



EVENTOS INTITUCIONAIS E O REFLEXO DO PLANEJAMENTO NA IMAGEM ORGANIZACIONAL: ESTUDO DE CASO SOBRE A SEMANA DE TECNOLOGIA DA FATEC CRUZEIRO

Área temática: Gestão do Conhecimento Organizacional

Ana Lúcia Magalhães

almchle@gmail.com

Éber Santos

ejsantos2010@gmail.com

Kézia Oliveira Alves

kezia.oliveira_alves@hotmail.com

Paula Nunes

paulanunes96@hotmail.com

Guilherme Ferreira Cunha

guilhermef.cunha@hotmail.com

Resumo: *As relações humanas são essenciais para o desenvolvimento do indivíduo, pois permitem a troca de experiências, saberes e conhecimento entre si. Além disso, relacionar é ato de interagir com o outro e, os eventos são acontecimentos que primam por essa interação a fim de alcançar um objetivo específico, seja de caráter pessoal, empresarial, institucional ou demais formas. Expor as atividades organizacionais, para gerar credibilidade, apresentar os valores que norteiam as atividades cotidianas, a qualidade de serviços e/ou produtos desenvolvidos com o objetivo de gerar valor à marca da instituição faz-se fundamental para fortalecer a imagem da organização. Como estudo, foi avaliado o evento acadêmico anual da Fatec, a Semana de Tecnologia. Para compreender a comunicação, estrutura e conteúdo das atividades, foi realizada uma pesquisa exploratória com os alunos da instituição. Os resultados trouxeram perspectivas positivas de atividades que podem ser enfatizadas, além de apontar oportunidades de desenvolvimento.*

Palavras-chaves: *Evento institucional, Planejamento, Estratégia.*



INTRODUÇÃO

Planejar é ação fundamental para executar ações com profissionalismo e qualidade. Portanto, um planejamento bem elaborado tende a ter melhor sustentação diante adversidades, imprevistos e demais situações que venham ocorrer durante o processo de operação de um evento, pois, tais ações serão tomadas de acordo com as estratégias pensadas previamente para atingir determinado objetivo.

O presente artigo tem como intuito apresentar as características de eventos institucionais; apresentar os benefícios do planejamento estratégico em eventos para o melhor desempenho da imagem organizacional diante seu público específico; analisar as atividades desenvolvidas nas edições anteriores de Semana de Tecnologia da Fatec Cruzeiro e seu impacto na imagem da instituição quanto ao público interno e externo e propor ações e/ou soluções de acordo com os dados obtidos.

As Semanas de Tecnologia realizadas pela Fatec Cruzeiro acontecem desde 2006, evento no qual realiza atividades acadêmicas desenvolvidas por docentes e discentes da instituição, além de haver abertura para o público externo, atingindo a comunidade local e região.

Tem-se como justificativa o estudo da Semana de Tecnologia, pois, tornou-se um evento tradicional da faculdade, o qual terá no presente ano a sua XI edição. Portanto, a fim de analisar as atividades já executadas ao longo dos anos e sua evolução, almeja-se analisar o processo de construção do evento e seus resultados.

Além disso, foi realizada uma pesquisa exploratória com os alunos da instituição para avaliar o índice de conhecimento do evento antes de entrarem para a faculdade, além disso, também medir o grau de satisfação dos quais participaram direta ou indiretamente do evento.

1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

1.1 Eventos institucionais: conceitos

As relações humanas são essenciais para o desenvolvimento do indivíduo, sendo possível a troca de experiências, saberes e conhecimento entre si. Além disso, relacionar é ato de interagir com o outro e, os eventos são acontecimentos que primam por essa

interação a fim de alcançar um objetivo específico, seja de caráter pessoal, empresarial, institucional ou demais formas. Conforme Yanes (2014, p. 11),

Eventos podem ser definidos como “acontecimentos”, solenes ou não, significativos, realizados no cotidiano das pessoas e das organizações a todo instante. Sabe-se que ocorrem desde o aparecimento do homem, e tornaram-se importante ferramenta de crescimento e convívio social. Ao participar de eventos, o ser humano pode trazer benefícios à sua vida pessoal e profissional, ampliando conhecimento, aumentando a sua visão de mundo, interagindo com pessoas e vivendo novas experiências.

