

Mercado de eventos: uma análise das empresas organizadoras e prestadores de infraestrutura de apoio do Distrito Federal – Brasil

Events market: an analysis of organizing companies and support infrastructure providers in the Federal District – Brazil

Mercado de eventos: análisis de empresas organizadoras y proveedores de infraestructura de apoyo en el Distrito Federal - Brasil

Barbara Bianca Santos Faria¹
Rodrigo Cardoso da Silva²
Aylana Laissa Medeiros Borges³

Resumo: Este trabalho buscou identificar as empresas organizadoras de eventos no Distrito Federal-DF, com o objetivo principal de analisar a constituição do mercado de eventos. O trabalho é centrado em uma avaliação descritiva das empresas organizadoras e dos prestadores de infraestrutura de apoio a eventos. A pesquisa se caracteriza como exploratória, de natureza quantitativa, na medida em que se tentou investigar o mercado de eventos do DF. A principal base de dados utilizada para a pesquisa foi o CADASTUR, que reúne uma quantidade considerável de informações sobre prestadores de serviços turísticos. Essa base de dados possui duas categorias diretamente ligadas ao mercado de eventos, são elas: 1- empresas organizadoras, 2 – empresas que prestam serviços apoiadores de eventos (infraestrutura, sonorização, decoração, dentre outros). Como resultado principal, verificou-se que o Plano Piloto e o Guará são as regiões administrativas do DF que mais apresentam grandes aglomerados de empresas organizadoras e apoiadoras, tornando-se um polo potencial para o desenvolvimento de eventos e da sua cadeia produtiva. Outro ponto interessante que se destaca é que a maior parte das empresas de eventos do DF são empresas de iniciativa individual (IERELI e MEI). O panorama apresentado neste trabalho mostra um pouco da realidade empresarial no setor de eventos, quando se trata de classificação e porte das empresas de eventos.

Palavras-Chave: Mercado de Eventos; Empresas Organizadoras de Eventos; Distrito Federal; Espacialização das empresas de eventos.

Abstract: This work sought to identify event organizers in Distrito Federal-DF, with the main objective of analyzing the constitution of the events market. The work is centered on a descriptive assessment of the organizing companies and infrastructure providers to support events. The research is characterized as exploratory, of a quantitative nature, as it tried to investigate the events market in the Federal District. This database has two categories directly linked to the events market, they are: 1 - organizing companies, 2 - companies that provide services supporting events (infrastructure, sound, decoration, among others). As a main result, it was found that the Plano Piloto and Guará are the administrative regions of the DF that have the most large clusters of organizing and supporting companies, making them a potential hub for the development of events and their production chain.. Another interesting point that stands out is that most event companies in the DF are individual initiative companies. The panorama presented in this work shows a little of the business reality in the event sector, when it comes to the classification and size of event companies.

Key words: Event Market; Event Organizing Companies; Federal District; Spatialization of event companies.

¹ Instituto Federal de Brasília, Brasil. E-mail: barbarafariab@hotmail.com.

² Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil. ORCID: 0000-0001-8473-4244. E-mail: drigorcs@hotmail.com.

³ Universidade de Brasília, Brasil. E-mail: aylanaborges@outlook.com.

Resumen: Este trabajo buscó identificar las empresas que organizan eventos en el Distrito Federal-DF, con el objetivo principal de analizar la constitución del mercado de eventos. El trabajo se centra en una apreciación descriptiva de las empresas organizadoras y los proveedores de infraestructura de apoyo a eventos. Metodológicamente, la investigación se caracteriza por ser una investigación exploratoria, de carácter cuantitativo, en la medida en que se intentó investigar el mercado de eventos en el DF. La principal base de datos utilizada para la investigación fue CADASTUR, que reúne una cantidad considerable de información sobre los proveedores de servicios turísticos. Esta base de datos tiene dos categorías directamente vinculadas al mercado de eventos, son: 1- empresas organizadoras, 2 - empresas que brindan servicios de soporte a eventos (infraestructura, sonido, decoración, entre otros). Como principal resultado, se encontró que Plano Piloto y Guará son las regiones administrativas del DF que presentan un gran cluster de empresas organizadoras y de apoyo, haciendo de estas dos regiones administrativas con mayor potencial para el desarrollo de eventos y su cadena productiva. Otro punto interesante que destaca es que la mayoría de las empresas de eventos en DF son empresas de iniciativa individual. El panorama que se presenta en este trabajo muestra un poco de la realidad empresarial en el sector de eventos, en lo que respecta a la clasificación y tamaño de las empresas de eventos.

Palabras clave: Evento Mercado; Empresas organizadoras de eventos; Distrito Federal; Especialización de empresas de eventos.

1 Introdução

O mercado de eventos, dentre as suas características, destaca-se pela dinamicidade e adaptabilidade, principalmente por se tratar de uma atividade que pode abarcar diferentes motivações, em que os elementos subjetivos da personalidade e preferências pessoais estão relacionados (Cobra, 2005). Em adição, a movimentação financeira feita em torno dos eventos no Brasil é robusta e atende as mais diversas camadas sociais, visto que atua em diferentes níveis, seja Local/Regional (70%), Nacional (41%), Estadual (32%), Internacionais (16%) (ABEOC⁴; UBRAFE⁵; SEBRAE⁶, 2020).

O Distrito Federal - DF possui um mercado de eventos que vem se consolidando ao longo dos anos, tanto na iniciativa privada como no âmbito público, salientando que a oferta de espaços e serviços que favorecem o aumento de acontecimentos programados (eventos), visto que dispõe de bares, restaurantes, casas noturnas, teatros, shoppings, parques, salões de festas, centros de convenções, auditórios, salas de conferências, hotéis e outros tantos (Lemes, 2009).

O DF é um grande centro de atração de pessoas, mercadorias e serviços do país, em que o mercado de eventos se apresenta em ascensão econômica e dispõe de equipamentos turísticos capazes de favorecer a realização e organização de eventos. A capital do país recebe eventos de

⁴ Associação Brasileira de Empresas de Eventos.

⁵ União Brasileira dos Promotores de Feiras.

⁶ Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

variados portes, incluindo aqueles de grande porte (acima de 500 participantes) ou megaeventos (acima de 5.000 participantes) (Britto, 2002). Porém não se verificaram estudos detalhados sobre os produtores de eventos (empresas e pessoas físicas), bem como que considerem as empresas de apoio ao mercado de produção de eventos.

O mercado de eventos pode ser um campo de estudo no viés da economia, do desenvolvimento cultural, além de ser um setor que emprega uma gama de profissionais de diferentes áreas (decoração, buffet, iluminação, segurança, bartenders, dentre outros), conforme o tipo do acontecimento. Nesse sentido, apresentam-se algumas perguntas, quais sejam: como se constitui o mercado de empresas organizadoras e apoiadoras de eventos no DF? Quantas empresas estão dedicadas a esse mercado e onde se localizam?

Assim, objetiva-se, com este trabalho, examinar a constituição do mercado de eventos no DF, especialmente no que compete ao porte e constituição societária das empresas organizadoras de eventos e daquelas empresas que prestam serviços de apoio e suporte ao mercado de eventos, que subsidiam sua produção. Como objetivos específicos, estabeleceu-se: A) Quantificar o número de empresas e empreendedores vinculados ao mercado de eventos que estão cadastrados no CADASTUR⁷ e são do DF; B) Identificar os aglomerados de empresas de eventos no DF; C) Descrever o cenário da forma de constituição dessas empresas organizadoras de eventos.

Este trabalho se justifica pela escassa literatura sobre o tema em foco, e por se alinhar com a perspectiva de formação dos profissionais tecnólogos no mercado de eventos. Além disso, intenciona-se contribuir para a elaboração de uma linha de pensamento profissionalizante para o setor de eventos no DF.

