

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
ÁREA DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS**

ALICE ARGENTA

**ANÁLISE DA ATUAÇÃO DOS PRESTADORES DE SERVIÇOS EM EVENTOS
DURANTE A PANDEMIA**

**CAXIAS DO SUL
2023**

ALICE ARGENTA

**ANÁLISE DA ATUAÇÃO DOS PRESTADORES DE SERVIÇOS EM EVENTOS
DURANTE A PANDEMIA**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Departamento de Ciências Sociais na Universidade de Caxias do Sul, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientadora TCC I: Prof.^a Janaina Macke

Orientadora TCC II: Prof.^a Dra. Margareth Rodrigues de Carvalho Borella

**CAXIAS DO SUL
2023**

ALICE ARGENTA

**ANÁLISE DA ATUAÇÃO DOS PRESTADORES DE SERVIÇOS EM EVENTOS
DURANTE A PANDEMIA**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Departamento de Ciências Sociais na Universidade de Caxias do Sul, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientadora TCC I: Prof.^a Janaina Macke

Orientadora TCC II: Prof.^a Dra. Margareth Rodrigues de Carvalho Borella

Aprovado(a) em 19/10/2023

Banca Examinadora

Prof.^a Dra. Margareth Rodrigues de Carvalho Borella (orientadora)
Universidade de Caxias do Sul

Prof. M^e. Rafael de Lucena Perini
Universidade de Caxias do Sul

Prof. Dr. Marco Aurélio Bertolazzi
Universidade de Caxias do Sul

AGRADECIMENTOS

Sou grata a Deus pela vida, e por encher meu o coração de luz.

Agradeço à minha família pelo amor e pela contribuição para que eu me tornasse o que sou hoje, em especial ao meu pai Silvino por dar-me a oportunidade de ingressar nos meus estudos na Universidade.

Ao meu companheiro de vida, pelo amor, pelo crescimento juntos, por sempre estar ao meu lado me apoiando e por sempre incentivar a tornar-me a minha melhor versão.

Aos meus amigos que nunca negaram palavras de força, incentivo e otimismo ao longo da jornada acadêmica.

Agradeço aos professores da Universidade de Caxias do Sul pelo ensino prestado em especial à Prof.^a Dra. Margareth Rodrigues de Carvalho Borella pela disposição, contribuição e orientação na realização deste trabalho.

O meu muito obrigada a todos os que contribuíram, direta ou indiretamente, com essa conquista.

“Não há poder de controle sobre o universo maior do que o poder que nos controla.”

Galileu Galilei

RESUMO

A área de eventos é um setor que vem se destacando, não somente pela sua dimensão e impacto, mas também pelo grande potencial que um evento carrega consigo, levando-o ao sucesso pleno ou não. O presente trabalho tem como objetivo apresentar um estudo sobre a pandemia do Covid-19 e os seus efeitos no mercado de eventos, tendo em vista a atuação das empresas prestadoras de serviços em eventos sociais. A pandemia afetou muitos setores e áreas que acabaram tendo muitos impactos negativos, sendo o setor de eventos um dos mais atingidos, demandando um conjunto novo de comportamentos, conhecimentos e habilidades para lidar com esta situação. Isto posto, tem se como objetivo principal analisar a atuação de empresas prestadoras de serviços em eventos sociais, durante e após a Pandemia da Covid-19, na Região de Caxias do Sul. Para isso foi realizado uma pesquisa de natureza qualitativa e de nível exploratório com promotores e proprietários de empresas do setor de eventos. Os dados foram coletados por meio de entrevistas semiestruturadas, que totalizaram 10 entrevistas válidas. Foram avaliadas as medidas administrativas adotadas pelo setor de eventos, levando em consideração a contribuição econômica do setor. Analisaram-se as medidas e situações que impactaram diretamente o setor de eventos. Em conclusão, podemos afirmar que a adoção de ferramentas como as tecnologias digitais, a diversificação dos formatos de eventos e a implementação de protocolos de segurança sanitária trouxeram novas oportunidades e abordagens para manter as operações em andamento. A utilização de tecnologias digitais permitiu a adaptação para o ambiente online, alcançando formas inovadoras de divulgação dos serviços. A diversificação dos formatos de eventos, como mini weddings, eventos ao ar livre em formato reduzido, controlado e com a capacidade de atender às restrições e necessidades do momento. Além disso, a adoção de protocolos de segurança sanitária garantiu a segurança dos participantes e viabilizou a continuidade das atividades.

Palavras-chave: Setor de eventos sociais; Eventos sociais na pandemia; Consequências da pandemia para o setor de eventos; Impactos da pandemia ao setor de eventos.

LISTA DE QUADROS

| | |
|---|----|
| Quadro 1 - Tipologia dos Eventos..... | 22 |
| Quadro 2 - Áreas de interesse e tipos de eventos..... | 23 |
| Quadro 3 – Perfil dos entrevistados..... | 31 |
| Quadro 4 - Roteiro de Entrevista..... | 33 |

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

| | |
|----------|--|
| ABEOC | Associação Brasileira de Empresas de Eventos |
| CAGED | Cadastro Geral de Empregados e Desempregados |
| COVID-19 | Corona Vírus Disease 2019 |
| OMS | Organização Mundial de Saúde |
| ONU | Organização das Nações Unidas |
| PERSE | Programa Emergencial de Retomada do Setor de Eventos |
| PIB | Produto Interno Bruto |

SUMÁRIO

| | | |
|--------------|--|-----------|
| 1. | INTRODUÇÃO | 11 |
| 1.1 | TEMA E PROBLEMA DO ESTUDO..... | 13 |
| 1.2 | OBJETIVOS | 14 |
| 1.2.1 | Objetivo Principal | 14 |
| 1.2.2 | Objetivos Secundários | 14 |
| 1.3 | JUSTIFICATIVA..... | 15 |
| | | |
| 2. | REVISÃO DA LITERATURA | 16 |
| 2.1 | O SETOR DE SERVIÇOS | 16 |
| 2.1 | CONCEITO DE EVENTO..... | 17 |
| 2.2 | A ORIGEM DOS EVENTOS | 19 |
| 2.3 | CLASSIFICAÇÃO E TIPOLOGIAS DOS EVENTOS | 21 |
| 2.4 | PANDEMIA E EVENTOS..... | 24 |
| 2.5 | COMO A PANDEMIA IMPACTOU O MERCADO DE EVENTOS | 25 |
| 2.6 | CRESCIMENTO NA ÁREA DE EVENTOS..... | 27 |
| | | |
| 3 | METODOLOGIA | 30 |
| 3.1 | DELINEAMENTO DA PESQUISA..... | 30 |
| 3.2 | PARTICIPANTES DO ESTUDO | 31 |
| 3.3 | PROCESSO DE COLETA DE DADOS..... | 32 |
| 3.2.1 | Pré-Teste | 34 |
| 3.4 | PROCESSOS DE ANÁLISE DE DADOS..... | 35 |
| | | |
| 4 | APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA | 38 |
| 4.1 | PRIMEIRA CATEGORIA: CLASSIFICAÇÃO DAS EMPRESAS..... | 38 |

| | | |
|----------|--|-----------|
| 4.2 | SEGUNDA CATEGORIA: MÉDIA DE EVENTOS REALIZADOS..... | 39 |
| 4.3 | TERCEIRA CATEGORIA: VARIAÇÃO FINANCEIRA..... | 40 |
| 4.4 | QUARTA CATEGORIA: DIFICULDADES ENFRENTADAS | 41 |
| 4.5 | QUINTA CATEGORIA: RESTRIÇÕES E ADAPTAÇÕES..... | 43 |
| 4.6 | SEXTA CATEGORIA: ANÁLISE DE MERCADO E NOVAS OPORTUNIDADES | 45 |
| 4.7 | SÉTIMA CATEGORIA: PERSPECTIVAS PÓS PANDEMIA | 46 |
| 4.8 | LIMITAÇÕES DO ESTUDO | 49 |
| 5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 50 |
| | REFERÊNCIAS | 53 |
| | APÊNDICE A – RESULTADO DA COLETA DE DADOS | 61 |
| | APÊNDICE B – ENTREVISTA DE PRÉ- TESTE..... | 91 |

1. INTRODUÇÃO

Os eventos em geral estão na vida de todo o ser humano, podendo ser de grandes proporções ou pequenas comemorações como aniversários, casamentos, formaturas entre outros.

Recentemente o mundo passou por uma pandemia causada pelo novo Coronavírus, chamado de Covid-19, a qual teve início no ano de 2019, o mundo sofreu com a chegada do vírus tendo consequências significativas para a humanidade, uma doença respiratória grave e altamente transmissível (SANARMED, 2020). O surto espalhou-se rapidamente pelo Brasil, precisando que a OMS tomasse uma providência para conter o contágio, suspendendo eventos, atividades coletivas, e fechando empresas, com exceção das consideradas essenciais (PEREIRA, 2021). Devido ao fácil contágio e rápida disseminação pelos cinco continentes, em 11 de março de 2020, foi declarada Pandemia pela OMS (WHO, 2020).

O setor de eventos fora um dos mais afetados neste período de pandemia além da forma como a sociedade se relaciona, os meios de trabalhos e toda a cadeia produtiva (TOMÉ, 2021). O isolamento social foi uma postura tomada pelas entidades de saúde como meio de conter a disseminação do Covid-19, este contexto pandêmico levou ao desenvolvimento de outras doenças mentais (RAMÍREZ-ORTIZ et al., 2020). Podendo citar alguns problemas mentais como o estresse, alteração do sono e do humor, sentimento de frustração e o medo de contrair o Covid-19 (BARROS et al., 2020). Como Eric Woods et al. (2020) coloca, “tem um potencial significativo para desencadear múltiplas crises em cascata em quase todos os aspectos das nossas vidas. Além da presença de uma ameaça, as crises geralmente envolvem perturbação sistêmica, incerteza e stress”.

Este estudo tem por objetivo analisar a atuação dos prestadores de serviços durante e após a pandemia sobre o setor de eventos na cidade de Caxias do Sul, avaliando o comportamento e as atitudes tomadas. Portanto, a pesquisa tem como foco de estudo o setor que engloba os eventos sociais. A escolha do tema surgiu por interesse pessoal na área do estudo em questão, ciente que os eventos assumem grande importância no mercado, pois podem ser realizados em qualquer época do ano, captam renda, geram empregos, motivam investimentos, usam a interação humana, promovem outros segmentos da economia e o seu planejamento

tem de estar concluído com bastante antecedência. Segundo o Guia PMBOK (2017) um projeto consiste em todos os esforços temporários dedicados à criação de um produto à prestação de um serviço ou a um único resultado, portanto deve ser estruturado de forma bem definida no início e no final, sempre alinhado a um objetivo. Assim como os projetos, os eventos têm início e fim e precisam ser planejados convenientemente. Tendo em vista que o setor é altamente competitivo, exigindo cada vez mais interação, bem como profissionalismo dos agentes envolvidos. Uma vez que o aumento da participação no PIB do país passou de 3,1% em 2001 para 4,3% em 2013 (ABEOC, 2015). E apesar de não haver um estudo mais recente, a ABEOC (2019) estima que o setor de eventos tenha tido um crescimento médio de 6,5% entre os anos de 2013 e 2019.

Em março de 2020, a Organização Mundial de Saúde (OMS) declarou a situação de pandemia (ONU, 2020). Por este motivo levantou-se como questão problema as atuações dos prestadores de serviços em eventos e nas suas execuções antes e após a pandemia. Os impactos da pandemia sobre a economia foram apontados em diversos países e no mundo inteiro, e no Brasil com o intuito de conter o avanço do vírus (MINISTÉRIO DA ECONOMIA, 2020). Com o tempo, durante a pandemia, o governo demonstrou também incapacidade no auxílio as pequenas e médias empresas, em relação ao distanciamento social e a consequente necessidade de isolamento que impacta diretamente no setor de trabalho.

O setor de eventos, é extremamente dinâmico, no que se refere a presença social e ao agrupamento de pessoas em determinado local. As medidas de isolamento e distanciamento social têm um impacto direto e profundo sobre o setor de eventos, fazendo com que este tenha que ser remodelado e adaptado através de adiamentos ou até mesmo cancelamentos.

O presente trabalho se divide em cinco capítulos com as suas respectivas subjeções. O primeiro capítulo sendo entendimento inicial composto por introdução e após, as suas subjeções abordando tema e problema do estudo, os objetivos desta pesquisa e por fim a justificativa.

No segundo capítulo são destacados o referimento teórico, onde apresenta os conceitos referente a temática, o conceito e a caracterização do discurso científico. O terceiro capítulo se compõe pela metodologia, na qual são apresentados os métodos utilizados para alcançar os resultados da entrevista

desenvolvida no trabalho. São apresentados a problemática e os objetivos da investigação, o instrumento de recolha dos dados, a caracterização dos participantes no estudo e ainda o procedimento adotado para realização deste estudo.

No quarto capítulo procede-se à discussão dos resultados, dando resposta aos objetivos específicos definidos para o estudo por meio de comparação com a literatura existente, e através disso, como os prestadores de serviços em eventos conduziram a gestão de seus negócios, como forma de fundamentar, corroborar ou refutar os resultados obtidos.

A última sessão se refere às considerações finais deste estudo, o resultado de todos os pareceres do trabalho e o alcance dos objetivos deste estudo. Por fim, foram apresentadas todas as referências utilizadas no decorrer do trabalho.

1.1 TEMA E PROBLEMA DO ESTUDO

Tendo em vista que a pandemia fez nos questionar e adaptar há mudanças drásticas e muito rapidamente, o Setor de Eventos Sociais também acabou se moldando e adaptando-se em alguns aspectos para sobreviver à nova realidade, transformando a vida profissional de muitos promotores e proprietários de empresas do setor de eventos.

Os eventos sociais são uma das formas onde o público pode interagir, se reencontrar e manter a comunicação pessoalmente com as demais pessoas, comemorando um marco importante da vida. Medidas restritivas impactaram 97% das empresas do setor, que deixaram de faturar ao menos R\$ 230 bilhões em 2020 e 2021, segundo a Associação Brasileira de Promotores de Eventos- Abrape, (EXAME, 2022). Em abril de 2020, 98% do setor de eventos já tinha sido impactado pela pandemia do coronavírus, com uma queda de faturamento entre 76% e 100%, na comparação com o mesmo período de 2019, segundo apontaram 62,5% dos entrevistados pelo Sebrae, dos anfitriões da festa. Estes eventos tendem a ser um bom motivo para confraternização entre pessoas. Com a chegada inesperada da pandemia da covid-19 os eventos tiveram que ser prorrogados ou então cancelados. O setor de eventos foi um dos setores econômicos mais afetados, (SEBRAE, 2020).

A mudança brusca de comportamento e os momentos de descontração são

importantes para o bem-estar, e a celebração é fundamental quando se trata de pessoas. Embora as medidas de saúde pública adotadas para controlar a pandemia foram essenciais, as pesquisas mostram que a isolamento social, a mudança repentina na rotina diária e o confinamento causaram frustração, sentimentos de desamparo, abandono e insegurança, além de sintomas de confusão mental e estresse pós-traumático recorrentes, (BROOKS et al., 2020; FARO et al., 2020).

Ao observar a lacuna existente no levantamento acadêmica em analisar e entender o comportamento dos prestadores de serviços durante e após a pandemia sobre o setor de eventos sociais, bem como a exploração limitada em ponderar se houve baixa na procura pós pandemia, notou-se a viabilidade de elaborar um projeto de pesquisa com ênfase no conhecimento e na atuação dada pelas empresas na trajetória entre o período de distanciamento social, especificamente casas de eventos e promotores de eventos sociais. Como este assunto é pouco explorado, com este estudo os envolvidos poderão ter uma melhor visão das mudanças e alteração que foram tomadas ao longo do período de pandemia, além disso, os resultados poderão servir de base para aperfeiçoamento das práticas de gestão do setor em pauta. Portanto, a questão deste estudo é: **que aspectos e estratégias foram empreendidas no segmento eventos durante e pós pandemia?**

1.2 OBJETIVOS

Os objetivos de um estudo têm como finalidade especificar e delimitar o conteúdo para que se haja o alcance da clareza ao realizar a pesquisa (GIL, 2018). Os objetivos deste estudo dividem-se em principal e secundários, e são apresentados a seguir.

1.2.1 Objetivo Principal

O objetivo principal é analisar a atuação de empresas prestadoras de serviços em eventos sociais, durante e após a Pandemia de Covid-19, na Região de Caxias do Sul.

1.2.2 Objetivos Secundários

- Identificar os elementos que permearam na atuação das empresas durante a pandemia;
- Identificar as principais dificuldades, adaptações e oportunidades no setor de eventos durante e após a pandemia;
- Analisar como as mudanças promovidas durante e após a pandemia afetaram as empresas prestadoras de serviços em eventos.

1.3 JUSTIFICATIVA

O setor de serviços possui o maior saldo de empregos, uma participação de destaque na economia brasileira, representando 46,71% dos postos de trabalho existentes no país (CAGED, 2020).

Diante das inúmeras restrições enfrentadas pela pandemia, foi percebida uma grande mudança comportamental e das interações sociais. Segundo Hsieh (2017), é através da análise dos fatores que influenciam no alcance das contratações dos serviços e a satisfação dos consumidores. Com esta pesquisa será possível construir um conceito para uma melhoria na organização e a realização destes eventos, aumentando a satisfação do consumidor entendendo os motivos pelos quais prosseguiram contratando ou não os serviços (Grönroos, 2004). Em se tratando de prestação de serviços, um ponto importante é a equipe de contato, o atendimento em si, pois segundo afirmam Hoffman e Bateson (2003), eles que farão a diferença e assim trarão satisfação para os seus usuários.

Concluindo este capítulo introdutório, apresenta-se a forma adotada de organização desta dissertação. O segundo capítulo refere-se à fundamentação teórica deste estudo, constituído pelas pesquisas de embasamentos teóricos e literários. Na sequência, apresentasse a metodologia que foi empregada para desenvolvimento desta pesquisa, a pesquisa em si com os resultados obtidos e tendo fim o último capítulo com a conclusão.

2. REVISÃO DA LITERATURA

Em seguida, é feito um estudo de caso dos principais temas relacionados ao setor de evento social, que devem contribuir para o problema de pesquisa em questão e para a realização do trabalho. Um estudo de caso consiste num estudo profundo e abrangente de um ou vários objetivos de forma a permitir um conhecimento amplo e detalhado do mesmo, o que é praticamente impossível com outros tipos de planos (GIL, 2019). De modo conjunto, foi utilizada a pesquisa bibliográfica como base teórica adequada para o trabalho, onde foram estudados livros, teses e artigos que tratam de temas relacionados ao assunto.

2.1 O SETOR DE SERVIÇOS

Serviços são um tipo de produto essencialmente intangível que consiste em atividades, benefícios ou satisfações oferecidas à venda e que não resultam na propriedade de algo, (Kotler; Keller 2012). Os serviços podem ser considerados como “desempenhos no tempo e espaço que geram valor para o cliente, por meio de uma transformação, uma experiência de serviço”, possui uma característica básica que, ao mesmo tempo em que o serviço é produzido, ele é consumido (KAHTALIAN, 2002, p.20).

São compreendidas como prestadoras de serviços, as empresas que fazem parte do setor de eventos, sejam serviços diretos ou indiretos à realização de eventos. Empresas prestadoras de serviços relacionadas especificamente a eventos (festas, formaturas, congressos, feiras, shows em geral). Devido à aglomeração na realização de eventos, o setor foi fortemente atingido pelas medidas restritivas implementadas para enfrentamento da COVID-19, tendo diversos nichos do setor de serviços em eventos completamente proibidos de atuarem após publicação dos decretos públicos (ALVARENGA; SILVEIRA; 2021).

O setor de serviços, também chamado de setor terciário, por meio das atividades comerciais e a prestação de serviços, representou em 2018, 73% do PIB do Brasil (IBGE,2018). Desse percentual, a prestação de serviços ficou em torno de 60%, segundo a Secretaria de Comércio e Serviços (SCS, 2020), é o que demonstra a forte participação na economia brasileira. No ano de 2020

a economia brasileira recuou -4,1% na sua atividade, o que demonstra uma forte queda na produção nacional e conseqüentemente no consumo (ALVARENGA; SILVEIRA; 2021). Devido à isso, o setor de serviços foi o mais afetado pelos impactos negativos da pandemia, em 2020 perdeu um total de -170.956 postos de trabalho (CAGED, 2021).

2.1 CONCEITO DE EVENTO

Segundo Martin (2007, p.35) “Não existe consenso quanto a uma conceituação universal de evento. Ela é dificultada pela própria natureza intrínseca da atividade: o seu dinamismo e a sua abrangência. [...] evento é todo o fato inusitado que envolve pessoas.”. Observa-se que o conceito de evento é bastante amplo, tendo variadas versões, não há definição única para o conceito de evento. Define-se evento como aquilo que acontece, “qualquer acontecimento com propósitos específicos e organizado por pessoas especializadas” evento é um substantivo masculino derivado da palavra latina "*eventu*" (EVENTO, 2009). Somente existirá um evento se houver alguma eventualidade, o acontecimento ou não de algum fato. Um evento se mostra como um acontecimento esporádico e que “tem como característica principal propiciar uma ocasião extraordinária ao encontro de pessoas, com finalidade específica, a qual constitui o “tema” principal (...) e justifica a sua realização” (GIACAGLIA, 2003, p.11). Um evento é geralmente caracterizado como qualquer episódio que foge da rotina e está sempre programado para reunir um grupo de pessoas, tudo o que acontece, não importa o que seja, que tenha a ver com as pessoas ou com o ambiente em que essas pessoas estão inseridas, é um acontecimento de fato (SENAC, 2000). De acordo com Zanella (2012, p.1), um evento é uma ocorrência que reúne um grupo de pessoas e/ou entidades, podendo ser mais formal como uma reunião ou alguma ocasião com objetivo de celebrar um acontecimento importante e de forma significativa, com local e data especial, assim estabelecendo contatos comerciais, culturais, esportivos, sociais, familiares, religiosos e científicos.

Desde a antiguidade até no decorrer do seu desenvolvimento histórico, a área de eventos sempre envolveu várias pessoas nas várias fases de planejamento e organização e atrai um grande número de participantes, sendo um conjunto de atividades profissionais desenvolvidas para alcançar um público, empresa ou entidade (MATIAS, 2013). Os eventos constituem-se em estabelecer a comunicação

entre pessoas e o seu público de organizadores governamentais ou privados, os aproximando (VELOSO, 2001). Cita-se que "Evento - atividade dos mais diferentes tipos reunindo pessoas" (ANDRADE, 1999, p. 117). Todo o evento nada mais é do que uma forma de reunião: "a reunião caracteriza-se como o embrião de todos os tipos de eventos. Trata-se do encontro de duas ou mais pessoas, a fim de discutir, debater e solucionar questões sobre determinado tema relacionado com as suas áreas de atividade" (MEIRELLES, 1999, pág.30).

Um evento é um acontecimento com relações econômicas e sociais, que se origina da civilização e se desenvolve em cada período histórico nos mais diversos tipos e finalidades para criar contato aproximado entre as pessoas. Apesar do advento da tecnologia, que já aproxima as pessoas sem necessariamente estarem juntas fisicamente, os eventos tiveram um rápido crescimento no mercado e a sua importância como promotor da imagem da empresa e principalmente como reforçador das relações com a empresa, partes interessadas (BARROS, 2016). Não há consenso sobre a conceituação do Evento, e as suas dificuldades se devem à natureza, dinâmica e escala da atividade (FONTES, 2011).

O sucesso de um evento está ligado e direcionado às sensações geradas por ele, durante e depois, os espectadores do evento devem ser surpreendidos com o potencial do evento realizado. Precisa ter características inovadoras que satisfaçam as necessidades do cliente (GIACOMO, 1993). Caso o objetivo também seja perpetuar a sua imagem e os seus serviços, como o bom desenvolvimento e a entrega plena do evento, Martin (2007, p.27) denomina importante e necessário três fases importantes a se seguir: pré-evento, evento e pós evento. Cada uma no seu processo de elaboração, execução e finalização, no entanto, a fase de maior importância é de pré-evento. Cita Giacaglia (2008, p.20) um ponto importante, o profissional realizador de um evento deve se preocupar com o planejamento, pois o sucesso é considerado quando ocorre o planejamento bem feito e com qualidade.

A confecção de um evento deve ser bem planejada, o profissional tem diversas responsabilidades além de ser a única pessoa responsável pelas tomadas de decisão relacionadas ao evento produzido, e de exigir especializações e experiências no tipo de evento a ser realizado (ZANELLA, 2008, p.21). A forma tomada e a sua dimensão requer um planejamento mais minucioso nas suas atividades, as quais são fundamentais para a sua realização (MARTIN, 2007, p.74).

Segundo Veloso, (2001, p. 3), “os eventos e as cerimônias constituem-se em meios de estabelecer a comunicação aproximativa entre pessoas e públicos de organizações governamentais ou privadas”.

A criatividade e inovação precisam ser sempre os principais componentes, estes são componentes importantes e centrais na gestão de eventos (MELO NETO, 2000). Contudo, para que um evento seja um sucesso, certas medidas e técnicas são necessárias para que os objetivos propostos sejam alcançados. Portanto, a organização, o planejamento e a execução requerem do organizador um perfil característico para desenvolver essa atividade tão importante. O sucesso de um evento se dá pelas sensações geradas por ele, tanto antes e durante, quanto após o acontecimento (SILVIA, 2005). O público que participa do evento deve ser surpreendido em frente ao potencial demonstrado. O evento precisa ter características de um serviço inovador, como criar expectativas, satisfazer as necessidades dos clientes, enfim um conjunto de estratégias e criatividade com objetivo último de ser um evento único (SILVIA, 2005). Os eventos são realizados em ambientes que se tornam cada vez mais complexos e exigentes, assim como as expectativas dos clientes e participantes (MCDONNELL, 2017).

2.2 A ORIGEM DOS EVENTOS

A evolução dos eventos vem atravessando os tempos desde a Antiguidade, no Brasil a realização de eventos é anterior à chegada da Família Real, onde ocorriam as feiras algo próximo as que aconteciam na Idade Média, com vendas em locais abertos. O primeiro evento no Brasil que aconteceu em um local destinado à realização de eventos, foi um Baile de Carnaval, em 1840. Por meados dos anos de 1908, aconteceu a Exposição Nacional, no Pavilhão de Feiras de Praia Vermelha, sendo um marco importantíssimo para a atividade de eventos no Brasil, por ter sido a primeira realizada no país nos moldes atuais e sediada no primeiro local construído para grandes feiras (MATIAS, 2007).

O primeiro evento do qual temos registros históricos foram as antigas Olimpíadas, realizadas pela primeira vez em 776 a.C. na cidade grega de Olímpia. Devido ao grande sucesso deste evento e pela relação que acontecia com o turismo, ele passou a acontecer a cada quatro anos por cerca de mil anos assim se espalhou

para outras cidades gregas. Em 1896, os primeiros Jogos Olímpicos da era moderna foram realizados na cidade de Atenas na Grécia. O carnaval é outro evento que remonta à antiguidade, em 500 a.C., na época eram chamadas de “as Festas Saturnálias”, e continua a ocorrer, além de ser um evento de lazer carregava consigo as esperanças, aspirações e folclore das cidades greco-romanas. A antiguidade influenciou no surgimento dos eventos atuais com a difusão da hospitalidade, necessidade de organização e infraestrutura, logística e segurança (MATIAS, 2013). Já na Idade Média, começaram os eventos religiosos e comerciais, o que significava uma série de eventos relacionados a apresentações teatrais em igrejas e feiras. A revolução industrial do século XVIII trouxe consigo mudanças significativas em decorrência das inovações tecnológicas, esse período viu o surgimento de eventos técnicos relacionados ao setor da saúde, precisão e ciências sociais (YANES, 2014).

Ao que se sabe é que a história das festas de casamento possui os seus primeiros traços nas festas pagãs, o início da colonização marca início da história do casamento no Brasil, da forma que conhecemos hoje. Se realizava um culto e a celebração em homenagem ao casal que se unia. Cada cultura e crença acabava desenvolvendo suas formas de celebrar e realizar a união, mas independente do rito e os seus símbolos, todas elas celebravam e festejavam com uma festa. Uma cerimônia de casamento daquela época traz traços similares aos que encontramos num casamento de hoje em dia. A noiva se vestia com trajes especiais, tudo tinha um significado ou um motivo, e durante a história os casamentos foram se alterando e acompanhando os novos hábitos e mudanças (PRIORE, 2011). Na antiguidade, as festas nobres e de grande estilo eram realizadas pelos nobres nos seus palácios grandes. Todavia, as pessoas de baixa linhagem também realizavam as suas festas, mas nenhuma se comparava às grandes e pomposas festas dos poderosos da época. Essas festas se caracterizavam por decorações impecáveis que traziam na sua fotografia pratarias de qualidade, vestimentas elegantes com detalhes em ouro, muitos profissionais envolvidos para servir e tornar aquele momento inesquecível. A música também sempre esteve presente nas festas de casamento e na antiguidade destacou-se por trazer às suas celebrações, grandes músicos da época que tocavam durante todo o evento, tornando o casamento ainda mais elegante (MATIAS, 2007).

2.3 CLASSIFICAÇÃO E TIPOLOGIAS DOS EVENTOS

O planejamento, um dos fatores importantes e indispensáveis para realização de um evento, tem como base o seu tamanho, classificação e muitas das vezes o seu tipo e modalidade. Os eventos são apresentados “de acordo com a sua natureza, fato gerador, objetivos, qualificação ou nível dos participantes, amplitude, área, local etc.(...)” (ZANELLA, 2012).

Na medida em que os eventos expandiram-se foram-se criando classificações e tipologias distintas, segue algumas classificações mais frequentes: feiras, convenção de vendas, congressos, roadshows, workshops, brainstorming, eventos sociais, eventos culturais, eventos desportivos e eventos sustentáveis (ISIDORO; CAETANO; SIMÕES; SALDANHA, 2013). Sendo que os eventos se apresentam com diversas características, é comum a literatura classificá-los de acordo com o seu formato, sua estrutura e suas especificações, assim cita Czajkowski e Czajkowski Júnior (2017) a existência de 5 classificações: eventos empresariais, eventos sociais, eventos corporativos, eventos artísticos/culturais e eventos religiosos.

