

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO
GRANDE DO SUL - CAMPUS RESTINGA**

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DESPORTIVA E DE LAZER

KARINA DE OLIVEIRA RUSSO

**FATORES QUE LEVAM OS PROFISSIONAIS DE EVENTOS AO
COMPROMETIMENTO DA EQUIPE**

Porto Alegre

2021

KARINA DE OLIVEIRA RUSSO

**FATORES QUE LEVAM OS PROFISSIONAIS DE EVENTOS AO
COMPROMETIMENTO DA EQUIPE**

Monografia submetida ao curso de tecnologia do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do grau de Tecnólogo em Gestão Desportiva e Lazer.

Orientadora: Prof.^a M.^a Luana Goulart
Teixeira Ney

Porto Alegre
2021

CIP - Catalogação na Publicação

Russo, Karina

FATORES QUE LEVAM OS PROFISSIONAIS DE EVENTO AO
COMPROMETIMENTO DA EQUIPE DE EVENTOS / Karina de Oliveira Russo.

-- 2021.

57 f.

Orientadora: LUANA Goulart Teixeira Ney.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul, Curso
Superior de Tecnologia em Gestão Desportiva e de Lazer, Porto Alegre, BR-RS, 2021. .

1. EVENTO. LIDERANÇA. GESTÃO. COMPROMETIMENTO. I. Goulart Teixeira
Ney, LUANA.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da UFRGS com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

KARINA DE OLIVEIRA RUSSO

**FATORES QUE LEVAM OS PROFISSIONAIS DE EVENTOS AO
COMPROMETIMENTO DA EQUIPE.**

Monografia submetida ao curso de tecnologia do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do grau de Tecnólogo em Gestão Desportiva e Lazer.

Aprovada em: 22/ 04 / 2021

BANCA EXAMINADORA

Orientadora Luana Goulart Teixeira Ney
Mestra
IFRS *Campus* Restinga

Nome: Cintia Stocchero
Titulação: Professora, PhD, Coordenadora do Comitê de Ética em Pesquisa - CEP/ IFRS
Instituição: IFRS Campus Restinga

Nome: Eduardo Mathias Cristello
Titulação: Prof. Me. Coordenador do curso Superior de Tecnologia de Gestão Desportiva e Lazer.
Instituição: IFRS - Campus Restinga - POA

Dedico este trabalho à minha família e também aos colegas, que durante esta caminhada andamos de mãos dadas para chegarmos até o final desta etapa.

AGRADECIMENTOS

A todos aqueles que diretamente ou indiretamente contribuíram para a realização desta pesquisa.

Aos meus familiares, colegas e professores, em destaque a professora Cintia Stocchero que foi uma amiga, incentivadora, conselheira incansável ao longo desta caminhada. Uma verdadeira líder!

São poucas as palavras para agradecer o esforço, apoio e dedicação que tive em especial da minha incansável professora orientadora Luana Ney, que em todos os momentos me mostrou as melhores alternativas me dando oportunidades de alcançar esta meta.

A toda equipe da empresa Premium Tem, que contribuíram para que fosse possível a realização desta pesquisa, em especial ao gestor Rafael Sossa.

Aos meus filhos que cuidaram de mim enquanto estudava e são meus motivos para estar aqui hoje. Por eles vou ao infinito e além.

RESUMO

O presente estudo teve como objetivo a análise dos fatores que levam os colaboradores do serviço de eventos ao comprometimento na escolha da empresa no qual almejam trabalhar. Levando em consideração o elevado número de empresas, o mercado de eventos tornou-se amplamente concorrido e as organizações devem cada vez mais se preocupar em detectar como fazer com que o colaborador se mantenha comprometido, possibilitando melhores resultados dos indivíduos. Os eventos utilizam de uma ou mais prestadoras de serviços, bem como ocorrem outros eventos na mesma data, sendo assim cada indivíduo definirá a empresa para a qual irá se comprometer, a motivação dos mesmos pode ser um dos principais fatores para a escolha da determinada empresa. Visto isso, surgiu a oportunidade de realizar o trabalho de pesquisa qualitativa de caráter exploratório com os colaboradores da equipe de eventos Premium Tem, para identificação do grau de satisfação em relação ao trabalho realizado no evento. Primeiramente foi realizada uma pesquisa bibliográfica e posteriormente foram realizadas entrevistas a partir de um roteiro com perguntas de forma que houvesse uma qualidade de análise transversal. A pesquisa mostrou que os fatores decisivos de comprometimento estão relacionados a uma boa gestão. Com isso foi possível perceber que o comprometimento dos colaboradores pode ser de alcance de todas as empresas, se essas buscarem não apenas por número de eventos realizados, mas também com melhorias na busca de organização e valorização de seus colaboradores para ter satisfação e excelência nos serviços prestados, conseqüentemente metas alcançadas.

Palavras-chave: Equipe; Eventos; Comprometimento;

ABSTRACT

This study aimed to analyze the factors that lead event service employees to commit to choosing the company they want to work for. Taking into account the high number of companies, the events market has become widely competitive and organizations must increasingly be concerned with detecting how to make the employee remain committed, enabling better results for individuals. The events use one or more service providers, as well as other events occur on the same date, so each individual will define the company to which they will commit, their motivation can be one of the main factors for choosing a particular company . Having said that, the opportunity arose to carry out the qualitative research work of an exploratory nature with the employees of the Premium Tem event team, to identify the degree of satisfaction in relation to the work carried out at the event. Firstly, a bibliographical research was carried out and later interviews were carried out using a script with questions so that there was a quality of transversal analysis. Research has shown that the decisive factors of commitment are related to good management. With this, it was possible to see that the commitment of employees can be within the reach of all companies, if they seek not only the number of events held, but also with improvements in the search for organization and appreciation of their employees to have satisfaction and excellence in services provided, consequently goals achieved.

Keywords: Team; Events; Commitment;

LISTA DE TABELAS

Quadro 1	Tipologia de eventos mais conhecidos no mercado.....	22
Quadro 2	Apresentação dos dados.....	35
Quadro 3	Categoria 1 - A união da equipe.....	39
Quadro 4	Categoria 2 - Remuneração.....	41
Quadro 5	Categoria 3 - O papel da liderança.....	42

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2- A EVOLUÇÃO DOS EVENTOS: Dos primeiros registros aos dias atuais	13
2.1 Definições e conceitos	17
2.2 Tipologia e classificação	19
2.2.1 Classificação por área de interesse	20
2.2.2. Por localização: esse tipo de classificação distingue eventos de bairro até internacionais, e conseqüentemente o seu porte.	20
2.2.3. Classificação estrutural analisando o porte e tamanho do evento.	20
2.2.4. Classificação por tipologia:	21
2.2.5 Classificação por perfil dos participantes:	21
2.2.6. Por adesão:	21
3. A LIDERANÇA NA BUSCA DO COMPROMETIMENTO DA EQUIPE DE EVENTOS: A influência da liderança na gestão de pessoas	23
3.1. Comprometimento	27
4.PERCURSOS METODOLÓGICOS: As etapas do estudo de caso	29
4.1. Construção do estudo em questão	29
4.2 A escolha do método:	30
4.3 Breve histórico da empresa denominada "X"	32
4.4. Instrumento de pesquisa e coleta de dados:	34
5. ANÁLISE DOS DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	35
CONSIDERAÇÕES FINAIS	45
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	48

1. INTRODUÇÃO

O comprometimento é um tema importante para os gestores de eventos, visto que esse segmento trabalha normalmente sem vínculo empregatício e necessita que seus colaboradores sejam comprometidos com sua equipe no qual se disponibilizaram a trabalhar. Manter esse compromisso é um desafio constante no qual seus gestores se preocupam cada vez mais em criar métodos para evitar a evasão na véspera do evento.

Esse cenário influenciou diretamente a escolha do tema da pesquisa pois ao vivenciar o mundo dos eventos como colaboradora pude perceber que muitas vezes o que direciona o sucesso ou não de um evento é o grau de comprometimento das pessoas que fazem parte da equipe.

Nesse sentido, o objetivo da pesquisa foi identificar quais são os fatores que influenciam o profissional de eventos no comprometimento com sua equipe de trabalho. Como objetivo específico trouxemos: Identificar de que maneira a liderança influencia na motivação da equipe para obtenção de melhores resultados. É importante também destacar a descrição da evolução histórica dos eventos, a análise das relações da liderança no resultado com comprometimento da equipe. Como também fundamentar as teorias referente aos conceitos de eventos, comprometimento, liderança e equipe.

Na primeira parte do estudo, ao trabalharmos o conceito de eventos e a classificação e tipologia, fazemos uma imersão na história ao apresentarmos a evolução dos mesmos: dos primeiros registros aos dias atuais. Essa revisão teórica possibilitou uma compreensão mais acurada sobre o universo a ser estudado, a fim de que o objeto de pesquisa fosse desvendado em sua integralidade.

Na segunda parte é abordado a importância da liderança na busca do comprometimento da equipe de eventos, como também o conceito de líder e liderança, ainda no segundo capítulo conceituamos comprometimento. Esse

panorama abordado fez com que a análise dos achados empíricos da pesquisa pudesse ser realizada.

Na terceira parte, demonstramos os percursos metodológicos como as etapas do estudo de caso, método escolhido para a pesquisa, os passos que nos levaram a construção do estudo em questão, a escolha da técnica de coleta de dados, bem como a definição da amostra a ser pesquisada e os critérios escolhidos. Ainda neste capítulo temos um breve histórico da empresa, análise dos dados e discussão dos resultados.

Por fim, ao encerrarmos o trabalho apresentamos as considerações finais onde é possível perceber o êxito com relação aos objetivos propostos e a dissolução do problema de pesquisa em questão.