A metodologia do trabalho se constitui como uma pesquisa exploratória de cunho descritivo, já que se tentou aprofundar o conhecimento sobre o mercado de eventos por meio da base de dados do CADASTUR. Como software de apoio, o Excel foi utilizado para reunir as principais informações e gerar relatórios comparativos.

⁷ É um sistema de cadastro de empresas, empreendimentos e prestadores de serviços turísticos, mantido e realizado pelo Ministério do Turismo (MTur). Uma das vertentes de atuação desse cadastro são as empresas que organizam ou apoiam eventos, sendo este o principal motivo de ele ser a base de dados utilizada neste trabalho.

O recorte espacial de pesquisa foi o DF, levando em consideração que é um grande centro comercial e político, em que os eventos se destacam como atividade econômica. Para produzir os mapas foram utilizadas, de forma sistematizada, as informações do CADASTUR com o objetivo de descobrir as concentrações de empresas organizadoras e apoiadoras de eventos.

O CADASTUR foi escolhido como base de dados por se tratar de um instrumento regulamentado pela lei 11.771 de 2008, que reúne os cadastros de todas as empresas organizadoras de eventos. Quanto ao recorte temporal da pesquisa, o ano de 2019 foi escolhido tendo em vista que não se tem como objetivo produzir séries históricas com os dados do CADASTUR. Ressalta-se que esse banco de dados é revisto a cada 3 meses, com validade de 2 anos, conforme regulamentação do Mtur.

Por fim, o referencial teórico está constituído da seguinte forma: uma breve definição de eventos, seguida de uma discussão acerca da importância dos eventos e o impacto econômico que esses acontecimentos geram, finalizando com a relação da capital (Brasília) com os eventos.

2 Aspectos conceituais dos eventos e sua relação com o turismo

Os eventos são acontecimentos variados em relação a suas motivações, que necessitam de infraestruturas diversas de acordo com o tipo do evento em si; possuem públicos pré-definidos; precisam de data, local e horário para acontecer. Em conformidade, Vieira (2015) explica que evento é um acontecimento, algo marcante e importante; nesse sentido, o nascimento é um evento, e ao longo da vida vamos vivenciando novos momentos importantes, seja a chegada de um filho, uma comemoração de aniversário, a participação em um congresso científico, em festas de cunho religioso, acampamentos, e muitas outras atividades/eventos.

É válido salientar que também existe uma relação entre eventos e turismo, pois os eventos atraem turistas de diversos estados e cidades, sozinhos ou grupos, os quais necessitam de hospedagem, alimentação, dentre outras, o que faz com que a economia local gire e beneficie direta ou indiretamente os envolvidos no processo de planejamento e organização dos eventos (VIEIRA, 2015).

O turismo é um acontecimento social, que reúne pessoas em busca de diversão, descanso, conhecimento, cultura, que saem de suas cidades, estados, casas, para se aventurarem e/ou descansarem, em lugares já conhecidos ou não (RIBEIRO, 2010). Esse deslocamento pode ser

promovido a partir da oferta de eventos, sendo que os interesses podem ser culturais, artísticos, científicos, de lazer, de negócios, dentre outros.

Para Cesca (2015), os eventos podem ser classificados como institucionais, que requerem o uso de protocolos mais rígidos; e comerciais, relacionados à propaganda, marketing, promoção de marcas ou outros.

A organização de eventos traz consigo uma grande responsabilidade, pois determinadas falhas podem comprometer o andamento do evento ou todo ele; a imagem do evento e a do organizador (Op. cit).

Sendo assim, para realizar um evento com êxito e sucesso, é necessário ter um bom planejamento, o que envolve algumas etapas, que podem ser vistas a seguir, no quadro 1:

Quadro 1: Pontos de observação para o planejamento de eventos.

PONTOS A SE OBSERVAR EM EVENTOS	DESCRIÇÃO
OBJETIVOS	Devem ser descritos como gerais e específicos, neles determina-se quais as pretensões amplas e específicas do evento.
PÚBLICO	Todo evento precisa de um público-alvo, sendo externo, interno ou misto. Leva-se em consideração: idade, tipo de evento e a relação com o público, horário e local do evento.
ESTRATÉGIAS	Definir como será a divulgação do evento, as atrações, lugar onde acontecerá, entre outros.
RECURSOS	É necessário definir os profissionais que serão envolvidos e os materiais e infraestruturas necessárias para o evento. Quais os custos para que o evento aconteça.
FATORES CONDICIONANTES	São todas as decisões e acontecimentos aos quais o projeto fica condicionado para a sua realização.
ACOMPANHAMENTO E CONTROLE	Determina quem ficará responsável pela coordenação de todo o processo de organização do evento e como será feita.
AVALIAÇÃO	Realizada após o término do evento, no formato de um relatório.
ORÇAMENTO PREVISTO	Deve ser feito detalhadamente. Nele estarão descritos os recursos adquiridos e todo o gasto.

Fonte: adaptado de Cesca (2015).

No quadro, portanto, é possível ver os caminhos que precisam ser trilhados para que um evento se concretize. O planejamento é de suma importância, pois é a partir dele que erros serão minimizados. Faz-se necessário ter em mente que diante da dinamicidade do evento alguns

acontecimentos adversos são inevitáveis, pois se lida com pessoas, mas com o planejamento e os planos de risco, os problemas podem ser controlados e amenizados.

Para Aquino; Teles (2019), existem dois tipos de organizadores de eventos, os promotores e os organizadores propriamente ditos, e o que os diferencia é a natureza jurídica, ou seja, as empresas organizadoras promovem eventos com uma área de interesse segmentada, sejam estes de caráter “científico, técnico e/ou profissionais”; já os promotores, em sua maioria, contratam as empresas organizadoras para realizarem os eventos que agenciam.

O organizador e o promotor de eventos são bastante confundidos, porém mesmo tendo algumas semelhanças, há diferenciação em relação à atuação de cada um. Ver quadro 2.

Quadro 2: Diferença entre Organizador e Promotor de Eventos

ORGANIZADOR DE EVENTOS	PROMOTOR DE EVENTOS
Responsável por toda a produção do evento (planejamento, estrutura, fornecedores, atrações, programação, staff, alimentos e logística).	Responsável pela criação da promoção do evento.
Define como será realizada a segurança do público participante e dos contratantes.	Define como a promoção/divulgação será realizada.
Controla a documentação e mantém o contato com fornecedores.	Atua como um representante do cliente, estando à frente das negociações para promoção do evento e atração do público-alvo.
Executa e gerencia a equipe envolvida no evento.	Responsável pela distribuição de brindes, materiais promocionais, sorteios e outros, relacionados ao evento.
Acompanha as ações de divulgação do evento.	Produz relatórios das ações e a eficácia de cada uma delas para o evento.
Recebe o feedback do evento.	

Fonte: Dados da pesquisa⁸, 2020.

Em suma, observa-se que os dois tipos de profissionais são essenciais para a organização de um evento, mas tem-se que o organizador acaba sendo responsável por todas as etapas do evento, pré-evento (definição do evento como um todo), evento (execução), pós-evento

⁸ <https://www.moblee.com.br/blog/promotor-de-eventos-organizador-de-eventos/>

(feedback) (Martin, 2003); e no que se refere ao promotor de eventos, este trabalha diretamente com a parte de marketing e divulgação para atrair o público-alvo.

Reforça-se que um evento, quando tem um profissional da área à frente, Reforça-se que um evento, quando tem um profissional da área à frente, este atua com mais zelo e dedicação, oferecendo atenção a cada detalhe que compõe o acontecimento. Nesse sentido, a pesquisa, o planejamento para definição da data, lugar, horário, infraestruturas, profissionais a serem envolvidos, tudo é muito bem definido, considerando, inclusive, o tipo do evento que se pretende realizar.

