

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

WALKÍRIA RENATA C. RAMOS

**ANGELLUS ONLINE CWB – EMPRESA DE RECURSOS HUMANOS PARA
EVENTOS EM CURITIBA**

**CURITIBA
2007**

WALKÍRIA RENATA C. RAMOS

**ANGELLUS ONLINE CWB – EMPRESA DE RECURSOS HUMANOS PARA
EVENTOS EM CURITIBA**

Trabalho de Graduação apresentado às disciplinas de Orientação e Supervisão de Estágio e Projeto de Turismo em Planejamento e Gestão de Eventos II (HTT 167) e Projeto de Turismo em Planejamento e Gestão de Eventos II, (HTT169) como requisito parcial para conclusão do Curso de Turismo – ênfase em Planejamento e Gestão de Eventos; do Departamento de Turismo, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Dr. MIGUEL BAHL

**CURITIBA
2007**

Este trabalho é dedicado aos estudantes e professores do Curso de Turismo da Universidade Federal do Paraná, como forma de recompensar os anos de estudo e dedicação em prol do reconhecimento dos profissionais que atuam na atividade turística.

AGRADECIMENTOS

Para a realização deste trabalho, em meio a tantas dúvidas e obstáculos, muitos foram importantes neste um ano de dedicação e perseverança.

Primeiramente, tenho a agradecer a Deus, pela oportunidade de ter passado em um vestibular tão concorrido como o da Universidade Federal do Paraná e ter dado continuidade nesses quatro anos de vida acadêmica intensa.

A minha família, em especial minha mãe, quero agradecer o carinho, apoio, conselhos e paciência, durante este ano tão estressante, em que mesmo nos momentos de maiores dúvidas e desafios, ela estava ao meu lado me guiando com suas palavras doces e suas sábias filosofias.

Quero dizer “muito obrigada” aos amigos antigos, da turma de 2003, com os quais passei ótimos momentos dentro e fora de sala de aula, viagens inesquecíveis, companheirismo para toda a vida, e também, aos novos amigos, antes meus calouros, e hoje pessoas que me acolheram muito bem ao “cair de pára-quedas” em uma turma desconhecida e já formada em “panelinhas”.

À amiga Juliana Krulikowski, que provou sua verdadeira amizade ao me apoiar durante todo o período da realização deste trabalho, quero oferecer um agradecimento especial, pelo companheirismo e pelas palavras de conforto, quando pensei que esta jornada seria impossível.

Ao André Dal Molin, não tenho palavras para agradecer pela sua paciência, amor, companheirismo, pelos dias gastos nas bibliotecas e seus livros sem fim, pelas sugestões e críticas que me fizeram perseverar e acreditar que este momento de realização pessoal seria possível.

Em especial, quero agradecer a confiança do Professor Miguel Bahl depositada em mim e no meu trabalho, pelos dias de conselhos, pelas “palavras de pai”, por me fazer acreditar que eu posso ir além do que eu imagino e que não há limites para os que realmente querem crescer profissionalmente, pessoalmente e espiritualmente.

"Tente mover o mundo. O primeiro passo será mover a si mesmo."

Platão

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO

Título: Angellus Online Cwb – Empresa de Recursos Humanos para Eventos em Curitiba

Autora: Walkíria Renata Corrêa Ramos

Resumo: Este trabalho apresenta a relação entre a administração de recursos humanos e a qualidade no serviço final apresentado ao cliente, demonstrando a importância da capacitação e “reciclagem” profissional como instrumento de motivação e, conseqüentemente, produtividade. Esta relação é abordada para a atividade turística, especificamente para o segmento de eventos em Curitiba.

Instituição: Universidade Federal do Paraná – UFPR (Curso de Turismo)

Local: Rua Dr. Faivre, nº 405 – 3º Andar (Departamento de Turismo)

Período: 2º Semestre de 2007

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – EMPRESAS COM UM RESPONSÁVEL OU DEPARTAMENTO ESPECÍFICO DE RECURSOS HUMANOS.....	39
GRÁFICO 2 A – TREINAMENTOS PARA O DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL DAS EQUIPES.....	40
GRÁFICO 2 B – A ROTATIVIDADE DE FUNCIONÁRIOS COMO UM DOS PRINCIPAIS MOTIVOS PARA NÃO TREINAR EQUIPES.....	40
GRÁFICO 3 – FREQUÊNCIA DE TREINAMENTOS.....	41
GRÁFICO 4 A – REALIZAÇÃO DE PESQUISAS DE CLIMA E AVALIAÇÕES DE DESEMPENHO.....	42
GRÁFICO 4 B – REALIZAÇÃO DE PESQUISAS DE SATISFAÇÃO DOS CLIENTES.....	42
GRÁFICO 5 A – INFORMAÇÕES DIVULGADAS AOS FUNCIONÁRIOS.....	43
GRÁFICO 5 B – FORMULAÇÃO DE METAS E SOLUÇÕES EM CONJUNTO PARA OS PROBLEMAS APRESENTADOS.....	44
GRÁFICO 6 A – INTERESSE DAS EMPRESAS EM INVESTIR NA QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL DE FUNCIONÁRIOS.....	44
GRÁFICO 6 B – MEIOS DE CAPACITAÇÃO DE PROFISSIONAIS A SEREM UTILIZADOS PELAS EMPRESAS.....	45
GRÁFICO 7 A – PARTICIPAÇÃO EM PROGRAMAS DE CAPACITAÇÃO/DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL.....	46
GRÁFICO 7 B – FREQUÊNCIA DOS TREINAMENTOS/CURSOS/OUTROS PARA CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL.....	47
GRÁFICO 7 C – MOTIVO PELO QUAL OS FUNCIONÁRIOS NÃO PARTICIPAVAM DOS TREINAMENTOS.....	47

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – ASPECTOS MAIS IMPORTANTES PARA A QUALIFICAÇÃO
PROFISSIONAL..... 48

QUADRO 2 – ANGELLUS ONLINE CWB X CONCORRENTES..... 56

QUADRO 3 – MÓVEIS E EQUIPAMENTOS..... 62

QUADRO 4 – CAPITAL DE GIRO..... 63

QUADRO 5 – ESTIMATIVA DE FATURAMENTO MENSAL DA EMPRESA..... 64

QUADRO 6 – DEMONSTRATIVO DE ENTRADAS E SAÍDAS DO FATURAMENTO
MENSAL DA EMPRESA..... 66

QUADRO 7 – MATRIZ F.O.F.A..... 67

LISTA DE ABREVIATURAS

ABNT	- Associação Brasileira de Normas Técnicas
BNE	- Banco Nacional de Empregos
CBEJ	- Confederação Brasileira de Empresas Juniores
CCVB	- <i>Conventions & Visitors Bureau</i>
CIEE	- Centro de Integração Escola – Empresa
GESTOUR	- Rede Integrada de Municípios Interativos
ICCA	- <i>International Congress and Convention Association</i>
INPI	- Instituto Nacional de Propriedade Industrial
MTUR	- Ministério do Turismo
PNUD	- Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
PROCON	- Coordenadoria Municipal de Política e Defesa do Consumidor
SEBRAE	- Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SETU	- Secretaria de Estado do Turismo Paraná
UFPR	- Universidade Federal do Paraná

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
1 EMBASAMENTO TEÓRICO.....	15
1.1 TURISMO E EVENTOS.....	18
1.2 EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS.....	21
1.3 DEMANDA EM EVENTOS.....	22
1.4 GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS.....	23
1.4.1 Processo de seleção – habilidades essenciais aos profissionais de turismo de eventos.....	24
1.4.2 Motivação através da capacitação profissional.....	25
1.4.3 Clima e cultura organizacional.....	26
1.5 CONCEITO DE QUALIDADE – FOCO NO ATENDIMENTO AO CLIENTE.....	28
1.5.1 Certificação de qualidade para a atividade turística – foco no atendimento ao cliente.....	29
1.6 CONSIDERAÇÕES SOBRE O EMBASAMENTO TEÓRICO – RELAÇÃO ENTRE GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS E QUALIDADE NO ATENDIMENTO AO CLIENTE.....	30
2 PESQUISA DE CAMPO.....	33
2.1 METODOLOGIA.....	34
2.1.1 Tipos de pesquisa.....	34
2.1.2 Delimitação da pesquisa.....	34
2.1.3 Amostragem.....	36
2.2 COLETA DE DADOS.....	37
2.2.1 Construção do instrumento de coleta de dados.....	38
2.3 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS.....	38
2.3.1 Entrevista com proprietários ou gerentes que se reportassem ao atendimento ao cliente nas empresas organizadoras de eventos em Curitiba.....	39
2.3.2 Questionário aplicado aos funcionários das empresas organizadoras de eventos em Curitiba.....	46
2.4 ANÁLISE E CONCLUSÃO GERAL DOS DADOS OBTIDOS.....	49

3 DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO.....	52
3.1 DESCRIÇÃO.....	52
3.1.1 Missão da empresa.....	53
3.2 PROPOSTAS PARA O DESENVOLVIMENTO.....	53
3.3 ESTRATÉGIAS DE VIABILIDADE.....	55
3.3.1 Estratégias de divulgação.....	55
3.3.1.1 Logotipo.....	55
3.3.2 Público-alvo.....	56
3.3.3 Estudo dos concorrentes.....	56
3.3.4 Estudo dos fornecedores.....	58
3.3.5 Descrição dos serviços.....	59
3.3.6 Estratégias de comercialização.....	60
3.3.7 Localização da empresa.....	60
3.3.8 Layout da empresa.....	60
3.3.9 Processos operacionais.....	60
3.3.10 Serviços terceirizados.....	61
3.3.11 Parcerias.....	61
3.4 FONTES DE RECURSOS.....	61
3.4.1 Estimativas de investimentos fixos.....	61
3.4.2 Capital de giro.....	63
3.4.3 Estimativa de retorno mensal.....	64
3.4.4 Retorno financeiro mensal x gastos mensais.....	66
3.4.5 Avaliação estratégica.....	66
3.5 CONSIDERAÇÕES FINAIS DO PROJETO.....	68
CONCLUSÃO.....	70
REFERÊNCIAS.....	73
APÊNDICES.....	78
ANEXOS.....	87

INTRODUÇÃO

Curitiba é um destino voltado para o turismo de negócios e eventos devido seu alto grau de organização social e urbana e uma infra-estrutura de hotéis e espaços para eventos em constante desenvolvimento.

Segundo o *Conventions & Visitors Bureau* de Curitiba - CCVB (2007), a cidade possui 150 hotéis e *flats* com cerca de 18.000 leitos disponíveis, com tarifas em média 30% mais baixas se comparadas às outras capitais brasileiras. Além disso, há espaços para eventos com localização estratégica na cidade e na região metropolitana que podem atender diversos tipos e tamanhos de acontecimentos programados.

Essa mesma entidade de turismo registrou em pesquisa realizada no início de 2007 que, o número de eventos científicos aumentou de 96 para 140 entre os anos de 2004 e 2006, gerando um aumento de movimentação econômica no Paraná de US\$ 22,5 milhões para US\$ 59,1 milhões (CCVB, 2007).

Para atender essa crescente demanda por organização e realização de eventos em Curitiba, as empresas locais desse segmento do turismo necessitam estar preparadas, tanto no sentido tecnológico (equipamentos) como possuir um quadro de funcionários com habilidades que se complementem a fim de desenvolver projetos satisfatórios na visão dos clientes e estarem aptas a concorrer com empresas organizadoras de outras regiões próximas a Curitiba.

Dessa forma, as organizadoras de eventos em Curitiba devem trabalhar com um quadro de funcionários com desenvolvimento profissional condizentes com a exigência e perfil de clientes e eventos que pretendem realizar.

A falta de qualificação profissional pela ausência de treinamento e desenvolvimento de habilidades individuais e coletivas nas empresas turísticas, inserindo as organizadoras de eventos, de acordo com Pimenta (2004) é reflexo do alto índice de rotatividade no quadro de funcionários que podem ser motivados pelos baixos salários, oportunidades melhores fora da atividade turística, problemas de relacionamento no local de trabalho, falta de organização interna das empresas, entre outros.

O Ministério do Turismo, no Plano Nacional de Turismo (2007, p. 39) cita essa rotatividade no quadro de funcionários das empresas turísticas como sendo uma

ameaça à qualidade do produto final apresentado ao turista e a necessidade de desenvolvimento profissional para o setor.

Portanto, pode-se afirmar que a qualidade dos serviços em eventos está diretamente ligada à formação de recursos humanos em turismo, haja vista que os serviços turísticos como um todo, estão em um plano holístico, ou seja, cada tipo de serviço tem seu funcionamento e planejamento próprios, mas todos eles são partes de um todo que deve funcionar de forma harmônica para melhor atender as necessidades da demanda turística.

Dessa forma, uma das importantes partes do turismo em Curitiba é o segmento de eventos que, se desenvolvido sob o foco da qualidade no atendimento ao cliente, poderá ser considerado responsável por complementar os eixos que formam a qualidade total do turismo neste município e região.

O presente trabalho, portanto, discorre sobre a importância da qualificação da mão-de-obra e reciclagem profissional na administração de recursos humanos voltada ao produto/serviço final: o atendimento ao cliente.

A análise, resultados de pesquisa e o projeto final contemplam o mercado de turismo de eventos em Curitiba, inter-relacionando os pontos-chave: qualificação profissional x qualidade nos serviços.

Dessa forma, o problema central deste trabalho foi o de verificar quanto ao interesse dos profissionais e empresas organizadoras de eventos em Curitiba em participar e/ou investir na qualificação profissional visando a qualidade no atendimento ao cliente, sendo orientado pelas hipóteses de não haver interesse das organizadoras de eventos em investir em qualificação de mão-de-obra devido à rotatividade de funcionários e, por parte dos funcionários de não haver interesse, tempo e dinheiro para participar de treinamentos, cursos, entre outros para a qualificação e reciclagem profissional.

Seguindo uma linha progressiva de raciocínio, o trabalho divide-se em três partes principais, servindo as duas primeiras como base fundamental de orientação e subsídios ao desenvolvimento do projeto.

A primeira parte é constituída pelo embasamento teórico do trabalho, trazendo informações estatísticas de instituições como o *Convention & Visitors Bureau* de Curitiba, Ministério do Turismo, Secretaria de Estado do Turismo – Paraná, *International Congress and Convention Association*, além de abordagens de autores do turismo, administração em recursos humanos e qualidade, utilizados

como fontes primárias base para este trabalho como: Maria Alzira Pimenta, Idalberto Chiavenato e Edward Deming, respectivamente.

A Gestão de Recursos Humanos em Eventos é conceituada e aborda-se sobre os principais temas que se relacionam diretamente com a qualidade no atendimento: Processos de Seleção; Treinamentos e Motivação – conceituação e importância para o desenvolvimento de atividades empresariais e características que o profissional em turismo de eventos deve desenvolver; Clima e Cultura Organizacional – definição e relação com o processo de desenvolvimento organizacional das empresas.

Para o assunto qualidade, foi considerado para este trabalho o conceito de qualidade no âmbito do atendimento ao cliente, com uma explanação sobre certificação de qualidade na prestação de serviços voltada exclusivamente para a atividade turística. Não foi abordado o sistema de certificação ISO, por ser amplo e extenso (com diversas adjacências de certificações para diversas áreas de atuação) não sendo o foco deste trabalho.

Como assuntos complementares para o embasamento teórico, também foi abordado neste capítulo: a demanda efetiva de eventos - suas principais características e exigências, e ainda, o que são empresas organizadoras de eventos - aspectos da legislação.

A segunda parte apresenta a metodologia, objetivos, hipóteses, delimitações, amostragem, conclusão da pesquisa de campo e o conteúdo da entrevista realizada com os proprietários ou gerentes e do questionário aplicado aos funcionários das Empresas Organizadoras de Eventos em Curitiba. O objetivo nesta etapa do trabalho é de trazer informações atualizadas do mercado de eventos em Curitiba, quanto à opinião de profissionais organizadores de eventos e empreendedores (proprietários de empresas de eventos) sobre qualificação da mão-de-obra para o turismo de eventos, bem como, o que já havia sido feito pelas empresas para sanar problemas internos e externos na inter-relação: funcionários/clientes.

A parte final constitui-se do plano de negócios para abertura de uma empresa virtual de recursos humanos e qualificação/reciclagem profissional para o segmento de eventos em Curitiba – *A Angellus Online* CWB.

Esta última parte do trabalho apresenta, portanto, a descrição da empresa, as propostas para o desenvolvimento e viabilidade do projeto, formas de divulgação e

as fontes de recursos de capital para a continuidade da empresa (capital inicial, capital de giro, lucro baseado nos serviços, etc).

Dessa forma, o presente trabalho reúne informações sobre administração de recursos humanos em turismo de eventos, e a sua intrínseca relação com a qualidade da mão-de-obra e a importância da percepção positiva dos clientes sobre esses serviços, colaborando para o crescimento e desenvolvimento do segmento de eventos em Curitiba e, conseqüentemente, para a implantação e continuidade do projeto proposto neste trabalho: *Angellus Online* CWB – Empresa de Recursos Humanos para Eventos em Curitiba.

1 EMBASAMENTO TEÓRICO

O Turismo de eventos apresenta grande crescimento no Brasil e desponta como um ramo de grandes oportunidades na geração de empregos e renda para os destinos turísticos que se mobilizarem para desenvolver locais e serviços de qualidade para a captação de eventos nacionais e internacionais.

De acordo com a ICCA¹ (2007) - *International Congress and Convention Association*, a principal associação internacional do setor de eventos, no ano de 2006, o Brasil conquistou a 7ª posição no *Ranking Top 10* de países que mais realizaram acontecimentos programados em todo o mundo – totalizando 207 eventos internacionais, perdendo somente para EUA, Alemanha, Reino Unido, França, Espanha e Itália.

A ICCA ainda cita que pela primeira vez, um país latino americano foi representado nesse *ranking*, perdendo somente para países considerados economicamente e socialmente mais desenvolvidos.

O Brasil, portanto, está alinhando-se para ser mais um destino competitivo internacionalmente para a captação de eventos.

Um dos destinos brasileiros de crescimento no segmento de eventos do turismo é Curitiba, devido ao seu grau de desenvolvimento de infra-estrutura, urbanização e qualidade de vida se comparada, nestes quesitos, a outras capitais de grande porte no Brasil como Rio de Janeiro e São Paulo. (PNUD, 2007)

Segundo a pesquisa de demanda, realizada em Curitiba no ano de 2007 pela Secretaria de Estado do Turismo – SETU, a porcentagem de turistas que visitam a cidade com a principal motivação de participação em eventos cresceu de 6,6% para 8,1% entre os anos de 2005 e 2006².

¹ ICCA é uma organização em nível mundial que visa gerar vantagens competitivas e comerciais aos seus filiados, formando uma rede global de interação e troca de informações entre profissionais na área de eventos internacionais. (ICCA, 2007)

² As porcentagens para os anos de 2005 e 2006 mostradas na pesquisa de demanda em Curitiba são: real e estimada (baseada no movimento dos passageiros no aeroporto e rodoviária, contagem de veículos nos portos de entrada, dados hoteleiros - Ficha de Registro de Hóspede e Boletim de Ocupação Hoteleira, além de cálculos de regressão linear ou parabólica, baseados no comportamento dos turistas entre os anos de 1995 e 2005), respectivamente. Estatísticas do Turismo/Edição 2007 (SETU, 2007).

Ainda nesta pesquisa, consta que os turistas entrevistados no ano de 2005 tinham como principal imagem de Curitiba, a de uma cidade com qualidade de vida (33,7%), seguido por cidade ecológica (21%) e cidade cultural (16,2%).

A pesquisa sobre IDH³ municipal no ano de 2000, realizada pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD, 2007), ainda expõe outro importante dado sobre qualidade de vida em Curitiba, em que a cidade apresenta-se com o melhor IDH em nível de Paraná (0.856), sendo o 9º lugar da Região Sul e 16º lugar em nível Brasil.

Os aspectos de qualidade de vida e infra-estrutura influem diretamente na satisfação do consumidor de turismo de eventos, uma vez que esta demanda utiliza-se de boa parte dos recursos básicos oferecidos pelo destino como: saneamento básico; transportes, terminais e estruturas destes; energia elétrica; água; serviços médicos e bancários.

Além da qualidade de vida, a cidade ainda ocupa o 3º lugar em desenvolvimento de infra-estrutura e suporte para a instalação de grandes empresas nacionais e internacionais em pesquisa realizada pela Revista Exame e publicada no Anuário de Infra-estrutura das cidades brasileiras 2006-2007 da Editora Abril.

(...) Curitiba está entre os três municípios com a melhor infra-estrutura do país, atrás apenas de São Paulo e do Rio de Janeiro, de acordo com estudo exclusivo realizado pela consultoria paulista Simonsen Associados em parceria com a revista EXAME. O levantamento evidencia o peso que a infra-estrutura de uma cidade tem nas tomadas de decisão de negócios de uma empresa (...). (SITE DA REVISTA EXAME, 2007)

Curitiba, portanto, é uma cidade que se encontra em um desejável desenvolvimento econômico-social e de infra-estrutura urbana se comparada a outras capitais brasileiras e dentre as cidades paranaenses. Assim, torna-se destino importante para eventos nacionais e internacionais.

Essas características trazem à cidade a necessidade de desenvolver um planejamento de serviços oferecidos para esse segmento, focado na satisfação do cliente, garantindo a continuidade no crescimento e desenvolvimento dos acontecimentos programados nesse município.

³ IDH – Índice de Desenvolvimento Humano, é um comparativo entre regiões quanto ao bem-estar da população. Os critérios avaliados são educação, longevidade e renda, mais precisamente: taxa de alfabetização, expectativa de vida e PIB *per capita* que é a soma de todos os valores de bens produzidos em um determinado período de tempo. (LOURENÇO, G. M.; ROMERO, M, 2002, p. 37)

Wagen e Davies (2003, p. 7) destacam que a satisfação do cliente na atividade turística advém da qualidade dos serviços prestados avaliados pelo foco da própria demanda, portanto, é de extrema importância os conceitos de qualidade dos serviços no turismo, haja vista que esses têm como característica a intangibilidade (não é possível descrever com precisão todos os procedimentos de um serviço turístico), são oferecidos diretamente ao cliente (na maioria das vezes não há oportunidade de corrigir erros no processo de atendimento ao cliente) e ainda tem a característica de mensurar a qualidade segundo a percepção individual de cada cliente.

A qualidade tratada no âmbito do atendimento ao cliente deve ser relacionada ao processo de seleção, recrutamento e treinamento de colaboradores, uma vez que, os desafios desse segmento estão na contratação de funcionários fixos que atendam às exigências de serviços de clientes de diversas áreas do conhecimento, além de diariamente lidar com funcionários temporários (receptionistas de eventos e serviços terceirizados) com diferentes graus de formação e valores, em que muitas vezes não têm treinamento adequado e informações necessárias para cada tipo de evento em que estejam atuando.

DIAS⁴, In: BAHL (2004, p. 35) nota que:

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

O Plano Nacional de Turismo 2003-2007, elaborado pelo Ministério do Turismo – MTUR (2007, p. 17) apresenta no diagnóstico sobre a atividade turística no Brasil, pontos a serem melhorados em relação à qualificação da mão-de-obra e qualidade na prestação de serviços:

“Qualificação profissional deficiente dos recursos humanos do setor, tanto no âmbito gerencial quanto nas habilidades específicas operacionais. (...) Regulamentação inadequada da atividade e baixo controle de qualidade na prestação de serviços com foco na defesa do consumidor”.

⁴ Autora da citação retirada do livro: BAHL, Miguel. **Eventos: a importância para o turismo do terceiro milênio**. São Paulo, Roca, 2003. p. 3-9.

Ainda neste documento, o Capítulo sobre os Macro-Programas⁵ (MTUR, 2007, p. 39-41), aborda a importância em desenvolver a qualidade do produto turístico nacional através da qualificação profissional e criação de mecanismos de controle e avaliação (certificações de qualidade) desse processo de orientação profissional e a relação com a qualidade da prestação de serviços.

Relacionando o crescente número de eventos internacionais que ocorrem no Brasil e a falta de mão-de-obra qualificada (como mostra o Plano Nacional de Turismo 2003-2007 apresentado acima), a Gestão de Recursos Humanos em Turismo de Eventos faz parte de um diferencial para a qualidade na prestação de serviços nas empresas turísticas do segmento, tornando-o mais competitivo dentro de um contexto de globalização em que o cliente está cada vez mais informado (facilidade de obter conhecimento através da internet) e, portanto, mais exigente quanto à qualidade de serviços e produtos.

Os sub-itens a seguir, abordam os dados anteriores de maneira mais aprofundada, visando traçar claramente a intrínseca relação entre recursos humanos em turismo de eventos, qualidade dos serviços sob o foco do cliente e desenvolvimento e crescimento do segmento turístico em Curitiba.

1.1 TURISMO E EVENTOS

O turismo é uma atividade inserida no setor terciário ou de prestação de serviços sendo caracterizado como multidisciplinar e interdisciplinar, pois necessita do estudo de várias ciências no processo de seu desenvolvimento e estes diversos campos do conhecimento se relacionam entre si para formar a atividade turística e seus diferentes segmentos de atuação. Este conceito está inserido no Sistema de Turismo - SISTUR, desenvolvido pelo autor Beni (1997) que explana a importância do funcionamento e a interdependência destas sub-partes (sub-sistemas) que compõem o produto/serviço oferecido à demanda turística.

Wahab (1991, p. 26), expõe a forma como acontece a atividade turística e sobre as consequências da interação entre turistas e comunidade local.

O turismo é uma atividade humana intencional que serve como meio de comunicação e como ligação da interação entre povos, tanto dentro de um

⁵ São programas visando a resolução de problemas atuais que impedem o Brasil de ser mais competitivo internacionalmente no setor de turismo. (MTUR, 2007, p. 32)

mesmo país como fora dos limites geográficos dos países. É visto como o deslocamento temporário de pessoas para outra região, país ou continente, visando à satisfação de necessidades outras que o exercício de uma função remunerada. Para o país receptor, o turismo é uma indústria cujos produtos são consumidos no local formando exportações invisíveis. Os benefícios originários deste fenômeno podem ser verificados na vida econômica, política, cultural e psicossociológica da comunidade.

Portanto, turismo é a movimentação de pessoas de outras regiões, seja em nível nacional ou internacional para uma determinada localidade, que deve estar preparada para atender uma demanda com diferentes expectativas e necessidades (*status*, conhecimento de novo estilo de vida, descanso, realização pessoal, entre outras). Esta demanda pode realizar diversas atividades, podendo ser de: lazer, entretenimento, conhecimento, negócios, entre outros, que não tenham o objetivo de remuneração ou moradia temporária para estudos (intercâmbios).

Dessa forma, o turismo é uma atividade de prestação de serviços que utiliza, além da infra-estrutura básica de uma localidade, a pré-disposição e capacitação profissional da comunidade em atender o turista, superando as expectativas e sanando as necessidades dessa demanda por serviços turísticos e outros que se relacionam diretamente à atividade. Soma-se a isto, a importância de desenvolver políticas públicas a fim de planejar e organizar o turismo, mantendo os aspectos legais da atividade e controlando a qualidade dos serviços.

Há ainda várias propostas de estabelecer segmentos de turismo, cada uma com necessidades de planejamento e infra-estrutura apropriadas para o atendimento de necessidades específicas, sendo o turismo de negócios e eventos uma dessas tipologias (MTUR, 2007).

Bahl (2004, p. 23) ressalta a importância do segmento de eventos para a atividade turística, haja vista, em linhas gerais que pode gerar demanda turística a uma localidade, sendo que alguns eventos podem ser considerados como o próprio atrativo turístico. Além disso, geralmente o turista de eventos tem um gasto diário médio maior que nas outras tipologias de turismo.

De acordo com o Estudo da Demanda Turística Internacional no Brasil 2004-2005 (MTUR, 2005), o gasto diário médio do turista internacional de eventos no Brasil foi de US\$ 112,34. Comparando ao turista de Lazer, este gastou em média por dia em uma localidade brasileira a quantia de US\$ 81,87, ou seja, US\$ 30,47 a menos que o turista de eventos.

Giácomo (1993, p. 54), conceitua objetivamente a realização de um evento como sendo "(...) um acontecimento previamente planejado, a ocorrer num mesmo tempo e lugar, como forma de minimizar esforços de comunicação, objetivando o engajamento de pessoas a uma idéia ou ação".

Meirelles (1999, p.21), já aborda o tema de uma maneira mais mercadológica, em que o evento é a ferramenta de comunicação e marketing:

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

Além disso, os eventos, podem ser abordados como um produto dentro da oferta turística, pois, ao vender o acontecimento, divulga-se também a localidade e sua estrutura física, atrativos naturais ou artificiais e pode-se incorporar, portanto, outras formas de turismo durante o período do evento (passeios organizados, festas, excursões para localidades próximas, entre outros).

Andrade (2001, p. 106) corrobora ao citar que eventos:

(...) constituem parte significativa na composição do produto turístico, atendendo intrinsecamente as exigências de mercado em matéria de entretenimento, lazer, conhecimento, descanso e tantas motivações. Podem representar, quando adequadamente identificados com o espaço onde se realizam, a valorização das particularidades locais, tornando-as partes destacadas da atração.

Portanto, para o presente trabalho, entender-se-á como definição de eventos os acontecimentos previamente planejados com horários e locais determinados, operacionalizados por uma empresa organizadora de eventos que é responsável pelo planejamento e execução do evento de acordo com um objetivo específico aos seus participantes e ao presidente do evento (responsável pela criação do evento - podendo ser pessoa física ou jurídica). Não serão contemplados nas definições de eventos para este trabalho, os profissionais do segmento de eventos do turismo que organizem eventos particulares, sem o apoio de uma pessoa jurídica (esta aqui representada pelas empresas organizadoras de eventos).

Também será considerado que o segmento de eventos do turismo promove o encontro de diferentes culturas e indivíduos com níveis de formação e informação

diversos durante o planejamento, operacionalização e participação nesses acontecimentos programados, havendo ligação intrínseca entre o desenvolvimento do segmento aos aspectos econômicos, sociais e culturais de uma comunidade.