2- A EVOLUÇÃO DOS EVENTOS: Dos primeiros registros aos dias atuais

Os eventos são acontecimentos que possuem suas origens na antiguidade e que estiveram presentes nos diversos períodos da história da civilização humana. (MARTIN, 2015, p. 4). Os eventos vem da era antiga, possivelmente iniciaram pela necessidade da socialização entre as comunidades. Os encontros planejados fazem parte da organização da vida em grupos onde é necessário tomar decisões, realizar comemorações, entre outros... De acordo com Matias (2010), os seres humanos já se reuniam na antiguidade para discutir sobre caça, pesca e atividades de guerra, onde os quais também seriam os locais para estas reuniões. Ainda para a autora:

Os primeiros registros que identificaram esses deslocamentos, que podem ser considerados como origens do turismo, mais especificamente do Turismo de Eventos, foram os primeiros Jogos Olímpicos da Era Antiga, datados de 776 a.C. (MATIAS, 2013, p. 3).

Esse foi o primeiro registro de evento realizado mundialmente. Pelo grande sucesso alcançado, os Jogos Olímpicos de Olímpia passaram a ocorrer a cada 4 anos na Grécia. O sucesso do evento era de destaque tão grandioso que ocorria trégua das guerras no período de realização do mesmo. Na antiguidade também se fez descoberta das festas saturnais, que ocorreram há 500 A.C., caracterizadas por lazer, havia representações de desejos e folclore greco-romanas. E que hoje se destaca como nosso carnaval, com reconhecimento grandioso como os jogos olímpicos.

De acordo com Matias (2010, p. 4), ainda na idade antiga ocorreu o primeiro congresso em 377 a.C. em Corinto, com o objetivo de reunir todos os delegados das cidade gregas, que elegeram Felipe o generalíssimo da Grécia nas lutas contra a Pérsia”, outra tipologia de evento. Já em 56 A.C., ocorreu a Conferência de Luca, sendo considerado o último evento da Idade Antiga. A reconciliação entre Crasso e Pompeu, era o seu objetivo no qual foi alcançado com sucesso se tornando aliados e conseguiram derrubar o senado.

Matias (2013, p.) explica que a era antiga contribuiu positivamente para o turismo de eventos, deixando influências na hospitalidade, como também estrutura de primeiros espaços para eventos e civilização, os eventos passaram a ocorrer conforme as necessidades e as culturas. Na Idade Média, os eventos se caracterizavam basicamente como eventos religiosos, teatrais e comerciais, atividades sendo desenvolvidas próximas de castelos e mosteiros, que causaram o deslocamento de inúmeras pessoas, como membros do Clero, mercadores e outros.

Matias (2013, p. 17), ainda afirma que os eventos comerciais eram as feiras com duração em média de 6 a 7 semanas, e ocorriam com a exposição de produtos cultivados pelos produtores procurando a conquista de novos clientes. A mais antiga data de 427, em Champagne, França. Durante a realização das feiras havia a suspensão de guerras, liberdade de trocas e jogos proibidos (conhecidos hoje como jogos de azar).

Mais tarde, a Revolução Industrial operou grandes mudanças na sociedade, transformando a economia mundial. O trabalho humano ou o animal foi substituído por outros tipos de energia, como a máquina a vapor ou de combustão causando transformação também nos transportes e na comunicação. Todas essas mudanças que se processaram refletem nos tipos de eventos realizados, fazendo surgir os eventos científicos e técnicos. Com o aprimoramento dos meios de transporte e comunicação, ocorre impulso para o turismo de eventos. Toda essa evolução que ocorria, demandava em reuniões com pesquisas, estudos, conduzindo assim para o surgimento dos eventos científicos e técnicos. O primeiro congresso científico ocorreu em 1681 em Roma. Foi o Congresso de Medicina Geral que deu início a eventos de cunho não religioso. (MATIAS, 2010, p. 6 e MATIAS 2013, pág. 20).

Seguimos percebendo com Matias (2013), que no mundo todo a Revolução Industrial transformou vários setores como a economia, ocorrendo um grande avanço entre diversos setores e impactando também no investimento de infraestrutura turística e de eventos com a construção de centros de eventos, que foram muito importantes para sediar eventos de grande porte e modernização dos

aeroportos, favorecendo o aumento do fluxo de voos, e a especialização de prestação de serviços no setor, capacitação dos Convention & Visitors Bureaux (CVBx).

Com o processo de globalização percebe-se que os eventos assumiram uma característica diferenciada, buscando reunir os benefícios da tecnologia a favor de seus eventos, tendo assim maior agilidade nos processos financeiros, credenciamento, tickets de eventos e shows, sendo comercializados e divulgados através de páginas na internet, divulgação facilitada de eventos nas redes sociais, e mecanismos de comunicação. A atividade de eventos vem se desenvolvendo a cada dia, tornando-se necessário criar mecanismos para sustentá-la. Foi a partir desse panorama do séc. XVIII, que começaram a surgir entidades e associações especializadas para planejar e organizar a atividade no séc. XIX. (MATIAS, 2013).

As atividades das associações cresceram na América, e para atender à necessidade de mais encontros entre os membros dessas associações, um grupo de homens de Detroit, em 1895, resolveu que os integrantes precisavam ter um lugar especial em todas as cidades onde os encontros se realizassem. Valendo-se dessa ideia é que surgiu o primeiro escritório de convenções, conhecido hoje como Convention Bureau. Essa associação tem como principal objetivo promover as cidades no qual sedia, buscando destacar a importância do local para a realização de eventos para essas.

Matias(2013), ao pesquisarmos sobre o histórico dos eventos no Brasil percebemos que estes já ocorriam antes mesmo da chegada da família real no Brasil. Eventos classificados como feiras de cunho comercial eram realizadas em locais abertos parecidas com as que aconteciam na idade média. Habitualmente essas feiras vinham sendo realizadas em dias santos e aos domingos, para a comercialização de seus produtos. Com a instalação da corte e a abertura dos portos às nações amigas, houve a influência na melhoria da infraestrutura para realizar os primeiros eventos no país, como as feiras comerciais. Matias (2013 - 2010), ainda diz que a feira mais popular e famosa que mais se caracteriza com as feiras da Idade Média era a do Largo da Glória, no qual sua localização era no

estado do Rio de Janeiro, que com o passar do tempo deu origem a um mercado. Em 7 de fevereiro de 1840, no Rio de Janeiro, aconteceu o primeiro evento com registro em espaço especial a realização de eventos, no Hotel Itália, Baile de Carnaval, originado das festas saturnais, dando início aos tradicionais bailes de carnaval onde a sociedade se reunia em busca de lazer. Matias (2013), entre o ano de 1881 a 1886, destaque de mercado de eventos foi pelas exposições que aconteciam em São Paulo e Rio de Janeiro, estimulando o Brasil para com a organização dos famosos eventos científicos e técnicos, mesmo sem o Brasil não ter conhecimento e experiências na organização dos mesmos. Com a organização nacional preparativa das exposições internacionais como a Exposição Universal de Paris (1867), Exposição Universal Colombiana de Chicago (1893), entre outras, se deu com inspiração a iniciativa de realizar eventos de grande porte. Ainda Matias (2013), refere que apesar desses acontecimentos, o Brasil só se consolida em 1922, com a Exposição Internacional do Centenário da independência, realizado no Palácio de festas no Rio de Janeiro, para comemorar o cenário da Independência do Brasil, e tornando o Estado do Rio de Janeiro o precursor desse tipo de evento no Brasil e inicial para a atual era dos eventos.

Em paralelo outros eventos acontecem em outras localizações como na Escola Nacional de Belas Artes. Em 1923 o Palácio de festas do RJ passou a sediar vários outros tipos de eventos, mexendo significativamente com o número de participantes no cenário de eventos no Brasil.

Matias (2013), ainda diz que na segunda guerra mundial houve uma estagnação econômica no qual afetou todos setores, não sendo diferente para o setor de eventos, mas também desencadeou entre a década de 1930 e início de 1940 a inauguração de vários hotéis, que assim como Copacabana Palace também sediaram diversos tipos de eventos. Com o término da guerra a economia se recompõe e ocorre o aumento no número de eventos, havendo a necessidade de adaptação de espaços para realização de diversos outros tipos de eventos, como a inauguração do Estádio Maracanã que aconteceu em paralelo a copa do mundo, assim ocorreu o aumento do número de pessoas e o segmento no Brasil vem se

adequando à nova realidade, construindo centros de convenções, eventos e iniciando o processo de adaptação de eventos até o momento atual.”

2.1 Definições e conceitos

Quando pensamos em eventos percebemos que é um termo utilizado para denotar diversas atividades. No dicionário Aurélio (1995, pág. 281), encontramos a definição de evento como um "acontecimento". Porém, ao irmos adiante encontramos em Britto e Fontes (2002, p. 20), uma definição que traduz os eventos como "muito mais que um acontecimento de sucesso [...], o evento é a soma de esforços e ações planejadas com o objetivo de alcançar resultados definidos junto ao seu público alvo". Os autores acrescentam ainda que a definição de eventos pode ser entendida como "ação profissional que envolve pesquisa, planejamento, organização, coordenação, controle e implantação de um projeto, visando atingir o seu público alvo com medidas concretas e resultados projetados". Assim percebe-se que um evento não é apenas um acontecimento, o evento precisa ficar marcado como uma experiência positiva para o público alvo mediante a todo projeto planejado, também cumprindo com suas metas e resultado positivo final.

Partindo desta visão geral entendemos em Watt (2004), que um evento é algo que “acontece” e não apenas existe. Esta é uma questão muito importante, pois alguém deve fazer com que aconteça. A realização do evento depende de um planejamento peculiar para as emoções do público, e para isso todos envolvidos na realização deste são de extrema importância, desde a equipe operacional ao organizador. Os eventos têm características bem definidas e o objetivo em geral é a interação entre os participantes.