Para Lima; Alves; Borges e Silva (2019), os eventos podem, então, ser “considerados ferramentas de propaganda, de promoção para formar uma base para o desenvolvimento turístico de um lugar, mas, para este tipo de processo, será preciso concentrar esforços individuais e coletivos dos envolvidos”. Logo, além de tudo que foi discutido, uma outra questão precisa ser levada em consideração, a saber, o impacto econômico causado pelos eventos em uma destinação, tópico que será abordado a seguir.

2.1 Impacto econômico dos eventos no destino

Para a promoção de um evento, é preciso muita cautela e planejamento, pois há uma grande responsabilidade em sua realização, haja vista o mercado de evento provocar um grande impacto econômico, principalmente para a cidade sede, e esse impacto varia muito de acordo com o tamanho do evento e seu público. Salienta-se que tais impactos podem ser benéficos ou insatisfatórios, e isso vai depender da proposta do evento e da forma como ele é planejado.

Os eventos são classificados em pequenos, médios, grandes e macroeventos, ou megaeventos, podendo ser classificados também, conforme o interesse, como esportivos, religiosos, culturais/artísticos, científicos, sociais, negócios (feiras e afins), gastronômicos, políticos e de lazer (Torres; Rispoli, 2013; Matias, 2010; Britto, 2002).

Para Albuquerque (2004), o turismo de eventos é praticado por interesses diferentes, como profissionais, culturais ou outros. O autor reconhece, ainda, que dentre os motivos para uma visita turística estão: o lazer, rever conhecidos, saúde, negócios, entre outros, em razão dos eventos.

Deve-se salientar que uma viagem pode ter mais de uma motivação. Como exemplo disso, imagine-se uma família em uma viagem: o pai pode ir por motivos profissionais, a mãe para

conhecer um novo lugar e a cultura deste, o filho para lazer e a filha pode escolher participar de um congresso.

Conforme Lima (et al., 2019, p. 62), o turismo de eventos colabora “para o crescimento econômico de um país, bem como dos municípios ou pequenas localidades, apresentando-se como um fator positivo de promoção da imagem e conhecimento dos elementos culturais locais.” Os eventos ainda colaboram para assegurar a estabilidade da atividade econômica, na questão da sazonalidade do turismo, estimulam e contribuem para a realização de contatos comerciais, aumentam a taxa de ocupação em um destino, entre outros (Albuquerque, 2004)

De acordo com Torres e Rispoli (2013), o turismo e os eventos são dois influenciadores da economia local. Dias (2005) corrobora, afirmando que o turismo e o mercado de eventos estão muito relacionados e ambos trazem um impacto para a economia em várias áreas, sejam elas alimentícia, hoteleira ou de transporte, ou seja, o consumo pode ser definido como aquisição de serviços, tendo o foco de satisfazer uma necessidade. Explica-se que quando se remete ao consumo turístico e de eventos, tem-se como objetivo atender as necessidades dos turistas e/ou do público participante.

De acordo com Carvalho (1997), para que o Brasil tenha condições de concorrer com o turismo internacional na preferência do turista brasileiro, o segmento de turismo de eventos constitui-se uma opção relevante. Para isso, o governo deve investir cada vez mais no setor de turismo e no fornecimento de serviços turísticos com estímulo ao turismo interno. É o caso do DF, cuja gestão se propõe a tornar um território ainda mais atrativo para o público interno, principalmente no que se refere a captar eventos de abrangência regional e nacional. Assim como qualquer segmento de turismo, se deslocar é uma condição necessária, sendo assim a ação do ir ao evento promove e estimula outros setores da economia, tais como: alimentação, transporte, hotelaria, infraestrutura e produtos em geral do setor de serviços turísticos (Carneiro, 2011). Por esse motivo, promover eventos pode ser equiparado a criar produtos e estímulos a públicos diferentes, atraindo um fluxo cada vez mais diversificado.

Tem-se ainda que os eventos tornam-se uma maneira de promoção da imagem de um destino, algumas localidades inclusive se especializam em realizar certos tipos de eventos a partir da existência e disponibilidade de diferentes espaços. De outro modo, por meio da organização

de eventos, uma localidade pode apresentar suas características culturais, gastronômicas, belezas naturais etc.

O Brasil vem se destacando internacionalmente sediando eventos de pequeno, médio e, principalmente, de grande porte, mostrando para o mundo os inúmeros atrativos do país, como a gastronomia, o artesanato, o folclore e as festas populares (ABEOC, 2013). Conforme a ABEOC, sediar a Copa do Mundo de 2014, por exemplo, foi um meio de reafirmar que o país possui boa estrutura para megaeventos, além de uma boa receptividade.

O mercado de eventos no Brasil cresceu de forma expressiva nos últimos 12 anos, aumentando a sua relevância econômica no que se refere à geração de negócios, emprego, renda e impostos (ABEOC, 2013), apresentando um crescimento de aproximadamente 14% ao ano, elevando a sua participação no PIB do país de 3,1% em 2001 para 4,32% em 2013. Em relação aos empregos diretos, indiretos e terceirizados, o setor é responsável por 7,5 milhões na economia nacional e contribui com R\$ 48,69 bilhões de impostos (ABEOC, 2013).

Nesse sentido, tendo visto a contribuição dos eventos para o Brasil, tem-se que a Capital Federal, Brasília, também se destaca no mercado de organização e execução de eventos, tornando-se um campo de pesquisa relevante para entender como a dinâmica econômica dessa atividade impulsiona outros setores. Dessa forma, no tópico seguinte buscou-se entender a relação de Brasília com o mercado dos eventos.

2.2 Brasília e eventos: a relação da capital do Brasil com os eventos

O Brasil está entre os principais países que sediam eventos internacionais, realizando em torno de 300 mil eventos por ano, ficando assim entre os dez países que mais realizam eventos internacionais (Lemes, 2009). Com tudo isso, verifica-se a importância do turismo de eventos para o crescimento econômico do país, o que faz com que haja investimentos e/ou melhorias em “aeroportos, rodoviárias, transportes, centros de convenções, bem como o oferecimento de subsídios para construção de hotéis” (Lemes, 2009).

Brasília, como a capital do país, núcleo das decisões, com grande diversidade cultural, considerada uma cidade jovem (60 anos), tem estruturalmente as melhores condições para realização de grandes eventos (shows, esporte, culturais) (Albuquerque, 2004). Albuquerque (2004) acrescenta que Brasília possui localização estratégica, uma rede hoteleira vasta, e é sede dos três poderes da República, das representações diplomáticas e de organismos internacionais,

fatores que podem favorecer a realização de certos tipos de eventos, bem como podem garantir uma boa estada dos participantes.

Segundo Lemes (2009), apesar de Brasília ser jovem e o centro administrativo do país, possui potencial turístico pela história, cultura e principalmente pelas belezas e unicidade dos traços arquitetônicos de Oscar Niemeyer. Nesse sentido, Lemes (2009) ressalta que há cinco principais roteiros turísticos temáticos no DF, incluindo a capital, Brasília (ver quadro 3).

Quadro 3: Principais segmentos de turismo de Brasília.

