

Nome: _____**Disciplina:** LOGÍSTICA DE ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS DE ANIMAÇÃO (UFCD 1402) **Módulo Nº** 22**Turma:** 11º ANO **Curso:** TÉCN. ANIMAÇÃO TURISMO

GUIA BREVE ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS



Os eventos são a melhor forma de promover a relação entre uma organização e o seus públicos, pelo que é muito importante o seu bom planeamento e organização, para que o evento alcance os objetivos estabelecidos, constituindo-se como um verdadeiro sucesso.

Características como ser inovador, possuir um nome de fácil memorização, satisfazer as necessidades do público, criar expectativas, bem como ter um forte apelo promocional e emocional é o que torna um evento inesquecível no qual as pessoas desejam participar.

Durante o processo de criação de um evento, antes mesmo de passarmos à sua organização, deverá ter-se em conta determinados aspetos, tais como: a sua dimensão, a sua formalidade e tipologia, de modo a podermos proceder à sua correta classificação.

Será, pois, importante, observarmos as seguintes definições:

Dimensão: consoante o número de participantes que estarão presentes no evento, a logística de organização terá diferentes componentes envolvidos. Podemos assim definir um evento, no que toca à sua dimensão: como micro (até 100 participantes), pequeno (entre 101 e 500 participantes), médio (entre 501 e 3.000 participantes), grande (entre 3.001 e 80.000 participantes) e mega (com mais de 100.000 participantes).

Formalidade: conforme a formalidade que um evento apresenta, devem ser cumpridas normas e protocolos que estão regulamentados. Assim sendo, um evento informal, como a palavra indica, é totalmente despojado de formalidades; um evento semiformal deve cumprir algum protocolo como discurso, saudação de boas vindas, apresentação das autoridades locais e visitantes; enquanto que um evento formal deve cumprir as normas protocolares que se encontram no Decreto-Lei nº 150/87, de 30 de março;

Tipologia: podemos ainda classificar um evento de acordo com a sua tipologia, ou seja, o tipo de evento que será realizado. Os Eventos Técnicos/Científicos são as conferências, congressos, convenções, workshops, debates, fóruns ou jornadas, os Eventos Comerciais/Institucionais são as exposições, feiras, lançamentos, tomadas de posse ou leilões; já os Eventos Sociais são os cocktails, brunch, coffee-breaks, festivais, saraus ou espetáculos.

Ainda antes do planeamento de um evento, existem algumas questões que devem ser respondidas, nomeadamente para venham a surgir dúvidas ou divergências durante o seu planeamento. Aspetos como o objetivo do evento, os resultados desejados, a sua duração, a data e local de realização, quem serão os participantes e convidados, qual a logística de organização e que equipamentos vão ser necessários. É muito importante que todos estes aspetos estejam bem definidos, para que seja possível manter a coerência durante a organização do evento.

A organização de um evento está sempre afeta a uma entidade, ou a um grupo informal de cidadãos, com interesses próprios na promoção daquele evento. Interesses estes que podem ser sociais, políticos, desportivos, culturais ou outros. Por norma, para facilitar a organização do evento e agilizar no cumprimento das tarefas para a sua concretização, é usual designar-se um

grupo organizador, também designado como comissão, que terá sob a sua responsabilidade todos os passos e etapas relativas com a produção do evento.

O grupo ou comissão organizadora tem um papel fundamental no planeamento do evento, nomeadamente na fase de pré-evento no que toca a:

- **Programação:** quanto a temática, objetivos, momentos do programa, bem como participantes e/ou convidados;
- **Público-alvo:** a quem se direciona o evento, público-alvo a atingir;
- **Local e Data:** indicando o local e data onde o evento terá lugar;
- **Apoio / Financiamento:** encontrando parcerias que possam apoiar e/ou financiar a realização do evento;
- **Gestão Financeira:** para levantamento das necessidades de logística e proceder à angariação de orçamentos para contratação de fornecedores de serviços de apoio ao evento, sejam eles respeitantes a equipamentos técnicos de som, luz e audiovisuais ou outros, sejam respeitantes a transportes, catering e alojamentos;
- **Secretariado:** definir a forma de recolha e tratamento das inscrições, bem como as tarefas de receção e acolhimento dos inscritos. Caso se justifique, tratar da gestão protocolar do evento.
- **Comunicação:** desenvolver a imagem do evento quanto ao logótipo, aos convites, certificados, crachás, programas, cartas para patrocinadores, cartas de agradecimento, etc...

Definidas as funções da comissão organizadora, assim como os detalhes principais do evento, o planeamento deve focar-se noutros pormenores tais como: o local, a comunicação, os convites, os recursos materiais e humanos, e, caso seja aplicável, a viabilidade económica do evento, que estará sempre dependente dos objetivos e da tipologia do evento.