De acordo com autores como Bahl (2004), Andrade (2001) e Zanella (2006), é possível, através do turismo de eventos, criar espaços turísticos de exposição da cultura de um local através do resgate e estudo da história das tradições de uma comunidade, gerar divisas, melhorar a relação de cooperação de toda uma comunidade ao se mobilizar por um acontecimento programado, trazer *status* ao local de acordo com a importância do evento realizado, profissionalizar os serviços através de melhorias na educação, possibilitar a integração entre diversos setores da economia, diminuir a sazonalidade do consumo, entre outros.

1.2 EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS

As Empresas Organizadoras de Eventos são prestadoras de serviços inseridas na atividade turística, responsáveis pelo planejamento (etapas para a execução do acontecimento) e gerenciamento (atender a todas as necessidades demandadas nas etapas da organização do evento) dos acontecimentos programados (BAHL, 2004, p. 74).

Em relação às características gerais das empresas organizadoras de eventos, Ramirez⁶ (apud PIMENTA, 2004, p. 26), define que este tipo de empresa possui:

“Tamanhos variados; grande diversificação de serviços oferecidos; alta qualidade e segurança dos serviços; gestão e manutenção permanente; capacitação pessoal para atividades diversas”.

As empresas organizadoras de eventos, quanto à legalidade de acordo com o Ministério do Turismo (2007), são regidas sob a Resolução Normativa CNTUR - Conselho Nacional de Turismo (anexo 1), n.º 14/84, de 23 de novembro de 1984, como empresas prestadoras de serviços diretos e indiretos que planejem e administrem eventos de qualquer porte mediante contrato ou qualquer natureza de remuneração.

As empresas organizadoras de eventos devem também, satisfazer uma ou mais das condições explanadas na resolução, são estas que:

⁶ Citação encontrada na obra: RAMIREZ, C.C. **La Modernización e Administración de Empresas Turísticas**. México: Trilas, 1994. 214p.

- Os eventos realizados estejam incluídos no Calendário Oficial de Eventos da EMBRATUR, referente ao inciso I do artigo 3º., do Decreto nº. 89.707, de 25 de maio de 1984;
- Sejam reconhecidas pela CNTUR – Conselho Nacional de Turismo, como promovedoras do aumento do fluxo turístico;
- Promovam o aperfeiçoamento cultural, científico ou técnico dos participantes, trocas de experiências e técnicas de uma área do conhecimento, mantendo inter-relação social e profissional dos participantes (MTUR, 1984).

Além disso, devem obrigatoriamente obter o registro da EMBRATUR segundo o Decreto nº 89.707, de 25 de maio de 1984, da mesma resolução supracitada.

1.3 DEMANDA EM EVENTOS

Demanda, para a atividade turística, é a formação de grupos de indivíduos com necessidades (realização pessoal, *status*, busca de conhecimento, entretenimento, entre outras) específicas que buscam determinados serviços/produtos que satisfaçam essas necessidades considerando fatores como: o nível de renda, acessibilidade, quantidade e qualidade de informações transmitidas e clareza destas, preferências pessoais do consumidor devido a experiências anteriores, facilidade na aquisição e na forma de pagamento e etc (BENI, 1997, p. 211-214).

Andrade (2002, p. 115) expõe a demanda como sendo: “(...) relação funcional que traduz a quantidade a ser adquirida a preços diversos, num dado período e em determinado local, qualquer que seja a natureza e a utilidade do produto.”.

Portanto, ao se tratar da demanda de eventos, esta precisa de atenção especial voltada para a questão espaço-tempo. Devido ao fato do indivíduo estar, na maioria das vezes, em uma localidade somente para a participação em um evento e, o tempo que dispõe ser mínimo, este necessita de informações precisas e serviços simplificados e de fácil acesso.

Para isso, o profissional de eventos deve estar preparado e informado para oferecer um serviço que atenda esses fatores demandados por esta tipologia de público.

1.4 GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS

Será considerada para o presente trabalho a Gestão de Recursos Humanos abordada por Chiavenato (1981, 2004) e Paschoal (2006), sendo a administração de pessoas que abrange processos de seleção por habilidades naturais e técnicas, treinamentos periódicos e adequados a cada fase de desenvolvimento de uma empresa, criação de estratégias de motivação e repasse de conhecimento para o comprometimento e engajamento dos funcionários de todos os níveis hierárquicos no cumprimento das metas da empresa. Também, abrange a delegação de tarefas, planos de carreira e salários e o controle do desenvolvimento profissional e o pessoal de cada indivíduo e sua interação numa equipe de trabalho. As empresas e os indivíduos interagem diretamente na base de trocas, em que as empresas oferecem a base para o desenvolvimento social e econômico de seus membros e sociedade a que pertencem e os colaboradores retribuem com a força de trabalho e potencial criativo gerando as atividades e o crescimento e desenvolvimento das empresas.

Millán (1992, p.13) considera que as empresas que competem entre si com tecnologias similares, em um mesmo mercado, com similares custos e qualidade, podem se diferenciar pela criatividade e capacidade profissional de seus funcionários em oferecer os serviços e produtos de uma maneira diferenciada e que satisfaça a demanda.

Chiavenato (1981, p.11), aborda as relações de troca entre empregados e empresa:

As organizações são constituídas de pessoas. Por outro lado, as organizações constituem para as pessoas um meio pelo qual podem alcançar muitos e variados objetivos pessoais com um mínimo de custo, de tempo, de esforço e de conflito, os quais não poderiam ser alcançados apenas através do esforço individual.

Portanto, a Administração de Recursos Humanos tem como papel fundamental, promover o desenvolvimento profissional e pessoal do indivíduo

visando destacar suas principais habilidades dentro de uma equipe de trabalho (heterogênea) em que essas competências se complementem entre os indivíduos para o desenvolvimento da empresa baseada na qualidade de acordo com a avaliação realizada pelo cliente.

1.4.1 Processo de Seleção – habilidades essenciais aos profissionais de turismo de eventos

O processo de seleção é caracterizado como o conjunto das diversas etapas de captar pessoas, utilizando-se de recursos planejados para otimizar o tempo dos recrutadores e facilidade para encontrar possíveis colaboradores com características desejáveis a ocupar determinados cargos. Essas características são mensuradas através de dinâmicas de grupo, provas escritas e/ou entrevistas de acordo com as necessidades de perfil buscadas por uma empresa. Nesse processo, são consideradas as habilidades técnicas (formação acadêmica, cursos extracurriculares, treinamentos, informações atualizadas, experiências profissionais anteriores) e habilidades naturais (carisma, grau de empatia, criatividade, facilidade na resolução de problemas, pró-atividade, facilidade em aprender formas novas de trabalho, bom desempenho em equipe, capacidade de liderança e negociação, facilidade em lidar com mudanças e crises, entre outros) (PASCHOAL, 2006, p.32-48).

Dessa forma, no caso do Turismo de Eventos, além de conhecimento técnico sobre o setor e sua operacionalização, as características de formação pessoal são indispensáveis para a mão-de-obra em eventos, principalmente àquela destinada à organização e planejamento destes, uma vez que além das atividades atribuídas, ainda será responsável pelo treinamento do setor operacional que trabalha diretamente com o público na realização dos eventos.

Nakane⁷ (apud BAHL 2004, p. 71-72), cita as habilidades técnicas e naturais básicas que o profissional da área de eventos deve possuir:

- 1) Cultura Geral, informação atualizada sobre o município, o Brasil e o mundo (globalização) – pelo simples fato de ler uma pequena nota no jornal ou revista, o profissional poderá ter uma excelente idéia para organizar um evento.
- 2) Permanente Curiosidade Intelectual – O

⁷ Citação que encontra-se na obra: NAKANE, A. **Técnicas de Organização de Eventos**. Rio de Janeiro: Infobook, 2000. (Cadernos Técnicos de Turismo). p. 6-7.

profissional poderá ser convocado para integrar uma comissão organizadora de um evento médico, ou sobre zootecnia, ou sobre sociologia, etc.. Isso não significa dizer que ele deverá ter todos esses conhecimentos, mas sim uma predisposição para aprender alguma coisa sobre o assunto, para melhor orientar o seu trabalho. 3) Amplo Embasamento Teórico – (...) A teoria aliada à prática continua sendo a união perfeita para o aprendizado em qualquer área. 4) Ter Boa Expressão Verbal – (...) 6) Dominar Técnicas de Redação – (...) Objetividade e conhecimento de línguas são essenciais. 7) Gostar de Pessoas, de Trabalho em Equipe (...) 8) Dominar Regras de Comportamento Social. 9) Ser Prestativo, mas não servil. 10) Ter Capacidade de Liderança. 11) Desenvolver Senso Estético (...). 12) Saber ouvir (...). 13) Ser Persuasivo – saber vender uma idéia, saber convencer as pessoas, não de maneira imperativa, mas consolidada em argumentos tangíveis.

Baseando-se nas habilidades essenciais aos profissionais de eventos abordados por Nakane (2000), estes devem desenvolver formação com conhecimentos amplos sobre diversas áreas, estar atento a informações advindas de diversas fontes (*internet*, jornal, televisão, rádio, através de outros profissionais, própria percepção visual e etc), saber processar essas informações visando ser utilizadas futuramente no planejamento e realização de eventos, ter paciência e flexibilidade no atendimento ao cliente visto que é uma atividade em que lida-se constantemente com pessoas, fazer muitos contatos a fim de tramar uma rede de novas possibilidades de negócios, ter iniciativa e agilidade e estar disposto a trabalhar na maioria das vezes, além da carga horária normal de outros ramos de atividades.

1.4.2 Motivação através da capacitação profissional

Motivação de acordo com Mullins (2004, p.171-201) é a forma de elevar o grau de comprometimento dos funcionários de uma empresa, através de condições que supram as necessidades diversas de cada indivíduo, podendo ser: *status*; melhores salários; participação nos lucros através de cumprimento de desafios; diferencial de benefícios para o funcionário e família; planos de cargos e salários; estabilidade; ambiente saudável e agradável de trabalho; quebra de rotina através de treinamentos, confraternizações ou viagens pagas pela empresa (valor integral ou parcial); reconhecimento ao bom trabalho realizado; entre outros

Chiavenato (1981, p.79) define motivação como:

(...) é tudo aquilo que impulsiona a pessoa a agir de determinada forma ou, pelo menos, que dá origem a uma propensão a um comportamento específico. Esse impulso à ação pode ser provocado por um estímulo

externo (provindo do ambiente) e pode também ser gerado internamente nos processos de raciocínio do indivíduo.

Dessa forma, a motivação pode ser aumentada ou diminuída, condicionada por fatores do próprio trabalho em conjunto com os valores interiorizados e o conhecimento pessoal sobre si e o mundo formulado por cada indivíduo. Esse *mix* entre processos aprendidos e condições apresentadas pelo ambiente de trabalho para a motivação do indivíduo pode determinar o grau de produtividade⁸, sendo fator indispensável na competitividade de uma empresa sob o contexto da globalização.

Conte e Durski (2002, p. 54) relacionam a produtividade ao capital humano da seguinte forma:

As pessoas representam um dos principais fatores responsáveis pela qualidade e, portanto, pelo aumento na produtividade da empresa. Nesse sentido, é necessário valorizá-las, através de processos de trabalho que considerem as competências, o espírito de equipe, a eficiência, o orgulho pelo trabalho, a orientação para o cliente e a correta utilização das máquinas e sistemas.

A capacitação profissional, portanto, é uma maneira de sanar as necessidades de desenvolvimento específicas para uma equipe de trabalho de acordo com as metas a serem cumpridas através da transferência do conhecimento das políticas, visões, objetivos específicos e filosofia da empresa.

Além disso, pode ser um fator impulsionador da motivação de equipes de trabalho, através da quebra de rotina, mudança nas formas de trabalho, proporcionar o desenvolvimento pessoal e profissional pelo oferecimento de cursos ligados ou não à área de atividade do funcionário e aumentar o grau de interatividade da equipe.

1.4.3 Clima e cultura organizacional

As empresas são constituídas de divisões de equipes com atribuições diversas que devem estar integradas e conhecer a importância uma das outras, a fim de construir elos, em que todos estarão comprometidos e desempenharão um trabalho satisfatório em relação aos objetivos da organização. Essa satisfação liga-

⁸ Produtividade pode ser entendida como minimizar custos de produção e mão-de-obra, contudo permanecendo ou aumentando o número de bens produzidos em um curto espaço de tempo ou eficácia nas relações com o cliente com o foco na qualidade da prestação dos serviços. (CONTE, A. L.; DURSKI, G. R., 2002, p.53)

se diretamente ao processo final de atendimento ao cliente, uma vez que, se todas as sub-equipes são bem preparadas e integradas, sentem-se importantes para a empresa, então, são capazes de desempenhar uma prestação de serviços que seja satisfatória do ponto de vista do cliente. Essa integração visando a qualidade do serviço/produto final deve-se ao clima organizacional, que é, basicamente, como o indivíduo sente o trabalho que realiza e sua importância para a organização e para o grupo (satisfação em fazer parte da equipe). O clima organizacional, ainda se relaciona diretamente ao dia-a-dia das atividades focadas nas relações de trabalho (formais) e pessoais (informais) entre os colaboradores de todos os níveis hierárquicos. A Cultura Organizacional, por sua vez, é a empresa em si, como ela administra esses valores individuais e coletivos nos processos de desenvolvimento e crescimento da organização e dos próprios indivíduos como cidadãos (CHIAVENATO, 2004).

Pimenta (2004, p. 179), explana sobre os itens que compõem a cultura organizacional:

- Normas de conduta: qualidade e quantidade de produção, disposição para colaborar (ou não) com o administrador, comportamento ético, jeito de se vestir, horário que realmente se trabalha;
- Valores: bom atendimento ao cliente, preservação do meio ambiente, etc;
- Crenças: que a empresa é inovadora, poderosa (versus fraca), sempre vai ter sucesso, tradicional;
- Hábitos: "hora do cafezinho", "aniversariante do mês", "emendar" o feriado.

Baseando-se nos conceitos abordados por PIMENTA (2004) e CHIAVENATO (2004), pode-se estipular que a cultura organizacional é o conjunto dos processos evolutivos positivos e negativos, as políticas de recursos humanos e como são interiorizadas as informações sobre a empresa pelos colaboradores.

Esta cultura organizacional é imposta através de normas de conduta (comportamento ético, formas de se relacionar com o cliente, horários de trabalho, punições para conduta indesejável aos objetivos da organização) e processos que são repassados dos níveis hierárquicos de supervisão e gerência aos operacionais. Isso é um processo gradual e deve ser medido através de avaliações periódicas das relações entre os funcionários dentro do ambiente de trabalho (clima organizacional) e sobre o conhecimento adquirido sobre a empresa em um determinado espaço de tempo e a opinião desse indivíduo sobre os valores da organização, uma vez que

em uma mesma equipe de trabalho, há diferenças étnicas, religiosas, políticas e comportamentais.

1.5 CONCEITO DE QUALIDADE - FOCO NO ATENDIMENTO AO CLIENTE

Deming (1990, p. 136-142 e 336-342), autor sobre o assunto qualidade relacionado à produtividade e ao capital humano nas organizações, aborda a qualidade como sendo o poder de satisfazer as exigências e as necessidades do consumidor que estão em permanente mudança, portanto, as formas de gerir a qualidade devem ser alteradas constantemente para se adequarem aos novos padrões. Além disso, deve-se ter um controle estatístico de qualidade (modelos de gestão e controle dos resultados) e uma seleção rígida dos fornecedores (terceirizados). Dessa forma, a qualidade é uma ferramenta não somente de correção de erros, mas prioritariamente, de planejamento para prevenção de falhas nos processos administrativos e que deve ser analisada de maneira global, considerando: políticas ambientais e sociais da empresa; otimização de recursos físicos e humanos; gestão participativa; relação dos colaboradores com os clientes (*feedbacks* – pré, trans e pós-venda); satisfação e processo de constante fidelização do cliente e competitividade no mercado.

Hutchins (1994, p. 2) explica a mudança na abrangência do conceito de qualidade nos últimos anos:

Uma década atrás, era dada ênfase aos produtos, ou seja, qualidade significava a capacidade de um produto de estar em conformidade com as especificações. Mais tarde, sua definição começou a incorporar elementos do cliente e a qualidade foi definida como: “a previsão e superação das expectativas do cliente”. Nos últimos anos, o conceito de qualidade tem evoluído até reconhecer a importância em satisfazer muitos detentores de participação numa organização, incluindo a comunidade, os fornecedores, os acionistas, os empregados e a gerência. A qualidade abrange agora elementos tão diferenciados, como a melhoria da vida no trabalho, a promoção da diversificação de funções, melhoria das condições ambientais, facilitação do comércio e realce da competitividade.

Portanto, seguindo a abordagem de Deming e Hutchins, na qualidade focada no atendimento ao cliente, o perfil do capital humano das organizações exerce influência direta sobre a qualidade final do serviço/produto oferecido ao cliente. São os funcionários de uma organização, os responsáveis por produzir bens e serviços,

implementar melhorias através de idéias coerentes com os objetivos da empresa, participar da história da organização, desenvolver projetos em diversas áreas inclusive na qualidade, manter o contato direto com o cliente e, portanto, é a ponte entre a visão, valores e filosofia da empresa com as reais necessidades e tendências de consumo.

1.5.1 Certificação de qualidade para a atividade turística – foco no atendimento ao cliente

Na atividade turística, em nível nacional, há projetos voltados para a qualidade na prestação de serviços de empresas turísticas, realizados pelo Instituto de Hospitalidade - IH⁹ e publicação das normas técnicas inseridas nestes projetos realizadas pela ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas.

Criado em 1999, com o intuito de distribuir essa certificação de qualidade na prestação de serviços, o Conselho Nacional de Certificação da Qualidade Profissional para o Setor de Turismo (CQT), controla os processos que avaliam¹⁰ e certificam os profissionais que trabalham diretamente com o turismo. A certificação ainda inclui profissionais das atividades de lazer e recreação, condução de veículos de turismo e guias de todos os níveis (local, regional, nacional e internacional). As certificações são concedidas em todo o território nacional e dividem-se em: Selo de Compromisso com a Segurança dos Alimentos e Selo de Compromisso com a Qualidade Profissional, possuindo ambos, validade de um ano. Durante este período, a empresa está sujeita a novas verificações sobre o cumprimento das premissas que garantem a utilização do selo de qualidade (INSTITUTO DE HOSPITALIDADE, 2007).

Desta forma, a avaliação e controle de qualidade dos serviços e produtos que compõem a oferta turística através desta iniciativa do Instituto de Hospitalidade, promove a profissionalização e qualificação da mão-de-obra do turismo relacionado diretamente com a prestação de serviços/atendimento ao cliente, melhorando os

⁹ É uma organização não-governamental brasileira que tem como objetivo principal a melhoria na prestação de serviços turísticos, através de projetos de qualificação profissional, contribuindo para o desenvolvimento sustentável do Brasil. (INSTITUTO DE HOSPITALIDADE, 2007)

¹⁰ Os profissionais são avaliados de acordo com os conhecimentos técnicos, habilidades e atitudes exigidas para cada segmento do turismo em conformidade com os critérios das normas técnicas já publicadas pela ABNT - Associação Brasileira de normas Técnicas, para o setor de turismo. (INSTITUTO DE HOSPITALIDADE, 2007)

produtos turísticos oferecidos por diversos segmentos do turismo e, conseqüentemente, desenvolvendo o setor como um todo.

1.6 CONSIDERAÇÕES SOBRE O EMBASAMENTO TEÓRICO – RELAÇÃO ENTRE GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS E QUALIDADE NO ATENDIMENTO AO CLIENTE

As relações de troca entre os interesses das empresas turísticas (crescimento, desenvolvimento, lucro, competitividade e etc) e os interesses individuais (desenvolvimento profissional, pessoal, sustento familiar e etc) e coletivos dos funcionários (cumprimento de metas da empresa, obter sucesso para o departamento de atuação, reconhecimento e etc) de todos os níveis hierárquicos de uma organização turística estão estritamente ligadas ao serviço/produto final que estará ao alcance do cliente.

O dia-a-dia de uma empresa sob o foco das políticas em recursos humanos para o desenvolvimento pessoal e profissional, incentivos e benefícios, ambiente salubre, cumprimento das leis trabalhistas, formação de equipes de trabalho integradas e com objetivos similares, treinamentos e informações transparentes sobre a empresa é de extrema importância para o desenvolvimento das atividades e cumprimento de metas estabelecidas pela própria organização. Dessa forma, a satisfação dos funcionários com o local de trabalho se refletirá em produtividade e capacidade de prestar serviços que atendam as necessidades da demanda efetiva.

Assim, o processo de qualidade dos serviços prestados, advém de uma organização e planejamento específicos na administração do capital humano nas organizações, a partir da formação de equipes coesas e integradas, que tenham não somente habilidades técnicas que se complementem, mas também formação pessoal voltada à prática da cidadania e responsabilidade social.

Deve haver, além de um processo de seleção coerente com as necessidades da empresa sob um determinado contexto de mercado, contínuos treinamentos e atualização de informações para essas equipes a fim de oferecer em longo prazo um crescimento profissional e pessoal do grupo.

Além disso, são de extrema importância que se desenvolvam avaliações de desempenho individual e coletivo desses funcionários (a fim de compreender as

fases de desenvolvimento, motivação e interesse dos grupos de trabalho e individualmente), bem como pesquisas de clima organizacional (para conhecer os pontos fortes e fracos entre as relações sociais internas do ambiente de trabalho) e incentivo à adesão em programas de certificação de qualidade que envolva a relação desse indivíduo com o cliente (qualidade no atendimento ao cliente e possibilidade de mensurar a eficácia do planejamento de recursos humanos utilizados).

A certificação de qualidade elaborada pelo Instituto de Hospitalidade, por exemplo, é uma forma eficaz de avaliar continuamente o desempenho dos funcionários em relação ao atendimento ao cliente e sob a ótica do desenvolvimento pessoal e profissional (qualificação, treinamentos, informações atualizadas) que a organização oferece para este profissional do turismo. Além disso, ao certificar esses indivíduos por competências e habilidades, o Instituto de Hospitalidade oferece uma ferramenta de diferencial ao indivíduo (promoção de carreira, incremento de currículo, oportunidades de empregos melhores e etc) e de competitividade no mercado para as empresas que obtiverem funcionários certificados.

Apesar de não ser possível mensurar o grau de importância da gestão de recursos humanos para a qualidade dos serviços finais apresentados aos clientes, autores base para este trabalho como Idalberto Chiavenato (1981, 1996, 2004), Maria Alzira Pimenta (2004) e Edward Deming (1990), abordam a relação intrínseca entre a formação profissional, individual e coletiva, de funcionários para a prestação de serviços e a satisfação do cliente quanto a esses serviços e à empresa como um todo, transformando a qualidade no atendimento ao cliente uma das necessidades competitivas para as empresas globalizadas do século XXI.

Portanto, sendo uma atividade essencialmente humana, a organização de eventos, a fim de possibilitar um diferencial nos serviços oferecidos, deve oferecer treinamento periódico, capacitação técnica e atualização de informações do setor e outros relevantes aos organizadores haja vista que os funcionários de organizadoras de eventos são responsáveis, entre outras atribuições, pelo repasse de informações para o setor operacional de cada evento (secretarias e monitorias), que está em contato direto com o cliente.

Ao analisar esses conceitos voltados para Curitiba, sendo o município de abrangência deste trabalho, além desta ser uma importante capital brasileira no

crescimento do segmento de eventos nacionais e também internacionais, por possuir imagem positiva de qualidade de vida, infra-estrutura, urbanização e segurança se comparada a outras grandes capitais do país, pode utilizar-se da qualidade na prestação de serviços como artifício de marketing para a captação de grandes eventos e continuidade no desenvolvimento e crescimento do segmento e do turismo como um todo, podendo concorrer diretamente com grandes centros de negócios e eventos como São Paulo e Rio de Janeiro.

Seguindo essa análise do potencial competitivo de Curitiba diante de outros destinos brasileiros de eventos, bem como a relação entre administração do capital humano, qualidade dos serviços, produtividade e competitividade, a próxima parte do trabalho vem a apresentar como este mercado do segmento de eventos em Curitiba (formado pelas empresas organizadoras de eventos) efetivamente compreende esta relação entre a administração conjunta de todos os aspectos apresentados no embasamento teórico como instrumento de produtividade, desenvolvimento e crescimento do segmento de eventos em Curitiba.

2 PESQUISA DE CAMPO

Com o objetivo de avaliar o interesse que os proprietários ou gerentes gerais e funcionários de empresas organizadoras de eventos tinham em relação à gestão de recursos humanos visando a qualidade no atendimento ao cliente, foi realizada uma pesquisa de campo nas Empresas Organizadoras de Curitiba.

Essa pesquisa foi realizada através de aplicação *in loco* de questionários com funcionários e entrevista para gerentes ou proprietários de cada agência selecionada, apresentada no item 2.2 – Delimitação da Pesquisa. Através destes questionários e entrevistas, foi possível:

- Conhecer a forma e a frequência dos processos/modelos de capacitação, motivação e incentivos que as empresas organizadoras de eventos possuíam para o desenvolvimento profissional de seus integrantes;
- Verificar se as empresas controlavam a qualidade de suas atividades através de: análise de desempenho dos funcionários, pesquisa de satisfação dos clientes e pesquisa de clima organizacional (satisfação do funcionário com a empresa);
- Contrastar a opinião sobre treinamentos e qualificação em geral entre proprietários/gerentes gerais e funcionários.

Para orientar os conteúdos que foram levantados na pesquisa, utilizou-se da formulação de algumas hipóteses:

- Que não havia interesse das organizadoras de eventos em investir em qualificação de mão-de-obra devido à rotatividade de funcionários;
- Que as organizadoras de eventos teriam controle sobre suas atividades em relação à satisfação dos clientes, mas, que não utilizavam os dados das pesquisas realizadas internamente (funcionários) e externamente (clientes) para melhorias da qualidade na prestação de serviços;
- Que os funcionários não teriam interesse, tempo ou dinheiro para participar de treinamentos visando a qualidade na prestação dos serviços;

2.1 METODOLOGIA

A metodologia utilizada para esta pesquisa, foi baseada nas obras de Dencker (1998), Lakatos e Marconi (1985). Dessa forma, foi possível observar metodologias diferenciadas em duas obras, sendo estas utilizadas em conjunto para toda a elaboração e aplicação da pesquisa.

2.1.1 Tipo de pesquisa

Em um primeiro momento, foi realizada uma pesquisa documental¹¹ a fim de encontrar as empresas organizadoras de eventos que se enquadrassem nos requisitos estabelecidos no item 6.2 – Delimitação da Pesquisa, além disso, foi realizada pesquisa via *e-mail* e contatos telefônicos (apêndice 1) para conferir a existência e continuidade das atividades das empresas citadas na lista oficial de organizadoras de eventos em Curitiba do Ministério do Turismo.

Foi realizado um estudo de mercado em empresas organizadoras de eventos em Curitiba, através de Estudo Descritivo¹² junto a essas empresas. Dessa forma, utilizou-se entrevista (apêndice 2) com os proprietários ou gerentes que se reportavam ao atendimento externo, contendo 5 perguntas abertas. Aos funcionários, realizou-se um questionário com apenas 2 perguntas semi-abertas, sendo uma delas de classificação dos itens por grau de importância (apêndice 3).

2.1.2 Delimitação da pesquisa

As empresas organizadoras de eventos em Curitiba, válidas para este trabalho, foram as cadastradas junto ao Ministério do Turismo - MTUR, na relação oficial de empresas desse segmento no município de Curitiba (anexo 2). Este critério proporcionou maior credibilidade à pesquisa, devido à associação dessas empresas no principal órgão federal da atividade. Não se fez restrição quanto ao tempo de

¹¹ Pesquisa Documental: utiliza fontes de pesquisa que ainda não receberam tratamento analítico ou que podem ser atualizados e re-elaborados, como: dados estatísticos, relatório de empresas ou de pesquisa, entre outros. (DENCKER, 1998, p. 125-126)

¹² É um tipo de pesquisa realizada através de dados primários para o estudo de mercado que compreende diversas técnicas de levantamento de informações como: entrevistas estruturadas ou não, pesquisa via telefone e correio, questionários, observação, entre outros. Podem ser qualitativos ou quantitativos. (DENCKER, 1998, p. 130)

cadastro (anos que a agência fazia parte desta relação oficial do MTUR), haja vista não ser essencial à relação de qualidade dos serviços das empresas.

Estabeleceu-se que essas empresas deveriam estar situadas dentro dos limites geográficos do município de Curitiba e que atuassem como organizadoras de eventos por no mínimo dois anos. O requisito sobre o tempo de abertura dessas empresas foi definido a partir da última pesquisa realizada pelo Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e Fundação Universitária de Brasília (FUBRA) em agosto de 2004, sobre a mortalidade das empresas no Brasil, apontando que as empresas da região sul, têm índices maiores de mortalidade a partir do segundo ano de existência, portanto, foram consideradas as empresas atuantes no mercado dentro desse percentual de risco de falência, que é acima de dois anos de funcionamento.

Quanto ao número de colaboradores, as empresas que passassem nos primeiros requisitos ainda deveriam ter registrado pelo menos cinco colaboradores fixos (excluindo os das áreas de limpeza, manutenção e incluindo neste número o proprietário da empresa, desde que este participasse das atividades diárias). Esse critério quanto ao número de funcionários advém da classificação de empresa de acordo com o SEBRAE¹³, haja vista o menor tipo de empresa ser o das micro-empresas que devem ter entre 0-9 funcionários. Dessa forma, foi considerado para este trabalho o número intermediário de pelo menos 5 funcionários registrados para que se considerasse válida a pesquisa.

Não se determinaram critérios quanto à tipologia de eventos realizados pelas organizadoras, nem número de eventos realizados anualmente, haja vista não ser uma determinação efetiva para o desempenho dos colaboradores no atendimento ao cliente.

Dessa forma, estipulou-se que todos os colaboradores (exceto os da área de limpeza e manutenção) das empresas que passaram por todos os requisitos considerados para o presente trabalho participariam da pesquisa.