ARQUITETÔNICO	Para atender estudantes de Arquitetura brasileiros e estrangeiros com interesse nas modernas técnicas dos projetos urbanísticos, arquitetônicos e paisagísticos da capital. Há um tour por lugares da cidade que lhes permite entender a dinâmica de sua construção.
CÍVICO	O objetivo é o resgate dos valores patrióticos dos brasileiros, mostrando principalmente às crianças a importância de se alimentar o conhecimento cívico. O tour é pela Praça dos Três Poderes, a destacar o Palácio do Planalto, inaugurado em 1960, marcado como símbolo da transferência do poder público para Brasília.
JURÍDICO	Tem como foco não só os estudantes de Direito de todo o país, mas advogados, juízes e todos os militantes da seara jurídica que terão a oportunidade de vivenciar a origem, composição, funcionamento, competência e realidade dos Tribunais Superiores sediados na Capital Federal, com destaque para o Supremo Tribunal Federal (STF), órgão de cúpula do Poder Judiciário, ao qual compete precipuamente a guarda da Constituição da República Federativa do Brasil, contando com 11 ministros, todos brasileiros natos, com mais de 35 anos e menos de 65, de notável saber jurídico e reputação ilibada, nomeados pelo Presidente da República, após aprovação pela maioria absoluta do Senado Federal.
RURAL	Com belas paisagens, para descanso e diversão, além da agradável gastronomia regional. O intuito da criação deste roteiro é principalmente divulgar para os brasilienses, residentes e visitantes que bem mais próximo do que pensam, existe uma grande diversidade de propriedades rurais, com trilhas bucólicas e esportes radicais, que já contam com infraestrutura para receber turistas ecologicamente corretos.
BRASÍLIA EM ATHOS	Com o intuito de homenagear o pintor, escritor, arquiteto, desenhista e mosaicista Athos Bulcão. Suas obras estão presentes em mais de quarenta atrações turísticas de Brasília. Os exemplos mais conhecidos são o relevo do Teatro Nacional, a Igrejinha da 307/308 Sul, o Parque da Cidade e o Hospital Sarah Kubitschek.

Fonte: Adaptado de Lemes, 2009.

No quadro 2, é possível observar a capacidade de atração que Brasília possui nos segmentos apresentados, esse fato auxilia e pode favorecer na imagem do destino como receptor de grande e médios eventos, pois demonstra aptidão de receber e manter os visitantes e/ou turistas na localidade por mais tempo.

Em 2017, o Distrito Federal sediou inúmeros eventos, tais como corporativos, institucionais e culturais. Assim sendo, visualizando essa disposição de atração, a Secretaria de Turismo do DF elaborou um documento levantando a potencialidade local para o mercado de

eventos, citando 16 motivos que tornam Brasília um polo de recepção, conforme a Secretaria Adjunta de Turismo, Unidade de Captação de Eventos – UCAPE. Ver quadro 4:

Quadro 4: Motivos elencados pela Secretaria de Turismo do DF

1. É a maior cidade do mundo construída no século XX. Uma cidade cheia de beleza e modernidade.
2. É considerada Patrimônio Mundial pela UNESCO.
3. Aeroporto situado a 15 km do centro da cidade, com voos diretos para todas as capitais e principais cidades do país, além do maior hub doméstico do país.
4. A hotelaria está em um único setor na área central da cidade, que atende aos melhores padrões de serviços mundiais.
5. É o terceiro polo gastronômico do país, reunindo culinária de todas as regiões do Brasil e do mundo.
6. Tem acesso rodoviário que faz ligação com todo o território nacional.
7. Tem amplas avenidas, que resultam em economia de tempo no transporte.
8. Tem a maior área verde por habitante do país.
9. O Parque da Cidade é o maior parque urbano do mundo, superando até mesmo o renomado Central Park, de Nova York.
10. Margeando a cidade está o Lago Paranoá, com 48 quilômetros quadrados de extensão, limpo e utilizado para lazer, esporte e entretenimento.
11. Além do turismo de negócios, a cidade tem turismo cívico-arquitetônico, ecológico-rural e místico-religioso.
12. Ponto de partida para roteiros como: Chapada dos Veadeiros – território da Reserva da Biosfera pela UNESCO. Pirenópolis – Patrimônio Histórico e Artístico Nacional tombado pelo Iphan.
13. Possui 135 embaixadas e mais de 43 organizações internacionais.
14. O Bureau Internacional de Capitais Culturais nomeou Brasília como a Capital Americana da Cultura para o ano de 2008.
15. A nossa frota é composta por 85% de veículos novos, abrangendo táxis, automóveis de locadoras e veículos de turismo receptivo.

16. Brasília é sede da administração pública federal, abrigando o maior número de autoridades do país.

Fonte: Secretaria Adjunta de Turismo, Unidade de Captação de Eventos – UCAPE (2017)

O quadro acima demonstra alguns dos principais motivos para que Brasília seja um destino turístico e sede de eventos do porte megaeventos, como o fato de ser considerada como patrimônio cultural pela UNESCO. Alguns deles: possui o maior aeroporto doméstico do país, que fica localizado a 15 minutos do centro da cidade; conta com um setor hoteleiro que oferece os melhores padrões de hospedagens do país; destaca-se como o terceiro polo gastronômico do Brasil; possui acessos rodoviários que dão entrada a todas as capitais e principais municípios do território nacional; parte urbana de Brasília dispõe da maior área verde por habitante do país. Esses elementos, dispostos em um mesmo território, garantem a Brasília uma vantagem competitiva em comparação com a maior parte dos grandes centros urbanos nacionais. Em resumo, o Distrito Federal apresenta vários elementos a favor de Brasília tornar-se e destacar-se como um centro para realização de eventos, sobretudo culturais e institucionais. Ademais, Brasília apresenta uma diversidade imensa em relação aos seus habitantes, visto que reúne pessoas de todas as regiões do Brasil, e isso é mais uma de suas peculiaridades.

Localizada na região Centro-Oeste do país, com aproximadamente 3.015.258 habitantes⁹, dispondo de um clima tropical e se destacando como a capital que mais evoluiu em realização de eventos internacionais, Brasília possui espaços apropriados para execução de eventos, dentre eles: “centro de convenções, auditórios, estádio, clube, salões, salas de exposição, casas de festas e outros” e seus principais hotéis proporcionam salas de diferentes tamanhos, modelos e também contam com infraestrutura necessária para realização de eventos. De acordo com documentos da Secretaria adjunta de Turismo de Brasília (2017):

Os habitantes de Brasília são orgulhosos por morar em uma cidade-parque, conforme previsto na escala bucólica do Plano Piloto de Brasília, que propõe uma ‘união harmoniosa entre a arquitetura moderna e as áreas verdes’. Possui 50 milhões de metros quadrados de área verde e 4 milhões de árvores (150 espécies diferentes do cerrado) distribuídas pela cidade. Delas, 10% a 15% são árvores frutíferas, que crescem ao longo do Eixo Monumental. Isso significa que a cidade possui aproximadamente 100 metros quadrados de área verde por habitante, o que a coloca na posição da cidade brasileira

⁹ População estimada em IBGE Cidades. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/df/panorama>. Acesso em 14 de julho de 2020.

com maior número de metros quadrados de área verde por habitante, de acordo com os critérios da Organização Mundial da Saúde (OMS).

Diante do exposto, ressalta-se que Brasília conta com uma infraestrutura singular e de qualidade, bem como dispõe de uma pluralidade cultural ímpar devido aos movimentos de migração que aconteceram para a fundação da cidade. Esse cenário revela Brasília como uma área fértil para o desenvolvimento de iniciativas empreendedoras no setor de eventos, entretenimento e cultura, em que o contexto objetivo e subjetivo social potencializa os eventos como setor mercadológico promissor.

Apesar de Brasília ser destacada como o principal motivo de atração de turistas e concentrar praticamente todo os serviços públicos da esfera federal, existe uma estrutura administrativa e organizacional do território no DF, na qual as antigas cidades satélites são denominadas Regiões Administrativas (RA¹⁰). Nessa pesquisa tínhamos o interesse de analisar o DF como um todo, por esse motivo foi utilizado a divisão por RA para apurar os resultados da pesquisa, analisando e identificando os aglomerados das empresas não só na RA- Brasília (Plano piloto), mas nas demais regiões do território do DF.

