

**O Selo de Qualidade ABEOC BRASIL e a sua  
aplicabilidade às organizadoras de eventos em  
Pernambuco, Brasil**

*The ABEOC BRAZIL Quality Seal and its applicability to event  
organizers in the state of Pernambuco, Brazil*

**Maria Helena Belchior**

Professora adjunta I do Departamento de Hotelaria e Turismo da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, Recife/PE, Brasil

E-mail: mhcavalcanti@gmail.com

*Artigo recebido em: 28-02-2019*

*Artigo aprovado em: 14-07-2019*

## RESUMO

O estudo apresentado versa quanto à conhecer o selo de qualidade proposto pela Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC). Pautou-se em métodos e técnicas concernentes à pesquisa de caráter descritivo, do tipo mista, utilizando-se como meios necessários à coleta de dados a entrevista semiestruturada, aplicação de questionários e realização de pesquisa documental. A criação do “Selo de Qualidade ABEOC Brasil”, de 2012 até 2015, contou com 236 empresas inscritas, das quais 225 participaram da etapa referente à aplicação e análise de avaliação diagnóstica. Destas, 99 estiveram aptas à realizar avaliação de conformidade para obtenção do selo sendo um total de 97 habilitadas ao recebimento, sete do estado de Pernambuco. Todo procedimento voltado à conquista do “Selo de Qualidade ABEOC Brasil” pelas empresas do setor de Eventos centrou-se, em aspectos gerais, nas etapas de avaliação diagnóstica preliminar, preparação das empresas para recebimento da auditoria e análise do grau de conformidade aos documentos base de avaliação sendo o processo conduzido por empresas específicas para tal fim. Como resultados nacionais identificou-se o alcance das metas previamente estabelecidas específicas a novas práticas de gestão, adesão das empresas à certificação, obtenção do selo e aumento de faturamento durante a execução do projeto. Verificou-se ainda a necessidade de avaliação acerca dos resultados percebidos à luz das empresas participantes em Pernambuco de modo a se equacionar questões envoltas à publicidade e a ampliação da divulgação dos benefícios intrínsecos àqueles que submeteram à certificação para um melhor atendimento, qualidade nos serviços prestados e ampliação de clientela.

**Palavras-chave:** ABEOC. Selo de Qualidade. Organizadoras de Eventos. Pernambuco.

## ABSTRACT

The study presented is sets out knowing the seal of quality proposed by the “Associação Brasileira de Empresas de Eventos”, (ABEOC). It was based on methods and techniques related to research of a descriptive nature, in the combined technique, using as means necessary to the data collection the semi-structured interview, application of questionnaires and conducting documentary research. The creation of the "Selo de Qualidade ABEOC", in its 2012 execution period up to 2015, had 236 registered companies, of which 225 participated in the stage regarding the application and analysis of diagnostic evaluation . Of these, 99 were able to perform conformity assessment to obtain the seal, being a total of 97 qualified to receive, seven of the state of Pernambuco. The entire procedure aimed at the achievement of the "Selo de Qualidade ABEOC Brasil" by the companies operating in the Brazilian Events sector focused in general aspects on the preliminary diagnostic evaluation stages, preparation of the companies to receive the audit and analysis of the degree of conformity to the base assessment documents and the process is carried out by specific companies for this purpose. As national results, it was identified the scope of previously established targets specifics to new management practices, adherence of companies to certification, obtaining of the seal and increase of billing during the execution of the project. It was also verified the need to evaluate the results perceived in the participating businesses in Pernambuco in order to equate issues related to publicity and the expansion of the promotion about the benefits intrinsically to those who submitted to certification for a better service, quality in the services provided and customer expansion.

**Keywords:** ABEOC. Quality Seal. Event Managers. Pernambuco.

## 1. SELO DE QUALIDADE ABEOC BRASIL: NOTAS INTRODUTÓRIAS

O setor de Eventos, em especial no Brasil, vem em sua trajetória recente criando marcos consideráveis quando tratamos de sua profissionalização e qualificação. Antes visto como ramo que tinha suas atividades por vezes desempenhadas por pessoas sem um devido preparo profissional, nos dias correntes o que se percebe é uma valorização de iniciativas que buscam dotá-lo de condições diferenciadas quanto à sua expansão, além da necessidade de uma construção teórica e concepções de atuação robustas e adequadas a um país que hoje ocupa a 16ª posição quanto à realização de eventos com abrangência internacional (International Congress and Convention Association [ICCA]<sup>1</sup>, 2018) como também foi o responsável por uma movimentação financeira de R\$ 209,2 bilhões em 2013 gerando lucros que passaram do montante de R\$ 50 bilhões/ano (Associação Brasileira de Empresas de Eventos [ABEOC], 2014).

Ao tratarmos da terminologia “eventos” como bem apontam Rogers e Martin (2011), estamos genericamente falando da possibilidade de realizações diversas que envolvam entre os pares a comunicação. Tal feito, caracteristicamente apresentado e com convergências à dita “indústria de eventos”, vem tendo um maior desenvolvimento e conhecimento a partir do século XX em sua segunda metade<sup>2</sup> (Rogers & Martin, 2011) destacando a inicialização de atividades correlatas ao setor na Europa e América do Norte (idem). Para Oliveira, Gândara e Oliveira (2017), o âmbito de estudo acerca dos eventos é destinado à compreensão do segmento e relaciona-se aos conhecimentos correlatos à sua gestão e casos, como o ora apresentado. Um campo de atuação que vem apresentando pujança em seus números e desdobramentos notadamente quando tratamos das questões de ordem econômica (a participação do setor de Eventos no Brasil em seu Produto Interno Bruto – PIB –, em 2013, foi de 4,32 %), (ABEOC, 2014), apresenta na contramão das benesses advindas deste, lacunas que precisam com brevidade serem sanadas, notadamente em um país como o Brasil que vem sendo escolhido para a realização dos conhecidos megaeventos de abrangência internacional bem como ampliando a cada ano sua participação e reconhecimento em mercados antes pouco explorados.