Já segundo Martin (2003, p. 45), para cada tipologia de evento existe as suas formas e classificações. Á seguir, no Quadro 1, é apresentado os tipos de eventos de uma forma mais extensa por Martin (2003).

Quadro 1 - Tipologia dos Eventos

| TIPOLOGIAS | | |
|----------------------|---------------------|--------------------|
| Almoço | Debate | Outorga de títulos |
| Assembleia | Desfile | Painel |
| Bazar | Encontro | Palestra |
| Brainstorming | Entrevista Coletiva | Pedra fundamental |
| Brunch | Excursão | Performance |
| Café da manhã | Exposição | Pré-estreia |
| Campanha | Feira | Posse |
| Campeonato | Festa | Premiação |
| Carnaval | Festival | Regata |
| Casamento | Formatura | Retrospectiva |
| Chá da tarde | Fórum | Reunião |
| Churrasco | Gincana | Roadshow |
| Coffee-break | Happy Hour | Rodada de negócios |
| Coletiva de imprensa | Inauguração | Rodeio |
| Colóquio | Jantar | Salão |
| Comemoração | Jornada | Sarau |
| Competição | Lançamento de livro | Semana |

| | | |
|-------------|-----------------------|------------------|
| Comício | Lançamento de produto | Seminário |
| Concerto | Leilão | Show |
| Concílio | Mesa-redonda | Show-casting |
| Conclave | Micareta | Solenidade |
| Concurso | Missa | Sorteio |
| Conferência | Mostra | Teleconferencia |
| Congresso | Noite de autógrafos | Torneio |
| Convenção | Oficina | Videoconferência |
| Coquetel | Olimpíada | Visita |
| Coral | Open day | Workshop |
| Curso | Ópera | |

Fonte: Adaptado de Martin (2003, p. 45)

Para Zanella (2008), os eventos podem ser classificados de acordo aos seus tipos, no entanto, considerando os seus fatores como o objetivo, a natureza, o local, seus participantes, entre outros. Segue classificação no Quadro 2:

Quadro 2 - Áreas de interesse e tipos de eventos

| TIPOS | CARACTERÍSTICAS |
|-------------------------|--|
| Comerciais | Convenção, workshop, mostra, leilão, feira, exposição, desfile, encontro, reunião, outros. |
| Culturais | Congresso, seminário, simpósio, conferência, curso, palestra, mesaredonda, painel, fórum, desfiles, festivais, outros. |
| Sociais | Recepção, baile, casamento, formatura, garden party, aniversário, passeio, outros. |
| Artístico/Culturais | Desfiles, festival, concerto, show, amostra, exposição, outros. |
| Gastronômicos | Banquete, coquetel, festival, outros. |
| Esportivos | Competição, remate, excursão, premiação, outros. |
| Políticos | Debates, reunião, palestra, homenagem, convenção, outros. |
| Históricos | Aniversário, inauguração, comemoração, desfile, outros. |
| Religiosos | Encontros, conclave, festa, concílio, cerimonial, outros. |
| Científicos ou Técnicos | Congresso, seminário, palestra, outros. |

Fonte: Adaptado de Zanella (2008)

Procurando focar nos eventos sociais (festas), ao que se refere este TCC,

segue destacados e apresentados as nomenclaturas dos tipos de eventos e as suas principais características, detalhando cada tipo baseados em Cesca (2018):

- a) **Formatura:** nos dias atuais a formatura é usada até mesmo em ensino fundamental ou ensino médio, mas o que realmente determina quando a pessoa concluiu os seus estudos e escolheu a sua profissão é nas formaturas de cursos técnicos ou graduações. Nesta etapa da vida que se conclui um curso de ensino universitário, se festeja confraternizando, realizando um evento social, pois nele envolve a família, os amigos e pessoas relacionadas a sua área profissional. Para o formando é uma conquista, uma vitória ter passado por todo processo e atingir o grau desejado.
- b) **Aniversários:** temos diversos tipos de aniversários desde aniversário infantil; adolescente de 15 ou 18 anos; aniversário de nova idade o qual seria a passagem dos 30, 40 e 50 anos e da melhor idade que pode ser a passagem de 60, 70, 80, 90 e 100 anos, além de aniversários de bodas. Em geral, os aniversários são comemorados para lembrar de uma data importante, e muitas das vezes é realizado um evento social junto com a família e amigos próximos.
- c) **Debutante:** a tradicional festa dos 15 anos de uma adolescente, é marcada pela sua passagem à vida adulta. A palavra Debutante vem do francês debutante, o seu significado é “iniciante”. Na antiguidade era somente após o debu da jovem, que ela poderia começar a usar roupas de mulheres adultas ou ter permissão para namorar. As festas são organizadas de acordo com o gosto da aniversariante que se veste com um lindo vestido longo, e há também interferência do gosto dos seus pais.
- d) **Casamento:** é um evento comemorado por diversas culturas, marcado por muitos rituais e tradições que se alteram em cada cultura. É originário da Roma Antiga, onde eram arranjados pela família do noivo que buscavam perpetuar alianças. A noiva se veste especialmente para uma cerimônia ocorre quando duas pessoas decidem se unir voluntariamente, é assinado um contrato entre o casal e suas testemunhas (padrinhos), para assim definir a situação amorosa perante a família e amigos. O casamento em si marca um novo ciclo da vida à

dois.

- e) Bodas de Casamento: quando a um casamento as pessoas se juntam prometendo votos, em latim *votum* que significa promessa, e as bodas significam comemorações, é realizado um evento para a etapa vencida. Entre as mais famosas estão as bodas de prata, de ouro e de diamantes.

2.4 PANDEMIA E EVENTOS

O mundo enfrentou uma grande adversidade em 2020, o novo Corona vírus, que se compreende como uma gripe altamente viral que afeta diretamente o sistema respiratório humano, o perigo desse novo vírus está na sua transmissão, e é extremamente fácil contrair devido às suas propriedades, problemática que é somada com a restrita e insuficiente quantidade de informações comprovadas sobre o novo corona vírus. Devido à procura em conter essa transmissão em curto prazo, os maiores governos do mundo, bem como a Organização Mundial de Saúde, passaram a incentivar o isolamento social e a quarentena voluntária. Como medida de incentivo a essa prática, os comércios locais precisaram ser fechados, assim como os restaurantes, cinemas, casas noturnas, bares e todo, e qualquer evento onde uma quantidade considerável de pessoas estivesse concentrada. A adoção de novos comportamentos pelo mercado de eventos impactou sobre a gestão de negócios (COELHO; MAYER, 2020; SEBRAE, UBRAFE, ABEOC, 2020).

O vírus expandiu-se muito rapidamente pelo mundo, em março de 2020 a Organização Mundial de Saúde declarou o curso de uma pandemia de COVID-19 (UNASUS, 2020). Em uma pesquisa de início feita pela Organização Internacional do Trabalho em junho de 2020, demonstrou que mais de um milhão de pessoas estavam infectadas e mais de cinquenta mil já haviam perdido a vida (OIT, 2020). Ainda segundo a Organização Internacional do Trabalho, o impacto das atividades que geram renda informal era especificamente severo.

As mídias sociais foram importantes no processo de decisão dos consumidores durante o isolamento social na pandemia da COVID-19, a maioria migrou das compras e reuniões físicas para as transações e uso das comunicações das mídias online (ABRANTES-BRAGA, 2020). As empresas e as pessoas independentes que trabalhavam somente com eventos tiveram que se reinventar, alterar seus produtos finais para atrair os seus clientes e assim obter lucro até a volta dos eventos, os quais

foram retomados gradativamente (REIS, NETO, AUATT, MARQUES, FILHO, 2020). Tal realidade causou um grande colapso no sistema econômico dos países e para as empresas, por esse motivo, passou a ser necessário que as organizações desenvolvessem novas formas de fazer marketing, visando captar esse novo comportamento do consumidor. A consolidação da internet e dos meios tecnológicos abriram caminho para um novo tipo de propaganda, aquele que – literalmente – se propaga em ambiente virtual. No ambiente online, as mídias sociais definiram outro modo de interação com as pessoas (Abreu, 2019).

2.5 COMO A PANDEMIA IMPACTOU O MERCADO DE EVENTOS

O distanciamento social foi uma das principais medidas para prevenção do contágio para o novo Coronavírus, conforme o Decreto 20.815 de 27/11/2020, acaba-se vedando a realização de eventos sociais tendo que em muitos casos cancelar, adiar ou até mesmo reformular os que estavam previstos para os próximos meses, não sabendo quando seriam retomados. A doença foi identificada em dezembro de 2019 após surtos de pneumonia de causa desconhecida (RODRIGUES, 2020).

Em 11 de março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou pandemia de COVID-19 devido às altas taxas de infecção e disseminação global, com uma mortalidade média de aproximadamente 5% (SCHMIDT, 2020). Segundo Schuchmann et al., (2020) a COVID-19 é uma infecção respiratória provocada pelo Coronavírus da Síndrome Respiratória Aguda Grave 2 (SARS-CoV-2). Por consequência do decreto, além dos eventos como casamentos, formaturas, festas de 15 anos, as comemorações foram vedadas, os shows, congressos, eventos esportivos e culturais, entre outros, mantendo o setor praticamente parado e levando a um prejuízo inesperado (MINISTÉRIO DA ECONOMIA, 2020).

O isolamento e a vedação de aglomeração levou à sociedade mudanças e novos hábitos. Diante de tantos impactos negativos deste cenário, as organizações tiveram que implementar novas práticas de vendas, prestação de serviços e Marketing para suavizar os resultados (REZENDE, MARCELINO, MIYAJI, 2020). As organizações que responderam rapidamente às mudanças, demandas e as necessidades, principalmente aos anseios de criação e inovação, tendem a obter resultados mais

eficientes (REZENDE, 2002). A habilidade de se reinventar diante de uma variedade de situações e desenvolver novas estratégias, assim como manter a competitividade, estruturar o seu negócio rapidamente e saber passar por momentos de crise trazem a organização dos mais diversos segmentos uma maior habilidade ao se submeter por momentos difíceis (FALEIRO, 2020).

Um dos principais fatores para transformações e modificações nas organizações é a tecnologia (GONÇALVES, 1993). Durante a pandemia, a tecnologia foi implementada ou aprimorada no uso da informação e comunicação de forma a minimizar os prejuízos decorrentes do fechamento de locais físicos e redução da circulação de pessoas devido ao distanciamento social. A mídia virtual foi também necessária para atingir clientes, alunos e até pacientes (CALTON, ABEDINI, FRATKIN, 2020, MURPHY, 2020).

Com decreto ditando medidas restritivas para aglomeração de pessoas, empresas que dependiam da realização de eventos sociais foram prejudicadas e precisaram se reinventar para sobreviver (GLOBO, 2020). Sendo um dos setores mais impactados, os empreendedores e pessoas que dependem do lucro de eventos usaram das suas estratégias para reestruturar, remarcando para uma nova data os já existentes, realocando os fornecedores e ambientes, quando conseguiam, realizavam um evento com menor número de pessoas, nas normas do decreto estabelecido (GAUCHA ZH, 2021). Os cerimonialista aproveitaram este tempo para organizar a gestão dos seus eventos, repassando os seus protocolos, retomando o contato com os seus clientes, não mais nos seus escritórios, mas virtualmente, outra solução para economia de custos, e devido ao decreto de distanciamento (SEBRAE, 2021).

Durante a pandemia, devido às pressões enfrentadas pelo setor de eventos sociais, foram integradas linhas de crédito destinadas a empresas de pequeno e médio porte, estas foram facilitadas para que toda e qualquer empresa sendo ela do Simples Nacional, conseguisse adquirir. Essa medida teve como objetivo aliviar a situação financeira desse segmento (NOBRE, 2021). Ainda, durante a pandemia, o governo local lançou o Auxílio Emergencial, que também abrangeu empresas do setor de eventos que se enquadravam nos critérios e estavam devidamente cadastradas para receber o auxílio (KANNENBERG, 2021). No ano de 2021, após um ano da pandemia ter iniciado, o programa, conhecido como PERSE (Programa de Emergência para Recuperação da Indústria de Eventos), ajudou o setor de

eventos a manter seu capital de giro e financiar passivos tributários e não tributários, além de quitar e/ou parcelar dívidas (MACHADO, 2021). A Lei Complementar nº 195/2022, conhecida como Lei Paulo Gustavo (LPG), regulamentada em maio de 2023, dispõe sobre ações emergenciais destinadas ao setor cultural a serem adotadas em decorrência dos efeitos econômicos e sociais da pandemia da Covid-19, segundo o site do gov.br (<https://www.gov.br/cultura/pt-br/assuntos/lei-paulo-gustavo/central-de-conteudo/perguntas-frequentes-sobre-a-lei-paulo-gustavo>). Na região de Caxias do Sul/ RS, há indicações de uso do aporte à produções audiovisuais, salas de cinema, capacitação, formação e qualificação no audiovisual, e apoio a cineclube, festivais e mostras, e ainda para apoio às demais áreas da Cultura que não são do audiovisual, como por exemplo, música, teatro, dança, circo, literatura, expressões artísticas culturais afro-brasileiras, dos povos indígenas, blocos e bandas carnavalescos, entre outros (MUGNOL, 2023). No entanto, a lei não se aplica de forma direta ao setor de eventos sociais.

Para auxílio ao setor de eventos o Poder Executivo sancionou medidas provisórias de acordo com as disposições normativas. Os serviços, as reservas, as remarcação dos serviços e eventos que foram adiados ou cancelados devido à pandemia de Covid-19, no período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2022, foram regidos pelas normas protegidas na Lei nº 14.046 de 2020. Isso significa que o consumidor tem a opção de usar o crédito do serviço até 31 de dezembro de 2023, se o evento tiver sido adiado ou cancelado até a data de 31 de dezembro de 2022 (JÚNIOR, 2021). Além disso, de acordo com as informações fornecidas pelo PROCON (2020), em situações atípicas como cancelamentos de eventos devido à pandemia, as multas geralmente não são cumpridas. Isso significa que, nessas circunstâncias, os consumidores não seriam penalizados com multas ao pedido de cancelamento dos eventos (ZANINI, 2020).

2.6 CRESCIMENTO NA ÁREA DE EVENTOS

O setor tem chamado atenção pelo seu contínuo crescimento no país e na região (Nicholson e Pearce, 2000; 2001). Nos anos anteriores à 2019 o setor teve um contínuo crescimento, aumentando a sua relevância econômica. Um estudo feito em 2013 pela ABEOC, SEBRAE e Universidade Federal Fluminense aponta que o

setor teve um crescimento de 14% ao ano entre 2000 à 2012, e o aumento do PIB subiu de 3,1%, em 2001, para 4,32%, em 2013 (ABEOC, 2019).

A Gestão de Eventos, tem deixado de ser um setor de amadores para passar a ser uma área de profissionais qualificados, com formação, maior conhecimento e com destaques profissionais devido aos seus sucessos. Trata-se de uma área que surgiu enquanto profissão que envolvia diversas atividades, que eram antes áreas sociais distintas e com o tempo veio ganhando importância (ISIDORO; CAETANO; SIMÕES; SALDANHA, 2013). Para desempenhar um evento bem-sucedido, é importante realizar várias atividades ordenadas e calculadas, estas que caso não sejam cumpridas, o evento pode ser comprometido (ZANELLA, 2008).

No Brasil, o setor de eventos movimenta cerca de R\$ 936 bilhões em impostos, anualmente, correspondendo a 12,93% do PIB. Este segmento é responsável pelo trabalho direto, indireto e terceirizado de 7,5 milhões de pessoas na economia nacional. Havia uma estimativa para 2020, que o setor cresceria em torno de 6,5% no faturamento, também com o segmento subiria a oferta de empregos em 4,4%, pesquisa realizada de acordo com dados obtidos no mês de novembro/2019, período anterior ao início da pandemia da Covid-19 (ABEOC, 2019).

Segundo pesquisa feita pela CDL em parceria com o Hub de eventos de Caxias do Sul, durante os meses em que o setor de eventos teve que fechar devido às restrições impostas pelo Covid-19, houve uma redução de 82,4% no número de eventos e queda de 81,8% na redução do faturamento (RECH, 2021).

A retomada gradativa na abertura das casas de eventos foi acontecendo após o início das vacinações em setembro de 2021, uma das exigências impostas para poder frequentar os locais de eventos sociais. Além das condições como número limitado de pessoas para cada espaço, o uso de máscaras e o distanciamento entre as pessoas (KANNENBERG, 2021). Embora houvesse o retorno na abertura das casas noturnas, a pista de dança manteve-se fechada. Os prestadores de serviços do ramo percebem um bom retorno, a procura pelos fornecedores começa a aumentar, se percebe uma retomada significativa dos eventos (LEITZE, 2022).

O setor de eventos juntamente com o setor que engloba cultura e entretenimento volta a crescer após dois anos no Brasil, em 2022, (ABRAPE, 2023).

Na cidade de Caxias do sul, após um ano e meio as pessoas já começam a retomar aos poucos os encontros em bares e a realização de eventos. Os prestadores de serviços desse ramo percebem uma boa melhora financeira, uma retomada significativa no setor de eventos, embora não houvesse certeza da retomada total (LEITZKE, 2022). Ainda visando promover o setor de eventos no pós-pandemia o HUB de Eventos da Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) de Caxias do Sul, promoveu feiras e exposições para unificar os prestadores de serviços e promover o ramo. Agrupando os fornecedores na expectativa de atrair o público e impulsionar a retomada dos eventos sociais e corporativos (LEITZKE, 2022).

3 METODOLOGIA

Segundo Andrade (2006, p. 117), “metodologia é um conjunto de métodos ou caminhos na busca do conhecimento”, ou seja, a forma como se adquire o conhecimento necessário sobre determinado assunto.

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Este trabalho apresenta um estudo exploratório, esse tipo de pesquisa detém a finalidade de proporcionar maior familiaridade com o problema, com vista a torná-la mais explícita (GIL, 2018).

A pesquisa foi realizada por meios bibliográficos (livros, artigos, sites), principalmente para a elaboração do referencial teórico e para levantamento dos dados locais da cidade de Caxias do Sul. Para a descrição e busca de informações direcionadas à pandemia local, foram considerados alguns itens apresentados na ABRAPE, para levantamento de dados.

Foi utilizado o método qualitativo, pois segundo Roesch (2009), os métodos de pesquisas qualitativas são reconhecidos como independentes do paradigma positivista, mas como uma etapa anterior ao teste de hipóteses. Nesse sentido, defende-se que a pesquisa qualitativa e os seus métodos de coleta e análise de dados se enquadram na fase da pesquisa exploratória. Flick (2009) descreve a pesquisa qualitativa como forma de identificar e analisar os resultados encontrados explicando os fenômenos sociais. A pesquisa realizada com essa abordagem visa aprofundar a compreensão do fenômeno social por meio de entrevistas em profundidade e análises qualitativas da consciência articulada dos participantes do fenômeno. Vista dessa perspectiva, a pesquisa qualitativa permite ainda "dar voz às pessoas em vez de tratá-las como objetos" (BAUER; GASKELL; ALLUM, 2008, p.30). Segundo Gerhardt e Silveira (p. 31, 2009) desta forma “não se preocupa com representatividade numérica, mas sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, etc.”

Tendo como base a busca de um melhor entendimento do problema, se utilizou a pesquisa exploratória. Este modelo de pesquisa proporciona uma maior familiaridade com o conteúdo. Envolve levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas experientes e com maior profundidade do que se trata a pesquisa (GIL,

2008). Segundo Collis e Hussey (2005) uma pesquisa se caracteriza de modo exploratória quando há poucos ou nenhum tipo de estudo precisamente onde se possa buscar informações sobre o problema.

3.2 PARTICIPANTES DO ESTUDO

A entrevista foi realizada a um grupo de prestadores de serviços na cidade de Caxias do Sul. São entrevistados dez prestadores de serviços em eventos sociais, mais especificamente organizadores e proprietários de empresas do setor de eventos que realizam este serviço no período anterior e durante a pandemia. E como forma de preservar a identidade dos entrevistados, eles serão identificados como Entrevistado 01 dando sequência até o 10º. Segue Quadro 3 com perfil dos entrevistados, onde se identifica sua segmentação, tempo de atuação no mercado, porte da empresa e se a mesma possui funcionários em sua carteira.

Quadro 3 – Perfil dos Entrevistados

| Entrevistados | Empresa | Tempo de Atuação | Tipo de Empresa | Funcionários Fixos |
|----------------------|------------------------|-------------------------|------------------------|---------------------------|
| Entrevistado 1 | Organizador de Eventos | 7 anos | Médio Porte | Não possui |
| Entrevistado 2 | Organizador de Eventos | 27 anos | Micro | Não possui |
| Entrevistado 3 | Casa de Eventos | 7 anos | Pequeno Porte | 4 funcionários |
| Entrevistado 4 | Casa de Eventos | 8 anos | Pequeno Porte | 1 sócia |
| Entrevistado 5 | Casa de Eventos | 8 anos | Médio Porte | 40 funcionários |
| Entrevistado 6 | Organizador de Eventos | 15 anos | Pequeno Porte | Não possui |
| Entrevistado 7 | Organizador de Eventos | 20 anos | Pequeno Porte | Não possui |
| Entrevistado 8 | Casa de Eventos | 12 anos | Pequeno Porte | Não possui |

| | | | | |
|-----------------|------------------------|--------|---------------|----------------|
| Entrevistado 9 | Casa de Eventos | 9 anos | Médio Porte | 4 funcionários |
| Entrevistado 10 | Organizador de Eventos | 7 anos | Pequeno Porte | Não possui |

Fonte: Elaborado pela Autora (2023)

A importância da demanda no segmento de eventos sociais é um fenômeno pouco estudado. O objetivo deste TCC é avaliar as estratégias tomadas pelos organizadores de eventos na cidade de Caxias do Sul no contexto da pandemia. A pesquisa orientada pelo método dialético revela a historicidade do fenômeno e as suas conexões em um plano mais amplo, situando o problema em um contexto complexo, onde são notadas e destacadas possíveis contradições entre os fenômenos estudados. Além disso, a pesquisa qualitativa baseia-se entre a relação dos fenômenos e o seu contexto, pois opiniões, observações e significados podem ser mais bem compreendidos por meio da contextualização (RIBEIRO; SOUZA; COSTA, 2016).

3.3 PROCESSO DE COLETA DE DADOS

Segundo Sampieri et al. (2013), o número de participantes na pesquisa qualitativa depende da capacitância operacional de coleta e análise, e da compreensão e natureza do fenômeno analisado. Neste caso, foram realizadas entrevistas individuais de forma presencial e/ou por vídeo-chamada através do aplicativo WhatsApp, à um número de 10 gestores de eventos, levando em média 30 minutos para cada entrevista, tempo suficiente para esclarecimento de todos os pontos fundamentais da pesquisa. A recolha das entrevistas fez-se com recurso de gravação por meio do aplicativo transkriptor (<https://transkriptor.com/pt-br/>), a sua finalidade é de gravar áudios e/ou vídeos e após transcrever possibilitando até 100 idiomas, além de permitir ao usuário a edição, as baixas e o compartilhamento do conteúdo em formatos diferenciados. Para o presente trabalho foi utilizado a gravação de vídeo e em seguida a transcrições com ajustes de palavras necessárias, após transcritas e analisadas nos seus temas-chave, identificaram-se os aspectos de semelhanças e divergências entre os entrevistados.

Quanto ao modelo de entrevistas, foi realizada de forma semiestruturada, quando o autor organiza um conjunto de questões, um roteiro sobre o tema que será realizado ao entrevistador, desta forma permite a fala livre sobre os assuntos que vão surgindo como desdobramento do tema principal (GERHARDT; SILVEIRA, 2009). O roteiro foi gerado com base em Schenkel (2021), Kleinkauf e Rodrigues (2022), sendo as questões de número 01 ao 12 de Schenkel (2021) e a questão de número 13 de Kleinkauf e Rodrigues (2022). Desta forma, foi elaborado o roteiro citado abaixo no Quadro 3.

Quadro 4 - Roteiro de Entrevista

| Guia de entrevista | Fonte bibliográfica |
|--|----------------------------|
| 1. Qual o porte de sua empresa? | Elyseu Schenkel (2021) |
| 2. Quantos eventos em média atendia mensalmente (antes) da Pandemia? | Elyseu Schenkel (2021) |
| 3. Quantos eventos em média atendeu mensalmente (durante) a Pandemia (ano de 2020)? | Elyseu Schenkel (2021) |
| 4. Qual o percentual de faturamento que sua empresa perdeu (-) ou ganhou (+) no ano de 2020 em virtude da Pandemia? | Elyseu Schenkel (2021) |
| 5. Sua empresa deixou de realizar novos investimentos devido à pandemia? | Elyseu Schenkel (2021) |
| 6. Nesse contexto de pandemia, sua empresa necessitou tomar empréstimo para capital de giro? | Elyseu Schenkel (2021) |
| 7. Diante dos impactos da Covid-19, quais medidas de mitigação sua empresa teve que realizar? | Elyseu Schenkel (2021) |
| 8. Qual foi o efeito da pandemia da COVID-19 sobre o acesso aos seus fornecedores e recursos materiais por parte de sua empresa? | Elyseu Schenkel (2021) |
| 9. Visando se posicionar no mercado durante a crise, você se defeniu (redefiniu) mudando de negócio e/ou | Elyseu Schenkel (2021) |

| | |
|---|---|
| ramo de atuação? | |
| 10. Qual política/ação específica para o setor de eventos você sugeriria para auxiliar este setor em virtude das restrições que foram impostas pela Pandemia? | Elyseu Schenkel (2021) |
| 11. Você realizou uma análise do ambiente interno (forças e fraquezas) e/ou externo (ameaças e oportunidades) da sua empresa? | Elyseu Schenkel (2021) |
| 12. Para se diferenciar no mercado durante a crise e entender a sua vantagem perante a concorrência, você utilizou de alguma estratégia? | Elyseu Schenkel (2021) |
| 13. Quais são as suas expectativas como gestor para o mercado de eventos da cidade? | Paula de Moura Kleinkauf and Marley de Almeida Tavares Rodrigues (2022) |

Fonte: Elaborado pela Autora (2023)

Foi realizado também a técnica de observação dos participantes como uma das formas de coleta de dados, esta forma foi escolhida, pois o pesquisador trabalha no setor, e também por possuir conhecimento sobre as atividades, tendo a experiência e a realidade vivida pelos entrevistados possibilitou a observação.

3.2.1 Pré-Teste

O pré-teste, como o nome já insinua, é um método utilizado antes da aplicação das entrevistas. Ele tem como objetivo avaliar a eficiência das perguntas, além de trazer possíveis problemas com os métodos que serão utilizados para coleta, como a forma de gravação e ainda calcular o tempo médio exigido para cada possível entrevista. Segundo Malhotra (2012), o pré-teste é o teste de instrumento de pesquisa, e é extremamente importante para verificar e eliminar problemas.

O pré-teste foi apresentado para uma promotora iniciante em eventos sociais. Esta entrevista, citada no Apêndice B, não foi considerada ou inserida para análise, a mesma foi invalidada para a amostra da pesquisa. O pré-teste foi realizado para pré-informar aos demais entrevistados o tempo médio de duração que levaria toda a entrevista. Além disso, verificou-se que algumas das questões tiveram que ser

adequadas por problemas de entendimento do entrevistado. Assim como foi necessário adaptar e revisar a linguagem utilizada. Durante o pré-teste não se identificou a necessidade de incluir mais uma pergunta, pois as já existentes estavam adequadas para o assunto tratado neste trabalho. Esta ocasião também serviu para que o investigador aprimorasse o seu comportamento como entrevistador.

3.4 PROCESSOS DE ANÁLISE DE DADOS

Os autores Minayo, Deslandes e Gomes (2007) citam que a linguagem comum ou a “fala” de cada sujeito pesquisado é a matéria-prima da abordagem. A análise e a interpretação na perspectiva de uma pesquisa qualitativa não têm como finalidade contar opiniões e pessoas, e sim explorar o conjunto de opiniões e representações sociais sobre o tema estudado.

Para a análise de dados, após ter concluído as entrevistas, foi utilizado a análise de conteúdo, que segundo Bardin (2011) define-se como um método empírico, um conjunto de ferramentas metodológicas em constante evolução, apresentadas em etapas que obrigatoriamente devem ser seguidas para que não ocorra a realização de análises tendenciosas, aplicadas a uma ampla variedade de discursos. Assim, a utilização da análise de conteúdo permite a descoberta dos conteúdos, indo além das aparências do que está sendo comunicado (MINAYO; DESLANDES; GOMES, 2007). A análise de conteúdo citada por Bardin organiza-se em três etapas principais: pré-análise; exploração do material; tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação. Através das etapas se pretende descrever o conteúdo do material e interpretá-lo (BARDIN, 2011).

A pré-análise é a organização para operacionalizar e sistematizar as ideias iniciais que foram colocadas no referencial teórico, é o momento em que se estabelecem os indicadores para realizar a interpretação das informações coletadas, a etapa da leitura geral do material selecionado ou das entrevistas transcritas. Esta fase inicia-se com a leitura flutuante: que é o momento de ter contato com o texto para conhecê-lo, obtendo impressões e orientações. Posteriormente constitui-se o *corpus textuas*, ou seja, a escolha dos documentos que é o momento da definição do estudo e que deve obedecer às regras de exaustividade, representatividade, homogeneidade e pertinência. E após a fase de

preparação que inicia-se a exploração do material, a construção de objetivos e hipóteses, que se dá a partir da leitura inicial dos dados constitutivos do *corpus*; e a elaboração de indicadores, que diz respeito à interpretação do material coletado (BARDIN, 2011).