¹³ Pesquisa mais recente sobre taxas de mortalidade empresarial, realizada pelo SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas e FUBRA - Fundação Universitária de Brasília, em nível nacional no ano de 2004. [Retirado do site: <http://www.sebraepr.com.br>, 2007]

2.1.3 Amostragem

Verificou-se existirem na cidade de Curitiba 70 empresas organizadoras de eventos na relação oficial do Ministério do Turismo (anexo 2) que possuíam também registro junto a este órgão. Contudo, constatou-se que, 13 empresas não trabalhavam mais com organização de eventos, sendo que 4 destas trabalhavam somente com locação de espaços ou equipamentos para eventos e 9 não existiam mais ou não possuíam qualquer fonte para ter sido realizado o contato.

Houve também 4 empresas que constavam em duplicidade na listagem de Empresas Organizadoras de Eventos elaborada pelo Ministério do Turismo.

Portanto, das 53 empresas habilitadas a realizar a pesquisa, 10 estavam a mais de 2 anos atuando no segmento de eventos e possuíam um mínimo de cinco funcionários registrados.

Segue a lista das empresas selecionadas:

- Razão Social: JB Propaganda e Marketing Ltda.

Nome Fantasia: Agência Esfera de Comunicação

- Razão Social: Promoshow Eventos Ltda.

Nome Fantasia: Alô Eventos

- Razão Social: Laudalio Veiga Filho

Nome Fantasia: Provisuale Promoções, Eventos e Programação Visual

- Razão Social: Cutivelle Organização de Eventos Ltda.

Nome Fantasia: Agência de Eventos Oficial do Hotel Caravelle

- Razão Social: Janotto e Cachel Ltda.

Nome Fantasia: Cia de Casting

- Razão Social: Trento Assessoria em Marketing e Entretenimento Ltda.

Nome Fantasia: Trento Arte e Ética de Marketing Institucional

- Razão Social: Zênite Eventos S.A.

Nome Fantasia: Zênite Consultoria Jurídica

- Razão Social: Ariete Planejamento e Organização de Eventos Ltda.

Nome Fantasia: Ariete Eventos

- Razão Social: Abile Agência de Modelos e Eventos Ltda.

Nome Fantasia: Abile Agência de Modelos e Eventos

- Razão Social: Premier Eventos Ltda.

Nome Fantasia: Premier Eventos

Das 10 empresas listadas acima, somente os representantes de 8 permitiram a realização da entrevista e a distribuição dos questionários aos funcionários.

2.2 COLETA DE DADOS

Os dados foram coletados, primeiramente via telefone, para localizar as empresas organizadoras de eventos que se enquadrassem nos requisitos citados no item 6.2 – Delimitação da Pesquisa. Após esse passo, foi realizada *in loco*, entrevista estruturada com o principal responsável (gerente geral ou proprietário) das organizadoras de eventos a fim de coletar informações qualitativas, haja vista ser uma entrevista com perguntas abertas, contudo com intenções quantitativas na apresentação dessa pesquisa de acordo com o tema proposto.

Para os funcionários das organizadoras de eventos (excluindo os da área de limpeza e manutenção), foram aplicados questionários de caráter quantitativo com perguntas semi-abertas a fim de conhecer o grau de importância que esses prestavam ao tema da pesquisa (gestão de recursos humanos x qualidade no atendimento ao cliente) e qual a frequência de participação em treinamentos oferecidos pela empresa.

Não foram consideradas as pesquisas de satisfação aos clientes realizadas pelas empresas organizadoras de eventos, uma vez que, o que se pretendia analisar era a importância que a empresa e os funcionários ofereciam ao tema gestão de

recursos humanos visando a qualidade na prestação de serviços e não como estas empresas eram analisadas no quesito qualidade pelos clientes.

Foram contrastadas as abordagens sobre recursos humanos x qualidade entre a gerência e os funcionários a fim de identificar se havia ou não interesse em desenvolver planejamento dentro desta área e quais os motivos que levariam as organizadoras do segmento de eventos do turismo em Curitiba a adotar posturas a favor ou contra a gestão de recursos humanos, principalmente, em relação ao item qualificação da mão-de-obra (treinamentos contínuos).

O questionário e a entrevista foram baseados nos modelos de Lakatos e Marconi (1985, p. 178-187) sobre o desenvolvimento de perguntas quanto à ordem e natureza dessas, planejamento e preparação da entrevista e do questionário e aplicação para a obtenção de resultados fidedignos às expectativas da pesquisa.

2.2.1 Construção do instrumento de coleta de dados

As variáveis utilizadas para esta pesquisa, portanto, tiveram o intuito de mensurar o grau de importância sobre a relação da gestão de recursos humanos e qualidade na prestação dos serviços advindo dos funcionários e gerência/proprietário das organizadoras de eventos em Curitiba e pesquisar o que era realizado por essas empresas para alcançar a satisfação dos clientes como diferencial competitivo, a partir desse desenvolvimento profissional da mão-de-obra (cursos, treinamentos, viagens de incentivo, etc).

2.3 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS

Foram compiladas as informações e transformadas em gráficos para facilitar a visualização dos dados. Em alguns momentos da análise, foram realizados os cruzamentos de dados que eram possíveis se inter-relacionar.

A seqüência dos gráficos, a seguir, foi elaborada de acordo com a ordem das perguntas das entrevistas e dos questionários, portanto, a enumeração alfanumérica (por exemplo: gráfico 1A, 1B, 1C e etc) identifica a inter-relação entre esses gráficos, partindo de perguntas que possibilitavam diversas análises. Quanto à metodologia de análise esta foi quantitativa e qualitativa, haja vista houve interpretação dos

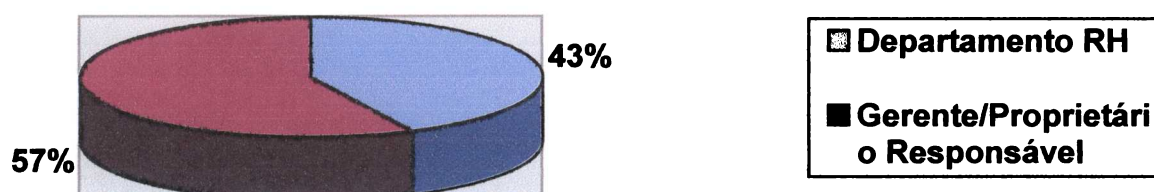
dados obtidos, como também, as respostas foram analisadas de acordo com a quantidade de respostas semelhantes.

2.3.1 Entrevista com proprietários ou gerentes que se reportassem ao atendimento ao cliente nas empresas organizadoras de eventos em Curitiba

Para este grupo apresentado, foram entrevistados 5 proprietários que participavam das atividades diárias das empresas e 3 gerentes responsáveis pelo atendimento aos clientes e pela contratação de funcionários fixos e operacionais para cada evento, além de planejarem os modelos de treinamentos internos e externos às empresas.

Pode-se analisar, de acordo com as entrevistas que:

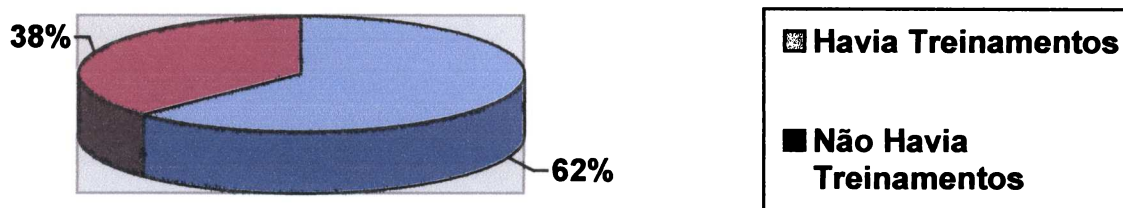
GRÁFICO 1 – EMPRESAS COM UM RESPONSÁVEL OU DEPARTAMENTO ESPECÍFICO DE RECURSOS HUMANOS



FONTE: RAMOS, W. R. C., Pesquisa de Campo, UFPR: 2007.

Das 8 empresas entrevistadas, 2 possuíam departamento de Recursos Humanos que eram encarregados pela contratação e desenvolvimento profissional destes nas empresas (treinamentos, avaliações) e 6 empresas tinham como responsável pela contratação e treinamentos o gerente ou proprietário da empresa, portanto, não havia estrutura específica para o Recursos Humanos.

GRÁFICO 2 A – TREINAMENTOS PARA O DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL DAS EQUIPES

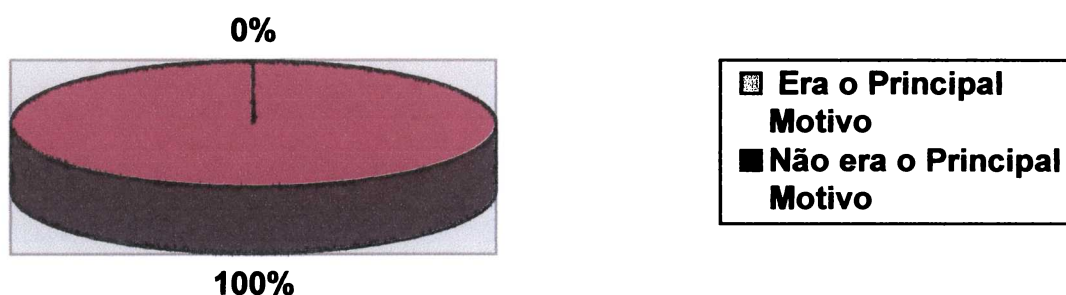


FONTE: RAMOS, W. R. C., Pesquisa de Campo, UFPR: 2007.

Quanto aos treinamentos oferecidos pelas empresas, 5 possuíam programas de avaliações, acompanhamento e treinamentos para todos os funcionários em períodos de tempo específicos de acordo com as políticas de cada agência.

Não era oferecido nenhum tipo de treinamento por 3 das empresas entrevistadas.

GRÁFICO 2 B – A ROTATIVIDADE DE FUNCIONÁRIOS COMO UM DOS PRINCIPAIS MOTIVOS PARA NÃO TREINAR EQUIPES



FONTE: RAMOS, W. R. C., Pesquisa de Campo, UFPR: 2007.

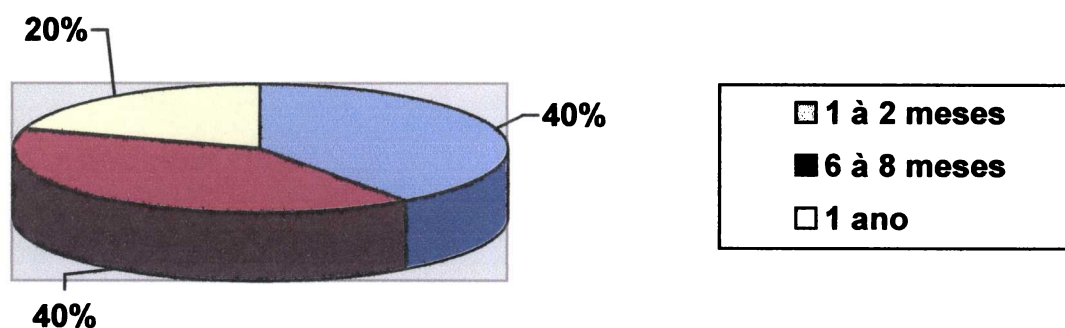
Dentre os entrevistados das 8 empresas que responderam à pesquisa, todos os gerentes ou proprietários opinaram quanto à rotatividade de funcionários (por diversas motivações) não ser o fator de maior importância na questão da ausência parcial ou total de treinamentos profissionais.

Todos os gerentes/proprietários entrevistados abordaram ser a rotatividade de funcionários um fenômeno normal na atividade de organização e operacionalização

de eventos e informaram que nas seleções de empregos, comunicavam-se com outras empresas para indicação e referência de funcionários.

Além disso, o mercado de eventos em Curitiba apresentava-se (segundo 100% dos proprietários ou gerentes das organizadoras de eventos) bastante pequeno, uma vez que, funcionários e proprietários se conheciam entre si e, portanto, conheciam os bons e maus profissionais.

GRÁFICO 3 – FREQUÊNCIA DE TREINAMENTOS

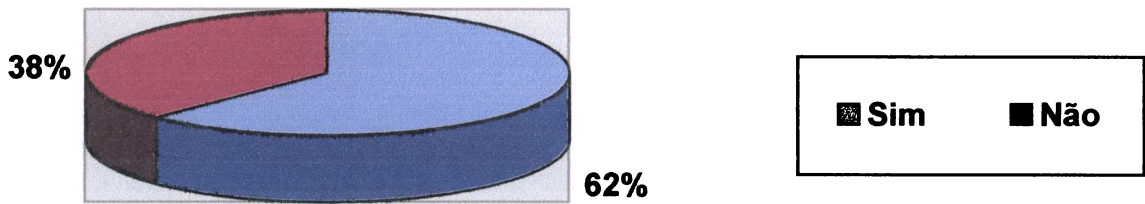


FONTE: RAMOS, W. R. C., Pesquisa de Campo, UFPR: 2007.

Ao realizar a pergunta sobre frequência dos treinamentos na entrevista, 3 gerentes/proprietários das 5 empresas que ofereciam estes aos funcionários responderam que a quantidade e a frequência dos treinamentos dependiam do desempenho das equipes. Contudo, foi determinado pela entrevistadora, que fosse dado uma média de frequência de treinamentos ofertados aos funcionários, com base nos últimos 2 anos (período mínimo de existência da empresa determinado no item 6.2 - Delimitação da Pesquisa, no presente trabalho).

As 2 empresas que ofereciam treinamentos a cada 1 ou 2 meses aos funcionários eram as mesmas que possuíam departamentos específicos de recursos humanos. Das outras 3 empresas que ofereciam treinamentos aos funcionários, 2 apresentaram frequência de treinamentos a cada 6 à 8 meses e 1 delas oferecia capacitação profissional em média a cada 1 ano.

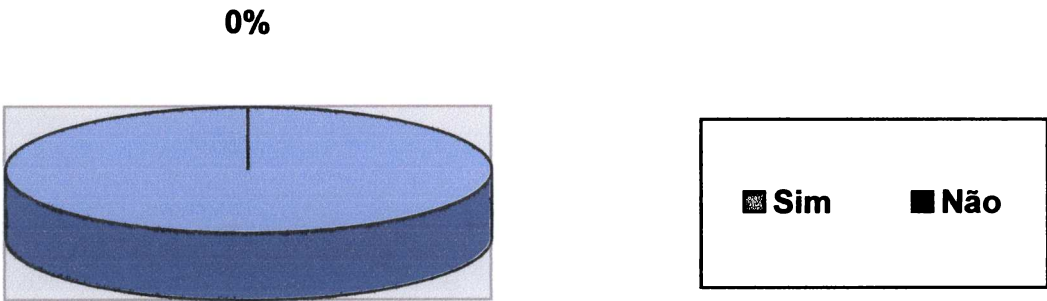
GRÁFICO 4 A – REALIZAÇÃO DE PESQUISAS DE CLIMA E AVALIAÇÕES DE DESEMPENHO



FONTE: RAMOS, W. R. C., Pesquisa de Campo, UFPR: 2007.

Dentre os entrevistados das 8 empresas que responderam à essa pergunta, 5 mencionaram que realizavam pesquisas com os funcionários (internas) quanto ao seu desempenho e relações interpessoais da equipe (pesquisa de clima organizacional). As 3 empresas que não realizavam as pesquisas de clima e desempenho com seus funcionários foram as mesmas que não ofereciam treinamentos.

GRÁFICO 4 B – REALIZAÇÃO DE PESQUISAS DE SATISFAÇÃO DOS CLIENTES

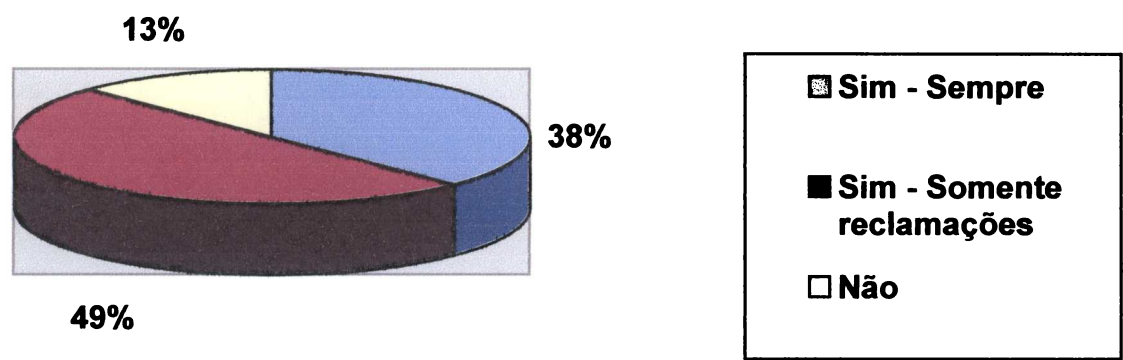


FONTE: RAMOS, W. R. C., Pesquisa de Campo, UFPR: 2007.

Quanto às pesquisas de satisfação dos clientes, todas as 8 empresas entrevistadas realizavam estas com todos os participantes à cada evento organizado.

As frequências das pesquisas (Gráficos 4 A e 4B) não foram inseridas em um gráfico, pois as pesquisas de satisfação não tinham uma frequência prevista e as pesquisas internas (desempenho e clima – funcionários) não tinham uma regularidade, variando de 3 meses à 1 ano, tendo períodos totalmente diferentes por cada empresa, e, dependiam da quantidade de atividades realizadas anualmente bem como da qualidade de desempenho dos funcionários quanto às atividades que eram propostas pelas empresas.

GRÁFICO 5 A – INFORMAÇÕES DIVULGADAS AOS FUNCIONÁRIOS

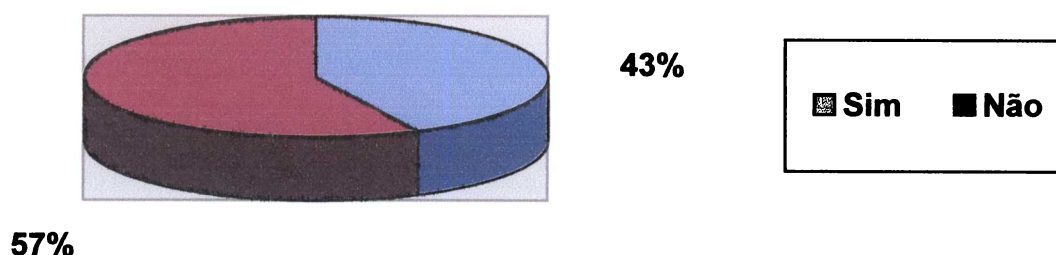


FONTE: RAMOS, W. R. C., Pesquisa de Campo, UFPR: 2007.

As informações dos resultados das pesquisas, tanto com os funcionários (internas – clima organizacional/desempenho) quanto às de satisfação dos clientes (externas) eram, em sua maioria (4 empresas), divulgadas aos funcionários, somente quando havia muitos pontos negativos e citados por uma quantidade grande de participantes dos eventos ou de funcionários (quando das pesquisas de relações interpessoais).

Das empresas restantes, 3 divulgavam sempre os resultados das pesquisas, através de *e-mails* corporativos ou mural interno e apenas 1 agência não divulgava de forma alguma qualquer resultado de pesquisas (internas ou externas).

GRÁFICO 5 B – FORMULAÇÃO DE METAS E SOLUÇÕES EM CONJUNTO PARA OS PROBLEMAS APRESENTADOS

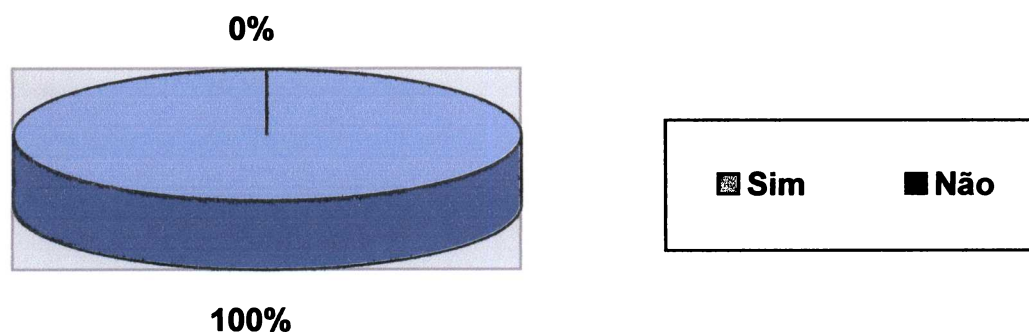


FONTE: RAMOS, W. R. C., Pesquisa de Campo, UFPR: 2007.

Das 7 empresas que divulgavam os resultados das pesquisas (interna e externa) aos funcionários, 3 formulavam soluções em conjunto (gerentes + proprietários + funcionários em geral) para os problemas apresentados, havendo participação dos funcionários na elaboração de metas e soluções.

Todos os 7 gerentes/proprietários entrevistados acreditavam que ações conjuntas eram a melhor saída para o desenvolvimento das equipes e conseqüentemente das atividades realizadas pelas empresas, contudo somente 43% realizavam esse trabalho em conjunto na prática.

GRÁFICO 6 A – INTERESSE DAS EMPRESAS EM INVESTIR NA QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL DE FUNCIONÁRIOS

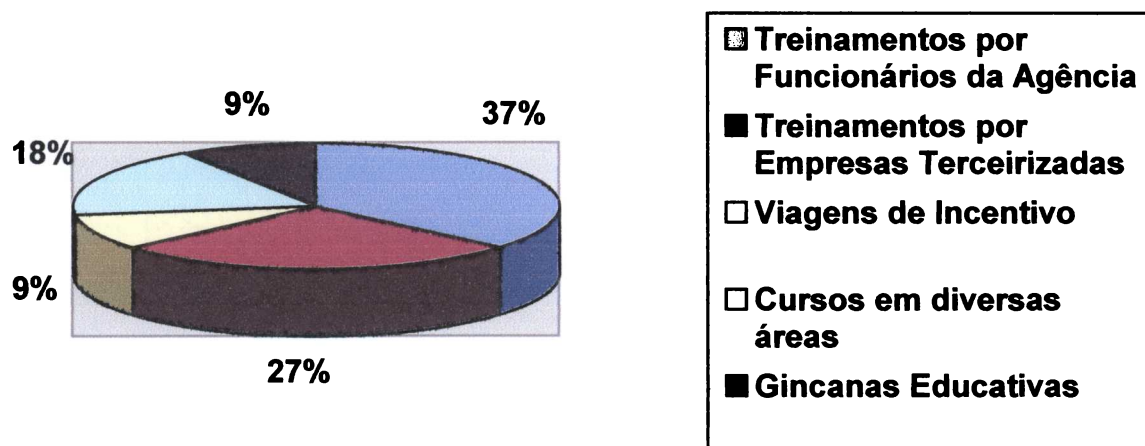


FONTE: RAMOS, W. R. C., Pesquisa de Campo, UFPR: 2007.

Apesar de haver 3 empresas mencionaram não possuir programas de treinamento e avaliação das atividades das equipes de funcionários, todas as 8 empresas entrevistadas apresentaram interesse em investir em diversos tipos de qualificação profissional como: viagens de incentivo, gincanas educativas, palestras, cursos dentro e fora da empresa, aquisição de melhores estruturas para os funcionários (estrutura física do local da empresa, bem como aquisição de *softwares* e novidades tecnológicas que propiciassem conhecimento diferenciado dos funcionários e conseqüentemente diferencial de currículo para estes).

Todos os responsáveis entrevistados das empresas organizadoras de eventos em Curitiba, ainda citaram que a grande dificuldade em treinar equipes era a falta de tempo e de recursos financeiros suficientes.

GRÁFICO 6 B – MEIOS DE CAPACITAÇÃO DE PROFISSIONAIS A SEREM UTILIZADOS PELAS EMPRESAS



FONTE: RAMOS, W. R. C., Pesquisa de Campo, UFPR: 2007.

Este item da entrevista contemplou mais de uma resposta por empresa.

Das 8 empresas entrevistadas, 4 empresas mencionaram que utilizariam funcionários com mais tempo de experiência e de serviços na empresa para treinar os funcionários mais novos, 3 empresas pagariam por serviços de empresas especializadas em desenvolvimento profissional e capacitação de funcionários (desde que os valores de treinamento fossem compatíveis com o capital de giro da agência), 1 agência citou as viagens de incentivo como forma de motivação e

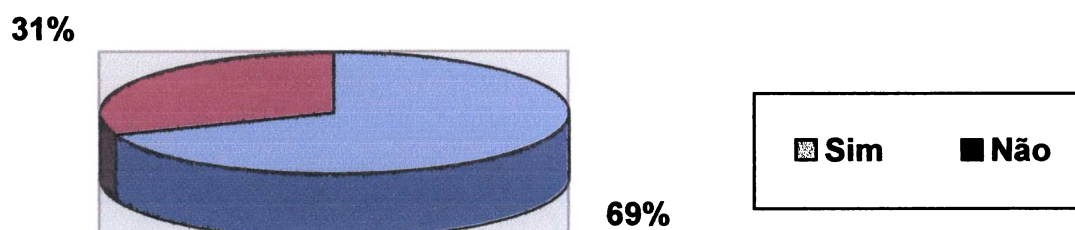
desenvolvimento profissional dos funcionários, 2 empresas incentivariam financeiramente os funcionários a fazerem cursos de aperfeiçoamento em diversas áreas e 1 agência citou a realização de gincanas educativas e de entrosamento das equipes.

2.3.2 Questionário aplicado aos funcionários das empresas organizadoras de eventos em Curitiba

Das 8 Empresas Organizadoras de Eventos em Curitiba que responderam as entrevistas e questionários, obteve-se um total de 74 funcionários, mas somente 52 responderam aos questionários, devido à ausência do número total de funcionários presentes em cada empresa no momento da pesquisa.

Pode-se analisar, de acordo com as respostas aos questionários que:

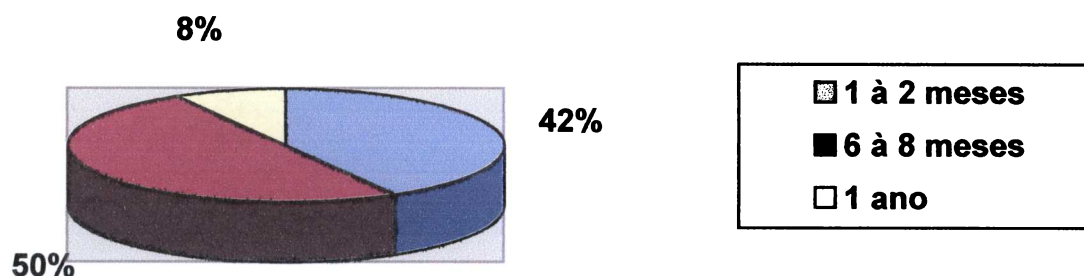
GRÁFICO 7 A – PARTICIPAÇÃO EM PROGRAMAS DE CAPACITAÇÃO/DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL



FONTE: RAMOS, W. R. C., Pesquisa de Campo, UFPR: 2007.

Dos 52 funcionários que responderam ao questionário, 36 pertenciam à empresas que possuíam treinamentos para o desenvolvimento profissional e 16 funcionários de empresas que não forneciam treinamentos ou qualquer outra tipologia de capacitação profissional.

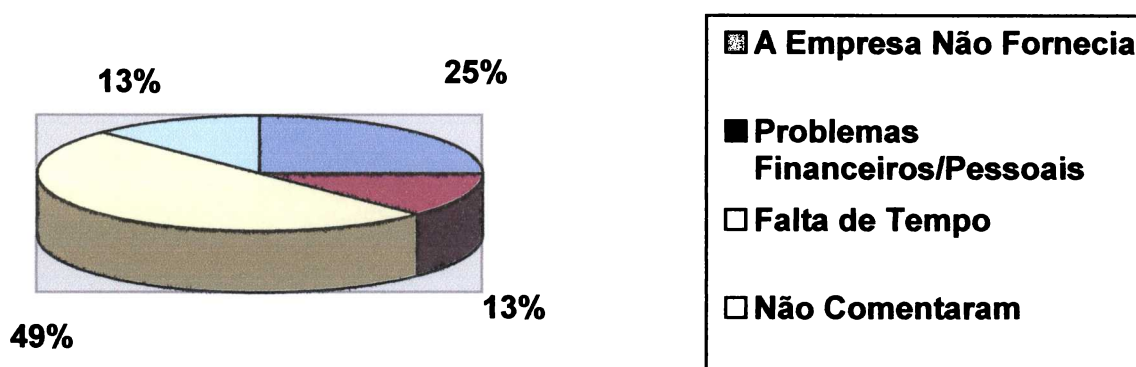
GRÁFICO 7 B – FREQUÊNCIA DOS TREINAMENTOS/CURSOS/OUTROS PARA CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL



FONTE: RAMOS, W. R. C., Pesquisa de Campo, UFPR: 2007.

Dos 36 funcionários de empresas que forneciam capacitação profissional, 15 responderam que participavam desses treinamentos a cada 1 ou 2 meses, 18 responderam que o faziam a cada 6 à 8 meses e 3 tinham algum treinamento a cada um ano ou mais.

GRÁFICO 7 C – MOTIVO PELO QUAL OS FUNCIONÁRIOS NÃO PARTICIPAVAM DOS TREINAMENTOS



FONTE: RAMOS, W. R. C., Pesquisa de Campo, UFPR: 2007.

Dos 16 funcionários que responderam que não participaram de nenhum tipo de capacitação profissional oferecido pelas empresas de eventos, 4 responderam que não participavam exclusivamente pelas empresas não terem fornecido esse tipo de benefício.

Além das empresas não terem fornecido este tipo de benefício, 2 funcionários responderam que possuíam problemas financeiros ou pessoais, 8 responderam que

não tinham tempo para procurar e fazer cursos/treinamentos e outros para aprimoramento profissional e 2 funcionários não responderam a este tópico.

QUADRO 1 – ASPECTOS MAIS IMPORTANTES PARA A QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL

MOTIVO	1º MAIS IMPORTANTE	2º MAIS IMPORTANTE	3º MAIS IMPORTANTE
Importante para se manter no mercado (diferencial no currículo)	24	9	8
Importante para prestar serviços de qualidade (de acordo com a percepção do cliente)	4	6	8
Importante para o cumprimento de metas estabelecidas pela empresa	6	9	6
Importante para o crescimento pessoal e profissional	15	11	8
É importante, mas falta tempo	0	7	9
É importante, mas falta dinheiro	0	6	9
É importante, mas a empresa que deve tomar iniciativa	0	0	4

FONTE: RAMOS, W. R. C., Pesquisa de Campo, UFPR: 2007.