---

<sup>1</sup> Sobre a International Congress and Convention Association (ICCA) destaca-se: “*the global community and knowledge hub for international association meetings industry, and represents the world’s leading suppliers in handling, accommodating and transporting international meetings and events. ICCA now comprises over 1,100 member companies and organizations in almost 100 countries worldwide*”. (ICCA, 2018, p.09).

<sup>2</sup> Os mesmos autores ainda apontam que advém deste mesmo período a criação da expressão indústria de eventos.

Neste sentido, Rogers e Martin (2011, p. 08) apontam como deficiências da indústria de Eventos a dificuldade quanto à confiabilidade dos dados e veracidade destes conforme extrato a seguir:

Embora esteja amadurecendo rapidamente, é indiscutível a afirmação de que um dos legados de seu caráter de relativa imaturidade é a falta de estatísticas confiáveis e pesquisas regulares que tenham como objetivo a criação de uma base de inteligência e dados sobre tendências, o tamanho e valor dessa indústria [...].

Destaca-se que mesmo com avanços apresentados em busca de uma consolidação do setor de Eventos no Brasil, há de se considerar a necessidade de ampliação, geração e divulgação de informações concernentes ao setor, o que influenciará sobremaneira a sua solidificação enquanto área de estudos na academia científica brasileira. Sobre este aspecto, o presente relato oriundo de um projeto de pesquisa universitário se embasou: o de ser um documento voltado à exposição, divulgação e construção de novos conhecimentos a partir da escolha de um objeto de estudo relacionado ao setor ora tratado: o selo de qualidade proposto pela Associação Brasileira de Empresas de Eventos – ABEOC a partir do seu Programa de Qualidade “Qualificação em Gestão e Certificação de Micro e Pequenas Empresas de Eventos”.

A Associação, com representatividade em 12 estados Brasileiros (seções estaduais), assim divididos por região geográfica (Norte: 1, Nordeste 3, Centro Oeste: 1, Sudeste: 4 e Sul:3); abrange cerca de 500 (quinhentas) organizações (ABEOC, 2016); distribuídas nas seguintes áreas de atuação: agências de receptivo e viagens, alimentos e bebidas, cerimonial e receptivo, comunicação e marketing, equipamento de audiovisual, espaço para eventos, fornecedores de materiais, hotéis e meios de hospedagem, infraestrutura, organização e promoção de eventos, parques temáticos e outras atividades (ABEOC, 2019).

A escolha quanto à realização de um estudo acerca da Entidade, em especial, ao selo de qualidade proposto pela mesma em convênio com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), justifica-se dentre outros aspectos pela:

- Criação de uma agenda nacional voltada ao Turismo congregando-o a questões relativas à qualidade (vide Lei n. 11.637 de 2007 e termo de referência “Selo da Qualidade Nacional do Turismo” instituído pelo Ministério do Turismo em 2011, Lei Geral do Turismo n. 11.771 de 17 de setembro de 2008, Portaria 130 de 26 de julho de 2011 que instituiu o Cadastro dos Prestadores de Serviços Turísticos [CADASTUR]);
- Exposição das “Diretrizes Nacionais para Qualificação em Turismo” em 2015 pelo Ministério do Turismo;

- Valorização de iniciativas governamentais voltadas à qualificação no Turismo: Qualificação Nacional no Turismo e suas ações: Brasil Braços Abertos, Gestor de Turismo, Pronatec Turismo e Medio Tec, Plano Nacional de Turismo 2018 – 2022 (Linha de atuação 4.3: formalização e qualificação no turismo, iniciativa 4.3.2: intensificar a qualificação no turismo e suas estratégias correlatas).

Pontua-se que a pesquisa tem sua relevância destacada por seu pioneirismo uma vez que ainda não existem estudos divulgados a partir da abordagem aqui proposta. Buscou-se ainda contextualizar o cenário relativo à obtenção do selo de qualidade perante as empresas promotoras, organizadoras e prestadoras de serviços correlatos à área de Eventos em Pernambuco de modo que pudéssemos atender à questão norteadora da pesquisa que foi: *qual a importância do Selo de Qualidade ABEOC Brasil para o aprimoramento do setor de Eventos em Pernambuco?* Em busca da promoção de respostas à questão posta elenca-se enquanto objetivo central deste projeto: conhecer o Selo de Qualidade ABEOC Brasil proposto pela Associação Brasileira das Empresas Organizadoras de Eventos em vigor no estado de Pernambuco. Ainda são desdobramentos do estudo: (1) descrever o processo de certificação com vistas à obtenção do Selo de Qualidade ABEOC Brasil; (2) evidenciar os instrumentos de avaliação específicos ao Selo de Qualidade ABEOC Brasil; (3) Delinear o perfil das empresas certificadas a partir do Selo de Qualidade ABEOC Brasil no Estado de Pernambuco e (4) expor, a partir dos dados coletados, os resultados percebidos pelas organizadoras de Eventos de Pernambuco a partir da implantação do Selo de Qualidade ABEOC Brasil.

Ante o exposto é mister destacar para fins de compreensão à proposta do “ Selo de Qualidade ABEOC Brasil” as diretrizes apresentadas em Brasil (2011, p. 05):

O termo “selo” não é um termo técnico e costuma ser empregado para cobrir vários instrumentos existentes no mercado que usam um símbolo para significar que quem o ostenta tem alguma característica ou aspecto específico, considerado relevante. Desta maneira, o termo refere-se a uma categoria genérica de iniciativas de distinção no mercado. Não há uma definição técnica estabelecida para o termo, sendo comum aplicá-lo a diversos mecanismos. Em linhas gerais, selos são instrumentos de comunicação entre uma empresa e o mercado. Focam, portanto, a comunicação de uma empresa com os seus clientes. Os selos mais comuns (e outros mecanismos de distinção no mercado) têm como foco a qualidade, a segurança, o meio ambiente ou aspectos sociais (Brasil, 2011, p. 05).