É possível perceber a importância dos eventos no cotidiano do homem, a fim de permitir novos olhares, aumentar a extensão das relações, tornar a convivência mais harmônica entre os indivíduos, o que torna um evento uma situação não apenas de um aglomerado de pessoas, mas de interação possível com determinado intuito. De acordo com Zitta (2014, p. 23), “evento é um acontecimento onde se reúnem diversas pessoas com os mesmos objetivos e propósitos sobre uma atividade, tema ou assunto. Podemos considerar evento também como reunião, onde pessoas vão discutir interesses comuns”. Um evento pode proporcionar a relação entre pessoas, o desenvolvimento de ideias, a criação de novos projetos, ou seja, a evolução de saberes técnicos e/ou pessoais.

No âmbito empresarial, os eventos podem ser uma ferramenta estratégica, na qual podem possibilitar a comunicação com intuito comercial da organização com objetivo de aumentar vendas e concretização de parcerias, ou, institucional, a fim de fortalecer a imagem da empresa na mente do público desejado. Em confirmação, Cesca (2008, p. 22) diz que, “do ponto de vista das organizações, os eventos podem ser classificados em institucionais e promocionais (comerciais). De forma mais abrangente, são considerados: folclóricos, cívicos, culturais, desportivos, técnicos, etc”. Os eventos podem ser um caminho para atingir o sucesso empresarial devido a possibilidade de interação planejada entre as pessoas.

No caso de fortalecimento da imagem da empresa/instituição na mente do público, os eventos institucionais tornam-se adequados para tal objetivo. Segundo Giacaglia (2010, p. 81), os eventos institucionais

são aqueles cuja prioridade é o desenvolvimento e o posicionamento da marca da empresa. A participação da empresa, nestes casos, ocorre de forma a apresentá-la como um todo, e não cada área ou segmento de forma individualizada.



Expor as atividades organizacionais, a fim de gerar credibilidade, apresentar os valores que norteiam as atividades cotidianas, a qualidade de serviços e/ou produtos desenvolvidos com o objetivo de gerar valor à marca da instituição, faz-se fundamental para fortalecer a imagem da organização diante as demais outras. Ou seja, um evento institucional “objetiva firmar, criar e/ou reforçar o conceito e imagem da empresa, da entidade, do governo e da pessoa”. Os eventos institucionais vêm de empresas ou instituições (ZITTA, 2014, p. 24). Ou seja, estes contribuem para a formação de opinião da organização, que, quando bem planejado, irá reforçar uma imagem positiva na mente do público-alvo.

1.1.1. Características do tipo de evento Semana

Muitas podem ser as situações para execução de um evento institucional. Por exemplo, divulgação do espaço da empresa, demonstração das atividades exercidas, proporcionar a interação de determinado público, etc. Como foi visto, eventos institucionais podem ser uma ferramenta estratégica para atingir os objetivos organizacionais.

Os eventos comunicam a seu público-alvo aquilo que tem de moderno e inovador, lançam bens e serviços, promovem pessoas e organizações, fazendo com que não somente o indivíduo se torne preparado para as mudanças atuais, mas também com que organizações possam “conectar-se” e comunicar-se com o “mundo” através do seu público-alvo, permitindo conhecer as necessidades e ajustar suas estratégias, produtos e/ou serviços (YANES, 2014, p. 11).

Além do objetivo de divulgação, um evento institucional pode ter embutido valores sociais importantes para construções de relações, informação acessível para uma comunidade, dentre outras características que trazem um benefício sustentável.

O tipo de evento que será o caso estudado é uma Semana. Segundo Cesca (2008, p. 28) “é a nomenclatura atribuída a um tipo de encontro semelhante ao congresso, no qual pessoas se reúnem para discutir assuntos de interesse comum. O evento tem duração de vários dias e dinâmica semelhante a de um congresso”. Ou seja, numa Semana, a interação é dada em volta de determinado tema/assunto, no qual é possível a discussão e troca de ideias.



Mais especificamente, se trata de um evento acadêmico, com o objetivo de possibilitar a troca de informações, conhecimento e experiências entre docentes, discentes e coordenação, sendo um evento aberto à comunidade e com abertura de participação em algumas atividades de alunos e professores de outras instituições. A semana acadêmica “é uma reunião de estudantes, coordenados por professores, com apoio de profissionais da área, todos do mesmo segmento de mercado, com o objetivo de discutir temas relacionados com a classe” (ZITTA, 2014, p. 66). Tal evento permite que as atividades desenvolvidas colaborem com o crescimento dos alunos, através de uma metodologia ativa de aprendizado, no qual a troca de experiência e a prática de expor as informações adquiridas sejam chave para melhor desenvoltura e formação de network.

