	ACIER
Foz do Iguaçu	ACIFI
Guarapuava	ACIG
Imbituva	ACIAGI
Irati	ACIAI
Jacarezinho	ACIJA
Lapa	ACIL
Laranjeiras	ACILS
Londrina	ACIL
Maringá	ACIM
Matinhos	ACIMA
Medianeira	ACIME
Palmas	ACIPA
Paranaguá	ACIAP
Paranavaí	ACIAP
Pato Branco	ACIBRA
Pinhão	ACIAP
Ponta Grossa	ACIP
Quedas do Iguaçu	ACIQI
Tibagi	ACETT
Toledo	ACIT
Umuarama	ACIU

Fonte: dados da pesquisa de campo (2012).

O estudo segue com a análise dos dados coletados em campo.

Análise de dados

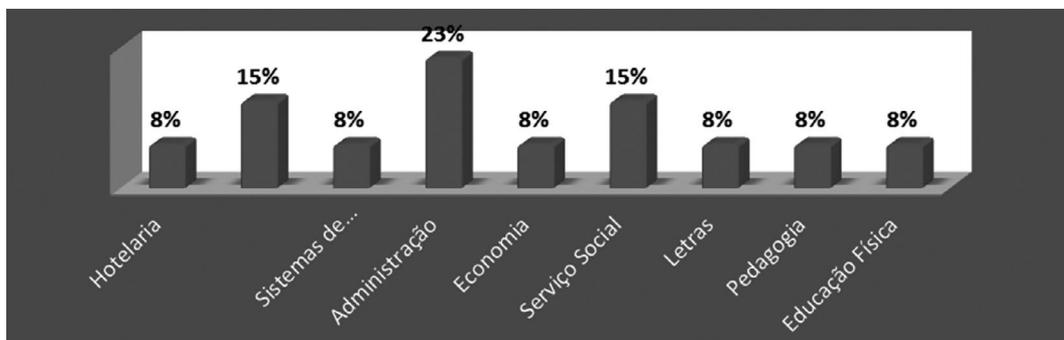
Este estudo teve como objetivo analisar a atuação do Secretariado Executivo nas associações comerciais do Paraná

como organizador de eventos. Nas associações pesquisadas, predomina a atuação do sexo feminino, tendo uma porcentagem de 67%, o sexo masculino equivale a 33% e a média de idade dos respondentes é de 38 anos.

Dentre as 18 associações contatadas, 13 (72%) possuem organizadores de eventos com formação superior, enquanto nas outras 5 associações (28%), os organizadores de eventos não possuem formação superior.

Com relação ao tempo de atuação dos profissionais na associação, a maioria (67%) atua entre cinco anos ou mais, o que evidencia o aprendizado por meio de conhecimento empírico, pois muitas vezes não dispunham de formação acadêmica voltada para essa área. A formação dos respondentes encontra-se no Gráfico 1.

Gráfico 1 – Formação dos profissionais



Fonte: dados da pesquisa de campo (2012).

Dos 13 respondentes que possuem formação superior, apenas dois (15%) a possuem em Secretariado Executivo, enquanto os demais possuem formação em outras áreas (Gráfico 1). Com isso, verificou-se que mesmo atuando em uma área na qual o secretário executivo é formado, conforme salienta Giacaglia (2006), a maioria dos respondentes não possui formação para o cargo que ocupa.

Com relação à frequência dos eventos nas associações comerciais, a maioria dos eventos são semanais 39% (7 associações) e mensais que se igualam em 39% (7 associações), os quinzenais assumem um percentual de 6% (1 associação) e