Observação: números relacionados à quantidade de funcionários que responderam à aspecto de cada questão.

De acordo com o número de funcionários que responderam em escala de importância sobre os aspectos de reciclagem profissional apresentados acima, os mais importantes foram:

- 1º - Importante para se manter no mercado (diferencial no currículo), citado por 24 funcionários;
 - 2º - Importante para o crescimento pessoal e profissional, citado por 11 funcionários;
 - 3º - É importante, mas falta tempo;
 - 3º - É importante, mas falta dinheiro.
- (Os dois tópicos que ficaram em terceiro lugar de importância foram citados por 9 funcionários cada um).

O item: Outro Motivo, dessa mesma questão inserida no questionário recebeu 7 respostas, sendo que destas: 3 funcionários responderam que o motivo sobre a reciclagem profissional estava relacionada com a permanência no atual emprego (em primeiro lugar), 4 funcionários responderam que era importante para requisitar melhores salários (segundo lugar).

2.4 ANÁLISE E CONCLUSÃO GERAL DOS DADOS OBTIDOS

Ao realizar a pesquisa foi possível perceber a carência de estudos e estatísticas sobre a quantidade e a qualidade das empresas organizadoras de eventos em Curitiba, haja vista, que a própria lista oficial de empresas desse segmento elaborada pelo Ministério do Turismo, órgão de máxima importância na organização e planejamento da atividade turística no Brasil, estava defasada, visto que muitas empresas não trabalhavam mais com organização de eventos, além de haver duplicidade de empresas listadas.

Quanto à receptividade das empresas em contribuir para as duas fases da pesquisa (primeiro contato telefônico e posterior contato pessoal para entrevistas e aplicação de questionários), pode-se analisar como boa, visto que foram somente 2 empresas na segunda fase da pesquisa que se recusaram a receber pessoalmente a entrevistadora, alegando motivos de falta de tempo e interesse em participar de uma pesquisa acadêmica. Portanto, não houve grandes dificuldades em realizar a pesquisa para este segmento da atividade turística, exceto quanto ao tempo disponibilizado para as entrevistas e aplicação dos questionários em cada empresa, este sendo rápido e realizado de acordo com a disponibilidade de tempo dos funcionários (que na maioria das vezes não se mostraram satisfeitos em parar o trabalho para responder a um questionário para trabalho acadêmico).

Na realização desta pesquisa para um trabalho sobre a atividade turística, mais precisamente do segmento de eventos, foi possível entender a dificuldade em se conseguir dados e informações para a criação de estatísticas que visam contribuir e enriquecer o próprio segmento.

Houve interesse dos proprietários de empresas organizadoras de eventos em Curitiba em contribuir para as pesquisas acadêmicas no segmento, contudo, o tempo disponibilizado para tais estudos foi mínimo, tendo como principal argumento, a falta de tempo que os organizadores tinham, devido à sobrecarga de trabalhos

realizados mensalmente por cada agência. Prova disso, foi o item falta de tempo para a qualificação profissional na opinião dos funcionários das empresas organizadoras de eventos em Curitiba, ter se classificado entre as 3 mais importantes nas estatísticas apresentadas de acordo com os questionários aplicados nesta pesquisa.

Finalizando, de acordo com os objetivos geral e específicos e na conformação das hipóteses, a pesquisa respondeu em sua totalidade ao que se havia sido proposto.

Foi possível compreender, ao contrastar a opinião dos proprietários ou gerentes das empresas e demais funcionários, que a gestão de recursos humanos, principalmente à voltada à qualificação de mão-de-obra para o segmento de eventos foi de interesse para ambos, contudo, ainda era visto como um gerador de custo para as empresas, não por haver rotatividade de funcionários, mas sim pelo valor cobrado por cursos de especialização, palestras e viagens de incentivo. Porém a qualificação profissional foi considerada importante pelos funcionários como um diferencial no currículo profissional, principalmente no século XXI, em que a concorrência no mercado de trabalho está cada vez mais acirrada, não excluindo o mercado de eventos nacionais e internacionais.

A compreensão desses processos de qualificação da mão-de-obra deu-se também quanto à forma e freqüência que as empresas mencionaram realizar esse desenvolvimento de equipes. De acordo com a análise das respostas das entrevistas com os gerentes/proprietários das empresas, o interesse dos próprios funcionários em se desenvolverem profissionalmente e a necessidade de diferencial nos serviços prestados, os entrevistados nas Empresas Organizadoras de Eventos em Curitiba, mencionaram oferecer alguns treinamentos em forma de pequenos cursos, em sua maioria realizados nas próprias empresas em dias de menores movimentos. Especificaram que promoviam pequenas palestras realizadas por integrantes da gerência ou proprietário da própria empresa a fim de sanar dificuldades diárias analisadas pelas pesquisas de climas organizacionais, ou na maioria das vezes, por análises informais na inter-relação profissional nas equipes de trabalho (37% das empresas citaram utilizar desses recursos para a capacitação profissional de suas equipes - GRÁFICO 6B). Também mencionaram que eram analisadas pelas gerências, as pesquisas de satisfação dos clientes de acordo com a opinião destes participantes quanto ao atendimento prestado. Identificou-se que na maioria das

empresas organizadoras de eventos em Curitiba (49% - GRÁFICO 5 A), esses dados de pesquisas internas (clima organizacional) ou externas (satisfação do cliente) eram revelados aos funcionários, somente quando eram negativas e necessitavam de mudanças na realização das atividades. Contudo, identificou-se que 43% (GRÁFICO 5 B), das empresas possuíam gestão participativa (elaboração das metas e planejamentos de mudanças em conjunto com funcionários em geral e gerentes/proprietários).

Em suma, as empresas, apesar de em sua maioria não fornecerem informações integrais durante as pesquisas internas e externas, ainda visualizavam a importância da participação dos funcionários nas metas e soluções aos problemas da empresa, sendo de importância para estas equipes que estivessem comprometidas com o trabalho e devidamente qualificadas à prestação de serviços (atendimento ao cliente), mas que também, administrativamente, pudessem se desenvolver, tornando-se disseminadoras de informações e atitudes coerentes às políticas da empresa para novas gerações de funcionários. Sendo assim, apesar do custo desta qualificação, das organizadoras de eventos em Curitiba, obteve-se que buscam maneiras de aperfeiçoamento de seus funcionários, por menores custos, enquanto os funcionários manifestaram compreender a necessidade de estarem informados e qualificados para se manterem no mercado de eventos. Entretanto, o problema relacionado às questões financeiras desses funcionários ficou classificado em 3º lugar como fator da não procura pela qualificação profissional partindo do próprio funcionário.

Diante dos resultados obtidos pode-se afirmar que serviram de base para a elaboração do Plano de Negócios para a abertura de uma empresa de recursos humanos especializada no segmento de eventos, apresentada na próxima parte deste trabalho.

3. DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO

Neste tópico do trabalho, será elaborado um plano de negócios propondo a abertura de uma empresa virtual de recursos humanos, especializada em mão-de-obra e qualificação de pessoas para trabalhar na atividade turística, especificamente no segmento de eventos em Curitiba.

O Plano de negócios para a abertura da empresa *Angellus Online* CWB – Recursos Humanos para Eventos, foi realizado à partir do modelo apresentado pelo SEBRAE (2007).

O objetivo principal de um plano de negócios é traçar o perfil de uma empresa a ser iniciada de acordo com as tendências do mercado e para o conhecimento dos concorrentes efetivos e potenciais.

O plano de negócio é o instrumento ideal para traçar um retrato fiel do mercado, do produto e das atitudes do empreendedor, o que propicia segurança para quem quer iniciar uma empresa com maiores condições de êxito ou mesmo ampliar ou promover inovações em seu negócio. (SEBRAE, 2007)

3.1 DESCRIÇÃO

A *Angellus Online* CWB – Recursos Humanos para Eventos será uma empresa de recrutamento e treinamento para contratação e desenvolvimento pessoal e profissional de pessoas que pretendem trabalhar com eventos em todas as suas tipologias (eventos em diversas áreas de atuação e de pequeno, médio ou grande porte – inclusive os megaeventos) e fases: organização, recepção, operacionalização, aspectos legais, entre outros.

Será uma empresa virtual, ou seja, *online*, em que empresas organizadoras de eventos, estudantes de turismo ou áreas correlatas e profissionais poderão interagir. As empresas terão mais um recurso para auxiliar na contratação de funcionários fixos e operacionais (aqueles contratados somente para a realização de um evento, sem vínculo empregatício). Já os profissionais e estudantes terão a *Angellus Online* CWB como difusora de conhecimentos e estatísticas sobre empregabilidade no segmento de eventos em Curitiba, além da oferta de cursos de

reciclagem e desenvolvimento profissional *online*, contando também com espaço para cadastramento desses profissionais e pesquisa de vagas em eventos.

Além disso, o *site* promoverá a difusão de conhecimento sobre o profissional graduado ou pós-graduado no curso de Turismo de diversas instituições de ensino em Curitiba, divulgando grades curriculares, potencialidades desses profissionais e estudantes, entre outros, proporcionando o reconhecimento do mercado, inicialmente curitibano, em relação aos bacharéis em Turismo inseridos no segmento de planejamento e organização de eventos.

3.1.1 Missão da empresa

Facilitar as trocas de experiências profissionais e disseminação de informações para estudantes e profissionais do segmento de eventos em Curitiba, além de promover o encontro desses profissionais com o mercado.

3.2 PROPOSTAS PARA O DESENVOLVIMENTO

O desenvolvimento desse projeto será baseado nas etapas para abertura da empresa e as formas de divulgação e captação de clientes que serão realizadas no primeiro ano da empresa.

A abertura da empresa, primeiramente, será definida de acordo com os passos recomendados pelo Sebrae – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2007).

São estes:

Caracterizar a empresa:

- Ramo de Atividade: Empresa de Prestação de Serviço¹⁴;
- Setor: Turismo;
- Tipo de Negócio: Comércio Eletrônico (*e-commerce*) e Escritório em Casa (*Home Office*);
- Aspectos Legais: Micro-Empresa (carga tributária Federal: simples¹⁵);

¹⁴ São aquelas cujas atividades não resultam na entrega de mercadorias, mas da oferta do próprio trabalho ao consumidor. (SEBRAE, 2007)

¹⁵ É um sistema tributário para as Micro e Pequenas Empresas, que facilita o pagamento de impostos de Pessoa Jurídica, bem como alguns impostos que antes eram obrigatórios, com o SIMPLES, se

- Enquadramento de impostos:
- Governo Federal: ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços.
- Governo Municipal: ISS – Imposto sobre Serviço de Qualquer Natureza.
- Forma Jurídica de Administração: Empresário.

Empresário: é aquele que exerce individualmente e de maneira organizada atividades voltadas para a produção ou comercialização de bens e serviços, sendo obrigatório seu registro na Junta Comercial. Não há a presença de sócios e o proprietário assume integralmente a responsabilidade pelos resultados e riscos. Nesse tipo de empresa, o dono responsabiliza-se pelas obrigações da empresa, que são **ILIMITADAS**, isto é, o patrimônio pessoal pode ser exigido para o pagamento de certas dívidas, como por exemplo: débitos trabalhistas, com fornecedores, tributos, danos ao consumidor, danos ambientais, etc. (SEBRAE, 2007, grifo do autor)

Providências junto aos órgãos competentes:

- Registro Legal na Junta Comercial ou cartório;
- Elaborar o Requerimento de Empresário Individual (no caso de não ser uma sociedade, não há necessidade de elaborar o contrato social e sim o requerimento);
- Após os passos acima, recebe-se um Número de Identificação do Registro de Empresa – NIRE;
- Com o NIRE, é possível via internet somente, requisitar junto à Receita Federal, o CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica;
- Retirar o Alvará de Funcionamento junto à Prefeitura Municipal de Curitiba;
- Cadastrar-se junto à Secretaria Estadual da Fazenda, para obtenção da Inscrição Estadual;
- Cadastrar-se na Previdência Social: é necessário, mesmo que não haja funcionários registrados;
- Cuidar do Aparato Fiscal: fase de solicitar autorização na Prefeitura Municipal de Curitiba para impressão de notas fiscais e recolhimento de impostos.
- Consultar a marca e o nome junto ao INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial e registrar-se junto a esse mesmo órgão;

tornam facultativos para micro-empresas com faturamento anual bruto de até R\$240.000,00 e pequenas empresas com faturamento anual bruto de até R\$2.400.000,00. (SEBRAE, 2007)

- Registrar o Domínio *Online*¹⁶.

De acordo com o Sebrae (2007), esse processo pode levar de 60 à 150 dias, dependendo da agilidade de cada órgão emissor dos documentos.

3.3 ESTRATÉGIAS DE VIABILIDADE

As estratégias que farão o plano de negócios viável foram baseadas no livro virtual: Como Elaborar um Plano de Negócios, desenvolvido pelo SEBRAE (2007).

3.3.1 Estratégias de divulgação

O *site* como a própria empresa será um autodivulgador, contudo, inicialmente, serão utilizados cartazes (apêndice 5) e *flyers* (apêndice 6) para a divulgação dos serviços da *Angellus Online* CWB. Estes serão fixados e distribuídos nas 12 instituições de ensino superior de Curitiba que têm o Curso de turismo (anexo 4) e nas 53 empresas Organizadoras de Eventos em Curitiba que constam na lista oficial do Ministério do Turismo – MTUR (2007). Pretende-se divulgar também nas outras empresas de organização de eventos e empresas afins (que trabalham com fornecimento de serviços e produtos para eventos). Além disso, serão utilizados como estratégias de divulgação: o *Orkut* (*site* de relacionamento, gratuito) e distribuição de cartões de visita em eventos.

3.3.1.1 Logotipo

O logotipo (apêndice 4) será constituído pelo desenho de pessoas unidas pelas mãos simbolizando a ajuda entre os profissionais do segmento, bem como o encontro entre os organizadores de eventos, profissionais, estudantes universitários, fornecedores, entre outros de relevância para o planejamento e execução de eventos. O fortalecimento, desenvolvimento e posterior crescimento do segmento de eventos em Curitiba, também serão representados através da figura do logotipo da *Angellus Online* CWB.

¹⁶ Domínio *Online*: é o cadastro na instituição Registro de Domínios para a *Internet* no Brasil, indispensável para a obtenção de um endereço eletrônico (*site*).

3.3.2 Público-alvo

Será constituído por estudantes e profissionais da área de turismo, mais especificamente do segmento de eventos ou áreas correlatas a este. Além disso, serão também compradoras dos serviços desta empresa, empresas organizadoras de eventos em geral.

Não haverá um público-alvo condicionado por local de moradia, sexo ou condições financeiras, visto que a empresa desenvolverá suas atividades em um ambiente virtual e o custo para sua utilização será acessível até para profissionais ou estudantes de baixa renda (considerando o mínimo de um salário - salário mínimo calculado no Paraná - por pessoa). A idade mínima exigida para o cadastramento será a de 18 anos, por questões de maioridade jurídica. Um requisito importante para esse público-alvo é o conhecimento básico das ferramentas da *internet*.

3.3.3 Estudo dos concorrentes

Não há concorrentes na mesma área específica de atuação, mas há alguns *sites* de recursos humanos que podem ser concorrentes indiretos da *Angellus Online CWB*. Os concorrentes potenciais mostrados no quadro abaixo foram selecionados por serem mais conhecidos no mercado (maior número de internautas *online* no momento da pesquisa). Há inúmeros *sites* de cadastramento de currículos e de informações sobre empregos, porém muitos, não possuem grande credibilidade no mercado e não podem ser considerados concorrentes da *Angellus Online CWB*.

QUADRO 2 – ANGELLUS ONLINE CWB X CONCORRENTES

	SERVIÇOS	PREÇO	CONDIÇÕES DE PAGAMENTO
Angellus Online CWB	- Cadastro de profissionais do segmento de eventos e fornecedores; - Classificados: divulgação de vagas de empregos e	- Variam de R\$15,90 à R\$30,00.	Boleto Bancário ou Depósito em Conta.

	estágios, de produtos e serviços de fornecedores para eventos e sobre as empresas organizadoras de eventos em Curitiba. - Cursos <i>Online</i>; -Serviços Corporativos: treinamentos, e consultoria para equipes de trabalho já formadas.		
ETUR	- Informações Gerais sobre Turismo.	Alguns conteúdos exclusivos, valores entre: R\$10,00 e 20,00. O restante das notícias é gratuito.	Débito em conta ou Boleto Bancário.
CIEE – Centro de Integração Escola-Empresa	Cadastramento de estudantes para estágios.	Serviços Gratuitos.	_____
Catho <i>Online</i>	- Cadastro de Currículo; - Pesquisa Salarial; - Anúncios de Vagas no Exterior; - Classificados; - <i>Cursos Online</i>.	Varia de R\$29,50 à R\$498,00 (valor mínimo mensal à valor máximo anual) Diferencia valores por: profissionais,	Débito em conta.

	*Não é exclusivo para a área de turismo.	estagiários, portador de deficiência e operacional)	
Curriculum.com.br	- Cadastro de currículos e vagas de empresas de todos os tipos. *Não é exclusivo para a área de turismo.	Gratuito.	_____
Banco Nacional de Empregos	- Cadastro de currículos e vagas de empresas de todos os tipos; - Aviso de vagas por mensagens no celular; *Não é exclusivo para a área de turismo.	Cadastro de currículo gratuito, mas a maioria das vagas só é possível visualizar e enviar o currículo quem é assinante. Valor mensal de: R\$15,00	Boleto Bancário, depósito em conta, cartão de crédito (VISA, MASTER E DINNERS)
GESTOUR	- Notícias Gratuitas de Curitiba e outros municípios do Paraná e Brasil; - Anúncios Pagos.	Valores variam de: R\$80,00 à R\$400,00 (banners, pop-ups, entre outros) Planos anuais promocionais.	Boleto Bancário.

FONTE: RAMOS, W. R. C., UFPR: 2007.

3.3.4 Estudo dos fornecedores

A Angellus Online CWB, não utilizará nenhum fornecedor específico para compilar os serviços da empresa.

Para a área de material gráfico, tentar-se-á parcerias/permutas (trocas de serviços ou produtos) a fim de minimizar os custos, ou, utilizar-se-á gráficas que apresentem melhores preços x qualidade.

3.3.5 Descrição dos serviços

A Angellus Online CWB terá como principais serviços:

- Cadastramento de currículo de profissionais e estudantes universitários do segmento de eventos ou áreas correlatas;
- Cadastramento de serviços para eventos: fornecedores de diversas áreas;
- Informações sobre o mercado de eventos, empregabilidade, espaços para eventos, destinos mais procurados para realização de produção cultural, atualidades, entre outros que possam influenciar diretamente o mercado de eventos de Curitiba, Brasil e exterior;
- Acesso a cursos de reciclagem profissional *online*;
- Informações atualizadas sobre os melhores cursos brasileiros e mundiais de turismo de eventos e áreas afins;
- Serviços corporativos: composto por treinamentos ou cursos virtuais de equipes. Este em especial será pago pela empresa, aos funcionários, podendo ser transmitidos também por teleconferência;
- Busca de Currículos – pacotes de acesso ilimitado por 15 dias para empresas organizadoras de eventos, verificarem os currículos cadastrados dos profissionais e estudantes;
- Todos os profissionais, estudantes e fornecedores serão entrevistados previamente e serão feitas pesquisas junto ao Procon¹⁷ e outros órgãos competentes quanto à idoneidade dos produtos e serviços dos fornecedores.

À princípio todos os serviços serão *online*, contudo, pretende-se, com a estabilização e ampliação dos serviços no mercado, atuar no segmento de treinamentos presenciais nas empresas, ou seja, além da teleconferência, disponibilizar uma equipe de profissionais que atendam as empresas pessoalmente nos treinamentos.

¹⁷ “Procon é o órgão responsável pela coordenação e execução da política estadual de proteção, amparo e defesa do consumidor. Cabe ao Procon orientar, receber, analisar e encaminhar reclamações, consultas e denúncias de consumidores, fiscalizar previamente os direitos dos consumidores e aplicar as sanções às empresas, quando se fizer necessário”. (PROCON, 2007)

3.3.6 Estratégias de comercialização

Neste item os serviços chegarão diretamente ao cliente, por se tratar de uma empresa virtual (*online*). Dessa forma, não haverá interferência de nenhuma agência ou representante na venda desses serviços.

3.3.7 Localização da empresa

A empresa constituir-se-á por “*Home Office*”, ou seja, será montada na própria residência da proprietária, a fim de diminuir custos de aluguel e manutenção.

3.3.8 Layout da empresa

A empresa será montada em um cômodo da residência da proprietária, que dispõe de 20 m², com móveis não embutidos para facilitar mudanças de *layout*.

Este cômodo tem entrada independente da casa, composto por uma pequena sala e um lavabo.

Dispõe de: 1 computador Dell Pentium 4, com monitor de 19” e um *laptop* HP completo, 1 combo (impressora jato de tinta, fotocopadora e *scanner* portátil *Cannon*) e 1 aparelho de fax com 1 linha telefônica, 1 frigobar, 1 mesa pequena com 4 cadeiras.

A disposição da sala resume-se em 2 ilhas de trabalho pequenas, uma para a proprietária e outra para um possível estagiário.

Não haverá espaço para atendimento ao cliente no local, pois o atendimento será feito exclusivamente via *internet*.

3.3.9 Processos operacionais

As atividades serão desenvolvidas somente com o uso do computador, portanto, não haverá processos operacionais.

3.3.10 Serviços terceirizados

Serão utilizados serviços de Empresa Junior¹⁸ da área de informática e Design (para desenvolver o *layout* do *site*) e ciências contábeis (para auxílio na área financeira e jurídica), além disso, serão utilizados serviços de empresas especializadas em proteção e manutenção ao computador (*hardware* e *software*).

3.3.11 Parcerias

A Angellus Online CWB construirá parcerias com os fornecedores e empresas organizadoras de eventos em Curitiba a partir de trocas de serviços ou divulgação da marca dessas empresas no *site*. Este será um item analisado em médio prazo (6 meses à 1 ano), visto que primeiramente, o *site* deverá apresentar um número grande de visitas diárias, além de vários assinantes, para possuir poder de negociação junto às empresas de possível parceria.

3.4 FONTES DE RECURSOS

Para a fonte de recursos será considerado como o investimento de apenas um empresário, portanto, não será realizado mediante empréstimos para a constituição da empresa. Dessa forma, não serão calculadas alíquotas a serem debitadas por juros sobre o valor investido.

3.4.1 Estimativas de investimentos fixos

Os investimentos fixos dar-se-ão por todos os bens duráveis que serão comprados para iniciar a empresa. Os valores são estimados, a partir de pesquisas em *sites* de vendedores independentes, portanto, os móveis e equipamentos serão todos comprados usados para o início da empresa.

¹⁸ Empresas Juniores são entidades ligadas às Instituições de Ensino Superior, em que alunos de diversos anos de graduação podem desenvolver projetos na sua área de atuação. Os custos desses projetos são operacionais, haja vista, que os alunos não podem lucrar com estes. (CBEJ, 2007)

QUADRO 3 – MÓVEIS E EQUIPAMENTOS

DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
Computador Dell Pentium 4	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
Monitor de 19"	1	R\$ 250,00	R\$ 250,00
<i>laptop</i> HP completo	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
Combo (impressora jato de tinta, fotocopiadora e <i>scanner</i> portátil <i>Cannon</i>)	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
Aparelho de Fax/telefone	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Frigobar	1	R\$ 450,00	R\$ 450,00
Mesa pequena com 4 cadeiras.	1	R\$ 350,00	R\$ 350,00
Ilhas de trabalho (para apoiar os equipamentos)	2	R\$ 300,00	R\$ 600,00
Cadeiras de Escritório estofadas	2	R\$ 100,00	R\$ 200,00

FONTE: RAMOS, W. R. C., UFPR: 2007.

SUB-TOTAL de estimativas de gastos fixos: R\$ 4.900,00.

A estas estimativas somam-se aos gastos iniciais de taxas de registro da empresa e de Domínio *Online* que foram calculados a partir de valores estimados encontrados no *site* do SEBRAE (2007).

SUB-TOTAL de gastos jurídicos: R\$ 600,00.

Deve-se calcular também o valor inicial para a aquisição de *Softwares* e criação e desenvolvimento do *Site*, estimado em: R\$1.000,00.

TOTAL (gastos jurídicos + gastos fixos em equipamentos e móveis + criação do site): R\$ 6.500,00.

3.4.2 Capital de giro

O capital de giro é a quantidade de recursos necessários para o funcionamento normal de uma empresa, compreende: a compra de matérias-primas ou mercadorias, financiamento das vendas e o pagamento das despesas. (SEBRAE, 2007).

QUADRO 4 – CAPITAL DE GIRO

DESCRIÇÃO	VALOR MENSAL
Água	R\$ 5,00
Luz	R\$ 15,00
Telefone + <i>internet</i> à cabo	R\$ 40,00
Alimentação (itens no <i>frigobar</i>)	R\$ 10,00
Pagamento de Estagiário (segunda à sexta-feira, de 4 à 6 horas por dia, sem área de atuação definida)	R\$ 200,00
<i>Pró-labore</i> (retorno financeiro para a proprietária)	R\$ 600,00
Impostos (depende da movimentação de entradas e saídas de dinheiro, contudo foi fixado um valor inicial)	R\$ 140,00
Gastos com manutenção e proteção do computador	R\$ 10,00
Gastos com divulgação e busca de informações para o <i>site</i> + material de escritório	R\$ 80,00

FONTE: RAMOS, W. R. C., UFPR: 2007.

TOTAL de gastos mensais iniciais: R\$ 1.100,00

Os gastos com manutenção e proteção do computador serão computados, em média, pelo valor cobrado de um profissional dessa área, em torno de R\$60,00 para 1 sessão de manutenção. De acordo com o manual de *softwares* profissionais¹⁹, esta revisão do computador em empresas deverá ser feita a cada 6 meses, por se tratar de um volume grande de utilização.

Outro ponto a ser comentado é quanto ao *pró-labore* que consistirá no pagamento da proprietária da empresa. Apesar de ser um valor baixo, nos primeiros meses (R\$600,00), a atenção à empresa não será de dedicação exclusiva, haja vista que poderá ser administrada em qualquer ambiente que possua um computador com acesso à internet. Além disso, esse valor será o salário médio inicial dos empregos registrados nas empresas organizadoras de eventos em Curitiba (BNE, 2007) e foram computados para o primeiro ano de empresa. Não levou-se em consideração as possíveis parcerias que poderão diminuir os custos mensais (principalmente com divulgação), aumento do capital de giro, além de proporcionar aumento de clientes que acessarão e assinarão o conteúdo do *site*.

3.4.3 Estimativa de retorno mensal

A estimativa de retorno irá demonstrar a viabilidade da empresa em cobrir os custos mensais e garantir lucro.

A quantidade mensal de serviços a ser vendida foi levantada com base no alcance da divulgação a ser feita nos primeiros 6 meses após a abertura da empresa.

QUADRO 5 – ESTIMATIVA DE FATURAMENTO MENSAL DA EMPRESA

SERVIÇO	QUANTIDADE MENSAL	PREÇO DE VENDA UNITÁRIO	FATURAMENTO TOTAL
Cadastramento de currículo de profissionais	20	R\$ 15,00/mês	R\$ 300,00
Cadastramento de	20	R\$ 15,00/mês	R\$ 300,00

¹⁹ São os manuais que acompanham os computadores e *softwares* oficiais quando da compra desses.

currículo de estudantes universitários			
Cadastramento de serviços para eventos: fornecedores de diversas áreas	25	R\$ 20,00/mês	R\$ 500,00
<i>Cursos Online</i>	10	R\$ 20,00 por curso (com certificação) *50% desse valor fica com o responsável por ministrar o curso.	R\$ 100,00
Informações somente para assinantes	30	R\$ 8,00 (mês)	R\$ 240,00
Serviços corporativos: composto por treinamentos ou cursos virtuais de equipes. Este em especial é pago pela empresa, aos funcionários, podendo ser transmitidos também por teleconferência.	3 empresas – aproximadamente 20 funcionários	R\$ 15,00 por funcionário	R\$ 300,00
Busca de Currículos – as agências pagam para verificar currículo de profissionais e estudantes.	8 empresas;	R\$ 20,00 por 15 dias	R\$ 160,00

FONTE: RAMOS, W. R. C., UFPR: 2007.

TOTAL de faturamento mensal com as metas de vendas mensais: R\$ 1.900,00.

3.4.4 Retorno financeiro mensal x gastos mensais

Neste item serão cruzados os valores de entradas e saídas de capitais, provando a viabilidade financeira deste projeto através de estimativas.

QUADRO 6 – DEMONSTRATIVO DE ENTRADAS E SAÍDAS DO FATURAMENTO MENSAL DA EMPRESA

ENTRADAS (valores recebidos pela venda dos serviços)	SAÍDAS (gastos mensais da empresa com mão-de-obra, manutenção de equipamentos, pagamento de impostos)
R\$ 1.900,00	R\$ 1.100,00
Não será calculado possíveis patrocínios.	*Valor mensal será calculado para os primeiros 6 meses como caixa inicial (SEBRAE, 2007), prevendo futuros erros ou a não aceitação do mercado no período de iniciação do serviço junto ao público.

FONTE: RAMOS, W. R. C., UFPR: 2007.

A diferença entre a entrada e saída de capital é de: R\$ 800,00.

Este valor representa 6% mensais do valor inicial previsto para ser gasto com equipamentos e aspectos legais para a abertura da empresa (R\$ 6.500,00) somados ao caixa inicial para os 6 primeiros meses, totalizando o valor de R\$ 6.600,00. Portanto, o valor inicial investido terá retorno total no período de aproximadamente 17 meses.

3.4.5 Avaliação estratégica

Baseado na matriz F.O.F.A (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças), segue uma tabela para visualização da viabilidade por fatores internos e externos, além dos financeiros já apresentados.

