



OS GESTORES DE *BUFFET* NO RAMO DE EVENTOS SOCIAIS: UMA REVISÃO LITERÁRIA

Cícero de Sousa Lacerda (IESP)

cicero@iesp.edu.br

Silvana Barbosa Fernandes (IESP)

Francys Angella Ribeiro de Oliveira (IESP)

RESUMO

Este artigo faz uma importante análise sobre o papel desempenhado pelos empreendedores com foco nos eventos sociais. Sendo uma tendência no país e com o crescimento de novos negócios no mercado, a concorrência no empreendedorismo vem aumentando, fazendo com que os empresários desenvolvam mais cedo o perfil empreendedor, aprimorando seus conhecimentos e estratégias. Portanto, os objetivos desse trabalho consiste em identificar o perfil empreendedor dos gestores do setor de *buffet* no ramo de eventos, mostrar a maneira como reagem frente às oportunidades e ameaças e o potencial existente no mercado. Para alcançar o objetivo proposto, optou-se por uma pesquisa bibliográfica, através de pesquisas em artigos e livros referentes ao universo do Turismo, sua importância na economia local ou mundial, gerando empregos e rendas em torno dos seus segmentos. Em seguida, fala-se a respeito do Turismo de eventos, como esse segmento vem crescendo, abordando seus impactos sobre a sazonalidade e a economia local e como os eventos sociais vem apresentando grande potencial nesse nicho de mercado, aumentando a demanda turística, gerando renda e empregos à comunidade local.

Palavras chave: Turismo, Turismo de eventos e Buffet, Empreendedorismo

ABSTRACT

This article is an important analysis of the role played by entrepreneurs with a focus on social events. Being a trend in the country and with the growth of new businesses in the market, the competition in entrepreneurship is increasing, making entrepreneurs develop early entrepreneurial profile, enhancing their knowledge and strategies. Therefore, the goals of this work is to identify the entrepreneur profile of managers in the buffet in the events, show the way they react to opportunities and threats and the potential on the market. To achieve the proposed objectives, we opted for a bibliographical research, through research in articles and books related to the universe of tourism, its importance in the local or global economy, generating jobs and incomes around the its segments. Then there is talk about tourism, as this segment is growing, addressing their impacts on the seasonality and the local economy and as social events has been showing great potential in this niche market, increasing tourist demand, generating income and jobs to the local community.

Key words: tourism, events and tourism, Entrepreneurship.



INTRODUÇÃO

O Turismo é considerado um fenômeno social, econômico e cultural; setor da economia mundial que possui grandes taxas de crescimento na economia local, aumentando assim o número de empregos diretos e indiretos e geração de rendas. A atividade turística pode ser considerada diferenciada por se tratar de uma experiência única. O turismo é um ramo da economia que incrementa a economia mundial em torno de 52 segmentos e é um dos principais geradores de divisas para um país. Atualmente seu crescimento é impulsionado pela maior disponibilidade de tempo, pela facilidade nas condições de pagamento e pelo aumento da renda, a segmentação do mercado turístico é baseada nas preferências e motivações das pessoas e, devido à grande globalização, a busca pela singularidade local e pela fuga da rotina. De acordo com (BENI, p.36) turismo é: “A soma dos fenômenos e das relações resultantes da viagem e da permanência não residentes, na medida em que não leva a residência permanente e não esta relacionada a nenhuma atividade remuneratória”.

Dentro da segmentação, o turismo se divide em vários tipos, por exemplo; Turismo Sol e Mar, Ecoturismo, Turismo de Negócios, Turismo de Compras, dentre eles o turismo de eventos, que é um desenvolvimento socioeconômico local como; feiras, shows, exposições entre outros, com geração de empregos e rendas e uma taxa de crescimento considerável dentro do setor da economia nacional ou mundial. O turismo de eventos pode ser considerado como ponto de partida para impulsionar e potencializar o desenvolvimento do turismo em uma determinada região e ainda possui a função de reduzir a sazonalidade que é caracterizada pela instabilidade entre oferta e demanda da atividade turística na baixa estação. A sazonalidade trás grandes consequências no período de baixa como a redução de funcionários, inflação. O ideal é que criem estratégia de atrações que criam demanda durante o período de baixa temporada. “Segundo Mota (2003), a sazonalidade é causada por férias escolares ou dos trabalhadores, poder aquisitivo da população, variações cambiais, guerras, epidemias, distúrbios políticos, falta de segurança, moda, concorrência, etc.”.

