

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM PLANEJAMENTO E GESTÃO DO TURISMO**

**ORGANIZAÇÃO DE FORMATURAS: ESTUDO DE CASO DA QUALIDADE DO
ATENDIMENTO E PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DA EMPRESA PONTUAL
DECORAÇÕES**

Autora: Lucimara Varini de Araujo
Orientador: Prof. Dr. Miguel Bahl

**Curitiba
2007**

**ORGANIZAÇÃO DE FORMATURAS: ESTUDO DE CASO DA QUALIDADE DO
ATENDIMENTO E PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DA EMPRESA PONTUAL
DECORAÇÕES**

Autora: Lucimara Varini de Araujo

Trabalho de Conclusão de Curso de Pós-Graduação apresentado à Universidade Federal do Paraná para obtenção de título de Especialista em Planejamento e Gestão do Turismo.

Orientador: Prof. Dr. Miguel Bahl

**Curitiba
2007**

DEDICATÓRIA

Este trabalho é dedicado a duas pessoas muito especiais, que embora me quisessem sempre por perto, ao me verem partir me apoiaram na minha decisão e me ajudaram de todas as formas, que mesmo longe estiveram ao meu lado, aos meus pais, Luzia e Severino, que sempre me apoiaram e me incentivaram pela *busca insaciante do saber*, e que dedicaram a mim todo o seu amor incondicional. A vocês, dedico não só este trabalho, mas tudo que realizar e conquistar em minha vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, pela minha vida e pela sabedoria que ele me concedeu para que fosse possível a realização desse trabalho e a conclusão da minha pós graduação.

A todos os professores que contribuíram para o meu crescimento pessoal e profissional.

Ao Coordenador do Curso e meu Orientador Professor Doutor Miguel Bahl por ter contribuído para o enriquecimento dos meus conhecimentos e por me mostrar novos desafios e os caminhos e alternativas a seguir para que fosse possível a conclusão desse trabalho.

Aos meus amigos e a todos aqueles que de alguma forma fazem parte da minha vida e que sentem-se realizados quando eu me sinto realizada através da concretização de um sonho ou de um grande desafio.

RESUMO

O Turismo enquanto atividade de serviços gera divisas incentivando o desenvolvimento socioeconômico de um local. O segmento de eventos é em todo o mundo um grande contribuinte para atividade turística. Neste segmento podem-se destacar as festas de formaturas. Num contexto em que cresce a cada dia o número de faculdades e universidades, surgiu a oportunidade da criação de empresas especializadas nos eventos de formaturas. Entretanto, em meio à crescente demanda desse ramo de atividade, muitas empresas surgem sem estar preparadas para enfrentar o mercado, portanto, é importante estar atento a qualidade do atendimento e principalmente dos serviços prestados. Nesse sentido, este estudo buscou através de levantamento bibliográfico e pesquisa exploratória analisar a qualidade dos serviços prestados pela empresa Pontual Decorações situada no município de Curitiba/PR, que trabalha com cenário e decoração para todos os eventos de formaturas.

Palavras-chave: Turismo – Eventos – Organização – Formaturas – Pontual Decorações - Qualidade

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – ATENDIMENTO TELEFÔNICO.....	44
GRÁFICO 2 – ATENDIMENTO NA PRIMEIRA REUNIÃO.....	45
GRÁFICO 3 – DEMAIS REUNIÕES.....	46
GRÁFICO 4 – ATENDIMENTO PÓS CONTRATO.....	47
GRÁFICO 5 – MATERIAL UTILIZADO NO CENÁRIO.....	48
GRÁFICO 6 – FLORES DA DECORAÇÃO.....	49
GRÁFICO 7 – MATERIAIS DO ESTÚDIO.....	49
GRÁFICO 8 – CUMPRIMENTO DE HORÁRIOS E PRAZOS.....	50
GRÁFICO 9 – CENTROS DE MESA.....	51
GRÁFICO 10 – <i>HALL DE ENTRADA, LOUNGE, ESCADARIA</i>	51
GRÁFICO 11 – CUMPRIMENTO DO HORÁRIO DE MONTAGEM.....	52
GRÁFICO 12 – DESCUMPRIMENTO DE ITENS.....	53
GRÁFICO 13 - DECORAÇÃO.....	54
GRÁFICO 14 – PROBLEMAS ANTES OU DEPOIS DO EVENTO.....	54

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	06
CAPÍTULO 1 - TURISMO E EVENTOS	08
1.1 TURISMO E HISTÓRICO NO MUNDO	08
1.2 TURISMO E HISTÓRICO NO BRASIL	11
1.3 DEFINIÇÕES DE TURISMO	12
1.4 SEGMENTAÇÃO	14
1.5 TURISMO DE EVENTOS	15
1.5.1 Origem dos Eventos no Mundo	17
1.5.2 Origem dos Eventos no Brasil	18
1.6 CONCEITO DE EVENTOS	19
1.7 CLASSIFICAÇÃO DE EVENTOS	21
CAPÍTULO 2 – ORGANIZAÇÃO DE FORMATURAS	24
2.1 PRIMEIROS PÁSSOS PARA MONTAR UMA COMISSÃO DE FORMATURA	25
2.2 PRINCIPAIS FUNÇÕES DA COMISSÃO DE FORMATURA	25
2.3 PLANEJAMENTO E ORGANIZAÇÃO	27
2.3.1 Roteiro para Organização dos Eventos de Formatura	29
2.3.2 Cerimonial dos Eventos	31
2.4 SERVIÇOS E FORNECEDORES	34
2.5 QUALIDADE NO ATENDIMENTO E NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS	34
CAPÍTULO 3 – ESTUDO DE CASO DA EMPRESA PONTUAL DECORAÇÕES	39
3.1 ESTRUTURA	39
3.2 METODOLOGIA	41
3.3 RESULTADOS DA PESQUISA	43
3.4 CONSIDERAÇÕES SOBRE A PESQUISA	55
CONCLUSÕES	56
REFERÊNCIAS	58
ANEXOS	60
APÊNDICES	66

INTRODUÇÃO

Os eventos são capazes de reunir um grande número de pessoas e movimentar a economia de um local. Isso acontece, pois os eventos contribuem com a geração de empregos, renda e criação de infra-estrutura de apoio.

Uma demanda do segmento de eventos que vem crescendo constantemente é a do mercado de formaturas. A maioria dos estudantes que se formam fazem algum tipo de festa ou comemoração.

A comemoração dos alunos pela conquista do diploma movimenta o ramo de atividade das comemorações de formaturas. A festa dos estudantes ao terminar o curso aumenta o volume de negócios e gera empregos em empresas especializadas e em prestadoras de serviços desse ramo.

É um mercado cada vez mais exigente e sofisticado por isso as empresas especializadas estão cada vez mais investindo em profissionalização e oferecem a maioria dos serviços num pacote único, contendo assessoria, cerimonial, foto e vídeo, convites, becas, canudos, decoração, cenário, som, iluminação, entre outros.

As pessoas buscam comodidade e qualidade, portanto, as empresas especializadas que não contam com os serviços citados acima, como cenário, decoração e convites, indicam fornecedores que geralmente são cadastrados pela empresa.

Este estudo irá analisar a empresa Pontual Decorações situada em Curitiba / PR, que atua no segmento de decorações e cenários, pois devido a esse crescimento da atividade de organização de formaturas muitas empresas novas estão surgindo para atuar nesse ramo, entretanto, muitas dessas empresas estão despreparadas para entrar no mercado, contudo, é importante ressaltar que as empresas de formaturas precisam oferecer qualidade na prestação de serviços.

Nesse contexto, o problema de pesquisa inserido neste estudo foi: Os serviços prestados pela Pontual Decorações são de qualidade?

Contudo o objetivo desse trabalho foi o de verificar se a empresa em questão mantinha um padrão de qualidade no atendimento e nos serviços prestados no que refere-se a cenários e decoração de Colação de Grau, Jantar e Baile. Quanto aos objetivos específicos foi necessário detectar pontos que precisassem ser melhorados, analisar a importância de um atendimento de qualidade, verificar a

qualidade dos materiais utilizados nos eventos, observar se os horários e prazos eram cumpridos e constatar se a empresa cumpria com todos os itens combinados.

Dessa forma, formulou-se duas hipóteses de pesquisa, que a empresa era a líder do mercado, pois apresentava um serviço de melhor qualidade e que a Pontual Decorações era a melhor empresa do ramo.

Este trabalho tem grande importância para a empresa devido ao fato da mesma não ter desenvolvido até hoje nenhuma pesquisa com os formandos que contrataram seus serviços, sendo difícil para a empresa avaliar o serviço que presta. Através desse trabalho a empresa poderá analisar o resultado final da pesquisa para saber a opinião de seus ex-clientes, a partir daí poderá melhorar seus serviços e atendimento.

Nesse contexto, o presente trabalho aborda em seu primeiro capítulo um breve estudo sobre turismo e eventos, seu histórico no mundo e no Brasil, definições de turismo, segmentação, turismo de eventos, origem no mundo e no Brasil, conceitos e classificação.

No segundo capítulo a pesquisa aborda a Organização de Formaturas, procedimentos para montar uma comissão de formatura, principais funções de uma comissão, planejamento e organização, roteiro para organização dos eventos de formatura, cerimonial dos eventos, serviços e fornecedores e qualidade no atendimento e na prestação de serviços.

O terceiro capítulo apresenta um diagnóstico da empresa Pontual Decorações analisando sua estrutura organizacional e relata a metodologia utilizada, o delineamento da pesquisa, o universo, a amostragem e o instrumento da coleta de dados.

O terceiro capítulo também aborda a pesquisa realizada com a empresa sobre a qualidade na prestação de serviços e no atendimento e a tabulação e comentário dos resultados. A pesquisa foi realizada através de questionários enviados a representantes de algumas comissões de formaturas que contrataram serviços da empresa.

Dessa forma, finalizando a pesquisa, apresenta-se as conclusões, anexos e apêndices.

CAPÍTULO 1 – TURISMO E EVENTOS

De acordo com Goeldner, (2002, p. 43), pelo que se tem conhecimento, provavelmente a primeira viagem realizada com propósito de turismo foi feita até as ilhas de Punt em 1480 a.C pela rainha Hatshepsut. O mesmo autor cita que entre 1600 à 1200 a.C. as sofisticadas tumbas erguidas pelos Faraós em 2700 a.C. no Egito, começaram a atrair muitas pessoas. Discorre que nessa época surge no turismo uma característica que vem sendo conservada até os dias de hoje, o desejo de aquisição de *souvenirs*. Porém, salienta que, ainda nessa época, não havia no destino dos turistas estabelecimentos comerciais de alimentação e de hospedagem, o que fazia com que eles tivessem que alimentar-se da melhor forma que conseguissem.