QUADRO 7 – MATRIZ F.O.F.A

-----	FATORES INTERNOS (CONTROLÁVEIS)	FATORES EXTERNOS (INCONTROLÁVEIS)
PONTOS FORTES	FORÇAS - Redução de custos; - Proposta ainda não existente no mercado de eventos em Curitiba; - Parcerias e investimentos advindos de órgão públicos para qualificar profissionais de outras áreas de interesse do governo que estejam ligadas ao segmento de eventos – por exemplo: educação; - Reunir diversos segmentos que atendem ao turismo, bem como profissionais de habilidades diversas, proporcionando maiores opções de escolha aos organizadores de eventos.	OPORTUNIDADES - Boa aceitação no mercado, podendo expandir os serviços para outras áreas de atuação; - Profissionais e estudantes terem retorno positivo ao utilizar os serviços da empresa e darem continuidade de assinatura e fazerem divulgação verbal, diminuindo custos de divulgação e aumentando o alcance de marketing da empresa. - Pode-se ampliar a clientela, por se tratar de uma empresa virtual, podendo ser acessada de qualquer localidade que apresente um computador com acesso à internet.
PONTOS FRACOS	FRAQUEZAS - Inicialmente por ser um fluxo de entrada de capital mínimo, desmotivação da proprietária ou do estagiário, pelo	AMEAÇAS - Problemas de segurança virtual, “Hackers”; - Não obter credibilidade por ser uma empresa virtual;

	crescimento da empresa ser ínfimo e por baixa bolsa-auxílio; - Dificuldade na divulgação em Instituições de Ensino Superior e empresas de eventos pela falta de tempo e interesses de coordenadores de cursos e gerentes e proprietários das empresas; - Não obter retorno inicial suficiente para dar continuidade às atividades.	- Aumento inesperado do fluxo de visitantes e acessos ao <i>site</i>, acarretando em problemas técnicos.
--	---	---

FONTE: RAMOS, W. R. C., UFPR: 2007.

Para os pontos fracos da empresa (fraquezas e ameaças), serão realizadas novas pesquisas de mercado e, também, sobre sistemas virtuais, para tentar minimizar ou, até mesmo finalizar, os problemas apresentados na análise de viabilidade que podem dificultar a abertura e continuidade da Angellus Online CWB no mercado.

3.5 CONSIDERAÇÕES FINAIS DO PROJETO

O Plano de Negócios para a abertura da empresa Angellus Online CWB, apresenta-se viável, tanto em sua parte financeira e de prestação de serviços, quanto nos aspectos legais para o seu funcionamento. Foram apresentados todos os passos para a abertura e continuidade dos serviços, de acordo com a base teórica apresentada na primeira parte do trabalho e da pesquisa realizada com as empresas organizadoras de eventos em Curitiba. Nesta pesquisa, concluiu-se que havia necessidade e interesse do mercado específico do segmento de eventos, em obter apoio de empresas especializadas em treinamento e reciclagem profissional.

Este mercado, também busca nestes serviços de treinamentos, que estes possam otimizar tempo dos funcionários na realização desta capacitação

profissional, além de preços acessíveis, tanto para os funcionários quanto às empresas (quando estas são responsáveis pelo pagamento destes treinamentos). Dessa forma, a empresa proposta nesse plano de negócios, apresenta-se na tentativa de sanar esses problemas apontados pelos funcionários e empresários do segmento de eventos em Curitiba, uma vez que, os serviços serão desenvolvidos em um ambiente virtual (*online*), o que otimizará o tempo disponível para os cursos e treinamentos. Também, será possível diminuir os valores de venda, haja vista que a empresa será montada na residência da proprietária, e o custo inicial apresenta-se baixo, em relação a empresas de recursos humanos que não sejam virtuais. Assim, haverá diminuição do preço de custo dos serviços sendo acessível, também, a profissionais do segmento de eventos em início de carreira e estudantes universitários. Finalizando, a elaboração do plano de negócios mostrou-se essencial ao desenvolvimento de idéias e estratégias para a implantação, desenvolvimento, crescimento e continuidade da empresa, haja vista que, foi possível analisar de forma mais aprofundada aspectos de administração, levando em consideração aspectos internos, inerentes à própria empresa e, também, externos (necessidades, ameaças, pontos positivos e negativos do mercado).

CONCLUSÃO

O presente trabalho culminou na apresentação de um projeto de abertura de uma empresa virtual de recursos humanos em turismo de eventos. O problema central apresentado era se haveria interesse das empresas organizadoras de eventos em Curitiba e de seus funcionários em investir/participar de treinamentos em vários níveis (cursos, mini-cursos, semanas culturais, viagens de incentivo, entre outros).

A resposta a esta indagação pode-se dizer que foi positiva, uma vez que as empresas manifestaram interesse em investir, sendo que a maioria dos gerentes ou proprietários das empresas entrevistadas, apesar de não apresentarem um departamento específico de recursos humanos, mencionaram treinar seus funcionários nas próprias empresas. Contudo, todos os gerentes ou proprietários das empresas entrevistados admitiram que a dificuldade em qualificar seus funcionários estava determinada pela falta de tempo e de recursos financeiros. Quanto aos funcionários das organizadoras de eventos em Curitiba também responderam positivamente sobre o assunto, sendo que 49% dos 16 funcionários que atualmente não haviam participado de nenhum programa de reciclagem profissional, responderam que não o faziam por não terem tempo suficiente para procurar e permanecer em cursos, palestras, ou qualquer outro tipo de aprimoramento profissional. Entretanto, do total de 52 funcionários que responderam ao questionário, 24 deles citaram como item mais importante da reciclagem profissional o diferencial no currículo, podendo ser usado como ferramenta para se manter no concorrido mercado de trabalho em eventos.

Fez-se necessário para compreender o que as empresas já realizavam para o tema qualidade x recursos humanos, conhecer a forma e a frequência dos processos/modelos de capacitação, motivação e incentivos que as empresas organizadoras de eventos utilizavam para o desenvolvimento profissional de seus integrantes, bem como verificar se estas controlavam a qualidade de suas atividades através de: análise de desempenho dos funcionários, pesquisa de satisfação dos clientes e pesquisa de clima organizacional, entre outros. Dessa maneira, foi possível perceber que, apesar das empresas serem de pequeno porte (até 9 funcionários de acordo com o SEBRAE, 2007) havia organização e estruturação já

implantadas quanto à avaliações e pesquisas de satisfação dos clientes e de funcionários com a empresa.

Ao cruzar os dados obtidos com as hipóteses e objetivos apresentados para a pesquisa, foi possível concluir que havia interesse de ambas as partes (funcionários em geral, proprietários e gerentes) em investir ou participar de treinamentos, porém a barreira entre a importância e a efetividade destes, encontrava-se na falta de recursos disponibilizados pelas empresas ou pelos funcionários, bem como a questão do tempo disponível de ambos para a reciclagem/qualificação profissional.

Sobre a pesquisa relacionada ao projeto final, não foi questionado quanto ao interesse de proprietários, gerentes e funcionários em obter informações e qualificação profissional em um ambiente virtual como o da empresa proposta – a *Angellus Online* CWB, uma vez que ao realizar a pesquisa, ainda não se havia conformado o que seria o produto final. Mas de acordo com as respostas obtidas, o projeto viria para sanar os problemas do mercado atual de eventos em Curitiba, relacionando o atendimento ao cliente como diferenciação dos serviços e conseqüentemente, maior competitividade não somente entre empresas de Curitiba, mas sim, destas, com organizadoras de eventos dos principais destinos de eventos nacionais e internacionais no Brasil – o eixo Rio de Janeiro/São Paulo.

Com o problema apresentado por ambas as categorias da pesquisa, sendo tempo e questões financeiras os principais impedimentos para a realização de treinamentos, tanto por iniciativa da empresa, quanto dos funcionários, a proposta de abertura da *Angellus Online* CWB – Empresa de Recursos Humanos para Eventos em Curitiba, proporcionaria facilidade ao realizar ou contratar os serviços propostos, haja vista que, essa qualificação profissional dar-se-ia em um ambiente virtual e constante, em que as informações são obtidas com rapidez e em qualquer local com acesso à *internet*. Dentro dos serviços propostos no plano de negócios da empresa *Angellus Online* CWB, as organizadoras de eventos e profissionais poderão traçar perfis de competências/habilidades, para contratações e experiências profissionais mais coerentes possíveis às expectativas positivas de empregadores e empregados.

O embasamento teórico foi de relevância para a conformação das idéias do projeto, haja vista, fortaleceu a relação que existe entre qualidade nos serviços e administração de recursos humanos, uma vez que foi necessário, buscar informações de áreas como administração de qualidade e psicologia, ciências

renomadas no campo do conhecimento científico. Foi possível, através da formulação do marco teórico, compreender como deve ser feita a administração do capital humano, essencialmente em turismo de eventos que é um segmento de prestação de serviços e de efetivas trocas culturais e intelectuais de diversos níveis. Esse capital humano tem relação direta com a produtividade, gerenciamento de idéias, poder de negociação com clientes e fornecedores, captação de clientes e fixação da empresa no mercado, portanto, pode ser considerado de semelhante importância ao capital financeiro.

Em suma, a existência de uma relação entre qualidade, recursos humanos e direcionamento de uma empresa no mercado, aliada a uma pesquisa positiva em relação aos interesses em participar de qualificação profissional por parte desse capital humano do mercado de eventos em Curitiba, torna o plano de negócios para a abertura da empresa *Angellus Online* CWB, viável e de grandes chances de continuidade no mercado, sendo também uma empresa de baixo custo para abertura e manutenção, devido às suas atividades se desenvolverem em um ambiente virtual.

REFERÊNCIAS

ABNT. **Associação brasileira de normas técnicas.** Disponível em: <<http://www.abnt.org.br>> Acesso em: 29 mai. 2007.

ANDRADE, J. V. de. **Turismo – fundamentos e dimensões.** 8ª ed. São Paulo: Ática, 2002. 215 p.

ANDRADE, R. B. **Manual de eventos.** Caxias do Sul: Educs, 2001. 144 p.

BAHL, M. **Turismo e eventos.** Curitiba: Prottexto, 2004. 80 p.

_____(org.). **Eventos: a importância para o turismo do terceiro milênio.** São Paulo, Roca, 2003. 158 p.

BENI, M. **Análise estrutural do turismo.** 10. ed. (atualizada). São Paulo: SENAC, 1997. 517 p.

BNE. **Banco nacional de empregos.** Disponível em: <<http://www.bne.com.br>> Acesso em: 27 out. 2007

CATHO **ONLINE. Portal de cadastro de currículos.** Disponível em: <<http://www.cathoonline.com.br>> Acesso em: 27 out. 2007

CBEJ. Confederação Brasileira de Empresas Juniores. **Sobre o movimento empresa junior.** Disponível em: <<http://www.brasiljunior.org.br>> Acesso em: 27 out. 2007.

CCVB. **Conventions & Visitors Bureau de Curitiba.** Disponível em: <<http://www.curitibacvb.com.br>> Acesso em: 14 abr. 2007.

_____. **Pesquisa sobre o crescimento de eventos e movimentação econômica em Curitiba 2004 – 2006.** Disponível em: <<http://www.curitibacvb.com.br/noticia/completa.php?cod=185>> Acesso em: 14 Abr. 2007.

CHIAVENATO, I. **Administração de recursos humanos.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 1981. 199 p.

_____. **Como transformar rh (de um centro de despesas) em um centro de lucro.** 2. ed. São Paulo: MAKRON Books do Brasil, 1996. 209 p.

_____. **Comportamento organizacional: a dinâmica do sucesso das organizações.** São Paulo: Thompson, 2004. 560 p.

CIEE. **Centro de integração escola-empresa.** Disponível em: <<http://www.cieepr.org.br>> Acesso em: 27 out. 2007.

CONTE, A. L.; DURSKI, G. R. **Gestão empresarial.** Coleção Gestão Empresarial FAE Gazeta do Povo. Vol. 2. Curitiba: Cargraphics, 2002. 70 p.

CURRICULUM.COM.BR. **Portal de cadastro de currículos.** Disponível em: <<http://www.curriculum.com.br>> Acesso em: 27 out. 2007

DEMING, W. E. **Qualidade: a revolução da administração.** Tradução: Francis Henrik Aubert, Maria Comenale e Áurea Dal Bó. Rio de Janeiro: Marques Saraiva, 1990. 367 p.

DENCKER, A. de F. M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo.** São Paulo: Futura, 1998. 286 p.

ETUR. **Portal do turismo.** Disponível em: < <http://www.etur.com.br>> Acesso em: 27 out. 2007.

GESTOUR. **Rede integrada de municípios interativos.** Disponível em: <<http://www.gestour.com.br>> Acesso em: 27 out. 2007.

GIÁCOMO, C. **Tudo acaba em festa: evento, líder de opinião, motivação e público.** São Paulo: Scritta Editorial, 1993. 132 p.

HUTCHINS, G. **ISO 9000 - um guia completo para o registro, as diretrizes da auditoria e a certificação .** São Paulo : Makron Books, 1994. 280 p.

ICCA. International Congress and Convention Association. **ICCA publishes country and city rankings 2006.** Disponível em: <<http://www.iccaworld.com/npps/story.cfm?ID=1305>> Acesso em: 30 abr. 2007.

INPI. Instituto Nacional de Propriedade Industrial. **Marcas e patentes.** Disponível em: <www.inpi.gov.br> Acesso em: 27 out. 2007.

INSTITUTO DE HOSPITALIDADE. **Certificação de pessoas.** Disponível em: <<http://www.hospitalidade.org.br/atuacao/certificacao/certificacaodepessoas>> Acesso em: 29 mai. 2007.

LOURENÇO, G. M.; ROMERO, M. **Economia empresarial.** Coleção Gestão Empresarial FAE Gazeta do Povo. Vol. 1. Curitiba: Cargraphics, 2002. 69 p.

MEIRELLES, G. F. **Tudo sobre eventos.** São Paulo: STS, 1999. 218 p.

MELO NETO, F. P. de. **Marketing de patrocínio**. Rio de Janeiro: Sprint, 2000. 353 p.

MILLÁN, J. A. I. **La gestión de recursos humanos aplicada al sector turístico**. Barcelona: Bosch - Casa Editorial S.A., 1992. 233 p.

MOSCA, A. C. **A capacitação técnica para melhoria da qualidade do serviço prestado em eventos empresariais**. Curitiba, 2006. 86p. Projeto de Conclusão de Curso (Graduada em Turismo com Ênfase no Planejamento e Gestão de Eventos) – Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Curso de Turismo, Universidade Federal do Paraná (UFPR).

MTUR. Ministério do Turismo. **Tipologias de turismo**. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br>> Acesso em: 17 mai. 2007

_____. _____. **Estudo da demanda turística internacional – caracterização e dimensionamento do turismo internacional no brasil 2004-2005**. Disponível em: <http://200.189.169.141/site/arquivos/dados_fatos/demanda%20turistica/turismo_internacional_brasil_2004_2005_marco2007.pdf> Acesso em: 17 mai. 2007

_____. _____. **Paraná – relação de organizadoras de eventos**. Disponível em: <<http://institucional.turismo.gov.br/eventos/regioes/parana041>> Acesso em: 24 mai. 2007.

_____. _____. **Resolução normativa CNTUR (Conselho Nacional de Turismo), número 14/84 de 23 de novembro de 1984**. Disponível em: <http://institucional.turismo.gov.br/portalmtur/opencms/institucional/legislacao/arquivos/resolucao_normativa_CNTUR_n_14_84_23_novembro_1984.html> Acesso em: 24 mai. 2007.

MULLINS, L. J. **Gestão da hospitalidade e comportamento organizacional**. Tradução: Vinícius Figueira. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004. 390p. Original Inglês.

NEVES, J. G. das. **Clima organizacional, cultura organizacional e gestão de recursos humanos**. Lisboa: Editora RH, 2000. 301 p.

PASCHOAL, L. **Gestão de pessoas nas micros, pequenas e médias empresas – para empresários e dirigentes**. Rio de Janeiro: QualityMark, 2006. 167 p.

PIMENTA, M. A. **Gestão de pessoas em turismo: sustentabilidade, qualidade e comunicação**. Campinas: Alínea, 2004. 218 p.

PNUD. Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. **Índice de desenvolvimento humano municipal.** Disponível em: <<http://www.pnud.org.br/atlas/tabelas/index.php>>. Acesso em: 17 mai. 2007.

PROCON. Coordenadoria Municipal de Política e Defesa do Consumidor. **Trabalhos realizados pela coordenadoria.** Disponível em: <www.pr.gov.br/proconpr> Acesso: 13 nov. 2007.

REVISTA EXAME. **Anuário exame de infra-estrutura 2006-2007.** Disponível em: <http://portalexame.abril.com.br/static/aberto/infraestrutura/edicoes_2006/m0116417.html> Acesso em: 15 mai. 2007.

SEBRAE. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Critérios de classificação do porte da empresa.** Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/br/aprendasebrae/estudosepesquisas.asp>> Acesso em: 27 mai. 2007.

_____. **Comece certo:** empresa de desenvolvimento de *home page*. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/momento/quero-abrir-um-negocio/formalize-sua-empresa/registre/registro-de-dominio-na-internet>> Acesso em: 20 out. 2007.

_____. **Como elaborar um plano de negócios.** Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/momento/quero-abrir-um-negocio/defina-negocio/ramos-de-atividade>> Acesso em: 27 out. 2007.

_____. **Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de empresas no Brasil.** Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/9A2916A2D7D88C4D03256EEE00489AB1/\\$File/NT0008E4CA.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/9A2916A2D7D88C4D03256EEE00489AB1/$File/NT0008E4CA.pdf)> Acesso em: 27 mai. 2007.

SETU. Secretaria de Estado do Turismo Paraná. **Turismo de negócios e eventos.** Disponível em: <http://www.pr.gov.br/turismo/turismo_tipo_eventos> Acesso em: 30 abr. 2007.

_____. **Estatísticas do Turismo** – edição 2007. Disponível em: <http://www.pr.gov.br/turismo/pdf/est_curitiba.pdf> Acesso em: 30 abr. 2007.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ. **Normas para apresentação de documentos científicos:** citações e notas de rodapé. Curitiba: UFPR, 2000.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ. **Normas para apresentação de documentos científicos:** referências. Curitiba: UFPR, 2000.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ. **Normas para apresentação de documentos científicos:** teses, dissertações, monografias e trabalhos acadêmicos. Curitiba: UFPR, 2000.

WAGEN, L. V. D.; DAVIES, C. **Supervisão e liderança em turismo e hotelaria.** 2. ed. São Paulo: Contexto, 2003.

WAHAB, S. A. **Introdução à administração do turismo.** São Paulo: Pioneira, 1977. 242 p.

ZANELLA, L. C. **Manual de organização de eventos:** planejamento e operacionalização. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006. 359 p.

APÊNDICES

APÊNDICE 1 – DELIMITAÇÃO DA PESQUISA: PRIMEIRO CONTATO COM AS EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS - TELEFÔNICO OU VIA E-MAIL.....	79
APÊNDICE 2 - ENTREVISTA PARA GERENTES OU PROPRIETÁRIOS DAS EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS EM CURITIBA.....	80
APÊNDICE 3 - QUESTIONÁRIO PARA OS COLABORADORES DAS EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS EM CURITIBA.....	81
APÊNDICE 4 – LOGOTIPO DA ANGELLUS <i>ONLINE</i> CWB.....	82
APÊNDICE 5 – CARTAZ DE DIVULGAÇÃO DA ANGELLUS <i>ONLINE</i> CWB.....	83
APÊNDICE 6 – FLYER DA ANGELLUS <i>ONLINE</i> CWB.....	85

**APÊNDICE 1 – DELIMITAÇÃO DA PESQUISA: PRIMEIRO CONTATO
COM AS EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS -
TELEFÔNICO OU VIA *E-MAIL***

a) Quando a empresa foi fundada? Quantos anos?

b) Quem é o proprietário (nome)? Ele fica na empresa? É acessível ou tem um gerente que se reporta para o atendimento ao público?

c) Ainda possui cadastro no Ministério do Turismo?

d) Número de funcionários registrados (exceto limpeza e manutenção e incluindo neste número o proprietário da empresa, desde que este participe das atividades diárias)?

**APÊNDICE 2 - ENTREVISTA PARA GERENTES OU
PROPRIETÁRIOS DAS EMPRESAS ORGANIZADORAS DE
EVENTOS EM CURITIBA**

____/____/____

NOME DA EMPRESA: _____

NOME DO RESPONSÁVEL: _____

GERENTE () _____ PROPRIETÁRIO () _____

1. Há um responsável ou departamento específico (terceirizado ou não) para contratação e treinamento de colaboradores?
2. Há treinamentos e desenvolvimento profissional das equipes? Qual a frequência? (rotatividade de funcionários na atividade turística influencia a opinião quanto qualificação de mão-de-obra?)
3. São realizadas pesquisas de clima (interno), avaliações de desempenho de funcionários e pesquisas de satisfação dos clientes (externo)? Qual a frequência?
- 3.1 As informações das pesquisas são divulgadas para os funcionários? São formuladas metas e soluções em conjunto (gerentes/proprietário e funcionários em geral) para os problemas apresentados?
4. A empresa tem interesse em investir na qualificação profissional dos funcionários? Por quê? Quais os meios que utilizaria (treinamentos, cursos, viagens e etc)?

APÊNDICE 3 - QUESTIONÁRIO PARA OS COLABORADORES DAS EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS EM CURITIBA

____/____/____

NOME DA EMPRESA: _____

CARGO/FUNÇÃO NA EMPRESA: _____

1. Você já participou de treinamentos, cursos, viagens para capacitação profissional realizadas por esta empresa?

() SIM. O que? (curso, viagem, treinamento na agência e etc) _____

() NÃO

Se a resposta for SIM, qual a Frequência destes treinamentos/cursos/viagens?

() MENSAL

() SEMESTRAL

() ANUAL

() OUTROS PERÍODOS: _____

Se a resposta for NÃO, por qual motivo? (somente porque a empresa não fornece, problemas financeiros/ pessoais, falta de tempo e etc)

2. Como profissional do segmento de eventos, por que você acredita ser importante a constante atualização de informações (reciclagem profissional), participação de cursos de temas variados e outros para a qualificação profissional? (Indicar os 3 itens mais importantes em sua opinião com, 1º, 2º e 3º, sendo o 1º o de maior grau de importância)

() IMPORTANTE PARA SE MANTER NO MERCADO DE TRABALHO (diferencial no currículo)

() IMPORTANTE PARA PRESTAR SERVIÇOS DE QUALIDADE (de acordo com a percepção do cliente)

() IMPORTANTE PARA O CUMPRIMENTO DE METAS ESTABELECIDAS PELA EMPRESA

() IMPORTANTE PARA O CRESCIMENTO PESSOAL E PROFISSIONAL

() É IMPORTANTE, MAS FALTA TEMPO

() É IMPORTANTE, MAS FALTA DINHEIRO

() É IMPORTANTE, MAS A EMPRESA QUE DEVE TOMAR A INICIATIVA

() OUTRO MOTIVO. _____

APÊNDICE 4 – LOGOTIPO DA ANGELLUS ONLINE CWB



APÊNDICE 5 – CARTAZ DE DIVULGAÇÃO DA ANGELLUS *ONLINE*
CWB

Angellus Online CWB

Recursos Humanos para Eventos

Precisa-se de Profissionais Qualificados para Atuar no Segmento de Eventos.

Se você está interessado em trabalhar no Segmento de Eventos e ainda não teve a oportunidade dos seus sonhos, acesse já o portal: www.angelluscwb.com.br

A Angellus Online CWB é um *site* de interação entre Empresas Organizadoras de Eventos em Curitiba e profissionais e estudantes que pretendem trabalhar no “Mundo dos Eventos” ou procuram aprimorar seus conhecimentos neste segmento.

APÊNDICE 6 – FLYER DA ANGELLUS *ONLINE* CWB

Parte interna

A Angellus Online CWB é um *site* de interação entre Empresas Organizadoras de Eventos em Curitiba e profissionais e estudantes que pretendem trabalhar no "Mundo dos Eventos" ou procuram aprimorar seus conhecimentos neste segmento.

Serviços oferecidos:

- ❖ Cadastro de profissionais do segmento de eventos e fornecedores;
- ❖ Classificados: local em que as Agências Organizadoras de Eventos podem divulgar suas vagas; Fornecedores de Serviços e Equipamentos para Eventos podem estar em contato direto com os Organizadores de Eventos; Os Profissionais e Estudantes podem divulgar suas habilidades e procurar vagas de acordo com o seu perfil, além de encontrar informações atualizadas sobre empregabilidade e outros temas sobre o segmento de eventos em Curitiba e no mundo.
- ❖ Cursos de desenvolvimento profissional para atuar em eventos *ONLINE*. Tenha acesso ao conhecimento dos grandes profissionais de organização de eventos no "conforto de sua casa".
- ❖ Treinamos sua equipe de profissionais com os cursos e dicas de nosso *site*, saibam mais sobre nossos planos corporativos.

Angellus Online CWB

Recursos Humanos para Eventos

Acesse já: www.angelluscwb.com.br

Para maiores informações ligue para: (41)XXXX-XXXX

ANEXOS

ANEXO 1 - RESOLUÇÃO NORMATIVA CNTUR - CONSELHO NACIONAL DE TURISMO, N.º 14/84, DE 23 DE NOVEMBRO DE 1984.....	88
ANEXO 2 - RELAÇÃO OFICIAL DO MINISTÉRIO DO TURISMO DAS EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS EM CURITIBA.....	108
ANEXO 3 – EMPRESAS SELECIONADAS PARA A ENTREVISTA E APLICAÇÃO DOS QUESTIONÁRIOS.....	116
ANEXO 4 - RELAÇÃO DE INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR QUE POSSUEM CURSO DE TURISMO EM CURITIBA.....	121

**ANEXO 1 - RESOLUÇÃO NORMATIVA CNTUR - CONSELHO
NACIONAL DE TURISMO, N.º 14/84, DE 23 DE NOVEMBRO DE 1984**

MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA E DO COMÉRCIO**CONSELHO NACIONAL DE TURISMO****RESOLUÇÃO CNTur N.º 14 / 84**

O CONSELHO NACIONAL DE TURISMO - CNTur, no uso das atribuições conferidas pelo artigo 6º., do Decreto-lei no 55, de 18 de novembro de 1966, tendo em vista a deliberação tomada em sua 274a reunião realizada em 23 de novembro de 1984 e o que consta do Processo MIC no 26005-001395/84-84;

CONSIDERANDO que o parágrafo único, do artigo 2º., e o artigo 13., do Decreto no 89.707, de 25 de maio de 1984, conferem competência ao CNTur para respectivamente, definir os serviços permissíveis, obrigatórios ou exclusivos que as empresas prestadoras de serviços para a organização de congressos e eventos congêneres poderão ou deverão prestar a seus usuários, e para baixar os atos complementares necessários á execução do referido Decreto:

CONSIDERANDO a necessidade de especificação das condições operacionais para a prestação de serviços remunerados para a organização de congressos, convenções, seminários e eventos congêneres, a que estarão sujeitas as empresas que exerçam ou venham a exercer essa atividade; RESOLVE.

TÍTULO I OBJETIVO

Art. 1º. - A presente Resolução Normativa estabelece, para os fins do artigo 3º., da Lei no 6.505, de 13 de dezembro de 1977, e de acordo com o parágrafo único, do artigo 2º., e com o artigo 13º. do Decreto no 89.707, de 25 de maio de 1984, as condições operacionais a que estarão sujeitas as empresas prestadoras de serviços remunerados para a organização de congressos, convenções, seminários e eventos congêneres. Parágrafo único - Observadas as disposições desta Resolução Normativa, os serviços remunerados para a organização de congressos, convenções, seminários e eventos congêneres caracterizar-se-ão como permissíveis, obrigatórios ou exclusivos.

TÍTULO II DOS EVENTOS E DAS EMPRESAS CAPÍTULO I DOS EVENTOS

Art. 2º. - O disposto nesta Resolução Normativa e nos atos dela decorrentes aplica-se aos congressos, convenções, seminários e eventos congêneres que, sob uma dessas designações ou outra similar, satisfaçam a uma ou mais de uma das seguintes condições:

I - estejam incluídos no Calendário Turístico da EMBRATUR a que se refere o inciso I do artigo 3º., do Decreto nº. 89.707, de 25 de maio de 1984;

II - hajam sido reconhecidos como capazes de promover o aumento do fluxo turístico, pelo Conselho Nacional de Turismo - CNTur, na forma do disposto no parágrafo único, do artigo 3º., do mesmo Decreto;

III - tenham por finalidade; a) o aperfeiçoamento cultural, científico ou técnico dos participantes; b) a divulgação ou o intercâmbio de experiências e técnicas pertinentes a determinada atividade profissional ou a determinada área de conhecimento; c) o conagraçamento profissional e social dos participantes.

Parágrafo único - Os congressos, convenções, seminários e eventos congêneres acima especificados serão designados doravante simplesmente eventos.

Art. 3º. - Excluem-se do âmbito de aplicação do disposto nesta Resolução Normativa e nos atos dela decorrentes:

I - as feiras e exposições de natureza comercial e industrial sujeitas ao Decreto no 87.761, de 21 de dezembro de 1981;

II - os eventos patrocinados e promovidos por empresas entidades ou associações. exclusivamente para seus empregados, funcionários ou sócios, bem como aqueles organizados por instituições de ensino autorizadas a funcionar na forma da legislação própria, desde que não haja a prestação remunerada de serviços aludida nos artigos 5º. e 6º., desta Resolução Normativa;

III - os eventos organizados ou promovidos pelo órgão governamental competente, em decorrência do exercício de atribuição conferida pelo Artigo 3º., do Decreto no 89.766, de 7 de junho de 1984(I)

Parágrafo único - As prestadoras de serviços remunerados eventualmente contratadas para a organização dos eventos referidos no inciso III, estarão sujeitas as disposições desta Resolução Normativa, observadas quaisquer peculiaridades que lhes sejam próprias e específicas. (1) CAPÍTULO II DAS EMPRESAS

Art. 4º. Para os fins do Decreto no 89.707, de 25 de maio de 1984, desta Resolução Normativa e dos atos dela decorrentes, as empresas prestadoras de serviços remunerados para a organização de eventos, sujeitas a registro na EMBRATUR, classificam-se nas seguintes categorias:

I - Empresas Organizadoras de Eventos - as responsáveis, mediante contratação ou outra forma de remuneração, pela prestação direta ou indireta de serviços para o planejamento e gerenciamento desses eventos;

II - Empresas de Serviços Especializados - as responsáveis, mediante contratação a ser feita, em cada caso, por indicação e seleção da empresa organizadora do evento, pela prestação remunerada de serviços que, por sua natureza e especialização técnica, destinem-se exclusiva ou predominantemente à realização de eventos.