Para Fortes e Silva (2011, p.4) o evento é uma estratégia de comunicação que atinge o público de interesse, divulga a marca de uma empresa, promove seus produtos, potencializa suas vendas e contribui para a expansão comercial e conquista de novos mercados. O planejamento prévio para almejar o objetivo de alcançar suas metas pré estabelecidas de atingir seu público definido e comercialização de marca é algo indispensável para seu crescimento no mercado.

Segundo Matias (2013, p.14), evento é:

Um acontecimento que, desde as suas origens, na antiguidade, e em sua trajetória histórica até chegar aos tempos modernos, sempre envolve várias pessoas nas diversas fases do seu planejamento e organização, como também atrai um grande número de participantes.

Podemos entender que independente da evolução histórica, vivemos organizando e vivenciado constantes eventos na sociedade, como reunião entre amigos, aniversários em família, reunião escolar, pois existe uma organização para tal acontecer com início, meio e fim.

Ao assimilar e interpretar esse conhecimento pode-se dizer que, no geral, é caracterizado como “qualquer acontecimento que foge à rotina, sempre programado para reunir um grupo de pessoas” (SENAC, 2000, p. 11), sendo assim, todo acontecimento independente da classificação no qual reúne pessoas ou local específico é considerado um evento.

Alguns autores reforçam a ideia de que não existe consenso quanto à conceituação do evento, e a dificuldade nesse aspecto se dá pela própria natureza da atividade, por seu dinamismo e abrangência. (GUTIÉRREZ, 2011, MARTÍN, 2015). Sendo assim, a definição de evento tem uma dimensão extensa, pois cada um tem sua particularidade para atender as expectativas do público alvo com o intuito de tornar memorável e único.

Segundo Giacaglia (2010), entendemos com a autora, a partir desses novos planos de negócios, segundo o que a autora anterior descreveu, ocorre o que a valorização do uso dos eventos como estratégia empresarial faz com que seja um mercado em crescimento. O crescimento de colaboradores autônomos para formar essas equipes, e conseqüentemente, a importância do estudo para identificar de que maneira a liderança e a motivação aplicada influenciam no comprometimento, engajamento com resultados positivos, organizacionais auxiliando o gestor na condução de suas equipes para o evento.

Zanella (2003), diz que os eventos podem ser caracterizados de acordo com o seu porte como pequeno, médio, grande ou megaevento; de acordo com o perfil dos participantes como geral, dirigido ou específico; de acordo com seus objetivos como científico, cultural, social, esportivo, comercial, etc. A partir dos objetivos que o evento possui que se define a tipologia do mesmo.

De acordo com Martin (2015, p. 37), para a conceituação de evento, é preciso atentar para a grande variação também quanto a suas diferentes classificações. Basta observar as variadas classificações adotadas por autores e especialistas, na tentativa de encontrar formas que agrupam os inúmeros tipos de eventos existentes, conforme o autor podemos seguir a classificação adotada das formas mais realizadas como podemos ver a seguir.

- a) Categoria
- b) Área de interesse
- c) Localização
- d) Características estruturais
- e) Tipologia

2.2 Tipologia e classificação

- Institucional: Visa criar ou firmar conceito e a imagem de uma entidade, governo, pessoa ou empresa;
- Mercadológica ou promocional: Objetivamente se destaca a promoção de uma empresa, governo, produto, pessoa, entidade ou local trabalhando juntamente com o marketing.

Com esse tipo de classificação os organizadores de eventos conseguem mais facilmente captar o público alvo.

2.2.1 Classificação por área de interesse

- Artística
- Cultural
- Desportiva
- Lazer
- Religioso
- Gastronômico
- Turístico

2.2.2. Por localização: Esse tipo de classificação distingue eventos de bairro até internacionais, e conseqüentemente o seu porte.

- Municipal
- Regional
- Estadual
- Nacional
- Internacional

2.2.3. Classificação estrutural analisando o porte e tamanho do evento.

- Pequeno até 150 pessoas
- Médio porte entre 150 e 500 pessoas
- Grande porte acima de 500 participantes
- Mega evento acima de 5 mil participantes

2.2.4. Classificação por tipologia:

- Programas de visitas
- Exposição
- Encontros técnicos e científicos
- Encontros de conveniências
- Cerimônia
- Eventos competitivos
- Inauguração
- Lançamento

2.2.5. Classificação por perfil dos participantes:

- Geral
- Aberto
- Setores
- Interesses em comum

2.2.6. Por adesão:

- Fechado, participação restrita
- Aberto, participantes pagantes ou não

Para Martin (2015, pág. 42) é preciso ainda, entender que os tipos mais comuns podem estar presentes em quase todas as classificações descritas.

Sendo assim é de extrema importância avaliar cada peculiaridade para poder definir as tarefas e atividades a serem trabalhadas.

Quadro 1. Tipologia de eventos mais conhecidos no mercado:

Almoço	Conclave	Gincana
Assembleia	Concurso	Happy hour
Bazar	Conferência	Inauguração
Brainstorming	Confraternizações	Jantar
Bruch	Congresso	Jornada
Café da manhã	Convenção	Painel
Campanha	Coquetel	Palestra
Campeonato	Coral	Performance
Carnaval	Curso	Pré-estreia
Casamento	Debate	Posse
Chá da tarde	Desfile	Premiação
Churrasco	Encontro	Retrospectiva
Coffee-Break	Entrevista coletiva	Reunião
Coletiva de imprensa	Excursão	Roadshow
Colóquio	Exposição	Rodeio
Comemoração	Feira	Salão
Competição	Festa	Sarau
Comício	Festival	Semana

Concerto	Formatura	Seminário
Concílio	Fórum	Show, etc.

Independente do tipo de evento e de sua classificação, a estrutura organizacional é semelhante, pois todos possuem um planejamento que envolve três fases: o pré-evento, o evento e o pós-evento. Essas fases são previamente planejadas, com objetivos claros, buscando conquistar o público-alvo e alcançar resultados positivos. O objetivo é de que tudo aconteça de forma adequada e seja memorável ao participante de maneira positiva. Tudo isso parece estar relacionado ao trabalho de liderança e de gestão de equipes no comando desses times. Nesse sentido, no próximo capítulo abordaremos essas e demais questões pertinentes.

3. A LIDERANÇA NA BUSCA DO COMPROMETIMENTO DA EQUIPE DE EVENTOS: A influência da liderança na gestão de pessoas.

Para melhor compreender a importância da gestão de pessoas com o processo de envolvimento e comprometimento das equipes de eventos, é necessário que as empresas desenvolvam algumas características que facilitem nesse processo, que acaba por parecer que a liderança faz a diferença neste sentido.

Os líderes assumem o controle, fazem com que as coisas aconteçam, sonham e depois traduzem esses sonhos em realidade. Os líderes atraem o compromisso voluntário dos seguidores, energizando-os, e transformam as empresas em novas entidades, com maior potencial de sobrevivência, crescimento e excelência. A liderança eficaz energiza uma empresa para maximizar a sua contribuição para o bem estar de seus membros e da sociedade da qual faz parte. Se os gerentes são conhecidos por suas habilidades de solucionar problemas, os líderes são conhecidos por serem mestres em projetar e construir instituições; eles são os arquitetos do futuro das organizações. (NANUS, 2000, p. 10).

Compreendendo todo esse contexto entende-se que liderar equipes vai muito além de estar no comando, é fazer com que os integrantes das mesmas se envolvam em um objetivo comum, mantendo o engajamento e compromisso com um resultado final positivo. A liderança é de grande importância para atingir os objetivos na busca de conquistas e resultados específicos. Através do líder a empresa terá um bom andamento e organização. Com isso as empresas tendem a contratar profissionais qualificados em gestão de pessoas e identificam colaboradores que se destacam com esse perfil. Maxwell diz que:

“A responsabilidade pelo desenvolvimento das pessoas recai sobre o líder. E isso significa mais do que apenas ajudá-las a adquirir habilidades profissionais. Os melhores líderes ajudam os liderados não só em relação à carreira, mas também em relação à vida pessoal. Eles os ajudam a se tornar pessoas melhores, e não apenas bons profissionais. Os líderes potencializam os liderados. E isso é muito importante, pois promover o crescimento das pessoas gera crescimento para a organização” (2008, pg. 96).

A imagem de um líder deve ser sempre a de um parceiro, respeitando o colaborador, sempre motivando todos da equipe, tornando-se uma referência para os demais como um exemplo a ser seguido.

Fiorelli define liderança como “a capacidade de exercer influência sobre as pessoas” (2004, p. 71). Ou seja, a liderança é a arte de conduzir pessoas, cativar seguidores, influenciar de forma positiva para se alcançar um objetivo em comum. Um bom dirigente necessita de muita disciplina e dedicação no cultivo de suas próprias virtudes, em face de ser uma pessoa em posição de destaque, é um grande desafio que exige muita habilidade e paciência na tratativa com seus subordinados; determinação, compromisso e responsabilidade, a fim de superar possíveis adversidades; prontidão, respeito e humildade, enfim que seja carismático contagiando aqueles que estão ao seu redor.

Já para Chiavenato, liderança é:

“A arte de comandar pessoas, atrair seguidores, servir e influenciar de forma positiva para se alcançar um objetivo em comum. Ser líder é um grande desafio que exige muita habilidade, paciência, dedicação, determinação, prontidão, respeito, compromisso, humildade e outras características

indispensáveis que o ser humano deve ter. A liderança é necessária em todos os tipos de organização humana, seja nas empresas, seja em cada um de seus departamentos. Ela é essencial em todas as funções da administração: o administrador precisa conhecer a natureza humana e saber conduzir as pessoas, isto é, liderar” (2006, p.18- 19).