Os benefícios de uma semana acadêmica podem ser muito ricos para a instituição no sentido de aprimorar o método de exposição de aprendizagem; facilitar o contato entre professores, alunos e profissionais e propiciar um ambiente de aprendizado para a comunidade. “A Semana, como o próprio nome diz, pode ter duração de uma semana ou 5 dias úteis. No caso acadêmico, o encontro de um mesmo setor é muito produtivo, a fim de formar profissionais mais bem preparados para o mercado de trabalho” (ZITTA, 2014, p. 66). Esse tipo de evento, também contribui com a formação profissional prática, saindo da teoria aplicada em sala de aula, aumentando o rendimento da absorção das informações, resultando em conhecimento compartilhado.

1.2. Estratégias institucionais

As instituições precisam executar atividades que a destaquem para que possa captar patrocinadores, divulgar sua marca, estabelecer relações estratégicas, gerar valor, etc. Planejar as ações que serão executadas em um evento é primordial para controlar, organizar e efetivar um trabalho de qualidade, com os recursos disponíveis, com qualidade em serviços e produtos a serem utilizados.

Faz parte da elaboração de um evento a construção de um projeto, o qual é um documento que contém todos os recursos humanos e materiais que serão necessários, todas as atividades que serão desenvolvidas e todo planejamento das áreas que compõem o evento num todo. Portanto, no planejamento de um projeto, estará o

planejamento de um evento em todos seus detalhes. Ou seja, “conceituamos planejamento como um processo desenvolvido para alcançar uma situação desejada, de modo mais eficiente e efetivo, com a menor concentração de esforços e recursos da empresa” (ZITTA, 2014, p. 246). Planejar é fundamental para se precaver de imprevistos e elaborar um evento de qualidade.

As instituições podem se valer de realizações de eventos a fim de aumentar a repercussão da imagem da organização, gerar benefícios para a comunidade, possibilitar o desenvolvimento intelectual de todas as partes interessadas em determinado evento. Em confirmação, os autores Sversutti; Targa-Lima; Saiz-Melo (201-?, p. 13), dizem que “o evento é uma importante ferramenta estratégica de comunicação, pois seu objetivo principal é promover melhorias no relacionamento da organização com seus públicos interessados, impactando positivamente sobre os mesmos”. Diante de tal afirmação, é possível compreender a importância que um evento pode ganhar ao se trabalhar o relacionamento, a imagem, a subjetividade nas relações a fim de gerar valor à instituição, sendo uma ferramenta possível de alcançar tais objetivos.

Para reforçar as ações estratégicas que podem ser aplicadas com eventos para promoção da instituição:

O evento pode ser empregado com sucesso em campanhas institucionais e de mercado. Seu objetivo, acima de tudo, é criar conceitos e reforçar a imagem de produtos, serviços, pessoas, entidades e organizações, por meio da aproximação dos participantes, possibilitando uma comunicação/exposição qualificada da instituição promotora (REDE FEDERAL DE EDUCAÇÃO, 2010, p. 7).

Muitos podem ser os objetivos institucionais na realização de um evento. Seja para fortalecimento da imagem da organização, na conexão entre pessoas, no desenvolvimento de atividades a fim de beneficiar a comunidade, dentre outros. Um evento ganha proporções maiores ao ser planejado estrategicamente para impulsionar, desenvolver relações que trarão benefícios posteriores à instituição.

1.3. A importância do planejamento em eventos

O planejamento faz-se fundamental no processo de organização de qualquer atividade para que seja possível realizá-las com zelo, eficiência e qualidade. Tal processo está atrelado a estratégia do evento a ser organizado, sendo preciso estabelecer



metas, atividades chaves, planos alternativos, custos, comunicação, etc. Ou seja, envolve todas as ações a serem praticadas diante situações pensadas previamente.

Apesar de organizarem eventos frequentemente, a maioria das empresas desconhece os benefícios decorrentes da sua promoção. Eventos são realizados com o propósito de aumentar a possibilidade de alcançar objetivos em curto, médio e longo prazo (FORTES; SILVA, 2011, p. 41).

Através da afirmação do autor, é visto que o planejamento, apesar de ser uma atividade fundamental para executar eventos com maior segurança diante adversidades, além de nortear ações com maior profissionalismo, ainda é uma ação no qual gestores desconhecem seus benefícios.