Destaca-se a importância desse método de análise para este trabalho, tendo em vista que ele permitiu à pesquisadora o entendimento da visão dos entrevistados em relação às situações que foram impostas e aos desafios e oportunidades enfrentados por eles no período da pandemia da Covid-19. Tendo em vista que os objetivos foram definidos antes do início das pesquisas, selecionou-se o material da entrevista focando nas possíveis respostas para os objetivos propriamente ditos. Ainda, seguindo o método de análise de conteúdos segundo Bardin (2011), o qual a categorização “[...] é uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto, por diferenciação e, seguidamente, por reagrupamento segundo o género (analogia), com os critérios previamente definidos”, foram estabelecidas categorias de análise associadas às questões específicas do roteiro de entrevistas, segue no quadro 4.

Quadro 5 - Categorização

| Guia de Entrevista | Categoria |
|--|-----------------------------|
| Qual o porte de sua empresa? | Classificação das empresas |
| Quantos eventos em média atendia mensalmente (antes) da Pandemia? Quantos eventos em média atendeu mensalmente (durante) a Pandemia (ano de 2020)? | Média de eventos realizados |
| Qual o percentual de faturamento que sua empresa perdeu (-) ou ganhou (+) no ano de 2020 em virtude da Pandemia? Sua empresa deixou de realizar novos investimentos devido a pandemia? Nesse contexto de pandemia, sua empresa necessitou tomar empréstimo para capital de giro? | Varição financeira |
| Diante dos impactos da Covid-19, quais medidas de mitigação sua empresa teve que realizar? | |

| | |
|--|---|
| <p>Qual foi o efeito da pandemia da COVID-19 sobre o acesso aos seus fornecedores e recursos materiais por parte de sua empresa?</p> | <p>Dificuldades enfrentadas</p> |
| <p>Visando se posicionar no mercado durante a crise, você se definiu (redefiniu) mudando de negócio e/ou ramo de atuação?</p> <p>Qual política/ação específica para o setor de eventos você sugeriria para auxiliar este setor em virtude das restrições que foram impostas pela Pandemia?</p> | <p>Restrições e adaptações</p> |
| <p>Você realizou uma análise do ambiente interno (forças e fraquezas) e/ou externo (ameaças e oportunidades) da sua empresa?</p> <p>Para se diferenciar no mercado durante a crise e entender a sua vantagem perante a concorrência, você utilizou de alguma estratégia?</p> | <p>Análise de mercado e novas oportunidades</p> |
| <p>Quais são as suas expectativas como gestor para o mercado de eventos da cidade?</p> | <p>Perspectivas pós pandemia</p> |

Fonte: Elaborado pela Autora (2023)

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

Para desenvolvimento da análise dos resultados, as perguntas apresentadas no roteiro de pesquisa (Quadro 3) foram categorizadas conforme apresentado no quadro 4 deste trabalho.

4.1 PRIMEIRA CATEGORIA: CLASSIFICAÇÃO DAS EMPRESAS

A primeira categoria está relacionada ao porte da empresa. O porte de empresa nada mais é do que um termo técnico para identificar o tamanho do negócio (micro, pequeno porte ou grande porte), considerando tanto valores em dinheiro quanto considerando espaço físico ou número de pessoas que trabalham no negócio (TORRES, 2023). No Brasil, a Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas normatiza para fins tributários e outros benefícios (SEBRAE, 2021). Perante a Receita Federal, por exemplo, é com base no faturamento anual.

O período mínimo de atuação no mercado, relatado pelos entrevistados, foi de 7 anos. Esse tempo é considerado suficiente para que as empresas tenham uma estrutura capaz de enfrentar uma pandemia, como a que ocorreu recentemente. No entanto, além disso, a boa administração dessas empresas também desempenha um papel fundamental na sua sustentabilidade. Observa-se que a maioria das empresas prestadoras de serviços não possui funcionários fixos, enquanto as empresas com casas de eventos, devido à sua estrutura e necessidades específicas, costumam ter uma equipe permanente.

Nesta primeira categoria, na entrevista realizada com as empresas do segmento eventos, foi analisado que na sua grande maioria são empresas de micro e pequeno porte (1, 2, 3, 4, 6, 7, 8 e 10), não tendo contratos de funcionários fixos em excessão do Entrevistado 3, que possui na sua carteira 4 funcionários contratados por necessidade da sua empresa. O Entrevistado 10 chamou atenção por sua fala, “Nós cerimonialistas de eventos sociais temos empresa, quase todas temos CNPJ, mas não temos uma estrutura de uma grande empresa de eventos(...)”, por se tratar de pessoas promotoras e organizadoras de eventos acabam não se tornando grandes empresas.

Ainda em análise da primeira categoria verificou-se que dois dos entrevistados

(5 e 9) se classificam como sendo de médio porte, sendo que o Entrevistado 5 possui na sua carteira uma grande quantidade de funcionários para suprir a necessidade da sua empresa, uma casa maior de eventos e que tem uma demanda maior de atividades.

Verificou-se também que entre os entrevistados tiveram desde empresas prestadoras de serviços, até mesmo empresas onde além dos serviços incluem o ambiente e toda a estrutura para o acontecimento dos eventos.

4.2 SEGUNDA CATEGORIA: MÉDIA DE EVENTOS REALIZADOS

A segunda categoria está relacionada ao número de eventos realizados pelos profissionais antes e durante a pandemia. Pode-se verificar que na pré-pandemia os eventos eram realizados normalmente conforme a agenda dos entrevistados. A grande maioria dos entrevistados, oito deles (1, 2, 3, 4, 6, 7, 8 e 10) realizavam em média de 4 a 8 eventos mensais, e estes mantinham as suas agendas cheias até o final do ano de 2020. Já as casas de eventos com um número maior de salas conforme a fala do Entrevistado 9, “geralmente antes da pandemia nas sextas, e sábados, eram em torno de 3 há 4 por final de semana. Mas como nós temos 5 salas. Teve final de semana com as 5 salas, totalmente lotadas.”, realizavam em média 20 eventos ao mês.

Notou-se na fala de quatro dos entrevistados (1, 2, 4 e 8), a grande sazonalidade que temos durante as estações do ano na cidade de Caxias do Sul/ RS (<https://www.agricultura.rs.gov.br/upload/arquivos/202005/13110034-atlas-climatico-rs.pdf>), e que interfere na realização dos eventos em temporada de inverno, são eles: abril, maio, junho e julho. Neste período de inverno a realização de eventos acaba caindo por conta do frio, nota-se que na fala do Entrevistado 1, “os eventos, principalmente em Caxias é muito sazonal. Inverno, não acontece nada.”, esta estação é de baixa nos eventos.

De acordo com os entrevistados, em geral, quando se deu início à pandemia não podiam realizar mais nenhum evento devido aos decretos impostos. As suas agendas foram executadas no seu estado normal até o mês de maio de 2021 (GZH, 2021). A maioria teve que fechar as suas portas e rever outras formas de lucros, conforme o Entrevistado 7 comenta, “A Pandemia começou em fevereiro de 2020, nós oficialmente não podíamos fazer eventos”. No entanto tiveram entrevistados (2, 4, 8 e

10) que optaram por fazer eventos menores, durante a pandemia, eventos mais familiares e em ambientes abertos, gerando uma média de 1 evento ao mês. No entanto, a média mensal de eventos caiu drasticamente.

Desta forma, a partir das respostas obtidas na segunda categoria percebe-se que os profissionais que atuam no setor de eventos, sejam eles promotores e proprietários, ambos acabaram sofrendo com as mudanças advindas do cenário pandêmico, com os decretos que foram impostos e os fechamentos que foram obrigatórios e vivenciados. Portanto, compreende-se que a maneira repentina a qual exigiu o cancelamento da agenda de trabalho dos profissionais, afetou a rotina visto que o setor estava em crescimento e 2020 seria um ano de bons negócios para os entrevistados.

4.3 TERCEIRA CATEGORIA: VARIAÇÃO FINANCEIRA

A área financeira e os novos investimentos foram muito afetados e de preocupação por parte do setor de eventos. Constatou-se também que teve uma redução da renda para todos os profissionais entrevistados, mas da mesma forma não se teve uma procura significativa na busca por capital de giro. De acordo com o Entrevistado 1, houve devolução do dinheiro para os clientes em função dos cancelamentos de contratos, “Só perdemos porque teve contratos fechados. Só perdemos. Não foi ganho nada. Devolução de dinheiro, cancelamento foi muito ruim.”. Dos 10 entrevistados, dois deles recorem a empréstimos (2 e 9), segundo Entrevistado 2, “Foi necessário pedir empréstimo e o governo facilitou com juros bem baixos. Eles nos possibilitaram alguns financiamentos. Eu peguei, porque era muito inseguro, como ninguém sabia quanto tempo iria durar.”

O retorno da terceira categoria para os dez entrevistados foi de perda e gastos para um ano que seria de muito lucro e crescimento conforme comenta o Entrevistado 2, “O que eu fiz, foi gastar as reservas que tinha feito durante o ano de 2019. E 2020 ia ser um ano maravilhoso de eventos. Eu estava com a minha agenda cheia.”. Entre as respostas, o que chamou a atenção foi o retorno do Entrevistado 3, afirmando repetitivamente, “Zero. O faturamento neste período foi zero. Pois, paramos totalmente, não podíamos fazer eventos(...)”. Nesta resposta podemos verificar que houve aflição, durante o cenário, por parte do entrevistado, pois se repetiu por duas vezes a palavra “zero” querendo frisar o ocorrido ao pesquisador.

Verificando ainda a terceira categoria, se percebeu que durante a pandemia não teve novos investimentos por parte dos entrevistados, o fechamento das empresas e a falta de renda levou as mesmas a se resguardarem para que não houvesse a necessidade de novas aquisições de empréstimos. Constatou-se ainda, que haviam novos planejamentos a serem seguidos, no entanto, foram paralisados conforme fala do Entrevistado 4, “nós estávamos com um plano de crescimento. Algumas ações que nós já planejávamos para final de 2019, onde nós faríamos em 2020 e 2021. E até mesmo em 2022. E precisamos segurar(...)”. Para o Entrevistado 5, o entendimento de eventos sociais por parte do governo ou da Receita Federal local, foi confuso ou de entendimento falho, segue fala, “como o governo entendia o que era um evento, uma que o próprio governo não sabe o que é um evento. Ele não sabe descrever. Se for falar com uma pessoa lá da Receita Federal com uma pessoa lá do judiciário, ninguém sabe o que é um evento.”. E este, segundo o Entrevistado 5, foi um dos motivos pelo qual ocorreu o fechamento de todas as empresas categorizadas casas de eventos durante a pandemia, fruto de uma impressão errada e precipitada sobre o setor, pela sociedade e pelo estado.

Os Entrevistados 6 e 9, também tiveram os seus planos paralisados, e citam ainda que na retomada, no pós pandemia, houve dificuldades e/ou receio de iniciar qualquer novo investimento. Segue fala do Entrevistado 6, “Ainda estamos com dificuldades de qualquer novo investimento.”, a retomada deu-se gradativamente.

4.4 QUARTA CATEGORIA: DIFICULDADES ENFRENTADAS

As principais dificuldades relatadas ao longo das entrevistas foram quanto às medidas de mitigação realizadas pelos empreendedores promotores de eventos sociais. Para diminuir com as despesas mensais, os promotores e proprietários de empresas do setor de eventos se submeteram à cortes internos, redução de custos fixos e demissão de funcionários.

Devido às restrições impostas que levaram ao fechamento e por consequência a baixa renda que as empresas de eventos sociais tiveram durante a pandemia, houve dificuldades em manter o mesmo padrão de vida, nisto realizou-se cortes e/ou redução nos custos fixos, conforme frisa o Entrevistado 2, “Nossa, foi corte total. Primeiro os custos fixos, como aluguel, telefone, funcionários, internet, eu reduzi tudo. Só fiquei com o básico, (...)”. Contudo, a redução ou corte dos custos fixos foram citados pelos

10 entrevistados e foi um dos primeiros atos realizados.

Dentro desse contexto, os empreendedores tomaram diversas medidas para contornar a crise. Os investimentos e projetos que estavam previstos para iniciar no ano de 2020, foram contidos como uma maneira de evitar gastos. O Entrevistado 8 cita, “Tivemos que cortar muita coisa, e até mesmo antes de começar a pandemia tínhamos alguns projetos, e acabamos segurando.” Alguns novos investimentos por parte das empresas (4 e 8), como a construção de novas salas acabaram sendo iniciadas somente após o período de pandemia, quando o cenário já estava normalizado.

Ainda no que se refere a quarta categoria, apontada para as dificuldades enfrentadas, verificou-se que as demissões de funcionários foi outra forma de redução de custos encontrada pelas empresas entrevistadas (3 e 6). Levando em consideração que grande parte dos entrevistados são MEI e de pequeno porte, a demissão de funcionários desta área não se tornou de grande proporção. E os que foram desligados por essas empresas, dispuseram de acordos para que não houvesse grandes perdas de ambas as partes. Sobre este aspecto, o Entrevistado 6 comenta, “A cozinha foi se reduzindo. As pessoas que queriam sair, já fazia demissão com um acordo, para ser menos dolorido. E se mantinha as pessoas que queriam trabalhar(...)”.

Destacou-se a dificuldade com os fornecedores que acabaram deixando de existir e/ou até mesmo trocando de profissão para suprir as suas necessidades financeiras. Os entrevistados (1, 2, 3, 4 e 5) acentuaram que, durante a pandemia os seus fornecedores trocaram de profissão fechando as empresas em que atuavam para seguir outro ramo de atuação. Devido aos eventos terem parado os fornecedores de matérias para eventos sociais, acabaram não tendo o seu lucro mensal, assim os obrigando a buscar outras atuações para que se mantivessem financeiramente, conforme o Entrevistado 3 aponta, “Na verdade, o que eu percebi é que muitos dos fornecedores não estão mais ativos. Vi neste período muitas empresas falirem, ou mudarem de segmento.”. No período de retomada dos eventos no pós pandemia, teve uma grande quantidade sendo realizada em um mesmo momento, com isso ocorreu a falta de produtos e o aumento excessivo dos valores, onde o Entrevistado 7 menciona, “quando aqui no Rio Grande do Sul as bandeiras eram favoráveis pra eventos, muitas pessoas começaram a fazer rapidamente seus eventos e numa quantidade muito grande e começou a faltar produto ou então o produto veio muito

caro”. Já para os demais entrevistados (6, 8, 9 e 10), não houve mudança dos fornecedores que os atendem, os mesmos se conservaram conforme cita o Entrevistado 8, “nós não tivemos problemas com os fornecedor, nenhum deles chegou à fechar, todos os fornecedores que a gente tinha antes da pandemia, são nossos atuais pós pandemia.”. Para o Entrevistado 9, seus fornecedores são de grande porte “Todos os fornecedores se mantiveram, até porque são empresas de grande porte.”, desta forma constatou-se que somente os de pequeno porte não conseguiram se manter durante o período pandêmico, tendo que fechar ou trocar de atuação.

4.5 QUINTA CATEGORIA: RESTRIÇÕES E ADAPTAÇÕES

Os profissionais de eventos passaram por diversas restrições e adaptações com a chegada da pandemia e durante os primeiros eventos realizados no pós pandemia. O setor pôde realizar os seus trabalhos normalmente até mês de março de 2020, pois no mesmo ano ocorreram as restrições impostas pelo Covid-19, o que resultou no cancelamento das agendas de eventos. Com a demora da retomada para abertura das empresas deste setor, os profissionais em eventos precisaram se reinventar no mercado.

Na quinta categoria, constatou-se que a grande maioria das empresas entrevistadas (2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 e 9) se moldaram ao novo contexto inovando os seus serviços ou a forma de executa-los, elaborando novas oportunidades de chamar a atenção dos seus clientes, abrindo novas marcas, divulgando conteúdos referente ao segmento eventos nas redes sociais e realizando festas mais pequenas nas casas dos próprios clientes. O Entrevistado 6 comenta, “Sim, para suprir a área dos eventos, abrimos uma outra marca, que já havíamos esta ideia em mente anterior a pandemia, mas neste período teve mais força(...)”, neste caso a abertura de um novo projeto foi antecipada devido ao contexto enfrentado.

O reposicionamento no mercado levou à novos desafios durante o período pandêmico, os quais se demonstraram mais evidente em relação aos profissionais de eventos. Os profissionais do setor foram movidos pelas condições impostas e perceberam a importância de buscar constantemente novas atualizações, conforme o Entrevistado 7 comenta, “A gente por exemplo fez as festas nas casas dos clientes, e a definição realmente ela veio a enfatizar essa a questão de o quanto um profissional de eventos, no meu caso um cerimonialista, a criatividade, a atualização e a busca de

conhecimento, ela é importante, na verdade definiu e reforçou esse conceito(...)". Empresas que buscavam inovar também se dedicaram à culinária (1, 6, 8 e 9), o Entrevistado 9 cita, "A gente se reinventou, parou com os eventos, e tivemos que produzir os alimentos, para vender aos nossos clientes.", a empresa utilizou o seu menu de festa para alcançar novos clientes.

Averiguou-se uma reestruturação interna durante a pandemia, onde as empresas tiveram que se reinventar e inovar em novas formas para gerar renda. Não apenas ocorreram reestruturações internas como também profissionais da área acabaram trocando de atividade após finalizarem os eventos que já haviam contratado. Os entrevistados (1 e 10) que passaram a trabalhar em novas áreas relataram que a atividade de eventos requer muita dedicação nos finais de semana, o que os impedia de passar tempo com os seus familiares. Neste contexto, o Entrevistado 10 menciona, "Neste meio tempo de pandemia, pude analisar e verificar que estava me desgastando, me estressando e deixando de ter qualidade de vida, então pude ficar mais com a minha família(...)". Já para o Entrevistado 1, "Eu acho que me defini, não estou mais naquele molde de ser uma cerimonialista, mas abri outros negócios". Portanto, dois dos entrevistados se desligaram das suas atividades como promotores em eventos e ingressaram em novas profissões e/ou abriram empresas em outra atividade.

Para todos os entrevistados foi desafiador precisar se reinventar, se adaptar à nova realidade vivenciada. A pandemia da Covid-19 pegou os profissionais de eventos de surpresa, foram os primeiros a parar de trabalhar e os últimos a voltar.

Com relação a quinta categoria, apresentada às restrições e adaptações, observou-se também por grande parte dos entrevistados a comunicação precária entre o governo e o setor de eventos. A necessidade de serem ouvidos pelas instituições referente às suas dificuldades geradas pela pandemia e principalmente, pela falta de planejamento das ações públicas implementadas que causaram muitos prejuízos ao setor. Ressaltaram a postura inflexível e de tratamento diferenciado com esse ramo, visto que outros setores de natureza similar, por exemplo os restaurantes e bares, tiveram melhores tratamentos e maior abertura para negociação com os órgãos públicos. O Entrevistado 3 frisa, "Então o nosso setor foi muito prejudicado tivemos muitas revoltas com isso". Neste cenário ainda o Entrevistado 7 comenta, "o governo ao meu olhar, ao meu ver, poderia ter se posicionado rapidamente e de uma forma, assim, mais segura, nos trazendo um benefício, um auxílio uma vez que

nós não podíamos trabalhar, isto não aconteceu de imediato”. O setor foi mal interpretado pela sociedade e pelas instituições responsáveis pela tomada de decisões, que tiveram uma visão equivocada e precipitada.

Verificou-se nas entrevistas realizadas, algumas ações as quais foram tomadas pelo setor de eventos que acabaram os auxiliando em virtude das restrições impostas. Na fala do Entrevistado 2 conforme segue, “Foram várias restrições. Mas eu acho que foram restrições boas. Assim, algumas eu acho que vieram para melhorar o segmento.”, pode-se averiguar que dentre as dificuldades enfrentadas certos posicionamentos foram positivos. Nos primeiros eventos que foram sendo liberados, as exigências foram desde higiene das mãos, distanciamento, uso de máscaras e identificação da carteira de vacinação. Conforme foi se passando o andamento dos meses as restrições foram diminuindo, no entanto, determinadas ações seguiram sendo usadas, tais como as políticas de higiene e o aprimoramento no atendimento ao cliente que teve uma maior atenção segundo o Entrevistado 2, “Políticas que vieram após covid, são só para melhorar o segmento.”.

4.6 SEXTA CATEGORIA: ANÁLISE DE MERCADO E NOVAS OPORTUNIDADES

Em relação à sexta categoria, questionou-se quanto à análise interna e externa das empresas entrevistadas. Parte delas não realizou uma análise interna ou externa por estarem totalmente sem trabalhar (3, 6 e 10). A pandemia resultou na suspensão do setor, o que levou a uma reestruturação interna para lidar com cancelamentos, remarcações de eventos e restituição de valores. Foi necessário reagendar os eventos já fechados e fazer uma readequação dos serviços quanto a nova realidade imposta. O Entrevistado 2 cita, “analisar o que realmente eu queria, se continuar, para onde tomar rumo. Todas essas questões vieram na cabeça, e agora o que eu vou fazer. Teve momentos de desespero(...)”. As remarcações e readequações frequentes que os profissionais em eventos executaram, de forma geral, foi estressante conforme Entrevistado 1 aponta, “Porque tinha as remarcações. Foi um período bem difícil, bem difícil mesmo(...)Eu tive noivas que foram remarcadas quatro vezes. Então, isso causa um estresse no cliente. O estresse na equipe, o estresse nos fornecedores, muito grande.”

Em uma análise externa, os entrevistados (7 e 8) ressaltaram uma visão dos seus fornecedores e a percepção de retorno dos clientes, no que diz respeito ao

comportamento e as novas oportunidades, conforme o Entrevistado 7 menciona nas suas respostas, “E o externo também, porque a gente já precisava avaliar o comportamento do consumidor, como ele se manifestava, qual eram as possibilidades que nós tínhamos de repente de ver um filão de oportunidades.”.

Para sexta categoria, a pesquisa elaborada trouxe à amostra uma solução adotada pelos entrevistados, a divulgação em massa e diária em elaboração de conteúdos digitais e publicidade dos seus serviços, como ponto principal a adaptação em se reinventar no dia a dia. Quando questionados sobre diferenciar-se no mercado durante a crise e entender as vantagens sobre a concorrência, a grande maioria procurou trabalhar as suas redes sociais de forma a melhorar a sua imagem e possivelmente garimpar possíveis clientes. Conforme o Entrevistado 4 comenta, “Nós fomos muito para as redes sociais, gerar conteúdo, falar um pouquinho de nós, do nosso jeito, porque às vezes na correria do dia a dia, a gente nem consegue tanto investir nesses canais que estão à disposição”. Desta forma é possível destacar que o ambiente virtual tornou-se mais importante e forte nesta fase de isolamento social, em concordância com Entrevistado 6 que frisa, “E como nós não tínhamos mais contato com ninguém nós berrava nas redes sociais”.

4.7 SÉTIMA CATEGORIA: PERSPECTIVAS PÓS PANDEMIA

No que diz respeito à sétima categoria, todos os entrevistados relataram uma boa retomada dos eventos após o período pandêmico, além dos clientes que já estavam com contratos fechados, houve uma série de eventos que preencheram as agendas dessas empresas. Muitos deles demonstraram um bom domínio da administração e otimismo para o futuro e para a retomada do setor.

Após um longo período de restrições e isolamento, as pessoas ansiavam por eventos presenciais, entretenimento ao vivo e oportunidades de networking. Pelos relatos fornecidos, verificou-se que logo após o retorno, o público estava empolgado para comemorar, mas sem condições financeiras. Conforme o Entrevistado 1 posiciona, “Todo mundo desesperado por fazer festa, só que também quebrado financeiramente. E aumentou muito o custo das coisas.”. A principal razão para a retomada dos eventos foi o avanço da ciência e a disponibilidade de vacinas eficazes contra a COVID-19. Com um maior número de pessoas imunizadas, as autoridades de saúde adotaram uma abordagem gradual na flexibilização das restrições,

permitindo a realização de eventos com protocolos de segurança apropriados. Relacionado à volta gradativa dos eventos, o Entrevistado 2 comenta, “O mercado pós pandemia, começou lento. As pessoas tinham medo, ainda em 2022, ano passado, e em 2021.”

Para os profissionais de eventos, a retomada significou a volta das atividades e a possibilidade de planejar e executar projetos que foram adiados ou cancelados durante a pandemia, o Entrevistado 3 cita um exemplo, “A gente, inclusive no pós pandemia, em setembro a dezembro, logo que terminou, fizemos próximo à 40 casamentos. Temos uma quantidade de eventos muito boa, está retornando ao normal.”. A retomada teve um novo fluxo de trabalho, uma oportunidade de se reconectar com clientes e parceiros, e a perspectiva de fechar contratos e gerar receita. Segundo o Entrevistado 7, “alguns fornecedores deveriam ter aproveitado esse cenário de crise, esse cenário de reflexões para também mudar o seu contexto de atendimento, de qualidade, verificar e entender que esse consumidor veio diferente(...)”, a retomada também estimula a criação de novos eventos e o desenvolvimento de conceitos inovadores, à medida que os profissionais buscam se adaptar às novas demandas do público.

Os entrevistados apontam ainda que devido à demanda elevada dos eventos sociais, a procura por mercadorias de decoração e papelaria aumentou significativamente. Se gerou um aumento nos preços devido à alta procura e à escassez de oferta inicial, conforme o Entrevistado 5 cita, “O custo do capital ficou mais caro, ou seja, o custo do dinheiro ficou mais alto. Se o dinheiro está mais caro, significa que os custos de tudo subiu, o custo está muito alto para fazer evento(...)Por causa do custo do capital que ficou caro, ficou muito alto fazer um evento agora próximo do que era uma festa antes da pandemia.”. Na afirmação do Entrevistado 1, “E aumentou muito o custo das coisas. As flores na época muito cara, logo na volta, tudo muito caro, muito caro.”. Durante a pandemia, muitos dos fornecedores tiveram paralisações na produção e escassez de matéria-prima. Esses fatores impactaram nos custos de produção das mercadorias de decoração e papelaria, refletindo-se nos preços finais dos produtos. Em relação o Entrevistado 2 afirma que, “Por exemplo, as floriculturas não tinham mais plantações de flores, porque os plantadores não cultivavam mais flores, e agora estão voltando a cultivar. As flores estão caríssimas”.

Na sexta categoria, os entrevistados comentam sobre o formato dos eventos ocorridos logo após o retorno da pandemia. O Entrevistado 1 cita, “Antigamente

montava uma festa para 300 pessoas e não se cumprimentava sequer todas. Hoje estar com um grupo realmente que importa, um grupo seletivo.”, na afirmação do Entrevistado 2, “Todos os eventos ficaram sendo bem menores”. Após o período de restrições, muitas pessoas estavam em busca de eventos intimistas para retomar as suas atividades sociais e de maneira mais segura. O modelo de evento intimista esteve muito presente na retomada, conforme o Entrevistado 2 ainda cita, “Os eventos pós pandemia estão muito modernos. Agora o Mini Wedding, os casamentos pequeninhos para quinze pessoas é sensacional. É lindo demais.”, este formato permite um maior controle sobre a capacidade e uma experiência mais segura para os participantes.

Os eventos intimistas acontecem em ambientes menores e com um número reduzido de convidados, proporcionando uma experiência mais personalizada, segundo Entrevistado 9 cita, “E tem algumas pessoas que estão optando por eventos mais intimistas, uma vez eram, por exemplo, 250 pessoas, agora está sendo mais limitado, no máximo umas 150.” As celebrações, em sua retomada, eram de certa forma apressadas e caras, então eventos menores foram realizados e gradualmente realizados, segundo Entrevistado 6 menciona, “Agora estou percebendo que os eventos começaram a aumentar, mas logo que saiu da pandemia eram menores, até porque também as pessoas não tinham muito dinheiro e elas queriam comemorar.”. O Entrevistado 5 aborda que, “os eventos como um todo, eles têm uma percepção de quarta ordem, ou significa que eu não sou a prioridade no sistema de consumo. A pessoa vai dar prioridade na sobrevivência”. Os eventos sociais compreensivelmente ficam em segundo plano durante uma crise, pois as pessoas se concentram em lidar com as dificuldades e garantir os meios de subsistência básicos. Em tempos de crise, é normal reduzir gastos como participação em eventos sociais. Neste contexto o Entrevistado 10 menciona, “O setor de eventos, ele é muito vulnerável, e ele não é prioridade. Então digamos assim, que eu pretendo me casar o ano que vem. Mas instala-se uma crise financeira, as pessoas têm medo de fazer gastos, a primeira coisa que elas cortam é a festa, é o casamento.”.

No entanto, é compreensível que os profissionais do setor de eventos tenham passado por desafios financeiros e emocionais durante a pandemia, porém, souberam se adaptar e encontrar oportunidades para superar o período pandêmico e, além disso, acreditam que o setor está bem posicionado para se recuperar considerando tudo, as perspectivas são muito boas com a retomada dos eventos.

4.8 LIMITAÇÕES DO ESTUDO

Este trabalho descreveu relações entre construtos teóricos a partir de uma amostra de empresas e profissionais promotores em eventos sociais. Devido a esta ser uma entrevista de pesquisa qualitativa, a qual se baseia em entrevistar um público alvo, os seus resultados são válidos única e exclusivamente para população de amostra que foi analisada. Consequentemente não é possível apontar que a indústria de eventos foi estruturada dessa forma em toda a região, ou para outros tipos de organizações.

Esta pesquisa foi conduzida entre profissionais e empresas no setor de eventos sociais da Cidade de Caxias do Sul, por meio de um instrumento adaptado. Sob o ponto de vista estatístico, quando uma amostra é formada por procedimentos de seleção não aleatórios dos respondentes não se pode garantir a representatividade dos resultados com relação à população-alvo (BARBETTA, 2002). Além disto, a participação voluntária dos respondentes (promotores e empresas de eventos) pode gerar um viés de autoseleção nos resultados, caso haja algum interesse particular na participação. Entretanto, a não representatividade da amostra não significa necessariamente que os resultados sejam inválidos, mas sim que não se pode afirmar isto estatisticamente.