Porém, segundo Barretto (1995, p. 43) o conceito de Turismo surge na Inglaterra no século XVII, que refere-se a um tipo especial de viagem. Comenta que a palavra *tour* é de origem francesa e está ligada à riqueza e à classe privilegiada. Ainda, que a palavra *tour* quer dizer volta, no inglês *turn*, no latim *tornare* e no hebraico antigo *tur*, que na Bíblia aparece com o significado de viagem de descoberta, de exploração e de reconhecimento.

Nesse primeiro capítulo será relacionado o histórico do turismo no mundo e no Brasil, as definições de turismo, segmentação, turismo de eventos, conceitos e classificação.

1.1 TURISMO E HISTÓRICO NO MUNDO

Pode-se mencionar que o ser humano sempre deslocou-se de um lugar para outro, seja definitivamente, através das migrações ou temporariamente e retornando, chegando-se assim ao conceito de viajar. Pode-se mencionar também que as viagens eram realizadas por apenas uma parte da sociedade, e eram viagens que não continham as características do turismo atual, ou seja, as relações da produção

capitalista da sociedade industrial, que realiza viagens de férias do trabalho e também viajam em busca de *status*.

Em torno de 150 a.C. muitas estradas foram construídas pelo Império Romano, impulsionando assim as viagens. (GOELDNER et al, 2002, p. 45)

Os primeiros a viajarem por prazer teriam sido os Romanos, que iam até as praias ou *spas*. (BARRETTO, 1995, p. 45). A mesma autora comenta que eles também viajavam para conhecer templos famosos na região do Mediterrâneo, principalmente as Pirâmides e os Monumentos do Egito. Também afirma que a combinação entre estradas, lazer e desejo de viajar, criou grande demanda por vários serviços, especificamente pelos serviços de hospedagem, iniciando-se assim uma forma de turismo.

De acordo com Barretto (1995, p. 45), entre os séculos II e III d.C. houve grande peregrinação à Igreja do Santo Sepulcro em Jerusalém, entretanto, que durante o século V d.C. nada foi registrado sobre viagens.

A partir do século VI d.C. apresenta-se um grande número de peregrinações para Roma e no século IX d.C. originou-se as peregrinações por terra e por mar, até a Tumba de Santiago da Compostela. (BARRETTO, 1995, p. 46)

No século XV d.C. surge através dos espanhóis e portugueses as viagens transoceânicas de descoberta. (BARRETTO, 1995, p. 47). Cita também que no século XVI d.C. a forma de se conhecer o mundo era através de viagens, porém, nessa época o turismo era bem diferente do turismo atual que surgiu com a modernidade, turismo de férias para todas as classes econômicas e com as relações de produção atualmente praticadas e que teve sua grande mudança através da Revolução Industrial. Comenta que nesta parte da história o turismo era caracterizado por jovens acompanhados de seus professores particulares que passavam em torno de três anos viajando. Que essas viagens eram feitas à pé, à cavalo ou em lombos de burros, isso após eles chegarem no continente de destino através de navios à velas. Ainda, que esse tipo de viagem era feita apenas por homens.

O comércio passava por um período de grande expansão e, no século XVI apareceu o primeiro hotel do mundo, o Wekalet-Al-Ghury, no Cairo (Egito), para atender mercadores; na Itália, aparecem as primeiras carruagens, que tinham mais luxo do que conforto. Havia também algumas viagens de prazer; no mesmo século registravam-se 12 spas no continente, para pobres e doentes, com programas de entretenimento. Havia também

excêntricos que viajavam para realizar feitos notáveis. (BARRETTO, 1995, p. 48)

Durante o século XVII houve uma grande melhora nos transportes, porém os serviços ainda eram lentos e os caminhos eram ruins. (BARRETTO, 1995, p. 48)

A mesma autora comenta que as definições sobre o *Petit Tour* e a *Grand Tour* são várias: "... o *Petit Tour* consistia numa visita ao Vale do Loire e a *Grand Tour* se estendia por *Burdeos*, *Provénza*, *Lyon* e *Paris*. Outros autores entendem que a *Grand Tour* era Itália (Veneza e Roma) e o *Petit Tour*, apenas Paris". (BARRETTO, 1995, p. 49)

Goeldner et al, (2002, p. 49) cita que:

A *Grand Tour* dos séculos XVII e XVIII era feita por diplomatas, empresários e estudiosos que viajavam por toda a Europa, especialmente para as cidades da França e da Itália. Virou moda estudar em Paris, Roma, Florença e em outros centros culturais. Embora fazer a *Grand Tour* tenha se tornado uma experiência educacional, ela foi criticada como tendo se degenerado em uma simples busca do prazer.

Após a Revolução Industrial no século XVIII surgiu uma preocupação mais humanista, tornando o turismo algo mais educativo, esse período no qual a viagem passa a ser um aprendizado também é conhecido como período do turismo neoclássico. (BARRETTO, 1995, p. 49)

No final do século XVII surgiu a necessidade de se criar um serviço postal que tivesse agilidade, isso consecutivamente contribuiu muito para o desenvolvimento dos transportes, através das diligências rápidas que com o passar do tempo passaram a levar pessoas também. O chamado "Turismo Romântico" também surge neste século, quando as pessoas passam a apreciar as montanhas e a natureza, isto vai se prolongar por todo o século XIX. (BARRETTO, 1995, p. 50)

Até chegar ao turismo de hoje aconteceram muitas transformações que sempre estiveram ligadas à tecnologia. Após a Revolução Industrial iniciaram as primeiras viagens organizadas através de um agente de viagens. (BARRETTO, 1995, p. 51)

Segundo Ignarra (2002, p. 18) surgiu em 1841 a primeira viagem agenciada. Menciona que Thomas Cook, um vendedor de Bíblias, juntou 570 pessoas, comprou

os bilhetes de transporte e os revendeu para um encontro que seria realizado em Loughborough. O autor complementa que Thomas em 1846 realizou outra viagem similar com 800 pessoas, utilizando serviços de guia de turismo, surgindo assim o turismo que é conhecido hoje com a denominação de “pacote turístico”.

Barretto (1995, p. 52-53) coloca que um fator que impulsionou o desenvolvimento turístico no século XIX foi o das ferrovias, em nível nacional e os navios, em nível internacional. Além disso, que alguns outros fatores também foram consideravelmente responsáveis pelo desenvolvimento do turismo, entre eles a maior segurança (propiciada pelo estabelecimento de polícia regular), a constante alfabetização (que fazia com que as pessoas adquirissem curiosidade sobre as viagens através das leituras de jornais, que diante das informações despertava o desejo de viajar) e a reivindicação por parte dos trabalhadores por maior tempo de lazer.

Com a Primeira Guerra Mundial foi confirmada a grande importância do automóvel e do transporte terrestre em geral. No período entre guerras as classes sociais menos privilegiadas passaram a viajar também, isso aconteceu devido as férias remuneradas. (BARRETTO, 1995, p. 53)

Barretto (1995, p.54) também coloca que durante a segunda Guerra Mundial o Turismo ficou quase paralisado devido aos conflitos e descobriu-se quão eficiente é o transporte aéreo. Também, que a partir de 1957 o turismo de cruzeiro foi substituído pelo turismo aéreo. Menciona que na segunda metade do século XIX o turismo expandiu-se por todo o mundo, devido a isso tornou-se de grande necessidade a elaboração e reestruturação do setor hoteleiro. Ainda, afirmando que caminhou-se dessa forma para os primeiros passos do turismo que atualmente é conhecido.

O crescimento da atividade turística chegou ao Brasil, construindo sua história e se tornando uma atividade cada vez mais praticada e acessível.

1.2 TURISMO E HISTÓRICO NO BRASIL

Ignarra (2002, p.19) cita que a evolução do turismo no Brasil se confunde com sua própria descoberta, em 1500, que foi resultado de uma grande viagem de

mercado, criação de políticas de preços e de propaganda especializada. (MORAES apud ANSARAH, 1999, p. 16).

Dentre os diversos segmentos ou tipos de turismo atuais, podem ser citados vários como, desportivos, rurais, ecológicos, de prazer, gastronômico, negócios, saúde, compras, culturais, religiosos, científicos, entre outros.

De acordo com inúmeros autores, como Ignarra (2002), Moraes apud Ansarah (1999), Goeldner (2002), alguns segmentos do turismo foram analisados como o Turismo de Aventura, o Turismo Cultural, Turismo de Incentivo, Turismo Esportivo, Turismo de Estudo, Turismo Profissional, Turismo Rural, Turismo Esotérico, Turismo de Saúde, Turismo de Eventos, Turismo Religioso, Turismo de Negócios, Turismo GLS, Turismo Científico e Turismo para a Terceira Idade.

Para a elaboração do presente estudo foi importante o aprofundamento do segmento do turismo de eventos, que são atividades praticadas com interesse profissional e/ou cultural, através de reuniões internacionais, congressos, feiras, convenções, entre outros.

1.5 TURISMO DE EVENTOS

O Turismo de Eventos tem elevada importância para uma cidade ou região, com vasto campo ainda a ser explorado. O turismo incentiva o desenvolvimento socioeconômico de um local, contribuindo para geração de empregos, renda e criação de infra-estrutura que beneficia não só o turista como também a população do local.

Nesse contexto, Bahl (2004, p.17) menciona que:

A importância dos eventos para o turismo está associada tanto aos aspectos econômicos, quanto aos sociais e culturais. O mesmo pode ser dito em relação às interações e benefícios que trazem para as localidades onde são executados.

Em um momento que seja necessário contornar os efeitos da alta e baixa estação, visando fomentar o turismo em diferentes épocas do ano, para existir um maior equilíbrio da demanda, o Turismo de Eventos apresenta-se como uma solução

capaz de suprimir os meses de baixa temporada para os destinos turísticos. Isso porque os promotores realizam seus eventos em época de baixa temporada, quando encontram facilidades em reunir um número significativo de participantes, ao mesmo tempo em que possuem vários locais dispostos a sediá-los. O turista não depende de férias para viajar, viajam por outros motivos, viajam para participar de eventos relacionados à área de atuação no mercado profissional, por exemplo; também existem centenas de eventos que acontecem ao longo do ano sendo possível, ainda, a criação de outros, dependendo do lugar.