Reportando a estes pormenores deverá ter-se em conta o seguinte:

Local: Para escolher o local é essencial ter em ponderação:

- A data do evento;
- A acessibilidade e segurança;
- A visibilidade do local;
- Os acessos ao local;
- Número de participantes;

- Se as salas ou os auditórios têm capacidade para os participantes esperados;
- Se tem estacionamento disponível;
- A área de circulação;
- Quais as condições sanitárias e de limpeza;
- Quais as condições de iluminação e ar condicionado;
- A acústica das salas;
- A decoração do espaço;
- Qual é o equipamento técnico disponível;

Comunicação: planear a comunicação de um evento passa por definir estratégias assertivas para a promoção e divulgação do evento, para maximizar o número de pessoas alcançadas. As estratégias a desenvolver devem focar-se:

- *Nos meios a usar:* website, roll up's, jornais, cartazes/posters, folhetos, redes sociais, etc,
- *No formato da mensagem:* formal, descontraído, divertido, neutro, etc,
- *Timing:* Quando vai ser feita a promoção/divulgação e durante quanto tempo,
- *Recursos:* Nos recursos humanos necessários para a estratégia de comunicação;

Convite: caso o tipo de evento requeira o envio de convite, este deve conter um design de acordo com a imagem gráfica do evento e conter as seguintes informações:

- O tema;
- A eventual presidência;
- Data, lugar e hora;
- Duração;
- Estacionamento (se disponível);
- Data limite de resposta;
- Onde e a que devolver a resposta;
- Preço (se aplicável).

Recursos materiais: durante a fase do planeamento é importante considerar todos material e/ou equipamentos que haja necessidade para a execução do evento, evitando assim os imprevistos que possam surgir pela falta de recursos, os quais podem prejudicar o evento, neste sentido deverá ser considerado:

- *Material informático:* computadores, routers wifi, etc...
- *Material som:* PA Som, microfones (fixos, de mão, de lapela), colunas, barras de som, etc...
- *Material audiovisual:* vídeo-projetores, máquinas de filmar e/ou de fotografar, lcds ou Touch Screen,
- *Material para os participantes:* gifts, pastas de conferência, papel, canetas ou outros;
- *Material de divulgação:* flyers, cartazes, outdoors, outros materiais de promoção e/ou comunicação;
- *Diversos equipamentos:* estruturas de palco, stands, etc...

Recursos humanos: à semelhança dos recursos materiais, os recursos humanos devem ser definidos e alocados com antecedência para a preparação do evento e estes incluem:

- *Os colaboradores da organização e parceiros necessários:* secretariado, rececionistas, coordenadores, supervisores, mestre de cerimónias, técnicos (de luz, som e informáticos), tradutores/intérpretes, fotógrafos, designers, decoradores, pessoal de limpeza,
- A quantidade de colaboradores, para questões de remuneração,
- Os promotores para durante o evento,
- Os oradores, moderadores e apresentador.

Outros: devem ainda ser considerados todos os outros aspetos inerentes à organização de um evento, tais como: como o transporte dos convidados/oradores, estadia (caso aplicável), o catering e atividades a serem realizadas.

Viabilidade económica: um aspeto muito importante no planeamento de um evento é definir se a inscrição é gratuita ou sujeita a pagamento, caso seja a segunda opção, deve-se disponibilizar os valores das taxas, prazos e formas de pagamento. Esta receita muitas vezes é considerada como forma de angariação de fundos para fazer faces aos custos/despesas do evento. Uma outra forma de angariar fundos ou para o evento é optar por ter patrocinadores.

Neste caso o melhor será a organização dispor de um Pacote de Patrocínios, que poderá passar por incluir:

- A presença do logótipo das empresas nos crachás do evento,
- A colocação de roll up's na receção e entrada dos auditórios/salas alusivos às empresas,
- A distribuição de material para participantes (canetas, pastas, blocos) com o logótipo das empresas,
- A disponibilização de um coffee-break com o patrocínio das empresas.

Apenas conclusão do planeamento, com todos os detalhes definidos, será possível partir para implementação e organização do evento.

Para facilitar este processo, o ideal será criar etapas temporais que orientem a comissão organizadora, ou seja definir um cronograma de tarefas e tempos de conclusão.

Veja-se, o exemplo de organização de um evento de médio formato (1000 pessoas), tipo conferência, de como as tarefas necessárias para a organização de um evento podem ser divididas de modo a que nenhum pormenor seja esquecido.

No exemplo pode-se verificar as necessidades referentes à organização da Conferência: Os Desafios do Turismo nos Países da CPLP, a ter lugar em Ssnts Maria da Feira, no grande auditório do Europarque, no Dia Mundial do Turismo, a 27 de setembro de 2025 (evento fictício).