Ainda tendo como referência a fonte supracitada são apresentadas as modalidades as quais se relacionam genericamente como selos sendo estes: prêmios, reconhecimento, adesão e certificação. Sobre este último destaca-se:

é estabelecido um conjunto de requisitos (normalmente estabelecidos em normas técnicas) que constituem o mínimo para que se declare a qualidade. Todos que demonstrem o cumprimento dos requisitos podem tê-lo. Tipicamente, a avaliação do atendimento aos requisitos por parte do candidato ao selo é efetuada por uma organização independente, usualmente chamada de terceira parte (Brasil, 2011, p. 06).

Em especial, a certificação proposta pela ABEOC teve por objetivo o aprimoramento da gestão das empresas participantes e a promoção da certificação de empresas do segmento de eventos (ABEOC, n.d.; Schuler & Padoin, 2016).

Sobre as certificações, em sentido geral, cumpre ressaltar acerca de sua criação o foco prioritário quanto à sua aplicabilidade ao ramo industrial expandindo-se posteriormente às mais diversas áreas no decorrer do século XX (Brasil, 2011). No setor do Turismo não é diferente. Países como Chile, Suíça, Nova Zelândia, Espanha e China, por exemplo, possuem certificações de qualidade aplicáveis enquanto selos atrelados à atividade do Turismo (Brasil 2011), o que corrobora com a vasta gama de perspectivas correlatas à chancela quanto à gestão qualidade específicas ao setor à disposição da sociedade. No Brasil, a Lei n. 11.637 de 28 de dezembro de 2007, dispõe sobre o Programa de Qualificação dos Serviços Turísticos e do Selo de Qualidade Nacional do Turismo (Brasil, 2007). Fato é que a imperiosa necessidade de continuidade e ampliação das ações propostas no referido dispositivo trarão benefícios intrínsecos à competitividade turística nacional frente às ações de atração de turistas ao país.

Acerca da gestão da qualidade no Brasil, a sua expressividade, promoção e divulgação por parte das organizações perante seu público, fomentou a criação de uma série de normalizações em vigor sob chancela da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT). A reboque de tal questão, a integração entre o setor de Eventos e a Qualidade teve no ano de 2016 a criação da Norma ABNT NBR 16571:2016 que versa sobre a especificação dos “requisitos de qualidade na organização de eventos [podendo] ser aplicada a todos os tipos e tamanhos de evento” (Associação Brasileira de Normas Técnicas [ABNT], 2019).

Destarte, a integração de um selo de qualidade ao setor de eventos e, por conseguinte, sua promoção por parte da ABEOC, parte dos seguintes pressupostos:

O Selo de Qualidade ABEOC BRASIL diferencia as empresas que adotam um sistema de gestão eficiente, focado na qualidade e em busca da excelência nos serviços prestados. O processo de obtenção do Selo impõe o aprimoramento da gestão, e do ponto de vista do mercado, o Selo de Qualidade ABEOC BRASIL é uma referência para o contratante de serviços de eventos que busca uma empresa de qualidade (ABEOC, n.d.).

Ainda abrangendo questões inerentes à certificação, Schuler e Padoin (2016, pp. 131-134) apresentam multipossibilidades de certificados específicos a profissionais atuantes no

15434escala mundial, sendo estas: a) *Certified Destination Management Executive (Destination Marketing Association International)*; b) *Certified Association Executive (The Center for Association Leadership)*; c) *Destination Management Certified Professional (Association of Destination Management Executives)*; d) *Global Travel Professionals (Global Business Association)*; e) *Certified in Exhibition Management (International Association of Exhibitions and Events)*; f) *Certified Meeting Professional (Convention Industry Council)*; g) *Certified Facilities Executive (International Association of Venue Managers)*; h) *Certified Special Events Professional (International Special Events Society)*; i) *Certified Travel Industry Executive (The Travel Institute)*; j) *Certified Revenue Management Executive (Hospitality Sales and Marketing Association International)*; k) *Certificate in Meeting Management (Global Business Travel Association)*; l) *Certified Incentive Specialist (Society for Incentive Travel Excellence)*; m) *Healthcare Meeting Compliance Certificate (Meeting Professionals International)*.

Após breve explanação acerca dos elementos norteadores do artigo em tela, as seções seguintes apresentarão a metodologia empregada relativa à execução do trabalho, as análises à luz dos resultados coletados e as conclusões do estudo em questão.

## 2. METODOLOGIA DO TRABALHO

De modo a alcançar o objetivo central do estudo que foi o de “Conhecer o Selo de Qualidade ABEOC Brasil proposto pela Associação Brasileira de Empresas de Eventos em vigor no Estado de Pernambuco” foram delimitados os procedimentos metodológicos envolvidos à responder o que foi proposto. A partir de uma análise mais apurada acerca da compreensão em si do instrumento “Selo de Qualidade” esta pesquisa enquadra-se enquanto mista com caráter descritivo (Organização Mundial de Turismo [OMT], 2005), haja vista a necessidade do detalhamento e interpretação a partir do que foi coletado. Sua realização ocorreu entre os anos de 2016 e 2018.

Relativo aos procedimentos de coleta de dados foi estabelecido o uso de entrevistas, do tipo semiestruturada, (viés qualitativo) realizada com o Coordenador de Capacitação Empresarial do Programa Nacional de Qualidade da ABEOC Brasil, bem como o envio de questionários (viés quantitativo) para as empresas pernambucanas as quais se submeteram aos procedimentos para a obtenção de licença quanto ao uso do “Selo de Qualidade”.