Ainda que se tenha uma amostra expressiva de 10 profissionais com questionário válido, o resultado foi que se obteve uma pequena quantidade de respondentes. A quantidade de respondentes pode ser vista como pequena, o que constitui outra limitação da pesquisa, decorrente da dificuldade do levantamento de dados no campo. Uma quantidade maior de profissionais da área respondentes e um maior tamanho de amostra seria recomendado. Destes, outra limitação foi a obtenção de uma amostra que incluísse todos os prestadores de serviços de evento, pois as impressões de todos os prestadores sobre a pandemia foi uma limitação do estudo, embora obter este resultado não fosse a definição para esta pesquisa.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo examinar o comportamento dos promotores de serviços relacionados ao setor de eventos sociais. O isolamento social serviu para estimular a busca por novos conhecimentos, causou a união do setor de eventos em busca de maior representatividade de forma a inovar, conforme a criatividade de cada um, tendo em vista as novas necessidades para sobreviver neste período de isolamento social. Nesse sentido, a questão de pesquisa que conduziu esse trabalho foi: que aspectos e estratégias foram empreendidas no segmento eventos durante e pós-pandemia? Durante e após a pandemia, o setor de eventos enfrentou desafios decorrentes das restrições de saúde e segurança. No entanto, diversas estratégias e abordagens foram adotadas para se adaptarem a esse contexto. Muitos profissionais precisaram buscar novas formas de sustento, migrando as suas atividades para formatos remotos e cortando custos básicos do seu dia a dia. A utilização de ambientes virtuais e redes sociais desempenhou um papel fundamental para permitir que muitos negócios seguissem operando. Além disso, empresas e organizadores de eventos desenvolveram soluções que foram entregues ou atendidas diretamente na residência dos clientes, viabilizando a continuidade dos seus serviços. Essas iniciativas foram cruciais para manter o setor em funcionamento mesmo diante das circunstâncias adversas. Também ocorreram demissões e reduções de quadro por parte dos funcionários.

A pandemia de Covid-19 atingiu todos os setores em todo o mundo, e o setor de eventos foi uma das áreas mais atingidas, pois foram os primeiros a serem interrompidos e os últimos a retornar completamente a normalidade. Essa paralisação prolongada teve um impacto financeiro significativo nas empresas e profissionais que dependiam desse setor. Este setor foi, portanto, um dos mais afetados pela crise, com inúmeras empresas e profissionais falindo, perdendo repentinamente os seus empregos e/ou paralisando as suas operações. No entanto, os eventos já demonstraram ser uma atividade fundamental da sociedade e da economia, principalmente na geração de empregos e oportunidades de negócios, além de oportunidades de crescimento e desenvolvimento. É importante ressaltar que os eventos sociais também desempenham um papel significativo na vida das pessoas. Os seres humanos são sociais por natureza e por conta disso tem necessidades próprias de conectar e interagir com os outros. Os eventos sociais,

como festas, celebrações, desempenham um papel vital na construção e manutenção de relacionamentos. Embora a sobrevivência seja fundamental, a existência da humanidade é enriquecida pelos meios sociais e dos envolvimento em eventos sociais.

Como embasamento central deste TCC, foi abordado o tema de análise da atuação dos prestadores de serviços em eventos sociais no contexto pandêmico e pós pandêmico da Covid-19. Logo o objetivo principal foi bem alcançado e os entrevistados puderam descrever as suas dificuldades, limitações, frustrações e as novas formas de inovação.

A entrevista foi aplicada á 10 profissionais do setor de eventos sociais na Cidade de Caxias do Sul. Embora haja reconhecimento dos impactos negativos da pandemia sobre o setor, não foram encontrados estudos específicos, base de dados ou ainda uma clara definição do que caracteriza o setor de eventos sociais. Essa falta de estudos técnicos inviabiliza as tentativas de propor soluções e/ou políticas públicas de suporte para o segmento, ampliando os problemas econômicos e sociais. Como soluções adotadas pelos profissionais pode-se verificar a procura por inovação e lançamento de novos serviços e produtos para chamar a atenção dos seus clientes, a interação incisiva de postagens nas redes sociais, maneiras de renegociação de novas datas e serviços e em alguns casos a busca por alternativas de renda externa e/ou financiamentos.

Foi observado que, embora os organizadores de eventos tenham utilizado principalmente seus recursos pessoais para se manterem durante a pandemia, o auxílio emergencial disponibilizado pelo governo também foi utilizado para apoiar ao setor de eventos. Após os esforços do setor em busca de reconhecimento diante aos governantes do estado, foi disponibilizado o recurso para auxiliar o setor mediante as restrições impostas. Esse apoio financeiro foi uma resposta aos desafios e uma medida para ajudar a mitigar os impactos psicológicos enfrentados pelo setor.

Ainda durante o estudo deste trabalho, foi possível observar que a grande parte dos profissionais da área de eventos conseguiram se reinventar positivamente diante da nova normalidade. Através da inovação, criatividade e, acima de tudo, profissionalismo, a maioria das empresas conseguiu se manter ativa no mercado, mesmo enfrentando obstáculos decorrentes de novas regras e protocolos. A experiência acumulada ao longo de pelo menos 7 anos de atuação é uma

característica que se destaca quando se trata de sobrevivência nesse cenário desafiador. Na fase de retomada, o setor de eventos precisou se adaptar aos novos protocolos sanitários, respeitando os limites de capacidade em cada local e compreendendo a nova dinâmica das humanas e do contato físico. Com base em tudo o que foi pesquisado e discutido neste trabalho, pode-se verificar que o comportamento do cliente também se torna importante para determinar como o setor de eventos se desenvolve ao desenrolar dos processos. Nos meses em que houve paralisação total, surgiram muitas soluções inovadoras que possibilitaram as divulgações dos serviços prestados, como, por exemplo as redes sociais, onde os profissionais puseram os seus produtos e serviços.

Por fim, verificou-se que o setor de eventos caracteriza-se de grande importância para a economia local, em virtude da sua capacidade de geração de emprego e renda. Considera-se que a partir deste trabalho, outros demais de grande importância possam ser realizados. Todos viram como positiva e valiosa a realização da pesquisa, tanto no uso dela para futuras negociações junto a órgãos públicos quanto para organização do setor e melhor compreensão do valor dessa cadeia de atividades para com o governo e sociedade.

Sugere-se como trabalhos futuros, realizar um estudo abrangente e quantitativo, com uma amostra ampliada de promotores, proprietários de empresas do setor de eventos, e profissionais que atendem aos eventos sociais, buscando obter uma proporção maior de dados e englobar toda a região da serra.

REFERÊNCIAS

ABRANTES-BRAGA, F., D. **Pandemia influencia o comportamento das marcas nas mídias sociais.** 2020. Disponível em: <<https://www.insper.edu.br/noticias/midias-sociais-pandemia-marcas/>>. Acesso em: 30 out. 2022.

ABREU, L. **O que são mídias digitais, quais os tipos, benefícios e como fazer seu planejamento!** 2019. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/midia-digital/>>. Acesso em: 09 dez. 2022.

AGÊNCIAS SEBRAE. **Entenda o impacto da pandemia no setor de eventos.** Disponível em: <<https://agenciasebrae.com.br/brasil-empresedor/premio-sebrae-top-100-de-artesanato-celebra-a-diversidade-artistica-do-brasil/>>. Acesso em: 10 ago. 2021.

ALAMI, S.; DESJEUX, D.; GARABUAU-MOUSSAOUI, I. **Os métodos qualitativos.** Petrópolis: Vozes, 2010. E-book.

ALVARENGA, Darlan; SILVEIRA, Daniel. **Pib do Brasil despenca 4,1% em 2020.** G1, 03 de março de 2021. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/03/03/pib-do-brasil-despenca-41percent-em-2020.ghtml>>. Acesso em: 03 de mai. de 2023.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE EVENTOS. **Setor de eventos perde empregos equivalentes a 80 fábricas da Ford.** 26 de jan. 2021. Disponível em: <<https://abeoc.org.br/2021/01/setor-de-eventos-perde-empregos-equivalentes-a-80-fabricas-da-f>> Acesso em: 09 dez. 2022.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE EVENTOS. **Dados do setor de eventos em 2019.** 10 de dez. de 2019. Disponível em: <<https://abeocpr.com.br/dados-do-setor-de-eventos-de-2019-abeoc-brasil/>>. Acesso em: 26 out. 2022.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE EVENTOS. **Mercado de eventos e cerimônias despontam com grande potencial este ano.** 17 de jun. 2015. Disponível em: <<https://abeoc.org.br/2015/06/mercado-de-eventos-e-cerimonias-despontam-com-grande-potencial-este-ano/>>. Acesso em: 20 out. 2022.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE EVENTOS. **Mercado de festas e cerimônias de consumo R\$ 16,8 bi em 2014-2015.** 20 de ago. de 2015. Disponível em: <<https://abeoc.org.br/2015/06/mercado-de-eventos-e-cerimonias-despontam-com-grande-potencial-este-ano/>>. Acesso em: 20 out. 2022.

BARBETA, Pedro Alberto. **Estatística Aplicada às Ciências Sociais.** 5ª ed. Florianópolis: Ed. UFSC, 2002.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo.** São Paulo: Edição 70°, 2011. E-book.

BARROS, MB DE A. et al. **Relato de tristeza/depressão, nervosismo/ansiedade e**

problemas de sono na população adulta brasileira durante a pandemia de COVID-19. Epidemiologia e serviços de saúde: revista do Sistema Único de Saúde do Brasil, v. 29, n. 4, pág. 427, 20 de ago. de 2020. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S1679-49742020000400018>>. Acesso em: 30 out. 2022.

BAUER, MW; GASKELL, G.; ALLUM, NC. **Qualidade, quantidade e interesses do conhecimento.** In: BAUER, MW; GASKELL, G. (Org.) Pesquisa Qualitativa com textos, imagem e som: um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2008.

BROOKS, SK. et al. **Impacto psicológico da quarentena e como reduzi-lo:** revisão rápida das evidências. The Lancet, v. 395, p. 912-920, 2020.

CALTON, B.; ABEDINI, N.; FRATKIN, M. **Telemedicina em tempos de coronavírus.** 31 de mar. de 2020. Disponível em: <[https://www.jpsmjournal.com/article/S0885-3924\(20\)30170-6/fulltext](https://www.jpsmjournal.com/article/S0885-3924(20)30170-6/fulltext)>. Acesso em: 22 de abril de 2023.

CESCA, Cleuza G. Gimenes. Organização de Eventos – Manual para Planejamento e Execução. 5ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 2018.

COELHO, M. F.; MAYER, V. F. Gestão de Serviços Pós-Covid: O que se Pode Aprender com o Setor de Turismo e Viagens?. **Gestão e Sociedade**, v. 14, n. 39, p. 3698-3706, 2020. Acesso em: 10 de abril de 2023.

COLLIS, Jill; HUSSEY, Roger. **Pesquisa em Administração:** um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

CZAJKOWSKI, Adriana; CZAJKOWSKI Júnior Sérgio. **Eventos:** uma estratégia baseada em experiências. Curitiba/PR: InterSaberes, 2017.

DICIO. **Dicionário Online de Português.** 2017. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/>>. Acesso em: 16 de abril de 2023.

EM meio à pandemia, setor de eventos adapta forma de oferecer entretenimento ao público. Lives e drive-in estão entre as soluções encontradas pelo setor **Gl. Globo**, 04 de agosto de 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/especial-publicitario/reinventese/noticia/2020/08/04/em-meio-a-pandemia-setor-de-eventos-adapta-forma-de-oferecer-entretenimento-ao-publico.ghtml>>. Acesso em: 20 de abril de 2023.

EXAME. **Abalado pela pandemia**, setor de eventos precisa de apoio. 2022. Disponível em: <<https://exame.com/bussola/abalado-pela-pandemia-setor-de-eventos-precisa-de-apoio/>>. Acesso em: 03 set. 2022.

FALEIRO, G. **Como se reinventar em tempos de coronavírus?** Blog Loja Virtual [2020]. Disponível em: <<https://www.lojavirtual.com.br/blog/como-se-reinventar-em-tempos-de-coronavirus/>>. Acesso em: 21 de abril de 2023.

FARO, A. et al. **COVID-19 e saúde mental:** uma emergência do cuidado. Estud Psicol, 37, 20-27, 2020.

FLICK, Uwe; COSTA, Dirceu Roberto Cataldo Silva. **Qualidade na pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FORTES, Waldyr Gutiérrez. **Relações Públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias**. 2ª ed. São Paulo: Summus, 2011.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa. Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS**. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIACAGLIA, Maria Cecília. **Organização de eventos: teoria e prática**. São Paulo: Thomson Learning, 2006. E-book.

GIACOMO, Cristina. **Tudo Acaba Em Festa**. São Paulo: Página Aberta, 1993. E-book.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar um projeto de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2008. E-book.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar um projeto de pesquisa**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2018. E-book.

GONÇALVES, JEL. **Os impactos das novas tecnologias nas empresas prestadoras de serviço**. Revista Administração de Empresas v. 34, p. 63-81, 1993. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rae/a/QnPcBpMbkGm68SYZMpL89rF/>>. Acesso em: 22 de abril de 2023.

GRONROOS, C.; OJASALO, K. **Produtividade em Serviços: Rumo a uma Conceituação da Trans. de Insumos em Resultados Econômicos em Serviços**. (2004) Disponível em: <[http://dx.doi.org/10.1016/S0148-2963\(02\)00275-8](http://dx.doi.org/10.1016/S0148-2963(02)00275-8)>. Acesso em: 03 de setembro de 2022.

Hobsbawm, Eric. **A Era dos Extremos: O Breve Século XX. 1914-1991**. Companhia das Letras, 1995.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Comissão Nacional de Classificação**. Disponível em: <<https://concla.ibge.gov.br/busca-online-ctnae.html>>. Acesso em: 10 de julho de 2021.

ISIDORO, M. Ana. et al. **Manual de Organização e Gestão de Eventos**. Edição Sílabo. 2013. E-book.

JÚNIOR, Janary; LEMOS, Cláudia. **Medida provisória prorroga regras para cancelamento de eventos na pandemia**. Agência Câmara de Notícias. 18 de março de 2021. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/noticias/737355-medida-provisoria-prorroga-regras-para-cancelamento-de-eventos-na-pandemia>> Acesso em: 27 de junho de 2023.

KAHTALIAN, M. Marketing de Serviços. In: Marketing: **Coleção Gestão**

empresarial, 2002, p. 20. FAE Business School/ Gazeta do Povo. Disponível em: <https://www.cairu.br/biblioteca/arquivos/Administracao/Marketing_FAE.pdf>. Acesso em: 11 de abril de 2023.

KANNENBERG, Vanessa. **Assembleia aprova auxílio emergencial aos setores mais afetados pela pandemia no RS**. Governo do Estado. 06 de abril de 2021. Disponível em: <<https://casacivil.rs.gov.br/assembleia-aprova-auxilio-emergencial-aos-setores-mais-afetados-pela-pandemia-no-rs>>. Acesso em: 20 de junho de 2023.

KANNENBERG, Vanessa. **Governo divulga mudanças em protocolos para estádios, casas noturnas e eventos**. Governo do Estado. 30 de novembro de 2021. Disponível em: <<https://www.estado.rs.gov.br/governo-divulga-mudancas-em-protocolos-para-estadios-casas-noturnas-e-eventos>>. Acesso em: 23 de abril de 2023.

KOTLER, P.; KELLER, KL. **Administração de marketing**. 14ª ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

LEITZKE, Vitória. **Setor de eventos brinda à retomada em Caxias do Sul**. Gaúcha ZH. 10 de outubro de 2022. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/pioneiro/economia/noticia/2022/10/setor-de-eventos-brinda-a-retomada-em-caxias-do-sul-cl91n82vk002d018wn9tsbfaq.html>>. Acesso em: 2 de maio de 2023.

LEITZKE, Vitória. **Pela primeira vez em Caxias, feira promove setor de eventos**. Gaúcha ZH. 02 de agosto de 2022. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/pioneiro/economia/noticia/2022/08/pela-primeira-vez-em-caxias-feira-promove-setor-de-eventoscl6cpne8a00bn017p8xybh6x8.html>>. Acesso em: 21 de maio de 2023.

MACHADO, Ralph; LEMOS, Cláudia. **Proposta cria plano para setor de eventos em razão da pandemia**. Agência Câmara de Notícias. 05 de fevereiro de 2021. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/noticias/726030-proposta-cria-plano-para-setor-de-eventos-em-razao-da-pandemia/>>. Acesso em: 23 de junho de 2023.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de Marketing: foco na decisão**. 3ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

MARTIN, Vanessa. **Manual prático de eventos**. 1ª ed. – 4. reimpr. – São Paulo: Atlas, 2007.

MATIAS, Marlene. **Organização de Eventos: Procedimentos e Técnicas**. 4ª ed. Barueri: Manole, 2007.

MATIAS, Marlene. Evolução histórica: dos eventos ao turismo de eventos. In: MATIAS, Marlene. **Organização de eventos: procedimentos e técnicas**. 6ª ed. São Paulo: Manole, 2013. cap. 1, pág. 3-57.

MCDONNELL, Ian. et al. **Organização e Gestão de Eventos**. Campus, 3ª ed., 2007, São Paulo, 143 p.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. et al. **Pesquisa Social: Teoria, método e criatividade**. 26ª ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

MINAYO, MC De S.; COSTA, A., P. **Fundamentos Teóricos Das Técnicas De Investigação Qualitativa**. Revista Lusófona de Educação, v. 40, 2018. Disponível em: <<https://revistas.ulusofona.pt/index.php/rleducacao/article/view/6439>>. Acesso em: 01 de maio de 2023.

MUGNOL, Marcelo. **Secretaria da Cultura realiza dois encontros para discutir a aplicação dos recursos da Lei Paulo Gustavo em Caxias do Sul**. Pioneiro Cultura e Lazer. 04 de junho de 2023. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/pioneiro/cultura-e-lazer/noticia/2023/06/secretaria-da-cultura-realiza-dois-encontros-para-discutir-a-aplicacao-dos-recursos-da-lei-paulo-gustavo-em-caxias-do-sul-clieyhuq900a70165ycga83ic.html>> Acesso em: 28 de junho de 2023.

NOAL, Flávia. **Setor está preocupado com as novas restrições de eventos sociais em Caxias do Sul**. Gaúcha ZH. 09 de junho de 2021. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/pioneiro/economia/noticia/2021/06/setor-esta-preocupado-com-as-novas-restricoes-de-eventos-sociais-em-caxias-do-sul-ckppuqazm0078018mh2dppsz6.html>>. Acesso em: 22 de abril de 2023.

NOBRE, Noéli; CHALUB, Ana. **Projeto cria linha de crédito para socorrer empresas de eventos durante pandemia**. Câmara dos Deputados. 2021. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/noticias/737900-projeto-cria-linha-de-credito-para-socorrer-empresas-de-eventos-durante-pandemia/>>. Acesso em: 20 de junho de 2023.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO (OIT). **A COVID-19 e o setor da saúde**. 24 de junho de 2020. Disponível em: <https://www.ilo.org/brasil/publicacoes/WCMS_760225/lang--pt/index.htm>. Acesso em: 15 de abril de 2023.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS). **OMS afirma que COVID-19 é agora caracterizada como pandemia**. Disponível em: <<https://www.paho.org/pt/news/11-3-2020-who-characterizes-covid-19-pandemic>>. Acesso em: 29 out. 2022.

ONU News. **Organização Mundial da Saúde declara novo coronavírus uma pandemia**. ONU News, 11 de março de 2020. Disponível em: <<https://news.un.org/pt/story/2020/03/1706881>>. Acesso em: 12 de out. 2022.

PEREIRA, Antônio Marcos Rodrigues. et al. **Impacto da pandemia por COVID-19 no Brasil**. v. 9, n. 01 de julho 2021. Disponível em: <<http://www.uezo.rj.gov.br/ojs/index.php/ast/article/view/318>>. Acesso em: 29 out. 2022.

PERGUNTAS frequentes sobre a Lei Paulo Gustavo. Ministério da Cultura. 2023. Disponível em: <<https://www.gov.br/cultura/pt-br/assuntos/lei-paulo-gustavo/central-de-conteudo/perguntas-frequentes-sobre-a-lei-paulo-gustavo>> Acesso em: 28 de

junho de 2023.

RAMÍREZ-ORTIZ, J. et al. **Consequências De La Pandemia Covid 19**. Revista Scielo Preprints, p. 21, 2020. Disponível em: <http://www.scielo.org.co/pdf/rca/v48n4/es_2256-2087-rca-48-04-e301.pdf>. Acesso em: 29 out. 2022.

RECH, Maicon. **Setor de eventos perde 82% do faturamento em Caxias do Sul**. Leouve, 17 de junho de 2021. Disponível em: <<https://leouve.com.br/negocios/setor-de-eventos-perde-82-de-faturamento-em-caxias-do-sul>>. Acesso em: 23 de abril de 2023.

REIS, T., B. et al. **A prática do Home office em períodos de isolamento social**. Boletim de pesquisa e desenvolvimento do ISECENSA, v. 1, p. 11-13, 2020.

REZENDE, A., A; MARCELINO, J., A; MIYAJI, M., A., A. **Reinvenção das vendas: as estratégias das empresas brasileiras para gerar receitas na pandemia de COVID-19**. Boletim de conjuntura (BOCA), v. 2, p. 53-69, 2020. Disponível em: <<https://revista.ioles.com.br/boca/index.php/revista/article/view/113>>. Acesso em: 15 de ago. de 2022.

REZENDE, Y. **Informação para negócios: os novos agentes do conhecimento e a gestão do capital intelectual**. Ciência da Informação, v. 31, p. 120-128, 2002.

RIBEIRO, J.; SOUZA, D., N.; COSTA, A., P. **Investigação qualitativa na área da saúde: por quê?** Ciência e saúde coletiva, v. 21, n. 8, pág. 2324, 2016. E-book.

ROESCH, S., M., A. **Projetos de graduação e de pesquisa em administração: guia para sucesso, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009. E-book.

SANARMED. **Pandemias na história: o que há de semelhante e de novo comparando com a COVID-19**. 2020. Disponível em: <<https://www.sanarmed.com/pandemias-na-historia-comparando-com-a-covid-19>>. Acesso em: 29 out. 2022.

SCHMIDT, B. **Impactos na Saúde Mental e Intervenções Psicológicas Diante da Pandemia do Novo Coronavírus (COVID-19)**. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/SCIELOPREPRINTS.58>>. Acesso em: 18 de ago. 2022.

SCHUCHMANN, A. **Isolamento social vertical X Isolamento social horizontal: os dilemas sanitários e sociais no enfrentamento da pandemia de COVID-19**. Disponível em: <<https://doi.org/10.34119/bjhrv3n2-185>>. Acesso em: 15 de set. 2022.

SEBRAE. **Como o setor de eventos está se adaptando à pandemia?**. 10 de novembro de 2021. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ms/artigos/como-o-setor-de-eventos-esta-se-adaptando-a-pandemia>>

,4c80db6e050db710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 22 de abr. 2023.

SEBRAE. **Lei Geral da Micro e Pequena Empresa**. 13 de dez. 2022. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/lei-geral-da-micro-e-pequena-empresa,46b1494aed4bd710VgnVCM100000d701210aRCRD>>. Acesso em: 28 de mai. 2023.

SECRETARIA DE COMÉRCIO E SERVIÇOS. **A importância do setor terciário para a economia**. Disponível em: <<https://www.gov.br/produtividade-e-comercio-exterior/pt-br/assuntos/comercio-e-servicos/a-secretaria-de-comercio-e-servicos-scs/programas-e-acoes-scs>>. Acesso em: 11 de abr. 2023.

SCHENKEL, Eliseu. **O setor de eventos e os efeitos decorrentes da pandemia da COVID-19: Um estudo com empresas chapecoenses**. 2021. Disponível em: <<https://rd.uffs.edu.br/bitstream/prefix/4883/1/SCHENKEL.pdf>>. Acesso em: 20 de mar. 2023.

SENAC, DN. **Eventos: Oportunidades de novos negócios**. Rio de Janeiro: Ed. SENAC Nacional, 2000.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Quais foram os impactos do coronavírus no segmento de negócios e eventos?**.

Disponível em:

<[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/1eda75adf7bea66b49e9d8a6130497e5/\\$File/19684.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/1eda75adf7bea66b49e9d8a6130497e5/$File/19684.pdf)>. Acesso em: 11 de abr. 2023.

TÂMBARA, Ian; FEIJÓ, Frederico. **Sul do RS proíbe a realização de eventos em novo modelo de monitoramento da pandemia**. GZH, 17 de maio de 2021.

Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/coronavirus-servico/noticia/2021/05/sul-do-rs-proibe-realizacao-de-eventos-em-novo-modelo-de-monitoramento-da-pandemia-ckosuwg33005r0180rc4jdw2.html>>. Acesso em: 28 de maio de 2023.

TOMÉ, Luciana Mota. **Setor de eventos e a pandemia**. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, ano 6, n.164, jun.2021. Disponível em: <https://www.bnb.gov.br/s482dspace/bitstream/123456789/817/1/2021_CDS_164.pdf>. Acesso em: 29 out. 2022.

TORRES, Vítor. **Tipos de empresa: Conheça todos os tipos para abrir no Brasil**. 15 de maio. de 2023. Disponível em: <<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/entenda-quais-sao-os-tipos-de-empresa-para-abrir-no-brasil/>>. Acesso em: 28 de mai. 2023.

VELOSO, Dirceu. **Organização de Eventos e Solenidades**. Goiânia: AB Editora, 2001. E-book.

ZANELLA, Luís Carlos. **Manual de Organização de Eventos: Planejamento e Operacionalização**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

ZANELLA, Luís Carlos. **Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização**. 5ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 2012. E-book.

ZANINI, Luiza. **Procon orienta sobre o cancelamento de eventos particulares em meio a pandemia**. Procon RS. 15 de maio de 2020. Disponível em: <<https://www.procon.rs.gov.br/saiba-quais-os-direitos-do-consumidor-no-caso-de-cancelamento-de-festas-eventos>> Acesso em: 28 de junho de 2023.

APÊNDICE A – RESULTADO DA COLETA DE DADOS

1.Qual o porte de sua empresa?

| | |
|-----------------------|--|
| Entrevistado 1 | Na verdade, eu sou cerimonialista. A minha empresa é de médio porte, fazendo média 2 eventos por mês. Não tenho, nunca tive funcionários fixos, e sempre tive pessoas terceirizadas, mas acredito que é de porte pequena à médio porte. |
| Entrevistado 2 | Sou micro empresária. Eu não lembro quando, mas é eu já trabalho há 27 anos com eventos. E eu iniciei de uma forma bem improvisada, diria, porque a minha formação é psicologia, então não sou formada em relações públicas. Comecei mais como cerimonialista mesmo, só o cerimonial. E aos poucos eu fui abraçando toda a organização, porque tinha cada vez mais pessoas com dificuldades, e precisavam de tempo para planejar e não sabiam, e eu não conhecia os fornecedores e a gente não tinha na época, imagina 25 anos atrás, não tinha gama de fornecedores que a gente tem hoje. Sei que eu iniciei no mês de setembro com uma festa de casamento, foi aqui em Caxias do Sul, num condomínio residencial, num apartamento. Junto com o estilista Clodovil Hernandez, foi ele que me apresentou para o cliente, como assessora dele de eventos e eu aprendi na marra. Tu é a pessoa certa para fazer isto, é psicóloga, tem paciência, tu entende o ser humano vai entender as noivas, a complexidade que é para elas essa data você vai se sair muito bem. E eu estou nessa, me sai muito bem a 27 anos. A minha empresa continua pequena. Sou micro empresária. Eu nunca expandi. Na verdade, eu sempre tive escritório, sempre tive. Um controle assim absoluto de tudo. Já tive secretária, já tive design de interiores, já tive assistente, já tive equipe de recepcionistas, tudo contratado da minha empresa. |
| Entrevistado 3 | Na verdade eu não sei quais são os critérios para avaliar uma empresa de remédio, grande, ou pequeno porte. Eu tenho, na verdade 4 funcionários. Mas contando os freelancer passam de 30 pessoas. Quando nós temos eventos, eu tenho 30 funcionários trabalhando, porque, como eu disse, 4 são fixos, mas os demais a gente chama quando tem os eventos. Era apenas um local com quadras de futebol, um quiosque para reunir amigos e fazer pequenas confraternizações. Passou um tempo em erguemos um celeiro, queríamos que fosse também um lugar de realização de sonhos. O espaço tem um cenário mais rústico, romântico e aconchegante. |
| Entrevistado 4 | Então, a nossa empresa é de pequeno porte, digo nossa porque eu tenho uma sócia de relações públicas. Nós nos conhecemos ainda no período de universidade, mas a empresa completa 6 anos nesse ano. Ela tem um porte pequeno, nós duas trabalhamos como MEI, fizemos uma divisão, na parte de emissão de notas, pra não ficar pesada. E para que a gente siga se enquadrando nesse meio ainda conseguimos como MEI, é |

| | |
|------------------------|---|
| | então de pequeno porte. |
| Entrevistado 5 | A minha empresa possui uns 40 funcionários. Ela fica entre o pequeno e médio porte. Fica mais para média médio porte. |
| Entrevistado 6 | O porte da minha empresa é pequeno. É uma empresa com 3 atividades, ramos diferentes. Já completamos 15 anos no mercado, e nós iniciamos as atividades em 2008. Mas não com segmentos de eventos. O segmento de eventos está fazendo 10 anos neste ano. O segmento de eventos teve início quando nos mudamos de endereço, um espaço muito grande. Então, nosso primeiro segmento da alimentação, que é a pastelaria e também a confeitaria. E quando viemos para esse espaço, precisou ser otimizado. Ele estava ocioso e como a gente já tinha todo o material, tínhamos tudo o que precisava para fazer o evento, só precisava mesmo formalizar, porque nós já tínhamos o produto, o espaço e a estrutura. Na época, foi mais viável e rápido entrar com eventos do que outras atividades de locar esse espaço. |
| Entrevistado 7 | A minha empresa é de porte pequeno, em 01/01/2003 iniciei neste ramo de eventos como auxiliar, e fui me desenvolvendo com o tempo. |
| Entrevistado 8 | Nós trabalhamos da seguinte maneira, nós não temos funcionário fixo. Trabalhamos pessoas freelancer, conforme a demanda do evento, contratamos a quantidade de pessoas que for preciso. Para cozinha, garçons, para parte de segurança, principalmente estacionamento. É pequena, empresa de pequeno porte. Ela está completando agora em setembro 8 anos, porém antes ela era uma prestadora de serviço. |
| Entrevistado 9 | Hoje a empresa contém 4 funcionários fixos. E as outras mão de obra são terceirizadas, algumas entra na cozinha. A empresa se estabelece como médio porte. Então, eu trabalho já fazem uns 17 anos na empresa, mas ela iniciou à uns 2 anos antes. |
| Entrevistado 10 | Nós cerimonialistas de eventos sociais temos empresa, quase todas temos CNPJ, mas não temos uma estrutura de uma grande empresa de eventos, então no meu caso sou de pequeno porte. Eu tenho dezessete anos no mercado como cerimonialista, como empresa de eventos sociais. |