Percebe-se que o líder tem extrema importância na liderança das equipes dentro das empresas, pois ele obtém a indispensável função em influenciar sua equipe de forma com que extraia o melhor dos seus colaboradores para o objetivo em comum para a empresa. Chiavenato ainda diz que:

A liderança como um fenômeno social que ocorre exclusivamente em grupos sociais. Uma influência interpessoal exercida em uma dada situação e dirigida pelo processo de comunicação humana para a consecução de um ou mais objetivos específicos. A liderança é conquistada através da influência entre pessoas, uma pessoa influencia a outra em função dos relacionamentos existentes entre elas, do respeito para com os liderados, humildade e prontidão. (2004, p. 14).

É imprescindível que as instituições saibam da importância deste profissional e o valorizem, pois está na execução de uma tarefa que se for desenvolvida de forma adequada pode influenciar para um melhor desenvolvimento e crescimento da empresa, sendo ele de uma importância ímpar para os resultados da equipe.

Mais especificamente sobre o mercado de eventos, percebemos que o gerenciamento de pessoas traz consigo peculiaridades a serem observadas, é o que nos traz Watt:

O gerenciamento não diz respeito apenas a conceitos ou resultados, ele também está relacionado às pessoas. A personalidade e o estilo gerencial de qualquer líder terá efeito profundo sobre os resultados finais de um evento. Um líder democrático e carismático geralmente terá mais voluntários do que o autoritário, o qual pode ter maior sucesso com funcionários pagos. A tensão característica dos eventos gera a necessidade de que todos trabalhem dispostos e não sob pressão. (2004, p. 47).

Percebe-se que o perfil de um líder no qual se destaca em meio a sua equipe é aquele que influencia positivamente atraindo seguidores e de forma conjunta atinge resultados positivos.

Já Robbins (2005), enfatiza que a liderança pode se entender que é um dom de influência natural de levar uma equipe ao resultado de um mesmo objetivo em comum. Nem sempre o líder nasce líder, ele pode também se tornar líder através de aperfeiçoamento de seus potenciais. White defende que o aspecto humano deve estar presente no exercício da liderança. Ele ressalta que:

A liderança envolve a cabeça e o coração e é tanto analítica quanto interpessoal. Ter discernimento para saber quando ser sangue-frio, racional e decisivo e quando ser sangue-quente, amável e participativo, é um grande desafio pessoal. (WHITE, 2007, pág. 3).

O líder é um influenciador natural, algumas pessoas nem imaginam que possuem tal personalidade, porém essa qualidade vem a ser desenvolvida. Existem várias maneiras de conduzir e cada pessoa desenvolve a sua conforme suas próprias características. Há diversos tipos de líderes, entre eles Ervilha destaca três:

O líder nato, aquele que nasce com esse dom, reúne características de personalidade e tem atitudes que fazem dele naturalmente um líder. O líder treinável é aquele que não nasceu com esse dom, mas tem algumas características e desenvolve outras com muito esforço e muito empenho. Muito aplicado, consegue o respeito de todos. E o líder formidável é aquele que nasceu com características de liderança e, além disso, é extremamente esforçado, treina e desenvolve habilidades, tornando-se um líder admirável. (ERVILHA, 2008, p. 55).

A arte de liderar não é fácil, envolve diversos desafios, mas é possível se a pessoa transmitir conhecimento e incentivar o melhor desempenho de cada um individualmente, conforme afirma Hersey:

A situação mais favorável para um líder influenciar seu grupo é aquela em que ele é estimado pelos membros, tem uma posição de grande poder e dirige um trabalho bem definido. (HERSEY, 1976, p. 118).

Uma gestão efetiva atua no bom desempenho da equipe e age diretamente influenciando resoluções, além de auxiliar indiretamente no desenvolvimento e resultados dos profissionais.

Pensando sob o prisma das equipes em eventos percebe-se que a peça chave parece ser o desenvolvimento de uma equipe disposta e focada acerca do objetivo em comum. Ao líder compreende observar e extrair de cada colaborador sua melhor característica para cada evento. Não há um único jeito de planejamento e execução de um evento, mas existem possibilidades de adequação para implementar o estilo de trabalho. A singularidade do planejamento exige um tipo de esforço, sendo essencial que os líderes tenham amplo conhecimento das tarefas a serem realizadas e aptos a resolução de problemas durante a execução. Sobre isso Katzenbach e Smith afirmam que:

A verdadeira equipe deve sempre ser formada por um pequeno grupo de pessoas com habilidades complementares igualmente comprometidas com um objetivo, metas e uma abordagem de trabalho comuns, pelos quais todos os integrantes se consideram mutuamente responsáveis (2001, p. 99).

Ou seja, o compartilhamento de responsabilidades e a visão do objetivo comum precisa estar presente para todos os membros da equipe. A comunicação clara é fundamental para o sucesso do grupo.

3.1. Comprometimento

Na perspectiva do comprometimento da equipe, os líderes buscam diferenciadas maneiras de trabalho para que possam manter seus colaboradores comprometidos, essas habilidades diferem entre lideranças.

Comprometimento designa a ação de comprometer algo ou a si mesmo em relação a algum fato ou pessoa; Ainda define como uma palavra derivada do latim "compromissium". (MEU DICIONÁRIO, 2016), tal termo é utilizado para especificar uma obrigação, dever ou mesmo uma promessa. Nesse ponto de vista podemos destacar que comprometimento se dá em fazer por necessidade o que precisa ser feito.

(Martins, Roberta, 2014). A palavra comprometimento, uma das mais importantes características de um profissional que se destaca é o comprometimento. São profissionais de sucesso que são engajados no que fazem e que têm atitude.

No mundo dos eventos, assim como em quaisquer outras empresas, os colaboradores precisam alcançar um objetivos e serem comprometidos. Estar presente na data e hora marcada, cumprir com as tarefas delegadas, ser responsável com a imagem do evento, são apenas algumas das responsabilidades compartilhadas com os profissionais de eventos.

De acordo com Vroom (1997 apud Goulart 2008), não é tarefa fácil conquistar a lealdade e confiança dos funcionários, atender às suas necessidades em curto prazo, como remuneração, salários, condições de trabalho, tratamento justo e uma ligação entre os objetivos da empresa, atingir metas, ter lucro e crescimento. O comprometimento da força de trabalho implica abrir mão de muitas liberdades para que o grupo aja coletivamente com a força de trabalho que necessita ser motivada. É idealismo pensar que os funcionários dedicam 100% de sua energia à empresa e a seus objetivos. Portanto, o objetivo do comprometimento organizacional é auxiliar a organização a identificar estratégias de gerenciamento para que seus funcionários tornem-se mais motivados, comprometidos atingindo o melhor desempenho.

Gil (2008), destaca a valorização das empresas com seus colaboradores em questão de almejar o comprometimento desses, com base em fazer com que esses se sintam parte da empresa, os beneficiando e conseqüentemente se tem funcionários mais realizados e engajados.

Já Bastos (1994), cita que o comprometimento no trabalho é um fator chave para competitividade e desempenho, e pode refletir o grau de satisfação do indivíduo na organização. Comprometimento e envolvimento no trabalho podem ser expressos como laços psicológicos que começam a se desenvolver no momento em que uma pessoa passa a se ingressar em uma organização.

Allen e Meyer (1991), realizaram uma interessante pesquisa sobre comprometimento, que propõe uma compreensão multidimensional sobre o conceito de comprometimento. Segundo os autores ao falarmos nesse conceito é importante

contemplar três dimensões básicas para descrever os laços psicológicos entre indivíduo e organização. São elas: as dimensões afetiva, normativa e instrumental.

Siqueira e Gomide Júnior, (2004, p. 315), reitera esta visão, identificando duas bases psicológicas de comprometimento organizacional: uma de natureza afetiva e outra cognitiva. A base afetiva assenta-se nas teorias psicológicas sobre ligações afetivas e na concepção de atitudes, refletindo o entendimento de que o indivíduo desenvolve uma forte identificação com a organização e nutre por ela sentimentos e afetos positivos ou negativos. A base cognitiva de comprometimento insere-se em concepções sociológicas de permuta e cognitivistas sobre crenças desenvolvidas por indivíduos trabalhadores acerca de suas relações com a organização.

Barbosa e Faria (2000, p. 4), destacam que o comprometimento é uma disposição totalmente plena e espontânea, um sentimento de responsabilidade pelo resultado do trabalho. Para o autor, a chave do comprometimento está na aplicação de esforços, no uso da criatividade e na inovação aplicada pelos colaboradores para contornar os problemas e garantir o pleno sucesso e o resultado.

Entende-se que essas diversas definições de comprometimento, auxiliam nas atividades de compreensão das empresas para a busca de melhorias, através de bases conceituais adotadas para melhorias estratégicas conforme seus interesses, pois essas pesquisas destacam que o comprometimento podem ter diferentes definições, porém não houve uma concordância entre ambos sendo que o comprometimento organizacional vive em constante mutação sendo de características psicológicas do colaborador em se sentir envolvido com a empresa.

4. PERCURSOS METODOLÓGICOS: As etapas do estudo de caso

4.1. Construção do estudo em questão:

A pesquisa se fez necessária em virtude do número elevado de evasão dos colaboradores de eventos, recorrentemente nas vésperas dos mesmos. Gerando transtornos de todos os tipos relacionados às substituições, remanejamentos e até mesmo a realização do evento com um número menor de colaboradores do que o

previsto, o que muitas vezes prejudica a qualidade no atendimento e até mesmo afetando a reputação da empresa contratante, ocasionando desinteresse para negociações futuras. Por trabalhar nesse meio, veio a oportunidade de verificar possíveis fatores que ocasionam a falta de empenho dos colaboradores. A pesquisa baseou-se no problema de fundo que questiona: Quais são os fatores de comprometimento dos profissionais que trabalham nas equipes da área de eventos?