Os dados colhidos a partir da realização da entrevista somados aos dados primários e secundários levantados via pesquisa documental nos deram o suporte necessário para a compreensão e debruçamento quanto às questões relacionadas aos objetivos específicos “1” e

“2”. Para o alcance do objetivo específico “3”, primeiramente foi necessário o estabelecimento de contato junto à ABEOC, seção Pernambuco, para que fossem informados os nomes das organizações que receberam o selo de qualidade. Para tanto, a partir do recebimento de tais informações, foram buscados em meios eletrônicos, a saber: site institucional, site da ABEOC, aplicativo “Instagram” e rede social “Facebook”, elementos que nos auxiliassem quanto à observância do perfil das empresas sendo definidos: “a” serviços ofertados, “b” ramo de atuação, “c” uso da marca relacionada ao “Selo de Qualidade” em suas comunicações institucionais. Por fim o objetivo específico “4” relativo à percepção das empresas certificadas em Pernambuco foi obtido de forma quantitativa a partir do encaminhamento de questionário às organizações. Para tanto a ABEOC nacional forneceu planilha em Excel contendo informações básicas a respeito das empresas certificadas no Estado, a saber: nome, telefone, responsável, endereço eletrônico. Em Pernambuco sete empresas obtiveram o direito de uso quanto ao selo de qualidade.

A partir do recebimento de tais dados a etapa seguinte, de contato junto às entidades, ocorreu. De todas as empresas contatadas uma encaminhou o questionário preenchido. Frente a tal adversidade, novas comunicações foram realizadas com as demais organizações, porém devido a questões de ordem temporal relacionadas à finalização da atividade de pesquisa decidiu-se pelo prosseguimento da etapa seguinte, a de análise dos dados. Há de destacar que a triangulação dos dados de pesquisa conforme preconiza Bryman (2015) somadas aos documentos obtidos em fontes primárias e secundárias foram de extrema valia para a análise dos conteúdos relacionados ao objeto de estudo em questão dispostos na seção seguinte.

Destaca-se também que de modo a atender as questões específicas listadas, a busca por materiais bibliográficos a respeito do tema estudado foi a que mais demandou tempo na pesquisa. Detectou-se a carência de um número maior de fontes documentais que pudessem servir de aportes teóricos ao estudo em questão (etapa de revisão sistemática). Tal questão dificultou sobremaneira o aprofundamento nas discussões apresentadas. Mesmo assim, a pesquisadora decidiu prosseguir com as buscas em fontes primárias e secundárias de modo a encontrar dados relacionados a “selos de qualidade”, “turismo” e “eventos”, centrando as pesquisas em fontes como Ministério do Turismo, Associação Brasileira de Normas Técnicas, Associação Brasileira das Empresas de Eventos além de Leis, Regulamentos e Decretos Brasileiros relacionados ao objeto investigado.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO: O PROCESSO DE CERTIFICAÇÃO DO SELO ABEOC BRASIL

Face às questões anteriormente apresentadas, os dados coletados nesta pesquisa apresentam-se de modo a alcançarmos as respostas envolvidas aos objetivos previamente traçados. À luz das técnicas empregadas para acesso às informações, discutem-se os achados deste estudo.

- ✓ *O processo de certificação com vistas à obtenção do Selo de Qualidade ABEOC Brasil.*

Para a resposta ao enunciado em questão o levantamento bibliográfico foi realizado junto à ABEOC (2016; 2018) somando-se às respostas obtidas via entrevista semiestruturada com o Coordenador de Capacitação Empresarial do Programa Nacional de Qualidade da Entidade (2018). Num primeiro momento, os esforços da equipe central da Associação foram concentrados na sensibilização, exposição e, por conseguinte, adesão de empresas candidatas ao processo de certificação. Nesta etapa foram implantadas as seguintes estratégias comunicacionais: a) evento nacional de lançamento (março de 2013); eventos estaduais de lançamento (maio até julho de 2013); c) folhetos de divulgação (tiragem de 5.000) e d) divulgação via meio eletrônico (portal ABEOC, *hot site*, correspondências) (ABEOC, 2015). O quadro 1 retrata o quantitativo de empresas inscritas por Estado *versus* a meta instituída pela entidade para cada Unidade Federativa:

**Quadro 1** – Quantitativo de empresas inscritas

Estado	Meta	Adesões
Amazonas	20	15
Bahia	15	10
Ceará	20	19
Espírito Santo	20	23
Goiás	20	20
Minas Gerais	20	27
Paraná	15	11
Pernambuco	15	13
Rio de Janeiro	20	25
Rio Grande do Sul	20	24
Santa Catarina	20	23
São Paulo	20	26
<b>TOTAL</b>	<b>225</b>	<b>236</b>

Fonte: ABEOC, 2015, p. 04.

A partir das inscrições recebidas, as adesões vieram a superar o quantitativo antes previsto pela Entidade. Espírito Santo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e São Paulo se destacaram no quesito da adesão para fins de certificação. A etapa seguinte, relativa à elaboração do instrumento diagnóstico (questionário), teve por objetivo colher dados a respeito da situação operacional junto às empresas candidatas à se submeter ao processo de certificação em voga sob condução da ABEOC (as 236 empresas participantes da etapa de adesão estavam aptas a seguirem para este segundo momento). Para tanto, no ano de 2013, a empresa vencedora do processo de tomada de preços instituído pela entidade com vistas a desenvolver, apresentar, implantar e analisar os dados concernentes à etapa de diagnose das candidatas ao Selo de Qualidade ocorreu. Sobre este item destaca-se que foram utilizados enquanto documentos base e anteriormente citados: o questionário do “Prêmio MPE Brasil”, versão do ano 2013 e Caderno de Procedimentos de Avaliação do Selo de Qualidade ABEOC (ABEOC, 2015). O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, parceiro da Associação, também participou desta etapa provendo contribuições de modo a se validar um instrumento único a ser aplicado junto às empresas participantes do processo. Há de se destacar que a aplicação do questionário avaliativo ocorreu via correspondência eletrônica de modo que um fluxo informacional foi gerado, a saber: (ABEOC, 2015):

- a) Recebimento, por parte da empresa de consultoria, de folhas - resposta anteriormente preenchida por pessoa designada em cada organização participante;
- b) Revisão dos resultados de modo a se validar ou não o conteúdo preenchido anteriormente pela organização. Em caso de necessidade de ajuste/acréscimo de informações a consultoria instituiu contato junto à empresa com vistas a sanar a questão encontrada;
- c) Realização de análise diagnóstica por parte da empresa de consultoria de modo a prover resultados específicos relativos à empresa – candidata, aos Estados envolvidos além da avaliação global contendo os dados de todas as organizações participantes no Brasil.