Percebe-se que um evento pode ser chave para alcançar determinado objetivo que vise alavancar determinada área de atividade, seja empresarial ou institucional, desde que as ações sejam pensadas previamente para proporcionar experiência de consumo de serviços e produtos que atraiam a atenção do público-alvo positivamente. Conforme Cesca (2008, p. 49):

A organização de eventos é trabalhosa e exige grande responsabilidade. Acontece “ao vivo”, e qualquer falha comprometerá o conceito/imagem da organização para a qual é realizado e do seu organizador. Para ter os objetivos plenamente atingidos, é fundamental que se faça um criterioso planejamento, que envolve: objetivos, públicos estratégicos, recursos, implantação, fatores condicionantes, acompanhamento e controle, avaliação e orçamento.

Para que um evento estruturado aconteça, no qual esteja alinhado ao perfil do público que deseja atingir e ofertar serviços que primem o bem estar e harmonia entre estrutura e informação, é preciso planejamento.

O ato de pensar previamente as ações que poderão ocorrer irá permitir ao gestor de eventos maior amparo para sustentar o profissionalismo das situações que possam surgir fora do roteiro esperado.

Com a realização de um evento com qualidade e com objetivos estratégicos definidos será possível desenvolver a imagem da instituição, captar clientes/usuários, alavancar setores, de forma a destacar a instituição no mercado diante a concorrência.

De forma simplificada, o processo de planejamento consiste em estabelecer em que ponto uma organização se encontra no presente e para que ponto seria mais aconselhável se dirigir no futuro,



acrescentando a definição das estratégias ou táticas necessárias para atingir tal ponto. Em outras palavras, o processo de planejamento se interessa pelos fins e pelos meios para atingir; o ponto ideal (FORTES; SILVA, p. 42).

Em suma, o planejamento permite que a organização atinja os objetivos de curto, médio e longo prazo, de acordo com suas estratégias. Portanto, é necessário ter uma visão estruturada sobre os processos organizacionais para que o evento apresente os valores da instituição, refletindo positivamente em sua imagem, de forma a promover o encantamento do público-alvo.

1.4. A utilização de eventos institucionais como estratégia

Como foi visto, os eventos podem apresentar diversos modelos de apresentação, todos de acordo com o objetivo estratégico da organização. Portanto, foi possível compreender a importância do planejamento para realização dos eventos a fim de alcançar as estratégias institucionais.

Tais estratégias estão atreladas à razão de ser da instituição, e as quais irão ser refletidas na realização do evento, o que irá possibilitar a alavancagem da imagem da organização com a experiência do usuário durante o acontecimento programado.

Para aqueles cuja atividade de eventos é essencial à estratégia de comunicação e que participam destes com grande frequência, é aconselhável a existência de uma estrutura interna capaz de planejar e executar, com eficiência e sem prejudicar a produtividade de nenhum departamento (GIACAGLIA, 2010, p. 116)

Executar um evento com o intuito de impulsionar a imagem da instituição é um tipo de estratégia. Para isso, assim como para outros tipos de estratégias institucionais, faz-se necessário a organização interna de um grupo de profissionais destinados a elaborar os processos para que não haja paralisação da organização, dificultando outras atividades fundamentais.

As estratégias institucionais podem ser de caráter de comunicação, arrecadação de fundos, divulgação de produtos/serviços, proporcionar a formação de redes (network), dentre outras. E, tais objetivos são alcançados quando as atividades estão norteadas em cima dos valores da organização, alinhada aos objetivos, de acordo com os recursos disponíveis e adequada ao público-alvo estabelecido.



2. METODOLOGIA

Para atingir os objetivos propostos para este artigo, foi realizada uma pesquisa (Apêndice A) com os alunos da Fatec Cruzeiro, a qual foi de caráter exploratório. O questionário aplicado conteve um total de 5 (cinco) questões: 4 (quatro) fechadas e 1 (uma) aberta.

Apenas 2 (duas) questões foram obrigatórias; as demais eram optativas, de acordo com o conhecimento dos pesquisados.

No total, uma amostra de 100 alunos respondeu ao questionário, cujas respostas serão discutidas na próxima seção.

3. RESULTADOS OBTIDOS E DISCUSSÕES

3.1. Estudo de caso

A Semana de Tecnologia, *corpus* do presente artigo, se tornou um evento tradicional da Fatec Cruzeiro, pois acontece desde o ano de 2006, o qual irá para sua XI Edição no segundo semestre do presente ano.