Parágrafo único - A prestação direta, pelas empresas organizadoras de eventos, de serviços não compreendidos no inciso II, deste artigo, far-se-á com a observância da legislação específica que os discipline.

TÍTULO III ATIVIDADES E SERVIÇOS CAPÍTULO I SERVIÇOS EXCLUSIVOS SEÇÃO I ESPECIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS

Art. 5º. - Constituem serviços para a organização de eventos:

I – o planejamento do evento, mediante a apresentação de projeto compreendendo a definição de todas as etapas e atribuições necessárias a sua execução;

II - o gerenciamento do evento, mediante a organização, instalação e funcionamento de secretaria interior, concomitante e posterior ao evento, capaz de dar atendimento a todas as providências necessárias a sua realização;

III - a interpretação simultânea e tradução, mediante a utilização de intérpretes e tradutores, ou de equipamentos eletrônicos;

IV - o fornecimento e montagem, nas instalações onde se realizará o evento dos equipamentos necessários a interpretação e tradução simultânea, bem como a alocação do pessoal necessário à operação desses equipamentos;

V - o fornecimento de recepcionistas para atendimento e assistência no local de realização do evento;

VI - a prestação de serviços de som e projeção.

SEÇÃO II CARACTERIZAÇÃO DA REMUNERAÇÃO

Art. 6º. - A remuneração na prestação dos serviços para a organização de eventos, referidos no artigo anterior, estará caracterizada sempre que: (1) inciso III e parágrafo único acrescentados pela Resolução Normativa CNTur nº. 17, de 11.03.1985

I - qualquer pessoa física ou jurídica for contratada pela entidade promotora ou patrocinadora do evento, para a prestação remunerada de um ou mais dos serviços referidos no artigo anterior;

II - determinada entidade promotora ou patrocinadora de evento, ou qualquer outra pessoa física ou jurídica, prestar um ou mais dos serviços referidos no artigo anterior, mediante recebimento de qualquer espécie de retribuição financeira, paga por terceiros, inclusive sob a forma de participação, desses terceiros, nas fontes de receita do evento, tais como taxas de inscrição ou contrapartida de presença promocional.

§ 1º. - Considerar-se-ão terceiros, para os fins do inciso II, deste artigo, quaisquer pessoas físicas ou jurídicas que, não integrando a entidade patrocinadora ou promotora do evento, como seus empregados, funcionários, sócios ou alunos, remunerem-na ou a outra pessoa jurídica, a qualquer título, assegurando as receitas indispensáveis à prestação de um ou mais dos serviços referidos no artigo anterior.

§ 2º. - Caracterizada a remuneração, na forma deste artigo, os serviços para a organização de eventos referidos no artigo anterior somente poderão ser prestados por empresas registradas na EMBRATUR, na forma do Decreto nº 89.707, de 25 de maio de 1984 e desta Resolução Normativa.

§ 3º. - Caracterizada a prestação de serviços remunerados para a organização de eventos, esses serviços serão exclusivos de: a) empresa organizadora de evento, no caso dos serviços mencionados nos incisos I e II, do artigo anterior; b) empresa organizadora de evento e empresas de serviços especializados no caso dos serviços mencionados nos demais incisos do artigo anterior, observado o disposto no inciso - do artigo 4º., desta Resolução Normativa.

CAPÍTULO II SERVIÇOS OBRIGATÓRIOS

Art. 7º. - Consideram-se serviços obrigatórios das empresas prestadoras de serviços remunerados para a organização de eventos:

I - das empresas organizadoras de eventos - os serviços referidos no inciso I ou II do artigo 5º.;

II- das empresas de serviços especializados - um ou mais dos serviços previstos nos demais incisos, do artigo 5º.

CAPÍTULO III SERVIÇOS PERMISSÍVEIS

Art. 8º. - As empresas prestadoras de serviços remunerados para a organização de eventos, além dos serviços que lhes sejam exclusivos e obrigatórios, poderão ainda exercer, observada a legislação específica que os discipline, quaisquer atividades que não prejudiquem ou impeçam a prestação dos serviços previstos no artigo 5º., desta Resolução Normativa.

CAPÍTULO IV FIXAÇÃO E INFORMAÇÃO DE PREÇOS

Art. 9º. - As entidades de classe de âmbito nacional, representativas das empresas prestadoras de serviços remunerados para a organização de eventos, encaminharão à EMBRATUR, no prazo de 120 dias a contar da entrada em vigor desta Resolução Normativa, os limites de remuneração que as empresas prestadoras de serviços remunerados para a organização de congressos poderão perceber, em decorrência da prestação dos serviços referidos no artigo 6º., bem como os parâmetros utilizados para a fixação desses limites.

Parágrafo único - As alterações dos limites de remuneração e dos parâmetros utilizados para sua fixação deverão ser comunicados previamente à EMBRATUR.

TÍTULO IV REGISTRO

Art. 10. - Somente poderão prestar serviços remunerados para a organização de eventos, na forma prevista nos artigos 5º. e 6º., desta Resolução Normativa, as empresas e filiais que, além de habilitadas perante os órgãos governamentais competentes, estejam registradas na EMBRATUR na forma do Decreto no 89.707, de 25 de maio de 1984, desta Resolução Normativa, e dos atos deles decorrentes ou que os modifiquem.

Parágrafo único - Poderão, igualmente, prestar os serviços referidos neste Artigo e habilitar-se ao registro na EMBRATUR as organizações e associações, empresas ou entidades a que se refere o Parágrafo 1º., do Artigo 4º., do Decreto no 89.707, de 25 de maio de 1984, com a redação que lhe foi dada pelo Decreto no 90.396, de 7 de novembro de 1984. (I) Art. 11 -

As empresas, matrizes e filiais, que pretendam habilitar-se à prestação de serviços remunerados para a organização de eventos deverão comprovar, na forma estabelecida pela EMBRATUR, quando da solicitação do registro, o atendimento dos requisitos constantes do artigo 4º., do Decreto no 89.707, de 25 de maio de 1984,

inclusive a integralização de capital mínimo, observados os valores previstos no Anexo 1 desta Resolução Normativa.

§ 1º. - As empresas prestadoras de serviços remunerados para a organização de eventos que se encontrem no efetivo exercício da atividade, na data de entrada em vigor do ato da EMBRATUR que estabelecer as condições formais para registro, estarão obrigadas a comprovar o atendimento ao disposto neste artigo e nas demais disposições legais pertinentes, exceto no que se refere à comprovação do disposto no inciso V, do artigo 4º., do Decreto no 89.707, de 25 de maio de 1984.

§ 2º. - As organizações, associações, empresas ou entidades, a que se refere o Parágrafo único do artigo anterior, para obtenção de seu registro, deverão comprovar na forma estabelecida pela EMBRATUR: (2) a) tradição de mais de 10 anos na prestação de serviços remunerados para a organização de eventos, mediante a apresentação dos atos que a tiverem instituído e da relação de eventos organizados; (2) b) tempo mínimo de experiência profissional, na forma estabelecida pela EMBRATUR, de ao menos um diretor, coordenador ou responsável; (2) c) idoneidade econômica e financeira, mediante a apresentação de relação de bens patrimoniais e de declaração firmada por seus dirigentes. (2) Art. 12. - Atendidas as disposições previstas no Decreto no 89.707, de 25 de maio de 1984, nos atos que o modifiquem ou dele decorram e nas normas de higiene e segurança baixadas pelos órgãos governamentais competentes, as empresas e filiais habilitadas nos termos desta Resolução Normativa poderão prestar serviços remunerados para a organização de eventos em todo o território nacional. (1)

Parágrafo único acrescentado pela Resolução Normativa CNTur n.º. 17, de 11.03.1985

(2) Parágrafo e alíneas acrescentados pela Resolução Normativa CNTur n.º. 17, de 11.03.1985
TÍTULO V DIREITOS E PRERROGATIVAS

Art. 13 - Observado o disposto no Decreto no 89.707, de 25 de maio de 1984, nesta Resolução Normativa e nos atos dele decorrentes, somente as empresas prestadoras de serviços remunerados para a organização de eventos poderão:

I - ser contratadas, mediante remuneração, para a prestação dos serviços referidos no artigo 5º., desta Resolução Normativa;

II - prestar, mediante recebimento de qualquer espécie de retribuição financeira, os serviços referidos no artigo 5º., desta Resolução Normativa;

III- utilizar siglas, números, palavras, marcas ou expressões que se refiram ao registro na EMBRATUR, á atividade de prestação de serviços remunerados para eventos ou às denominações referentes aos tipos de empresa que poderão exercê-la, mencionados nesta Resolução Normativa, bem como outras expressões similares que possam induzir o público a erro.

Parágrafo único - Para os fins do inciso III, deste artigo, qualquer oferta ou divulgação de prestação de serviços remunerados para a organização de eventos deverá especificar a denominação social e o número de registro na EMBRATUR da empresa organizadora responsável por sua execução.

Art. 14 - Os eventos para cuja organização haja a prestação de serviços remunerados, na forma prevista nos artigos 5º e 6º, desta Resolução Normativa. somente poderão ser promovidos ou patrocinados, pelas respectivas entidades promotoras ou patrocinadoras, sob a responsabilidade contratual expressa de uma empresa organizadora de eventos.

TÍTULO VI DEVERES E OBRIGAÇÕES CAPITULO I DIVULGAÇÃO

Art. 15. - As ofertas e divulgações das empresas mencionadas nesta Resolução Normativa que se referirem ao somente a campanhas institucionais ou cooperativas sem menção a prestação de serviço remunerado para organização de determinado evento específico, ou simplesmente, á venda ou comercialização da imagem da empresa especificarão:

I - denominação social ou nome fantasia da empresa;

II - número de seu registro seguido da sigla EMBRATUR;

III - a categoria em que se acha registrada.

§ 1º - As ofertas e divulgações que se referirem á prestação de serviços remunerados para a organização de determinado evento especificarão, além das informações referidas neste artigo: a) os serviços a serem prestados b) a denominação do evento, a cidade ou local onde se realizará e a data de realização.

§ 2º - É vedado às empresas prestadoras de serviços remunerados para a organização de eventos promoverem ou divulgarem serviços que não lhes sejam permissíveis na

forma desta Resolução Normativa, especialmente serviços turísticos privativos ou exclusivos de outras empresas registradas na ENBRATUR.

§ 3º - A divulgação, publicidade, propaganda e promoção de serviços remunerados para a organização de eventos, prestados por empresa registrada na forma desta Resolução Normativa, serão de sua responsabilidade, mesmo quando efetuadas por terceiros, excetuados os casos em que as referidas promoções tenham sido concebidas ou utilizadas sem seu prévio consentimento.

CAPÍTULO II RELAÇÕES COMERCIAIS

Art. 16 - As relações comerciais mantidas pelas empresas organizadoras de eventos e de serviços especializados serão sempre consubstanciadas em contrato expresso, do qual deverão constar as informações referidas no § 2º, do Art. 7º, do Decreto nº 89.707, de 25 de maio de 1984.

§ 1º - Para os fins deste artigo a representação de classe de âmbito nacional das empresas prestadoras de serviços remunerados para a organização de eventos encaminhará à EMBRATUR, no prazo de 120 dias a contar da entrada em vigor desta Resolução Normativa, modelos de contrato a serem utilizados. em seu relacionamento comercial, contendo: a) local destinado a identificação completa das partes, inclusive com o n.º do registro na EMBRATUR; b) a natureza do evento para o qual serão prestados os serviços, sua denominação, época, local de realização e número previsto de participantes; c) descrição pormenorizada dos serviços remunerados para a organização de eventos a serem prestados, referidos no artigo 5º, desta Resolução Normativa, com os respectivos prazos para execução; d) as obrigações e responsabilidades recíprocas das partes, tais como prazo e forma para realização dos serviços e para pagamento do preço referente a sua execução, bem como a responsabilidade da empresa organizadora de evento na seleção e indicação das demais prestadoras de serviços e fornecedoras de produtos; e) a caracterização das instalações e equipamentos a serem utilizados pela empresa no cumprimento das obrigações contratuais ajustadas; f) as responsabilidades a que se referem o art. 7º, e seu § 1.º, do Decreto n.º 89.707, de 25 de maio de 1984, e esta Resolução Normativa; g) os procedimentos que poderão ensejar alteração ou cancelamento do contrato, as indenizações e seus limites máximos respectivos a serem pagos pela parte causadora.

§ 2º - A ausência de encaminhamento do modelo de contrato no prazo e forma determinados no parágrafo anterior ensejará, à EMBRATUR, estabelecê-lo a seu exclusivo critério.

§ 3º - Os contratos a que se refere este artigo, firmados pelas empresas prestadoras de serviços remunerados para a organização de eventos deverão ser elaborados de acordo com as disposições deste artigo e integralmente cumpridos, na qualidade, no preço e na forma em que tiverem sido ajustados e mencionados em qualquer promoção ou divulgação realizada.

§ 4º - É vedada, em contratos de qualquer tipo ou em materiais promocionais de propaganda ou divulgação, a inclusão de cláusulas referentes a: a) exclusão da responsabilidade direta ou indireta da empresa prestadora de serviços remunerados para a organização de eventos, por serviços que sejam de sua competência, na forma da legislação em vigor; b) quaisquer disposições lesivas ao interesse da outra parte signatária, tais como a faculdade de promoverem modificações unilaterais de contrato.

Art. 17 - As empresas registradas na forma desta Resolução Normativa deverão manter arquivados, pelo prazo de 6 meses, contado da data do término da execução do serviço, os contratos firmados para prestação de serviços remunerados para a organização de eventos.

Parágrafo Único - Os documentos de que trata este artigo deverão estar em condições de ser apresentados ou exibidos, de imediato, sempre que solicitado pela EMBRATUR.

Art. 18 - Quando a legislação não atribuir responsabilidade a outras empresas ou o contrato de prestação de serviços não expressar a responsabilidade concorrente de outras entidades, a empresa organizadora de eventos será sempre a responsável pela prestação dos serviços contratados junto a entidade patrocinadora.

Parágrafo Único - O disposto neste artigo não se aplica aos casos de força maior ou fortuitos.

Art. 19 - Para os fins do artigo anterior, considerar-se-á preposta da empresa organizadora de eventos qualquer pessoa física ou jurídica por esta contratada para a prestação de serviços ou fornecimento de produtos necessários à organização de eventos.

Parágrafo Único - A responsabilidade das organizadoras de eventos por atos praticados por seus prepostos, mesmo que na qualidade de autônomos, compreende todas as modalidades de responsabilidade previstas no direito positivo(artigo 1.521,inciso III, do Código Civil Brasileiro).

CAPITULO III OUTRAS OBRIGAÇÕES

Art. 20 - São ainda obrigações das empresas e de suas filiais que prestem serviços remunerados para a organização de eventos:

I - manter em suas instalações: a) certificado de registro da empresa, afixado em local visível para o usuário; b) legislação em vigor pertinente ao exercício de sua atividade;

II - observar, em qualquer forma de promoção, propaganda ou divulgação, o disposto no inciso III, do artigo 6º, do Decreto n.º 89.707, de 25 de maio de 1984 e no artigo 15º, desta Resolução Normativa;

III - comunicar à EMBRATUR, previamente, mudança de endereço e paralisação temporária ou definitiva da empresa e de suas filiais;

IV - apresentar à EMBRATUR os instrumentos que alterem seus atos constitutivos ou sua denominação, no prazo de 15 dias após o arquivamento ou averbação no registro público competente;

V - entrar em funcionamento no prazo de 90 dias, contados do deferimento do registro na EMBRATUR;

VI - atender permanentemente as condições e requisitos de registro e funcionamento exigidos na forma do Decreto nº 89.707, de 25 de maio de 1984, observando os padrões de conforto, serviços e preços estabelecidos. para a atividade, pelos atos dele decorrentes;

VII - comunicar, à EMBRATUR, a relação dos eventos para cuja organização vá prestar serviços remunerados, observada a seguinte forma: a) até a data - limite estabelecida pela EMBRATUR para encerramento do recebimento das informações referentes aos eventos que deverão constar do Calendário Turístico relativo ao ano seguinte - no caso da empresa ter sido contratada com antecedência que lhe permita atender este prazo; b) no prazo de 15 dias, contados da data da contratação da empresa - no caso desta contratação não ter sido efetuada com antecedência que lhe permita atender o prazo referido na alínea anterior.

VIII - observar a legislação específica aplicável às demais empresas ou entidades turísticas registradas na EMBRATUR, abstendo-se de exercer atividades que sejam privativas dessas empresas ou entidades.

TÍTULO VII FISCALIZAÇÃO, PENALIDADES E RECURSOS

Art. 21 - A EMBRATUR exercera os poderes de fiscalização, a ela conferidos na forma do artigo 7º, da lei no 6.505, de 13 de dezembro de 1977, com o objetivo de verificar o cumprimento da referida lei, do Decreto nº 89.707, de 25 de maio de 1984, desta Resolução Normativa e dos atos que os modifiquem ou deles decorram. Art. 22 - Para os fins dos incisos V e VI, do artigo 6º e do artigo 9º, do Decreto nº 89.707, de 25 de maio de 1984, considerar-se-ão infrações á legislação em vigor, passíveis de ser cometidas por quaisquer pessoas físicas ou jurídicas, registradas ou não na EMBRATUR;

I - o descumprimento, no prazo consignado, das notificações expedidas pela EMBRATUR ou seu órgão ou entidade delegada para a prestação de informações ou esclarecimentos, ou remessa ou apresentação de documentos que digam respeito ao exercício da atividade;

II - o embaraço ou resistência opostos à fiscalização, inclusive mediante impedimento total ou parcial do exercício da ação fiscalizadora por agente fiscal da EMBRATUR ou de seus órgãos delegados.

Art. 23- Os procedimentos para apuração das Infrações e penalização de infratores obedecerão ao disposto na Deliberação Normativa nº 080, de 15 de março de 1981 ou nos atos que a modifiquem ou complementem.

Art. 24º - Das decisões proferidas em decorrência de julgamento de autos de infração e aplicação de penalidades, caberá:

I - pedido de reconsideração à EMBRATUR no prazo de 30 dias contados da data em que o interessado tiver tido ciência da penalidade;

II - recurso ao CNTur, na forma referida no artigo 12, do Decreto nº 89.707, de 25 de maio de 1984, no prazo de 15 dias contados da data em que o interessado tiver tido ciência do indeferimento do pedido de reconsideração.

§ 1º - recursos contra penalidades impostas pela EMBRATUR terão sempre efeito suspensivo.

§ 2º - os prazos referidos nos incisos I e II, deste artigo serão comunicados ao interessado nos atos ou notificação das decisões da EMBRATUR que, respectivamente, comunicarem a penalidade aplicada e o indeferimento do pedido de reconsideração.

Art. 25 - Os critérios para aplicação de penalidade às pessoas físicas ou jurídicas que descumprirem as disposições legais e regulamentares relativas à prestação de serviços remunerados para a organização de eventos obedecerão ao disposto na Resolução Normativa nº 08, de 15 de dezembro de 1983, do CNTur, ou nos atos que a modifiquem.

§ 1º - Para os fins deste artigo, o § 2º, do artigo II, da Resolução Normativa nº 08., de 15 de dezembro de 1983, do CNTur, passa a vigorar com a seguinte redação:

"§ 2º - Ficam aprovados os Anexos I, II, III e IV desta Resolução, correspondentes à "PARTE ESPECIAL REFERENTE ÀS AGÊNCIAS DE TURISMO", "PARTE ESPECIAL REFERENTE ÀS EMPRESAS EXPLORADORAS OU ADMINISTRADORAS DE MEIOS DE HOSPEDAGEM DE TURISMO, RESTAURANTES DE TURISMO, E ACAMPAMENTOS TURÍSTICOS", "PARTE ESPECIAL REFERENTE ÀS EMPRESAS EXPLORADORAS DE TRANSPORTE TURÍSTICO DE SUPERFÍCIE" e "PARTE ESPECIAL REFERENTE ÀS EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVIÇOS REMUNERADOS PARA A ORGANIZAÇÃO DE CONGRESSOS, CONVENÇÕES, SEMINÁRIOS E EVENTOS CONGÊNERES", baixados com base, respectivamente, nos Decretos nº 84.934, de 21 de julho de 1980, nº 84.910, de 15 de julho de 1980, nº 87.348, de 29 de junho de 1982 e nº 89.707, de 25 de maio de 1984". § 2º - Nos termos do parágrafo anterior, fica aprovado o Anexo II, desta Resolução Normativa, que passa a constituir o Anexo IV da Resolução Normativa nº 08, de 15 de dezembro de 1983, do CNTur, contendo a "PARTE ESPECIAL REFERENTE ÀS EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVIÇOS REMUNERADOS PARA A ORGANIZAÇÃO DE CONGRESSOS, CONVENÇÕES, SEMINÁRIOS E EVENTOS CONGÊNERES".

TÍTULO VIII DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 26 - A comunicação á EMBRATUR pela empresa prestadora de serviços remunerados para a organização de eventos, da paralisação temporária ou definitiva de atividades implicará, respectivamente, a automática suspensão ou cancelamento de seu registro pela EMBRATUR.

§ 1º - A paralisação temporária não poderá exceder o prazo de 12 meses, prorrogável a critério da EMBRATUR.

§ 2º - A EMBRATUR fixará as condições em que se efetivará a suspensão do registro com que deverá ocorrer o reinício das atividades por parte da empresa que venha a ter seu registro suspenso, ficando esta, no caso de descumprimento das condições estabelecidas, sujeita ao cancelamento automático de seu registro na EMBRATUR.

§ 3º - As suspensões ou cancelamentos de registro, bem como interdição de estabelecimentos ou equipamentos serão comunicados pela EMBRATUR aos órgãos governamentais competentes.

Art. 27 - As empresas prestadoras de serviços remunerados para a organização de eventos, que estejam no exercício dessa atividade na data de entrada em vigor desta Resolução Normativa, terão o prazo de 90 dias prorrogável a critério da EMBRATUR, contado da entrada em vigor do ato da EMBRATUR que estabelecer as normas processuais para solicitação de registro, para requererem seus respectivos registros, adaptando-se aos termos do Decreto nº 89.707, de 25 de maio de 1984, e desta Resolução Normativa.

Parágrafo Único - Findo o prazo referido neste artigo sem que tenha sido providenciado o registro, as empresas estarão impedidas de exercerem a atividade de prestação de serviços remunerados para a organização de eventos no país.

Art. 28 - A EMBRATUR fixará, no âmbito de sua competência, as normas e procedimentos complementares necessários à fiel execução desta Resolução Normativa.

Art. 29 - Esta Resolução Normativa entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Brasília, 23 de novembro de 1984

Senador Murilo Badaró

Ministro da Indústria e do Comércio

(Publicada do Diário Oficial da União de 31 de janeiro de 1985, Seção I, p.1.867/71)

ANEXO I CAPITAL MINIMO OBRIGATÓRIO PARA REGISTRO DAS EMPRESAS
PRESTADORAS DE SERVIÇOS REMUNERADOS PARA A ORGANIZAÇÃO DE
EVENTOS CAPITAL MÍNIMO TIPO DE EMPRESA MATRIZ FILIAL

(destaque de capital por filial)

1) EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS 1.500 ORTNs 500 ORTNs 2)
EMPRESAS DE SERVIÇOS ESPECIALIZADOS 500 ORTNs 400 ORTNs

ANEXO II (*)

(ANEXO IV. DA RESOLUCAO NORMATIVA NO 08/83) PARTE ESPECIAL
REFERENTE ÀS EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVIÇOS REMUNERADOS
PARA A ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS (*)

Texto completo na Resolução Normativa CNTur no 08, de 15.12.1983

ANEXO IV (*) PARTE ESPECIAL REFERENTE AS EMPRESAS PRESTADORAS DE
SERVIÇOS REMUNERADOS PARA A ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS CAPITULO I
DAS INFRAÇÕES PRATICÁVEIS EXCLUSIVAMENTE POR EMPRESAS
PRESTADORAS DE SERVIÇOS REMUNERADOS PARA A ORGANIZAÇÃO DE
CONGRESSOS, CONVENÇÕES, SEMINÁRIOS E EVENTOS CONGÊNERES SEÇÃO
I INOBSERVÂNCIA DE REQUISITOS EXIGIDOS PARA MANUTENÇÃO DO
REGISTRO

Artigo 1º - Deixar de apresentar um dos requisitos exigidos para o registro de filial
(incisos I a IV e § 20 do artigo 40, combinado com o inciso X, do artigo 6º, do Decreto
nº. 89.707/84): Pena - advertência ou multa até 40 ORTNs.

Artigo 2º. - Deixar de apresentar capital integralizado no valor mínimo exigido para
registro (inciso III. do art. 40 e inciso X do art. 6º. do Decreto no 89.707/84): Pena -
advertência ou multa até 60 ORTNs.

Artigo 3º. - Deixar de dispor de recursos humanos e materiais, inclusive instalações,
adequadas aos serviços a serem prestados (inciso II do art. 4º. e inciso X do art. 6º. do
Decreto nº 89.707/84): Pena - advertência ou multa de até 40 ORTNs.

Artigo 4º. - Deixar de apresentar prova de idoneidade econômica e financeira e
qualificação cadastral da empresa e de seus sócios ou diretores responsáveis (inciso IV
do art. 4º e inciso X do art. 6º do Decreto no 89.707/84): Pena - advertência ou multa de
até 40 ORTNs.

Artigo 5º. - As infrações consignadas nesta seção, pelo não atendimento de requisitos
exigidos para registro, podendo sujeitar o infrator, a critério da EMBRATUR, à
penalidade de suspensão ou cancelamento de registro ou interdição de

estabelecimento, aplicada em substituição às penas igualmente previstas nesta seção, sempre que, no prazo de 30 dias e na forma determinada pela EMBRATUR, não tenha sido reparado o erro ou comprovado o atendimento do requisito de registro descumprido.

Parágrafo único - Para os fins de caracterização das infrações previstas nesta seção, a empresa ou entidade que possuir os documentos que foram exigidos para registro, mas não os tiver disponíveis, no momento da fiscalização, será notificada pela EMBRATUR, antes da lavratura do auto de infração, a apresentá-los no prazo improrrogável de 5 dias úteis.

SEÇÃO II INOBSERVÂNCIA DE REQUISITOS EXIGIDOS PARA FUNCIONAMENTO

Artigo 6º - Não manter em suas instalações, em local visível, certificado de registro (inciso IV e X do art. 6º. do Decreto nº 89.707/84): Pena - advertência ou multa de até 20 ORTNs.

Artigo 7º. - Não entrar em funcionamento no prazo de 90 dias, a contar da data de concessão do seu registro (inciso IX e X do art. 6º. do Decreto nº 89.707/84): Pena - advertência ou multa de até 20 ORTNs.

Artigo 8º. - Não apresentar a EMBRATUR cópias dos instrumentos que alterarem seus atos constitutivos, no prazo de 15 dias após o arquivamento do registro público competente (inciso VIII do art. 6º. do Decreto no 89.707/84): Pena - advertência ou multa de até 40 ORTNs.

Artigo 9º. - Não manter, em suas instalações, cópia da legislação turística pertinente (inciso X, do art. 6º., do Decreto nº. 89.707/84 e dispositivo regulamentar aplicável): Pena - advertência ou multa de até 20 ORTNs. (*) Anexo incluído pela Resolução Normativa CNTur nº. 14, de 23.11.1984

Artigo 10 - Deixar de comunicar previamente à EMBRATUR mudanças de endereço ou paralisações temporárias ou definitivas da atividade (inciso VII do art. 6º. do Decreto nº 89.707/84): Pena - advertência ou multa de até 150 ORTNs.

Parágrafo único - Caso o infrator não tenha sido localizado, a pena prevista neste artigo poderá ser substituída pela de suspensão ou cancelamento de registro.

Artigo 11 - Deixar de apresentar, no prazo e forma estabelecidos pela EMBRATUR, as informações, estatísticas, relatórios, balanços e demonstrações financeiras, ou outros

documentos exigidos para funcionamento ou referentes ao exercício da atividade (inciso VI do artigo 6º, do Decreto nº. 89.707/84): Pena - advertência ou multa de até 100 ORTNs.

Parágrafo único - A penalidade referida neste artigo poderá ser substituída pela de suspensão ou cancelamento do registro caso a infratora se encontre em situação de insolvência capaz de comprometer o cumprimento de acordos e contratos firmados e a imagem do turismo nacional.

Artigo 12 - Deixar de atender, permanentemente, as condições e requisitos de registro e funcionamento exigidos na forma do Decreto nº 89.707/84, não observando os padrões de conforto, serviços e preços estabelecidos para a atividade (inciso X, do art. 6º. do Decreto nº. 89.707/84, combinado com o dispositivo regulamentar aplicável): Pena - advertência ou multa de até 150 ORTNs. SEÇÃO III EXERCICIO ILEGAL DE ATIVIDADE PARA A QUAL SEU REGISTRO NAO A HABILITE

Artigo 13 - Exercer atividade de empresa organizadora de congressos estando registrada como empresa prestadora de serviços especializados para congressos (inciso X, do artigo 6º, do Decreto nº 89.707/84 e dispositivo regulamentar aplicável): Pena - multa de 20 a 200 ORTNs.

Artigo 14 - Exercer atividade de filial de empresa prestadora de serviços remunerados para a Organização de congressos, convenções, seminários e eventos congêneres sem o competente registro de filial (§ 2º do artigo 4º e inciso X do artigo 6º do Decreto nº 89.707/84): Pena - multa de 30 a 200 ORTNs.