Os percentuais de respostas obtidas permitiram obter o perfil do grupo de empresas de todos os 12 Estados e assim definiram os direcionamentos dos temas e esforços das atividades de preparação das empresas. No entanto, para a execução da consultoria em cada empresa foi obrigatória sua avaliação diagnóstica, pois ela serviu de base para a elaboração do Plano Anual de Melhorias, de cada uma das empresas (ABEOC, 2015, p. 06).

O quadro 2 retrata os quantitativos, por Estado, de empresas que concluíram esta etapa.

**Quadro 2** – Quantitativo de empresas respondentes à questionário diagnóstico

<b>Estado</b>	<b>Empresas inscritas na preparação</b>	<b>Empresas que responderam</b>
Amazonas	15	15
Bahia	10	9
Ceará	19	17
Espírito Santo	23	22
Goiás	20	19
Minas Gerais	27	25
Paraná	11	11
Pernambuco	13	12
Rio de Janeiro	25	24
Rio Grande do Sul	24	23
Santa Catarina	23	22
São Paulo	26	26
<b>TOTAL</b>	<b>236</b>	<b>225</b>

Fonte: ABEOC, 2015, p. 06.

As 225 empresas participantes da etapa dois seguiram para a seguinte referente à preparação para os processos avaliativos vindouros. Como ferramentas comunicacionais utilizadas pela empresa de consultoria foram escolhidas as palestras tendo como eixos norteadores: “planejamento/clientes, direção/diretrizes/planejamento/colaboradores, recursos e parcerias/desempenho/sociedade e por fim processos”. Foram vivenciadas nos 12 Estados participantes, sendo um total de 48 realizadas (ABEOC, 2015). Registra-se ainda a realização de oficinas (também 48) de modo a se discutir de forma prática a “implementação dos procedimentos exigidos quando da auditoria para a obtenção do Selo de Qualidade” (ABEOC, 2015, p. 10).

Ainda enquanto etapa de preparação, cada empresa, individualmente, e se baseando nos resultados coletados via questionário de avaliação diagnóstica, recebeu consultoria personalizada com vistas à construção e posterior execução de um “plano anual de melhorias” de suas atividades. Encerrada esta fase, a seguinte tratou da avaliação de conformidade, propriamente dita, e aplicável às empresas aptas a participarem do processo. Para tanto, a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) foi a entidade vencedora do processo de escolha para a realização das auditorias nas empresas (ABEOC, 2015). Registra-se que 99 organizações submeteram-se à auditoria, ou seja, à avaliação de conformidade com fins de obtenção do “Selo de Qualidade ABEOC Brasil” tendo um total de 97, alcançado tal finalidade (cumprimento dos requisitos mínimos) (ABEOC, 2015).

✓ *Os instrumentos de avaliação específicos ao Selo de Qualidade ABEOC Brasil*

Os modelos criados para tal finalidade foram definidos a partir da instituição de nove critérios (direção, diretrizes, equipes, recursos e parcerias, processos, resultados clientes, resultados colaboradores, resultados sociedade e desempenho) e cinco subcritérios aplicáveis ao item “resultados clientes”: confiabilidade da empresa, desempenho da empresa, cortesia e disponibilidade, atendimento das demandas e recursos materiais disponíveis relacionados à gestão da qualidade específicos à prestação dos serviços de empresas atuantes no setor de Eventos (ABEOC, 2013). Com o delineamento dos critérios a serem avaliados no decorrer das auditorias, os instrumentos de avaliação são evidenciados no quadro 3 . Cada um destes repercute na obtenção de nota emitida para a empresa que submeteu ao processo de certificação.

**Quadro 3 – Instrumentos de avaliação**

<b>INSTRUMENTO</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>RESPONDENTE</b>	<b>PERGUNTAS</b>
1 Perfil de gestão	Definir o perfil atual da empresa	Dirigente	10
2 Perfil da base	Definir o perfil atual da empresa	Dirigente e colaboradores	10
3 (a) Pesquisa de satisfação de colaboradores permanentes	Não especificado	80 % dos colaboradores permanentes da organização	20
3 (b) Pesquisa de satisfação de fornecedores e prestadores de serviços	Não especificado	Fornecedores e prestadores de serviços (colaboradores eventuais) contratados no último ano	20
4 Pesquisa de satisfação com os clientes	Melhorar a qualidade da gestão e dos serviços prestados	a) 80 % dos clientes no caso de empresas com 3 ou mais clientes nos últimos 12 meses, considerados no mínimo 3 clientes; b) mínimo de 3 clientes dos últimos 36 meses no caso de empresas com menos de 3 clientes nos últimos 12 meses; c) máximo de 20 clientes, para todas as empresas.	18
5 Auditoria externa	Avaliar 1 a 3 dossiês de serviços prestados nos últimos 36 meses conforme o número de clientes e de quanto tempo a empresa foi criada; Analisar o Plano Anual de Melhoria; Promover contato com clientes (se julgado necessário pelo auditor)	Auditor independente designado pela ABNT	15

**Fonte:** Adaptado de ABEOC, 2013, pp. 7-8; 10-14.

Há de se registrar ainda que para cada critério previamente definido se analisava a “média das apreciações de cada um dos instrumentos utilizados para avaliação da empresa candidata” (ABEOC, 2013, p. 08). No quadro 4 se ilustra o percentual específico para cada critério na computação de nota final aplicável à empresa candidata ao recebimento do Selo de Qualidade.