E ainda sob a análise da percepção dos colaboradores em relação ao compromisso dos mesmos em relação aos seus líderes. Para identificação do grau de satisfação em relação ao trabalho realizado no evento. A análise do estudo foi realizada na empresa Premium Tem, que trabalha na área de eventos desde 2014, reconhecida por colaboradores e contratantes pela eficiência e segurança em suas tratativas comerciais.

Temos como objetivo geral da pesquisa a necessidade de verificar os fatores que influenciam o profissional de eventos no compromisso demonstrado com sua equipe de trabalho. Como objetivo específico elencamos: Identificar de que maneira a liderança influencia na motivação da equipe para obtenção de melhores resultados. Diante desses questionamentos, surgiu a ocasião de realizar essa pesquisa com os colaboradores para constatar os fatores na liderança que intervêm positivamente para um melhor empenho e participação de toda a equipe.

4.2 A escolha do método:

No decorrer da pesquisa, conforme o objeto ia sendo conhecido, optou-se pelo desenvolvimento de um estudo que abarcasse as subjetividades presentes nos discursos. Ou seja, havia uma necessidade de transcender dados numéricos e compreender o que poderia estar por trás da fala de cada um dos entrevistados. (GIL, 2002. p.53).

Escolhemos desenvolver este estudo a partir de uma pesquisa qualitativa já que de acordo com Hair, Bush e Ortinau (2000), esse tipo de pesquisa especifica um problema estudado, onde os materiais coletados são analisados, sugerindo oportunidades diferenciadas e modo de trabalho. De acordo com os autores, essa

tipologia busca ampliar e trazer teorias com finalidade de desvendar ou representar questões de formas de trabalho.

Também optamos pelo tipo exploratório que de acordo com Selltiz

(et al., 1967, p. 63, apud Yin 2015 p. 43)

Essas pesquisas têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Pode sim dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é portanto bastante flexível de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado. Na maioria dos casos essas pesquisas envolvem: a) levantamento bibliográfico; b) entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; e a análise de exemplos que “estimulem a compreensão”.

Nesse sentido, elegemos por classificar esse estudo como uma pesquisa exploratória de caráter qualitativo, restringindo sua abordagem dentro de uma temática específica.

O método que foi escolhido, e que parece dialogar de forma ampla com o objeto de pesquisa, é o estudo de caso, pois além de focar em apenas uma unidade de pesquisa (ALVES- MAZZOTTI, 1998), é descritivo por buscar verificar a relação do comprometimento com o desempenho no trabalho. Yin define estudo de caso como:

uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre fenômeno e o contexto não estão claramente definidos. Em outras palavras, você poderia utilizar o método de estudo de caso quando deliberadamente quisesse lidar com condições contextuais - acreditando que elas poderiam ser altamente pertinentes ao seu fenômeno de estudo. Logo, essa primeira parte da nossa lógica de planejamento nos ajuda a entender os estudos de caso sem deixar de diferenciá-la de outras estratégias de pesquisa que já foram discutidas. (2015, p. 32).

Yin (2015), destaca que o estudo de caso empírico é traçado através de experiências vividas, análise de acontecimentos que não há como ter comprovação científica e sim sob interpretação de evidências para obter conclusões.

Primeiramente foi realizada uma pesquisa bibliográfica onde buscou-se conhecer os conceitos que seriam trabalhados, o que originou os capítulos 1 e 2.

Esses capítulos nos ajudaram a desvendar e conhecer melhor o objeto de pesquisa a ser estudado. Yin (2015, p. 44), ainda diz:

A pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos, embora em quase todos os estudos seja exigido algum tipo de trabalho dessa natureza, a pesquisas desenvolvidas exclusivamente a partir de fontes bibliográficas, boa parte dos estudos exploratórios pode ser definida como pesquisa bibliográfica. As pesquisas sobre ideologias, bem como aquelas que se propõe análise das diversas posições acerca de um problema, também costumam ser desenvolvidas quase exclusivamente mediante fontes bibliográficas.

Posteriormente foi elaborado um roteiro de perguntas de forma que houvesse uma qualidade de análise transversal. Gil define entrevista como:

A técnica em que o investigador se apresenta frente ao investigado e lhe formula perguntas, como o objetivo de obtenção dos dados que interessam à investigação. A entrevista é, portanto, uma forma de interação social. Mais especificamente, é uma forma de diálogo assimétrico, em que uma das partes busca coletar dados e a outra se apresenta como fonte de informação. (1987, p.113).

Seguindo essa linha de raciocínio de Gil, a entrevista ocorre através de perguntas formuladas, porém o investigador leva o diálogo de forma livre desde que não saia do contexto do assunto a ser investigado.

4.3 Breve histórico da empresa Premium Tem.

Para nos aproximarmos da empresa que emprestaria seu caso para esta investigação, optamos por realizar uma conversa inicial com o proprietário da empresa. Essa conversa nos auxiliou a entender melhor o negócio e o perfil da empresa, bem como do seu proprietário Rafael Sossa.

A empresa foi fundada em março de 2014. Naquele momento, seu fundador Rafael, tinha 2 cursos superiores incompletos, (Relações Internacionais e Desenho Industrial), também havia se formado em Design Gráfico no SENAC, mas desde 2003 atuava como Bartender, Head Bartender, Bar Manager e gerente de atendimento em inúmeros projetos, inclusive no exterior. Aliando a experiência de A & B com o lado criativo, idealizou e fundou a empresa “X”. Em função da experiência adquirida e uma análise de mercado, a mesma foi fundada oferecendo um leque de serviços, visando principalmente a solução da necessidade do cliente no segmento

de Alimentação e bebida. Assim nasceu o slogan da empresa “Compromisso com o seu sucesso”. Estes serviços são:

1. Consultoria e Assessoria em alimentação e bebida.
2. Gestão operacional completa com terceirização de equipe e controles, nos setores FINANCEIRO, ATENDIMENTO, BAR e COZINHA.
3. Ilhas de Bar internacional e atendimento em eventos particulares e corporativos.

O ideal, a missão da empresa de eventos é agregar valor ao serviço, porque entende que todo cliente merece a melhor experiência. Um time de profissionais e colaboradores treinados e engajados neste ideal. Se a pessoa não entende desta forma, não faz parte deste time seleta. Hoje a Empresa conta com um grupo de colaboradores no facebook de 2300 membros. Dentre estes, possuem de 15 a 20 lideranças de alta confiabilidade e qualidade para comandar quaisquer operações. Entre as mais diversas operações, escolhemos uma que contou com vários desafios.

No Natal de 2019, a empresa de eventos Premium Tem comandou um grande evento em Gramado. No evento foi necessário escalar e deslocar 14 colaboradores de Poa a Gramado, no dia 24 às 18h e volta prevista às 9h da manhã do dia 25. Ou seja, seriam 14 pessoas, 14 perfis que abriram mão de passar o Natal com a família, e que ao mesmo tempo e principalmente atendessem à necessidade operacional do evento. Então o desafio estava posto, mas como abrir mão da ceia com a família para ajudar uma empresa? Para compreender de que forma a empresa comprometeu a equipe neste grande desafio, entrevistamos seu proprietário Rafael.

Ele inicia explicando que optou produzir um jantar digno de Natal, para a equipe antes da operação, no coração do Gramado Tênis Clube, um lugar espetacular. Antes do jantar foi realizado um mini passeio no Natal Luz de Gramado, ponto turístico em alta no Brasil nessa data. Segundo ele: "conseguimos passar para a equipe o sentimento de esforço e agradecimento por estarem conosco, neste

desafio". O evento, realizado no salão de eventos do Gramado Tênis Club, era focado em música eletrônica com DJs e atrações renomadas do cenário musical gaúcho. Se caracterizou por ser uma festa aberta ao público, porém intimista e contou com em torno de 400 pessoas. A contratação consistiu na Gestão Operacional Total de atendimento, com controle de estoque e financeiro. Foram selecionados 2 recepcionistas/validadoras, 5 bartenders, 4 caixas e 3 garçons com as respectivas lideranças de cada setor, compostas por Coordenador de Bar/Estoque, *Maitre*, Coordenadora de caixa e recepção. E na retaguarda operacional e financeira, o Coordenador geral do evento, o também proprietário da empresa.

4.4. Instrumento de pesquisa e coleta de dados:

Para verificar quais fatores influenciam no comprometimento dos colaboradores da empresa Premium, foi utilizada como técnica para coleta dos dados a entrevista individual com 10 colaboradores do total de 14. Dois colaboradores optamos por não realizar a pesquisa por serem proprietários da empresa, e outros 2 optaram pela não participação na pesquisa.

No primeiro momento foi realizado o contato com o gestor da empresa de eventos, convidando-o a participar do estudo, houve a explicação do mesmo e solicitado a autorização para a aplicação da pesquisa. Optou-se por criar um grupo no *Whatsapp* com todos os entrevistados a fim de passar informações prévias sobre o estudo.

Inicialmente foi realizada uma apresentação da pesquisa aos colaboradores, seguido de esclarecimento de dúvidas e realizada a distribuição do termo de consentimento com informativo com as devidas orientações, solicitando sua autorização na participação da investigação. As pesquisas foram realizadas por chamada de vídeo com cada um dos dez entrevistados. Cada entrevista durou em média 35 minutos e foi amparada por um roteiro previamente elaborado, iniciando com algumas questões fechadas para obter informações gerais do colaborador como gênero, média de escolaridade, faixa de idade, média salarial, entre outros. Em seguida, a partir do entendimento do estudo literário entramos na entrevista com

questões abertas, relacionadas ao comprometimento dos colaboradores para com a empresa no evento para obtermos o discernimento dos colaboradores quanto aos seus líderes.