No contexto do Turismo de Eventos, Ansarah (1999, p. 75) cita que:

É a parte do turismo que leva em consideração o critério relacionado com o objetivo da atividade turística. É praticado com interesse profissional e cultural através de congressos, convenções, simpósios, feiras, encontros culturais, reuniões internacionais, entre outros, e é uma das atividades econômicas que mais crescem no mundo atual.

De acordo com o site Oboulo (2007) Um evento movimenta um grande número de profissionais durante sua realização, provocando uma grande movimentação econômica nas cidades sedes. É importante observar que o turista de eventos é motivado por interesses profissionais, mesclando atividades de trabalho e lazer, tornando-se um consumidor com grande potencial de consumo do item diversão. Outro aspecto importante do Turismo de Eventos é o fato do turista retornar depois, com a família, para os locais que mais o agradam.

Portanto, em termos econômicos o Turismo de Eventos pode gerar muitos benefícios, tais como o aumento da receita do local sede do evento (um turista participante gasta três vezes mais do que um turista comum) melhora a imagem da cidade sede do evento; aumenta os empregos e melhora a infra-estrutura como consequência do desenvolvimento turístico. **AMAZONAS BRASIL (2007)**

De acordo com Bahl (2004, p.19) os motivos da realização ou participação de um evento são citados a seguir.

Comemorar ou registrar um fato, um acontecimento ou uma celebração;
Ampliar o cabedal de opções de entretenimento e de animação turístico-cultural de uma localidade;
Proporcionar o aperfeiçoamento dos participantes (cultural, técnico, científico ou pessoal);
Divulgar e permutar experiências profissionais ou técnicas e científicas relacionadas a uma área de conhecimento;

Criar situações e atividades para o entrelaçamento profissional;
 Estabelecer formas de interação social e de conagração social;
 Comercializar e divulgar produtos, serviços e empresas;
 Promover e divulgar localidades nos eventos e para eventos;
 Estimular a criação de fluxos turísticos.

O segmento de eventos dentro da atividade turística, não é recente. Essa informação é observada na descrição de Matias (2001) conforme tratado no tópico a seguir.

1.5.1 Origem dos Eventos no Mundo

Devido a grande dificuldade de se encontrar bibliografia referente à origem dos eventos tanto no mundo quanto no Brasil todas as informações a seguir baseiam-se nos dados históricos citados por Matias (2001).

“Os primeiros registros que identificam o início do Turismo de Eventos no mundo foram os Jogos Olímpicos da Era Antiga, datados de 776 a.C., que aconteciam na Grécia de quatro em quatro anos e possuíam caráter religioso”. (Matias, 2001, p.1).

A autora coloca que o sucesso dos Jogos Olímpicos fez com que várias cidades gregas passassem a organizar jogos, concursos e outras atrações.

A antiga civilização deixou para o Turismo e para o Turismo de Eventos o espírito de hospitalidade, os primeiros espaços para eventos e a infra-estrutura de acesso.

“O primeiro Congresso Científico aconteceu em 1681 d.C em Roma. Posteriormente surgiram os eventos técnicos e em 1841 acontece o Congresso Antialcoólico no qual Thomas Cook levou 570 pessoas para participarem. Nessa época iniciou-se a atividade turística de forma planejada e organizada e surgiu o Turismo de Eventos”. (Matias, 2001, p.10).

A mesma autora comenta que a partir daí vários eventos como conferências e concílios religiosos foram organizados. Mas, coloca que o Turismo de Eventos revê sua consolidação com a Revolução Industrial que fez da Feira um novo impulso para

a atividade comercial. Especifica que as feiras passaram a motivar as pessoas a se deslocarem para buscar informações e trocas de produtos. Também, que para atender essa nova demanda foram construídos e adaptados espaços que tornaram-se base para o Turismo de Eventos. Comenta que o primeiro pavilhão construído para sediar as feiras e exposições foi o Palácio de Cristal na Inglaterra.

Matias ainda tece considerações de que com a Revolução Industrial o número de feiras e exposições aumentou cada vez mais, devido à idéia de mostrar e vender os produtos que eram produzidos pelas indústrias.

A autora coloca que os Jogos Olímpicos tornaram-se um evento de grande porte, envolvendo participantes e espectadores do mundo inteiro, porém, é um evento que só ocorre em países que oferecem infra-estrutura adequada de hospedagem, transportes, instalações esportivas, segurança, entre outros serviços necessários.

Matias comenta ainda que além dos Jogos Olímpicos, outro evento de grande destaque que contribui significativamente para o crescimento do Turismo de Eventos é a Copa do Mundo, que envolve vários países. O Turismo de Eventos é muito importante como atividade econômica, exemplo disso é que hoje, no mundo, muitas localidades sobrevivem do seu desenvolvimento.

O Turismo de Eventos aos poucos foi ganhando mais espaço e crescendo também no Brasil, contribuindo, dessa forma, para a economia do país.

1.5.2 Origem dos Eventos no Brasil

Ainda sobre os dados históricos relatados por Matias (2001), menciona que aconteciam no Brasil antes da chegada da Família Real, algumas feiras semelhantes as que ocorriam na Idade Média. Que essas feiras geralmente eram realizadas aos domingos ou em dias santo e aconteciam em lugares abertos. Essas feiras foram sendo aperfeiçoadas com o tempo, até chegarem ao formato das feiras que conhecemos hoje, na qual são realizadas em grandes pavilhões de exposições.

“O primeiro evento que se tem conhecimento ocorrido em espaço destinado especificamente para isto foi um Baile de Carnaval que aconteceu nos salões do Hotel Itália em 1840”. (Matias, 2001, p. 20).

❖ Em função dos setores ou áreas (CASTELLI, 2001, p. 591-592)

Agricultura / pecuária; alimentos / bebidas; automóveis / autopeças; beleza; brinquedos; calçados; comércio; construção; design / decoração; educação; eletrodomésticos / utilidades; finanças; foto / cine / som; franchising; gráfica / embalagem; higiene e limpeza; indústria farmacêutica; informática; jóias e bijuterias; lazer / esporte; livros; máquinas / mecânica; marketing / publicidade; meio ambiente; moda / têxteis; móveis; papel; plásticos e borracha; química e petroquímica; saúde; tecnologia; telecomunicações; transporte; turismo / hotelaria.

Segundo Meirelles (1999, p. 28) os eventos também podem ser classificados por tipos, que podem ser baseados nas reuniões dialogais (*assembléia, brainstorming, congresso, debate, painel, semana, mesa redonda, colóquio, conclave, conferência, convenção, entrevista coletiva, fórum, jornada, oficina, palestra, seminário, workshop, simpósio*), baseados nas reuniões coloquiais (*almoço e jantar, banquete, brunch, churrasco, chá da tarde, coffee-break, coquetel, happy-hour*); eventos competitivos (concursos e torneios), eventos demonstrativos ou expositivos (*excursão, feira, salão, exposição, desfile, desfiles cívicos, inauguração, lançamento de pedra fundamental, lançamento de livro, noite de autógrafos, posses, outorga de títulos, visitas empresariais, mostras, roadshow, showcasing, leilão, show, festival*) e por área de interesse, que pode ser: informativa, educativa, folclórica, cultural, científica, artística, turística, religiosa, desportiva, lazer, empresarial, governamental, política, cívica e social.

Dentre as classificações citadas acima, este trabalho tratará de duas em específico, os eventos de caráter social, que estão inseridos na classificação em função de grupos e os eventos baseados nas reuniões coloquiais, que fazem parte dos eventos classificados por tipos.

De acordo com Meirelles (1999, p. 29) evento social "visa somente a confraternização entre as pessoas", é um turismo de base cultural, de entretenimento, serão incluídos nessa classificação as Colações de Grau e os Bailes de Formatura.

No que refere-se aos Jantares de Formaturas, pode-se encaixá-los na classificação de eventos por tipo, enquadrando-se nos eventos baseados nas reuniões coloquiais, que de acordo com Meirelles (1999, p. 48) são:

Tanto sociais como recreativas, não têm como objetivo informar, discutir, debater, tomar decisões. São os eventos que permitem entrosamento, confraternização, entretenimento; desanuviavam tensões, criam climas positivos, registram fatos e datas e oferecem aos participantes retorno *surpreendente*.

Os eventos de formaturas são realizados em maior número a cada ano, portanto, é necessária uma organização específica para este tipo de serviço. No próximo capítulo, será enfatizada a organização de formaturas, destacando os procedimentos da organização e os serviços prestados pelas empresas específicas da área.

CAPÍTULO 2 – ORGANIZAÇÃO DE FORMATURAS

A cidade de Curitiba localizada no Estado do Paraná é um município que possui diversas faculdades e universidades. De acordo com o crescimento do número de instituições de ensino superior a cada ano a quantidade de formandos aumenta ainda mais.

A conclusão de um curso certamente é a celebração do estudante de uma grande conquista. A Cerimônia de Formatura é um dos momentos mais marcantes da jornada universitária. Com ela se compartilha a alegria com os entes mais queridos, assim como, expressa o reconhecimento para aqueles que, de alguma forma, contribuíram para essa vitória. O Culto é outro momento de celebração da conquista. A Colação de Grau é um momento solene que simboliza o objetivo alcançado e o Jantar e/ou Baile é a comemoração dessa vitória.

Além disso, a Solenidade de Colação de Grau é um momento de magnitude da Instituição de Ensino, quando dirigentes, professores, funcionários, pais e alunos externam seus sentimentos para provar que a missão de ensinar foi cumprida e o esforço valeu à pena.

A grande demanda de universitários que se formam abriu espaço para um mercado em constante crescimento, a organização das Colações de Grau e das Festas de Formaturas.

Com essa crescente demanda de formaturas, surgiu a necessidade da criação de empresas especializadas nesse segmento. Contudo, antes de procurar uma empresa organizadora de formaturas os formandos devem montar uma comissão de formatura.

A comissão de formatura é o grupo de pessoas que representará as vontades da turma e exercerá as atividades em nome de todos os Formandos.

Os próximos tópicos abordarão a organização de formaturas de um modo geral, iniciando pela montagem de uma comissão de formatura, suas principais funções, planejamento e organização, cerimonial, serviços e fornecedores e um dos itens principais em todo tipo de prestação de serviços, a qualidade.