Os eventos podem ser considerados como uma ferramenta de marketing. “Segundo Britto e Fontes (2002:14) evento é a soma de esforços e ações planejadas com o objetivo de alcançar resultados definidos junto ao seu público alvo”. São classificados por categoria, localização, características estruturais, tipologia e área de interesse que podem ser divididos em: artísticos (dança, artes), científicos (seminários), culturais (exposição artesanal), eventos



da vida privada (casamentos, aniversários), entre outros. Buffet é um negócio que está relacionado à realização de sonhos das pessoas. São sonhos que estão ligados a datas importantes, como: casamentos, aniversários, formaturas. É uma atividade que requer planejamento dividido com os clientes e realização impecável pelo organizador de eventos. O mercado de realização de festas e eventos apresenta nível de crescimento acelerado, tornando a contratação dessas empresas mais frequente e o crescimento de novos empresários no ramo.

O empreendedor envolvido neste ramo precisa se adequar a um perfil inovador, pois este é um setor altamente disputado e de grande concorrência. É necessário que ele vise às tendências desse setor e identifique as oportunidades de mercado para definir o público alvo. Para Chiavenato (2004) “o empreendedor é a pessoa que inicia ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente”.

O empreendedor deve pensar no futuro e estar preparado para correr riscos, ter um bom planejamento e buscar a melhoria dos serviços oferecidos, se possível procurar novos caminhos para conduzir o negócio, assim se tornando pessoas confiantes e preparadas para tomar decisões. Segundo Dornelas (DORNELAS, 2005, p.39), empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam a transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso.

O tema desse estudo está embasado no Perfil Empreendedor dos Gestores de buffet no ramo de eventos sociais: uma revisão literária. Teve como objetivo apresentar uma revisão bibliográfica sobre perfil Empreendedor dos Gestores do setor de buffet no ramo de eventos na cidade de João Pessoa-PB; Para o desenvolvimento dessa trabalho foi utilizado a pesquisa bibliográfica através de trabalhos científicos como: artigos, livros, monografias, dissertações e teses de doutorado.

Mesmo com o visível crescimento desse mercado é nítida a dificuldade de os profissionais encontram em relação à capacitação e planejamento e estruturação de eventos. Diante disso traçar o perfil dos empreendedores do ramo de buffet é de suma importância para entendermos melhor o mercado. A contribuição deste trabalho aos empreendedores individuais é o de sugerir o marketing direcionado para o setor de eventos, aliado a um bom trabalho de divulgação no evento realizado, são ações que funcionam e podem garantir a estabilidade do empreendedor.



2 REFERÊNCIAL TEÓRICO

2.1 TURISMO

Existem inúmeros conceitos de turismo. O turismo abrange uma variedade de setores econômicos e há uma vasta definição que a distingam de outros setores. Sendo assim, pode-se afirmar que não existe uma definição certa ou errada, uma vez que todas colaboram para o entendimento de turismo.

Segundo (Burkart e Medlik, 1981) o turismo se define como: “Os deslocamentos curtos e temporais das pessoas para destinos fora do lugar de residência e trabalho e as atividades empreendidas durante a estada nesses destinos”.

O conceito de turismo pode ser estudado de varias perspectivas, como dito anteriormente, existindo um debate para chegar a um conceito único que transmita uma definição universal. SEGUNDO A OMT (1994),

“o turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras.”

O turismo representa um enorme potencial de desenvolvimento para o futuro, estabelecendo uma importante força que regem a economia mundial, repercutindo na economia dos países e das regiões nas quais se desenvolvem, sendo uma economia local, regional ou nacional. Não só contribuindo com divisas, mas também ameniza o problema de desemprego e sazonalidade. Por outro lado, o turismo precisa do estabelecimento de infraestrutura onde o restante dos setores da economia e a população de moradores se beneficia. De acordo com (BANDUCCI JR., 2001, p.24),

“A atividade turística passou a ser encarada como agente do entendimento internacional e como alternativa capaz de promover a superação da condição de pobreza e dependência dos países subdesenvolvidos diante das economias centrais”.