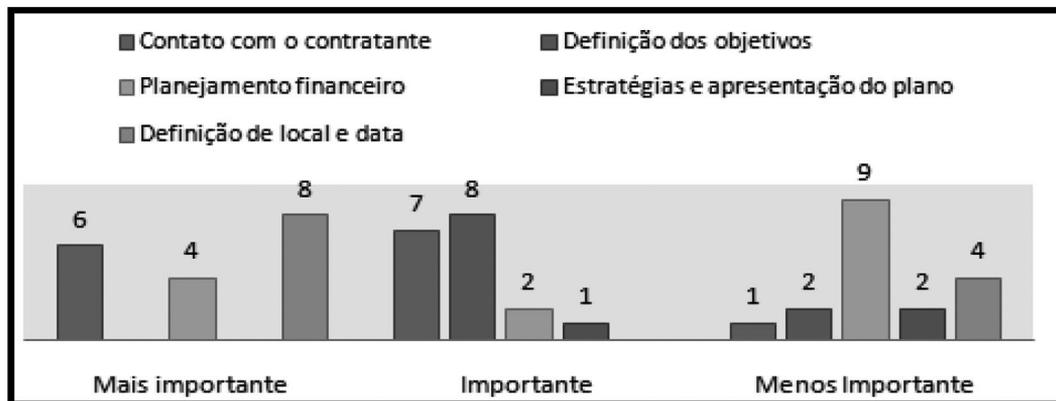
outras frequências 17% (3 associações). Com esses dados, verificou-se que os eventos acontecem com bastante frequência, remetendo ao fato de que um organizador competente assume grande importância nessas associações, pois deverá estar apto a coordenar diversos eventos por mês e, até mesmo, mais de um por dia.

Inicialmente, indagou-se os respondentes sobre a fase inicial do pré-evento, conforme visualiza-se no Gráfico 2. Solicitou-se aos respondentes que pontuassem quais seriam as três etapas do pré-evento que consideravam mais importantes. Em primeiro lugar teve-se

a definição de local e data, em segundo a definição dos objetivos e em terceiro ficou o planejamento financeiro do evento. É no pré-evento que se faz o detalhamento

das estratégias a serem utilizadas, para a preparação e desenvolvimento do evento.

Gráfico 2 – Pontuação da etapa mais importante com relação ao pré-evento



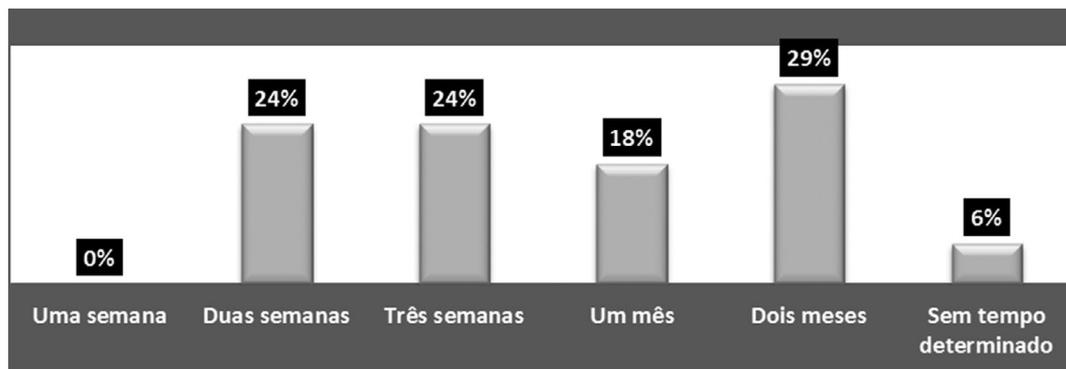
Fonte: dados da pesquisa de campo (2012).

Sem a realização do pré-evento, o evento fica sem rumo, sem roteiro de como as atividades devem ser feitas e a ordem que devem acontecer até o fim. A importância com o cuidado dessa fase deve-se à necessidade de evitar problemas futuros que possam prejudicar ou comprometer a imagem do evento, como mencionam Liendo e Mazulo (2010). Por isso, como elencado na pesquisa, é de extrema importância o conhecimento de todas as etapas que compõem um evento, bem como a existência de um profissional que saiba utilizar-se dessas fases para fazer do evento um sucesso.

O secretário executivo, por meio de seus estudos, adquire conhecimento de todas as etapas que envolvem os eventos, as tipologias, suas complexibilidades e a importância que cada um possui.

Os respondentes foram questionados, também, com relação ao planejamento do evento, mais precisamente o tempo de antecedência com que os eventos são organizados. O Gráfico 3 demonstra que são planejados, na maioria das vezes (29%), com 2 meses de antecedência e nenhum respondente organiza o evento com um período de 1 semana de antecedência.

Gráfico 3 – Tempo de antecedência



Fonte: dados da pesquisa de campo (2012).