5. ANÁLISE DOS DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O roteiro que impulsionou essa investigação contou com seis questões pensadas uma a uma a fim de investigar a partir de perspectivas diferentes, as formas que o comprometimento poderia se manifestar em cada indivíduo. A seguir apresentamos o quadro que demonstra as respostas fornecidas pelos entrevistados.

Quadro 2: Apresentação dos dados

	O que leva você a aceitar um trabalho em uma equipe?	O que te faz te comprometer com aquele evento?	O que te faz retornar aquela equipe, empresa, ou supervisor?	O que faz decidir entre uma equipe e outra, se o valor é igual?	No teu ponto de vista, o que te faz uma equipe ser top?	O que te motivou a participar do evento? Como foi a experiência?
01	Primeiro momento a <u>paga</u> , começou a trabalhar com eventos para complementar a renda, pagar os estudos, e acabou criando uma <u>amizade com a equipe</u> , um <u>vínculo</u> , tornou-se um <u>prazer em trabalhar</u> com eventos, a <u>troca de</u>	Primeiramente o seu nome que está em jogo (<u>sua palavra</u>), e é muito gratificante proporcionar momentos de alegria e emoção aos participantes do evento. <u>Vestir a camisa da empresa que gosta muito.</u>	<u>Reconhecimento</u> da empresa, ter <u>feedback</u> , e ter seu trabalho reconhecido.	Prioridade é o custo benefício, onde vai ter mais oportunidade, o setor que vai cansar a distância não importa.	O <u>Comprometimento</u> , <u>respeito entre os colegas</u> , o <u>respeito com o cliente</u> , <u>empatia entre equipe e clientes</u> .	Questão financeira (<u>paga</u>) e a <u>empatia</u> , <u>respeito</u> , <u>consideração</u> , ambiente acolhedor.

	<u>experiências,o conhecimento.</u>					
02	Iniciou pela paga para ajudar na compra do seu apartamento, e as pessoas que estão dentro da equipe.	A minha palavra , responsabilidade que assumiu.	A equipe em um todo e no caso de um grande evento onde não se sabe os colegas, o que define é a liderança .	A liderança que chamou.	A logística, as pessoas certas nos lugares certos, engajamento .	A paga (por ser mais elevada nessa época do ano) e a equipe que já tem uma afinidade.
03	A Paga	A palavra dada, responsabilidade.	O envolvimento e interação com a equipe	A função a ser realizada e a liderança	Bom ambiente de trabalho,entrosamento da equipe e organização.	A paga elevada e o local de trabalho
04	Leva em consideração a paga e as horas trabalhadas	A responsabilidade assumida/ sua palavra	A empresa que tem mais eventos, oportunidade de trabalho.	Dá preferência para a liderança e equipe que tem mais afinidade	Organização, que dá suporte,e humanismo.	A paga diferenciada e o local.
05	A paga	Afinidade com a equipe/ comprometimento em questão de princípios.	O reconhecimento	A empresa que de mais liberdade para executar da melhor maneira, respeito.	Quando se tem uma liderança e não uma chefia.	O gestor (liderança) pela cumplicidade e respeito
06	O prazer de estar envolvida	A responsabilidade	A equipe , parceria entre	Ser bem engajada pelo	o gestor tem que manter a	Pela equipe e o local.

	com o evento, por prazer.	ade, sua palavra dada pois diz ser comprometida.	colegas e engajamento.	líder	equipe motivada e ter o reconhecimento com seus colaboradores.	
07	A paga, pois iniciou nos eventos por estar desempregada e logo tornou-se uma renda viciante.	A sua palavra, comprometimento e responsabilidade que preza.	Reconhecimento, engajamento de equipe e respeito.	A liderança, pois pela liderança já se sabe o perfil da equipe a trabalhar.	A boa gestão (liderança), engajar os colaboradores, reconhecimento, detalhes como mimos(café)a diferenciação em fazer o colaborador se sentir bem em estar ali.	A paga e a equipe.
08	A paga e a empresa.	Necessidade da paga e o seu comprometimento.	Valorização(reconhecimento), do contratante.	A liderança.	A questão da responsabilidade, respeito com o colaborador e valorização.	A paga.
09	a paga.	A paga, a equipe, a liderança e a vontade de trabalhar pois ama essa área.	A liderança.	A liderança e a paga.	Reconhecimento, humanismo e boa liderança.	Paga e vontade de participar do evento.
10	A paga.	A	Analisa a	a liderança.	O	A paga e a

	responsabilidade da palavra dada.	liderança, engajamento e valorização com os colaboradores.		engajamento, reconhecimento e o humanismo do líder.	equipe.
--	-----------------------------------	--	--	---	---------

Os entrevistados elegeram através das perguntas realizadas os fatores que parecem estar relacionados ao comprometimento e o engajamento das equipes de trabalho. Durante as entrevistas algumas palavras-chave apareceram nas falas dos entrevistados. Essas palavras se repetiram durante a conversa, nesse sentido elegemos essas expressões, marcadas no texto com cores diferentes, para nos apoiar no processo de análise dos conteúdos.

Essa configuração de valores sistematizados está ancorada no que apresenta a técnica da Psicóloga Laurence Bardin chamada de Análise de Conteúdo (1977). Para a autora, um discurso está sempre amparado em suas condições de produção e no seu sistema linguístico, e desde que se conheça essas condições "pode-se descobrir a estrutura organizadora desse discurso através da análise semântica e sintática desse discurso" (p. 214). Ou seja, por meio das falas ancoradas em seus próprios contextos, percebemos que existem elementos que nos remetem a determinados lugares de análise. É importante ressaltar que o recorte aqui utilizado apenas se ampara nessa técnica, que é extremamente ampla e complexa, ou seja, não há uma intenção de se aplicar a técnica em toda sua complexidade.

Para Bardin (1977), essa técnica se constrói em meio a uma preparação do discurso que nada mais é do que um "certo número de operações de desmembramento e de classificação semânticas, sintáticas e lógicas" (p. 217). Nesse sentido, optou-se por trabalhar com os dados obtidos nas entrevistas em categorias de análise formadas por elementos sintáticos presentes nas falas dos entrevistados, ou seja, conforme registra-se a repetição dentro de um mesmo contexto, optamos por formar uma categoria de análise que contemple os fatores apontados pela autora: exclusão mútua: um dado só pode ser trabalhado em uma

categoria; homogeneidade: os dados precisam ser semelhantes para comporem a categoria; pertinência: as categorias precisam estar alinhadas aos objetivos do pesquisador; e objetividade e produtividade: as categorias só devem ser estipuladas de gerarem material para análise. (CÂMARA, 2013).

É importante frisar que a técnica não preconiza uma hierarquização dentre as categorias, ou seja, por mais que as repetições analisadas sejam quantificadas para apoio do estudo, os achados aparecem em uma situação de linearidade e não exercem preponderância dentre eles.

Após esse trabalho com os dados, iremos submetê-los aos achados teóricos da pesquisa, a fim de compreender o significado das falas amparadas pela teoria já que segundo Câmara (2013) ao trabalhar a análise dos resultados em Análise de Conteúdo "é necessário voltar atentamente aos marcos teóricos... pois eles dão o embasamento e as perspectivas significativas para o estudo" (p.189). Além disso, nesse momento abre-se espaços para as inferências do pesquisador.

A primeira categoria a ser destacada possui dados citados repetidamente 22 vezes. A união da equipe como prioridade para o comprometimento com o evento apareceu de forma recorrente nos discursos analisados. De acordo com a fala dos entrevistados percebemos que a figura de uma equipe parceira e engajada, torna o trabalho mais leve e com resultados positivos.

Quadro 3

CATEGORIA 1: A união da equipe
Entrevistado 1: "Uma amizade com a equipe, um vínculo, tornou-se um prazer em trabalhar com eventos".
Entrevistado 2: A equipe em um todo.
Entrevistado 3: O envolvimento e interação com a equipe.
Entrevistado 4: A equipe que tem mais afinidade.
Entrevistado 5: Afinidade com a equipe.

Entrevistado 6: A equipe, parceria entre colegas e engajamento.
Entrevistado 7: Engajamento de equipe e respeito.
Entrevistado 9: A equipe.
Entrevistado 10: O engajamento.

Ao organizar as falas dos entrevistados nessa primeira categoria foi possível inferir que o engajamento de um componente da equipe colabora diretamente com a união dos demais participantes da equipe, que se sentem pertencentes e engajados no resultado do evento. Nove dos dez entrevistados citaram a união da equipe como fator que leva ao comprometimento da equipe com a empresa.

Buscamos em Katzenbach e Smith o amparo teórico sobre equipes que nos traz que:

A verdadeira equipe deve sempre ser formada por um pequeno grupo de pessoas com habilidades complementares igualmente comprometidas com um objetivo, metas e uma abordagem de trabalho comuns, pelos quais todos os integrantes se consideram mutuamente responsáveis (2001, p. 99).

Ou seja, ao destacar o que os autores trazem sobre o trabalho em equipe devemos perceber que refere-se a pessoas com o mesmo potencial de habilidades para a busca de um objetivo em comum, mesmo que de forma individual, pois assim uma atividade dá seguimento a outra de forma com que a meta seja alcançada em equipe e o evento seja concluído com êxito.

Percebemos portanto, que o trabalho em equipe acaba trazendo mais resultados positivamente do que possíveis atividades realizadas individualmente. Com isso, identificamos que a união dos membros da equipe pode ser considerada como um fator de comprometimento.

Quanto ao comprometimento dos colaboradores no evento, além das categorias anteriores destacamos também o envolvimento com a equipe, destacam-se colegas de mesma função e líder. Dos dez entrevistados, apenas um destaca que não importa a equipe de trabalho para desenvolver suas atividades.