2.1 PRIMEIROS PASSOS PARA MONTAR UMA COMISSÃO DE FORMATURA

Para que todo processo de arrecadação e administração da turma ocorra com tranquilidade até o dia da formatura, faz-se necessário que se eleja entre os seus integrantes, uma Comissão de Formatura que irá representá-los tanto junto à Reitoria ou Direção da Instituição a qual pertencem, como também na empresa organizadora.

Esta comissão terá um papel decisivo na elaboração de tudo que envolverá seus eventos. Para tanto, basta que haja a convocação dos formandos através de um edital, para uma Assembléia Geral. Nesta, serão escolhidos os cargos de Presidente, Vice, 1º e 2º Tesoureiros, 1º e 2º Secretários, assessores e suplentes, que estarão constantemente orientando os procedimentos da Comissão de Formatura.

Seguidos os princípios da democracia, o próximo passo é fazer o registro em Ata¹ do resumo das discussões e do resultado final das apurações da Assembléia.

Caberá posteriormente aos eleitos, a elaboração de um estatuto o qual regulamentará e dará suporte jurídico a todas as ações (movimentações de conta, livro caixa, reprovação, desistências, penalidades, ajustes etc) dos componentes da Comissão e das competências dos cargos.

O procedimento ideal para todos os trâmites burocráticos (ata, estatuto), é sempre realizar o registro em cartório, que dará legitimidade às decisões tomadas em Assembléia e obtenção do CNPJ (Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica).

2.2 PRINCIPAIS FUNÇÕES DOS MEMBROS DA COMISSÃO DE FORMATURA

¹ Ata – documento no qual é descrito todas as informações e tudo que acontece em reuniões e no desenvolvimento das atividades.

De acordo com o Manual Prático das funções de uma comissão de formatura, elaborado em 2006, cedido pela empresa Polyndia Eventos e Promoções ao (a) presidente das comissões, para que se tenha uma comissão de formatura organizada e competente é necessário o estabelecimento de cargos e funções conforme a descrição a seguir.

Presidente - Coordenar as atividades da comissão, e reunir-se com a mesma mensalmente em caráter ordinário e extraordinário, quantas vezes julgar necessário. Designar, solicitar, orientar e acompanhar todos os demais membros, em relação as suas respectivas responsabilidades e objetivos. Dar ciência aos participantes no desenvolvimento dos trabalhos, auxiliando no que lhe couber, os demais membros da comissão. Assinará todas as correspondências emitidas pela comissão, juntamente com mais um membro. Levará ao conhecimento da comissão todas as correspondências recebidas.

Vice-Presidente - Auxiliará o presidente sempre que solicitado, em especial na divulgação dos planos de programação da comissão, buscando orientações e colaborações subsidiárias para o enriquecimento das mesmas.

Primeiro-Tesoureiro - Fiscalizará a cobrança de contribuições, bem como administrará, em conjunto com o presidente e o segundo tesoureiro, as aplicações dos recursos em contas aprovadas pela comissão, objetivando a otimização dos rendimentos. Elaborará mensalmente, demonstrativo de resultados e, periodicamente o balancete da comissão.

Segundo-Tesoureiro - Auxiliará o primeiro tesoureiro, em especial nos trabalhos diversos em que desdobram as funções da tesouraria.

Primeiro-Secretário - Secretariará as reuniões da comissão de formatura, lavrando atas e relatando todos os acontecimentos e sugestões, bem como nome do membro que as sugeriu. No caso de votações abertas, contará o nome de cada membro com seu respectivo voto. Acompanhará os trabalhos da comissão, bem como elaborará relatórios referentes às atividades desenvolvidas. Afixará avisos, convocará membros da comissão para reuniões ou outras atividades, fazendo as reservas de locais para realização das mesmas. Elaborará todas as

são escolhidas em votação, porém, com a ajuda da assessoria que irá verificar as melhores datas.

4. Definição de fornecedores

A assessoria indicará 2 ou 3 opções (de acordo com cada empresa) de fornecedores para cada serviço. A comissão de formatura realizará reuniões com cada fornecedor e juntamente com o (a) assessor (a) irá definir os fornecedores de Cenário, Decoração de todos os eventos, canoa de balões, praticáveis, forração dos praticáveis, som e luz, convites, recepção, segurança e mestre de cerimônias.

5. Roteiro

É repassado para a comissão o roteiro da Colação de Grau para que seja definida a sequência das homenagens

6. Escolha das músicas

A comissão de formatura juntamente com um dos (as) assessores (as) faz a escolha das músicas para a Colação, música da homenagem aos pais, aos amigos, aos mestres etc. e das músicas para o Baile, música da entrada dos formandos, música da valsa, música do brinde, entre outras.

7. Orientação de foto e vídeo

Entrega de material para o *clip*⁸ dos formandos e escolha de música para o *clip*, abertura e homenagens.

8. Estúdio de fotos

Marcar com a turma o estúdio para tirar fotos dos grupos de afinidades e marcar estúdio para tirar fotos da turma.

9. Escolha dos index (provas das fotos)

⁸ Clip – filme com fotos dos formandos exibido em um telão nos eventos de formaturas

Escolha das provas das fotos para serem utilizadas no convite, nas homenagens e na posse de mesa.

10. *Check up*⁹

Conferir com a comissão todos os detalhes da formatura para verificar se tudo foi providenciado, locais, datas, horários, fornecedores (tudo que está em contrato), músicas, pessoas homenageadas, pessoas que irão fazer as homenagens, roteiros.

11. Ensaio

Ensaio da Colação de Grau acompanhado por um diretor de eventos sempre que autorizado pela Instituição e ensaio do culto.

Durante o procedimento da organização da formatura deve-se levar em conta os procedimentos da solenidade da Colação de Grau, que é a solenidade mais formal, bem como itens importantes, cor do curso, trajes, homenagens e cerimonial.

2.3.2 Cerimonial dos Eventos

Os ensaios do culto e da colação de grau são acompanhados por um dos diretores (sempre que permitido pela Instituição de Ensino), sendo estes os coordenadores que irão participar de cada cerimônia com a referida turma.

As empresas geralmente possuem uma equipe de apoio interligada com equipamentos de rádio, possibilitando uma comunicação rápida em todos os momentos da formatura. Na realização de todos os eventos (colação, culto ecumênico, missa, baile, jantar), o diretor organizacional, sempre estará desenvolvendo a otimização das várias atividades exercidas por todos os fornecedores e também por toda equipe de fotógrafos e cinegrafistas.

⁹ Check up – conferências de todos os itens para se certificar que tudo foi providenciado

As empresas organizadoras trabalham para que todas as etapas sejam rigorosamente sincronizadas e cada detalhe cuidadosamente estudado por profissionais para oferecer à comissão a estrutura necessária para que a formatura aconteça com tranquilidade, pontualidade e segurança. O cerimonial dos cultos, jantares e bailes podem ser elaborados pela empresa organizadora juntamente com a comissão de formatura, entretanto, o cerimonial da Colação de Grau, deve obrigatoriamente seguir um roteiro elaborado pela Instituição de Ensino.

A seguir são apresentados os roteiros para culto, colação de grau, jantar e baile, de acordo com a empresa Polyndia Eventos e Promoções.

✓ **Roteiro de Culto**

1. Entrada dos formandos
2. Entrada do celebrante
3. Procedimentos realizados de acordo com a religião (quando houver leituras e ofertório são realizados por formandos)
4. Homenagens
5. Benção dos formandos
6. Benção final

✓ **Roteiro de Colação de Grau**

Abaixo são mencionados os procedimentos de cerimonial de uma Solenidade de Colação de Grau, entretanto, no anexo A apresenta-se como referência o roteiro de cerimonial da UFPR (Universidade Federal do Paraná) e no anexo B o roteiro do cerimonial da PUCPR (Pontifícia Universidade Católica – Paraná).

1. Abertura
2. Composição de mesa
3. Entrada de Formandos

4. Ato cívico
5. Abertura da sessão
6. Orador da turma
7. Juramento
8. Outorga de grau
9. Homenagens
10. Discursos
11. Apresentação dos novos profissionais
12. Pronunciamento do reitor e encerramento
13. Saída dos novos profissionais

✓ **Roteiro de Jantar**

1. Entrada dos formandos
2. Homenagem aos pais
3. *Clip* dos formandos
4. Jantar

✓ **Roteiro de Baile**

1. Entrada dos formandos feita pelo chamado do nome em ordem alfabética.
2. 1ª Valsa com os padrinhos
3. 2ª Valsa com os pais, irmãos, namorados,
4. 3ª Valsa todos os presentes são convidados a dançarem
5. Organização da turma para tirar a foto geral
6. Brinde dos formandos
7. Retirada dos formandos do salão para pegarem o *Kit Festa*, quando houver (kit com óculos anos 60, pulseiras coloridas, perucas, fitilhos).
8. Anúncio dos novos profissionais e entrada com o *Kit Festa*

2.4 SERVIÇOS E FORNECEDORES

Atualmente a cidade de Curitiba conta com aproximadamente 18 empresas organizadoras de formaturas, entretanto, a maioria dessas empresas prestam serviços de assessoria, organização, foto e vídeo e os outros serviços são realizados através da parceria com fornecedores devidamente cadastrados em cada empresa.

Além das empresas organizadoras realizarem a organização e assessoria dos eventos, *geralmente trabalham também com foto e vídeo e produções de fotos e filmagens.*

Entre os serviços oferecidos por fornecedores estão: cenários, decoração, convites, grupos musicais, fogos *indoor*¹⁰, aluguel de becas e canudos, som e luz, telões e raio laser, seguranças, recepcionistas, mestre de cerimônias e *buffet*.

É importante ressaltar, que toda empresa ao trabalhar com prestação de serviços ou atendimento a clientes deve preocupar-se com a qualidade oferecida, por isso, a seguir será abordada a importância da qualidade.

2.5 QUALIDADE NO ATENDIMENTO E NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

As empresas devem ter como objetivo a melhoria contínua dos serviços prestados e constante preocupação no atendimento aos clientes, com o objetivo de corresponder às expectativas baseadas no preço estabelecido, mantendo a relação qualidade/preço melhor que a dos concorrentes. (MOLETTA, 2000, p. 41)

A qualidade passou a ser um diferencial para a organização, na medida em que possibilita lidar com a dispersão, rapidez e mobilidade de produtos, demandas,

¹⁰ Fogos *indoor* - são fogos atóxicos, não queimam e produzem pouca fumaça, são usados em ambientes internos.

capitais, etc. A qualidade de um serviço e a qualidade do atendimento é essencial ao perfeito funcionamento de qualquer empresa prestadora de serviços.