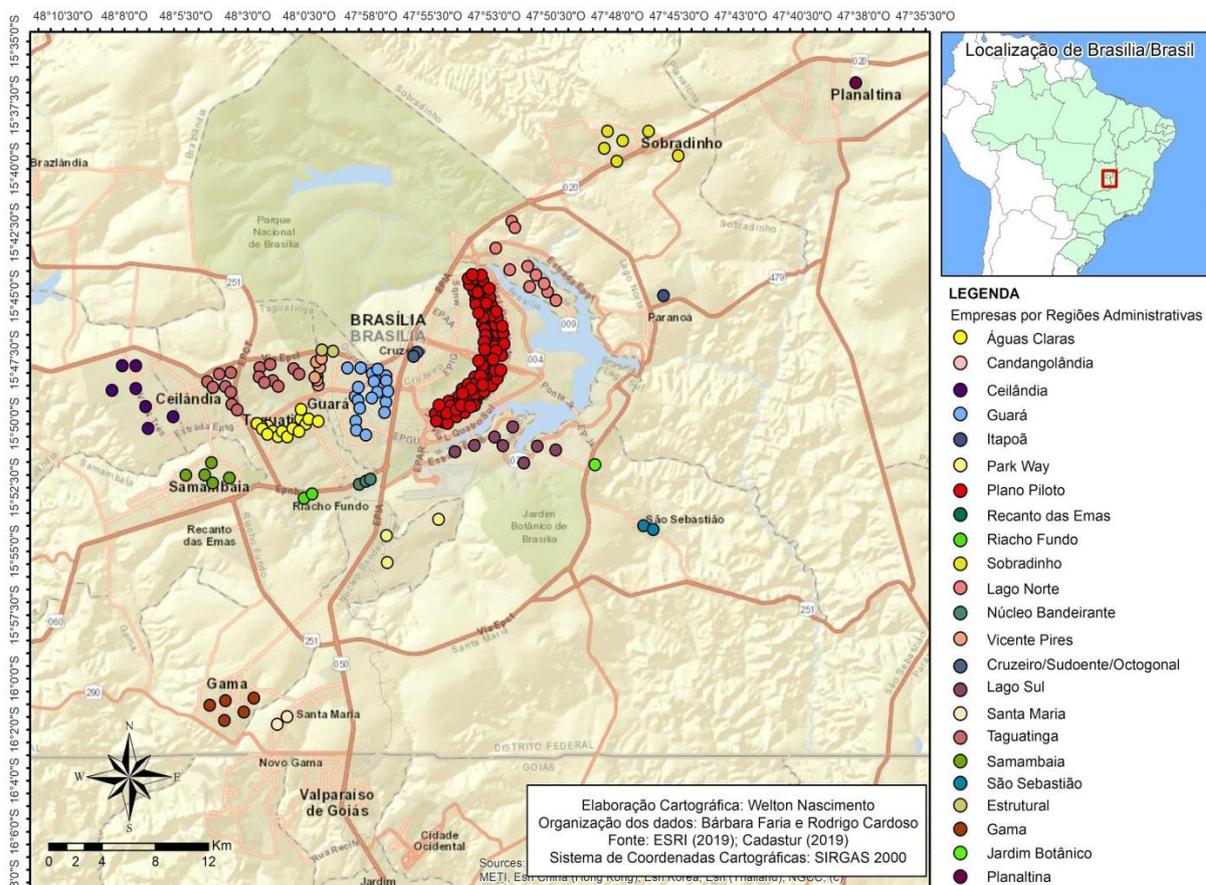
3 Resultados de pesquisa

Todos os dados utilizados, tanto os mapas quanto as planilhas, têm como base de dados o CADASTUR. A partir da coleta de dados, contatou-se a existência de 220 (duzentas e vinte) empresas de organização de eventos e 83 (oitenta e três) prestadoras de infraestrutura de apoio a eventos. As empresas organizadoras de eventos são contratadas para o planejamento geral do evento, ou seja, para a definição inicial de onde será o local, hora, atrações e afins, dos acontecimentos, até sua execução e término; enquanto as empresas que prestam serviços de apoio aos eventos referem-se à música, alimentação, palco e estruturas móveis, staffs, dentre outras.

Com isso, iniciou-se a análise, a partir deste estudo, das empresas organizadoras de eventos. No mapa 1, pode-se visualizar como as empresas estão espalhadas.

¹⁰ O DF atualmente na pesquisa identificamos 23 RAs (Águas Claras, Candangolândia,, Ceilândia, Guará, Itapoã, Park Way, Plano Piloto, Recanto das Emas, Riacho Fundo, Sobradinho, Lago Norte, Núcleo Bandeirante, Vicente Pires, Cruzeiro/Sudoeste/Octogonal, Lago Sul, Santa Maria, Taguatinga, Samambaia, São Sebastião, Estrutural, Gama, Jardim Botânico e Planaltina.

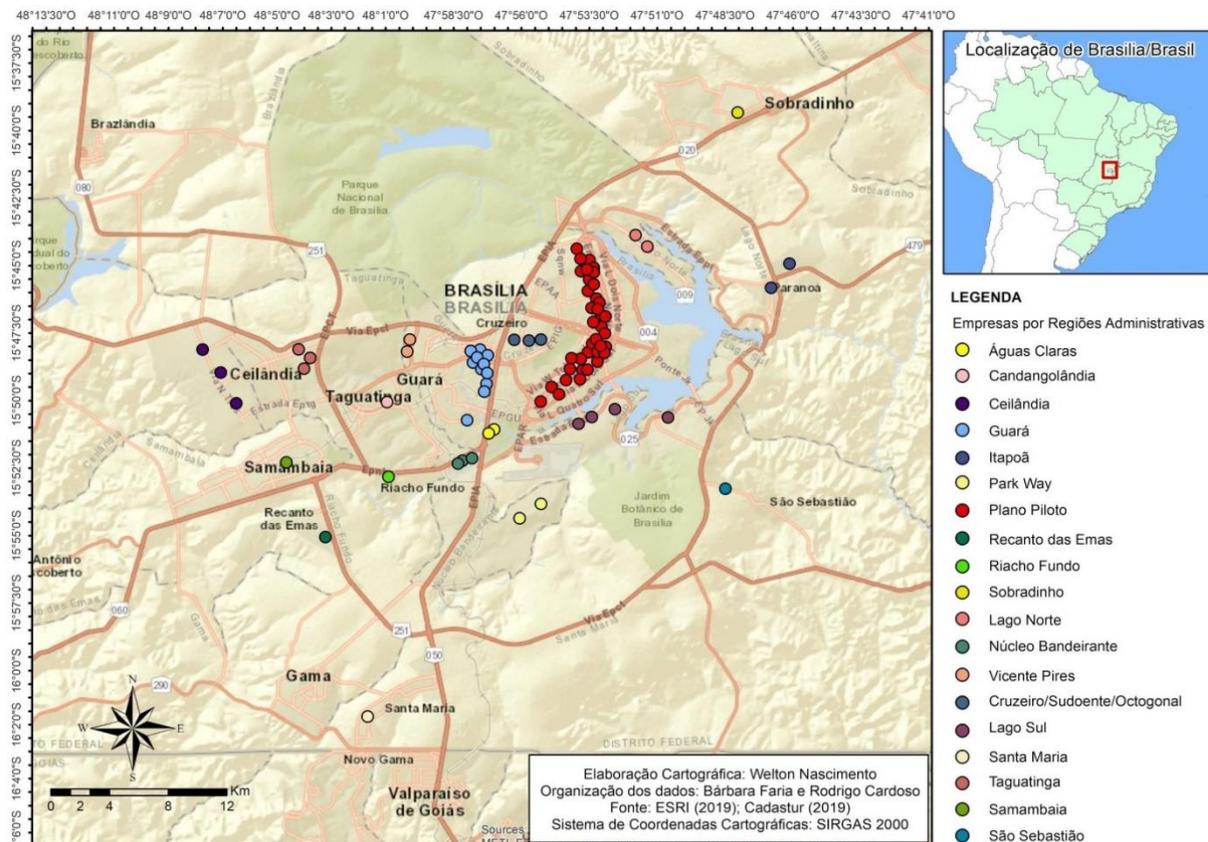
Mapa 1: Espacialização das empresas organizadoras de Eventos no DF



Com os dados dispostos no mapa 1, e sabendo que o DF possui 220 empresas cadastradas, elucida-se que o Plano Piloto lidera com o maior número de empresas organizadoras de eventos, cujo total é de 101 (cento e uma), o que corresponde a 45,9% do total. Em seguida, é possível observar o crescimento significativo de outras Regiões Administrativas (RA), como Guarã, Águas Claras e Taguatinga, pareados com 16 empresas cada, o que equivale a 21,9% do total. Por fim, em terceiro lugar, Ceilândia e Vicente Pires, com 7 empresas cada, o que corresponde a 3,1% cada uma. As demais regiões ficam sub-representadas com pequenos percentuais.