2.Quantos eventos em média atendia mensalmente (antes) da Pandemia?

| | |
|-----------------------|--|
| Entrevistado 1 | O que falei anteriormente, os eventos, principalmente em Caxias é muito sazonal. Inverno, não acontece nada. As formaturas são muito juntas, então na verdade, tinha meses que fazia por volta de 4 à 5 eventos, nos meses de Junho e Julho não se fazia nada, mas em uma média mensal eram 2. |
| Entrevistado 2 | Há quase todos os finais de semana de todos os meses. Eu quero minha agenda cheia, então eu tinha muitos, na verdade como é que funciona? Se tu queres descansar, tu tens que bloquear sua agenda. Então eu bloqueava a minha agenda em algumas semanas por ano para poder descansar, para poder ficar com a família. Mas é também, aqui no Rio Grande do Sul, |

| | |
|-----------------------|--|
| | <p>temos períodos sazonais. Então no Rio Grande do Sul o inverno é muito rigoroso. Em junho, e julho é mês de férias. Quando eu comecei lá em uns anos 90, as universidades, todas elas tinham datas específicas para as formaturas, todas terminavam em dezembro. Era um horror, a gente chega ao fazer as festas antecipadas, na quarta, na quinta, na sexta, no sábado no domingo, porque todos se formavam no final do ano. Então eu que liguei para as universidades pessoalmente e falava... Por favor, mudem esse currículo, mudem o sistema, é inviável, é desumano, é incoerente formar todos os universitários só num mês do ano, só numa data do ano, tanto que hoje não é mais assim. O primeiro que me chamava eu já fechava. Tinha às vezes 3 formaturas no mesmo dia, porque as pessoas queriam que eu fizesse, então eu assessorava. E eu só ia na primeira que me contratou. As outras 2 eram minhas assistentes que iam por isso que eu tinha um escritório um pouquinho maior em função da grande demanda de eventos. Era uma loucura, em dezembro era surreal, era um mês assim, atípico. Julho é o mês de férias, então diminuía muito. Agosto as noivas tinham o ditado, que neste mês elas não gostam de casar. No mês de agosto, e isso é fato, isso é real. Maio não é mais o mês das noivas, pelo menos aqui no Rio Grande do Sul não é mais. A minha mãe e a geração da minha mãe, das minhas tias. Todas casaram no mês de maio. Mês do que as mães casavam, era todas, casavam em maio. Mas agora não esse mês de maio é mês das mães. Então, tanto que não se ouve mais falar, que é o mês das noivas, mas ainda tem um pouquinho dessa tradição. E então eu procurava fazer promoções para poder preencher meu ano para preencher os meses com uma demanda menor. Com essa busca minha incessante, de querer preencher todo o meu ano. Para manter minha meta por mês, eu comecei a divulgar o meu trabalho em outros estados. Eu comecei a divulgar em São Paulo, em Curitiba, Minas. E hoje, eu sou a que mais recebe casamentos de pessoas de fora, 90% dos meus clientes são de fora do Brasil. De fora do estado do Rio Grande do Sul e do Brasil, eu tenho aí caxienses brasileiros que estão fora, que casaram ou querem casar com americano, com canadense, com italiano, com venezuelano, com chileno. E eu já atendi esses casais que vem fazer a festa aqui nas vinícolas ou aqui em Caxias, ou Flores da Cunha. Então eu sou um receptivo, eu sou cerimonialista de destination. Eu quero continuar preenchendo todos os finais de semana do meu mês.</p> |
| Entrevistado 3 | <p>Mais ou menos em torno de oito eventos por mês, mais ou menos. Na verdade, oito casamentos por mês, pois em nosso espaço fizemos só casamentos. Por ser uma fazenda, nós focamos o planejamento para realização de casamentos. Temos o espaço de restaurante, ambiente para celebração do casamento, espaço interno e externo para festa.</p> |
| Entrevistado 4 | <p>Antes da pandemia, uma média de 4 eventos por mês. A região em que nós estamos tem uma sazonalidade. Tem períodos que</p> |

| | |
|------------------------|--|
| | aumenta bastante e tem períodos, especialmente agora no inverno, aqui na Serra gaúcha, onde os eventos sociais dão uma reduzida em função do próprio frio. Então, maio, junho, julho, são períodos que reduz, mas numa média, se a gente for separar no ano, daria em torno de uns 4 eventos meses. |
| Entrevistado 5 | A casa tem 4 salões, onde conseguimos atender até 600 pessoas simultaneamente. A empresa faz quatro eventos numa noite, conseguimos atender até seiscentas pessoas simultaneamente entre todos os salões. |
| Entrevistado 6 | Eles eram em média uns 6 eventos por mês. |
| Entrevistado 7 | Antes da pandemia eram em média de 3 à 4 eventos ao mês. |
| Entrevistado 8 | Nós temos fases de eventos, agora é uma fase baixa para eventos. Esta fase baixa começa na metade de abril e vai até final de julho. Essas são fases, é que os eventos cai. Falam que mês de maio é o mês das noivas, mas para nós não, pelo motivo do frio. Os casamentos acontecem mais final do ano e no início do ano. Então vem as formaturas de inverno, que já começa na segunda quinzena de julho e vai até a primeira quinzena de setembro. E depois já tem outros tipos de eventos, como festas de 15 anos, festas infantil e corporativos. E fizemos atendimentos externos, pois não atendemos somente em nosso espaço. Não temos uma demanda mensal, posso te colocar que final de 2022 tivemos uma boa procura, não fizemos mais eventos por questão de espaço, porque nós temos um único salão. Para se ter uma média do dia 26 de novembro à 23 de dezembro de 2022, nós realizamos 12 eventos. E se nós tivéssemos mais um espaço teríamos realizado um outro tanto. |
| Entrevistado 9 | Isso é muito relativo. Em formaturas, às vezes caem 2 à 3 por final de semana. Às vezes, na sexta, no sábado. Teríamos que fazer uma conta, então, geralmente antes da pandemia nas sextas, e sábados, eram em torno de 3 à 4 por final de semana. Mas como nós temos 5 salas. Teve final de semana com as 5 salas, totalmente lotadas. Eu acho que em média, por mês, 30 eventos. E então compensa os que não tem, nunca cheguei a fazer uma conta. Então eu acho que uma média de 15 à 20 eventos por mês. . |
| Entrevistado 10 | Próximo à 4 eventos aos mês. |

3.Quantos eventos em média atendeu mensalmente (durante) a Pandemia (ano de 2020)?

| | |
|-----------------------|--|
| Entrevistado 1 | Não, não foi feito eventos. |
| Entrevistado 2 | Eu fiz os que tinham que realmente fazer. Eu não vou negar que eu não infringi, eu infringi junto com as famílias dos noivos. E realizamos pequenos eventos. Sim, porque eles precisavam casar. Eles não tinham como adiar. Nossa eu não fazia nada não. Eu realmente só fiz os que realmente precisavam ser feitos. Não lembro exatamente quantos, mas se olhar no meu Instagram, onde tem máscara, era um evento quando eu estava trabalhando fora, assim tava fazendo evento. Mas foram todos muito pequenos assim durante o dia, e eu seguia a lei. Pode |

| | |
|-----------------------|---|
| | <p>tantas horas com tudo aberto, em lugar arejado, com tantas distância. Não podia ter buffet, os garçons tinham que estar de luva e máscara. As pessoas se agrupava pelo grupo familiar, então tudo isso a gente seguiu. Então realmente, nesses moldes eu fiz, acho que uns 10. Mas depois, começou a ficar bem complicado. O Covid-19 realmente se alastrou e nossos familiares mesmo começaram a ficar doentes. Então, obviamente, a gente começou a ficar assustado e eu parei. Diria que estes 10, fiz no início em março, abril e maio, logo no início da pandemia, quando não tinha tanto. Em 2020 fiz um casamento onde eu recebi italianos, tinha italianos aqui no Brasil e em Flores da Cunha e o Covid já estava acontecendo lá, e eles estavam aqui. Hoje, quando a gente pensa que poderia ter sido acontecido algo trágico para todos nós. Aí março eu fiz alguns abril, maio também. Depois o inverno todo. Aí foi um caos, não fiz mais nada. Alguns de médico eu fiz, porque eles precisavam ir a Congresso, viajar, sair. Mas muito poucos assim. Foi bem triste assim.</p> |
| Entrevistado 3 | <p>No ano de 2020, nenhum evento. Porque eu tive que fechar as portas em 20 de março, e eu retomei somente em novembro de 2021, nós ficamos um ano e 7 meses sem atender nenhum evento. Com funcionários, com toda a estrutura. Porque nós temos praticamente uma estrutura de fazenda. Nós temos em torno de 10 hectares, o imposto é urbano. Temos um custo médio próximo à 25 e 30 mil reais. Isso porque nós não pagamos imposto. Então temos uma custo fixo de aproximadamente 30 mil reais.</p> |
| Entrevistado 4 | <p>O que aconteceu? Os eventos presenciais, eles precisaram parar logo no início do ano, ficaram assim por todo período então, presencial, só se fez quando estava permitido fazer, que haviam alguns períodos que eram liberados fazer com máscara, com álcool gel e todos os cuidados, mas ele reduziu muito. Eu te diria que sim, ficou uma média de não exato, mas um por mês, mas tivemos os eventos virtuais. Nós passamos a atender eventos corporativos em formato digital. Que eram gravados então em estúdios para transmissão para os clientes dessas empresas, e esses podemos dizer que teve uma média de 2 por mês, mais ou menos.</p> |
| Entrevistado 5 | <p>Não, durante a pandemia não realizamos nenhum evento, foram feitos somente até onde podíamos, no mês de março.</p> |
| Entrevistado 6 | <p>Em 2020 foi o ano que iniciou a pandemia, então mantinha-se a média de 6 até março. E a partir dali, nós não atendemos nenhum evento. Nós focamos nas outras atividades. A gente retomou os eventos em 15 de janeiro de 2022, quando começamos a passar os orçamentos.</p> |
| Entrevistado 7 | <p>A Pandemia começou em fevereiro de 2020, nós oficialmente não podíamos fazer eventos, em maio de 2022 eu já comecei a fazer. Neste meio tempo fiz algumas ações. Nós ganhamos a bandeira, à partir de junho, julho, começou a ser liberado em setembro, outubro, novembro e dezembro, porque as pessoas</p> |

| | |
|------------------------|--|
| | queriam festa. Tinham eventos durante a semana, em média 1 à 2 mensal, quando tinha a Bandeira laranja. |
| Entrevistado 8 | Nada, nenhum. Na verdade, no início de novembro de 2020, fizemos um casamento. Quando liberaram, foi um casamento grande. O casamento para 60 pessoas. Porém, nos reinventamos partimos para o delivery, o que nós fazíamos e ainda faz para os eventos, começamos a oferecer para os clientes, ou eles vinham buscar ou solicitavam através da nossa tele entrega. Um cliente, que veio de Florianópolis, fazia eventos simultâneos, na média à 30, 40 e 60, dava cursos para 12 à 20 pessoas, eram eventos bem restritos. Foi estes movimentos que também nos ajudaram um pouco, não foi assim nenhum evento grande, tinha um coffee break de manhã, tinha um almoço e depois à tarde mais um coffee, e mais o aluguel do espaço. E nós trabalhávamos bem reduzidos, contratava só 2 pessoas, uma menina para me ajudar cozinha e outra para ficar no salão. |
| Entrevistado 9 | Então a gente não fazia. Porque na verdade durante a pandemia não se fez eventos, nós fazíamos as entregas e retiradas dos produtos que faemos aqui, como as massas, bolos, enfim. As opções alternativas e o cliente vinha retirar depois, quando liberaram, enfim, para fazer alguma coisa, era muito pouco, eram uns 2 à 3 por mês, então foi bem precária a situação. |
| Entrevistado 10 | Durante a pandemia eu realizei pouquíssimos eventos. Talvez quatro durante todo o ano de 2020. Eram eventos que já estavam contratados, já estavam pagos. |

4.Qual o percentual de faturamento que sua empresa perdeu (-) ou ganhou (+) no ano de 2020 em virtude da Pandemia?

| | |
|-----------------------|---|
| Entrevistado 1 | Só perdemos porque teve contratos fechados. Só perdemos. Não foi ganhado nada. Devolução de dinheiro, cancelamento foi muito ruim. Que, na verdade, assim o que eu me lembro agora de cancelamento. Teve um aniversário em abril, nós fechamos as portas no dia 19 de março, então a primeira semana de abril nem pensar! |
| Entrevistado 2 | Eu só perdi. Não teve ganhos porque esses eventos que a gente executou já tinham sido pagos. Já estavam andando. O que eu fiz, foi gastar as reservas que tinha feito durante o ano de 2019. E 2020 ia ser um ano maravilhoso de eventos. Eu estava com a minha agenda cheia. A tristeza maior foram as formaturas. Que não puderam ser realizadas. A colação de grau pode ser feita. Eu assisti algumas por vídeo. Foi assim, uma choradeira. Foi triste, pois as formandos mandavam pra mim o link quando chamava o nome a gente vibrava, a gente chorava e ria ao mesmo tempo, elas rapidamente tiravam a máscara para a gente conferir realmente que eram elas, ou eles. Essa parte assim, bem dramática da pandemia. E então esses |

| | |
|------------------------|---|
| | eventos, eu fiz de coração, eu fiz porque eles já tinham pago ou me pagaram uma parte porque o executei improvisado. Foi menor. Foi dramático, e a sorte minha que eu tinha algumas reservas e fui gastando, eu fui controlando isso. Como não tinha tantos gastos de saídas, deslocamentos, telefone, nada funcionava, nada ligado. Estava tava tudo mudo, tudo parado. |
| Entrevistado 3 | Zero. O faturamento neste período foi zero. Pois, paramos totalmente, não podíamos fazer eventos nem com dez pessoas, mesmo sendo familiar e tendo toda a estrutura para um evento aberto, não podíamos fazer se não eramos multados, devido o decreto imposto. |
| Entrevistado 4 | Certo, vamos colocar lá uma média para analisarmos. Uma perda de uns 11000 mil por mês. Que tínhamos uma média antes de 4 e seguir a média de um durante o mês. Fazendo uma média dos valores também que cobrávamos na época. Em média, dá em torno de uma redução de uns 11000 mil ao mês. |
| Entrevistado 5 | Só tivemos perdas, por não podermos fazer eventos neste período. |
| Entrevistado 6 | Perdeu, deixa eu já fazer o cálculo dessa média de 6 eventos. Pra eu conseguir calcular aqui, e achar um lugar para anotar. Mas consigo te estimar, no ano de 2020, me referindo a 9 meses, foi uma perda de de 418 mil. Estava fazendo em média de 6 eventos por mês, sendo que dezembro, novembro, alguns meses são mais, mas também tem alguns meses que é um pouco mais baixo, então eu mantive os 6 eventos por meses. |
| Entrevistado 7 | Na pandemia nós não podíamos fazer nenhum evento. Eu fazia os kits, eu tinha eventos pequenos. Na pandemia, houve uma perda de 70% à 85% do lucro, contando à partir de Março de 2020 até média de Dez. 2021. É porque tinha meses que eu não podia fazer nada, e não ganhava nada. Eu que fiz ações, foi no período de maio de 2020 até dezembro de 2022. Por exemplo, eu criei um panetone de flores, em seguida eu segui com o Dia das Mães em maio de 2022, fiz dia dos namorados em julho de 2022, após parei de fazer essas porque podiam voltar aos eventos. Então, aqui eu estou te passando uma média até junho de 2022. Que oficialmente a pandemia foi encerrada esse ano de 2023. Mas em meados de 2022 que ainda era pandemia, já se podia trabalhar. Em março de 2022 nós já estávamos bombando. Eu tinha, por exemplo, as assinaturas florais, que também era um valor que entrava durante a pandemia em 2021. |
| Entrevistado 8 | Em 2020 em virtude da pandemia, podemos dizer que perdemos bem dizer em média de 90% do faturamento. |
| Entrevistado 9 | Essa pergunta, é um pouco relativa, porque então seria o setor do financeiro. Temos o financeiro que cuida desta parte, eu não entendo muito nesta parte financeira. Mas o percentual foi bem grande, bem grande. Bem, um comparativo, a diferença na venda de alimentos em comparação com a realização de um evento, é diferença bem grande. |
| Entrevistado 10 | Durante a pandemia tivemos zero faturamento, aliás a gente só teve despesas, eu só tive despesas do que faturamentos. |

5.Sua empresa deixou de realizar novos investimentos devido a pandemia?

| | |
|-----------------------|--|
| Entrevistado 1 | Sim. |
| Entrevistado 2 | Com certeza absoluta, nada de investimento, investimentos eram, muito pelo contrário, a foi redução de custos fixos. A minha sorte também que eu iria renovar meu contrato com a minha sala em dezembro de 2019. E aí começou esse burburinho, eu estava com tantos eventos em janeiro e fevereiro que eu pedi para a dona da sala para assinar o contrato em fevereiro, ela disse não tem problema. Só que então em fevereiro veio a pandemia, e eu não assinei. As minhas 2 funcionárias pediram demissão em outubro, então eu fiz os eventos sozinha em janeiro e fevereiro, e tudo isso facilitou, porque se não, eu teria feito demissões. E teria que negociar a renovação de aluguel. Hoje eu trabalho em casa. Eu tenho um gabinete aqui no apartamento do meu marido, e eu cedi para minha filha médica, meu apartamento para ela poder trabalhar durante a pandemia, e eu vim morar com aqui com meu marido, que era meu namorado na época. Hoje é meu marido, a gente acabou casando. |
| Entrevistado 3 | Sim, com certeza! Nós ficamos totalmente parados, a empresa construiu a Capela e assim que a gente terminou de construir a Capela, que nós utilizamos todo o valor que tínhamos guardado em nosso cofre, veio a pandemia do Covid-19. Então, depois deste período ficamos parados só respiramos, mais nada. |
| Entrevistado 4 | Sim, nós estávamos com um plano de crescimento. Algumas ações que nós já planejávamos para final de 2019, onde nós faríamos em 2020 e 2021. E até mesmo em 2022. E precisamos segurar, um dos projetos seria o espaço físico. Hoje ainda nos organizamos com escritórios em home Office. Na verdade, tem um escritório de trabalho na casa dos meus pais. Esse ano também optei por sair um pouquinho desse formato eu estou indo a um coworking. E minha sócia também tem um escritório no seu apartamento, a gente acabou usando muito essas bases e para atendimento ao público, o escritório do esposo dela, que é nosso parceiro. Tem uma sala de reunião, para atendimento comercial, então nós seguramos a questão de investimento de uma sala nossa, de um espaço nosso da empresa. Foi a principal questão, onde acabamos segurando, justamente porque reduziu muito os eventos presenciais. Hoje também não temos esta necessidade, pois acabamos atendendo em vários espaços, então muitos das nossas reuniões acontecem nos cafés ou já no espaço do evento. Então, nós realmente não temos uma necessidade de ter. A gente gostaria de ter por marca para ter o nosso espaço, o nosso material concentrado em um ambiente, trazer as pessoas ali para algum eventual atendimento no nosso espaço, mas não é um problema, não é uma necessidade. Então acabamos segurando. Nós íamos ter como investimento mesmo, outra questão é a contratação de equipe, temos um fluxo muito grande de tarefas, mas tanto |

| | |
|-----------------------|--|
| | <p>antes da pandemia quanto ainda hoje a gente acabou segurando também as contratações, justamente por essa instabilidade em que voltar e depois fechar de novo, voltar e fechou de novo. Deu um impacto grande para nós, mas sendo somente nós duas, conseguimos gerenciar bem. Se tivéssemos funcionários, talvez os nossos problemas e até a questão de financeiro seria pior, porque teriam os pagamentos.</p> |
| Entrevistado 5 | <p>Assim, tudo foi parado. Da questões de investimento, questões aos próprios eventos em si, tínhamos muita dificuldade em realizar, pelo fato da configuração, como o governo entendia o que era um evento, uma que o próprio governo não sabe o que é um evento. Ele não sabe descrever. Se for falar com uma pessoa lá da receita federal com uma pessoa lá do judiciário, ninguém sabe o que é um evento. Então, eles tinham muita dificuldade para descrever um evento. Então eu vou te dar um exemplo, fazer uma festa de um aninho, é evento? Sim. Se fizer o teu aniversário em casa? É um evento ou não? Sim. Seria um evento caracterizado de pequeno porte. Então por que eu posso fazer um evento em casa e eu não posso fazer um evento no espaço sabendo que é um evento sim. Então significa que na época da pandemia eu podia fazer o meu evento em casa, mas eu não podia fazer o evento em qualquer outro local. Entende a percepção da palavra evento. Eles não entendem o que é um evento, eles não entendem a palavra conotação e eles acabavam adotando uma regra única para todo mundo. Restaurante é um evento. O casamento é um evento, não existe na legislação o que é o evento. O que é, o que simboliza, se traduz. Então por isso foi trancado tudo, paramos tudo, então era mais ou menos isso que até depois um tempo posterior é, casualmente eles liberaram para fazer eventos, eles usavam essa palavra, essa afirmação, eventos no formato restaurante. Eles estavam mais perdidos do que tentando encontrar a solução, então essa é a melhor resposta, então, conseqüentemente, eles deixaram todo mundo perdidos e naturalmente todo mundo parou. Por uma percepção que eles não entendiam nem mesmo o que queriam fazer. Eles só simplesmente, pelo senso comum tinha que parar as aglomerações, mas eu podia me aglomerar em casa. Mas parou tudo sim. Era a área dos eventos. Nesse período que ela sofreu muito com uma questão, eu posso me aglomerar em casa, mas eu não posso me aglomerar num local, entendi. Eu posso fazer escondido uma festinha na garagem. Eu posso fazer festa clandestina, mas uma empresa legal não. Então, tinha essa questão em jogo na época da pandemia.</p> |
| Entrevistado 6 | <p>Sim. Ainda estamos com dificuldades de qualquer novo investimento. Não só dentro de eventos, mas os 3 segmentos eles andam juntos, então a confeitaria parou, porque eu atendo outras casas de eventos, não só minha, nem em casa se realizava eventos. Então a confeitaria parou total. E os eventos total, segurou-se só o que tinha, só mantivemos. E ainda</p> |

| | |
|------------------------|--|
| | torcendo naquele mês para conseguir manter com o que se tinha de faturamento para não precisar fechar. Porque todo mês era uma incógnita. Se a gente fechava ou não, como eu tenho os outros segmentos, eu não consegui o benefício em função disso. Porque dentro do CNPJ não era só evento, era eventos, restaurante e também a confeitaria, então se entendia que se uma das atividades ou a 2 atividades tinha parado uma ainda seguia. Então eu não entrava no nível de tanta urgência, até para negociação de aluguel também foi bem complicado. |
| Entrevistado 7 | Sim. |
| Entrevistado 8 | Novos investimentos, que estamos começando a realizar somente agora. Alguma coisa foi feita o ano passado. Porque a gente procura não fazer dívidas, então agora tem mais alguns projetos, tem um pra finalizar no salão, e depois temos outro para área externa, para o jardim que a gente quer fazer agora, quando começar as formaturas, já estar pronto. Essa parte que nós temos, esse espaço não foi construído para ser uma casa de festas, mas sim para ser a sede de uma empresa, então surgiu a ideia, e eles começaram com eventos. Eu iniciei na casa em 2013 como prestador de serviços, e na crise de 2015 assumi o espaço. Eu não era conhecido no meio de eventos, me conheciam perante as decoradoras e cerimonialista. Então eu prestava serviços pequenos de eventos, de inaugurações, jantares pequenos a residências, empresas, e então em 2015 assumi. Quando nós começamos à crescer veio a pandemia e permaneceu por 2 anos. Então, neste ano a procura está bastante. Nós estamos na segunda quinzena de maio, e só agora estamos começando a fechar novos contratos para as formaturas de agosto e setembro. O pessoal que está se formando, está segurando, porque ninguém sabe o que pode acontecer. Estamos tendo também solicitações de orçamentos para empresas que fizeram no ano passado. Então vem final de ano, vem casamentos, vem 15 anos e acaba que faturamos bem mais. |
| Entrevistado 9 | Sim, a empresa deixou de investir durante a pandemia, em todo o período. E mesmo depois, se teve todo um cuidado. Até mesmo para investir se teve um pouco de receio. Estamos voltando com calma ainda, tá um pouco parado em questões de investimento. |
| Entrevistado 10 | Sim, não podemos realizar eventos devido as aglomerações e com isso não pude fazer novos investimentos. |

6. Nesse contexto de pandemia, sua empresa necessitou tomar empréstimo para capital de giro?

| | |
|-----------------------|--|
| Entrevistado 1 | Na verdade, não, porque como era mais a minha mão de obra, eu não tinha funcionários. Eu não me não precisei. |
| Entrevistado 2 | Com certeza, sim. Foi necessário pedir empréstimo e o governo facilitou com juros bem baixos. Eles nos possibilitaram alguns financiamentos. Eu peguei, porque era muito inseguro, |

| | |
|-----------------------|--|
| | <p>como ninguém sabia quanto tempo iria durar. Era um mês, foi pra 2 meses. Então, a gente ia empurrando, a gente ia acreditando que as coisas iriam melhorar. Cada vez piorava mais, cada vez ficava mais difícil, então. Os casais vinham procurar. Será que vai ter? Será que vai dar? E não dava, então dava o lockdown, fechava tudo. Tudo ladeira abaixo de novo. Tem uma esperança, e novamente não dava. Então nesses altos e baixos é, foi inevitável e pedir uma ajuda para o governo. Tivemos uma assistência de 500,00 à 600,00 reais. Eu fui muito criticada porque eu estava na lista das pessoas que se inscreveram. Na verdade, quem me escreveu foi meu marido, ele botou sua empresa é MEI, a empresa é de pequeno porte, pega esse dinheiro do governo. Nossa, foi um escândalo, porque eu, uma madame, eu sou madame, porque eu atendo os eventos de madame. Mas eu tinha que trabalhar, então eu acabei devolvendo a primeira parcela e não pedi mais os 600,00 reais que eles davam. E então fui até o banco direto para pedir, um capital, já paguei, inclusive em seguida que os eventos começaram super bem, foi a primeira coisa que eu fiz.</p> |
| Entrevistado 3 | <p>Não. Aguentamos assim mesmo, sem empréstimos. Aguentamos firmes sem a necessidade de tomar capital de giro, ou empréstimos junto aos bancos. Aguentamos firme. A única alternativa que nos beneficiou, que fomos beneficiados, foi as suspensões de contrato que o governo nos nos ofereceu e a gente então não pagava. Nós então não pagávamos os funcionários, e não precisou desta forma fazer as demissões, somente as suspensões dos contratos.</p> |
| Entrevistado 4 | <p>Não precisamos, justamente porque seguramos esses investimentos eu entendo que se a gente tivesse feito algo nesse sentido, tanto de contratar pessoas quanto de ter um espaço que tivesse um custo fixo maior, iríamos precisar adquirir. Como nós seguramos ao máximo e ainda estamos segurando, porque 2022 foi ainda muito de retomada. Nós ainda tínhamos muitas transferências para realizar em 2022, então se preferiu segurar e neste ano estamos reorganizando com planejamentos para daqui para frente entender os nossos caminhos nesse sentido de investimentos, mas não precisamos, não. Por sermos uma estrutura muito enxuta, mas vimos muitos parceiros, muitos fornecedores, muitos concorrentes, nós conhecemos muitos colegas da área, na verdade que precisaram sim, ou tomar empréstimo ou a voltar na questão de enquadramento da empresa ou até mesmo fechar a empresa em função dessa questão.</p> |
| Entrevistado 5 | <p>Não, não teve necessidade.</p> |
| Entrevistado 6 | <p>Não. Falando no geral, porque eventos parou total. Nós não consumia nada e também não gastava nada. Só tinha as despesas fixas, que era água, luz, telefone, aluguel, inclusive funcionários. Primeira coisa que eu fiz foi demitir todos os funcionários ligados a essas essas atividades. E até garçons, eu demiti que trabalhavam na pastelaria. Porque a gente não</p> |

| | |
|------------------------|--|
| | <p>sabia quanto tempo ia ficar neste formato. Eu não dispensei eles, fiz demissão geral no início. A primeira coisa que aconteceu para nossa atividade foi a suspensão de crédito. Aonde o ramo de alimentação comprava à prazo, já não conseguia comprar mais. Tivemos que nos virar assim de de último momento, comprando à vista, ou no cartão de crédito. Então se extinguiu os boletos, porque a nossa atividade se entendia que era a bem mais possível de falir, fechar as portas e ficar devendo. Então se cortou o crédito de todos, independente do tempo. E com isso, precisamos comprar a vista, foi bem traumático. O que já havíamos trazendo de prazo, que já tínhamos comprado tivemos que deixar de pagar, como boletos e cheques, uns negocieei, porque toda vez ficava pior. Eu tive o banco bloqueado, então foi piorando. Teve alguns que conseguimos entrar em um acordo, negociar, pois foram os primeiros que acertamos, e aqueles que não negociaram fomos negociando ao decorrer do ano. Então era dezembro, janeiro, fevereiro, a gente ainda estava negociando cheque. A gente ainda estava pagando aos poucos os boletos, porque a primeira coisa que eu precisei fazer foi segurar o dinheiro que entrava para comprar mercadoria à vista. Principalmente embalagem, uma coisa que aumentou drasticamente, mais do que dobrou.</p> |
| Entrevistado 7 | Não. Porque eu comecei a tomar algumas ações de cortes, e não foi necessário. |
| Entrevistado 8 | Não precisei. Eu não precisei porque eu segurei. Na verdade até precisaria, mas eu me mantive firme para não acabar virando uma bola de neve. |
| Entrevistado 9 | Sim, precisou. Precisou, porque o lucro que se tem em comparação à vender alimentação e à realização de um evento, é bem grande. Então, tivemos que adquirir empréstimos alternativos, para manter os funcionários, a estrutura. Porque as contas independente elas sempre têm. |
| Entrevistado 10 | Não, eu não precisei porque eu tinha as minhas economias e eu não tinha uma grande empresa com funcionários, eu não pagava aluguel, então eu não tinha muitas despesas mensais das quais me prejudicou, eu não tive dívidas, digamos assim, não tinha dívidas e não tive despesas grandes mensais. Eu tinha despesas da minha sobrevivência normal. Então as minhas economias conseguiram me sustentar neste período. |