Ainda com base no Gráfico 3, infere-se que o tempo de planejamento é crucial para a realização de um bom evento, como salienta Martin (2008), os dados desvelaram que todos utilizam ao menos duas semanas para essa organização, por mais simples que sejam os eventos organizados. Isso se deve ao fato de que o sucesso de qualquer evento depende de um planejamento bem elaborado e detalhado das ações a serem realizadas. Para isso, o organizador deve conhecer

as normas e definições de evento, bem como conhecer suas tipologias, pois essas o auxiliarão no sucesso desse evento e na atuação do organizador.

Para que esse planejamento seja efetivo e que os eventos tenham o sucesso almejado, verificou-se que 56 % das associações (10) pesquisadas possuem calendário de eventos. Desse percentual, tem-se um número de 70% de associações que possuem um calendário anual, conforme elucidado no Gráfico 4.

Gráfico 4 – Periodicidade com que o calendário é elaborado



Fonte: dados da pesquisa de campo (2012).

Portanto, nesse caso, um calendário auxilia na programação dos eventos, evitando falhas com datas e horários, reforçando a importância do planejamento, de acordo com o mencionado por Martin (2008).

Conforme o Gráfico 5, com relação ao cronograma do evento, foi solicitado aos respondentes que pontuassem, por ordem de importância, em qual fase

dispunham de mais tempo. Foi indicado que a maioria (14) dispõe de mais tempo no planejamento. Isso se deve ao fato de o planejamento reunir em si o todo do evento, compondo não somente uma fase, mas norteando todas as outras, desde o começo até o final. Esse planejamento busca relacionar todas as etapas, visando o alcance dos objetivos estabelecidos, como mencionado por Meirelles (1999).

Gráfico 5 – Fases em que o organizador do evento dispõe de mais tempo



Fonte: dados da pesquisa de campo (2012).

As outras duas fases, a de elaboração do comitê e a de divisão das equipes de trabalho, tiveram o mesmo número de respondentes (10). O que permite perceber que todas as fases de um evento são importantes, porém, o planejamento é tido como uma fase essencial. Parte-se, portanto, da premissa de que uma fase de tão grande importância necessita de um profissional que saiba como desenvolver. O secretário executivo possui em sua formação matérias que o auxiliam e o ajudam, não somente de forma empírica, mas, cientificamente, a atuar de forma

mais correta tanto no planejamento, quanto no decorrer de todo o evento. Isso, para que possa organizar o evento com excelência, lidar com situações inesperadas e problemas que possam ocorrer.

Nesse sentido, foi indagado aos respondentes quais situações inesperadas já aconteceram e prejudicaram o evento. Como se pode verificar na Tabela 1, foram citadas dez situações diferentes e ainda dois indivíduos que informaram nunca ter tido nenhum tipo de situações inesperadas.

Tabela 1 – Problemas que já aconteceram nas associações comerciais pesquisadas e que prejudicaram o evento

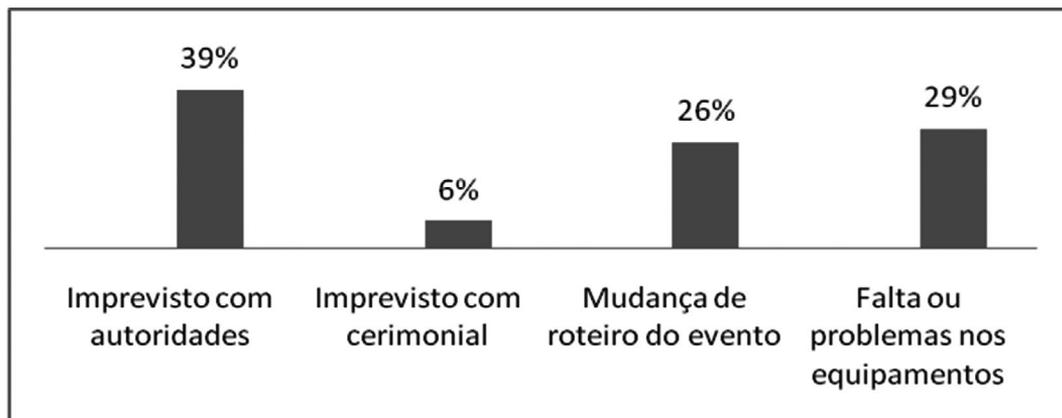
Problemas	Frequência	Porcentagem
Atraso de autoridades	3	12%
Falta/falha de equipamentos	7	28%
Falta de energia elétrica	1	4%
Discursos longos	3	12%
Ausência de pessoas que confirmaram presença	2	8%
Mal tempo	2	8%
Falta de público	2	8%
Nunca houve problemas	2	8%
Mudança de local de última hora	1	4%
Falta de tempo	1	4%
Ter outro evento na mesma data	1	4%
Total	25	100%

Fonte: dados da pesquisa de campo (2012).