O evento tem como proposta propiciar o diálogo entre empresas, alunos e inovação tecnológica. Além disso, as atividades visam ampliar a discussão dos projetos apresentados pelos alunos, profissionais e docentes, o qual permite a interação de diversas áreas, podendo ser base para criação de novas empresas através do processo de ideação.

Assim, os autores procuram investigar as impressões dos discentes sobre tal evento. As respostas obtidas por meio do questionário aplicado sobre tal evento apresentaram características claras de alguns departamentos a serem desenvolvidos e ações que são positivas e que poderiam ser enfatizadas.

O objetivo do estudo foi avaliar o grau de conhecimento dos alunos acerca da Semana de Tecnologia, antes e depois de ingressarem no curso de graduação da Fatec.



E, aos que tiveram contato com o evento, foram elaboradas questões para avaliar a organização, estrutura e conteúdo das atividades.

Apresentam-se a seguir os gráficos que contêm os resultados obtidos com a pesquisa:

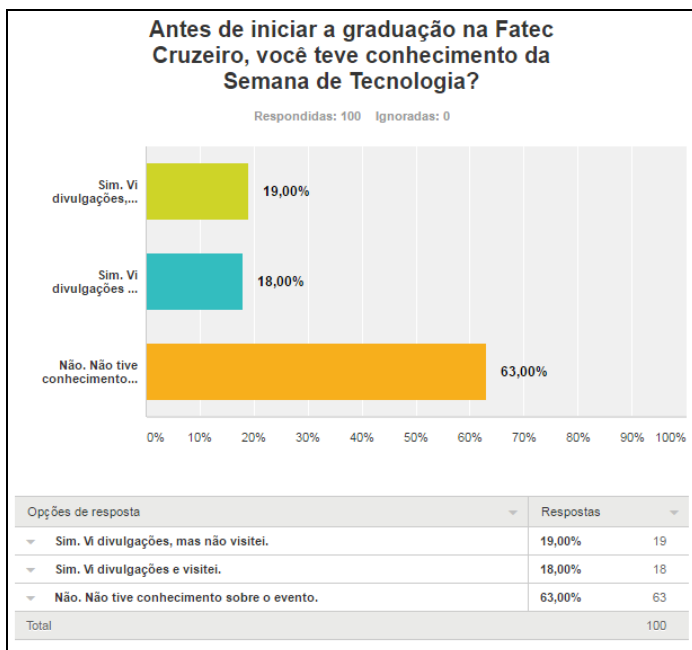


Gráfico 1: Conhecimento sobre a Semana de Tecnologia antes de ingressar na Fatec

Fonte: Os autores (gerado a partir do SurveyMonkey)

Com base nos resultados, foi possível perceber que mais da metade dos alunos não tinham conhecimento antes de ingressarem na instituição. Tal informação pode ser uma estratégia para investir em ferramentas de comunicação para abranger um número maior de pessoas com o intuito de divulgar o nome da instituição na cidade, captar um número maior de vestibulandos, além de promover uma atividade que traz conteúdo de qualidade que pode beneficiar a comunidade em geral.

Os alunos que ouviram sobre o evento, tiveram contato com o nome da instituição, podendo ser um dos fatores da escolha da faculdade, seja através do evento ou participação/visitação na atividade em si; um fator positivo a ser investido com o intuito de entregar valor aos potenciais estudantes, disseminando o nome da Fatec na região de uma forma construtiva, contribuindo para o desenvolvimento acadêmico e profissional da comunidade.

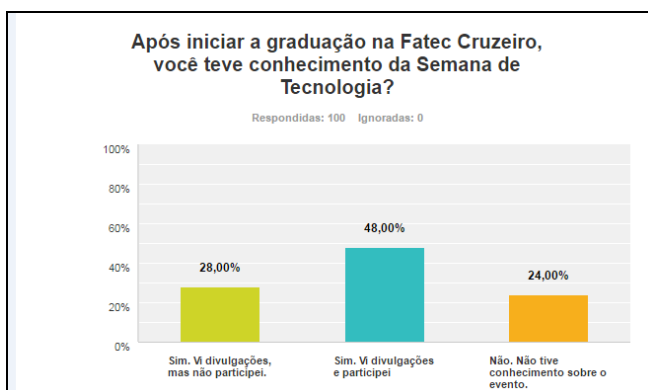


Gráfico 2: Conhecimento sobre a Semana de Tecnologia depois de ingressar na Fatec
Fonte: Os autores (gerado a partir do SurveyMonkey)

Mais da metade dos alunos tiveram informação acerca da Semana de Tecnologia após seu ingresso na instituição e, porém, pouco menos da metade participou. É possível perceber que a comunicação do evento é mais intensiva dentro da faculdade, uma vez que é organizado na e pela instituição.