No mapa 2, a seguir, destaca-se a análise das empresas de infraestruturas apoiadoras de eventos, tendo em vista que a natureza do mercado de eventos necessita desses dois tipos de prestadores de serviços (organizador e apoiador).

Mapa 2: Espacialização das empresas apoiadoras de Eventos no DF



No mapa 2, que dispõe sobre as empresas apoiadoras, no levantamento foram identificadas um total de 83 empresas. Realizando o tratamento dos dados, destaca-se que mais uma vez o Plano Piloto detém o maior número, são 39 empresas apoiadoras (46,9%), um número alto. Porém, assim como nas empresas organizadoras, é perceptível o quantitativo da RA Guará, apresentando um total de 11 empresas apoiadoras (13,2%); em seguida, observa-se Taguatinga (3 empresas) e Águas Claras (2 empresas), que vêm crescendo significativamente na área; as demais RA ficam com apenas uma empresa de apoio a eventos.

Realizando-se uma sobreposição dos dois mapas, é possível identificar a quantidade de empresas de eventos e das apoiadoras e entender qual RA possui maior abrangência tanto como empresa organizadora de evento como apoiadora. Essa proximidade entre elas se faz relevante na hora da realização de um evento, bem como nos benefícios que essa proximidade pode acarretar para o mercado de eventos. A RA Plano Piloto ainda é a que se encontra com maior facilidade para realizar eventos, já que possui o maior número de empresas organizadoras e apoiadoras, mas isso não quer dizer que seja a única opção. Na análise, percebe-se o crescimento

do Guar, mostrando que concentra, depois do Plano Piloto, o maior potencial para aumentar sua produção de eventos, tendo em vista possuir em seu território os dois tipos de empresas (organizadoras 16 e apoiadoras 11).

Em seguida, em termos de potencial, temos Taguatinga e guas Claras, pois estas ainda possuem em menor número um quantitativo de empresas organizadoras e apoiadoras de eventos. As demais RA não se configuram como um mercado em potencial até o momento, pois detm apenas um tipo de empresa, ou seja, entende-se que onde se encontram os dois tipos de empresas há uma maior facilidade para crescimento da produção de eventos, considerando que a atividade eventos necessita de inúmeros fornecedores de produtos e serviços.

No cenário geral, percebe-se que seria necessário têm investigar a forma de constituição dessas empresas, levando em conta que o objetivo geral do trabalho é conhecer melhor o mercado de eventos. Antes de relacionar as RA, as localizações e a forma de constituição das empresas, é preciso entender o significado de cada sigla dessa constituição. Ver o quadro 4:

Quadro 4: Forma de constituição de empresas de eventos do DF.

FORMA DE CONSTITUIÇÃO	DEFINIÇÃO
EIRELI	De acordo com a lei 12.441, de 11 de julho de 2011. A sigla EIRELI significa Empresa Individual de Responsabilidade Limitada, modalidade de empresa formada por um único sócio , ou seja, o dono. O nome empresarial deverá apresentar a sigla após a firma ou denominação da empresa, podendo ser constituída apenas uma vez por cada pessoa.
EIRELI-ME	Segue a definição de EIRELI, porém é diferenciada pelo faturamento como microempresa, com receita bruta anual inferior ou igual a R\$ 360 mil.
EIRELI-EPP	Segue a definição de EIRELI, entretanto é diferenciada pelo faturamento como Empresa de Pequeno Porte, com receita bruta anual superior a R\$ 360 mil ou inferior a R\$ 4.800.000,00.
LTDA	São caracterizadas pela limitação de cada empreendedor e a participação de cada sócio . A partir de um contrato social, são estipulados valores , como do capital social. A divisão dos lucros vai depender do valor investido por cada sócio.
LTDA-ME	Segue a definição de LTDA, porém é diferenciada pelo faturamento como microempresa, com receita bruta anual inferior ou igual a R\$ 360 mil.
LTDA-EPP	Segue a definição de LTDA, entretanto é diferenciada pelo faturamento como Empresa de Pequeno Porte, com receita bruta anual superior a R\$ 360 mil ou inferior a R\$ 4.800.000,00.
MEI	Para ser uma empresa MEI, o empreendedor não pode ter participação ou ser titular de

	outra empresa, pode contratar apenas um empregado e ter faturamento de até oitenta e um mil por ano.
EI	Empresário Individual. Nessa modalidade, o empreendedor desenvolve atividades de forma individual, e não pretende ter sócios. Nessa modalidade é permitido um faturamento de até 360 mil por ano. E ainda podem ser reclassificados em microempresa e Empresa de Pequeno Porte. A modalidade EIRELI vem sendo utilizada para substituir muitos EI, pois oferece alguns respaldos jurídicos diferenciados.

Fonte: Lei complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Lei nº 12.441, de 11 de julho de 2011.

As tabelas 1, 2, 3, 4, 5 e 6 apresentam a forma de constituição de cada empresa, além de indicarem a RA onde está localizada, seguida da quantidade de empresas nelas presentes.

A análise foi iniciada pelas empresas organizadoras de eventos, tendo em vista que estas possuem o maior quantitativo encontrado na pesquisa, além disso, objetiva-se dar uma ordem lógica à apresentação dos dados. Ressalta-se que nesta pesquisa foram consideradas 19 RA's¹¹. A seguir, a tabela 1 com a síntese de empresas EIRELI.

Tabela 1: Quantitativo de EIRELI de empresas organizadoras

FORMA DE CONSTITUIÇÃO DE EMPRESAS	REGIÃO ADMINISTRATIVA – RA	CONTAGEM DE REGIÃO ADMINISTRATIVA - RA
EIRELI	1. Águas Claras	6
	2. Ceilândia	4
	3. Estrutural	1
	4. Gama	2
	5. Guará	2
	6. Itapoã	1
	7. Lago Norte	2
	8. Lago Sul	1
	9. Sem endereço ¹²	1
	10. Park Way	2
	11. Plano Piloto	27
	12. Riacho Fundo	2

¹¹ Águas Claras; Ceilândia; Cruzeiro; Estrutural; Gama; Guará; Itapoã; Lago Norte; Lago Sul; Núcleo Bandeirante; Park Way; Plano Piloto; Riacho Fundo; Samambaia; Santa Maria; São Sebastião; Sobradinho; Taguatinga; Vicente Pires.

¹² Foi identificada uma empresa que não havia preenchido o seu endereço, porém figurava no banco de dados do Cadastur.

	13. Samambaia	2
	14. Santa Maria	1
	15. São Sebastião	1
	16. Sobradinho	1
	17. Taguatinga	4
	18. Vicente Pires	3
EIRELI Total		63

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Segundo os dados coletados, a RA que apresenta o maior número de empresas na modalidade EIRELE é o Plano Piloto, com 27 empresas, o que corresponde a 42,85% do total; em segundo lugar apareceu Águas Claras, com 6 empresas nessa mesma modalidade, que corresponde a 9,5%; logo após vem Taguatinga e Ceilândia, com total de quatro empresas EIRELI, apresentando um percentual de 6,3% cada uma.