A segunda categoria está relacionada com a remuneração, a valorização das pessoas da equipe. O valor a ser recebido pelo colaborador no mundo dos eventos é chamado de paga, no qual é quanto será fornecido pelo contratante para ser realizado determinada função.

Quadro 4

CATEGORIA 2 : Remuneração
Entrevistado 1: " Primeiro momento a paga", começou a trabalhar para complementar a renda.
Entrevistado 2: Iniciou pela paga para ajudar na compra do seu apartamento.
Entrevistado 3: Valor da paga.
Entrevistado 4: Leva em consideração a paga e horas trabalhadas.
Entrevistado 5: A paga.
Entrevistado 7: A paga, pois iniciou o trabalho com eventos por estar desempregada.
Entrevistado 8: A paga.
Entrevistado 9: A paga.
Entrevistado 10: A paga.

Seguindo a análise de resultados temos o fator financeiro como motivação de trabalho para atingir metas pessoais como complemento de renda, a palavra paga aparece 22 vezes no estudo e dos dez entrevistados todos destacam a importância do valor a ser pago para a realização da atividade. Tornando indispensável a valorização do colaborador para o comprometimento deste com a empresa.

O sistema de remuneração de uma empresa compreende ao conjunto de formas diferentes de recompensas que se completam e buscam alinhar atitudes e comportamentos com os objetivos organizacionais (Marras, 2012). Ele pode abarcar diversas formas de recompensas que não são necessariamente excludentes entre

si, mas que não são eficazes quando inclui-se de todas as formas conhecidas, pois há limites a partir dos quais a complexidade do sistema torna-o administrável (Hipólito, 2004).

O esforço da empresa na valorização dos seus colaboradores acaba a ser visto por este como reconhecimento de representação do seu trabalho, tornando a empresa assim com um diferencial competitivo na sua área de atuação. Percebemos portanto, que a remuneração pode ser considerada como um fator de comprometimento dos profissionais de eventos.

A terceira e última categoria traz o líder, fazendo parte de uma equipe sim, porém merece uma classificação de destaque. Conforme a fala dos entrevistados uma boa liderança torna o desenvolvimento mais fácil, sua equipe engajada e comprometida, além de conquistar bons resultados.

Quadro 5

CATEGORIA 3: O papel da liderança
Entrevistado 1: "Uma amizade com a equipe, um vínculo, tornou se um prazer em trabalhar com eventos"
Entrevistado 2: "Um grande evento onde não se sabe os colegas,o que define é a liderança".
Entrevistado 3: Bom ambiente de trabalho,entrosamento da equipe e organização.
Entrevistado 4: Da preferência para a liderança e equipe que tem mais afinidade.
Entrevistado 5: Quando se tem uma liderança e não uma chefia.
Entrevistado 6: O gestor tem que manter a equipe motivada e ter o reconhecimento com seus colaboradores.
Entrevistado 7: A boa gestão (liderança), engajar os colaboradores, reconhecimento, detalhes como mimos(café) a diferenciação em fazer o colaborador se sentir bem em estar ali.
Entrevistado 8: A questão de responsabilidade, respeito com o colaborador.
Entrevistado 9: Reconhecimento, humanismo e boa liderança.

Entrevistado 10: Analisa a liderança.

Ao destacar o líder, falamos de uma peça fundamental para a equipe, o líder tem como competência habilidades que proporcionam desenvolver as habilidades de seus colaboradores, saber se comunicar, tornar o ambiente de trabalho produtivo e leve para a equipe, saber gerenciar conflitos, ter voz ativa visando com que a equipe atinja os objetivos em comum são algumas de suas características.

Ao retomarmos o conceito de liderança identificamos com Chiavenato que a liderança é necessária em qualquer atividade humana já que pode ser compreendida como:

A arte de comandar pessoas, atrair seguidores, servir e influenciar de forma positiva para se alcançar um objetivo em comum. Ser líder é um grande desafio que exige muita habilidade, paciência, dedicação, determinação, prontidão, respeito, compromisso, humildade e outras características indispensáveis que o ser humano deve ter. A liderança é necessária em todos os tipos de organização humana, seja nas empresas, seja em cada um de seus departamentos. Ela é essencial em todas as funções da administração: o administrador precisa conhecer a natureza humana e saber conduzir as pessoas, isto é, liderar (2006, p.18- 19).

Percebemos que liderar implica trabalhar habilidades específicas que estão diretamente ligadas ao relacionamento que o líder estabelece com sua equipe. Fiorelli (2004), corrobora com essa perspectiva quando cita que o líder possui uma imensa “capacidade de exercer influência sobre as pessoas” (2004, p.71). Ou seja, para o autor a liderança é a arte de conduzir pessoas, cativar seguidores, influenciar de forma positiva para se alcançar um objetivo em comum. É possível perceber que o líder acaba por se destacar ao reconhecer a individualidade de cada um do grupo sabendo assim extrair o melhor deste, respectivamente torna-se um motivador e faz com que colaboradores se fidelizem a ele. O líder é aquele que sua equipe tem um relacionamento de confiança para da melhor forma resolver alguma situação e também auxiliar no desempenho do objetivo em comum. Aqui aproveitamos para destacar uma fala do gestor da empresa que: quando refere que uma boa gestão de pessoas influencia diretamente no desempenho do colaborador. Pode-se dizer que é essencial. O esforço em ter

uma gestão transparente, é a premissa básica para ter uma equipe engajada e comprometida.

Nesse sentido, a liderança pode ser considerada como um fator de comprometimento para os profissionais de eventos, sendo que cada líder tem sua maneira de influenciar seu grupo, cada qual com sua peculiaridade. Tem líderes que nascem com essa virtude e tem líderes que desenvolvem a liderança, mas independente de nascer líder ou se tornar líder, o aprendizado é constante e satisfatório.

Diante da pesquisa, o conceito de comprometimento do colaborador é diretamente influenciado por características como um bom ambiente em que está inserido, como parceria e engajamento com colegas. O local de trabalho com uma gestão organizacional pode impactar negativamente ou positivamente para o comprometimento e o líder como incentivador para o seu sucesso. Comprometimento no trabalho é um fator chave para competitividade e desempenho, e pode refletir o grau de satisfação do indivíduo na organização. Comprometimento e envolvimento no trabalho podem ser expressos como laços psicológicos que começam a se desenvolver no momento em que uma pessoa passa a se ingressar em uma organização (BASTOS, 1994).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo foi realizado com a intenção de analisar os fatores de comprometimento dos colaboradores do evento, com o objetivo de trazer alternativas para reduzir a evasão dos mesmos às véspera dos eventos programados e com isso aprimorar o conhecimento dos seus gestores, em desenvolver uma nova visão sobre a gestão de pessoas na área dos eventos.

Esse novo panorama, onde se observam os fatores que podem influenciar no desempenho da equipe do evento é determinante para o impulsionamento dos indivíduos, para trabalharem com maior satisfação, onde desenvolvem perspectivas de crescimento pessoal bem como no envolvimento entre os mesmos para alcançar os objetivos relacionados ao trabalho realizado para a empresa.

A entrevista com os colaboradores foi de extrema importância para saber o que está relacionado por trás do empenho de cada um deles, pois no mundo dos eventos geralmente as empresas querem o envolvimento do colaborador mas não tem a preocupação com o motivo pelo qual ele está se colocando à disposição para a tarefa. É fundamental atentar-se a esses detalhes, procurando absorver os colaboradores engajados com seus propósitos, principalmente aqueles que ocupam cargos de liderança.

Dez colaboradores se dispuseram a participar da pesquisa para uma amostra de resultados, e foi constatado que é de extrema importância as empresas verificarem as influências adequadas para cada tipo de desempenho para um melhor desenvolvimento da organização. Os profissionais de eventos que se dispuseram a participar foram orientados a responder de forma livre algumas questões que fomentam a discussão sobre o comprometimento do colaborador com o evento. Na avaliação geral destacam-se determinadas expressões que geraram três categorias de análise, que após serem submetidas a análise de conteúdo nos trouxeram respostas importantes.

Com base nos dados apresentados pelos colaboradores da empresa Premium Team, conclui-se que os fatores que influenciam o profissional de eventos

no comprometimento com sua equipe de trabalho são: a união da equipe, a remuneração e a liderança.

Percebemos que esses fatores não são desconhecidos dentro do universo dos eventos. Bem pelo contrário, podem ser alcançados pelas as empresas que ofertam a prestação de serviços deste segmento, se as mesmas tiverem por objetivo não apenas a quantidade numérica de eventos em que estão atuando, mas buscando a valorização de seus colaboradores com melhorias na gestão do pessoal, tanto em na locomoção e alimentação como na organização das tarefas para que os mesmos tenham satisfação e excelência nos serviços prestados e consequentemente as metas alcançadas.

Com relação aos objetivos do trabalho elencados anteriormente: Temos como objetivo geral da pesquisa a necessidade de verificar os fatores que influenciam o profissional de eventos no comprometimento com sua equipe de trabalho. Como objetivos específicos elencamos como identificar de que maneira a liderança influencia na motivação da equipe para obtenção de melhores resultados e comprometimento no evento, podemos concluir que estes foram alcançados com êxito já que foram averiguadas respostas pertinentes ao interesse desta pesquisa. O mercado de trabalho está em constante evolução, não sendo diferente para o mercado de eventos que por mais que não se tenha vínculo empregatício não se pode buscar melhorias e formas de conhecimento no desenvolvimento e treinamento dos seus colaboradores. O reconhecimento do perfil dos colaboradores por parte de seus líderes é de extrema importância para transmitir a eles motivação e confiança para a realização do trabalho. O papel do líder segundo Bernardinho (2006), tem a obrigação de ser exemplo para sua equipe para servir de motivação e tornar com que os objetivos dos seus seguidores sejam os mesmos perante a meta estipulada através do conhecimento.