O conceito de qualidade é citado por Serra (2005, p. 9): “produto ou serviço de Qualidade é aquele que atende perfeitamente, de forma confiável, de forma acessível, de forma segura e no tempo certo, as necessidades do cliente.”

Qualidade pode ser entendida como o atendimento das exigências do cliente. A qualidade depende da integração das pessoas e para obtê-la é preciso investir na criação de um ambiente com cultura e clima organizacional favoráveis. Outro aspecto importante, ao se tratar de qualidade, é o da melhoria que deve ser constante e, para tanto, as pessoas precisam sentir-se à vontade para expressar seus pontos de vista, críticas e sugestões.

Nesse aspecto, a coesão da equipe e a liderança são fundamentais. É importante que os funcionários sejam incentivados a tomar iniciativas quando surgem eventuais problemas. Essas iniciativas ao serem colocadas em prática evitam que ocorra a “síndrome do me desculpe”, que é constrangedora e frustrante, tanto para o cliente, quanto para o funcionário.

Uma razão para a implantação de um sistema de qualidade está relacionada à vantagem competitiva sobre seus concorrentes, podendo ser um fator decisivo em uma escolha, por exemplo, entre duas empresas de mesmo padrão.

Segundo Trigo (2002, p. 68) a qualidade não está relacionada apenas com produtos caros e sim com atividades desenvolvidas com atenção, capricho, metodologia, meticulosidade, seguindo padrões bem definidos, dessa forma mantendo a qualidade total.

Ischikawa (apud Slack et al 1999, p. 505) foi considerado um pioneiro no controle de qualidade total onde demonstrou que a qualidade devia ser entendida através de uma ampla visão da empresa, e controlada em todas as suas manifestações. Além disso, Ischikawa percebia a participação do trabalhador como chave para a implementação bem sucedida pelo Controle de Qualidade Total, acreditando que o círculo de qualidade eram veículos importantes para a realização disso.

Não se pode esquecer que o funcionário é a peça fundamental para alcançar a qualidade, pois é do tratamento que os clientes recebem que se cria uma imagem positiva ou negativa. É importante conhecer as necessidades e expectativas dos

clientes. A boa imagem da empresa fica destruída diante de um atendimento de baixa qualidade. (MOLETTA, 2000, p. 40)

Serra (2005, p. 11) ao tratar sobre a qualidade do atendimento cita que:

A nova consciência de Qualidade abrange tanto a Qualidade do produto, quanto a Qualidade dos esforços do indivíduo. Trata-se de inspirar as pessoas que produzem bens e serviços para que façam o melhor possível, acrescentando novas dimensões ao desenvolvimento da Qualidade, como melhorar as relações humanas, fortalecer a comunicação, formar espírito de equipe e manter padrões éticos elevados. Aconselha-se que as organizações trabalhem com o desenvolvimento contínuo da Qualidade, que se interessem não só pela qualidade técnica e pelos ganhos financeiros, mas, também, pela Qualidade das pessoas que as compõem.

Além da qualidade no atendimento, a qualidade na prestação de serviços também é de fundamental importância. De acordo com Rodrigues et al (1997, p. 12) "serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista."

As empresas prestadoras de serviços devem apostar fundamentalmente na qualidade do elemento humano já que a excelência do serviço, condição da competitividade e sobrevivência de uma empresa, depende de como o elemento humano, está interagindo com os clientes. Esse diferencial pode ser alcançado através do treinamento e comunicação dentro do estabelecimento.

Castelli (2002, p. 71), menciona em sua obra os seguintes objetivos de educação e treinamento:

Desenvolver o raciocínio das pessoas no sentido de que elas tomem consciência dos resultados indesejáveis (problemas), visando à solução de tais problemas;
Desenvolver nas pessoas a sensibilidade e a tenacidade para as mudanças, a fim de buscarem sempre novas maneiras de fazer bem feito aquilo que estão fazendo;
Desenvolver nas pessoas a consciência de que a empresa é sua, no sentido de mostrar ao funcionário que a empresa não é um local de castigo, mas pelo contrário, ela pode fazer parte do seu projeto de vida. Por isso ele deve lutar pela empresa, pela sua sobrevivência.

Tanke (2004, p. 187) define treinamento como: "Um processo sistemático por meio do qual os recursos humanos adquirem conhecimentos e desenvolvem

aptidões pela instrução e por atividades práticas que resultam em melhor desempenho”.

O treinamento de funcionários é muito importante para a qualidade da prestação de serviços, com treinamentos os funcionários sentem-se mais seguros e preparados para executar as tarefas designadas.

De acordo com Moletta (2000, p. 40) é importante fazer um diagnóstico dos serviços, ou seja, verificar como as tarefas estão sendo desempenhadas, identificar as falhas e possíveis melhorias. Também é importante estabelecer condutas de atendimento e padrões de serviços para atender as necessidades e expectativas dos clientes.

Porém, segundo Barbalho e Barbosa (1997, p. 35) a gestão pela qualidade está diretamente associada “às oportunidades de fornecimento de serviços que visam a excelência da performance, à satisfação do cliente, à melhoria da produtividade e da eficiência, através da redução máxima de custos, além da necessidade de aumento participativo no mercado”. Essa visão implica uma abordagem mais ampla de um sistema de qualidade, envolvendo desde as tarefas do cotidiano até as políticas de desenvolvimento e formação de recursos humanos.

A qualidade, tanto de produtos quanto de serviços, envolve diversas dimensões, essas dimensões são mais precisamente requisitos analisados pelos clientes através de seu ponto de vista. Portanto, para alcançar a qualidade total é necessário que a empresa tenha essas dimensões voltadas para atender às necessidades e expectativas do cliente.

A qualidade, segundo Serra (2005, p. 13), pode ser analisada através das 8 dimensões à seguir :

Desempenho: atende a finalidade de uso;

Confiabilidade: probabilidade de falhas num determinado período;

Característica: características secundárias que suplementam o funcionamento básico do produto;

Conformidade: verificar se o produto está de acordo com as especificações do projeto;

Durabilidade: devido à deteriorização dos produtos, os mesmos devem ser substituídos;

Atendimento: o atendimento deve ser excelente;

Estética: correspondente a aparência física do produto;

Qualidade percebida: Somatório de todas as dimensões da qualidade.

As 8 dimensões acima são muito importantes para a compreensão da qualidade na prestação de serviços e no atendimento.

Dessa forma, a busca de qualidade deve permear todos os sistemas de gestão na busca de soluções adequadas à política de gestão da empresa, e não somente um item, um produto ou um serviço dentro da empresa. É importante não perder de vista a satisfação das necessidades do cliente.

Nesse contexto, no próximo capítulo será apresentado um estudo de caso e a tabulação dos resultados da pesquisa que buscou analisar a qualidade do atendimento e qualidade dos serviços prestados pela empresa Pontual Decorações que atua no segmento de decorações e cenários para formaturas.

CAPÍTULO 3 – ESTUDO DE CASO DA EMPRESA PONTUAL DECORAÇÕES

Dentre as diversas empresas de decorações e cenários para formaturas, este trabalho escolheu para o estudo de caso a empresa Pontual Decorações, que está no mercado há 7 anos, porém, seus diretores possuem experiência no segmento de eventos. A referida empresa foi escolhida por dois fatores determinantes, o primeiro por ser a única empresa de Curitiba no segmento que não terceiriza algum serviço ou produto. As empresas que trabalham tanto com decoração quanto com cenário geralmente terceirizam um dos dois serviços. O segundo fator deu-se ao fato da autora deste estudo trabalhar na empresa em questão, o que facilitou a obtenção de alguns dados.

A Pontual era uma empresa especificamente de decorações de eventos, tendo, entretanto, seu foco principal nos eventos de formaturas, e nos dois últimos anos começou a se especializar também no mercado de cenários, tendo hoje como clientes uma grande parcela das comissões de formaturas da cidade de Curitiba, devido ao fato de atender diversas empresas organizadoras de formaturas como a Polyndia Eventos e Promoções, a Originale Formaturas, a Show News, a Emporium Eventos, a M3 Produções, a Vitória Formaturas e diversas comissões de formaturas que não tem uma empresa organizadora. Além disso, ao analisar os contratos fechados pode-se perceber que hoje de 100% de contratos 90% inclui decoração e cenário.

A empresa está localizada na Rua Coronel Ailton Plaisant, nº 204, no bairro Santa Quitéria no município de Curitiba/PR, onde possui o escritório, tendo seu depósito de materiais em outro endereço.

Pensando em proporcionar total conforto e comodidade aos seus clientes a empresa está construindo sua nova sede com uma estrutura projetada e planejada propriamente para o segmento em que atua. A empresa contará com um prédio em três andares, onde funcionará o seu novo escritório.

3.1 ESTRUTURA

A Pontual Decorações possui uma estrutura completa. Conta com seis departamentos que auxiliam o processo de organização para execução e montagem dos cenários e decorações para as formaturas. São eles: o departamento comercial 1 e 2; o departamento de projetos, departamento de produção e montagem, departamento administrativo e financeiro e departamento de recursos humanos. Abaixo segue a descrição de cada departamento.

✓ Departamento Comercial 1

Equipe que atua diretamente atendendo as comissões de formaturas nas instituições de ensino, no próprio escritório ou na Polyndia Eventos e Promoções que é uma de suas maiores clientes. O departamento comercial 1 realiza os primeiros contatos com as comissões de formaturas e faz todos os atendimentos antes do contrato fechado.

✓ Departamento Comercial 2

Após a assinatura do contrato, as comissões de formatura passam a contar com a mais completa estrutura de assessoria para seus eventos.

O departamento comercial 2 é responsável pelo agendamento de reuniões, elaboração de contratos, elaboração de adendos, atendimento das comissões, contratação de outros serviços vendidos pela empresa, porém, realizados por fornecedores.

✓ Departamento de Projetos

Após a realização da primeira reunião o departamento de projetos faz a elaboração de algumas opções de projetos de cenário específicos para cada turma. O departamento é o responsável pela criação e execução computadorizada de toda parte cenográfica, apresentando inúmeras situações de efeitos e exclusividade, assim como também é responsável pela definição dos cenários diretamente com as comissões de formatura.