Das empresas constituídas EIRELI-EPP, constatou-se apenas 6 empresas cadastradas do total geral, tendo Vicente Pires em destaque, com 2 empresas nessa categoria; as demais (Guará, Núcleo Bandeirante, Plano Piloto e Taguatinga) apresentaram apenas uma empresa cada.

Quanto às empresas constituídas EIRELI-ME, o total foi de 9 empresas nesta classificação, destacando o Plano Piloto com 3 delas e o Guará com 2; as demais regiões (Jardim Botânico, Lago Sul, Núcleo Bandeirante e Vicente Pires) tiveram apenas uma empresa cada.

Tabela 2: Quantitativo de LTDA de empresas organizadoras.

FORMA DE CONSTITUIÇÃO DE EMPRESAS	REGIÃO ADMINISTRATIVA – RA	CONTAGEM DE REGIÃO ADMINISTRATIVA – RA
LTDA	1. Águas Claras	6
	2. Ceilândia	1
	3. Cruzeiro/ Sudoeste/ Octogonal	2
	4. Guará	10
	5. Lago Norte	4
	6. Lago Sul	5
	7. Plano Piloto	52
	8. Samambaia	2
	9. Sobradinho	3
	10. Taguatinga	4
LTDA Total		89

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Analisando os dados da tabela 2, tem-se que as empresas de LTDA - Sociedade Limitada apresentam um total de 89 empresas cadastradas. O Plano Piloto novamente apresentou o maior número, 52, com um percentual de 58,4%; na sequência, ficou o Guará, com 10 empresas, representando 11,2% do todo; depois Águas Claras, com 6 (6,7%) e Lago Sul com 5 (5,6%).

Sobre as empresas denominadas LTDA-EPP, verificou-se que esse tipo de constituição é, até então, pouco utilizado, visto que foram identificadas apenas 2 empresas com essa denominação, uma no Gama e outra no Plano Piloto, totalizando duas empresas na área, correspondendo apenas a 2,2%.

Já na denominação LTDA-ME, constatou-se um total de 15 empresas nesse tipo de constituição, tendo concentração maior no Plano Piloto, com 9 (60%) empresas, e em seguida o Lago Norte, com 3 (20%) empresas; Taguatinga com 2 (13,3%) e Vicente Pires com apenas uma (6,6%).

Tabela 3: **Quantitativo de MEI de empresas organizadoras**

FORMA DE CONSTITUIÇÃO DE EMPRESAS	REGIÃO ADMINISTRATIVA – RA	CONTAGEM DE REGIÃO ADMINISTRATIVA - RA
MEI/EI ¹³	1. Águas Claras	4
	2. Ceilândia	2
	3. Gama	2
	4. Guará	4
	5. Lago Norte	1
	6. Lago Sul	1
	7. Núcleo Bandeirante	1
	8. Park Way	1
	9. Planaltina	1
	10. Plano Piloto	8
	11. Samambaia	1
	12. Santa Maria	1
	13. São Sebastião	1
	14. <u>SCIA/ SIA/ Estrutural</u>	1
	15. Sobradinho	2

¹³ percebeu-se que nos dados individuais de cada empresa no CADASTUR não era possível identificar de forma assertiva quem era MEI ou EI, dessa forma foram agrupadas, já que se trata de profissionais liberais, e que trabalham de forma individual. No entanto, sabemos que o abismo financeiro existente entre essas duas categorias é enorme, porém essa limitação da pesquisa não nos permite avançar nesse debate.

	16. Taguatinga	5
MEI/EI Total		36

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

A partir da análise da tabela 3, notou-se que a categoria MEI/EI possui uma quantidade razoável de empresas com essa denominação, um total de 36. Identificou-se maior abrangência no Plano Piloto, com 8 (22,2%) empresas cadastradas, e em seguida aparece Taguatinga, com 5 (13,8%) empresas; Águas Claras e Guará dispõem de 4 (11,1%) empresas MEI/EI cada uma.

Em relação às empresas de infraestrutura de apoio a eventos, verifica-se o quantitativo de empresas por forma de constituição nas tabelas abaixo.

Tabela 4. **Quantitativo de EIRELI de empresas apoiadoras.**

FORMAS DE CONSTITUIÇÃO DA EMPRESA	CIDADE ADMINISTRATIVA	CONTAGEM DE CIDADE ADMINISTRATIVA - RA
EIRELI	1. Águas Claras	1
	2. Candangolândia	1
	3. Ceilândia	3
	4. Guará	2
	5. Itapuã	1
	6. Park Way	1
	7. Plano Piloto	18
	8. Recanto das Emas	1
	9. Riacho Fundo	1
	10. Sobradinho	1
EIRELI Total		30

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

De acordo com os dados, as empresas apoiadoras constituídas como EIRELI apresentam um total de 30, sendo a maior concentração na RA Plano Piloto com 18 empresas, com percentual de 60%. No Guará existem 3 (10%) empresas cadastradas nessa denominação, e em Taguatinga apenas 2 (6,6%) empresas, as demais RAs tem uma empresa cada apenas.

Das empresas EIRELI-EPP, contou-se em seu total apenas uma empresa, localizada no Núcleo Bandeirante.

Nas empresas EIRELI- ME o total muda um pouco, sendo 6 empresas cadastradas nessa forma de constituição. Esse total aparece bem dividido entre Guará, Plano Piloto e Vicente Pires, que apresentam 2 empresas em cada uma dessas RAs.

Tabela 5. **Quantitativo de LTDA de empresas apoiadoras**

FORMA DE CONSTITUIÇÃO DE EMPRESAS	REGIÃO ADMINISTRATIVA – RA	CONTAGEM DE REGIÃO ADMINISTRATIVA - RA
LTDA	1. Águas Claras	1
	2. Cruzeiro/ Sudoeste/ Octogonal	2
	3. Guará	6
	4. Lago Norte	1
	5. Lago Sul	4
	6. Núcleo Bandeirante	1
	7. Plano Piloto	13
	8. Santa Maria	1
	9. Taguatinga	1
LTDA Total		30

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

De acordo com análise da tabela 5, as empresas denominadas LTDA apresentaram um total de 30 empresas cadastradas nessa categoria. O Plano Piloto apresenta mais uma vez o maior número de empresas, 13 no total; na sequência, o Guará apresentou 6 empresas; e depois o Lago Sul, com 4.

Quanto às empresas LTDA-EPP, o total foi de apenas uma empresa, localizada no Núcleo Bandeirante. O mesmo acontece nas empresas caracterizadas como LTDA-ME, com apenas uma empresa constituída, localizada na RA Cruzeiro/Sudoeste/Octogonal.

Tabela 6. Quantitativo de MEI de empresas apoiadoras

FORMA DE CONSTITUIÇÃO DE EMPRESAS	REGIÃO ADMINISTRATIVA – RA	CONTAGEM DE REGIÃO ADMINISTRATIVA - RA
MEI/EI	1. Guará	1
	2. Itapoã	1
	3. Park Way	1
	4. Plano Piloto	6
	5. Samambaia	1
	6. São Sebastião	1
	7. Taguatinga	2
MEI Total		13

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Finalizando, explica-se que as empresas constituídas como MEI/EI apresentam um total baixo, 13 empresas, e novamente com maior concentração no Plano Piloto, um quantitativo de 6 empresas; seguido de Taguatinga, com 2 empresas nessa categoria. A seguir, na tabela 5, um panorama de toda a amostra da pesquisa.