Apesar de grande parte dos alunos pesquisados não terem participado da Semana de Tecnologia, houve uma participação relevante. Se houver mais intensificação de incentivos ao aluno, o evento pode contribuir cada vez mais com o desenvolvimento na aprendizagem e na formação profissional, agregando valor ao método de ensino utilizado em sala de aula. Além disso, pode torna-lo visível à comunidade e a outras instituições a fim de gerar uma cadeia de valor disseminando informações de qualidade aos jovens e discussão de temas relevantes entre estudantes e profissionais.

A pesquisa também buscou conhecer por quais meios de divulgação os discentes tomaram conhecimento da Semana de Tecnologia da Fatec Cruzeiro.

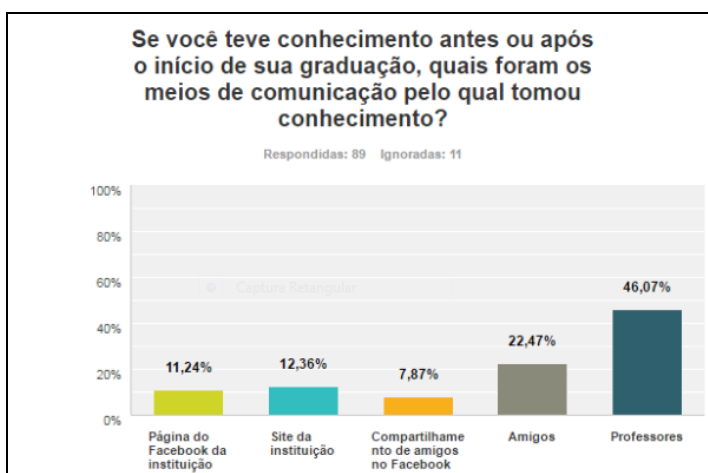




Gráfico3: Meios de comunicação no qual os alunos tiveram conhecimento sobre a Semana de Tecnologia

Fonte: Os autores (gerado a partir do SurveyMonkey)

Conforme os dados obtidos, as informações sobre o evento são disseminadas com maior efetividade através dos professores. Um dos motivos para esse acontecimento é o incentivo a atividades extracurriculares executadas pelos alunos na Semana de Tecnologia.

A comunicação boca a boca apresentou ter maior impacto na disseminação do evento entre os alunos, estando a divulgação virtual em segundo plano, atingindo menos de 50% dos pesquisados. Tal característica pode ser alavancada com a colaboração dos alunos na divulgação através das redes sociais.

Os alunos que visitaram ou participaram do evento pontuaram diversos quesitos, conforme Gráfico 4:

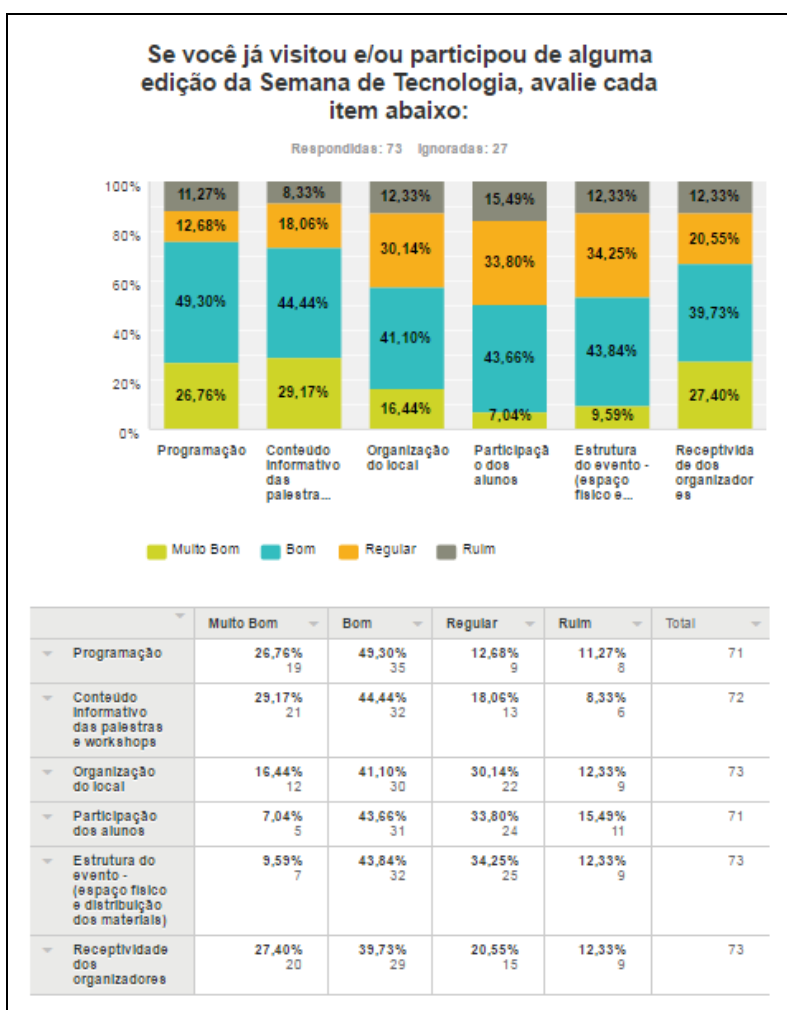


Gráfico 4: Avaliação da composição da Semana de Tecnologia pela ótica dos alunos
Fonte: Os autores (gerado a partir do SurveyMonkey)

As características atribuídas pelos alunos foram consideravelmente positivas, estando entre 50 – 60% uma avaliação somando as avaliações “bom” e “muito bom”. Porém, apesar de haver grande aceitação do conteúdo e estrutura do evento, há possibilidade de desenvolvimento, de forma que seja possível alavancar o evento, tornando-o uma ferramenta de divulgação das práticas de ensino da instituição, apresentação dos alunos para o mercado e da facilitação de networking com profissionais, docentes e alunos.

Em relação à pergunta qualitativa para avaliar se os alunos recomendariam o evento ao seu círculo social, 61 pessoas responderam à pergunta, conforme Gráfico 5.

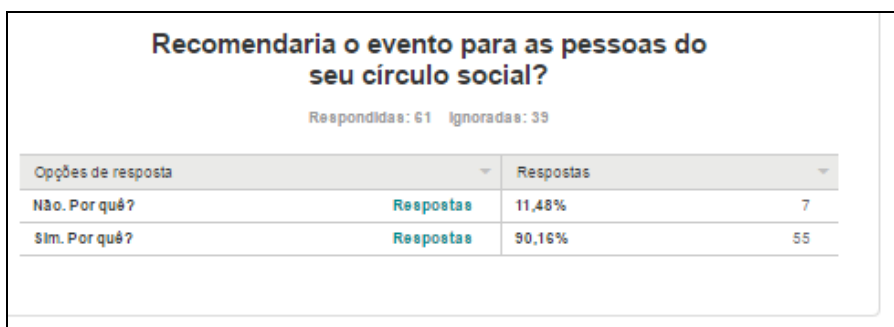


Gráfico 5: Nível de recomendação dos alunos para a Semana de Tecnologia
Fonte: Os autores (gerado a partir do SurveyMonkey)

A propensão de recomendação dos alunos se apresentou muito positiva. Houve comentários com sugestões de melhoria quanto ao conteúdo e maior abertura de participação dos alunos nas atividades. Em grande parte, os alunos recomendariam o evento devido à possibilidade de aprimorar o conhecimento.

A aplicação dos questionários foi fundamental para que fosse possível obter uma visão sobre o grau de conhecimento dos alunos acerca do evento, permitindo identificar quais pontos são valorizados e alavancam a imagem da instituição, além de ser possível identificar os pontos a serem desenvolvidos.

No geral, o evento tem uma boa avaliação dos alunos e configura-se como um meio de interação entre os participantes e uma forma de praticar a teoria e facilitar o acesso ao mercado por meio de diálogos com profissionais.

3.2. Propostas de desenvolvimento

Conforme os dados obtidos e análise da pesquisa quanto ao contentamento dos alunos diante a estrutura e conteúdo do evento, tem-se como proposta desenvolver alguns planos de ação para alavancar os pontos positivos e aprimorar os pontos a serem desenvolvidos.