**Quadro 4 – Instrumentos *versus* critérios de avaliação**

INSTRUMENTO	CRITÉRIO								
	Direção	Diretrizes	Equipe	Recursos e Parcerias	Processos	Clientes	Colaboradores	Sociedade e Ambiente	Desempenho
<b>Perfil de gestão</b>	Não são incluídos no resultado geral da empresa								
<b>Perfil de base</b>	Não são incluídos no resultado geral da empresa								
<b>Pesquisa de satisfação de colaboradores permanentes</b>	20 %	30 %	30 %	15 %	15 %	<b>5 %</b>	40 %	25 %	10 %
<b>Pesquisa de satisfação de fornecedores e prestadores de serviços</b>	20 %	30 %	30 %	15 %	15 %	<b>5 %</b>	40 %	25 %	10 %
<b>Pesquisa de satisfação de clientes</b>	30 %	20 %	20 %	30 %	30 %	<b>60 %</b>	*	30 %	60 %
<b>Check list auditor externo</b>	30 %	20 %	20 %	40 %	40 %	<b>30 %</b>	20 %	20 %	20 %

\* Não há avaliação relacionada com esse critério no instrumento “questionário satisfação clientes”.

**Fonte:** ABEOC, 2013, p. 08.

Para cada critério definido uma nota era emitida de acordo com o atendimento ou não ao mesmo sendo a valoração aplicada na seguinte escala: não atende (1); atende parcialmente (2); atende bem (3); atende plenamente (4). As opções “não se aplica” e “ não respondida” também foram levadas em consideração quando do somatório de pontuações. Deste modo uma empresa pôde receber a licença quanto ao uso do Selo de Qualidade ABEOC Brasil, com validade de dois anos, tendo alcançado a nota mínima de 3,2 (três vírgula dois) em seu resultado global quando da realização dos procedimentos de auditoria.

✓ *Perfil das empresas detentoras do Selo de Qualidade ABEOC Brasil em Pernambuco*

Das 97 empresas certificadas e com direito ao uso do Selo de Qualidade emitido pela ABEOC, em Pernambuco, um total de sete foram canceladas pela entidade (ABEOC, 2016). De modo a se traçar um perfil das referidas organizações, especificamente se focando em questões de publicidade quanto à marca “Selo de Qualidade” e atuação no mercado de eventos, foram definidos três critérios de busca: “a” serviços ofertados; “b” ramo de atuação; “c” uso da marca relacionada ao selo. As pesquisas foram centradas em comunicações eletrônicas haja vista a pujança do meio digital para fins de divulgação, captação e fidelização de clientes. Destaca-se que o levantamento apresentado foi realizado em períodos distintos e

aleatórios no decorrer do cronograma deste estudo de modo a se observar a inclusão ou não da marca “Selo de Qualidade ABEOC Brasil” nas comunicações disponíveis em: site da ABEOC, site de cada Empresa bem como seu Instagram e Facebook. O quadro 5 retrata os dados coletados sendo a última busca realizada no segundo semestre de 2018. Para cada organização pesquisada utilizaremos a expressão perfil (PE) e numeração de 1 até 7 já que este foi o quantitativo de selos alcançados pelas empresas no Estado. É importante salientar que os dados podem ter sofrido alterações após a etapa destinada à sua pesquisa.

**Quadro 5 – Síntese – perfil das empresas detentoras do Selo de Qualidade ABEOC, PE**

PERFIL	ATUAÇÃO	SITE ABEOC	SITE INSTITUCIONAL	FACEBOOK	INSTAGRAM
PE.1	Locação de equipamentos	SIM	NÃO	NÃO LOCALIZADO	NÃO LOCALIZADO
PE.2	Agência de viagem	SIM	SIM	NÃO	NÃO
PE.3	Gestão de eventos	SIM	SIM	NÃO	NÃO LOCALIZADO
PE.4	Agência de Comunicação e Marketing	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO
PE.5	Cerimonial e gestão eventos	SIM	SIM	SIM	SIM
PE.6	Gestão de eventos	SIM	SIM	SIM	SIM
PE.7	Locação de equipamentos	SIM	SIM	NÃO	NÃO

**Fonte:** Dados secundários, 2018.

✓ *Percepção das organizadoras de Eventos de Pernambuco frente à implantação do selo de qualidade Abeoc Brasil*

Um último item envolto ao objetivo central de nossa pesquisa tratava da coleta de dados perante as empresas pernambucanas as quais haviam se submetido ao processo de certificação para fins de obter a licença de uso do “Selo de Qualidade ABEOC Brasil”. De posse da lista com informações disponibilizadas pela ABEOC nacional foram realizados os contatos com as entidades de modo que pudéssemos apresentar os objetivos da pesquisa, suas contribuições e importância quanto ao retorno das questões apresentadas. Das sete empresas, uma encaminhou suas respostas. Ressalta-se que mesmo com este quantitativo pôde se avaliar

à luz das informações divulgadas pela ABEOC nacional, a respeito do êxito quanto ao cumprimento das metas atreladas à certificação e licença para uso do Selo, pontos de atenção e análise para um melhoramento contínuo frente à uma segunda edição desta ação.

Sobre a possibilidade de submissão ao programa de certificação para fins de obtenção do selo de qualidade, o entrevistado registrou a oportunidade de atualização e reciclagem quanto a técnicas aplicáveis à gestão da qualidade e melhoramento de processos internos. Outro fator destacado foi a perspectiva de, sendo uma empresa certificada, “ganhar força” no mercado de eventos pernambucano. Por fim, o apoio à iniciativa proposta pela ABEOC Nacional enquanto membro estadual também foi apresentado enquanto motivações para a adesão à ação em voga.