✓ Departamento de Produção e Montagem

Produz a maior parte dos materiais utilizados nos eventos, culto, colação, jantar e baile e são os responsáveis pela montagem dos cenários e decorações de todos os eventos.

✓ Departamento Administrativo e Financeiro

Responsável pela negociação de pagamento com as comissões de formatura. Confeção de boletos bancários e envio. Responsável por todas as contas a pagar e a receber. Responsável pelas rotinas administrativas.

✓ Departamento de Recursos Humanos

Responsável pelas entrevistas e contratações de novos funcionários, folha de ponto, controle de horas extras, férias, contratação de *free lancers*¹¹ e todos os serviços relacionados aos funcionários.

Ao analisar a estrutura organizacional da empresa percebe-se a falta de um Departamento de Marketing, que cuide da qualidade do atendimento aos clientes e da qualidade dos serviços prestados. Devido a isso, este trabalho realizou uma pesquisa relacionada ao atendimento das comissões de formaturas e qualidade dos serviços prestados pela empresa Pontual Decorações no que se refere à montagem de cenários e decorações dos eventos.

3.2 METODOLOGIA

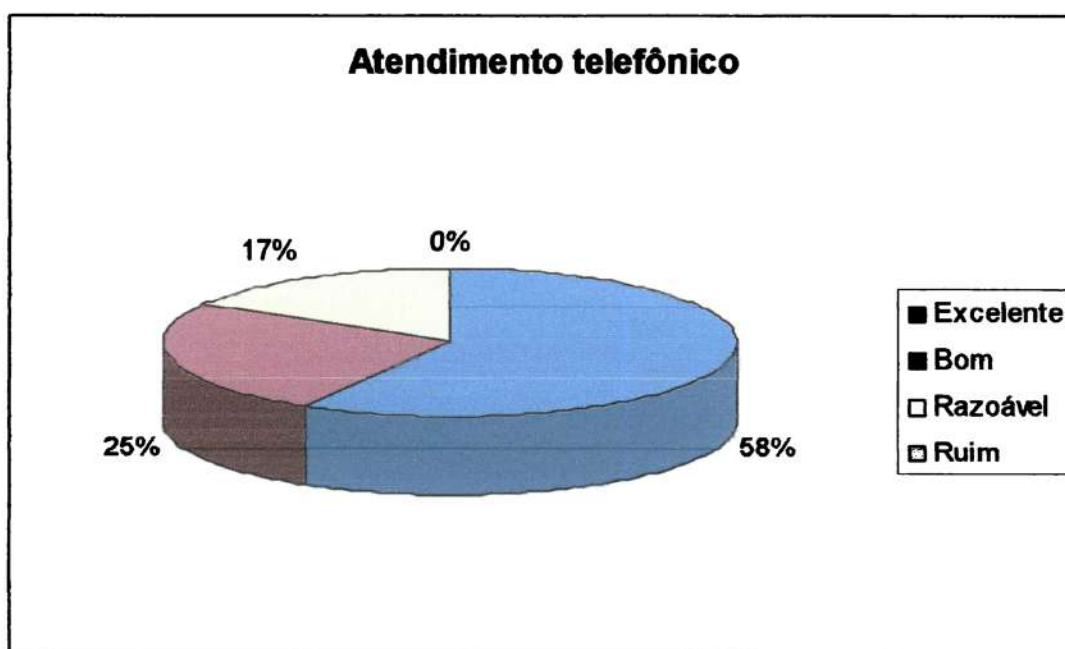
Para a compreensão do tema, a investigação sobre turismo, turismo de eventos e eventos em si iniciou – se com uma pesquisa bibliográfica, que de acordo com Dencker (1998, p. 125) é:

Desenvolvida a partir de material já elaborado: livros e artigos científicos. Embora existam pesquisas apenas bibliográficas, toda pesquisa requer uma fase preliminar de levantamento da literatura existente para elaboração conceitual e definição dos marcos teóricos.

¹¹ Free lancers – pessoas contratadas para trabalhar um dia, um período ou que fazem seu trabalho em sua própria casa

O primeiro questionário referiu-se a qualidade no atendimento, na primeira questão foi questionado sobre o atendimento telefônico. De acordo com os questionários 58% das comissões de formaturas afirmaram que o primeiro atendimento telefônico da empresa em questão foi excelente. Entre os 17% que escolheram a opção razoável citaram em suas justificativas, o longo tempo de espera na linha ao transferir a ligação para o departamento responsável, que não havia ninguém do departamento responsável que pudesse atendê-lo no momento da ligação, demora para retornar a ligação.

GRÁFICO 1 – ATENDIMENTO TELEFÔNICO

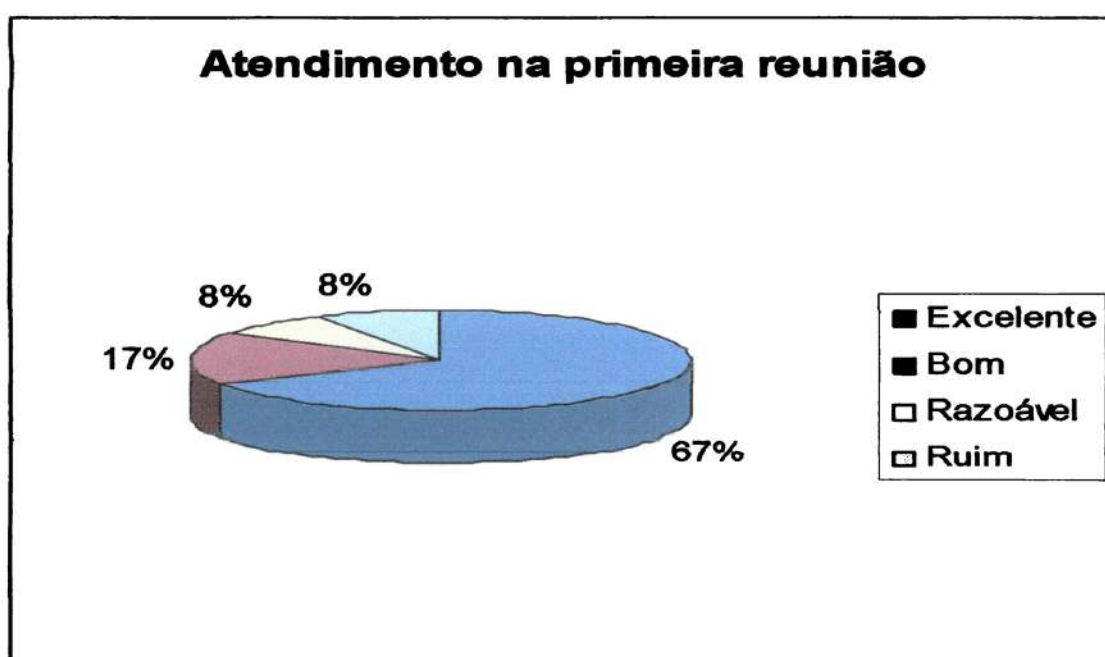


Fonte: ARAÚJO, Lucimara Varini de. Curitiba, Pesquisa de Campo, 2007.

A segunda pergunta questionou sobre o atendimento da empresa na primeira reunião realizada com a comissão de formatura, e neste caso o gráfico abaixo mostra que 67% das comissões disseram que o atendimento foi excelente. Entretanto, 8% afirmaram ter sido ruim o atendimento na primeira reunião. Dentre as justificativas das comissões que disseram que a primeira reunião foi razoável ou ruim estão: o assessor comercial era novo e não dominava o assunto, o assessor

parecia perdido na reunião, o assessor queria impor sua opinião, o assessor não sabia responder algumas perguntas. Entretanto, as comissões que escolheram as opções excelentes e bom, justificaram dizendo que o assessor comercial ajudou em muitas dúvidas, que o assessor deu diversas idéias, que deu suas opiniões, porém, sem impor as mesmas, que foi muito educado e simpático.

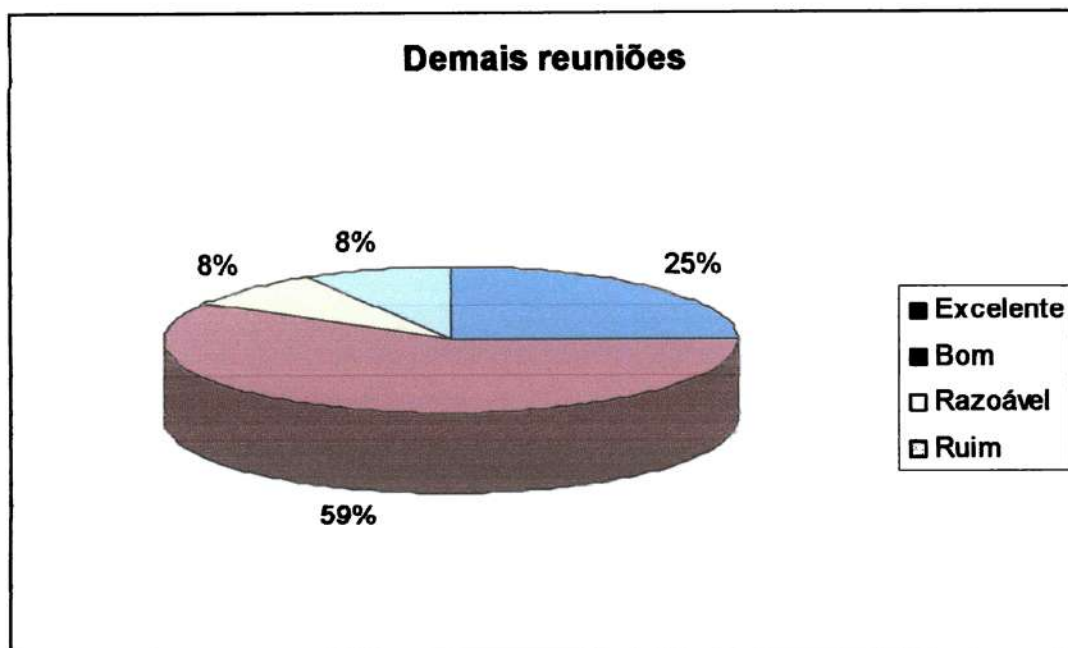
GRÁFICO 2 – ATENDIMENTO NA PRIMEIRA REUNIÃO



Fonte: ARAÚJO, Lucimara Varini de. Curitiba, Pesquisa de Campo, 2007.