7. Diante dos impactos da Covid-19, quais medidas de mitigação sua empresa teve que realizar?

| | |
|-----------------------|---|
| Entrevistado 1 | Na verdade, eu mudei de ramo nesse meio tempo. Eu abri duas empresas uma empresa de minimamente processados e outra que seria um espaço onde eu faço os eventos. Então eu abri um espaço de eventos para grupos bem menores e saí do ramo. Então cerimonialista não sou mais. |
| Entrevistado 2 | Nossa, foi corte total. Primeiro os custos fixos, como aluguel, telefone, funcionários, internet, eu reduzi tudo. Só fiquei com o |

| | |
|-----------------------|--|
| | <p>básico, que era o meu contato de telefone, meu whats, que na verdade as ligações por vídeo eu já fazia em função de atender muitas pessoas de fora, do Rio Grande do Sul, fora daqui. Então eu já tinha esse ato, de falar por vídeo, como estou falando contigo agora. Dessa forma já fazia à anos, era bem tranquilo. Mas tinha escritório, tinha cafezinho, tinha docinho, eu tinha a moça da limpeza, tinha alguém servindo. Era outra forma de atender. Então primeira foi a redução de custos fixos, segundo pagar todas as dívidas, evitar bancos e evitar empréstimos. E poder guardar, começar de novo a fazer um caixa, ter uma verba pronta para qualquer emergência. Então, eu sempre tive e voltarei a ter. Tá andando devagarinho, mas aos poucos está voltando ao normal. E cortes como saídas de carro, passei a usar mais Uber. A terceirizar muitos serviços, a partir de agora eu terceirizo tudo, então design de interiores, planta baixa, recepção, confirmação de presença, eu terceirizei todos os serviços, tudo. Ajudei as pessoas a criarem suas empresas próprias. Algumas eu dei dicas, cria a tua empresa, faz eu te chamo. E hoje estão assim agradecidas por eu ter feito isso, porque consegue atender a outros cerimonialista, a outros organizadores. Algumas a gente criou, inventou doces diferentes (formatos), diferentes jeitos de servir. Então a eu acho que isso é um mérito também da pandemia que fez com que a gente se unisse mais e se ajudasse dentro do segmento. Nós somos muito solidários um com os outros. E saber que a gente pode atender, trabalhar em casa, que não trabalhar online, é muito bom. É muito prática, muito rápido. Eu passei a trabalhar mais em função disso, tanto que são oito horas da noite. Eu estou ainda trabalhando, estar te atendendo é hora de trabalho. Eu estou abrindo mão de estar lendo um livro, descansando, secando meu cabelo. Então a gente passa a trabalhar mais. Eu trabalhei até à pouco. Então eu atendo meus clientes na cafeteria, em um ambiente mais social, que é agradável também. Eu já tenho, por exemplo, algumas cafeterias que eu sou parceira. Essas parcerias que a gente começou a fazer e a introduzir pós pandemia. Foi muito bacana assim. Eu acho que as pessoas, apesar de tudo, dão muito mais importância a qualquer gesto, qualquer atitude que tu faça e que torne seu dia melhor, mais humano, sabe mais uma palavra de carinho, um gesto a cada diferença.</p> |
| Entrevistado 3 | <p>Na verdade, demitimos um funcionário, e foi isso. Ficamos imóveis. Não tínhamos o que fazer, porque mesmo sendo uma fazenda, com uma área de 10 hectares, não era permitido fazer um evento, nem com 5 pessoas. Nenhuma festa mesmo. E os meus casamentos, que tínhamos agendado, os clientes iam fazer em restaurantes, realizavam nos restaurantes, porque podia.</p> |
| Entrevistado 4 | <p>Foram muitas economias pequenas, porque nossa estrutura é pequena. Mas seguramos os investimentos de equipamentos. Temos nossos rádios, aqueles de eventos, que trabalhamos</p> |

| | |
|-----------------------|--|
| | <p>com a equipe. Preciso comprar uma impressora, por exemplo. Temos uma, então não compramos. Então seguramos neste sentido. Todos os investimentos que entendíamos que eram possíveis de serem segurados, acabamos tendo uma medida de contenção. E a partir deste ano, estamos conseguindo respirar, ir e organizar esse planejamento. E mesmo essa questão de crescimento, porque em 2022 ainda tivemos muito impacto. E em fevereiro de 2023 foi o último evento que tivemos, de todas as transferências. Então ao longo do ano passado, durante todo o período, inclusive final do segundo semestre, e ainda é início de 2023, a gente realizou eventos que eram transferências. Esses eventos, grande parte já tinham sido pago ou já tinham o valor acordado em contrato. Então precisávamos entregar o evento, mas não estava mais recebendo por aquilo. Já tinha sido pago grande parte ainda em 2019, então só cumprimos todos os nossos acordos com os nossos clientes, entendendo que também era uma razão que não estava ao alcance deles mudar, foi uma coisa que pegou todo mundo de surpresa, mas nos onerou um pouco financeiramente, porque os valores ficaram muito defasados.</p> |
| Entrevistado 5 | <p>Não realizamos nenhum corte. Mantemos toda a carga de funcionários em todo o período de pandemia.</p> |
| Entrevistado 6 | <p>Todos os cortes que tu imagina, a gente fez (risos). Precisamos cortar tudo, primeiro foi a mão de obra, já em abril fiz demissões, eu demiti 3 garçons. A cozinha eu já fiz redução. Havia um pessoal que queria sair, a equipe ficou reduzida a metade ou menos da metade. Eu tinha 22 funcionários, ficaram 1/3 dos funcionais. Foi demissão dos garçons. A cozinha foi se reduzindo. As pessoas que queriam sair, já fazia demissão com um acordo, para ser menos dolorido. E se mantinha as pessoas que queriam trabalhar e tanto que hoje eu ainda não consegui fazer a colocação da quantidade de funcionários. Eu teria que estar com 22 e reduzi para 1/3, eu teria que estar com os 12 funcionários, que seria metade. E ainda não consegui fazer a colocação deles pós pandemia. E foi corte de todas as despesas. Porque teve coisas que onerou, por exemplo a parte de EPIs. A parte de higiene, como o álcool, luvas ficou super cara, a máscara, então teve coisas que subiu e a gente não tinha como manter isso. Foi preciso cortar tudo, até desligar a geladeira pra economizar luz, fazer uma redução drástica, como luz, telefone, águas fixas. Precisamos fazer uma redução muito drástica assim, pra conseguir suprir, porque de 3 negócios da casa eu fiquei com um negócio ativo, outros 2 desativados. Eu precisava que um dos meus negócios pagasse a conta dos outros, então eu precisei reduzir na mesma proporção de funcionários. E todas as demais despesas que a casa tinha, e certos investimentos então nem pensar</p> |
| Entrevistado 7 | <p>Uma redução considerável de custos como: a entrega de sala comercial, corte de telefone, luz, água, colaboradores, fluxo de transporte.</p> |

| | |
|------------------------|---|
| Entrevistado 8 | No geral. Tivemos que cortar muita coisa, e até mesmo antes de começar a pandemia tínhamos alguns projetos, e acabamos segurando. Agora que vamos dar início aos projetos, como por exemplo a parte do jardim externo, já foi dado início à algumas coisas no ano de 2021, pintura nova, área externa que é toda madeirada, a pintura estava velha e então há 2 anos atrás a gente refez a parte de pintura, precisa das mais uns retoques, mas agora a prioridade é a parte de jardim e um banheiro para PCD. Então essas 2 são as prioridades agora de imediato, até na primeira quinzena de agosto a gente quer finalizar. Temos outros investimentos para dar andamento, a melhoria na parte da cozinha e tudo mais, mas isso talvez final do ano. Estamos aguardando para analisar a procura e os fechamento de contratos. |
| Entrevistado 9 | Os funcionários foram mantidos, as 4 funcionárias continuam aqui. Corte, só em relação à gastos, não foi feito corte de funcionários. Economizarão no que podia, não tinha mais o que ser cortado. Só mesmo questão de gastos. |
| Entrevistado 10 | Como na minha empresa não tem funcionários fixos, sou somente eu e as demais pessoas caso eu necessitasse, estaria fazendo uma contratação somente para aquele evento, não tive grandes cortes. Foram somente redução de gastos pessoaia mesmo, mais básicos. |

8. Qual foi o efeito da pandemia da COVID-19 sobre o acesso aos seus fornecedores e recursos materiais por parte de sua empresa?

| | |
|-----------------------|---|
| Entrevistado 1 | Eu tive que fazer os contratos que eu tinha até então. E as remarcações, isso tudo eu fiz. Então eu trabalhei um período depois da pandemia, ainda como cerimonialista, eu parei exatamente, foi o ano passado(2022). O que que aconteceu, que na volta, muita gente não trabalhava mais no ramo, estavam realmente quebrado. Quando eu ia pedir orçamento para os fornecedores, as respostas eram. Não. Eu estou trabalhando em outra empresa. Eu tive florista que começou a trabalhar em outra empresa, eu tive DJ, que começou a vender os equipamentos. Teve uma série de problemas na volta dos fornecedores. |
| Entrevistado 2 | Teve umas histórias bem tristes, porque. A gente cria um vínculo com os fornecedores, vira uma amizade. É um vínculo de relacionamento profissional, mas um vínculo afetivo. O rapaz do som e luz, as floristas, o buffet. E assim no começo estávamos bem, mas depois, quando a gente ouvia comentários, a fulano adoeceu, fulano morreu, o pai do fulano, a mãe da fulana, estão todos doentes, estão passando muito mal. Então a gente começou a se ajudar. A mandar mantimentos, mandar o que tivesse em casa, ligar e pedir, olha, eu vou no mercado para ti, eu te deixo as compras na porta da casa, eu te mando pelo Sedex, tá bem higienizado pode comer, tu pode abrir, tu precisa que te leve para o médico, eu vou, a |

| | |
|-----------------------|---|
| | <p>gente vai caminhando. Então, foi muito, muito triste ver assim a som e luz, por exemplo, toda aquela empresa que tinha vários funcionários terem que demitir, ter que demitir os garçons, as cozinheiras. E quando a gente retomou aos poucos e vimos como o mercado estava muito desfalcado, então a gente se deu conta do estrago que a pandemia fez para o setor de eventos, foi muito, muito triste. Assim foi empresas que fecharam e não vão abrir mais. É pessoas que mudaram de profissão e hoje até se deram super bem em outras áreas. Que deixaram de ser chefe de cozinha, que deixaram de ser florista, que deixaram de ser cerimonialista e passam a ter outras funções, outras abriram outros mercados de trabalho.</p> |
| Entrevistado 3 | <p>Na verdade, o que eu percebi é que muitos dos fornecedores não estão mais ativos. Vi neste período muitas empresas falirem, ou mudarem de segmento. Mas, neste período que estamos, já voltando aos poucos, neste período de retorno, a gente já conseguiu uma nova equipe de fornecedores, novos parceiros. E estamos trabalhando praticamente normal.</p> |
| Entrevistado 4 | <p>Nós estamos agora aos pouquinhos regularizando isso, mas o que acompanhamos muito no ano passado, é que teve um aumento de preço e na questão de decoração. Especialmente dos eventos sociais, que tem muito a questão das flores. Tivemos um problema, porque os fornecedores de flores, em função da pandemia, pararam de produzir. Para eles conseguirem mensurar quando seria o retorno e quando eles iriam ter novamente a determinada flor, isso demorou um pouco. Foi um período ali que ficou meio no ar, eles tinham somente determinadas flores e tinham que ser aquelas, precisava também explicar para os clientes e dizer, o mercado está retomando, a gente está com condições limitadas. É porque a nossa região não produz, isso vem muito de fora, os decoradores daqui dependem muito dos fornecedores que vêm da região de Holambra, de São Paulo. Muitos fornecedores fecharam, nós conversamos muito com os parceiros, que são os decoradores, então muitos fornecedores de flores fecharam, pararam de produzir, não voltaram mais e os que votaram tinham que ter esse timer. Tiveram que retomar, começar o plantio para depois colher. Por isso ficou um pouco incerto e ilimitado para o mercado de decoração e, obviamente, passa por nós, que precisava saber disso, entender isso para poder explicar para os cliente. Os times de atendimento, como garçom que normalmente são pessoas que trabalham em empresas e fazem esse serviço como freelancer. A parte de recepcionista também, o pessoal contava com esse freelancer dos eventos, precisou se reorganizar. Agora na retomada do ano passado, essas equipes, elas tiveram que se recapacitar, se reformar, se reorganizar, porque se perdeu muita gente também na área. Nós acompanhamos muito esse processo de ter treinamentos de novo, muito dos nossos fornecedores, para garçom, para</p> |

| | |
|-----------------------|---|
| | <p>garçonete, para a mão de obra também dos eventos, como a área parou, todo mundo se espalhou. E agora na retomada não conseguiu voltar ou por opção, porque já tinha se comprometido de outras formas. Esse também foi um processo, a mão de obra de toda a rede de fornecedores, que sofreu muito, e agora está se reestabelecendo.</p> |
| Entrevistado 5 | <p>Muitos fornecedores fecharam as portas. Muita empresa grande inclusive, teve muita empresa que fechou, pois eles passaram por uma grande dificuldade. Mas teve várias empresas que já vinha com dificuldade financeiras ainda na época da pandemia. Entendi, mas as grandes, as que estavam mais consolidadas financeiramente, permaneceram. Essas tiveram impacto sim, durante a pandemia a minha atividade estava parada. Eu não recebi nenhum tipo de mercadoria, porque ela estava parada, comprava nada e ninguém me vendia nada, porque eles inclusive, diminuíram até mesmo os seus níveis de produção. Parou aqui, parou lá, conseqüentemente, então, durante a pandemia, eu não comprei nada. Eu só comecei a comprar na volta da pandemia, quando começou ter as liberações para a volta dos eventos. A partir desse momento que a gente retomou os eventos, então nossa, um evento mais que dobrou o preço dele. Um exemplo, quando se fazia um evento por R\$50,00 cada pessoa, após pandemia foi para R\$100,00.</p> |
| Entrevistado 6 | <p>O pessoal não estava acostumado a trabalhar pelo WhatsApp, então a maioria dos fornecedores, os vendedores, eles não gostam de trabalhar pelo WhatsApp. Eles gostam de trabalhar pessoalmente, porque quando ele vai fazer a venda direto, ele já acaba oferecendo outros produtos, e acaba aumentando o ticket de venda. Eles não estavam preparados a atender desta forma.. Tinham uma demanda, no entanto não conseguiam atender. Não conseguiam passar valores, a demanda era grande. A transação era muito estressante. Então o que aconteceu, foi aonde que a venda dos mercados na nossa atividade aumentou, era muito mais fácil e mais barato ir no mercado comprar, e se comprava fracionado. Tanto que mudou minha vida até hoje, eu nunca entrava em mercado, não sabia o que era entrar no mercado pra comprar. Para o fornecedor me entregar em casa, tem um pedido mínimo para fazer, eu tenho que comprar em caixa, eu tenho uma quantidade. Como na época se reduziu, quando entrava caixa a gente comprava, entrava dinheiro e nós comprávamos. Então, era diariamente, ou até 2 vezes por dia, ir no mercado comprar a conforme a necessidade que se tinha, para suprir. E desta forma ficou mais em conta do que pegar diretamente dos representantes, que seriam os distribuidores.</p> |
| Entrevistado 7 | <p>Tivemos duas situações, logo no começo da pandemia, como foi uma questão de surpresa, tinha uma boa demanda de atendimento, até inclusive por exemplo a parte das flores estavam sobrando, se fez campanhas falando que as flores não</p> |

| | |
|------------------------|---|
| | <p>eram o transmissor da covid-19. Inclusive animais, que ficamos sabendo que estavam sendo abandonados. Então tinha muita demanda, tanto que as flores aí foram pra descarte, muita coisa não se aproveitou. Os produtos acabaram tendo a sua validade perdida, enfim, teve essa demanda e tinha questões sobrando. Com o andar do processo, a gente foi tentando se reinventar, a palavra que mais se usou em 2020/2021 foi o reinventar-se. Começamos como eu disse fazer ações, fazer algumas questões pra tentar validar os fornecedores e os seus produtos. Rede de indicações funcionou muito bem. Quando a questão começou a voltar, por exemplo quando aqui no Rio Grande do Sul as bandeiras eram favoráveis pra eventos, muitas pessoas começaram a fazer rapidamente seus eventos e numa quantidade muito grande e começou a faltar produto ou então o produto veio muito caro, as flores ficaram caras, o material pra fazer doce, ficou caro, bolo. Para parte de confeitaria, quando começou, determinados papéis não tinham mais caixas, por exemplo, pra colocar os doces, não tinha garrafas pra envasar o espumante também estava em falta. Então, o boom foi muito grande, as pessoas queriam resolver suas vidas e acabou faltando essa questão de insumos pra determinadas áreas.</p> |
| Entrevistado 8 | <p>Na verdade, nós não tivemos problemas com os fornecedor, nenhum deles chegou à fechar, todos os fornecedores que a gente tinha antes da pandemia, são nossos atuais pós pandemia. Alguns deles acabamos alterando, trocando, como por exemplo o fornecedor de carnes. Nós tínhamos um e optamos por trocar, por conta dos preços e qualidade. É a mesma situação que nosso contratante está buscando, um bom atendimento, preço e também qualidade no geral, tanto na gastronomia quanto na mão de obra. E isso procuramos cuidar muito, pois são 8 anos pra começar à subir no mercado de eventos, faz um evento errado cai lá embaixo. A questão de eventos é bem criteriosa, precisa ter muito cuidado, não pode falhar porque caso contrário a pessoa o espaço acaba sendo marcado.</p> |
| Entrevistado 9 | <p>Muitas coisas a gente deixou de comprar. Não tendo evento, não tem produção. A gente teve ao comprar algumas matérias primas, enfim, para fazer as entregas dos bolos, massas, enfim, o básico para o que a gente fazia aqui. Cortamos algumas coisas, só mantivemos realmente o que fosse necessário que realmente a gente precisava. Então teve esse corte, mas algumas tivemos que manter outras pra fazer o tele entrega. Todos os fornecedores se mantiveram, até porque são empresas de grande porte.</p> |
| Entrevistado 10 | <p>Eu, como cerimonialista, não tenho nenhum fornecedor de insumos, eu tenho os fornecedores de decoração que fazem a decoração do evento, o fornecedor do som que coloca o som no evento, mas aí teria que ver com cada um deles, diretamente comigo não teve esse impacto porque eu não tenho insumos, eu não entrego produto pro meu cliente, eu só entrego o meu</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>trabalho, o meu intelecto, a minha prestação de serviço. E dos fornecedores, nenhum me deixou na mão. Todos cumpriram, fornecedores que já haviam recebido valor, por exemplo, tiveram que comprar a flor mais cara do que eles receberam do cliente, alguns repassaram esses custos pros clientes, outros absorveram dentro das próprias empresas, mas nenhum deixou de me atender ou de fazer exatamente aquilo que já estava contratado e que já estava pago pelo próprio cliente. No pós pandemia teve um aumento considerável e principalmente na questão flor. Mas não foi só no setor de eventos. Tudo teve aumento pós pandemia, o reflexo disso está nas prateleiras de supermercado enfim. A prestação de serviço em si, teve um percentual de aumento bem menor do que quem fornece insumos.</p> |
|--|--|

9. Visando se posicionar no mercado durante a crise, você se redefiniu mudando de negócio e/ou ramo de atuação?

| | |
|-----------------------|---|
| Entrevistado 1 | <p>Na verdade. Eu acho que me defini, não estou mais naquele molde de ser uma cerimonialista, mas abri outros negócios</p> |
| Entrevistado 2 | <p>Sim, tivemos que se nos adaptar á essa nova situação. Assim como todo mundo, eu nunca tinha vivenciado uma pandemia, não sabia o que era conviver com uma pandemia. Eu tenho certeza que eu estou num momento histórico da vida, assim como tu. Nós, a nossa geração, e todos os que viveram no ano de 2000 fazem parte da história universal. Então nós vivemos a pandemia do covid-19. E isso fez com que as pessoas se posicionem. Bom, então eu vou ser uma pessoa melhor, eu não vou falir. Isso eu tinha absoluta certeza. Isso eu sabia, eu não vou fechar minha empresa. Esse bicho, essa situação, esse momento não faz me me destruir. Eu vou manter com fé, vou seguir a passos lentos, mas eu vou. Tá, então eu acho que essa esse foco, esse objetivo, essa determinação minha fez com que eu realmente seguisse em frente. Eu não me desanimei em nenhum momento. Eu não deixei meus clientes desanimarem em nenhum momento. Eu realizei todas as festas que estavam pendentes, todas. Acho que a último foi agora a pouco tempo. Mudamos de estado, fui para Florianópolis, eu fui pra Gramado, eu fui onde eles queriam que eu fosse. Eu fui fazer o evento, cobre uma pequena diferença, o que eles podiam me ajudar com deslocamento, com hotel, é pra passar, e deu tudo certo, e o meu trabalho eu vou fazer. Eu vou cumprir com o que eu prometi. Essa segurança, essa honestidade com o meu cliente fez com que tudo desse certo. E por incrível que pareça, eu estou com muito trabalho, e continua bem aos quase 60 anos de idade. Eu tenho eventos maravilhosos pela frente. Eu tenho um futuro ainda promissor. Eu vou continuar mais um pouco. Eu queria até parar, mas é tão bom. Eu amo o que eu faço. Eu amo, eu adoro, e essa minha calma, essa minha segurança, essa minha certeza, eu sei o que vai acontecer, eu sei o que vai dar</p> |

| | |
|-----------------------|--|
| | <p>certo no evento, eu sei como contornar situações, eu sei fazer. Eu digo pode confiar, vem de Belém pra cá, atravessa o Brasil, e vem aqui que eu te recebo e vou te entregar um evento. Os clientes saem daqui agradecidos porque foi uma festa linda, foi maravilhosa e como todas as outras que eu vou fazer. Essa segurança de não fraquejar não desanimar, foi que me manteve.</p> |
| Entrevistado 3 | <p>Na verdade, o que nós fizemos durante a pandemia foram muitos editoriais. Tínhamos as parcerias com alguns fornecedores que já conhecíamos, montávamos os textos, editoriais relacionados a casamentos, abordávamos os assuntos mais relevantes sobre o evento e montávamos para nossos clientes. Como se fosse um casamento, e a partir disso foi muito legal, porque nós tínhamos um editorial muito, muito bacana. Um editorial bacana, com folders legais para apresentar para os clientes que vinham nos conhecer. As possibilidades eram infinitas, e nós sabemos que ninguém pede, mas que sabíamos que ficaria bom, então fazíamos. E fizemos vários editoriais.</p> |
| Entrevistado 4 | <p>No sentido de posicionamento de mercado, em termos de comunicação, como sempre transparentes com os nossos clientes, com a nossa rede e aproveitamos o momento, por não estar liberado os eventos presenciais, fizemos uma série de conteúdos para os eventos e também algumas lives, com parceiros para falar e gerar conteúdo, gerar assuntos temáticas relativas ao setor de eventos, inclusive também algumas sobre a questão do própria covid-19. Como isso vinha afetando, como que estavam as liberações, enfim. Tentamos sempre ao máximo possível cumprir todas as orientações que saíam dos órgãos legais para não fazer nada que colocasse em risco nem a nós, nem os fornecedores, nem os clientes e seus convidados. Em questão de se redefinir, um grupo de fornecedores aqui da região, organizou um estúdio para poder viabilizar os eventos virtuais que eram, possíveis no momento. E que então se fez parte dessa cadeia, participou dessas organizações, desses eventos, esse foi um movimento que precisamos fazer justamente para não parar totalmente.</p> |
| Entrevistado 5 | <p>Em tese, o que acontece, depende muito da percepção do empresário com relação ao mercado. Se o empresário, naquele momento, ele estivesse vendo que iria voltar rapidamente, poderia continuar fazendo a sua carga de investimento, a sua carga de atualização os seus remanejamento, enfim, mas o problema foi que depois de 15 dias, quando eles começaram a trancar. O Brasil começou a parar mais significativamente, já tinha problemas externos no mercado, ninguém tinha perspectiva futura, então significa que nesse período ninguém tinha capacidade. Durou 2 anos, e os próprios funcionários não podiam nem estar trabalhando dentro do setor da empresa. Uma coisa bem interessante na época da pandemia, uma indústria que tem 20 mil funcionários eles trabalhavam</p> |

| | |
|-----------------------|---|
| | <p>"normalmente". Por que eles tinham o parque fabril funcionando. Agora a nossa área não podia estar trabalhando. Eles podiam estar funcionando, com 600 pessoas trabalhando, estava tudo certo. Os espaços de eventos não podia estar trabalhando. Essa é a grande questão, nós tivemos que parar tudo. Nós não conseguimos nesse período de parada, pensar em remanejar, querer inovar em alguma coisa. O que foi feito, foi as readequações internas, a readequação de custo, readequação de metodologias, de processos, mas coisas muito internas. Nada que reflita isso pro consumidor final. A empresa foi se organizando nos bastidores. Isso quem conseguiu se organizar, porque teve várias empresas do nosso setor que infelizmente fecharam as portas. Até mesmo eu conheço várias pessoas que tiveram uma vida normal durante a pandemia. O ruim que quem trabalha com nós não conseguiu ter essa vida normal. Por mais que a gente conseguiu pagar os salários em dia durante 2 anos, mas pensa a empresa que não conseguiu pagar o salário e teve que demitir um funcionário, é decisão para um que é diferente para decisões para outros. Então isso tem reflexo, esse contexto tem reflexos distintos. O reflexo para a indústria foi diferente do reflexo dos serviços.</p> |
| Entrevistado 6 | <p>Sim, para suprir a área dos eventos, abrimos uma outra marca, que já havíamos esta ideia em mente anterior a pandemia, mas neste período teve mais força, que foi uma pizzaria pela tele entrega. Para suprir essa ociosidade que tínhamos. Então, já tínhamos os insumos em casa, sabíamos como trabalhar, não precisou de investimento muito grande, porque a estrutura também tínhamos. Então desenvolvemos uma marca. Divulgamos nas mídias sociais, e dentro do que ainda nos reinventamos na pandemia, foi a venda de diversos produtos. Tínhamos as pizzas, os pastel, a la minuta, docinho, refrigerante, então era bem diversificado. Conseguimos atender todas as marcas e até congelados. Passamos a vender congelados, porque as pessoas começaram a cozinhar em casa e a querer finalizar o seu produto em casa. Mas esse segmento não durou muito. Porque em duas semanas o pessoal gostou de ser cozinheiro(risos). Depois eles viram que dão muita sujeira e eles desistiram, então começaram a comprar pronto porque falaram que dava muito trabalho ser cozinheira em casa.</p> |
| Entrevistado 7 | <p>Na verdade aconteceram duas situações. Primeiro uma redefinição, porque nós precisávamos fazer uma adequação ao que se é possível fazer na ocasião. Não se podia fazer eventos, mas através dos eventos com a carteira de clientes a gente foi buscando subsídios, a gente foi buscando recursos pra criar possibilidades de pelo menos ter uma movimentação da planilha financeira da empresa. Que então foi onde criamos vários kits, várias questões temáticas. A gente por exemplo fez as festas nas casas dos clientes, e a definição realmente ela veio a enfatizar essa a questão de o quanto um profissional de</p> |

| | |
|------------------------|---|
| | eventos, no meu caso um cerimonialista, a criatividade, a atualização e a busca de conhecimento, ela é importante, na verdade definiu e reforçou esse conceito de que realmente a questão do setor de eventos é muito ampla, precisa ter um objetivo, uma identidade em cima disto pra não se perder, e uma vez tendo isto se consegue movimentar e se direcionar pra qualquer área. Então, até certo ponto teve uma definição de conceitos esse reforço de definição, mas teve que também ter naquele período uma readequação, uma redefinição do que se poderia ser feito na ocasião. |
| Entrevistado 8 | Sim, nos renovamos. Como citei anteriormente, partimos para o delivery, o que nós fazíamos nos eventos, começamos a oferecer para os clientes, em relação à restaurante. Procurando não ter falhas, porque caso contrário, se tiver falhas acaba se queimando. E a visão da empresa é crescer cada dia mais. Talvez investir em um novo espaço, depende desse governo, do que pode acontecer, ao meu ponto de vista, se continuar desse jeito, a gente vai ter que segurar para se manter no mercado. Não podemos dar o passo maior do que a perna, nos endividar com financiamentos para depois não conseguirmos quitar, essa não é a ideia. |
| Entrevistado 9 | A gente se reinventou, parou com os eventos, e tivemos que produzir os alimentos, para vender aos nossos clientes. Fazíamos massas, vários tipos de massas, bolos. No Natal entregamos ceia de Natal. As pessoas não podiam sair, então acabamos fazendo as ceias e vendendo. As pessoas também vieram retirar, então a gente teve sim que se reinventar. A gente fez um cardápio de tele-entrega muito bom, que nos ajudou a estabilizar um pouco, não deu muito lucro. Mas conseguimos nos estabilizar, não teve prejuízos para ficarmos totalmente parados. |
| Entrevistado 10 | Durante a pandemia eu consegui parar, e enxergar fora da caixa e conseguir enxergar uma nova profissão pra mim, eu voltei a estudar e fiz o curso de corretora de imóveis, me formei pensando em usar essa profissão mais a longo prazo, porém logo depois da pandemia eu resolvi sim atuar como corretora de imóveis e deixar os eventos um pouco mais de lado. Vendo que isso dava certo eu praticamente já me mudei pro litoral sul de Santa Catarina hoje eu estou apenas cumprindo a minha agenda de eventos já fechados estou atuando mais como corretora do que como cerimonialista. |

