



FERREIRA, Ricardo Souto; WADA, Elizabeth Kyoko (organizadores). *Eventos: uma alavanca de negócios: como e por que implantar PEGE*. São Paulo: Aleph, 2010. 200 p.

Realizada por Ricardo de Gil Torres. Doutor em Administração de Empresas pela FGV-SP, integra a equipe do Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi. E-mail: [rgtorres@anhem-bimorumbi.edu.br](mailto:rgtorres@anhem-bimorumbi.edu.br).

Na apresentação do livro, Ricardo Ferreira conta como, há quatro anos, em 2006, quando os conceitos de um Programa Estratégico de Gestão de Eventos foram introduzidos no Brasil, houve uma sensação de estranhamento. Para muitos, a idéia de uma gestão estratégica de eventos não fazia sentido uma vez que os eventos eram tratados caso a caso, pelas empresas, sem uma visão de conjunto.

Felizmente, para a gestão de eventos e para as empresas, a racionalidade se impôs e o estranhamento inicial deu lugar à adesão às novas idéias. O livro *PEGE - Programa Estratégico de Gestão de Eventos* que serviu como veículo para introdução dessas idéias teve a tiragem de 3.000 exemplares, esgotada em pouco tempo.

Em 2008, o lançamento do livro *O Valor Estratégico dos Eventos* de Phillips, Myhill e McDonough reforçou a visão estratégica de Eventos. O livro procurava fugir à linha puramente operacional da maior parte da literatura disponível sobre eventos em que o *Como fa-*

zer? se sobrepõe ao *Por que fazer?*. O único senão do livro era apresentar casos dos Estados Unidos, distantes da realidade brasileira.

No cenário em questão, o lançamento do livro *Eventos: uma alavanca de negócios* é uma grata novidade. Essa versão ampliada do livro de 2006, enfoca a importância estratégica de eventos, abordando, também, aspectos táticos, de maneira clara e numa leitura leve, sem teorizações herméticas e despropositadas, mas sem perder uma visão acadêmica crítica. O capítulo final com estudos de casos de empresas brasileiras fecha o livro com chave de ouro.

Os organizadores do livro têm atuação profissional destacada. Ricardo Ferreira tem larga experiência na área de eventos sendo, atualmente, Presidente de MPI Brazil Chapter, entidade dedicada a dar um enfoque estratégico às atividades de eventos. Elizabeth Wada tem uma trajetória profissional de sucesso como executiva em grandes redes hoteleiras além de uma atuação acadêmica de peso presidindo, atualmente, a ANPTUR – Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Turismo. As outras três autoras, Andrea Nakane, Gleiva Félix e Líbia Macedo, também contam com experiência profissional na área de eventos e são professoras da Universidade Anhembi Morumbi.

O livro é dividido em duas partes com seis capítulos cada. Na primeira parte são abordados os aspectos estratégicos de um PEGE. A segunda parte do livro é voltada à aplicação tática dos conceitos.

O livro começa com um capítulo de Fundamentos que traça um histórico do desenvolvimento da abordagem de PEGE e detalha os passos para seu desenvolvimento: *Definir* o problema ou oportunidade, *Mensurar* a situação atual em termos de investimentos, processos e políticas, *Analisar* oportunidades de melhoria, *Construir* um PEGE customizado para a organização e *Implantar* o PEGE. A seguir, são detalhados os componentes do PEGE: Registro do Evento, Aprovação, Contratação e Aquisição, Planejamento e Execução, Pagamento e Conciliação, Relatórios e Análise de Dados e, como elementos centrais para o desenvolvimento contínuo do PEGE, Tecnologia e Políticas.

No capítulo seguinte é enfatizada a necessidade de estabelecer procedimentos padronizados, que orientarão todas as atividades de eventos das organizações, como forma de realinhar a cultura corporativa com respeito à análise e avaliação de processos internos. A Política de Eventos deverá ser o resultado da junção das melhores práticas de gestão, levando em conta a identidade cultural e porte da organização, apoiadas em um sistema de informações integrado.

No terceiro capítulo, são discutidas as funcionalidades desejáveis aos sistemas integrados de gestão de informações que devem ter capacidade de rastrear automaticamente as solicitações de eventos permitindo o acompanhamento, em tempo real, do desenvolvimento físico e financeiro do evento comparando os valores realizados com os, efetivamente, planejados.

No capítulo seguinte, é enfatizada a importância do apoio dos *stakeholders* para o sucesso do evento. É feita uma distinção entre os *stakeholders* internos e externos ressaltando a necessidade de compreender suas motivações, valores e histórico. O conhecimento do relacionamento entre os *stakeholders* permite balancear continuamente o interesse desses grupos.

O quinto capítulo sugere formas de quantificar os retornos tangíveis e intangíveis de um PEGE. É proposta a ponderação, segundo a importância para a organização, das economias obtidas com: Diminuição de riscos, Melhoria da qualidade, Melhorias em Processos e Políticas, Gerenciamento de Segurança e Crise e, também, Gerenciamento de Líderes e *Stakeholders*.

No último capítulo da primeira parte do livro é discutida a sustentabilidade dos eventos do ponto de vista ambiental, social e econômico. A sustentabilidade deve ser uma postura estratégica das organizações presente não só nos seus eventos mas, também, em todas as outras ações da organização sob pena de, ao ser constatada uma falta de sinceridade nos propósitos da organização, os prejuízos para a imagem institucional serem imensos.

Os cinco primeiros capítulos, da segunda parte do livro, se detêm em aspectos táticos de um PEGE. Nesses capítulos são discutidos o transporte aéreo e terrestre para eventos, o relacionamento com fornecedores de serviços, as locações de espaços gerais e em meios de hospedagem e, também, a contratação de serviços de áudio e vídeo e produção de eventos.

O último capítulo do livro apresenta quatro estudos de caso: dois realizados com empresas com programas de Gestão de Eventos e dois com fornecedores de serviços especializados no setor. As empresas Nycomed e a Ticket trabalham com uma estrutura enxuta ressaltando a necessidade de aplicativos gerenciais de Tecnologia de Informação para viabilizar uma operação eficiente. A equipe de eventos nas duas empresas, estão em sintonia com os objetivos estratégicos amplos das empresas atuando de maneira integrada. As fornecedoras de serviços Dream Factory e MCI Brasil pautam suas ações no esforço de entender as necessidades dos clientes para, com base nas mesmas, propor as soluções mais adequadas. A Dream Factory, atuando há mais tempo no mercado brasileiro, se queixa da falta de percepção, de alguns clientes, do potencial estratégico de eventos.

FERREIRA, Ricardo Souto; WADA, Elizabeth Kyoko (organizadores). *Eventos: uma alavanca de negócios: como e por que implantar PEGE*. São Paulo: Aleph, 2010. 200 p. Resenha de: TORRES, Ricardo de Gil. *Revista Hospitalidade*. São Paulo, v. VII, n. 1, p. 122 - 125, jan.- jun. 2010.

O livro, no seu conjunto, contribui para consolidar, no país, uma visão estratégica de Eventos ao mesmo tempo em que faz a ponte entre o mundo das idéias e a sua implementação. Em resumo, um livro para figurar entre as obras de referência de profissionais e estudiosos do tema.

## REFERÊNCIAS

PHILLIPS, Jack; MYHILL, Monica; MCDONOUGH, James. *O Valor Estratégico dos Eventos: como e por que medir ROI*. São Paulo: Aleph, 2008.