A demanda turística está relacionada à tomada de decisões, nos quais as pessoas realizam no planejamento de suas atividades de lazer, dependendo não só de fatores econômicos, mas físicos e éticos.

O turismo vem sofrendo modificações de diferentes maneiras na organização e na gestão, para obter maior produtividade. Uns dos fatores que ajudam nessas modificações são os consumidores, que estão mais bem informados, com grandes necessidades e desejos e bem sintonizados com a tecnologia que vem trazendo uma mudança considerável no âmbito



mundial. Eles se tornaram mais exigentes e procuram cada vez mais diversidade de mercado que atendam suas preferências. Segundo Netto e Trigo (2009, p.36):

“O desenvolvimento das novas tecnologias de telecomunicações, expressando na Internet uma de suas maiores possibilidades, tornou possível uma organização de negócios e de troca de informações em escala global que facilitou ainda mais os acessos para milhões de pessoas”.

Com isso o turismo passou a ter uma segmentação dentro da atividade, como sendo uma forma estratégica para organizar e auxiliar na gestão do mercado turístico. Várias segmentações foram criadas, podendo destacar algumas que são mais praticadas no Brasil, o turismo de sol e praia também conhecido como turismo de massa, ocorre no período de alta temporada que são na época de férias e feriados, os turistas procuram lazer e descanso nas belas praias do território brasileiro. Outro tipo de segmentação é o turismo de negócios segundo (ANDRADE, 1997, P 73-74) é:

“o conjunto de atividades de viagem, de hospedagem, de alimentação e de lazer praticado por quem viaja a negócios referentes aos diversos setores da atividade comercial ou industrial ou para conhecer mercados, estabelecendo contatos, firmar convênios, treinar novas tecnologias, vender ou comprar bens ou serviços”.

As pessoas viajam por motivos profissionais, mas em seu tempo livre, usufruem das atrações turísticas. Turismo religioso é a movimentação de peregrinos movidos pela fé e devoção, onde eles conhecem igrejas e lugares sagrados considerados pela sua religião. Turismo cultural o turista vivencia o patrimônio e a cultura local valorizando a integridade desses bens. Turismo de estudos e intercambio movimentação turística com fins de qualificação e conhecimento pessoal e profissional.

A busca por novas experiências tem levado a exploração de novos lugares que tenham contato com a natureza como o Ecoturismo que é utilizado de forma sustentável e incentiva a conservação do ambiente ensinando aos turistas novas experiências sobre o meio ambiente. Enquanto que o turismo de aventura está ligado ao meio ambiente, são práticas de atividades de aventura de caráter recreativo no qual pode proporcionar aos turistas sensações de liberdade e prazer como: rapel, trilhas, entre outros. “O turista não compra simplesmente um salto de bung jump, mas sim os “dez segundos mais fantásticos de sua vida”. Experiência turística pura” (NETTO e TRIGO, 2009, p.133).

Já turismo rural está ligado ao ambiente rural e são atividades desenvolvidas no meio rural onde o turista pode praticar trabalhos manuais e resgatar costumes do campo.

E para quem quer cuidar da saúde existe o turismo de saúde que são atividades de meios e serviços para fins médicos, terapêuticos e estéticos. Outro segmento que esta bastante



em alta é o turismo da terceira idade onde pessoas a partir de 60 anos estão deixando o sedentarismo e valorizando hábitos mais saudáveis, viajando mais e permitindo o usufruto dos atrativos lhe oferecidos.