10. Qual política/ação específica para o setor de eventos você sugeriria para auxiliar o setor em virtude das restrições que foram impostas pela Pandemia?

| | |
|-----------------------|--|
| Entrevistado 1 | É que, na verdade, eu acho que esse setor é um setor um pouco abandonado assim, sabe, ele não tem. Ele é um serviço, mas ele não se enquadra no turismo, ele não se enquadra nisso. Ele não se enquadra naquilo. Ele está meio perdido e abandonado. E também o próprio. O pessoal que trabalha neste meio é |
|-----------------------|--|

| | |
|-----------------------|--|
| | <p>desunido mesmo. Eu acho que teria que unir mais para poder trabalhar melhor assim, para atender um público melhor. E o próprio cliente de Caxias é um cliente diferenciado. Ele, ele procura um status num evento, isso é bem difícil de trabalhar, só que não pode subir a cabeça do fornecedor. Tem muita gente trabalhando muito legal, que trabalha assim, mas precisa ter interesse e se unir um pouco mais.</p> |
| Entrevistado 2 | <p>Foram várias restrições. Mas eu acho que foram restrições boas. Assim, algumas eu acho que vieram para melhorar o segmento. Por exemplo, a questão da higiene, a questão dos cuidados com alimentação, com a questão da higiene das mãos, com a questão de servir bem de não ser aquela coisa improvisadamente. Nada mais pode ser improvisado. Tudo tem que ser muito bem planejado, bem organizado. As pessoas têm que se posicionar, os profissionais têm que saber o seu lugar. Nós não somos convidados de uma festa, nós estamos lá para trabalhar, para fazer o nosso serviço e mostrar o nosso melhor. Acredito que a pandemia fez com que a gente realmente olhasse para essas questões. Tinha muita coisa errada, mesmo. Por que tem que lavar tanto as mãos? Porque precisa ter este cuidado? Como é que era antes? Como é que vai ser depois? Então, isso fez com que nós repensasse muitas coisas em muitos cuidados conosco mesmo, muitos cuidados na comunicação, na verbalização, no cuidado com o outro, em todos os sentidos. Desde a preparação, da limpeza do local até a comida posta na mesa. Políticas que vieram após covid, são só para melhorar o segmento. Para mim só melhorou.</p> |
| Entrevistado 3 | <p>Olha, entendemos e vimos que houve muitas injustiças, porque? Nos voos de avião, por exemplo, havia mais de 200 pessoas. Sentados em cima um do outro, assim, e nós com uma área enorme, onde estaríamos tranquilos e certos que não iria ocorrer aglomerações, não tínhamos como trabalhar. Enfim, nós podíamos realizar os eventos mantendo as devidas restrições. Temos uma área verde enorme, tínhamos as condições, e podíamos tomar as devidas precauções. Até porque muitas vezes as pessoas eram do mesmo meio, era uma família de 10 pessoas que já estavam sempre juntas, no mesmo meio, e não podiam fazer um casamento. Então o nosso setor foi muito prejudicado tivemos muitas revoltas com isso, porque muitas pessoas ficaram no meio do caminho do não. Muita gente fechou as portas por causa disso. Acho que foi um certo exagero. Exagero em cima do, do pessoal do setor de eventos.</p> |
| Entrevistado 4 | <p>Um questão que era um pouco delicada, eram as questões dos cancelamentos, muitas vezes a gente tinha que pagar multa para os clientes. Nós e todos os fornecedores, os locais de evento, isso impactou muito e graças a Deus não teve muito cancelamento. Não teve muito o cancelamento. Conseguimos na grande maioria, transferir. E em caso de não realização destes eventos, deixamos cartas de crédito pra esses clientes,</p> |

| | |
|-----------------------|---|
| | <p>para que eles pudessem realizar outro evento dentro de um prazo ali que estabelecemos. Pra gente não precisar ter que devolver o dinheiro ou pagar a multa. Mas isso foi uma tentativa nossa. Eu entendo que a nível de governo, talvez algo neste sentido, porque, bom, não estávamos podendo realizar evento e ainda estava tendo que devolver ou pagar multas, às vezes ainda mais para os clientes que tinham contratado o que a gente entende também, o lado deles. Só que nós não estávamos conseguindo gerar renda. E estava ainda tendo que pagar. Nesse sentido, vimos ali também, no sentido de que teve da própria população, era aquelas ajudas de custo para essas áreas que pararam totalmente, como foi a área de eventos, e muito mais do que nós que organizamos tem as recepcionistas, tem toda equipe de pessoal, de equipes de cozinha, equipes de som, os fornecedores que dependem ainda muito mais de sua cadeia toda. Sofreram muito, então acho que nesse sentido, talvez algum auxílio benefício para poder manter um período, auxiliar por algum período, as pessoas que trabalham no setores de eventos ou outros que pararam quase que totalmente durante este período.</p> |
| Entrevistado 5 | <p>Realizar uma análise interna, antes mesmo de adquirir uma postura para novos investimentos, é muito importante.</p> |
| Entrevistado 6 | <p>Hoje eu vejo que todos os eventos retomarão. Verifico que pós pandemia voltou com uma força muito grande. Eu faço parte do grupo que trabalha com eventos de Caxias. E hoje eu vejo que o setor já retomou sim, com toda força. A segurança é importante, estar dentro das normas é importante, as pessoas são mais cuidadosas quanto a isso, dentro da normatização. Eu não vejo muito o que fazer hoje dentro dessa área de eventos. Porque eu acho que o segmento já voltou a todo vapor quando liberou lá, que foi em janeiro de 2022, tinha filas já, para fazer eventos, porque estava todo mundo doido pra casar, pra noivar, pra pra tudo. Eu acho que o segmento voltou com vapor.</p> |
| Entrevistado 7 | <p>Infelizmente tinha um contexto e um cunho muito político. Nós do setor de eventos somos os primeiros a parar e os últimos a voltar, só que os demais setores todos de uma forma ou outra acabaram se movimentando e tendo um fluxo em caixa, um fluxo de dinheiro e isso pro nosso setor não aconteceu. Por exemplo, o governo ao meu olhar, ao meu ver, poderia ter se posicionado a rapidamente e de uma forma, assim, mais segura, nos trazendo um benefício, um auxílio uma vez que nós não podíamos trabalhar, isto não aconteceu de imediato. Então isso tem um primeiro apoio que poderia ter acontecido. O Governo Federal nos nos proporcionou esse auxílio, mas o estadual não. Então isso é uma primeira questão que poderia ter acontecido. Tiveram campanhas de apoio ao fornecedor local, só que infelizmente às vezes, os valores eram muito altos. Então a gente por mais que quisesse contemplar um supermercado ou alguma coisa nesse sentido do nosso bairro não dava. Era caro demais e eu acho que nesse caso faltou um</p> |

| | |
|------------------------|--|
| | <p>fortalecimento o networking entre os fornecedores do setor de eventos. Eu fiz a minha parte, por exemplo, em um evento na casa de um cliente, tentei pegar uma doceira não tão conhecida, peguei fornecedores que estavam começando, por exemplo, móveis, locações, esse universo. Isso a gente tentou dar esse reforço, esse apoio um ao outro da minha parte deu certo. Eu consegui envolver uma média de cinco, seis fornecedores num pequeno evento que eu fazia. E claro, precisa ter aquela concepção de apoiar aquele que te apoia. Então, esses parceiros que também me davam oportunidades, eu sempre de uma forma ou outra, tentava colocar eles no meu ciclo. E algumas questões assim mais claras dos órgãos governamentais, às vezes, aquelas bandeiras elas eram muito dúbias. Tinham lá as restrições, mas sempre dava uma brecha, uma vazão pra uma interpretação diferenciada, então tinha aquele mais esperto que fazia o evento, que ele achava que iria tá sendo amparado pela furo que tinha de interpretação do contexto, faltou uma fiscalização muito mais reforçada, tinham, por exemplo, assim, festas clandestinas, tinham casas de eventos que realizaram eventos e não poderia. Então, teve muitas coisas assim, claro, era tudo muito incerto. Era uma primeira vez que se vivenciava uma pandemia nesse porte, nessa magnitude. Então muitas coisas não se sabia a receita de como fazer, mas, se nós do setor de eventos tivéssemos sido ouvidos, se nós tivéssemos tido uma força de voz maior, as coisas teriam sido diferentes, mas nós não fomos ouvidos. Simplesmente foi nos negado a possibilidade de trabalhar dizendo que nós não éramos essenciais, mas o engraçado de tudo é que as minhas contas continuavam sendo essenciais e eu precisava honrar com elas.</p> |
| Entrevistado 8 | <p>Na verdade, não foi só a parte de eventos. Eu acho que isso tudo foi muito jogo político. E não foi só no Brasil, mas foi no mundo inteiro. Foi um jogo político, porque teve momentos que nada podia, e chegou as eleições, os meses de eleição, então tudo podia, não tinha mais nenhum problema. Na verdade, eles queriam era dinheiro, os laboratórios queriam faturar. Essa foi a jogada, porque aonde uma vacina fica pronta para aplicação dentro de 6 meses. O estudo mínimo eram de 3 anos.</p> |
| Entrevistado 9 | <p>É bem complicada, porque sabemos que foi um caos total para todos. Então, para eventos, abrir algumas exceções. Nós tínhamos todos os cuidados, tudo que solicitavam para ser feito. E tinha casas que faziam eventos ilegais, e nós sabíamos. Nós ficávamos um pouco revoltados, pois tínhamos todo um protocolo, todo cuidado e a gente não podia atender. Mas aqueles que estavam ilegais, estavam atendendo e fazendo as coisas. Então, se dizer assim, foi injusto. Foi para todos, então eu não tenho o que te dizer agora, só para eventos. Foi um geral. E quebrou num geral, a pandemia abrangeu um geral, muitas empresas foram envolvidas.</p> |
| Entrevistado 10 | <p>Neste meio tempo de pandemia, pude analisar e verificar que</p> |

| | |
|--|---|
| | estava me desgastando, me estressando e deixando de ter qualidade de vida, então pude ficar mais com a minha família, viver os finais de semana livre, e foi muito bom. |
|--|---|

11. Você realizou uma análise do ambiente interno (forças e fraquezas) e/ou externo (ameaças e oportunidades) da sua empresa?

| | |
|-----------------------|---|
| Entrevistado 1 | É, na verdade, a gente teve que se reestruturar todo. Porque tinha os remarcações. Foi um período bem difícil, bem difícil mesmo, porque... O simples fato de trabalhar com a pressão da noiva que quer casar. Com datas que a gente não sabia o que fazer, se ia estar aberto, não está aberto. Eu tive noivas que foram remarcações quatro vezes. Então, isso causa um estresse no cliente. O estresse na equipe, o estresse nos fornecedores, muito grande. Teve clientes que desistiram mesmo porque não sabia mais o que fazer ou engravidou ou separou. Muitas situações aconteceram nesse período. Tinham casamentos organizados para casar e simplesmente um dos noivos desiste da outra pessoa. Foi bem complicado, bem complicado. Então esse remanejamento foi tanto da empresa quanto também do cliente. |
| Entrevistado 2 | Se eu fiz uma análise interna, sim, sem dúvida, tinha tempo para isso. Uma análise interna e uma análise externa, claro, o que mais a gente fez para poder dar segmento, analisar o que realmente eu queria, se continuar, para onde tomar rumo. Todas essas questões vieram na cabeça, e agora o que eu vou fazer. Teve momentos de desespero, se vai até o fundo do poço, olhava para cima. Tudo isso, meu Deus, como é que eu volto? Como é que eu consigo alcançar de novo? Vou morrer aqui. E não, vai subindo devagarinho, um degrau por dia, uma escalada por dia, tendo ajudar. Sempre tem uma alguém que te liga, alguém que te apoia, a família. Essa foi a análise interna. Vamos prosseguir, vamos se manter. Sim, vou me manter. Então o que que nós vamos fazer? Daí vem toda aquela questão, financeira, questão familiar, questão de posicionamento, questão social. Contar com os parceiros, com os amigos. E foi toda uma troca, assim, um diálogo, uma reflexão, um posicionamento que eu tive que tomar. Foi realmente bem analisado. Tudo isso, não foi aleatória, nós tínhamos tempo, dias inteiros em casa fechados, e o meu marido, às vezes, um silêncio, ninguém mais ligava, aquela solidão. Começava a refletir muito sobre tudo, a vida pessoal, a vida profissional, familiar e põe na balança o que quer fazer. Como vai manter esse equilíbrio. E foi intenso, mas valeu a pena, eu segui firme sempre. |
| Entrevistado 3 | Na verdade não. Não analisei porque não fizemos eventos, não fiz nada. Ficamos paralisados, não teve o que fazer, para onde se direcionar, nos bloquearam praticamente. E eu não fiz nada, não fiz evento, não fiz nada. Não havia motivos para que eu investisse em algo. Se eu não poderia fazer a venda. |

| | |
|-----------------------|---|
| Entrevistado 4 | <p>Nós temos sim, não está formalizado, mas temos sim uma análise, algumas ferramentas de análise de ambiente interno e externo. Obviamente que antes da pandemia não existia essa questão. Como um fator externo, hoje já olhamos mais a fundo isso. Inclusive muitos dos fornecedores, ou até mesmo nós ficamos com muito receio de fechar contratos a muito longo prazo, por exemplo para 2025, são dois anos à frente, então, é um fator que nós e muitos fornecedores da cadeia, já estamos sem abrir a agenda de 2025, porque ainda não se sabe o que vai acontecer em 1 ano e pouco, 2 anos. Ficamos um pouco mais receosos, fechar compromisso a tão longo prazo, porque esse era um time que acontecia muito antes da pandemia, fechar com 2 anos antes, um ano e meio, um ano e pouco antes. Agora percebeu-se que o próprio comportamento dos clientes, da maioria dos clientes ele reduziu o time de planejamento, eles estão fechando em menos de 1 ano, a grande maioria, mas ainda tem os clientes que procuram para bastante tempo e esses que procuram para bastante tempo, confesso que ainda dá um medo. E eu acho que esse medo é muito em relação a termos passado por essa pandemia tão recente, e não falo nem só de nós, porque até em conversa com os fornecedores, o pessoal nem abriu a agenda ainda.</p> |
| Entrevistado 5 | <p>No período, sim, é aquela movimentação que eu te comentei, as questões de estudos internos, de bastidor, só isso. Eu não tinha perspectiva de quanto tempo iria permanecer parado. Imaginávamos parar no máximo 6 meses, mas ficamos parados por 24 meses, por 2 anos.</p> |
| Entrevistado 6 | <p>Mais focado em eventos, não chegamos a olhar esta área. Na verdade, nessa época nós ignoramos os eventos, porque eles não iam retomar. A gente não ficou insistindo. Obedecemos muitas regras, quando vimos que muitas empresas, pessoas não estavam seguindo. Eu tinha pessoas que queriam fazer festas clandestinas, e não aceitamos em momento algum. O que nós falávamos sempre para elas, que nós somos responsáveis por pessoas. E alguém precisa ter ética neste meio. Porque no momento se arriscava em fazer uma festa, alguém poderia estar contaminado, o que iria se multiplicar. Isto antes de ter qualquer vacina. E a doença poderia ir para casa de alguém, onde teria crianças e idosos, que seriam os vulneráveis. Então o meu posicionamento foi a de não fazer. Final de março, da pandemia até 15/01/2022 eu não passei um orçamento. E todos os eventos eu restitui o valor para todas as pessoas que isso foi terrível. Porque eu tinha evento totalmente pagos e no dia 28, fiz todas as restituições de todos os valores, porque no decreto dizia que podia fazer a restituição posterior a normalização da pandemia, mas eu não fiz, eu fui fazendo, negociando com eles durante o período. Fazer uma análise somente do setor de eventos, eu nem tentei porque era pra mim, um segmento que estava totalmente parado. E eu tenho a consultoria do Sebrae, então no período da pandemia, o</p> |

| | |
|-----------------------|--|
| | <p>Sebrae, ele colocou todas as forças em cima dos restaurantes que trabalhavam com buffes e lancheria, para que não parasse, e remodelou quem trabalhava com o evento. Então a gente trabalhou muito forte, mas não pensando no evento, e sim remodelando. Trazendo outros produtos, inovando, muitas empresas durante a pandemia virou um restaurante e assim que acabou a pandemia, agradeceu a parceria dos seus clientes e retornaram a ser eventos novamente. E nós seguimos também, gente não ficou tentando fazer um evento ou trabalhando de uma forma que não seria legalizada. Seguindo toda normatização do decreto.</p> |
| Entrevistado 7 | <p>Na verdade o planejamento mesmo dentro de uma de uma pandemia, de uma crise ele precisa ser adequado e ser reavaliado a todo momento, tanto interno quanto externo. Interno para verificar quais ações que precisariam ser tomadas pra redução e reavaliação de custos, verificar se aquela definição que foi falada anteriormente ainda se mantinha, porque a cada momento, a cada X de tempo como as bandeiras por exemplo, no calendário de rotatividade de eventos foi nos proposto, a cada momento mudavam as coisas então por exemplo uma semana não se poderia fazer eventos mas na semana seguinte já poderia fazer eventos pra 25/30 pessoas. Então, nesse planejamento, ele era necessário ser adequado, digamos a cada semana e até pra ter uma avaliação, por exemplo, se os fornecedores que estavam sendo utilizados naquele momento ainda eram nos fornecedores ideais pra cada situação que estava sendo colocada. Se o custo benefício ainda era bom, se era um fornecedor que mantinha as políticas de cuidados e higiene em relação ao que as bandeiras solicitavam. E o externo também, porque a gente já precisava avaliar o comportamento do consumidor, como ele se manifestava, qual eram as possibilidades que nós tínhamos de repente de ver um filão de oportunidades. Tem pessoas agora, por exemplo, que estão fazendo festa de um ano em casa ou então podia-se fazer a questão em um parque, em ambientes abertos. Então a gente migrava pra esta avaliação, desse conteúdo externo e desse comportamento externo do consumidor.</p> |
| Entrevistado 8 | <p>Sim, foi feito justamente para não termos nenhum problema em virtude das bandeiras e restrições que eram impostas. Por exemplo, nós fomos denunciados mais de uma vez sendo que estávamos com as portas fechadas. A primeira denúncia foi em um sábado, chegaram 7 viaturas, porém não tinha nada.</p> |
| Entrevistado 9 | <p>Na verdade nós queríamos continuar com a produção do que a gente fazia. tinha bastante entrega, tem clientes nossos que adoram nossos alimentos, nossos produto, nossas massas, enfim, os bolos. Tinha um projeto de continuar fazendo esses alimentos e fornecendo ao cliente. Mas como os eventos acabaram voltando, a gente não conseguiu manter a demanda de fazer os alimentos e também os eventos, e tivemos que abrir mão de um ou de outro. E em questão de lucro optamos pelos</p> |

| | |
|------------------------|---|
| | eventos, voltamos a trabalhar conforme fazíamos antes da pandemia. Os alimentos foi uma solução para pandemia, e não para se manter depois. |
| Entrevistado 10 | Se eu tivesse seguido aquele ritmo de estar fazendo eventos, sempre correndo eu não teria parado pra pensar eu não teria parado pra enxergar essa possibilidade de uma outra profissão. Então é diante desses dezessete anos que todo o stress de eventos causa na gente, eu também vi que quando eu parei na pandemia eu tive outra qualidade de vida, eu pude ficar mais com a minha família e eu vivi um mundo do qual fazia quinze anos que eu não vivia de ter finais de semana livre, de não ter aquele estresse e correria dos eventos e também parei pra pensar que eu estava colocando todos os meus ovos numa única cesta e quando veio a pandemia eu fiquei sem nenhum ovo dentro da cesta. Então eu precisava sim pensar em investir em outras coisas, pra me trazer uma rentabilidade, uma segunda rentabilidade. Porém o que seria uma segunda rentabilidade já virou primeira e eu sim estou fechando a minha empresa de eventos, estou encerrando as atividades, tanto de eventos quanto aqui no Rio Grande do Sul. Estou me mudando pro litoral sul de Santa Catarina e vou continuar atuando como corretora de imóveis. |

12. Para se diferenciar no mercado durante a crise e entender sua vantagem perante a concorrência, você utilizou de alguma estratégia?

| | |
|-----------------------|--|
| Entrevistado 1 | Na verdade eu trabalhei só em redes sociais nesse período, mostrando o que nós tínhamos de melhor assim para crescer. Essa foi a estratégia. |
| Entrevistado 2 | Sim, eu fiz. Eu tinha uma assistente de mídia, sem contrato físico, mantive ela por um bom tempo durante a pandemia, porque ela me ajudou, pois era só interação pelas mídias, que a gente podia se falar. E podíamos saber de tudo o que estava acontecendo. Então eu fiz algumas ações pelo Instagram e pelo Facebook, enfim pelas redes sociais. Eu gravei vídeos, ensinei a montar mesas de festas, mesa posta, mesa de Natal, mesa de Páscoa e assim tudo vinha acontecendo. Eu analisava qual data comemorativa havia dentro do mês e então fazia o vídeo. O que vem agora? Á Pascoa, bom, vamos passar a Páscoa em casa, fica em casa, passe em família. Eu com meu parceiro, montávamos uma mesa aqui no ateliê. Eram mil curtidas, novecentas curtidas. Foi o máximo. Eu também dei entrevistas, aulas particulares para quem queria conhecer meu trabalho, quem queria conversar comigo. Eu me mantive ativa na empresa, e as mídias sociais foram que me salvaram. Muito legal, eu só não fiz dancinha. Eu fiz palestras, eu orientei, eram tantas coisinha que sempre aparecia alguém me chamando e pedindo ajuda, e eu ajudava com maior prazer e tudo sem cobrar, no amor. |
| Entrevistado 3 | Como eu citei anteriormente, fizemos os editoriais, para nos |

| | |
|-----------------------|---|
| | manter ativos no mercado. |
| Entrevistado 4 | <p>Nós fomos muito para as redes sociais, gerar conteúdo, falar um pouquinho de nós, do nosso jeito, porque às vezes na correria do dia a dia, a gente nem consegue tanto na investir nesses canais que estão à disposição, acabamos apostando mais nos eventos e não se consegue falar sobre outras coisas, então acabamos aproveitando mais. Bom, vamos organizar alguns conteúdos, vamos falar um pouquinho sobre o nosso jeito de fazer. Entendemos que cada empresa se organiza e tem uma batida, e nós tínhamos a nossa, então falamos muito e fomos muito transparentes também no tanto com os nossos parceiros, fornecedores, clientes. Está acontecendo tal coisa, e sempre que parou fomos avisando, passando o status ao longo da pandemia, as recomendações, atualizava "hoje saiu o novo decreto", está dizendo isso aqui a gente tentava sempre falando para os nossos clientes sobre e de forma transparente. Porque não éramos nós que não queríamos fazer o evento, ou que nós estávamos exigindo máscara, ou que nós estávamos exigindo o comprovante de vacina, pois era uma recomendação e sempre tentamos seguir todas elas. Então, seguir, fazer as coisas da forma correta, a transparência e gerar conteúdos que era o que podíamos fazer. E também, estar se desenvolvendo em termos de movimentação de negócio, como os mercado dos eventos virtuais digitais, vamos entrar nisso. Nós optamos também por não entrar nisso nos eventos sociais, ou seja, não participamos de casamento, em especial não realizamos propostas dos casamentos virtuais. Mas para os eventos corporativos, sim, vimos como uma saída, para se movimentar durante a pandemia. Depois, retomamos o nosso plano principal, que são os eventos presenciais, que preferimos.lives</p> |
| Entrevistado 5 | <p>A empresa, durante a pandemia, ela conseguiu criar muitos mecanismos internos. No sentido de readequar suas finanças, conseguiu readequar seu capital de giro. Ela conseguiu readequar sua capacidade de investimento. Ela conseguiu fazer essa perspectiva, ou seja, as empresas como um todo, neste setor de setor, pararam e pensaram no seu financeiro. Foi neste sentido, olha, eu vou parar, e ver como é que está minhas finanças. E se der algum problema, o que eu vou fazer pra frente. Não teve muito o que pensar, agora que o setor aos poucos está voltando, conseguimos analisar o que fazer. Mas isso teve uma readequação financeira. Porque geralmente um evento, as pessoas contratam há 1 ano, um ano e meio antes. Hoje, as pessoas contratam um evento em 6 meses. Isso mudou até o padrão de se adquirir evento. Hoje, as pessoas estão fazendo coisas mais pequenas. Por períodos mais curtos, uma vez as coisas eram feitas maiores por períodos mais longos. Mudou um pouco do comportamento. Mas não sei até que ponto isso vai ser sustentável, pois já está tendo uma retomada de certos eventos que, na pandemia tinha parado. Referente a tua pergunta, foi mais uma readequação financeira do que</p> |

| | |
|-----------------------|--|
| | <p>propriamente dito ou uma questão de se destacar no mercado. Porque tu precisa antes, nesse momento específico que é a pandemia ou num estado de calamidade pública, seja lá qual for. É uma adequação financeira, porque sem isso não se consegue ter uma capacidade de investimento.</p> |
| Entrevistado 6 | <p>A estratégia que nós usamos ali mesmo. Foi toda a segurança alimentar que nós já tínhamos, e recém tínhamos passado pelas vistorias das carnes. Foi um susto também, porque muitos estabelecimentos grandes e nomeados estavam dentro, envolvidos. Então quem não estava ali já ganhou mais alguns pontos. E durante a pandemia, nós seguimos muito arrisca os protocolos, e com isso os clientes reclamavam muito. Então, o vizinho do lado pedia para vir retirar, nós não aceitávamos, vizinha enlouquecia, "mas eu estou aqui do lado". Não pode, porque o protocolo diz isso. Se eu liberar, eu estou sendo antiética e se eu fizer para você, eu vou ter que fazer para outra pessoa também. Então, como seguimos minuciosamente o protocolo. Eles ficavam bravos conosco, mas pensávamos no ponto de que tínhamos a segurança dentro do que estávamos fazendo. Por estar seguindo todo o protocolo, então isso também passava uma segurança alimentar. Trabalhamos muito forte na questão de segurança alimentar. E não mostrando somente porque estavam exigindo na pandemia, se mostrava o que estava o que já fazíamos à muito tempo, era nosso padrão fazer. E como nós não tínhamos mais contato com ninguém nós berrava nas redes sociais, nós passava segurança alimentar, a gente fazia post aonde demonstra-se afeto. Porque era o que a gente estava sem, tinha um distanciamento então falávamos... "nós estamos próximos de você". Nós mostrava que não só durante a pandemia, mas que a gente estava os 7 dias da semana junto, com as pessoas que estavam trabalhando, que eram os hospitais, as pessoas que estavam no plantão, nós tentávamos dizer que estávamos aqui junto. E dentro das residências também, a gente tentou de todas as formas demonstrar afeto, porque nós conseguia chegar até eles entregando, o nosso motoboy tinha um contato ou um pré contato com eles. Então tentamos da melhor forma dar conforto e muitas vezes nós passávamos por situações, onde víamos que as pessoas estavam chorando, triste, depressiva, ou porque estavam com medo porque já tinham perdido vários familiares. Então começamos a entregar em velório, mas era uma postura de como chegar no velório, de como chegar para este familiar, como somos acostumados a trabalhar em festas, momentos alegres, em velórios era totalmente diferente, era baixar a cabeça e ter respeito, porque é um outro ambiente.</p> |
| Entrevistado 7 | <p>Durante a questão da pandemia a palavra estratégia era uma base de tudo. Tanto financeira quanto estratégia de diferencial do concorrente. Porque às vezes alguns concorrentes tinham o mesmo produto que você, na verdade tu teria que pensar de que forma esse produto chamaria atenção com um valor que</p> |

| | |
|------------------------|--|
| | fosse concorrente que pudesse ser comparativo e tu pudesses também estar inserido no mercado. Além dessa diferenciação os custos, as pessoas estavam muito inseguras de como seria essa questão do amanhã e depois. Então tu não poderia ter um produto muito caro e também não um produto muito barato porque senão tu não conseguiria manter essa questão dos custos da empresa. E a questão estratégia de venda, a internet, o marketing ele foi fundamental porque as pessoas como estavam em casa, tendo em mãos o celular ou um note. É ali que elas refaziam essas avaliações. É aí que elas buscavam o que que o mercado tinha de diferente e se era algo que interessava elas e era uma necessidade daquele momento elas realizavam a compra. Então sim a estratégia a avaliação de tudo, ela foi muito importante nesse momento de pandemia. |
| Entrevistado 8 | Não, não utilizei. A estratégia era manter principalmente um bom atendimento, e gastronomia de qualidade. E tratar muito bem o cliente e/ou o convidado o deixando sempre bem servido. Em questão de qualidade no serviço, para quem contrata nossos serviços, sempre digo aos meus garçons, enquanto tiver alguém comendo vamos servir. Sempre tenho comia sobrando, para os meus clientes saírem bem satisfeitos. |
| Entrevistado 9 | Todos nossos clientes, são praticamente os que nos seguem no Insta. Então eram pessoas que estavam nos acompanhando. Sempre nos acompanhando no Instagram e são clientes que a gente já conhece à bastante tempo que forma nos indicando um pra outro, enfim, as pessoas cansaram de estar em casa, queriam uma alimentação diferente. Então, com isso nós postava no Instagram, no facebook o que estávamos produzindo na semana, o que a gente tinha pra vender e foi o que nos ajudou bastante, nesta questão de vendas. Utilizamos bastante as redes sociais, e também o boca a boca, um amigo falava para outro, que falava para outro e assim foi evoluindo. |
| Entrevistado 10 | Como comentei, eu voltei a estudar e fiz o curso de corretora de imóveis, me formei pensando em usar essa profissão mais a longo prazo, porém logo depois da pandemia já comecei a atuar como corretora de imóveis e deixar os eventos de lado. E no momento estou apenas cumprindo a minha agenda de eventos já fechados e estou atuando mais como corretora. |