A respeito da Tabela 1, pode-se analisar que essas situações são inesperadas, porém, quando se tem na associação um profissional com uma formação em Secretariado Executivo, de acordo com Giacaglia (2003), esse estará pautado de conhecimentos e saberá o que fazer quando tais situações acontecerem. Às vezes, pode ser que não possam evitar, mas saberão contornar a situação da forma mais eficaz e eficiente possível. O caso é que, juntando conhecimento e prática, as chances para que o evento seja um sucesso são maiores e, além disso, a probabilidade de tudo sair como planejado é muito maior.

Para melhor conhecer os problemas encontrados nos eventos das associações comerciais pesquisadas, foram apresentados quatro problemas aos respondentes e solicitou-lhes que escolhessem quais os dois mais frequentemente encontrados na realização dos seus eventos, conforme o Gráfico 6. Verificou-se que os mais frequentes são os imprevistos com autoridades (39%) e a falta ou problemas nos equipamentos (29%). Esses dois são tidos como fatores independentes, porém, o organizador do evento deve possuir um perfil empreendedor que possibilite sua participação, planejando e executando a administração das diversas atividades e situações.

Gráfico 6 – Problemas mais frequentes encontrados na realização dos eventos



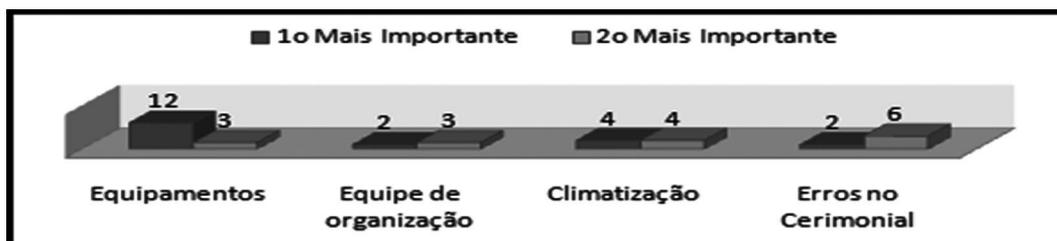
Fonte: dados da pesquisa de campo (2012).

Ainda com base no Gráfico 6, pode-se dizer que o organizador do evento deve estar ciente dos problemas que podem ocorrer no trans-evento, que, segundo Matias (2007), é o momento no qual se desenvolvem as atividades, devendo o profissional responsável saber o que deve fazer, caso esses problemas ocorram, buscando sanar de forma eficaz o imprevisto. O perfil de secretário executivo é condizente com o de saber organizar o evento, coordenar e administrar, estan-

do apto a lidar com os imprevistos que possam acontecer.

Verifica-se o mesmo ao analisar o Gráfico 7, quando indagou-se quais as duas variáveis que atrapalham a organização do evento. Doze respondentes apontaram os equipamentos como principal variável. Conforme salientado acima, a variável equipamentos é independente e cabe ao organizador possuir um perfil que o auxilie a enfrentar os imprevistos.

Gráfico 7 – Principais variáveis, por ordem de importância, que atrapalham a organização do evento



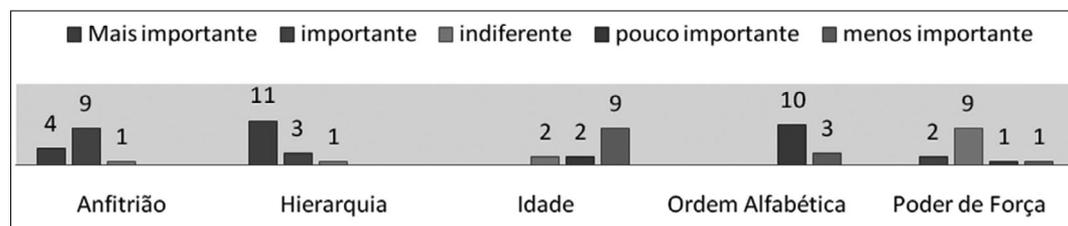
Fonte: dados da pesquisa de campo (2012).