Artigo 15 - As infrações consignadas nesta seção, poderão sujeitar o infrator, a critério da EMBRATUR, à penalidade de suspensão ou cancelamento de registro, ou interdição de estabelecimento ou empreendimento, aplicada em substituição às penas igualmente previstas nesta seção, sempre que as empresas penalizadas não tenham reparado o erro e regularizado o exercício das atividades desempenhadas, ilegalmente, no prazo e na forma determinados pela EMBRATUR. SEÇÃO IV DESCUMPRIMENTO DE ACORDOS E CONTRATOS Artigo 16 - Deixar de cumprir as normas legais regulamentados que disciplinem os contratos firmados, ou serviços prestados aos usuários ou outras entidades turísticas (inciso X do art. 6º e § 2º do art. 7º. do Decreto nº 89.707/84 e dispositivo regulamentar infringido): Pena - multa de 30 a 300 ORTNs.

Artigo 17 - Deixar de cumprir os acordos ou contratos firmados com usuários ou outras entidades turísticas, deixando de prestar os serviços turísticos na qualidade ajustada (art. 7º. do Decreto nº 89.707/84): Pena - multa de 50 a 500 ORTNs. Artigo 18 - As infrações pelo descumprimento de acordos e contratos poderão sujeitar o infrator, a critério da EMBRATUR, à penalidades de suspensão ou cancelamento de registro, aplicada em substituição às penas previstas nesta seção, sempre que ocorrer a circunstância agravante referida na alínea "b", do inciso II, do artigo 9º. da Resolução Normativa CNTur nº. 08/83.

CAPITULO II DAS INFRAÇÕES PRATICADAS EXCLUSIVAMENTE POR PESSOAS FISICAS OU JURIDICAS NAO REGISTRADAS

SEÇÃO I FAVORECIMENTO AO EXERCÍCIO ILEGAL DE ATIVIDADES PRIVATIVAS DE EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVIÇOS REMUNERADOS PARA A ORGANIZAÇÃO DE CONGRESSOS, CONVENÇÕES, SEMINARIOS E EVENTOS CONGÊNERES

Artigo 19 - Contratar a prestação de serviços remunerados para a organização de congressos, convenções, seminários e eventos congêneres com empresa não registrada, na Empresa Brasileira de Turismo -EMBRATUR (art. 2º., combinado com o inciso X, do art. 6º, do Decreto no 89.707/84): Pena - multa de 20 a 150 ORTNs.

Parágrafo único - A penalidade referida neste artigo aplicar-se-á, igualmente, a quaisquer empresas registradas na EMBRATUR que hajam cometido a infração nele prevista, ou tenham, de alguma forma contribuído para seu cometimento.

SEÇÃO II ATOS PREPARATÓRIOS OU TENTATIVA DE EXERCÍCIO ILEGAL DE ATIVIDADES PRIVATIVAS DE EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVIÇOS REMUNERADOS PARA ORGANIZAÇÃO DE CONGRESSOS, CONVENÇÕES, SEMINÁRIOS E EVENTOS CONGÊNERES

Artigo 20 - Divulgar serviços privativos de empresas prestadoras de serviços remunerados para organização de Congressos, Convenções, Seminários e Eventos Congêneres (dispositivo regulamentar aplicável combinado com o art. 11 do Decreto 89.707/84): Pena – advertência ou multa de até 150 ORTNs.

Artigo 21 - Usar, por extenso ou abreviadamente, a denominação "empresa organizadora de congressos, convenções e eventos congêneres" ou outras que, semelhantemente, digam respeito ao exercício dessa atividade ou à exploração desses

serviços (inciso III do art. 5º. do Decreto no 89.707/84): Pena - advertência ou multa de até 150 ORTNs. SEÇÃO III EXERCÍCIO ILEGAL DE ATIVIDADES PRIVATIVAS DE EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVIÇOS REMUNERADOS PARA A ORGANIZAÇÃO DE CONGRESSOS, CONVENÇÕES, SEMINÁRIOS E EVENTOS CONGÊNERES

Artigo 22 - Prestar serviços remunerados para a organização de congressos, convenções, seminários e eventos congêneres (art. 2º do Decreto no 89.707/84, combinado com o dispositivo regulamentar aplicável): Pena - multa de 30 a 300 ORTNs. para pessoas físicas e de 50 a 500 ORTNs, para pessoas jurídicas.

Artigo 23 - As infrações pelo exercício de atividades privativas de empresas prestadoras de serviços remunerados para a organização de congressos, convenções, seminários e eventos congêneres, sem habilitação legal, sujeitarão o infrator, a critério da EMBRATUR, à penalidade de interdição de instalação, estabelecimento empreendimento ou equipamento, aplicada em substituição às penas previstas nesta seção, sempre que as pessoas físicas ou jurídicas penalizadas não tenham reparado o erro e regularizado o exercício da atividade desempenhada ilegalmente. no prazo e na forma que lhes tenham sido determinados pela EMBRATUR. Parágrafo único - As penalidades referidas neste capítulo aplicar-se-ão, igualmente, a quaisquer pessoas físicas ou jurídicas, ainda que registradas na EMBRATUR, que tenham tido responsabilidade direta ou contribuído, mesmo indiretamente, para o cometimento das infrações nele previstas. CAPITULO III DAS INFRAÇÕES PRATICÁVEIS POR EMPRESAS PRESTADORAS DE PRESTADORAS DE SERVIÇOS REMUNERADOS PARA A ORGANIZAÇÃO DE CONGRESSOS, CONVENÇÕES, SEMINÁRIOS E EVENTOS CONGÊNERES OU POR PESSOAS FÍSICAS OU JURÍDICAS NÃO REGISTRADAS SEÇÃO DIVULGAÇÃO E PROPAGANDA DE SERVIÇOS SEM A OBSERVÂNCIA DE PRECEITOS LEGAIS APLICÁVEIS

Artigo 24 - Oferecer ou divulgar serviços remunerados para a organização de congressos, convenções, seminários e eventos congêneres, sem atender às exigências previstas na legislação em vigor (art. 11 do Decreto no 89.707/84 combinado com o dispositivo regulamentar aplicável): Pena advertência ou multa de até 40 ORTNs para pessoas físicas ou jurídicas não habilitadas, e de advertência ou multa de até 50

ORTNs, para empresas prestadoras de serviços remunerados para a organização de congressos, convenções, seminários e eventos congêneres.

Artigo 25- Deixar de mencionar, conforme determinado pela EMURATUR em qualquer forma expressão de promoção ou divulgação de prestação de serviços remunerados para a organização de congressos, convenções, seminários e eventos congêneres, o nome e número de registro na EMBRATUR da empresa organizadora de congressos responsável pelo evento (inciso III, do art. 6º. ou inciso II, do art. 5º., Decreto nº. 89.707/84): Pena - advertência ou multa de até 30 ORTNs para pessoas físicas e jurídicas não habilitadas, e advertência ou multa de até 40 ORTNs, para empresas prestadoras de serviços remunerados para a organização de congressos, convenções, seminários e eventos congêneres. SEÇÃO II NÃO CUMPRIMENTO DE NOTIFICAÇÕES

Artigo 26 - Não cumprir as notificações expedidas pela EMBRATUR no prazo e na forma por estas determinados (dispositivo regulamentar aplicável combinado com os arts. 9º. e 11 do Decreto no 89.707/84): Pena - advertência ou multa de até 100 ORTNs, para pessoas físicas e jurídicas não habilitadas e de advertência ou multa de até 200 ORTNs, para empresas prestadoras de serviços remunerados para organização de congressos, convenções, seminários e eventos congêneres, registradas na EMBRATUR.

Parágrafo único - A penalidade pelo descumprimento de notificação será aplicada cumulativamente com aquela correspondente à infração que a originou, quando for o caso. SEÇÃO III OPOSIÇÃO DE OBSTÁCULOS A FISCALIZAÇÃO Artigo 27 - Resistir ou criar embaraço caracterizadamente à fiscalização (dispositivo regulamentar aplicável combinado com o art. 11 do Decreto nº. 89.707/84): Pena - multa de 50 a 500 ORTNs para pessoas físicas e jurídicas não habilitadas e de 100 a 500 ORTNs, para empresas prestadoras de serviços remunerados para organização de congressos registradas na EMBRATUR.

**ANEXO 2 - RELAÇÃO OFICIAL DO MINISTÉRIO DO TURISMO DAS
EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS EM CURITIBA**

PARANÁ – RELAÇÃO DE ORGANIZADORAS DE EVENTOS

DETERMINADO MUNICÍPIO

Última atualização: Março/2006

CURITIBA - PR

1. RAZÃO SOCIAL: **041 RESTAURANTE E EVENTOS LTDA.** - NOME FANTASIA:
ENDEREÇO: **RUA AMINTAS DE BARROS, 383** - BAIRRO: **CENTRO** - CEP: **80060-200**
TEL: **41-3028-9400** - FAX: - HOME PAGE: - E-MAIL: **sonia@hoteiselo.com.br**
Nº CADASTRO MTUR: **03.118.192/0001-23** - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: **R** - VENCIMENTO CADASTRO: **28/03/2007**

CURITIBA - PR

2. RAZÃO SOCIAL: **ABILE AGÊNCIA DE MODELOS E EVENTOS LTDA.** - NOME FANTASIA: **ABILE AGÊNCIA DE MODELOS E EVENTOS**
ENDEREÇO: **RUA MARECHAL DEODORO, 51 - CJ.1002** - BAIRRO: **CENTRO** - CEP: **80020-905**
TEL: **41-3322-1726** - FAX: **3322-1726** - HOME PAGE: - E-MAIL: **abile@click21.com.br**
Nº CADASTRO MTUR: **00.144.510/0001-32** - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: **R** - VENCIMENTO CADASTRO: **28/03/2007**

CURITIBA - PR

3. RAZÃO SOCIAL: **ALYSON PALACE CLUBE SHOW & EVENTOS LTDA.** - ME - NOME FANTASIA: **ALYSON CLUBE SHOW**
ENDEREÇO: **RUA IZAAC FERREIRA DA CRUZ, 4115 -SOBRELOJA** - BAIRRO: **SITIO CERCADO** - CEP: **81910-000**
TEL: **41-3278-0026** - FAX: - HOME PAGE: - E-MAIL:
Nº CADASTRO MTUR: **04.918.654/0001-50** - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: **R** - VENCIMENTO CADASTRO: **08/08/2007**

CURITIBA - PR

4. RAZÃO SOCIAL: **ÁREA - ARQUITETURA E PROMOÇÕES DE FEIRAS E CONGRESSOS LTDA.** - NOME FANTASIA:
ENDEREÇO: **RUA EDUARDO SPRADA, 6620** - BAIRRO: **CIC** - CEP: **81290-110**
TEL: **41-3373-1011** - FAX: **3373-5052** - HOME PAGE: - E-MAIL:
Nº CADASTRO MTUR: **79.103.131/0001-54** - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: **R/C** - VENCIMENTO CADASTRO: **30/06/2001**

CURITIBA - PR

5. RAZÃO SOCIAL: **ARIETE PLANEJAMENTO E ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS LTDA.** - NOME FANTASIA:
ENDEREÇO: **RUA ALTAMIRO MACHADO, 331** - BAIRRO: **SÃO BRAZ** - CEP: **82015-600**
TEL: **41-3372-9285** - FAX: **3372-5542** - HOME PAGE: **www.arieteeventos.com.br** - E-MAIL: **arieteeventos@arieteeventos.com.br**
Nº CADASTRO MTUR: **04.747.536/0001-26** - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: **R** - VENCIMENTO CADASTRO: **11/04/2008**

CURITIBA - PR

6. RAZÃO SOCIAL: **AUDIOSHOW SOM E IMAGEM LTDA.** - NOME FANTASIA: **AUDIOSHOW**
ENDEREÇO: **ESTRADA NOVA DE COLOMBO, 6315** - BAIRRO: **SANTA CÂNDIDA** - CEP: **82720-010**
TEL: **41-3356-8039** - FAX: **3356-8039** - HOME PAGE: **www.aloeventos.com.br** - E-MAIL: **audioshow@softone.com.br**
Nº CADASTRO MTUR: **95.399.309/0001-02** - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: **R** - VENCIMENTO CADASTRO: **13/05/2004**

CURITIBA - PR

7. RAZÃO SOCIAL: **AVANTI EVENTOS LTDA.** - NOME FANTASIA: **AVANTI EVENTOS**
ENDEREÇO: **RUA COMENDADOR ARAÚJO, 323 -CJ.125** - BAIRRO: **CENTRO** - CEP: **80420-000**
TEL: **41-3323-9200** - FAX: **3323-6429** - HOME PAGE: **www.avantieventos.com.br** - E-MAIL: **avantieventos@avantieventos.com.br**
Nº CADASTRO MTUR: **05.565.240/0001-57** - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: **R** - VENCIMENTO CADASTRO: **20/05/2007**

CURITIBA - PR

8. RAZÃO SOCIAL: **BAC - PESQUISA, TREINAMENTOS E EVENTOS LTDA** - NOME FANTASIA:
ENDEREÇO: **AV. SETE DE SETEMBRO, 4214 - CJ.1603** - BAIRRO: **BATEL** - CEP: **80250-210**
TEL: **41-3317-1800** - FAX: - HOME PAGE: - E-MAIL:
Nº CADASTRO MTUR: **05.898.561/0001-73** - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: **R** - VENCIMENTO CADASTRO: **21/07/2007**

CURITIBA - PR

9. RAZÃO SOCIAL: **BIDDING CONSULTORIA E TREINAMENTOS LTDA.** - NOME FANTASIA:
ENDEREÇO: **ALAMEDA PRESIDENTE TAUNAY, 1360** - BAIRRO: **MERCÊS** - CEP: **80430-000**
TEL: **41-3339-7300** - FAX: **3339-4223** - HOME PAGE: **www.bidding.com.br** - E-MAIL: **bidding@bidding.com.br**
Nº CADASTRO MTUR: **00.814.022/0001-95** - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: **R** - VENCIMENTO CADASTRO: **30/05/2007**

CURITIBA - PR

10. RAZÃO SOCIAL: **CARINE RAUEN ASSESSORIA DE MARKETING E EVENTOS LTDA.** - NOME FANTASIA: **MUNDO MARKETING PROMOCIONAL**
ENDEREÇO: **RUA SANTA CATARINA, 65 -CJ.305** - BAIRRO: **ÁGUA VERDE** - CEP: **80620-100**
TEL: **41-3342-3321** - FAX: **3342-3321** - HOME PAGE: - E-MAIL:
Nº CADASTRO MTUR: **73.449.456/0001-07** - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: **R** - VENCIMENTO CADASTRO: **13/09/2007**

CURITIBA - PR

11. RAZÃO SOCIAL: **CASTROTT EVENTOS REPRESENTAÇÕES E SERVIÇOS LTDA.** - NOME FANTASIA:

PARANÁ – RELAÇÃO DE ORGANIZADORAS DE EVENTOS

DETERMINADO MUNICÍPIO

ENDEREÇO: **ALAMEDA CARLOS DE CARVALHO, 250 - SOBRELOJA 03 - BAIRRO: CENTRO - CEP: 80730-200**

TEL: - FAX: - HOME PAGE: - E-MAIL:

Nº CADASTRO MTUR: **04.847.066/0001-72** - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 15/07/2004

CURITIBA - PR

- 12. RAZÃO SOCIAL: CENTRAL DE EVENTOS EDITORA LTDA - NOME FANTASIA: P.J. EVENTOS FEIRAS E CONGRESSOS**

ENDEREÇO: **RUA BOLES LAU KUROSKI, 60 - BAIRRO: MOSSUNGUÊ - CEP: 81200-190**

TEL: **41-3241-1000** - FAX: **3241-1000** - HOME PAGE: www.pjeventos.com.br - E-MAIL: placidopjeventos@gmail.com

Nº CADASTRO MTUR: **04.242.755/0001-53** - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 17/05/2008

CURITIBA - PR

- 13. RAZÃO SOCIAL: CENTRO DE CONVENÇÕES DE CURITIBA S/A - NOME FANTASIA: CENTRO DE CONVENÇÕES DE CURITIBA**

ENDEREÇO: **RUA BARÃO DO RIO BRANCO, 370 - BAIRRO: CENTRO - CEP: 80010-180**

TEL: **41-3322-8955** - FAX: **3322-8955** - HOME PAGE: www.pr.gov.br/ccv - E-MAIL: ccc@pr.gov.br

Nº CADASTRO MTUR: **81.089.625/0001-73** - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 17/01/2008

CURITIBA - PR

- 14. RAZÃO SOCIAL: CIIMS BRASIL - REPRESENTAÇÕES E EVENTOS INTERNACIONAIS LTDA. - NOME FANTASIA:**

ENDEREÇO: **RUA SOLIMÕES, 1609 - BAIRRO: MERCÊS - CEP: 80810-070**

TEL: **41-3335-4748** - FAX: **3335-2029** - HOME PAGE: - E-MAIL:

Nº CADASTRO MTUR: **00.650.170/0001-11** - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: C - VENCIMENTO CADASTRO:

CURITIBA - PR

- 15. RAZÃO SOCIAL: CMP - CANAL DE MARKETING PROMOCIONAL ASSOCIADOS LTDA. - NOME FANTASIA: CANAL MARKETING PROMOCIONAL**

ENDEREÇO: **RUA JORGE CURY BRAHIM, 712 - BAIRRO: PILARZINHO - CEP: 82110-040**

TEL: **41-3331-8320** - FAX: **3331-8344** - HOME PAGE: www.canalmp.com.br - E-MAIL: guilherme@canalmp.com.br

Nº CADASTRO MTUR: **05.747.981/0001-59** - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 15/03/2008

CURITIBA - PR

- 16. RAZÃO SOCIAL: CUTIVELLE ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS LTDA - NOME FANTASIA: CUTIVELLE EVENTOS**

ENDEREÇO: **RUA CRUZ MACHADO, 282 - BAIRRO: CENTRO - CEP: 80410-170**

TEL: **41-3322-5757** - FAX: **3223-4443** - HOME PAGE: www.hotelcaravelle.com.br - E-MAIL: caravelle@hotelcaravelle.com.br

Nº CADASTRO MTUR: **78.469.756/0001-71** - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 22/04/2007

CURITIBA - PR

- 17. RAZÃO SOCIAL: CWB BRASIL - EVENTOS, PUBLICIDADE E PROMOÇÕES LTDA. - NOME FANTASIA: CWB BRASIL**

ENDEREÇO: **RUA DR. CARLOS DE CARVALHO, 655 - 8º ANDAR - C.J.803 - BAIRRO: CENTRO - CEP: 80430-180**

TEL: **41-3333-1632** - FAX: **3333-1632** - HOME PAGE: - E-MAIL: marco@cwbbrazil.com.br

Nº CADASTRO MTUR: **06.264.681/0001-81** - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 30/05/2007

CURITIBA - PR

- 18. RAZÃO SOCIAL: DIRETRIZ EMPREENDIMENTOS S/A. - NOME FANTASIA: DIRETRIZ EMPREENDIMENTOS**

ENDEREÇO: **RODOVIA BR 277, KM 0 - CENTRO DE EXPOSIÇÕES DE CURITIBA - BAIRRO: PARQUE BARIGÜI - CEP: 82010-480**

TEL: **41-3335-3377** - FAX: **3335-3377** - HOME PAGE: www.diretriz.com.br - E-MAIL: diretriz@diretriz.com.br

Nº CADASTRO MTUR: **76.599.919/0001-05** - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 22/04/2007

CURITIBA - PR

- 19. RAZÃO SOCIAL: DIRETRIZ FEIRAS E EVENTOS LTDA. - NOME FANTASIA: DIRETRIZ FEIRAS E EVENTOS**

ENDEREÇO: **RUA PADRE ANCHIETA, 2443 - SOBRELOJA - SL.06 - BAIRRO: BIGORRILHO - CEP: 80730-000**

TEL: **41-3335-3377** - FAX: **3335-3377** - HOME PAGE: www.diretriz.com.br - E-MAIL: diretriz@diretriz.com.br

Nº CADASTRO MTUR: **01.489.385/0001-65** - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 15/04/2007

CURITIBA - PR

- 20. RAZÃO SOCIAL: EKIPE DE EVENTOS, CONGRESSOS E FEIRAS S/C LTDA. - NOME FANTASIA: EKIPE DE EVENTOS**

ENDEREÇO: **AV. SETE DE SETEMBRO, 4857 - SL.1B - BAIRRO: BATEL - CEP: 80240-000**

TEL: **41-3022-1247** - FAX: **3342-5062** - HOME PAGE: - E-MAIL: ekipe@ekipedeeventos.com.br

Nº CADASTRO MTUR: **86.764.180/0001-01** - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R/C - VENCIMENTO CADASTRO: 13/09/2007

CURITIBA - PR

- 21. RAZÃO SOCIAL: ESTAÇÃO CONVENTION CENTER S/A - NOME FANTASIA: ESTAÇÃO EMBRATEL CONVENTION CENTER**

ENDEREÇO: **AV. SETE DE SETEMBRO, 2775 - BAIRRO: REBOUÇAS - CEP: 80230-010**

TEL: **41-2101-9990** - FAX: **2101-9977** - HOME PAGE: www.estacaoconvention.com.br - E-MAIL:

Nº CADASTRO MTUR: **05.484.221/0001-04** - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 28/03/2007

CURITIBA - PR

PARANÁ – RELAÇÃO DE ORGANIZADORAS DE EVENTOS

DETERMINADO MUNICÍPIO

- 22. RAZÃO SOCIAL: EVENT ART EVENTOS E PROMOÇÕES LTDA - ME - NOME FANTASIA: EVENT ART - SOLUÇÕES EM EVENTOS E MKT PROMOCIONAL**
ENDEREÇO: AV. JOÃO GUALBERTO, 1673 - CJ.24 - BAIRRO: JUVEVÊ - CEP: 80030-001
TEL: 41-3015-8465 - FAX: 3015-8494 - HOME PAGE: www.eventart.com.br - E-MAIL: eventos@eventart.com.br
Nº CADASTRO MTUR: 05.657.822/0001-63 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 31/03/2008

CURITIBA - PR

- 23. RAZÃO SOCIAL: FILADELPHIA PROMOÇÕES & EVENTOS LTDA. - NOME FANTASIA:**
ENDEREÇO: RUA DESEMBARGADOR MOTTA, 912 - BAIRRO: REBOUÇAS - CEP: 80250-060
TEL: 41-3233-1933 - FAX: - HOME PAGE: - E-MAIL:
Nº CADASTRO MTUR: 03.945.719/0001-93 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 17/11/2005

CURITIBA - PR

- 24. RAZÃO SOCIAL: GRIEBELER PRODUÇÕES O PROMOÇÕES LTDA. - NOME FANTASIA: GRIEBELER PRODUÇÕES O PROMOÇÕES.**
ENDEREÇO: RUA SILVÉRIO PEIXOTO, 1040 - SL.1201 - BAIRRO: BATEL - CEP: 80240-120
TEL: 41-3243-7245 - FAX: 3342-4044 - HOME PAGE: - E-MAIL: femanda@freesolution.com.br
Nº CADASTRO MTUR: 08.021.845/0001-75 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 31/07/2008

CURITIBA - PR

- 25. RAZÃO SOCIAL: GUIMARÃES E MATHIAS FEIRAS E EVENTOS LTDA - NOME FANTASIA: GUIMARÃES E MATHIAS FEIRAS E EVENTOS**
ENDEREÇO: RUA VISCONDE DE ABAETÉ, 701 - BAIRRO: BAIRRO ALTO - CEP: 82820-210
TEL: 27-3223-4357 - FAX: 32234878 - HOME PAGE: - E-MAIL:
Nº CADASTRO MTUR: 18.000274.80.0001-3 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 12/07/2008

CURITIBA - PR

- 26. RAZÃO SOCIAL: HOTELEIRA IGUAÇU LTDA - NOME FANTASIA: IGUAÇU EVENTOS**
ENDEREÇO: RUA SÃO GABRIEL, 120 - BAIRRO: CAJURU - CEP: 82900-340
TEL: 41-3266-1975 - FAX: 3266-1993 - HOME PAGE: - E-MAIL: iguacueventon@brturbo.com.br
Nº CADASTRO MTUR: 76.512.490/0001-77 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 10/05/2007

CURITIBA - PR

- 27. RAZÃO SOCIAL: IDEALIZA EVENTOS E PROMOÇÕES LTDA. - NOME FANTASIA: IDEALIZA EVENTOS**
ENDEREÇO: RUA ACYR GUIMARÃES, 436 -2º ANDAR -SL.203/204 - BAIRRO: ÁGUA VERDE - CEP: 80240-230
TEL: 41-3342-7175 - FAX: - HOME PAGE: www.idealiza.com.br - E-MAIL: idealiza@idealiza.com.br
Nº CADASTRO MTUR: 81.039.919/0001-90 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 26/09/2007

CURITIBA - PR

- 28. RAZÃO SOCIAL: JANOTTO E CACHEL LTDA. - NOME FANTASIA: CIA DE CASTING**
ENDEREÇO: RUA NILO PEÇANHA, 2171 -CJ.03 - BAIRRO: BOM RETIRO - CEP: 82120-440
TEL: 41-3352-6676 - FAX: 3352-6676 - HOME PAGE: www.ciadecasting.com.br - E-MAIL: cia@ciadecasting.com.br
Nº CADASTRO MTUR: 18.004900.80.0001-6 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 07/02/2009

CURITIBA - PR

- 29. RAZÃO SOCIAL: JB PROPAGANDA E MARKETING LTDA. - NOME FANTASIA: ESFERA AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO**
ENDEREÇO: RUA CARNEIRO LOBO, 468 -2º ANDAR -SLs.204/205 - BAIRRO: BATEL - CEP: 80240-240
TEL: 41-3340-4300 - FAX: 3340-4343 - HOME PAGE: www.agenciaesfera.com.br - E-MAIL: agenciaesfera@agenciaesfera.com.br
Nº CADASTRO MTUR: 03.115.350/0001-91 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 19/04/2008

CURITIBA - PR

- 30. RAZÃO SOCIAL: K & R ASSESSORIA DE CONGRESSOS E CONVENÇÕES S/C LTDA. - NOME FANTASIA:**
ENDEREÇO: RUA JOÃO PAULO BONETTI, 376 - FUNDOS - BAIRRO: SÃO JOÃO - CEP: 82030-050
TEL: 41-3335-2841 - FAX: 3335-2841 - HOME PAGE: - E-MAIL:
Nº CADASTRO MTUR: 79.747.713/0001-73 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: C - VENCIMENTO CADASTRO:

CURITIBA - PR

- 31. RAZÃO SOCIAL: KENNDRY MARY TOSATTI - NOME FANTASIA: SOFT EVENTOS**
ENDEREÇO: RUA JOÃO BETTEGA, 1935 - SOBRELOJA - BAIRRO: PORTÃO - CEP: 81070-001
TEL: 41-3245-1930 - FAX: 3245-8765 - HOME PAGE: www.softeventos.com - E-MAIL: softeventos@softeventos.com
Nº CADASTRO MTUR: 07.352.486/0001-76 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 16/03/2008

CURITIBA - PR

- 32. RAZÃO SOCIAL: L.B. REDESCHI S/C LTDA. - NOME FANTASIA: ROWAM EVENTOS**
ENDEREÇO: AV. REPÚBLICA ARGENTINA, 50 -CJ.102 - BAIRRO: ÁGUA VERDE - CEP: 80240-210
TEL: 41-3342-9078 - FAX: 3342-9078 - HOME PAGE: www.rowameventos.com.br - E-MAIL: rowameventos@rowameventos.com.br
Nº CADASTRO MTUR: 03.864.192/0001-72 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 20/04/2007

PARANÁ – RELAÇÃO DE ORGANIZADORAS DE EVENTOS

DETERMINADO MUNICÍPIO

CURITIBA – PR

33. RAZÃO SOCIAL: **LAMP CENTRAL DE PRODUÇÕES CONGRESSOS E EVENTOS S/C LTDA.** - NOME FANTASIA: **LAMP PRODUÇÕES**
 ENDEREÇO: **RUA CITADELLA, 150** - BAIRRO: **SANTA FELICIDADE** - CEP: **82030-280**
 TEL: **41-3297-2495** - FAX: **3297-2495** - HOME PAGE: www.lampproducoes.com.br - E-MAIL: lamproducoes@bol.com.br
 Nº CADASTRO MTUR: **40.392.516/0001-43** - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: **R/C** - VENCIMENTO CADASTRO: **31/10/2005**

CURITIBA - PR

34. RAZÃO SOCIAL: **LAUDALIO VEIGA FILHO** - NOME FANTASIA: **PROVISUALE PROMOÇÕES EVENTOS E PROGRAMAÇÃO VISUAL**
 ENDEREÇO: **RUA JOÃO BETTEGA, 107 -CJ.812/814** - BAIRRO: **PORTÃO** - CEP: **81070-000**
 TEL: **41-3329-2237** - FAX: **3329-4077** - HOME PAGE: - E-MAIL:
 Nº CADASTRO MTUR: **01.137.505/0001-65** - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: **R** - VENCIMENTO CADASTRO: **06/01/2006**

CURITIBA – PR

35. RAZÃO SOCIAL: **LIVIA LAIRA DE CAMPOS** - NOME FANTASIA: **PHOENIX EVENTOS E PROMOÇÕES**
 ENDEREÇO: **RUA XV DE NOVEMBRO, 556 -CJ.1107** - BAIRRO: **CENTRO** - CEP: **80020-310**
 TEL: **41-3225-5502** - FAX: **3225-5502** - HOME PAGE: - E-MAIL:
 Nº CADASTRO MTUR: **04.029.414/0001-02** - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: **R** - VENCIMENTO CADASTRO: **09/11/2001**

CURITIBA - PR

36. RAZÃO SOCIAL: **MASTER PUBLICIDADE S/A** - NOME FANTASIA: **MASTER COMUNICAÇÃO**
 ENDEREÇO: **AL. DOM PEDRO II, 574** - BAIRRO: **BATEL** - CEP: **80420-060**
 TEL: **41-3029-5080** - FAX: **3025-1135** - HOME PAGE: www.master.com.br - E-MAIL: master@master.com.br
 Nº CADASTRO MTUR: **04.513.101/0001-17** - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: **R** - VENCIMENTO CADASTRO: **18/05/2008**