Buscando compreender a forma de participação da empresa no decorrer do processo de certificação, haja vista terem sido comercializadas três possibilidades pela ABEOC nacional, a saber: módulo de capacitação empresarial – preparação da empresa, módulo de capacitação empresarial + avaliação para obtenção do Selo de Qualidade ABEOC, avaliação para obtenção do Selo de Qualidade ABEOC (ABEOC, 2013), a empresa entrevistada submeteu-se ao processo completo, ou seja, avaliação diagnóstica, palestras e oficinas, consultoria individualizada e avaliação de conformidade (auditoria).

Quando questionado acerca da satisfação da empresa ao final do processo para a obtenção do selo, o respondente destacou a oportunidade de se reciclar e de “receber orientações sobre metodologias administrativas” como sendo um aspecto positivo intrínseco à preparação para a auditoria e posterior licença, contudo, o esperado diferencial competitivo frente a demais entidades que não se interessaram/não se submeteram ao processo de certificação foi aquém do esperado. Ademais, foi apresentado pelo entrevistado, de modo a complementar sua resposta, a falta de valorização por parte do *trade* turístico assim como dos compradores de serviços para com as empresas certificadas uma vez que as mesmas passaram por um processo auditado e certificado o que as diferencia das demais atuantes no setor.

Relativo ao comportamento da empresa no que concerne sua imagem institucional e a correlação com a chancela “Selo de Qualidade ABEOC Brasil” constatou-se que a organização faz uso tanto em formatos eletrônicos como impressos (o que pôde ser comprovado nas pesquisas relacionadas ao objetivo 3, disposto no item anterior) da marca específica ao selo de qualidade de modo a se apresentar aos seus *stakeholders* como entidade auditada e certificada.

Também foi fruto de questionamento o interesse da organização quanto à renovação da licença, que possui validade de dois a contar da data de sua emissão, para uso do “Selo de Qualidade ABEOC Brasil” sendo a resposta recebida quanto à não renovação.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos dados coletados e tratados nesta pesquisa há de se considerar as multipossibilidades de estudos relativos ao setor de eventos e a proposta apresentada a partir deste projeto de pesquisa vai ao encontro desta premissa. Para que as questões chave deste estudo fossem alcançadas a integração quanto aos procedimentos de coleta de dados além da triangulação das fontes mostraram-se como as formas mais eficazes para que o “Selo de Qualidade ABEOC Brasil” fosse analisado e destacado a sua importância.

Relativo ao processo de certificação buscou-se apresentar as etapas que o compuseram de forma a contextualizar o leitor do que vinha ser contemplado desde o desenvolvimento do instrumento para fins de avaliação diagnóstica culminando com a avaliação de conformidade para a certificação. Das 236 empresas que aderiram à etapa inicial, 97 foram aprovadas e licenciadas quanto ao uso do “Selo de Qualidade ABEOC Brasil”.

No tocante aos instrumentos de avaliação, cinco no total, se apresentou a relação existente entre cada uma das ferramentas com os critérios e subcritérios a serem apreciados em cada um destes de modo que as empresas participantes do processo de certificação fossem atestadas ou não em relação ao grau de conformidade dos instrumentos.

Em especial, Pernambuco, obteve um total de sete empresas certificadas às quais atuam em distintas áreas no setor de Eventos: locação de equipamentos para eventos, agência de viagem, gestão de eventos, agência de comunicação e marketing e cerimonial e gestão de eventos. Constatou-se que a forma de comunicação para com o público em potencial das empresas certificadas através do meio digital é aquém das possibilidades que tal canal pode oferecer. Neste sentido, uma mobilização por parte das organizações certificadas para reversão de tal quadro pode ser benéfica na medida em que se expõe em suas mídias o alcance da certificação. Das empresas estudadas uma faz uso em todas as mídias avaliadas ao passo que foi observado também a inexistência de canais de comunicação digital em outra. Por fim e buscando confrontar as informações nacionais e as encontradas, a partir de questionário aplicado junto a empresas de Pernambuco, constatou-se a necessidade de uma avaliação mais pormenorizada da Associação de modo a se equacionar e se estabelecerem, para uma segunda edição do Selo de Qualidade, respostas eficazes quanto à publicidade, incentivo e benefícios tanto para estimular a adesão de novas entidades bem como a renovação das que submeteram

ao processo de certificação anteriormente. Interessante que tal análise possa ser realizada por Estado de modo a se compreender especificamente as necessidades registradas atendendo, quando possível, as questões apresentadas. Outro aspecto é o da sensibilização e mobilização dos entes atuantes na cadeia produtiva do Turismo quanto às benesses intrínsecas à qualificação de modo que, clientes, fornecedores e prestadores de serviços, possam compreender a importância deste referencial pautado em aspectos técnicos específicos à prestação de serviços no segmento Eventos.

Há de se destacar ainda que o fato de uma organização pernambucana ter respondido ao questionário fez com que o confronto de respostas entre pares não pudesse existir assim como um maior aprofundamento a respeito do que foi apresentado enquanto resposta o que ratifica a necessidade de divulgação e promoção de estudos sobre Eventos.

O “Selo de Qualidade ABEOC Brasil” representa um importante instrumento avaliativo com vistas à certificação das empresas atuantes no setor de Eventos nacional. Ressalta-se, contudo, a necessidade concreta de sua revisão bem como os desdobramentos a partir das certificações emitidas às empresas participantes. Globalmente os resultados apresentados a partir da implantação do “Selo de Qualidade ABEOC Brasil” demonstram o êxito da atividade haja vista todas as metas (denominadas por intermediárias e finalísticas) e previamente estabelecidas terem sido cumpridas e superadas a saber:

- a) Pelo menos 50% das empresas participantes implantem uma das soluções ou novas práticas de gestão, entre as disponibilizadas pelo projeto;
- b) Pelo menos 30% das empresas participem do processo de avaliação para a obtenção da certificação pelo Selo de Qualidade ABEOC BRASIL;
- c) Pelo menos 30 (trinta) empresas obtenham o Selo de Qualidade ABEOC BRASIL;
- d) As empresas participantes ampliem em 10% (dez por cento), em média, o faturamento durante o período de execução do Projeto (ABEOC, 2015, p.15).