A segunda principal variável que atrapalha a organização do evento, escolhida pelos respondentes, foi os erros no cerimonial, indicando claramente que os cerimonialistas, ou não fazem parte da associação e são contratados como serviço terceirizado, ou fazem parte da empresa, porém também não possuem uma formação que os auxiliem a organizar um cerimonial. A tarefa de um cerimonial exige do profissional uma noção dos conceitos e até mesmo do modo que deve ser feito. O cerimonial é definido por Meirelles (1999) como a sequência de acontecimentos que resultam no evento, portanto é de grande importância que o profissional detenha uma lista de contatos, caso não possua um cerimonialista e não saiba como ser um, ou ainda que detenha conhecimentos quando estiver atuando como um.

Nesse sentido, foi questionado sobre o cerimonial, com relação à disposição

dos lugares. Solicitou-se aos respondentes que numerassem de 1 a 5 as opções mais utilizadas, por ordem de importância, nas disposições dos lugares com relação à precedência, conforme pode ser verificado no Gráfico 8. A maioria dos indagados (11) informaram que utilizam como precedência a hierarquia e nove atribuíram menos importância ao quesito idade. Ainda tiveram respondentes que utilizaram apenas duas formas de precedência, por ordem de hierarquia e anfitrião. Muitas vezes, os indivíduos que não possuem uma formação orientada a trabalhar com precedência, não conhecem as regras e até mesmo não sabiam do que se tratava o quesito precedência. Nos questionários via telefone, quando isso aconteceu, foi possível explicar. Tal fato demonstra que esses sujeitos não estão habituados ou simplesmente não conhecem sobre o assunto.

Gráfico 8 – Opções mais utilizadas, por ordem de importância, nas disposições dos lugares com relação à precedência



Fonte: dados da pesquisa de campo (2012).

O protocolo, cerimonial e etiqueta, constituem a essência do evento e buscam potencializar seus resultados, como menciona Meirelles (1999), são esses elementos que estabelecem a sequência e a precedência. Sendo assim, torna-se imprescindível que haja nas associações

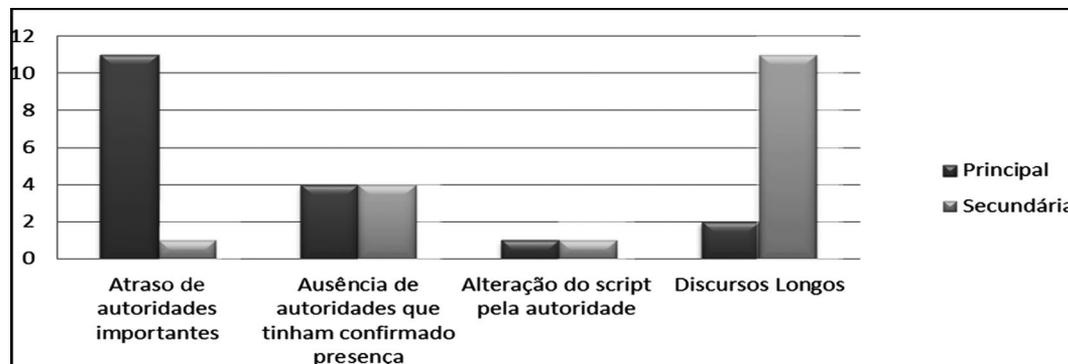
comerciais um profissional detentor desses conhecimentos e não somente de forma empírica, mas que tenha estudado para isso, no caso, o profissional de secretariado executivo. No dia a dia, o organizador de eventos, sem conhecimentos de cunho teórico a respeito de precedências,

pode tratar de situações como essas, resolvendo-as da forma prática. Porém, nem sempre de forma correta, o que pode ocasionar constrangimentos à associação e a esse organizador. As autoridades são base de qualquer tipo de organização hierarquizada e saber como tratá-las é o mínimo que se pode esperar de uma associação e do organizador do evento, que, na maioria das vezes, é quem irá auxiliá-los e acompanhá-los. Houve outros organizadores respondentes que utilizavam apenas a hierarquia e outros que não marcaram nenhuma alternati-

va, subentendendo-se que, ou não conhecem o que é isto, ou nem mesmo utilizam precedência em seus eventos.