13. Como está sendo o retorno dos eventos, após o cenário que passamos? Quais são as suas expectativas como gestor para o mercado de eventos da cidade?

| | |
|-----------------------|---|
| Entrevistado 1 | Todo mundo desesperado por fazer festa, só que também quebrado financeiramente. E aumentou muito o custo das coisas. As flores na época muito cara, logo na volta, tudo muito caro, muito caro. Isso também causou estresse de voltar a trabalhar na volta. Todo mundo precisava recuperar o perdido, e se perdeu a noção do dinheiro, a nível de fornecedor e a nível de cliente loucos para fazer festa. Como se não houvesse |
|-----------------------|---|

| | |
|------------------------------|---|
| | <p>amanhã. Agora, voltou muito bem. Só se moldando ao mercado mesmo ao valor da festa para o evento para realização do sonho. Antes existia um sonho que não se moldava ao valor. Agora o mercado está sem verbas, mas também está acordando para esses momentos. Tem público para tudo, festas muito simples, tem festas muito grandiosas. Mas diminuiu, graças a Deus diminuir o tamanho dos eventos pós pandemia. Não se faz mais aquelas festas de 300 pessoas se faz festas para 100. E isso, é muito bom. As festas muito grandiosas de grande número de pessoas diminuiu. Eu acho isso ótimo. Essa é minha opinião pessoal. Por quê? Porque o cliente pode aproveitar a sua festa, aproveitar teu momento, vendo todas as pessoas. Antigamente montava uma festa para 300 pessoas e não se cumprimentava sequer todas. Hoje estar com um grupo realmente que importa, um grupo seletivo. Por exemplo, eu agora vou fazer um casamento para 20 pessoas, penso quanto vai se comemorar, curtir as 20 pessoas. O quanto romântico vai ser, o quanto importante vai ser só as pessoas que realmente estão no teu grupo. Hoje em dia eu prefiro fazer um casamento para 20 pessoas que fazer para 200. O anfitrião vai curtir mais o momento. Com certeza ela vai poder dar atenção para todo mundo. Todo mundo vai poder chegar à noiva. Eu já fiz um evento onde os noivos pareciam uma filmagem. E os convidados como meros coadjuvantes. Isso não é legal, não é meu perfil. Mais. Isso mudou mesmo.</p> |
| <p>Entrevistado 2</p> | <p>O mercado pós pandemia, começou lento. As pessoas tinham medo, ainda em 2022, ano passado, e em 2021. Mas, como eu tive coragem de fazer eventos durante a pandemia, para mim nada mais era problema. Todos os eventos ficaram sendo bem menores, eu descobri até durante a pandemia que tinha hotéis. Como era verão, e primavera a gente podia usar os espaços abertos. Eu fiz muitos ao ar livre, e ainda tinha sorte que o sol aparecia, fazia o maior sucesso, porque as pessoas estavam loucas para se encontrar, com saudades. Foi uma emoção tão grande quando retomou os eventos de verdade, a gente chorava quando se encontrava, a gente se emocionava muito. Teve muitos braços com guris, gurias desde o da faxineira até o dono do hotel vinha nos receber, e a gente vinha se abraçar, a gente queria se abraçar, então foi muito emocionante. A retomada foi muito linda. Linda, eu diria, foi apesar de tudo, era muito lindo e cada um tinha sua história triste, pois todos perderam alguém, eu perdi meu pai, alguém perdeu o irmão, alguém perdeu um tio, então era aquela tristeza misturada com alegria. O mercado de trabalho voltou com tudo, volta firme. E eu acho que o Bolsonaro, apesar de tudo, todas as críticas, não sou partidária, mas ele tentou. Ele conseguiu fazer o máximo por todos nós, e para manter o Brasil, manter o país, manter todos nós unidos e vivos. E agora, com a troca de governo, coisas diferentes acontecem. Estamos nos adaptando, muda o governo logo após o término de uma pandemia, não estamos</p> |

tendo sossego financeiro ou, condições de realmente alavancar. Teve segmentos que foram muito bem durante a pandemia. Muito bem. O segmento do meu marido, onde ele é diretor de uma empresa, foi muito bem durante a pandemia, mas agora está tendo uma recaída. Então eu fui muito mal durante a pandemia, só que agora eu tô alavancando, com eventos todo todo dia, toda hora, toda semana eu tenho agendamentos. Logo depois da pandemia o mercado começou lento, eu diria e começou se readaptando as novas situações, a um novo andar. Por exemplo, as floriculturas não tinham mais plantações de flores, porque os plantadores não cultivavam mais flores, e agora estão voltando a cultivar. As flores estão caríssimas, só para ter uma ideia. Tivemos que nos adaptar por flores permanentes, buscar Capim Pampa, e surgiu essas decorações alternativas porque não tinha flor, aquelas folhas coloridas, aquelas coisas artificiais, porque não tinha flor natural. Que o muito pouco que tinha, era muito cara. Nós tínhamos que nos reinventar com plantas verdes, com abajur, com luzes penduradas, coisas no teto, pois a decoração tinha que aparecer. Tivemos que se adaptar a uma nova realidade. E hoje, o futuro dos eventos é maravilhoso. Volta a ser assim, glamuroso, volta a ser incrível, volta a ter festas sensacionais. Como já está tendo, festas com família unida, com pessoas que dão valor a qualquer coisa que tu fizer e fizer bem feito. As pessoas querem se sentir acolhidas com a família, não é só mais um evento, é o "evento" que eu estou fazendo. Para essa família, para esse casal, para esse formatura, para esse 15 anos. As pessoas querem se sentir valorizadas cada vez mais. É muito legal, só que as pessoas exigem ao que estão pagando, tem que ser muito correto. Os eventos pós pandemia estão muito modernos. Agora o Mini Wedding, os casamentos pequenininhos para quinze pessoas é sensacional. É lindo demais. As pessoas realmente não estão mais preocupadas em querer agradar. Procuram fazer a festa com os poucos amigos e a minha família. Está sendo muito usada esta tendência, e vai continuar. Os pequenos eventos, pequenos aniversários em casa, e não é porque é em casa que vai ser improvisado, não, é em casa com bom gosto. Te contratam, me chamam para organizar a mesa, para organizar a sala, e é muito interessante isso, sabe, as pessoas querem demonstrar o prazer de bem receber. E além disso, a questão do dos ambientes, acho que cada vez mais as pessoas querem estar em contato com a natureza, querem eventos alternativos. Se gostam de vinho vão casar em uma vinícola, gosta de praia, vai fazer o casamento na praia, eu vou convidar meus amigos e eles vão e as pessoas adoram, se organizam. Então a própria organização vai motivando essas pessoas a quererem estar no evento. Essas são as novas tendências de festas, e há cada vez mais. E tem também aquelas festas pomposas, aquelas festas bem glamorosas, com exageros, excessos. Mas é o dinheiro deles.

| | |
|-----------------------|---|
| | <p>Eles têm. Então, ótimo, vamos fazer acontecer. Então tem as festas bem impecáveis, assim com bebidas caríssimas, comidas que nem imagina da onde vem, eles estão colocando aquelas flores importadas aquelas coisas extravagantes. Nós só seguimos o que cliente deseja, as realizações. Eu continuo realizando sonhos, não importa o tamanho, não importa o preço aonde é, como é, eu faço. E ver o olhar do cliente de felicidade, e ver a lágrima descendo dos olhos quando encontra a festa pronta, não tem satisfação melhor, é bom demais.</p> |
| Entrevistado 3 | <p>Eu percebi que os eventos retornaram, para nós, como nossos clientes não são todos praticamente da Serra, de Caxias do Sul, mas também de fora. A grande maioria é de fora. Eu atendo clientes de todo estado, de todo o Brasil e mundo. Enfim, nós não temos muitos clientes da Serra gaúcha, mas estão a nos procurar. A gente, inclusive no pós pandemia, em setembro a dezembro, logo que terminou, fizemos próximo à 40 casamentos. Temos uma quantidade de eventos muito boa, está retornando ao normal. A gente está também com as agendas bem lotadas. E a gente não quer nem mais ouvir falar de pandemia. Neste final de semana que passou, atendemos 3 eventos, isso é um retorno muito bom para nosso setor. O nosso espaço é muito diferente do todo os demais. Nós estamos cheios de ideias novas, para crescer cada vez mais para se destacar no mercado e para surpreender cada vez mais os nossos queridos noivos. Eu sempre fiz casamentos autênticos, ninguém vai me procurar para fazer um casamento com ostentação, porque eu nem gosto deste modelo. Para mim é brega! Então, eu vi diferença entre antes da pandemia e agora, no pós pandemia os casamentos estão sendo menores e eles têm mais significado, não é aquela coisa ostentação. Então, são casamentos menores, com mais significado, com mais amor, com mais movimento, com mais família.</p> |
| Entrevistado 4 | <p>Eles deram uma certa enxugada, né? É como eu te comentei, a parte de tempo de planejamento, a gente sentiu que a grande maioria reduziu esse tempo que antes nos contratavam um ano e meio à um ano antes. Assim, era quase a maioria fazia esse processo de ser mais longo. Agora a gente está numa batida muito grande de procura de 6 meses, 7 meses, 8 meses, sabe? Às vezes, um ano assim já é o máximo que eles estão procurando, a antigo, raros, mas. Uma grande minoria dos casos com mais de 1 ano, que antes era o contrário, né? Então esse foi uma mudança de comportamento. Segunda mudança de comportamento a redução do público são os eventos maiores. Assim, com mais de 200 pessoas, eles são bem incomuns, digamos assim. O pessoal tá fechando um pouquinho mais o cerco, sendo mais criteriosos com os convicção, com a seleção ali das pessoas, né? Deixando um pouco mais em que mista, até um e. A partir de 3 que a gente tem percebido é a grande. A quitação em uma que uma quebra menor de de não de convidados que não participam de ter</p> |

| | |
|-----------------------|--|
| | <p>antes. A gente falava em 10% mais ou menos da lista de TV. Eventos assim, que bateu 100%, um convidados foram convidados, confirmaram e 100% estiveram presentes. Assim, antes da pandemia, era muito comum ter quebra e agora está bastante comum que todo mundo vá. Por falta, assim, há uma pessoa, 2 pessoas, apenas um convidados. Tá mais adepto por ter passado pela pandemia assim, né? Só ficou sedento do evento presencial do sim, participar dos momentos de forma.</p> |
| Entrevistado 5 | <p>O custo do capital ficou mais caro, ou seja, o custo do dinheiro ficou mais alto. Se o dinheiro está mais caro, significa que os custos de tudo subiu, o custo está muito alto para fazer evento, e os eventos como um todo, eles têm uma percepção de quarta ordem, ou significa que eu não sou a prioridade no sistema de consumo. A pessoa vai dar prioridade na sobrevivência, botar comida na mesa, teu trabalho para depois pensar em fazer uma festa no local. Então, hoje as pessoas fazem eventos menores até o momento. Isso até o momento, porque dependendo como a situação, o fluxo econômico, ele reage, a gente também consegue reagir. Mas se tu for analisar no escopo geral, pela dinâmica antes da pandemia, atividade está mais lenta. Atividade como um todo. Por causa do custo do capital que ficou caro, ficou muito alto fazer um evento agora próximo do que era uma festa antes da pandemia. Quanto que eu vou conseguir minimizar do meu processo para tornar o preço competitivo no mercado. Trás uma cadeia de processos, que precisa se pensar, quanto essa pessoa está disposta a pagar, qual é a condição financeira. Essa é a conta hoje, é o quanto eu consigo entregar para o meu cliente o quanto eu consigo fazer ele ter essa percepção de valor que é importante através de um custo de capital alto, porque não é barato fazer festa hoje. Nós sempre damos um exemplo, vai comer uma pizza, para sentar na mesa da pizzeria e ficar 2h paga R\$100,00. Agora pensa fazer uma festa, ficar aqui dentro de um salão umas 12h, com gerador de energia elétrica disponível, ar-condicionado, um espaço privativo, decoração, atendimento, ou seja, uma coisa muito personalizada. É isso que se luta hoje no mercado dos eventos principalmente. A partir desse momento, a partir do segundo semestre, que estamos conseguindo criar novas estruturas que já estavam sendo desenhadas, agora que a gente conseguiu botar no papel, redesenhar todos novos custos. Então tem que estar toda hora se inovando. Porque a pandemia ela nos ensinou muita coisa, estamos redesenhando os evento.</p> |
| Entrevistado 6 | <p>O mercado estava a todo vapor, porque todo mundo queria fazer festa. E poucas casas de eventos fizeram restituição de valor. Então, muitas programarão essas festas pra frente. Então, quando foi liberada as casas, eles já tinham uma agenda bem formada, que não foi o meu caso. Eu restitui os valores, e demorei para retomar. O primeiro orçamento que eu passei foi</p> |

| | |
|-----------------------|--|
| | <p>em 15/01/2022. Foi bem diferente porque eu achava que ali no final do ano ia ter outra onda de covid, e teve outro estouro que foi maior do que o de 2021. Sim, só que então as pessoas já estavam vacinadas, porque chegou a 400/500 o número de contaminações diárias na primeira quinzena de janeiro. Só que devido as pessoas já terem a vacina, isso não foi tão ruim como quando não tinha vacina que levava ao óbito. E não tinha também hospitais lotados, porque as pessoas conseguiam respiratório, mas eu via o setor voltando com tudo. Eu vi voltando, e o que na minha visão mudou? Assim, mudou a quantidade de pessoas, então se fazia uma festa para 100 pessoas, essas pessoas estavam fazendo para 30/40, então o lucro não era mesmo porque o espaço é o mesmo e muitas vezes as despesas que a casa tinha, o custo da casa era o mesmo, mas a quantidade de convidados era menor. Isso foi uma coisa que teve que se adaptar. Agora estou percebendo que os eventos começaram aumentar, mas logo que saiu da pandemia eram menores, até porque também as pessoas não tinham muito dinheiro e elas queriam comemorar. Então tiveram que reduzir a quantidade de pessoas pra poder fazer o evento. Mas em volume, eu acho que foi muito bom. Voltou a todo vapor, comparando também com outros outros segmentos, por exemplo, as lojas de roupas, a recuperação foi muito menor e pior do que eventos. Depois da pandemia eu estipulei uma média de fazer 4 eventos mensais, nós estamos ficando dentro dessa média, então, quando extrapola, está chegando aos 6 eventos mensais. E para eu aumentar esse número de eventos, então a ideia é ter um outro espaço. Diferente do que eu tenho hoje, que é uma das coisas que eu estou procurando. Um espaço que eu consiga separar as atividades. E ter eventos, então sim eu vou conseguir trabalhar com número maior. Eu acho que vai ser possível porque, como a gente já está há 10 anos no mercado e temos toda a estrutura dos eventos, desde decoração, alimentação, e DJ, nohall, tudo o que a gente precisa para os eventos, eu acho possível. E acho que vai facilitar, se não fosse a pandemia, nós não teríamos essa ideia. Ter uma estrutura melhor do que nós temos aqui.</p> |
| Entrevistado 7 | <p>Teoricamente a pandemia não existe mais. Já não é mais considerada como estado de calamidade. Após um acontecimento como este, a gente pensa, que tanto o comportamento do fornecedor quanto do cliente vai mudar. Do cliente, do consumidor, isto é fato, porque ele na verdade se inteirou de alguns assuntos, ele se tornou entre aspas especialista, ficou dois anos sem poder compartilhar os momentos felizes dele com amigos, com familiares então ele veio mais exigente e com uma força e um volume maior nessa questão do consumo. A gente tem notado que quantidades de determinados insumos, de determinados produtos já estão mudando essa questão do cálculo, então o consumidor mudou. Agora alguns fornecedores deveriam ter aproveitado esse</p> |

| | |
|-----------------------|---|
| | <p>cenário de crise, esse cenário de reflexões para também mudar o seu contexto de atendimento, de qualidade, verificar e entender que esse consumidor veio diferente, fazer uma adequação de valores e não simplesmente taxar o preço e dizer, o pós pandemia nos trouxe isso, ele tem que justificar o porquê disto. E a gente vê infelizmente que alguns fornecedores, alguns prestadores de serviços e produtos não fizeram isso e não acompanharam essas mudanças dos tempos. Que é uma pena. E até porque, hoje a gente precisaria que nosso setor se qualificasse mais, deveriam buscar esse entendimento que é a excelência do atendimento, ela é fundamental, ela faz a diferença e isso pode estar agregando valores. E, infelizmente, a gente tem muitas pessoas no mercado que elas não valorizam isso. Então, eu simplesmente se lanço no mercado, porque eventos dá dinheiro e isso não é verdade, tem muito caminho que tem que ser trilhado. Não é fácil, porque a prestação de um serviço ela é única e ela tem que ser bem feita desde o começo, meio e fim. E algumas pessoas, infelizmente, em pós-pandemia, acharam que daria pra se lançar nesse mercado não se qualificaram, não buscaram entendimento do que que o setor está precisando. E aí eu digo que essas pessoas nem deveriam estar nesse cenário. Então, é isto que eu aponto para o futuro, o setor voltou, existe um boom muito grande em demandas, o consumidor tomou um outro posicionamento e que o setor, os profissionais do setor de eventos ainda precisam se qualificar mais e também ter um posicionamento diferenciado em cima disto que a pandemia nos obrigou, que a gente fosse na verdade se adequando, E esse se adequando, a quem for esperto, a quem teve o entendimento desta mudança, hoje se encontra com a estrutura empresarial bastante saudável, tanto de financeiro, quanto de atendimento, enfim, de qualidade, de prestação de serviços e produtos.</p> |
| Entrevistado 8 | <p>No ano de 2022 foi muito bom, não posso me queixar. Em agosto acabamos falhando em relação aos fechamento de contratos, mas já alteramos para este ano. E no final do ano, como comentei, se nós tivéssemos mais espaço, poderíamos ter feito mais eventos, só contando o mês de dezembro. As empresas deixaram tudo para em cima da hora. Eu tenho clientes do ano passado, que já fecharam o contrato para o mês de julho. Porque em 2021 essa empresa queria fazer conosco, a festa de final de ano, acabaram deixando para próximo da data e não tinha mais vaga na agenda. No pós pandemias os eventos estão sendo mais enxutos, não tem mais aquele grande evento, são poucos eventos que ultrapassa as 100/120 pessoas em média. São eventos de 70 à 120 convidados. Mesmo que inicialmente venham com 150 convidados na lista, acaba caindo e fechando com uma quebra de 10% e hoje pode chegar até 30%. Estamos muito preocupados com esse nosso governo, ele quer voltar com a tributação dos impostos sobre a</p> |

| | |
|------------------------|---|
| | <p>circulação financeira, mais impostos. Até agora não apresentou nenhum projeto para o público. Hoje eu li no Instagram que uma deputada postou, o titular do projeto não sabe diferenciar o que é um link do print, como vai criar um projeto? Estamos aguardando como será a administração do governo para os próximos meses.</p> |
| Entrevistado 9 | <p>Os eventos voltaram com uma demanda boa, mas não existe um planejamento. As pessoas, elas não estão se planejando. Hoje as pessoas estão realizando o evento em um prazo curto, decidem de uma semana para outra e vem até nós já para agendar, em poucas semanas. Os clientes não estão se planejando mais para um ano, ou dois, não são agendados como os eventos em que fazíamos a um tempo atrás. Vamos casar, vamos fazer, vamos acontecer. Os únicos eventos que realmente tem uma antecedência são as formaturas. Formatura sim e percebi também que nas formaturas, elas geralmente aconteciam no sábado, ou no mesmo dia que acontecia a colação de grau, hoje eles abriram mão. Hoje, se no sábado não tiver espaço, eles remarcam para um outro, ou na sexta-feira. As pessoas também ficaram mais flexíveis, não é mais aquela coisa, tem que ser porque é o dia. Não existe mais planejamentos para eventos, hoje não existe. No ano passado eu fiz um evento de uma semana para outra, foi acordado a data em uma sexta e já na outra estava acontecendo o evento, era de 110 à 120 convidados. E tem algumas pessoas que estão optando por eventos mais intimistas, uma vez eram, por exemplo, 250 pessoas, agora está sendo mais limitado, no máximo umas 150. Teve um que superou a 180, mas estão um pouco mais reservados, não é aquela modelo tão grande. Teve eventos com 30, 20 pessoas, então acho que ficou um pouco mais conservador. Eu não sei se em questões de valores ou não em questão de muita aglomeração. Aí me fica uma dúvida. Em relação as minhas expectativas, só temos à crescer agora, porque, agora acabou os meses de formatura, mas temos as empresas, e estas não se organizam, se inicia o mês vago e quando vê já está cheio de eventos. Vai se fechando os eventos um atrás do outro, porque estão fechando de uma semana para outra, então só queremos crescer, ir pra frente. Nada de parar de novo, vamos trabalhar, e muito.</p> |
| Entrevistado 10 | <p>O setor de eventos, ele é muito vulnerável, e ele não é prioridade. Então digamos assim, que eu pretendo me casar o ano que vem. Mas instala-se uma crise financeira, as pessoas tem medo de fazer gastos, a primeira coisa que elas cortam é a festa, é o casamento. Então eu preciso pagar a prestação da minha casa, eu preciso me manter, eu não posso investir em coisas supérfluas. O setor de eventos é muito supérfluo nesse sentido, se as pessoas tem que cortar alguma coisa vão cortar as comemorações principalmente em grande escala. Que nem eu que trabalhava com eventos de luxo. Então ele é muito vulnerável nesse sentido. Durante a pandemia ele ficou</p> |

totalmente vulnerável, Além de estar proibido a realização de eventos as pessoas não queriam fazer essa aglomeração. Passando-se a pandemia as coisas voltaram ao normal os eventos voltaram com tudo mas ainda é muito vulnerável então, depende muito mais de uma crise econômica do que uma pandemia em si. E logo depois da pandemia, logo que voltaram os eventos eles voltaram em tamanhos menores. Porque as pessoas que realizaram o evento logo em seguida, elas organizaram esse evento durante a pandemia e durante a pandemia a gente sempre pensava em eventos menores, pouca aglomeração. Então esses eventos logo em seguida da pandemia, eventos novos eles foram com menos pessoas. E houve aí um uma mudança na quantidade de pessoas em relação a isso. As pessoas estavam ainda com aquele medo da aglomeração e tudo mais, mas logo em seguida mesmo eu não realizando outros eventos. Eu sei que os eventos voltaram a ter grandes números de pessoas e assim, não existe mais nenhum tipo de restrição, nenhum tipo de exigência que envolva a pandemia. Quando liberou os eventos as exigências e as as restrições ficaram junto com a pandemia. Então voltou ao normal. Cem por cento ao normal depois que o pessoal acostudou com essa volta dos eventos.

APÊNDICE B – ENTREVISTA DE PRÉ-TESTE

| Guia de entrevista | Respostas |
|--|---|
| 1.Qual o porte de sua empresa? | A minha empresa é micro. Abri em maio de dois mil e vinte e dois. Minha amiga precisava de ajuda, para fazer seu aniversário, então eu fiz, pensei, em todos os detalhes, nem eu sabia que eu era tão organizada pra isso, porque evento social então era um mundo novo que eu não tinha organizado, fiz o evento pra ela. Eram cinquenta pessoas durante um domingo, saiu tudo muito bem, foi na parceria sem cobrar nada, foi tudo muito legal, funcionou, o pessoal elogiando a organização, foi ali que eu vi que o reconhecimento vem muito rápido, e se o serviço é bem feito já recebe esse retorno na hora. |
| 2.Quantos eventos em média atendia mensalmente (antes) da Pandemia? | Não trabalhava com eventos antes da pandemia. |
| 3.Quantos eventos em média atendeu mensalmente (durante) a Pandemia (ano de 2020)? | Eu não fiz nenhum, mas percebi, pois eu já acompanha tudo isso, que muitos cerimonialistas sofreram. Não tinha como fazer um evento pra cem pessoas escondida, não tinha como. |
| 4.Qual o percentual de faturamento que sua empresa perdeu (-) ou ganhou (+) no ano de 2020 em virtude da Pandemia? | Não se aplica |
| 5.Sua empresa deixou de realizar novos investimentos devido a pandemia? | Então teve a época de carteira, de mostrar carteirinha de vacina tudo isso. Então não só toda a parte burocrática de como resolver, de como relatar, rever data com fornecedor, valores, tudo. O dia do evento em si também deve ter sido muito preocupante da carteirinha, de máscara, de todos os colaboradores se protegerem também. Então deve ter sido bem difícil mesmo. Não deve ter deixado os clientes e os contratantes 100% relaxados como é agora. Porque a preocupação existe. São é quem está ali é muito importante pra ti, então tu também não quer por essas pessoas em risco. Então, deve |

| | |
|--|---|
| | ter sido um momento muito tenso, assim, de tensão pra que o evento ocorra bem mas também lidando com a saúde e cuidados de todos os convidados. Deve ter sido bem apavorante mesmo e acho que só agora depois de 2023 as agendas, enfim, começaram a se se reestruturar, porque muita coisa remarcada, que de um ano, dois, que precisou ser colocada em dia. |
| 6.Nesse contexto de pandemia, sua empresa necessitou tomar empréstimo para capital de giro? | Não se aplica |
| 7.Diante dos impactos da Covid-19, quais medidas de mitigação sua empresa teve que realizar? | Não se aplica |
| 8.Qual foi o efeito da pandemia da COVID-19 sobre o acesso aos seus fornecedores e recursos materiais por parte de sua empresa? | Não se aplica |
| 9.Visando se posicionar no mercado durante a crise, você se definiu (redefiniu) mudando de negócio e/ou ramo de atuação? | Não se aplica |
| 10.Qual política/ação específica para o setor de eventos você sugeriria para auxiliar este setor em virtude das restrições que foram impostas pela Pandemia? | Não se aplica |
| 11.Você realizou uma análise do ambiente interno (forças e fraquezas) e/ou externo (ameaças e oportunidades) da sua empresa? | Não se aplica |
| 12.Para se diferenciar no mercado durante a crise e entender sua vantagem perante a concorrência, você utilizou de alguma estratégia? | Não se aplica |
| 13.Quais são as suas expectativas como gestor para o mercado de eventos da cidade? | Eu entrando no no mercado em maio de dois mil e vinte e dois, o mercado tava muito aquecido, mas muito, muito. Tá, eu tive a sorte do mercado ter votado, eu tava preparada pra essa sorte. Sim. Mas eu acho que agora só |

tende a crescer. O que que eu sinto? As pessoas querem comemorar pequenos ganhos, enfim, a gente não via festa de trinta anos, festa de quarenta, festas de cinquenta isso não existia, normalmente ceia pra jantar com teus amigos, enfim, com a família, mas não festas, não era comemorações grandiosas. Senti que mudou muito o estilo que a festa toma. É pra menos pessoas, tu quer fazer algo mais bonito, algo mais elaborado muito com as festas intimistas, as festinhas menores depois da pandemia e as pessoas querem investir no evento pra poucas menos pessoas. E querem fazer, não querem deixar de fazer, essa pandemia deu uma virada de chave em muitas pessoas e comemoraram eu estou vivo. Isso impactou bastante e por ter muita coisa que atrasou também, formaturas que foram adiadas, o mercado tá muito aquecido não sei se pros outros, mas pra mim está uma demanda muito boa que vem crescendo que já tem procura pra 2024, já tem pra 2025 que é um negócio bem difícil de prever para passar orçamento. Então, sinto que o mercado tá aquecido, tá muito bom. Pra mim, assim, não é que eu sinto que os fechamentos de eventos estão fáceis, mas as pessoas estão muito entusiasmadas em querer comemorar. Espero que até mais. Porque o bom de trabalhar com o evento é que as pessoas tão querendo comemorar, estão felizes, não é algo triste, então é uma coisa que espero que tenha cada vez mais, que as pessoas possam ter também esse direito e oportunidade de fazer um evento, uma mãe quer fazer uma festa de quinze, um casaco um casal. Espero que continue assim e pra melhor. Acho que pior não vai ficar também. Como convidada de quem vai em eventos, o que eu sentia antes da pandemia de 2019, eu sentia que era muito mais toda a formalidade de uma formatura, a formalidade de um casamento como convidada mesmo sentia que o estilo era outro de festa, era muito mais protocolado, não que sem formalidades não tenha protocolos, mas eu sentia que os eventos tinham algo a mais, nem especial era mais formal mesmo. Sentia isso de vamos todos sentar nas mesas redondas de dez lugares e vamos todos esperar a janta para

| | |
|--|--|
| | <p>fazer a festa. Agora sinto que o pessoal quer mais é comemorar do início ao fim. O anfitrião em si quer dar atenção pra todos os convidados, às vezes num jantar mais formal, tu não consegue dar a devida atenção pra todos, sinto isso. Que as pessoas querem fazer por mais que seja pra menos pessoas elas não querem deixar de fazer. Por uma vez que o uma lista de casamento tinha trezentos pessoas, agora essa lista vai reduzir pra cem, elas vão convidar quem realmente é importante pra elas e elas não vão deixar de fazer. Não sei se é um meio que eu estou talvez em eventos mega luxuosos, grandiosos, continua essa formalidade.</p> |
|--|--|

Termo de Entrega dos Resultados do Trabalho de Conclusão de Curso II

A empresa **Sidnei Staudt – Planejamento e Cerimonial em Eventos** CNPJ **11.379.035/0001-08** situada da **Rua das Gardêneas** número **638** Bairro **Cinquentenário** Cidade **Caxias do Sul/RS** informa que recebeu da Sra. **Alice Argenta** cópia do Trabalho de Conclusão de Curso II, o qual é um dos requisitos para obtenção do Grau de Bacharel no Curso de Administração da Universidade de Caxias do Sul (UCS).

A empresa **Sidnei Staudt – Planejamento e Cerimonial em Eventos** entende que o Trabalho de Conclusão de Curso II promove a interação entre a Universidade e outros setores da sociedade, por meio da produção e aplicação do conhecimento, em articulação permanente com o ensino e a pesquisa e que o mesmo tem condições de apresentar contribuições para a organização.

- () pouca contribuição
- () boa contribuição
- (X) excelente contribuição

Espaço para a empresa registrar outros comentários.

Caxias do Sul, 03 de julho de 2023.


Assinatura da Empresa
Sidnei Staudt – Planejamento e Cerimonial em Eventos