Quando questionados sobre as demais reuniões que aconteceram a grande maioria (59%) afirmou terem recebido atendimentos bons, 25 % disseram que os demais atendimentos foram excelentes, 8% disseram terem sido razoáveis e 8% afirmaram que foram ruins as demais reuniões, justificando que o assessor que os atendeu não foi o mesmo que atendeu das outras vezes, que foram atendidos por diversas pessoas diferentes.

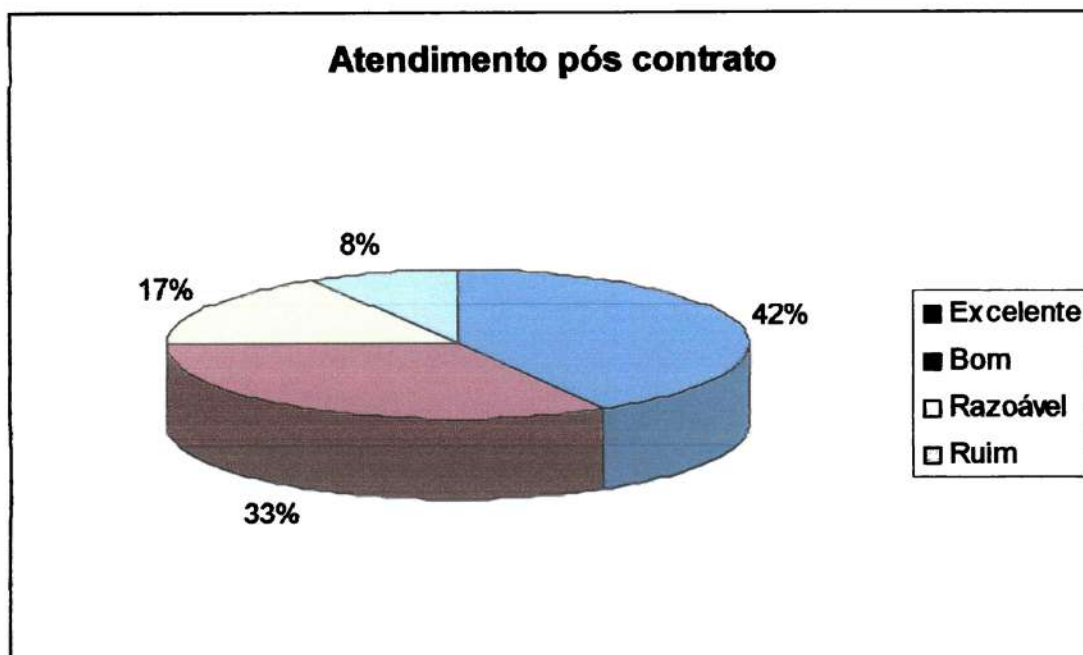
GRÁFICO 3 – DEMAIS REUNIÕES



Fonte: ARAÚJO, Lucimara Varini de. Curitiba, Pesquisa de Campo, 2007.

A quarta pergunta referiu-se ao atendimento que a empresa prestou às comissões de formaturas após a assinatura do contrato. Nesta questão observou-se a necessidade de se atender melhor os cursos após o contrato fechado, pois embora 42% das comissões declararem ter recebido um excelente atendimento e 33% terem um atendimento bom, 17% foram razoavelmente atendidos e 8% tiveram um atendimento pós contrato ruim, essas comissões afirmaram que tiveram problemas após a assinatura do contrato devido ao fato do mesmo ter sido negociado com uma pessoa e após isso outras pessoas passaram a atendê-las e também devido a dificuldade de se conseguir falar com o assessor responsável pelo contrato fechado com a turma.

GRÁFICO 4 – ATENDIMENTO PÓS-CONTRATO

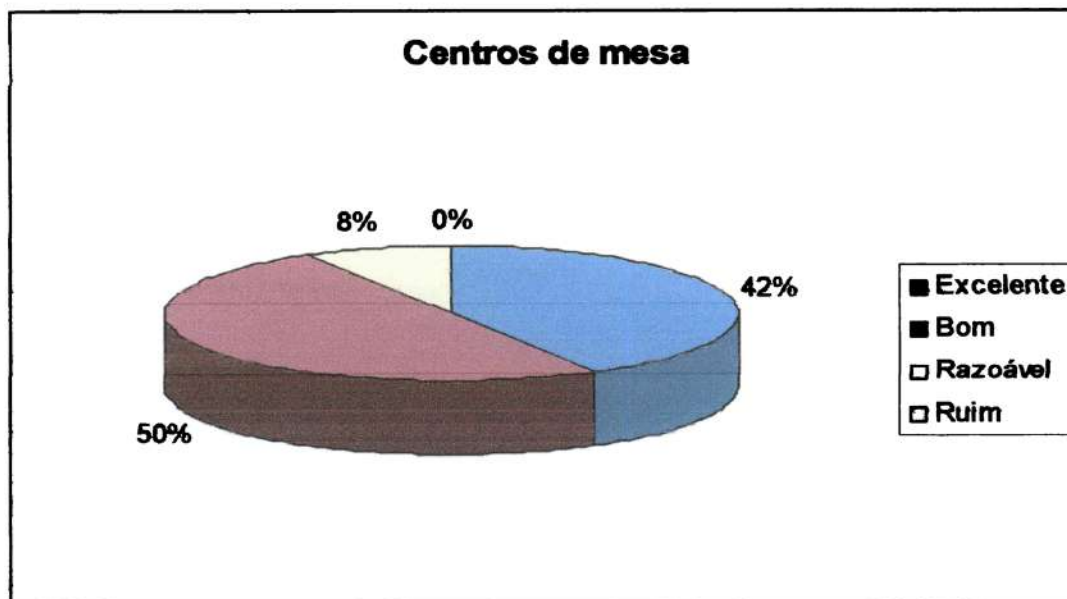


Fonte: ARAÚJO, Lucimara Varini de. Curitiba, Pesquisa de Campo, 2007.

O segundo questionário enviado as comissões de formatura referiu-se à qualidade nos serviços que a empresa prestou.

A primeira pergunta do questionário teve como intuito analisar os materiais que foram utilizados na montagem dos cenários das Colações de Grau. Neste serviço 67% das comissões de formatura afirmaram que o material utilizado estava bom, entretanto, 8% das comissões escolheram a alternativa razoável, em suas justificativas citaram que os tecidos utilizados no cenário estavam com furos e a que mesa diretiva não estava bem pintada.

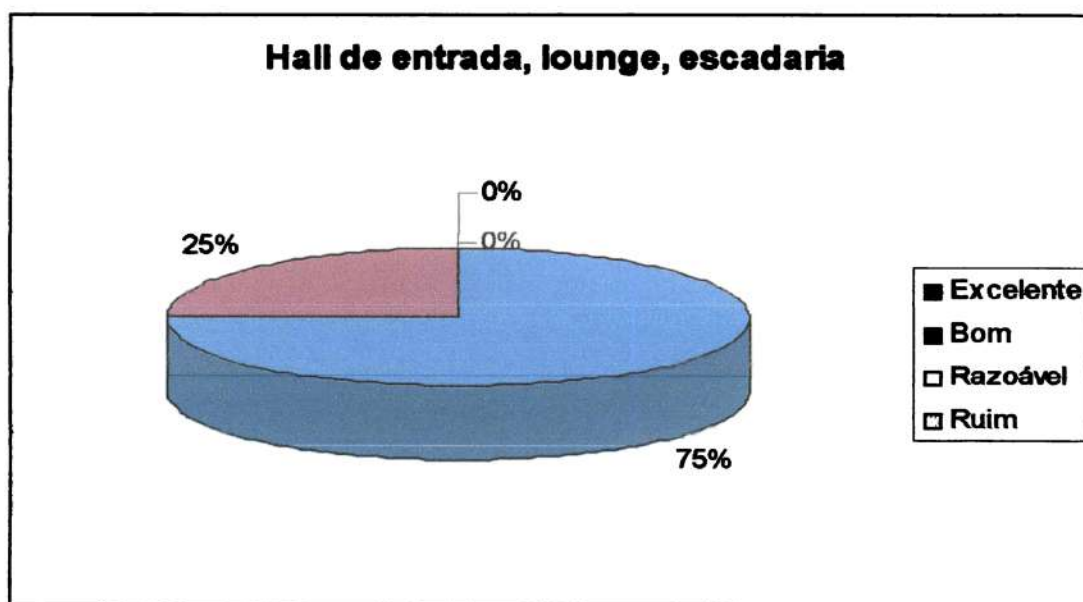
GRÁFICO 9 – CENTROS DE MESA



Fonte: ARAÚJO, Lucimara Varini de. Curitiba, Pesquisa de Campo, 2007.

Nota-se ao analisar o gráfico a seguir que no que referiu-se ao *hall* de entrada, *lounge* e decoração para escadaria a empresa não teve nenhuma reclamação, pelo contrário, notou-se que a empresa tem uma grande experiência e dedicação nesses serviços citados.

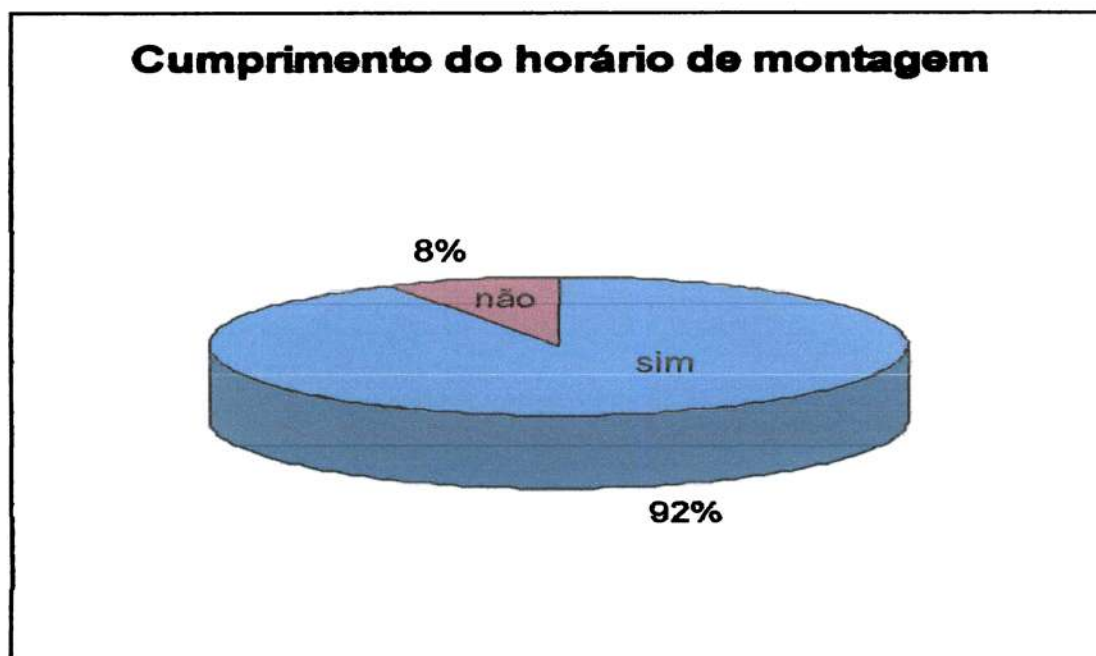
GRÁFICO 10 – HALL DE ENTRADA, LOUNGE, ESCADARIA



Fonte: ARAÚJO, Lucimara Varini de. Curitiba, Pesquisa de Campo, 2007.