Com relação ao cerimonial e protocolo de um evento, pediu-se aos respondentes que destacassem as variáveis que mais interferem. No Gráfico 9, verifica-se que em primeiro lugar está o atraso de autoridades importantes e, na segunda posição, encontram-se os discursos longos. Esses imprevistos estão majoritariamente ligados, pois ambos atrapalham todo o andamento do cerimonial e protocolo do evento.

Gráfico 9 – Variáveis que mais interferem no cerimonial e protocolo de um evento



Fonte: dados da pesquisa de campo (2012).

Ao chegarem atrasadas, as autoridades prejudicam a programação do evento com relação ao protocolo e precedência que o cerimonial precisa respeitar, além disso, os discursos longos acarretam o descumprimento do horário previsto no cerimonial, provocando atrasos no evento. Devido a esses fatos, a função do mestre de cerimônia precisa ser ocupada por alguém que possua conhecimentos a respeito, conforme menciona Meirelles (1999) e já analisado no Gráfico 7. Nesse

sentido, o secretário executivo é totalmente apto para desempenhar o papel de mestre de cerimônias, uma vez que, é uma aptidão do currículo do profissional formado nessa área.

Por último, solicitou-se aos respondentes que escolhessem dentre as sete alternativas dadas, as opções de acordo com a ordem de ocorrência dos procedimentos realizados por eles no *checklist*, como pode ser verificado no Quadro 3.

Quadro 3 – Ordem de ocorrência dos procedimentos utilizados para a organização do evento, com relação ao *checklist*

Ordem de ocorrência	Procedimento utilizado
1º	Local de realização e horário de início e término
2º	Identificação do público-alvo
3º	Cronograma do evento
4º	Confecção e envio dos convites
5º	Buffet
6º	Decoração
7º	Material a ser distribuído

Fonte: dados da pesquisa de campo (2012).

Os resultados indicam que a maioria (11) realiza como primeira atividade do *checklist* a escolha do local de realização e o horário de início e término do evento. As demais atividades em ordem de ocorrência foram a identificação do público alvo (8), o cronograma do evento (7), a confecção e envio dos convites, o *buffet* (7), a decoração (6) e, por fim, a definição do material a ser distribuído.

Ainda com base no Quadro 3, como elucida Azevedo (2000), o *checklist* é uma ferramenta operacional do evento que auxilia na realização das atividades a serem desenvolvidas durante todo o processo de organização, realização e pós-evento. A utilização dessa ferramenta é de suma importância para a minimização de tempo do evento. Essa análise propiciou a confirmação do entendimento com relação à importância de se realizar um *checklist*. O secretário executivo tem conhecimento dessa importância, bem como de suas especificidades e sabe que um *checklist* bem feito e organizado proporciona ao organizador do evento e sua equipe um desempenho ágil na execução das atividades.

Considerações finais

Ao analisar o objetivo geral, o qual visava desvelar a atuação dos profissionais de secretariado executivo na organização dos eventos, pode-se evidenciar que esses possuem melhor capacidade ao atuar nesse tipo de atividade, pois estão habituados e pautados de conhecimentos acerca do assunto. Ficou evidente, também, ao analisar os objetivos específicos, que se pode relacionar as dificuldades e problemas encontrados na organização de eventos ao fato de os organizadores pesquisados não disporem, em sua maioria, de uma formação que os auxiliem a organizar esses eventos, aprendendo, assim, por conhecimento empírico e tácito.

O trabalho realizado mostrou-se positivo em vários aspectos, com ganhos para as pesquisadoras, ao passo que essa experiência buscou retomar a importância da gestão de evento, aumentando o conhecimento das autoras com relação ao assunto, que há tempos já chamava atenção.

Para as associações, comprovou-se que os eventos são de extrema importância, ocasionando movimentação ao comércio, além de gerar incentivos a seus consumidores com relação aos diversos tipos de produtos. Isso remete, diretamente, à rentabilidade que os eventos trazem para as empresas. Portanto, destaca-se a necessidade de um profissional que saiba utilizar essa ferramenta.

A pesquisa, ao debater um tema contemporâneo, trouxe ganhos, também, para a área em estudo, pois esse tema não detém muitas pesquisas. Como sugestão para pesquisas futuras, há outros temas como o cerimonial e o protocolo nas associações comerciais, aprofundando mais as problemáticas, que, conforme se evidenciou neste estudo, são os elementos nos quais essas mais acontecem.