CONFERÊNCIA: OS DESAFIOS DO TURISMO NOS PAÍSES DA CPLP | EUROPARQUE – SM FEIRA | 27.SET.2025

Antes do evento:

6 meses a 1 ano:

- ✓ Reservar o local para o evento,
- ✓ Contratar os parceiros e serviços de apoio,
- ✓ Notificar os participantes com os pormenores do evento,
- ✓ Convidar os oradores e convidados VIP.

3 a 6 meses:

- ✓ Planear um programa de tópicos e identificar os oradores,

- ✓ Criar um site do evento e incluir o programa, os keynote speakers, biografia dos oradores,
- ✓ Contratar catering e definir menus,
- ✓ Começar a divulgação (publicidade, redes sociais, newsletters, folhetos, notas de imprensa).

3 semanas:

- ✓ Confirmar menus, salas e outros elementos com o local do evento,
- ✓ Reconfirmar os oradores,
- ✓ Reconfirmar os participantes,
- ✓ Reforçar a publicidade, criar as notas de imprensa e contactar os jornalistas, criar as notas de agenda.

1 semana:

- ✓ Enviar o material para o local do evento (pelo menos 24 horas antes da chegada dos elementos da organização),
- ✓ Confirmar a chegada do material ao local do evento,
- ✓ Confirmar refeições,
- ✓ Levar para o local material suplente (etiquetas, clips, canetas, lápis, blocos de notas, tesouras, etc).

Vésperas do evento:

- ✓ Verificar todos os pormenores,
- ✓ Reunir com o responsável do evento e confirmar pormenores,
- ✓ Verificar se as infraestruturas estão prontas,
- ✓ Verificar se as informações essenciais estão afixadas e nos respetivos locais,
- ✓ Confirmar se o equipamento está a funcionar,
- ✓ Testar as diversas apresentações (se aplicável),
- ✓ Analisar se as diversas áreas estão limpas,
- ✓ Reunir com o serviço de promotores e confirmar posições e tarefas,
- ✓ Confirmar se a alimentação está devidamente tratada e confirmada,
- ✓ Verificar se os transportes estão confirmados,
- ✓ Rever a programação social, cultural e turística,
- ✓ Confirmar se os parceiros e os recursos humanos estão a postos para realizar as tarefas definidas,

- ✓ Confirmar a lista de participantes com a receção do check-in,
- ✓ Verificar se o protocolo exigido é do conhecimento de todos os envolvidos,
- ✓ Averiguar se os “welcome kit” são suficientes para entregar aos oradores, moderadores e convidados VIP.

Dia do Evento:

- ✓ Visitar as salas do evento e os outros espaços, pelo menos uma hora antes do evento começar, para verificar se está tudo pronto,
- ✓ Confirmar se os oradores se registaram e lembrar para contactarem a organização,
- ✓ Confirmar com o responsável de audiovisual se o material necessário está pronto.

Pós-Evento:

- ✓ Reunir com o responsável do evento para rever faturas e recibos, e devolver os materiais que já não são necessários,
- ✓ Tratar da desmontagem física das infraestruturas,
- ✓ Retirar cartazes e publicidade,
- ✓ Caso se aplique, fazer o acondicionamento de materiais para futuras utilizações,
- ✓ Fazer o encerramento de pagamentos pendentes,
- ✓ Fazer o encerramento de contas,
- ✓ Enviar cartas ou emails de agradecimento a patrocinadores, convidados, oradores, meios de comunicação social,
- ✓ Realizar relatórios de avaliação,
- ✓ Preparar para a edição de atas,
- ✓ Preparar documentação produzida no evento, nomeadamente o press kit do evento (notas de imprensa, anúncios, notícias, espaços gratuitos obtidos na comunicação social),
- ✓ Atualizar o website do evento com fotografias, apresentações e teasers de apresentações,
- ✓ Criar bases de dados com todos os contactos.

Para um evento se desenrolar sem imprevistos e ter um resultado positivo é fundamental que cada pessoa nele envolvida, desde colaboradores a parceiros tenham bem definido o seu papel e funções, cumprindo todas as tarefas que estiverem sob sua responsabilidade.

O sucesso do evento depende do bom trabalho de toda a equipa, desde a fase de pré-evento, até ao pós-evento. É, pois, importante articularem entre si formas de comunicação, partilha de informações, gestão do stress, focando-se no evento e em tudo aquilo que, simbolicamente, pode representar, tanto para si como para a entidade que o promove.

Paços de Brandão, 25/11/2024

O(A) Professor(a),
Pedro Nuno Santos