2.2 TURISMO DE EVENTOS E BUFFET

O turismo de eventos é voltado para pessoas com interesses profissionais e culturais através de congressos, feiras, artísticos, culturais, são os tipos mais variados a serem praticados. Os eventos estão sendo muito bem utilizados hoje como instrumentos acessíveis e de maior sucesso na comunicação, pois estão criando oportunidades de viagens, aumentando o consumo e permitindo estabilidades de empregos. “O turismo de eventos surge com a finalidade de planejar e organizar o receptivo dessa demanda exclusiva, dando uma imagem característica àquelas localidades cujo potencial de interesse reside no fluxo nacional e internacional de negócios.” (BRITTO E FONTES, 2002: 31):

O evento é mais que um planejamento, ele pode ser considerado como uma atividade econômica e social que gera benefícios aos empreendedores, às cidades locais e comunidades. Os eventos se apresentam como uma solução de equilíbrio de mercado, com finalidade de motivar e orientar os turistas a visitar mais as cidades, principalmente no período de sazonalidade que é o equilíbrio de mercado entre a alta e baixa estação.

Os eventos são classificados por: categoria, área de interesse, localização, características estruturais e tipologia. Essas classificações ajudam o organizador de eventos a definir o potencial e captar o público alvo. Os eventos sociais que fazem parte da classificação por área de interesse são eventos comuns da sociedade, realizados por grupos de amigos, familiares, com o objetivo de se confraternizar como: casamentos, aniversários, formaturas entre outros, no qual um serviço de buffet atende de acordo com o tipo de encontro.

Buffet é uma atividade caracterizada pela prestação de serviços no próprio estabelecimento (salão) ou de terceiros, elaborando o que incluir no cardápio, bebidas, uma lista do equipamento que será alugado, qual equipe necessária, a quantidade de comida e as taxas de bebida. Segundo o livro *MaîtreD'Hotel*, de Índio Candido e Elenara Viera de Viera:

“buffet, é um tipo de restaurante comum na atualidade. Atua exclusivamente em ocasiões de festa. As iguarias são preparadas especialmente para determinadas ocasiões, expostas em mesas decoradas onde os comensais servem-se a vontade. pode ser um ambiente regimentado ou um ambiente mais simples. É um tipo de restaurante móvel, que pode deslocar-se para diversos lugares para a prestação de serviços.”



A organização de eventos é trabalhosa e de grande responsabilidade, existindo também risco e frustrações, para ter os objetivos alcançados é necessário que se haja planejamentos e estratégias. Esse tipo de negocio exige criatividade e inovação, pois o mercado é amplo e de grande concorrência. Para se diferenciarem da concorrência às empresas devem fazer pesquisas junto aos concorrentes, conhecer seus serviços e tentar desenvolver opções específicas para proporcionar um produto diferenciado. A qualidade dos serviços é um item bastante importante, pois a fidelidade do cliente esta com relação à excelência do serviço oferecido, por isso todos os detalhes são importantes para uma boa aprovação da clientela, “a organização deve ser receptiva à inovação e predisposta a ver mudança como uma oportunidade e não como ameaça”. (Drucker,2013: 209.)

2.3 EMPREENDEDORISMO

No mercado de eventos existe um bom potencial para o empreendedor, pois tem bons atrativos possibilitando o crescimento rápido de novos negócios, fazendo com que o produto ou o serviço tenha boas oportunidades. Segundo Dornelas, 2001:37 “Empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negocio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados”.

O empreendedor envolvido nesse setor precisa ter um perfil investidor e de comprometimento, participar de seminários, congressos e cursos na sua área, para se manter atualizado com as tendências do negocio, pois as concorrências nem sempre são fáceis de vencer e o setor é muito disputado. De acordo com Schumpeter (1949):“o empreendedor é mais conhecido como aquele que cria novos negócios, mas pode também inovar dentro de negócios já existentes; ou seja, é possível ser empreendedor dentro de empresas já construídas”. O empreendedor deve estar sintonizado com a evolução do setor, investir na qualidade de atendimento ao cliente como: ambiente agradável, comodidade e profissionais atenciosos e competentes. Um dos principais pontos no qual a sua empresa poderá crescer é a divulgação que pode ser feita através de site na internet, orçamentos on-line, criação de pacotes promocionais e ate convites virtuais, outro ponto é a localização ser adequada e qual tipo de clientela lhe oferece melhores oportunidades.