CURITIBA - PR

37. RAZÃO SOCIAL: **MBA LOCAÇÃO DE MÃO DE OBRA TEMPORÁRIA LTDA.** - NOME FANTASIA: **MBA MARKETING PROMOCIONAL**
 ENDEREÇO: **RUA ANTONIO MEIRELLES SOBRINHO, 894 - B** - BAIRRO: **CAJURU** - CEP: **82900-240**
 TEL: **41-3018-1818** - FAX: **3267-8397** - HOME PAGE: www.mbabrasil.com.br - E-MAIL: junior@mbabrasil.com.br
 Nº CADASTRO MTUR: **18.002468.40.0001-3** - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: **R** - VENCIMENTO CADASTRO: **25/10/2008**

CURITIBA - PR

38. RAZÃO SOCIAL: **MELLO, SOARES & CIA LTDA.** - NOME FANTASIA: **M & C COMUNICAÇÃO**
 ENDEREÇO: **AV. VICENTE MACHADO, 345 CASA 07 E 10** - BAIRRO: **CENTRO** - CEP: **80420-010**
 TEL: **41-3323-1767** - FAX: **3323-1208** - HOME PAGE: www.mccomunicacao.com.br - E-MAIL: rc@mccomunicacao.com.br
 Nº CADASTRO MTUR: **18.004997.80.0001-4** - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: **R** - VENCIMENTO CADASTRO: **12/02/2009**

CURITIBA - PR

39. RAZÃO SOCIAL: **MOBILE FEIRAS E EVENTOS LTDA.** - NOME FANTASIA: **MOBILE FEIRAS E EVENTOS**
 ENDEREÇO: **AV. SETE DE SETEMBRO, 6810 - 2º ANDAR** - BAIRRO: **SEMINÁRIO** - CEP: **80240-001**
 TEL: **41-3342-6868** - FAX: **3342-6868** - HOME PAGE: - E-MAIL: dani@revistamobile.com.br
 Nº CADASTRO MTUR: **07.395.798/0001-67** - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: **R** - VENCIMENTO CADASTRO: **20/09/2007**

CURITIBA - PR

40. RAZÃO SOCIAL: **MONTE BELLO ORGANIZAÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE EVENTOS LTDA.** - NOME FANTASIA: **MONTE BELLO EVENTOS**
 ENDEREÇO: **RUA CONSELHEIRO LAURINDO, 80 - SL.04** - BAIRRO: **CENTRO** - CEP: **80060-100**
 TEL: **41-3225-2493** - FAX: **3225-7383** - HOME PAGE: www.montebelloeventos.com.br - E-MAIL: montebello@montebelloeventos.com.br
 Nº CADASTRO MTUR: **18.000099.80.0001-1** - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: **R** - VENCIMENTO CADASTRO: **20/06/2008**

CURITIBA - PR

41. RAZÃO SOCIAL: **MUNDIAL PLANEJAMENTO E ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS LTDA** - NOME FANTASIA:
 ENDEREÇO: **RUA GENERAL ARY DUARTE NUNES, 889** - BAIRRO: **UBERABA** - CEP: **81530-520**
 TEL: **41-3256-6441 / 3372-9285** - FAX: **3016-6440** - HOME PAGE: - E-MAIL:
 Nº CADASTRO MTUR: **07.003.376/0001-07** - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: **R** - VENCIMENTO CADASTRO: **29/04/2007**

CURITIBA - PR

42. RAZÃO SOCIAL: **NC PROMOÇÕES DE CONGRESSOS E EVENTOS LTDA.** - NOME FANTASIA:
 ENDEREÇO: **RUA JOÃO ANTONIO XAVIER, 39** - BAIRRO: **ÁGUA VERDE** - CEP: **80620-360**
 TEL: **41-3242-7633** - FAX: **3342-5835** - HOME PAGE: - E-MAIL:
 Nº CADASTRO MTUR: **80.182.231/0001-00** - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: **R/C** - VENCIMENTO CADASTRO: **20/12/2006**

CURITIBA - PR

43. RAZÃO SOCIAL: **ORPEC ENGENHARIA INDUSTRIA E COMÉRCIO LTDA.** - NOME FANTASIA:
 ENDEREÇO: **RUA REINALDINO DE QUADROS, 945** - BAIRRO: **CRISTO REI** - CEP: **80050-030**
 TEL: **41-3264-3111** - FAX: **3262-4111** - HOME PAGE: www.orpecengenharia.com.br - E-MAIL: orpec@onda.com.br
 Nº CADASTRO MTUR: **76.553.007/0001-00** - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: **R** - VENCIMENTO CADASTRO: **21/06/2006**

PARANÁ – RELAÇÃO DE ORGANIZADORAS DE EVENTOS

DETERMINADO MUNICÍPIO

CURITIBA – PR

- 44. RAZÃO SOCIAL: P1 FRANCHISING E EVENTOS LTDA. - NOME FANTASIA: P1 EVENTOS**
ENDEREÇO: RUA PRESIDENTE FARIA, 315 -2º ANDAR -CJ.23/24/25 - BAIRRO: CENTRO - CEP: 82560-040
TEL: 41-3232-0199 - FAX: 3324-4544 - HOME PAGE: - E-MAIL: p1@bsi.com.br
Nº CADASTRO MTUR: 03.081.955/0001-09 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 28/02/2004

CURITIBA – PR

- 45. RAZÃO SOCIAL: PARANÁ EVENTOS REPRESENTAÇÕES E SERVIÇOS LTDA. - NOME FANTASIA: PARANÁ EVENTOS**
ENDEREÇO: RUA MARECHAL HERMES, 812 -SOBRELOJA - BAIRRO: CENTRO CÍVICO - CEP: 80530-230
TEL: 41-3024-5646 - FAX: - HOME PAGE: - E-MAIL: paranaeventos@terra.com.br
Nº CADASTRO MTUR: 05.827.789/0001-72 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 04/05/2006

CURITIBA - PR

- 46. RAZÃO SOCIAL: POLYNDIA EVENTOS E PROMOÇÕES LTDA. EPP - NOME FANTASIA:**
ENDEREÇO: RUA DESEMBARGADOR WESTPHALEN, 2474 - BAIRRO: PAROLIM - CEP: 80220-030
TEL: 41-3333-4500 - FAX: 3333-4500 - HOME PAGE: www.polyndia.com.br - E-MAIL: polyndia@polyndia.com.br
Nº CADASTRO MTUR: 01.753.198/0001-47 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 17/05/2007

CURITIBA - PR

- 47. RAZÃO SOCIAL: PREMIER EVENTOS LTDA. - NOME FANTASIA:**
ENDEREÇO: ALAMEDA AUGUSTO STELLFELD, 456 - BAIRRO: CENTRO - CEP: 80410-140
TEL: 41-3029-0506 - FAX: 3029-0506 - HOME PAGE: www.premiereventos.com - E-MAIL:
Nº CADASTRO MTUR: 03.118.191/0001-89 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 10/06/2007

CURITIBA - PR

- 48. RAZÃO SOCIAL: PRIME FD CONSULTORIA E ASSESSORIA EM EVENTOS LTDA - NOME FANTASIA: PRIME EVENTOS**
ENDEREÇO: RUA PADRE ANCHIETA, 2454 -CJ.401 - BAIRRO: BIGORRILHO - CEP: 80730-000
TEL: 41-3029-0987 - FAX: 3335-9912 - HOME PAGE: www.eventosprime.com.br - E-MAIL: prime@eventosprime.com.br
Nº CADASTRO MTUR: 07.654.214/0001-20 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 20/02/2008

CURITIBA - PR

- 49. RAZÃO SOCIAL: PRÓ - EVENTOS - ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS LTDA. - NOME FANTASIA: PRO EVENTOS**
ENDEREÇO: RUA PADRE ANTONIO, 321 - BAIRRO: CENTRO - CEP: 80030-100
TEL: 41-3013-3500 - FAX: 3013-3500 - HOME PAGE: www.agenciaproeventos.com.br - E-MAIL:
agenciaproeventos@agenciaproeventos.com.br
Nº CADASTRO MTUR: 18.000218.80.0001-4 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 04/07/2008

CURITIBA - PR

- 50. RAZÃO SOCIAL: PRO EVENTOS ASSESSORIA E PROMOÇÃO LTDA. - NOME FANTASIA: PRO EVENTOS**
ENDEREÇO: RUA PADRE ANTONIO, 311 - BAIRRO: ALTO DA GLORIA - CEP: 80030-100
TEL: 41-3013-3500 - FAX: 3013-3500 - HOME PAGE: www.agenciaproeventos.com.br - E-MAIL:
proeventos@agenciaproeventos.com.br
Nº CADASTRO MTUR: 81.042.665/0001-60 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 04/07/2008

CURITIBA - PR

- 51. RAZÃO SOCIAL: PRO STAND PROJETOS E MONTAGENS LTDA - NOME FANTASIA: PRO STAND**
ENDEREÇO: RUA PADRE ANCHIETA, 2443 - LJ.01 - BAIRRO: BIGORRILHO - CEP: 80730-000
TEL: 41-3335-7611 - FAX: 2106-1108 - HOME PAGE: - E-MAIL:
Nº CADASTRO MTUR: 81.105.991/0001-79 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 12/05/2007

CURITIBA - PR

- 52. RAZÃO SOCIAL: PRÓ VITA ADMINISTRAÇÃO DE EVENTOS LTDA. - NOME FANTASIA: PRÓ VITA EVENTOS**
ENDEREÇO: RUA FRANCISCO NEGRÃO, 920 - BAIRRO: ÁGUA VERDE - CEP: 80620-390
TEL: 41-3332-8916 - FAX: 3332-8916 - HOME PAGE: www.provita.com.br - E-MAIL: provita@provita.com.br
Nº CADASTRO MTUR: 81.265.506/0001-24 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R/C - VENCIMENTO CADASTRO: 17/11/2007

CURITIBA - PR

- 53. RAZÃO SOCIAL: PROJEÇÃO ÁUDIO E VÍDEO LTDA - NOME FANTASIA: PROJEÇÃO**
ENDEREÇO: RUA CECÍLIA MARQUES DA LUZ, 455 - BAIRRO: ATUBA - CEP: 82630-100
TEL: 41-3256-0178 - FAX: 3256-0178 - HOME PAGE: projecao.cwb.com.br - E-MAIL: projecao@projecao.cwb.com.br
Nº CADASTRO MTUR: 02.074.570/0001-51 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 27/01/2008

CURITIBA - PR

- 54. RAZÃO SOCIAL: PROMOÇÃO PROMOÇÕES E EVENTOS ARTÍSTICOS LTDA. - NOME FANTASIA: PROMO MKT PROMOCIONAL E EVENTOS**

PARANÁ – RELAÇÃO DE ORGANIZADORAS DE EVENTOS

DETERMINADO MUNICÍPIO

ENDEREÇO: AL. PRESIDENTE TAUNAY, 72 - BAIRRO: BATEL - CEP: 80420-180

TEL: 41-3233-0838 - FAX: - HOME PAGE: - E-MAIL: promoacao@terra.com.br

Nº CADASTRO MTUR: 00.192.176/0001-92 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 17/05/2006

CURITIBA - PR

55. RAZÃO SOCIAL: PROMOSHOW EVENTOS LTDA. - NOME FANTASIA: ALÔ EVENTOS

ENDEREÇO: RUA LUDOVICO GERONAZZO, 51 - BAIRRO: BOA VISTA - CEP: 82560-040

TEL: 41-3356-8039 - FAX: 3356-8039 - HOME PAGE: www.aloeventos.com.br - E-MAIL: aloeventos@aloeventos.com.br

Nº CADASTRO MTUR: 03.454.308/0001-03 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 24/02/2007

CURITIBA - PR

56. RAZÃO SOCIAL: ROI LOCAÇÃO DE SISTEMAS AUDIO VISUAIS LTDA. - NOME FANTASIA: PERFORMANCE LOCAÇÕES

ENDEREÇO: RUA FERNANDES DE BARROS, 1752 - BAIRRO: HUGO LANGE - CEP: 80040-200

TEL: 41-2103-1200 - FAX: 2103-1245 - HOME PAGE: www.performancenet.com.br - E-MAIL: perform@performance.com.br

Nº CADASTRO MTUR: 02.801.139/0001-60 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 19/08/2007

CURITIBA - PR

57. RAZÃO SOCIAL: ROWAN CONSULTORIA E PLANEJAMENTO LTDA. - NOME FANTASIA: ROWAN

ENDEREÇO: RUA MATEUS LEME, 1470 - 2º ANDAR - BAIRRO: - CEP: 80530-010

TEL: 41-3243-9384 - FAX: 3243-9384 - HOME PAGE: - E-MAIL:

Nº CADASTRO MTUR: 79.782.538/0001-55 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R/C - VENCIMENTO CADASTRO: 30/06/2001

CURITIBA - PR

58. RAZÃO SOCIAL: RTM PROMO SOLUÇÕES DE MARKETING LTDA. - NOME FANTASIA: RTM MARKETING

ENDEREÇO: RUA EUZÉBIO DA MOTTA, 217 - BAIRRO: ALTO DA GLÓRIA - CEP: 80630-260

TEL: 41-2105-5750 - FAX: - HOME PAGE: - E-MAIL:

Nº CADASTRO MTUR: 18.004293.80.0001-7 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 16/01/2009

CURITIBA - PR

59. RAZÃO SOCIAL: RTM SET SERVIÇOS TEMPORÁRIOS LTDA. - NOME FANTASIA: PROMO TASSE

ENDEREÇO: RUA EUZÉBIO DA MOTTA, 217 - BAIRRO: ALTO DA GLÓRIA - CEP: 80530-260

TEL: 41-2105-5750 - FAX: - HOME PAGE: - E-MAIL:

Nº CADASTRO MTUR: 18.004302.80.0001-8 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 16/01/2009

CURITIBA - PR

60. RAZÃO SOCIAL: SCRIPT INFORMÁTICA LTDA - NOME FANTASIA: SCRIPT INFORMÁTICA

ENDEREÇO: RUA HENRIQUE MEHL, 175 - CASA A - 32 - BAIRRO: UBERABA - CEP: 81560-140

TEL: 41-3276-1000 - FAX: - HOME PAGE: - E-MAIL: comercial@scriptlocacoes.com.br

Nº CADASTRO MTUR: 18.000265.80.0001-4 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 11/07/2008

CURITIBA - PR

61. RAZÃO SOCIAL: SEGMENTO PROPAGANDA LTDA. - NOME FANTASIA: SEGMENTO

ENDEREÇO: RUA JÚLIO PERNETA, 428 - BAIRRO: MERCÊS - CEP: 80810-110

TEL: 41-3023-1772 - FAX: 3023-4772 - HOME PAGE: www.segmento.com.br - E-MAIL: marisa@segmento.com.br

Nº CADASTRO MTUR: 77.976.504/0001-76 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 14/01/2007

CURITIBA - PR

62. RAZÃO SOCIAL: SHOW NEWS PROMOÇÃO E ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS LTDA. - ME - NOME FANTASIA: SHOW NEWS

ENDEREÇO: RUA NILO PEÇANHA, 1332 - BAIRRO: PILARZINHO - CEP: 80520-000

TEL: 41-3024-0202 - FAX: 3024-0202 - HOME PAGE: - E-MAIL: marciashownews@hotmail.com

Nº CADASTRO MTUR: 18.005211.40.0001-3 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 22/02/2009

CURITIBA - PR

63. RAZÃO SOCIAL: SILHOUETTE PROMOÇÕES & EVENTOS LTDA. - NOME FANTASIA: SILHOUETTE EVENTOS

ENDEREÇO: RUA DESEMBARGADOR VIEIRA CAVALCANTI, 1090 - BAIRRO: MERCÊS - CEP: 80810-050

TEL: 41-3336-1061 - FAX: 3339-5025 - HOME PAGE: - E-MAIL: silhouetteev@aol.com

Nº CADASTRO MTUR: 01.429.106/0001-78 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 29/07/2007

CURITIBA - PR

64. RAZÃO SOCIAL: SOFT PLANEJAMENTO E ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS LTDA. - NOME FANTASIA: SOFT EVENTOS

ENDEREÇO: RUA JOÃO BETTEGA, 1935 - SOBRELOJA - BAIRRO: PORTÃO - CEP: 81070-001

TEL: 41-3245-1930 - FAX: 3245-8765 - HOME PAGE: www.softeventos.com - E-MAIL: softeventos@softeventos.com

Nº CADASTRO MTUR: 72.154.198/0001-79 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 12/12/2005

CURITIBA - PR

65. RAZÃO SOCIAL: TELE EVENTOS PROMOÇÕES E EVENTOS LTDA. - NOME FANTASIA:

PARANÁ – RELAÇÃO DE ORGANIZADORAS DE EVENTOS

DETERMINADO MUNICÍPIO

ENDEREÇO: RUA MURILO DO AMARAL FERREIRA, 684 - BAIRRO: ÁGUA VERDE - CEP: 80620-120

TEL: 41-3244-3839 - FAX: 3244-3839 - HOME PAGE: - E-MAIL:

Nº CADASTRO MTUR: 02.519.407/0001-55 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 03/11/2005

CURITIBA - PR

66. RAZÃO SOCIAL: **THREE TARGET LTDA.** - NOME FANTASIA: **MORO E COSTA**

ENDEREÇO: RUA CONSELHEIRO CARRÃO, 1082 - BAIRRO: HUGO LANGE - CEP: 80040-130

TEL: 41-3262-1814 - FAX: 3262-1814 - HOME PAGE: - E-MAIL:

Nº CADASTRO MTUR: 03.415.172/0001-14 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 11/09/2001

CURITIBA – PR

67. RAZÃO SOCIAL: **TOP MASTER FEIRAS E PROMOÇÕES LTDA.** - NOME FANTASIA: **TOP MASTER**

ENDEREÇO: RUA PADRE ANCHIETA, 2443 -CJ.18 - BAIRRO: BIGORRILHO - CEP: 80730-000

TEL: 41-3335-2012 - FAX: 3335-2012 - HOME PAGE: www.topmasterfeiras.com.br - E-MAIL:

topmasterfeiras@topmasterfeiras.com.br

Nº CADASTRO MTUR: 03.450.882/0001-85 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 19/07/2006

CURITIBA – PR (teatro, musica, eventos culturais)

68. RAZÃO SOCIAL: **TRENTO ASSESSORIA EM MARKETING E ENTRETENIMENTO LTDA.** - NOME FANTASIA: **TRENTO ARTE E ÉTICA MARKETING INSTITUCIONAL**

ENDEREÇO: AV. VICENTE MACHADO, 331 CASA 10 - BAIRRO: CENTRO - CEP: 80420-010

TEL: 41-3232-2967 - FAX: 3013-6928 - HOME PAGE: www.trento.com.br - E-MAIL: trento@trento.com.br

Nº CADASTRO MTUR: 05.398.590/0001-76 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 11/06/2006

CURITIBA - PR

69. RAZÃO SOCIAL: **ZÊNITE EVENTOS S.A** - NOME FANTASIA: **ZNT ASSESSORIA E PROMOÇÕES**

ENDEREÇO: RUA GOTTLIEB MULLER, 170 - BAIRRO: ALTO DA GLÓRIA - CEP: 80030-120

TEL: 41-2109-8660 - FAX: 2109-8651 - HOME PAGE: www.zenite.com.br - E-MAIL: ricardosampaio@zenite.com.br

Nº CADASTRO MTUR: 81.701.401/0001-70 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R/C - VENCIMENTO CADASTRO: 21/07/2008

CURITIBA - PR

70. RAZÃO SOCIAL: **ZÊNITE INFORMAÇÃO E CONSULTORIA S.A** - NOME FANTASIA: **ZÊNITE EDITORA**

ENDEREÇO: RUA GOTTLIEB MUELLER, 170 - BAIRRO: ALTO DA GLÓRIA - CEP: 80030-120

TEL: 41-2109-8660 - FAX: 2109-8651 - HOME PAGE: www.zenite.com.br - E-MAIL: ricardosampaio@zenite.com.br

Nº CADASTRO MTUR: 86.781.069/0001-15 - R = CADASTRADA / C = CLASSIFICADA: R - VENCIMENTO CADASTRO: 21/07/2008

FONTE ORIGINAL: Ministério do Turismo, 2007.

**ANEXO 3 – EMPRESAS SELECIONADAS PARA A ENTREVISTA E
APLICAÇÃO DOS QUESTIONÁRIOS**

- Razão Social: JB Propaganda e Marketing LTDA

Nome Fantasia: Agência Esfera de Comunicação

Cadastro MTUR: 03.115.350/0001-91

Endereço: Rua Carneiro Lobo, 468, salas: 204 e 205 - Batel

Telefone: 3340-4300

Endereço Eletrônico: www.agenciaesfera.com.br

E-mail: agenciaesfera@agenciaesfera.com.br

Proprietário: Julcio Maron Torres

Data de Fundação: 1998 (9 anos)

Número de funcionários registrados (exceto limpeza e manutenção e incluindo o gerente/proprietário que participa das atividades da empresa): 7

- Razão Social: Promoshow Eventos LTDA

Nome Fantasia: Alô Eventos

Cadastro MTUR: 03.454.308/0001-03

Endereço: Rua Ludovico Geronazzo, 51 - Boa Vista

Telefone: 3356-8039

Endereço Eletrônico: www.aloeventos.com.br/

E-mail: aloeventos@aloeventos.com.br

Proprietários: Hermann Milhomem, João Tosin e Susan Renée Klein

Data de Fundação: 1992 (15 anos)

Número de funcionários registrados (exceto limpeza e manutenção e incluindo o gerente/proprietário que participa das atividades da empresa): 7

- Razão Social: Laudalio Veiga Filho

Nome Fantasia: Provisuale Promoções, Eventos e Programação Visual

Cadastro MTUR: 01.137.505/0001-65

Endereço: Rua João Betttega, 107, cj: 812/814 - Portão

Telefone: 3314-3200

Endereço Eletrônico: -----

E-mail: -----

Proprietário: Laudalio Veiga Filho

Data de Fundação: 10 anos

Número de funcionários registrados (exceto limpeza e manutenção e incluindo o gerente/proprietário que participa das atividades da empresa): 30 funcionários

- Razão Social: Cutivelle Organização de Eventos LTDA

Nome Fantasia: Agência de Eventos Oficial do Hotel Caravelle

Cadastro MTUR: 78.469.756/0001-71

Endereço: Rua Cruz Machado, 282 - Centro

Telefone: 3322-5757

Endereço Eletrônico: www.hotelcaravelle.com.br

E-mail: eventos@hotelcaravelle.com.br

Gerente: Patrícia Rovesta

Data de Fundação: 2005 (2 anos)

Número de funcionários registrados (exceto limpeza e manutenção e incluindo o gerente/proprietário que participa das atividades da empresa): 5 (3 garçons, 1 assistente de eventos e 1 responsável por reservas de hospedagem e eventos).

Obs: Essa agência de eventos é administrada pela Atrio Empreendimentos Hoteleiros e realiza eventos exclusivos para o hotel. Quanto ao número de funcionários, o hotel possui 47, contudo são 5 funcionários que trabalham diretamente na realização dos eventos.

- Razão Social: Janotto e Cachel LTDA

Nome Fantasia: Cia de Casting

Cadastro MTUR: 18.004900.80/0001-6

Endereço: Rua Nilo Peçanha, 2171 – Bom Retiro

Telefone: 3352-6676

Endereço Eletrônico: www.ciadecasting.com.br

E-mail: cia@ciadecasting.com.br

Proprietário: Julia Cachel

Data de Fundação: 1993 (14 anos)

Número de funcionários registrados (exceto limpeza e manutenção e incluindo o gerente/proprietário que participa das atividades da empresa): 6

- Razão Social: Trento Assessoria em Marketing e Entretenimento LTDA

Nome Fantasia: Trento Arte e Ética de Marketing Institucional

Cadastro MTUR: 05.398.590/0001-76

Endereço: Av. Vicente Machado, 331, casa 10 - Centro

Telefone: 3232-2967

Endereço Eletrônico: www.trento.com.br

E-mail: trento@trento.com.br

Proprietário: Ricardo Trento

Data de Fundação: 2001 (6 anos)

Número de funcionários registrados (exceto limpeza e manutenção e incluindo o gerente/proprietário que participa das atividades da empresa): 5

- Razão Social: Zênite Eventos S.A.

Nome Fantasia: Zênite Consultoria Jurídica

Cadastro MTUR: 86.781.069/0001-15

Endereço: Rua Gottlieb Mueller, 170 – Alto da Glória

Telefone: 2109-8660

Endereço Eletrônico: www.zenite.com.br

E-mail: ricardosampaio@zenite.com.br

Proprietário: Ricardo Sampaio

Data de Fundação: 1990 (17 anos)

Número de funcionários registrados (exceto limpeza e manutenção e incluindo o gerente/proprietário que participa das atividades da empresa): 9

- Razão Social: Ariete Planejamento e Organização de Eventos LTDA

Nome Fantasia: Ariete Eventos

Cadastro MTUR: 04.747.536/0001-26

Endereço: Rua Altamiro Machado, 331 – São Braz

Telefone: 3372-9285

Endereço Eletrônico: www.arieteeventos.com.br

E-mail: felipe@arieteeventos.com.br

Proprietário: Felipe Cândido Portes

Data de Fundação: 2001 (6 anos)

Número de funcionários registrados (exceto limpeza e manutenção e incluindo o gerente/proprietário que participa das atividades da empresa): 5

- Razão Social: Abile Agência de Modelos e Eventos LTDA

Nome Fantasia: Abile Agência de Modelos e Eventos

Cadastro MTUR: 00.144.510/0001-32

Endereço: Rua Marechal Deodoro, 51, CJ: 1002 - Centro

Telefone: 3322-1726

Endereço Eletrônico: -----

E-mail: abile@click21.com.br

Proprietários: Marcos d'Assumpção Zaniol e Elisângela Schastai d'Assumpção

Data de Fundação: 1994 (13 anos)

Número de funcionários registrados (exceto limpeza e manutenção e incluindo o gerente/proprietário que participa das atividades da empresa): 5

- Razão Social: Premier Eventos LTDA

Nome Fantasia: Premier Eventos

Cadastro MTUR: 03.118.191/0001-89

Endereço: Alameda Augusto Stelfeld, 456 - Centro

Telefone: 3029-0506

Endereço Eletrônico: www.premiereventos.com.br

E-mail: Luana@premiereventos.com.br

Proprietário: Nilton José Migliozi

Data de Fundação: 1999 (8 anos)

Número de funcionários registrados (exceto limpeza e manutenção e incluindo o gerente/proprietário que participa das atividades da empresa): 6

**ANEXO 4 - RELAÇÃO DE INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR QUE
POSSUEM CURSO DE TURISMO EM CURITIBA**

Universidade Federal do Paraná
Coordenador do Curso: José Manoel Gândara
Endereço: Rua Dr. Faivre, nº405, 3º andar - Centro
Fone/Fax: 3362-3030
www.humanas.ufpr.br

Faculdades Curitiba
Coordenador do Curso: informação não disponível
Endereço: Rua Chile, 1678 - Rebouças
Fone/Fax: (41) 3213 8700
<http://www.faculdaDESCURITIBA.br/>

Faculdades Internacional de Curitiba
Coordenador do Curso: Simone Eloisa Ramos
Endereços: Campus Tiradentes - Rua Saldanha Marinho, 131 - Centro
Campus Garcez - Av. Luiz Xavier, 103 - Centro
Campus Divina - Rua do Rosário, 147 - Centro
Campus Vicente Machado - Av. Vicente Machado 317 - Centro
Fone/Fax: 0800-7020500
<http://www.facinter.br>

Faculdade OPET
Coordenador do Curso: Samira Khelili
Endereços: Rua Nilo Peçanha, nº1635 – Bom Retiro
Av. Getúlio Vargas, nº902 - Centro
Fone/Fax: 3028-2800
<http://www.opet.com.br>

Pontifícia Universidade Católica – PUC
Coordenador do Curso: Renata Maria Ribeiro
Endereço: Rua Imaculada Conceição, nº1155 – Prado Velho
Fone/Fax: 3271-1382
<http://www.pucpr.br/>

Universidade Tuiuti do Paraná – UTP
Coordenador do Curso: André Polleti
Endereço: Rua Sydnei A. Rangel Santos, nº238 – Santo Inácio
Fone/Fax: 3331-7740
<http://www.utp.br/>

Centro Universitário Positivo – Unicenp
Coordenador do Curso: Dario Luiz Dias Paixão

Endereço: Rua Prof. Pedro Viriato Parigot de Souza, 5300 – Campo Comprido
 Fone/Fax: 3317-3000
<http://turismo.unicenp.edu.br>

SPEI

Coordenador do Curso: Érica Gisele Lotz
 Endereços: Endereço: Al. Dr. Carlos de Carvalho, 256 - Centro
 Endereço: Rua Augusto Zibarth, 695 – Avenida das Torres
 Fone/Fax: 3321-3131 ou 3364-4579
<http://www.spei.edu.br>

Faculdades do Brasil - UniBrasil

Coordenador do Curso: informação não disponível
 Endereços: Rua Konrad Adenauer, nº442 - Tarumã.
 Fone/Fax: 3361.4200
<http://www.unibrasil.com.br>

Uniandrade

Coordenador do Curso: informação não disponível
 Endereço: Campus Cidade Universitária - Rua Marumby, nº283
 Fone/Fax: 3219 - 4290
<http://www.uniandrade.edu.br>

Faculdade Metropolitana de Curitiba – FAMEC

Coordenador do Curso: informação não disponível
 Endereço: Av. Rui Barbosa, 5881 - Afonso Pena – São José dos Pinhais
 Fone/Fax: 3593-1200 / 0800-415881
<http://www.famec.com.br>

Unidade de Ensino Superior Expoente – UniExp (Pós-graduação em Organização e Gestão de Eventos)

Coordenador do Curso: Elisangela Lobo Schirigatti
 Endereço: Rua Carlos de Campo, nº1090 – Boa Vista
 Fone/Fax: 3312-4150/3312-4151
<http://www.faculdadeexpoente.edu.br>

Fonte: INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR. **Guia do Estudante 2007**. Gráfica da Editora Abril: São Paulo, 2007. 282 p.