Com a realização desta pesquisa, foi possível verificar a relevância da área de eventos e de sua complexidade de conhecimentos. Ao mesmo tempo em que se frisa a importância dos eventos para as associações comerciais, aponta-se ainda a necessidade da existência de profissionais com conhecimentos de cunho teórico e prático, visto que promover, organizar e realizar eventos são atividades complexas que exigem muito para que seus objetivos sejam alcançados.

De acordo com as informações e indagações dos autores utilizados e dos estudos realizados, percebe-se que esses profissionais do secretariado adquirem um perfil, habilidades e conhecimentos que facilitam a organização e realização dos eventos. É por isso que a demanda por profissionais com esse perfil vem crescendo a cada dia, uma vez que as

empresas sabem das competências desses para trabalhar com o assunto, sabem a importância dos eventos para a organização e ensinam eventos de sucesso.

A partir dessas constatações, evidencia-se a experiência e uma formação mais específicas, as quais fazem grande diferença na avaliação dos resultados operacionais. Portanto, haja vista a postura do profissional de Secretariado Executivo voltado para a gestão de eventos, torna-se imprescindível destacar seu diferencial, sua capacidade de fornecer suporte em organizar e realizar as mudanças exigidas pelo ambiente interno e externo de qualquer segmento de organização que se utilize da realização de eventos como um instrumento para melhorias.

The Event Organizer and their Role in Trade Associations of the State of Paraná: the Importance of Profile of the Executive Secretary

Abstract

The present report of the research was to examine the role of executive secretarial professionals in organizing events and raising what are the difficulties encountered in the process of event management in commercial associations. For the development of the research was used the exploratory method in the context of the quantitative approach, using questionnaires applied to a convenience sample of 18 trade associations of the state of Paraná. Was sought, thus fostering a discussion of the importance of the role and contribution of secretarial professional directed to the area of event management, in this case, in particular the Commercial Associations of Paraná. The results con-

firmed the theoretical assumption that the trade associations need a professional who knows how to administrate the event management in all its specifications, from planning, organization until its completion. It is evident that these requirements are found in the profile of the executive secretarial professional, which posses specific knowledge for this, are guided to pursue this area of expertise.

Keywords: Executive secretarial. Event management. Event manager profile.

Referências

- ANDRADE, R. B. *Manual de eventos*. Caxias do Sul: EDUCS, 1999.
- _____. *Manual de eventos*. 2. ed. Caxias do Sul: EDUCS, 2002.
- AZEVEDO, I; COSTA, S. I. da. *Secretária: um guia prático*. 4. ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.
- BRITTO, J.; FONTES, N. *Estratégias para eventos: uma ótica do marketing e do turismo*. São Paulo, SP: Aleph, 2002.
- CAMPOS, L. C. A. M.; WYSE, N.; ARAUJO, M. L. M. S. *Eventos: oportunidade de novos negócios*. Rio de Janeiro: Editora Senac Nacional, 2005.
- CESCA, C. G. G. *Organização de eventos: manual para planejamento e execução*. São Paulo: Editora Summus, 1997.
- _____. *Organização de eventos: manual para planejamento e execução*. 9. ed. São Paulo: Summus, 2008.
- GIL, A. C. *Como elaborar projeto de pesquisa*. 4. ed. São Paulo. Atlas, 2009
- _____. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas, 1999.
- _____. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- _____. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011
- GIACAGLIA, M. C. *Organização de eventos: teoria e prática*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
- _____. *Organização de eventos: teoria e prática*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2008.
- LAKATOS, E. M; MARCONI, M. A. *Fundamentos de metodologia científica*. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- LIENDO, S. C. da S; MAZULO, R. *Secretaria: rotina gerencial, habilidades comportamentais e plano de carreira*. São Paulo: Editora Senac. São Paulo, 2010.
- MARTIN, V. *Manual prático de eventos*. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- MATIAS, M. *Organização de eventos: procedimentos e técnicas*. 4. ed. Barueri, SP: Manole, 2007.
- MELLO, F. P. N. *Marketing de eventos*. Rio de Janeiro: Sprint, 1998.
- MEIRELLES, G. F. *Tudo sobre eventos*. São Paulo: STS, 1999.
- MINAYO, M. C. S. *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. 22. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2008.