Tabela 7: Constituição e porte das empresas de eventos do Distrito Federal

FORMA DE CONSTITUIÇÃO DE EMPRESAS	QUANTIDADE DE EMPRESAS ORGANIZADORAS	QUANTIDADE DE EMPRESAS APOIADORAS
EIRELI	63	31
EIRELI-EPP	6	1
EIRELI-ME	9	6
LTDA	89	30
LTDA-EPP	2	1
LTDA-ME	15	1
MEI/EI	36	13
Total	220	83

Fonte: Cadastur – sistematização dos Autores (2019)

De modo geral, é possível perceber que a maior parte das empresas de eventos são iniciativas individuais quando consideramos as EIRELI e MEI. Esse retrato mostra como os serviços de associados ao mercado de eventos é um campo para o empreendedorismo individual, e ao mesmo tempo podem gerar uma cadeia produtiva informal, ou mesmo de terceirização do trabalho através da contratação EIRELIs e MEIs.

4 Considerações finais

O trabalho apresentado conseguiu atender aos objetivos propostos, tendo em vista que identificou a especialização das empresas organizadoras e apoiadoras de eventos no Distrito Federal. Identificou-se que o principal aglomerado dessas empresas se encontra na RA Plano Piloto, e que há um crescimento das RAs Guará, Taguatinga e Águas Claras como territórios promissores para o mercado de eventos.

De modo geral, verificou-se 93 empresas constituídas como EIRELI; 49 são MEI, e, por fim, 119 empresas estão constituídas como LTDA. Esse resultado leva-nos a concluir que o mercado de eventos no DF está ligado a uma parcela de empreendedores individuais, ou seja, o mercado de eventos apresenta a maior parcela de empreendedores individuais, quando somamos as EIRELI e MEI. As LTDA aparecem em segundo lugar, porém já foram ultrapassadas pelas outras formas de constituição. A grande participação de empresas individuais parece ser uma marca acentuada da dinâmica do mercado desse setor.

O CADASTUR se mostrou uma base de dados relevante para estudar as empresas de eventos, sendo o único dos sistemas de informação aberto para os pesquisadores. Destaca-se a que quase não há trabalhos que utilize essa base de dados como fonte de informações. Quiçá isso se deva a baixa adesão das empresas ao sistema, além disso, muitas das empresas organizadoras trabalham com eventos sociais. Uma dificuldade encontrada na pesquisa foi avaliar o tipo de serviço ou produto oferecido por essas empresas apoiadoras e organizadoras no DF, tendo em vista que essa informação não consta no sistema e dificulta o aprofundamento da pesquisa.

Outra dificuldade enfrentada na realização deste trabalho foi a confecção dos mapas, pois no Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) não existem disponíveis os shapes das RA do DF.

Como profissional da área de eventos, este estudo me proporcionou entender o tamanho do mercado de eventos no DF, tendo sido verificado um montante de 302 empresas organizadoras e apoiadoras para a realização de eventos. Nesse sentido, ainda se percebeu que não há informação sistematizada sobre esse mercado, e que muitos empresários e empreendedores individuais buscam se consolidar no mercado de eventos, que está fragilizado, mas falta-lhes conhecimento técnico e robusto para analisar os gargalos do setor.

Como agenda de pesquisa, através deste estudo preliminar, podemos suscitar alguns temas: 1 – Como são desenvolvidas as relações de cooperação entre as empresas do setor de eventos; 2 – Como são e estão estabelecidas as relações de trabalho dos empregados do setor de eventos; 3 – Quais as implicações da classificação das empresas para o funcionamento do setor. Acredita-se que este é um esforço inicial para ampliar o conhecimento na área de eventos e estabelecer um grupo de pesquisadores mais dispostos para conhecer o setor eventos.

Referências

ABEOC; SEBRAE (2013). *II dimensionamento econômico da indústria dos eventos no Brasil*. 2013. Disponível em: <http://www.abeoc.org.br/wp-content/uploads/2014/10/II-dimensionamento-setor-eventos-abeoc-sebrae-171014.pdf>. Acesso em 14 de julho de 2020.

ABEOC; União Brasileira dos Promotores de Feiras [UBRAFE]; SEBRAE (2020). *Impactos Recentes do Corona Vírus no Segmento De Turismo de Negócios E Eventos*. Disponível em: <https://ubrafe.org.br/download/pesquisaimpactodocoronavirus.pdf>. Acesso em 14 de julho de 2020.

Albuquerque, S. S (2004). *Turismo de Eventos: A Importância dos eventos para o Desenvolvimento do Turismo*. Brasília DF.

Brasil (2006). *Lei complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006*. Portal do Empreendedor-MEI. Legislação. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/LCP/Lcp123.htm. Acesso em: 25 de novembro de 2019

Brasil (2011). *LEI Nº 12.441, DE 11 DE JULHO DE 2011*. Planalto. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2011-2014/2011/lei/112441.htm. Acesso em: 23 de novembro de 2019.

Brasil, (2008). Lei 11.771 de 2008. *Lei geral do Turismo*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Ato2007-2010/2008/Lei/L11771.htm>. Acesso em 04 de dezembro de 2019.

Brasil, (2019). *Portal do empreendedor MEI. O que é ser um MEI*. Disponível em: <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/temas/quero-ser/formalize-se/O-que-e-ser-um-mei>. Acesso em: 24 de novembro de 2019.

Britto, J. (2002). *Estratégias para eventos: uma ótica do marketing e do turismo*. São Paulo: Aleph (Turismo).

Carneiro, L. (2011). Política de Apoio a Captação de Eventos Internacionais no Brasil: Análise do Ranking ICCA entre 2003 e 2009. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. v.5, n.3, p.338-355.

Carvalho, C. L (1997). Turismo, eventos e governo. *Turismo em Análise*, v. 8, n. 1, p. 7-12.

Cesca, C. G. G (2015). *Organização de Eventos: Manual para planejamento e execução*. São Paulo: Summus.

Cobra, M (2005). *Marketing do Entretenimento*. São Paulo, Editora Senac,

Dias, R (2005). *Introdução ao Turismo*. São Paulo: Atlas.

Dicionário Financeiro. Sociedade Limitada - LTDA. Disponível em: <https://www.dicionariofinanceiro.com/sociedade-limitada/>. Acesso em: 24 de novembro de 2019.

Lemes.W.D (2009). *Mercado Turístico de Brasília e sua Principal Vocação Turística*. Brasília.

Lima, B. M. M.; Alves, L. de S.; Borges, A. L. M.; Silva, R. C. da. (2019). Gestão de eventos culturais em Araguaína (TO): estratégias de fomento para o turismo. *Revista Cenário*. Brasília, V.7, n.13, p. 54–78, dez. 2019. DOI: 10.26512/revistacenario.v7i13.26175.

Martin, V. (2003). *Manual prático de eventos*. São Paulo. Atlas.

Matias, M. (2010). *Organização de eventos: procedimentos e técnicas*. 5 ed. Barueri, SP: Manole.

Ministério do Turismo (2019). *CADASTUR*. Disponível em: <https://cadastur.turismo.gov.br/hotsite/>. acesso em 24 de setembro de 2019.

Ribeiro. C. M (2010). *E-Revista Facitec*. Turismo Religioso: Fé, Consumo, Mercado. V.5, n. 1, Art. 6.

Secretaria Adjunta de Turismo (2017). *Brasília é conhecer e se surpreender*. Unidade de Captação de Eventos - UCAPE. Disponível em: <http://www.comunicacao.df.gov.br/wp-content/uploads/2017/10/Livreto-Eventos-d.pdf>. Acesso em 14 de julho de 2020.

Torres, R. R.; Rispoli, R. (2013). *A Força econômica do Turismo e o Pujante Mercado de Eventos*. Brasília: Redgraf.

Vieira. J.M (2015). *Eventos e turismo: Planejamento e Organização* (da teoria à prática). Lisboa: Sílabo.

Artigo recebido em: 25/01/2021

Avaliado em: 27/08/2021

Aprovado em: 16/12/2021