Avaliados em três momentos distintos pela Entidade intitulados como “Tzero, T1 e T2” (ABEOC, 2015, pp. 15-17), evidencia-se que:

- a meta estipulada “a” obteve um percentual de 93,4% de adesão das empresas participantes.
- a meta “b” também foi alcançada e superada já que uns totais de 99 empresas foram inscritas e avaliadas sendo um número mínimo de 70 organizações inicialmente previsto.
- a meta “c” foi amplamente superada haja vista um total de 97 entidades terem obtido o direito de uso do “Selo de Qualidade ABEOC Brasil”.
- Por fim a meta “d” também foi alcançada. Dividida em dois momentos de avaliação, o percentual de aumento de faturamento esperado para o ano de 2013 foi de 5% sendo

alcançado um percentual de 8,58 % de ampliação e em 2014 uma variação de 16,36% foi observada.

Acredita-se na representatividade e importância de ações como as desenvolvidas pela ABEOC para o fortalecimento do setor de eventos nacional e almeja-se pela aproximação cada vez maior entre a Academia e Entidades representativas de modo que estudos sobre a área de Eventos sejam ampliados e fortalecidos construindo-se assim uma base sólida de conhecimentos.

## REFERÊNCIAS

- Associação Brasileira de Empresas de Eventos. (2013). *Selo de Qualidade ABEOC Brasil: procedimentos do processo de avaliação*. Florianópolis: s.n.
- Associação Brasileira de Empresas de Eventos. (2014). *II Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos*. Recuperado em 23, janeiro, 2016, de <http://www.abeoc.org.br/2014/10/ii-dimensionamento-economico-da-industria-de-eventos-no-brasil>.
- Associação Brasileira de Empresas de Eventos. (2015). *Relatório da posição final de execução do projeto*. Florianópolis: s.n.
- Associação Brasileira de Empresas de Eventos. (2016). *ABEOCs estaduais*. Recuperado em 24, janeiro, 2016, de <http://www.abeoc.org.br/abeocs-estaduais/>.
- Associação Brasileira de Empresas de Eventos. (2019). *Quem somos?* Recuperado de <http://www.abeoc.org.br/quem-somos/>.
- Associação Brasileira de Empresas de Eventos. (n.d.). *Qualificação em gestão e certificação de micro e pequenas empresas de eventos*. Recuperado em 20, outubro, 2017, de <http://www.abeoc.org.br/qualidade/>.
- Associação Brasileira de Normas Técnicas. (2019). *ABNT NBR 16571:2016*. Recuperado em 07, junho, 2019, de <https://www.abntcatalogo.com.br/norma.aspx?ID=364674>.
- Brasil. (2011). *Termo de referência: selo da qualidade do turismo no Brasil*. Ministério do Turismo. Brasília, DF.
- Brasil. (2015). *Diretrizes nacionais para a qualificação em turismo*. Ministério do Turismo Brasília, DF.
- Brasil. (2018). *Plano nacional de turismo 2018-2022: mais emprego e renda para o Brasil*. Ministério do Turismo. Brasília, DF
- Brasil. *Portaria* nº 130, de 26 de julho de 2011. (2011). Institui o Cadastro dos Prestadores de Serviços Turísticos – Cadastur, o Comitê Consultivo do Cadastur – CCCad e dá outras providências. Recuperado em 10, dezembro, 2018 de <http://www.turismo.gov.br/legislacao/?p=112>.
- Brasil. (n.d.). *Qualificação*. Recuperado em 12, dezembro, 2018 de <http://www.turismo.gov.br/2015-09-24-12-54-21.htm>.

Bryman, A. (2015). *Social research methods*. Oxford: Oxford University Press.

International Congress and Convention Association (2018). *ICCA Statistics Report Country & City Rankings Public Abstract*. S.l.: ICCA.

*Lei n. 11.771, de 17 de setembro de 2008* (2008). Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico; revoga a Lei n. 6.505, de 13 de dezembro de 1977, o Decreto-Lei n. 2.294, de 21 de novembro de 1986, e dispositivos da Lei nº 8.181, de 28 de março de 1991; e dá outras providências. Recuperado em 18, novembro, 2015, de <http://www6.senado.gov.br/legislacao/ListaTextoIntegral.action?id=236743>.

*Lei n. 11.637, de 28 de dezembro de 2007* (2007). Dispõe sobre o programa de qualificação dos serviços turísticos e do Selo de Qualidade Nacional de Turismo. Recuperado em 23, janeiro, 2016 de <http://www.abeoc.org.br/wp-content/uploads/2011/06/Lei-Turismo.pdf>.

Oliveira, B. D., Gândara, J. M. G., & Oliveira, B. (2017). Escolha de destinos para eventos: uma análise dos atributos considerados na tomada de decisão por organizadores e promotores de eventos. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 5(1), 1-22.

Organização Mundial do Turismo (2005). *Introdução à metodologia da pesquisa em Turismo*. São Paulo: Rocca.

Rogers, T., & Martin, V. (2011). *Eventos: planejamento, organização e mercado*. Rio de Janeiro: Elsevier.

Schuler, V., & Padoin, G. (2016). *Marketing de destinos: particularidades e oportunidades para os Conventions & Visitors Bureaus Brasileiros*. Porto Alegre: Editorial, Asè.

---

#### FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

BELCHIOR, M. H. (2019). O Selo de Qualidade ABEOC BRASIL e a sua aplicabilidade às organizadoras de eventos em Pernambuco, Brasil. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 7, Edição Especial, 28-46. <https://doi.org/10.21680/2357-8211.2019v7n0ID16973>

---