Referente ao cumprimento do horário para a montagem dos eventos 92% dos respondentes afirmaram que a empresa cumpriu com os horários estabelecidos em contrato.

GRÁFICO 11 – CUMPRIMENTO DO HORÁRIO DE MONTAGEM



Fonte: ARAÚJO, Lucimara Varini de. Curitiba, Pesquisa de Campo, 2007.

Quanto ao descumprimento de itens acordados entre a comissão de formatura e a empresa, 17% mencionaram que a empresa não cumpriu com o prometido, justificando que a mesma não levou as flores de homenagem aos pais que não estava em contrato, mas que foi solicitado pela comissão.

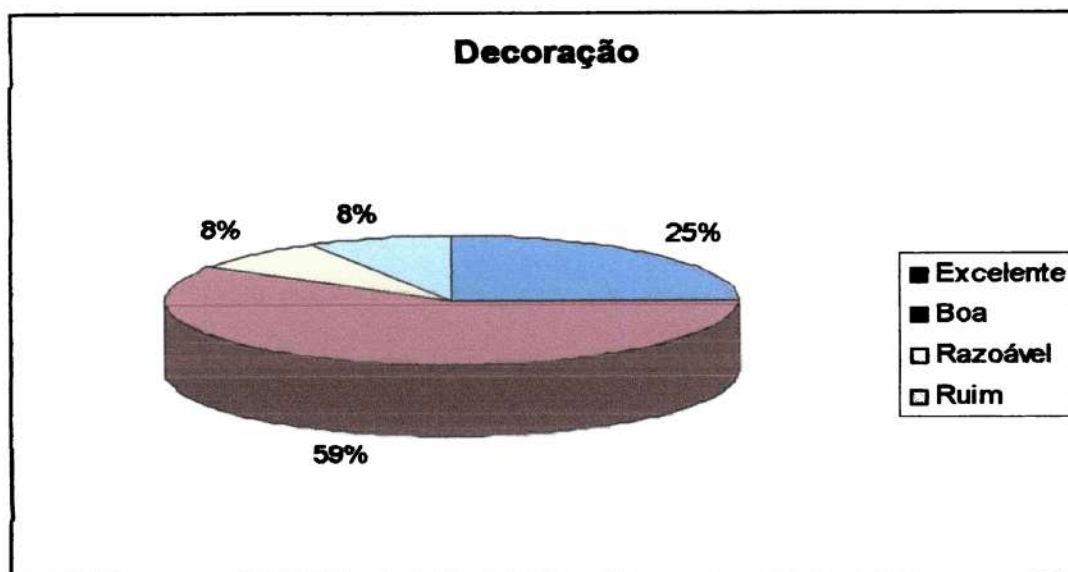
GRÁFICO 12 – DESCUMPRIMENTO DE ITENS

Fonte: ARAÚJO, Lucimara Varini de. Curitiba, Pesquisa de Campo, 2007.

Referente à qualidade da decoração em geral observou-se no gráfico 13 que 59% afirmaram estar boa e 25% excelente, o que levou a percepção de que em geral a empresa Pontual Decorações prestou um serviço de qualidade, devendo apenas se atentar para alguns detalhes, mas que são de fundamental importância para o brilho dos eventos.

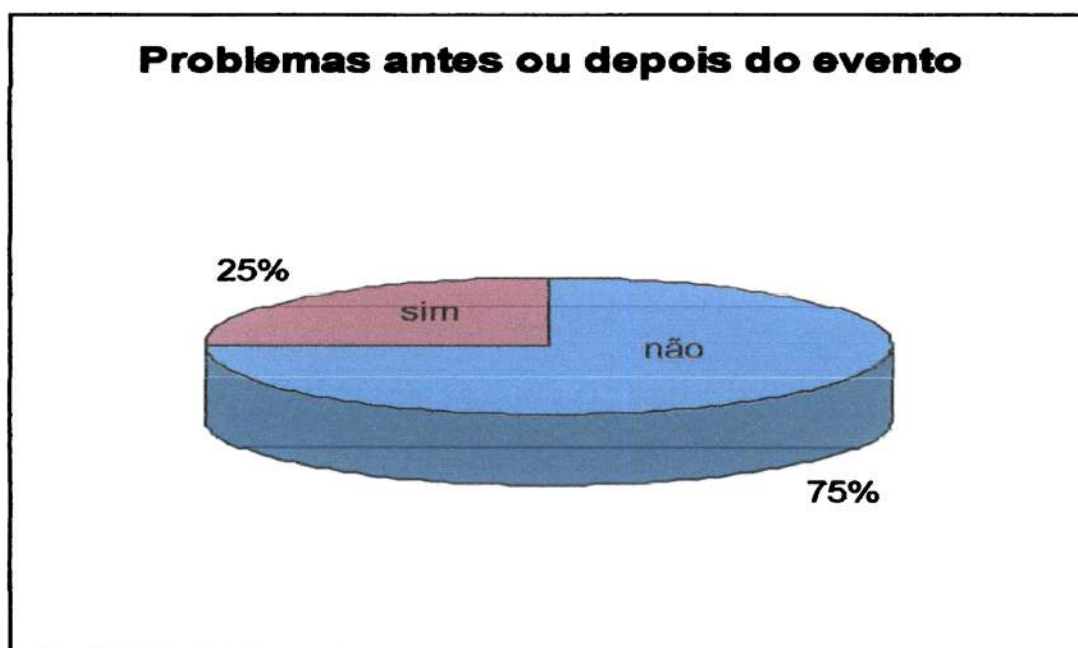
Ao analisar o gráfico 14 referente aos problemas que aconteceram antes ou depois dos eventos e que não foi citado nas outras perguntas, percebeu-se que 25% citaram que tiveram problemas com horários para serem atendidos, pois a empresa disponibilizou apenas 1 assessor para atender à noite e problemas com negociação de pagamento e negociação de valores, quando foi substituído o assessor que atendia a turma.

GRÁFICO 13 - DECORAÇÃO



Fonte: ARAÚJO, Lucimara Varini de. Curitiba, Pesquisa de Campo, 2007.

GRÁFICO 14 – PROBLEMAS ANTES OU DEPOIS DO EVENTO



Fonte: ARAÚJO, Lucimara Varini de. Curitiba, Pesquisa de Campo, 2007.

3.4 CONSIDERAÇÕES SOBRE A PESQUISA

Ao analisar os gráficos apresentados nota-se que a empresa Pontual Decorações prestou serviços de qualidade, entretanto, é preciso que a empresa esteja atenta para alguns itens que foram mencionados nas justificativas das respostas tais como: a demora de retorno das ligações, a troca de assessores para uma mesma turma, preparar novos assessores antes do mesmo começar a atender às comissões, dificuldades de falar com alguns assessores, analisar materiais de cenário e estúdio antes dos eventos, qualidade das flores, prazo de entrega dos projetos de cenário, cumprimento de itens que não estavam em contrato, mas que foram prometidos, entre outros.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO 1 DE PESQUISA COM AS COMISSÕES DE FORMATURAS CLIENTES DA PONTUAL DECORAÇÕES

Favor responder a pesquisa referente à qualidade no atendimento da empresa Pontual Decorações. Favor justificar sua resposta quando necessário. Agradecemos à colaboração.

1. Como foi o primeiro atendimento pelo telefone?

() Excelente () Bom () Razoável () Ruim

2. O atendimento na primeira reunião realizada foi...

() Excelente () Bom () Razoável () Ruim

3. Como foi o atendimento nas reuniões que aconteceram depois?

() Excelente () Bom () Razoável () Ruim

4. Como foi o atendimento depois do contrato fechado?

() Excelente () Bom () Razoável () Ruim

Observações:

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO 2 DE PESQUISA COM AS COMISSÕES DE FORMATURAS CLIENTES DA PONTUAL DECORAÇÕES

Favor responder a pesquisa referente à qualidade nos serviços prestados pela empresa Pontual Decorações. Favor justificar sua resposta quando necessário.

Agradecemos à colaboração.

COLAÇÃO DE GRAU

1. A qualidade do material utilizado para o Cenário foi...

() Excelente () Boa () Razoável () Ruim

2. Com relação à qualidade das flores utilizadas na decoração.

() Excelente () Boa () Razoável () Ruim

3. Como foi a qualidade dos materiais utilizados em estúdio?

() Excelente () Boa () Razoável () Ruim

4. A empresa cumpriu com os horários e prazos estipulados?

() Sim () Não

JANTAR OU BAILE

5. Como estavam os centros de mesa do baile?

() Excelente () Bom () Razoável () Ruim

6. O que você achou da decoração do *hall* de entrada, *lounge* e/ou escadaria?

() Excelente () Bom () Razoável () Ruim

7. O horário de montagem foi cumprido conforme o combinado em contrato?

() Sim () Não

8. Teve algum item que havia sido combinado e não foi cumprido no dia do evento? Especifique

() Sim () Não

9. Com relação à qualidade da decoração.

() Excelente () Bom () Razoável () Ruim

10. Existe algum outro item relacionado à Pontual Decorações que não foi citado nas perguntas anteriores, mas que foi um problema antes da realização do evento ou depois?

() Sim () Não

Qual? _____

Observações:
