

Em pleno século XXI, com a crescente importância que se tem vindo a atribuir aos eventos a nível nacional – sobretudo depois de dois dos maiores e mais destacados megaeventos mundiais se terem realizado no nosso país, o Euro 2004 e o Rock in Rio – Lisboa, no mesmo ano –, as teorias da gestão começam a mudar e a conferir maior destaque a esta questão, no âmbito do *marketing-mix* e da Comunicação de Marketing.

Este livro foi estruturado em duas partes: a primeira expõe, de um ponto de vista teórico, o conceito e os diferentes tipos de eventos, analisando, relativamente a estes acontecimentos, questões como o planeamento, o *marketing*, o patrocínio e também a avaliação. Na segunda, são apresentados vários *case-studies*, exemplos práticos de sucesso em Portugal, mostrando-nos como se podem produzir bons eventos em diversas áreas e com diferentes protocolos – que proporcionam, a todos os níveis, elevado retorno e prestígio – e analisando, ponto por ponto, os efeitos negativos e positivos dos mesmos, bem como as múltiplas e possíveis soluções que permitem viabilizá-los.

Sobre a obra, diz-nos Mónica Santana Lopes no seu prefácio: «Da autoria de profissionais de reconhecido valor no mercado da Comunicação de Marketing, considero que este livro se apresenta como um contributo e uma mais-valia para a área da comunicação, proporcionando um maior conhecimento teórico e técnico deste tema e, consequentemente, contribuindo para um maior desenvolvimento da organização e gestão de eventos em Portugal.»

coleção Gestão

ISBN 972-589-148-1



9 789725 891483

Gestão de Eventos



F. Pedro | J. Caetano | K. Christiani | L. Rasquilha



# Gestão de Eventos

Filipe Pedro  
Joaquim Caetano  
Klaus Christiani  
Luís Rasquilha

Quimera

Evento  
de

© Filipe Pedro, Joaquim Caetano, Klaus Chistiani e Luís Rasquilha

1.ª edição: 2005

2.ª edição: 2007

Revisão: Ana Abranches

Concepção gráfica da capa: Paula Antunes

Impressão e acabamento: Rolo & Filhos

Depósito Legal: 264801/07

Todos os direitos reservados por:

Quimera Editores, Lda.

[quimera@quimera-editores.com](mailto:quimera@quimera-editores.com)

[www.quimera-editores.com](http://www.quimera-editores.com)

Nenhuma parte deste livro pode ser reproduzida sob qualquer forma (electrónica, mecânica, fotocópia, etc.) sem a prévia autorização da editora e dos autores.

ISBN 978-972-589-148-3

## Sumário

Prefácio .....	9
Introdução .....	11
1. Conceito de Evento .....	13
2. Tipos de Eventos .....	17
2.1. Feiras .....	20
2.2. Convenções de vendas .....	22
2.3. Congressos .....	24
2.4. <i>Workshops</i> .....	26
2.5. Eventos sociais .....	28
2.6. Eventos culturais .....	31
2.7. Eventos desportivos .....	32
2.8. Outros tipos de eventos .....	32

3. Planeamento de Eventos .....	37
3.1. Perspectiva estratégica .....	38
3.1.1. Missão/Visão .....	38
3.1.2. Definição de objectivos .....	39
3.1.3. Análise da situação .....	40
3.1.4. Identificação de opções estratégicas .....	41
3.1.5. Escolha da estratégia .....	42
3.1.6. Desenvolvimento de planos operacionais e de sistemas de controlo .....	43
3.1.7. Avaliação do evento e <i>feedback</i> .....	43
3.2. Fases do planeamento de eventos .....	44
4. <i>Marketing</i> de Eventos .....	61
4.1. <i>Marketing-mix</i> .....	63
4.2. O consumidor do evento .....	65
4.3. Segmentação do mercado-alvo .....	68
4.4. Planeamento de <i>marketing</i> .....	70
4.4.1. Produto .....	70
4.4.2. Preço .....	71
4.4.3. Comunicação .....	74
4.4.4. Distribuição .....	77
4.5. Planeamento estratégico de <i>marketing</i> .....	78
4.6. Principais tendências em <i>marketing</i> de eventos .....	79
5. Patrocínio de Eventos .....	81
5.1. Definição de patrocínio .....	81
5.2. Porquê patrocinar um evento? .....	83
5.3. Os benefícios do patrocínio como meio promocional .....	84
5.4. Estratégias para obter o patrocínio de eventos .....	84
5.5. Processo de selecção do patrocínio .....	86

5.6. A proposta de patrocínio .....	89
6. Avaliação de Eventos .....	95
6.1. Parâmetros de avaliação de um evento .....	98
<i>Case-Studies</i> .....	101
1. Rock in Rio – Lisboa .....	103
1.1. Rock in Rio I .....	104
1.2. Rock in Rio II .....	105
1.3. Rock in Rio por Um Mundo Melhor .....	106
1.4. Rock in Rio – Lisboa .....	108
1.4.1. Os patrocínios .....	108
1.4.2. A Cidade do Rock .....	110
1.4.3. Um mundo melhor .....	111
1.4.4. <i>Marketing-mix</i> .....	112
1.5. Presença SIC no Rock in Rio – Lisboa .....	114
1.5.1. SIC Esperança .....	119
1.5.2. Conclusão .....	123
2. Mundialito de Futebol de Praia 2004 .....	125
2.1. O evento em Portugal .....	126
3. Festa de Lançamento SIC Mulher .....	129
3.1. A festa de lançamento .....	132
3.1.1. Patrocinadores .....	134
4. Fórum Estudante/Juventude .....	135
4.1. As edições anteriores .....	136

4.2. A edição de 2004 .....	138
4.2.1. Áreas de exposição .....	139
4.2.2. Actividades culturais e recreativas .....	140
4.2.3. Promoção .....	141
4.2.4. Vantagens para os participantes .....	141
5. Minho Campus Party 2004 .....	143
5.1. As edições anteriores .....	144
5.2. O que oferecia a MCP2004? .....	147
5.3. Minho Net Point .....	151
5.4. No final do evento .....	152
6. Olha a SIC .....	153
7. Stormy Events .....	159
Bibliografia .....	171
Netgrafia .....	172