Não podemos finalizar este estudo sem perceber que a liderança parece ser um fator de extrema relevância dentre os demais já que é o líder quem faz com que seus colaboradores tenham um bom desenvolvimento e comprometimento são os líderes que estão à frente para poder criar um bom relacionamento da equipe, pois

há um crescimento de competitividade entre as empresas prestadoras de serviço, no qual o que se faz destacar é um bom modelo de gestão de pessoas. Na fala de Maxwell (2008), percebe-se que a imagem de um líder deve ser sempre a de um parceiro, respeitando o colaborador, sempre motivando todos da equipe, tornando-se uma referência para os demais como um exemplo a ser seguido.

Fica estabelecido que as empresas podem atingir um bom nível de comprometimento e responsabilidade por parte de seus colaboradores. Concluiu-se que o objetivo geral do presente estudo foi obtido, não descartando a possibilidade de explorar posteriormente uma amostra com uma quantidade maior de colaboradores, onde proposições que não tenham aparecido neste estudo de caso venham a revelar-se, contribuindo com mais precisão para a excelência do desempenho deste segmento onde o comprometimento é um desafio de extrema importância para um desempenho promissor das empresas que realizam os eventos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977. BARBOSA, Solange de Lima; FARIA, José Henrique de. **Comprometimento: uma avaliação crítica sobre a práxis organizacional**. Florianópolis/SC. Anais do 24 ENANPAD, 2000.
- BASTOS, A. V. B. **Múltiplos comprometimentos no trabalho: a estrutura dos vínculos do trabalhador com a organização, a carreira e o sindicato**. 1994. Tese de doutorado - Universidade de Brasília, Brasília, 1994.
- BERNARDINHO. **Transformando o suor em ouro**. Rio de Janeiro: Sextante, 2006.
- BRITTO, Janaína; FONTES, Nena. **Estratégias para Eventos: uma ótica de marketing e do turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.
- BRASIL. Senado Federal. **Lei do Turismo e Legislação Correlata**, n. 11.771, de 17 de setembro de 2008. Brasília: Senado Federal, subsecretaria de edições técnicas, 2010. _____. Ministério do trabalho
- BLAU, G. J. (1986). **Job involvement and organizational commitment as interactive Predictors of tardiness and absenteeism**. Journal of Management, 12, pp. 577- 584.
- CRATTY, B. J. **Psicologia no esporte**. Rio de Janeiro 1983.
- CHIAVENATO, I. **Gerenciando Pessoas: como transformar os gerentes em gestores de pessoas**. 4. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2004.
- CHIAVENATO, I. **Recursos Humanos: o capital humano das organizações**. São Paulo: Atlas, 2006.
- ERVILHA, A. J. L. **Liderando Equipes para Otimizar Resultados**. São Paulo: Nobel, 2008.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário Aurélio Básico da Língua Portuguesa**. Folha de São Paulo. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1995.
- FIORELLI, J. O. **Psicologia para Administradores**. São Paulo: Atlas, 2004

- FRANCO, Gisela Sartori. **Psicologia no esporte e na atividade física**. São Paulo:Manole, 2000.
- FORTES, . G./ SILVA,M.B.R. **Eventos: estratégias de planejamento e execução**. São Paulo: Summus, 2011.
- GIACAGLIA, C. M. **Gestão estratégica de eventos: teoria, prática, casos e atividades** cengage do Brasil, 2010.
- GIL, Antonio Carlos. **Gestão de pessoas: enfoque nos papéis profissionais**. São Paulo:Atlas. 2001.
- GIL, A. C. **Gestão de Pessoas: enfoque nos papéis profissionais**. 1ª. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GOLEMAN, D. **Trabalhar com inteligência emocional**. Lisboa: Temas e Debates, 1998.
- GOMES, D.D. Fator K: **Conscientização e comprometimento**. São Paulo: Pioneira, 1995.
- GONÇALVES et. Al. Wesley Antônio Gonçalves, Dalila Alves Corrêa, Nilcéia Cristina dos Santos, Rogério Ruas Machado. **O Sistema de Remuneração e Recompensas: um estudo bibliométrico**. RECAPE. Revista de carreiras e pessoas. Páginas 138-156 [v. 6, n. 2 \(2016\)](#).
- GOUVEA.F.C **Motivação e atividade esportiva**.In: Machado, A.A.Psicologia do Esporte :Temas Emergentes .Jundiaí:Ápice,1997
- <https://gauchazh.clicrbs.com.br/porto-alegre/noticia/2019/04/numero-de-eventos-licenciados-cresce-mais-de-50-no-primeiro-trimestre-em-porto-alegre-cju4os7oj01i101mwcgea7q5q.html>. <disponível em: 10.dez.2019.>
- GOULART .E.A. - -comprometimento%20dos%20 indiv%C3%ADduos%20 em%20 rela%C3%A7%C3%A3o%20ao%20 desempenho%20organizacional.pdf trabalho de Álvaro Eduardo Goulart
- <https://www.meusdicionarios.com.br/comprometimento> <disponivel em:21/07/2010 19:59>
- HAIR Jr., J. F.; BUSH, R. P.; ORT INAU, D. J. **Marketing research: a practical approach for the new millennium**. New York: Irwin/McGraw-Hill, 2000.

- HERSEY, P. **Psicologia para administradores de empresas**. São Paulo: EPU, 1976.
- Yin, R. K. (2005). **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre, RS: Bookman.
- KANUNGO, R. (1982). **Measurement of job and work involvement**. Journal of Applied Psychology, 67, pp. 341-349.
- KATZENBACH, J R; SMITH, D K. **Equipes de alta performance: conceitos, princípios e técnicas para potencializar o desempenho das equipes**. Rio de Janeiro: Campus, 2001. - - -
- LAWLER, E. E. (1986). **High-Involvement Management**, Jossey Bass, San Francisco, CA. Management Journal, Vol.33, pp. 692-724. <https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/6428/1/DM-FSC-2013.pdf> <Disponível em 09/10/20 -23:32>
- MAXWELL, J.C. **O livro de ouro da liderança**. Rio de Janeiro: Thomas Nelson Brasil, 2008.
- MATIAS, Marlene. **Organização de eventos: procedimentos e técnicas**. Barueri, 5 ed.São Paulo: Manole, 2010.
- MATIAS, Marlene , **Organização de eventos: Procedimentos e técnicas**. 6 edição - Barueri,SP: Manole , 2013.
- MAGILL, R. A. **Aprendizagem Motora: Conceitos e Aplicações**. 10. ed. São Paulo: Edgard Blucher, 2016.
- MARTIN, Vanessa. **Manual prático de eventos: gestão estratégica,patrocínio e sustentabilidade - 1. ed** Rio de Janeiro: Elsevier, 2015.
- MEYER, J.P.; ALLEN, N. J. **Three-component conceptualization of organizational commitment**. Human Resource Management Review, v. 1, p.61-89, 1991. Disponível em: Acesso em: 11 dez. 2021
- Ministério do Turismo. **Turismo de negócios e eventos: orientações básicas**. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.
- NANUS, B. **Liderança visionária**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

O'DRISCOLL, M.e RANDALL, D. (1999). Perceived Organisational Support, Satisfaction with Rewards, and Employee Job Involvement and Organizational Commitment, *Applied Psychology: an International Review*, 48(2), pp. 197-209.

ROBBINS, S. P. **Comportamento organizacional**. 11. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

SIQUEIRA, M. M. M.; GOMIDE JÚNIOR, S. **Vínculos do indivíduo com a organização e com o trabalho**. In: ZANELLI, J. C. BORGES-ANDRADE, J. E. E. BASTOS, A. V. B. (Orgs). *Psicologia, organizações e trabalho*. Porto Alegre, RS: Artmed, 2004. p. 300-328.

VROOM, Victor H. **Gestão de pessoas, não de pessoal**. Rio de Janeiro: Campus, 1997. (file:///C:/Users/Meu%20Note/Downloads/O%20comprometimento%20dos%20indiv%3%ADduos%20em%20rela%C3%A7%C3%A3o%20ao%20sempenho%20organizacional.pdf <disponível em 23/09/20 às 20:04>

WATT, David C. **Gestão de eventos em lazer e turismo**; trad.Roberto Cataldo Costa. Porto Alegre : Bookman, 2004

WHITE, B. J. **A Natureza da Liderança**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

ZH, Gaúcha. 2019. **O número de eventos licenciados cresce mais de 50% no primeiro trimestre em Porto Alegre**, disponível em 05 de Abril de 2019.>

[<https://administradores.com.br/artigos/a-palavra-e-comprometimento> publicado em 10/13/2014<disponível em 03/3/2020>](https://pt.wikipedia.org/wiki/Motiva%C3%A7%C3%A3o#:~:text=Motiva%C3%A7%C3%A3o%20(do%20Latim%20movere%2C%20mover,interno%20que%20leva%20%C3%A0%20a%C3%A7%C3%A3o.<disponível em 02/10/20 00:59></p></div><div data-bbox=)

APÊNDICE

Roteiro de pesquisa com os colaboradores da empresa “X” no evento.

Idade: _____ Sexo: () M () F.

Estado civil: _____

Tem filhos? Sim () Não () Quantos? _____

Grau de escolaridade: _____

Renda média mensal: _____

Quanto tempo você tem de experiência na área?

() Menos de um ano

() Entre um 1 e 3 anos

() Entre 4 e 7 anos

() Mais de 8 anos

O que leva você a aceitar um trabalho em uma equipe?

O que faz te comprometer com determinado evento?

O que te faz retornar aquela equipe, supervisor ou empresa?

Qual o fator que leva você a decidir entre uma equipe e outra?

E se o valor da paga for igual?

No teu ponto de vista o que faz uma equipe ser top?

O que implica na performance da equipe?

O que te motivou ou impactou em participar deste evento?