3 RESULTADOS

Os resultados obtidos por meio da pesquisa vão auxiliar os empreendedores no desenvolvimento da investigação empreendida, ajudando a entendermos melhor o mercado e



de como esse ramo pode ser melhorado e melhor estruturado para servir de base a qualquer tipo de evento, uma vez que se exige cada vez mais sofisticação e excelência nos serviços.

Em um mundo de transformações, o fracasso ou sucesso de uma empresa está ligado ao conhecimento de entender e distinguir o mercado em que atua para atrair e satisfazer os clientes, sendo frequentemente desenvolvido e fortalecido. Para isso é fundamental que o empresário tenha um perfil empreendedor.

O empreendedorismo tem um papel fundamental no gerenciamento de uma empresa, tornando o ambiente mais agradável para o funcionamento de novas ideias e para tomada de decisões para que não ocorram escolhas erradas.

O objetivo deste estudo foi o de analisar os empreendedores individuais do setor de organização de eventos sociais que mais têm surtido efeito para que estes atinjam o seu público-alvo. Um bom empreendedor é uma pessoa que tem sonhos, mas não se limita a tê-los. É aquela pessoa que realmente transforma seus sonhos em realidades, é necessário que se estimule o perfil empreendedor de uma pessoa desde cedo, assim aprimorando seus conhecimentos.

Levando-se em consideração os aspectos observados só nos resta esperar que o resultado desse trabalho possa servir de subsídio para quem está no mercado e para quem vai ingressar nele, ajudando a ter uma boa visão do empreendedorismo na área de eventos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRITO, Janaina. FONTES, Nena. **Estratégias para eventos. Uma ótica do marketing e do turismo.** São Paulo: Aleph, 2002.

CESCA, Cleuza G. Gimenes. **Organização de Eventos. Manual para planejamento e execução.** 3ª edição. São Paulo: Ed. Summus, 1997.

ANDRADE, Renato Brenol. **Manual de eventos.** Caxias do Sul: EDUCRS, 2002, 2ª Edição.

MOTA, K. **Gestão estratégica da sazonalidade turística: transformando ameaças em oportunidades.** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO. Foz do Iguaçu: ROCCA. 2003.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo. Dando asas ao espírito empreendedor.** São Paulo. Saraiva. 2004.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e Espírito Empreendedor. Prática e Princípios.** 2013. Ed Cengage Learning.



DORNELAS, José Carlos Assis, **Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios**. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

BANDUCCI, Álvaro Jr. , **Turismo e Identidade Local: uma visão antropológica**. Ed Papyrus. 2001.

SCHUMPETER, 1949, apud DORNELAS, 2001.

Introdução ao Turismo. Organização Mundial do Turismo. Ed ROCA.

NETTO, Alexandre Panosso; TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Cenários do turismo brasileiro**. São Paulo: Aleph, 2009. –(Série Turismo).

BENI, Mario Carlos; **Fundamentos da Teoria de Sistemas Aplicados ao Turismo 2001**, Pag. 36).

FANFA, Lazáro; **A UTILIZAÇÃO DO DESIGN PELA INDÚSTRIA FONOGRAFICA NOS MEIOS DIGITAIS**; disponível em: <http://enjambracao.files.wordpress.com/2009/06/artista-desconhecido.pdf>; Acesso em: 02 de setembro de 2014.

SANTOS, Carlos José; **OFICINA DA PESQUISA**; disponível em: http://gephispn.weebly.com/uploads/2/3/9/6/23969914/tipos_de_pesquisa.pdf; Acesso em 05 de outubro de 2014.

A proposta de Laurence Bardin, disponível em: <http://www.caleidoscopio.psc.br/ideias/bardin.html>. Acesso em: 16 de outubro de 2014.

Portal online do Ministério do Turismo do Brasil; **Segmentação turística**, disponível em: http://www.sppert.com.br/Brasil/Turismo/Tipos_de_Turismo/Sol_e_Praia/. Acesso em: 16 de outubro de 2014.

LICCADIO ANTONIO, DEGEO-UEPG. **Mercado e Segmentação do turismo**. Disponível em: <http://www.geoturismobrasil.com/Material%20didatico/Segmenta%C3%A7%C3%A3o%20do%20turismo%20e%20mercado.pdf>. Acesso em: 18 de outubro de 2014.