De forma aumentar a participação dos alunos e estimular sua participação no evento, propõe-se aplicar uma pesquisa com os alunos acerca dos temas de interesse que poderiam ser abordados durante a Semana, a fim de trazer profissionais que estejam alinhados com os objetivos de atuação dos alunos.

Por meio da mesma pesquisa, é possível aplicar atividade extraclasse de cunho prático para apresentação no evento. Exemplo: alunos de gestão empresarial que têm



interesse em abrir o próprio negócio fazer apresentação de *pitch* para empresários e professores; alunos de gestão da produção que tenham interesse em otimização de processos apresentarem algum protótipo que auxilie no rendimento industrial; alunos que gostem da área de planejamento, auxiliar no processo de construção de um departamento específico da Semana.

Quanto à divulgação foi possível perceber que os professores são os maiores propagadores do evento para os alunos. Tal característica pode ser desenvolvida, como, por exemplo, a aplicação de informativos em cada sala de aula. Além disso, acrescentar no diálogo sobre o evento, as plataformas existentes sobre o evento, pedindo para os alunos divulgarem. Porém, para não se limitar à divulgação simples de uma informação, sugere-se lançar desafios para os alunos que obtiverem mais curtidas no compartilhamento do evento. Pode-se ofertado ao ganhador um curso (mesmo que online, porém pago e custeado pela instituição ou patrocinador do evento), na área de estudo do vencedor.

Para aumentar a divulgação do evento para a comunidade, sugere-se comunicar através de emissora de rádio da cidade; reuniões com coordenadores de instituições de ensino médio e superior, de forma a divulgar as atividades internas da faculdade, a fim de fortalecer a imagem da Fatec como qualidade em ensino; incentivar a participação dos alunos na divulgação através de vídeos curtos (15'') a serem postados no perfil do aluno com uma *hashtag* específica, viralizando o evento na região e divulgação no centro da cidade de Cruzeiro, com participação de professores e alunos divulgando pequenas atividades a serem exibidas no evento, o que gerará curiosidade no público.

Após o evento, aplicar nova pesquisa para avaliar a evolução anual de cada ação e compreender as necessidades e desejos dos alunos para que se possa alinhar todos os interesses em um bem comum.



CONCLUSÃO

A presente pesquisa apresentou dados muito relevantes acerca da importância do planejamento em eventos e sua aplicação estratégica para atingir determinados objetivos institucionais. Foi possível perceber a complexidade de elaboração de um evento que prime a qualidade e esteja alinhado aos valores organizacionais e atinja as expectativas do público-alvo.

Além disso, também foi observado que não são apenas as instituições que visam lucro podem se beneficiar de eventos para gerar valor à marca da organização. Instituições sem fins lucrativos, de ensino, dentre outras, podem utilizar da aplicação de um evento para fortalecer relações estratégicas e propagar o nome da instituição a fim de gerar credibilidade e benefícios para seu público de interesse, com o intuito de se destacar diante à concorrência ou apenas de captar investidores, dentre outros objetivos.

Tais objetivos podem ser alcançados por meio da integração dos gestores envolvidos no projeto, de forma a tornar uma comunicação clara na organização das ideias, com a finalidade de atingir as estratégias institucionais.

Quanto à Semana de Tecnologia, foi identificado o grau de importância do acontecimento para a divulgação da faculdade e integração dos alunos. As atividades desenvolvidas possibilitam o desenvolvimento dos alunos e a troca de contatos e formação de relações estratégicas entre alunos e profissionais, ampliando a visão mercadológica dos estudantes além das aulas.

Conclui-se que os eventos institucionais são chave para alavancar as estratégias e uma ferramenta para divulgar as ações praticadas profissionalmente com o intuito de captar pessoas interessadas a se beneficiar com a instituição ou colaborar com o andamento de suas atividades.



REFERÊNCIAS

- CESCA, Cleuza G. Gimenes. **Organização de eventos: manual para planejamento e execução**. 12. ed. rev. e ampl. São Paulo: Summus, 2008.
- FORTES, Waldyr Gutierrez; SILVA, Mariângela Benine Ramos. **Eventos: estratégias de planejamento e execução**. São Paulo: Summus, 2011.
- GIACAGLIA, Maria Cecília. **Gestão estratégica de eventos: teoria prática. Casos. Atividade**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.
- YANES, Adriana Figueiredo. **Cerimonial, protocolo e etiqueta em eventos**. São Paulo: Érica, 2014.
- REDE Federal de Educação Profissional e Pedagógica. **Guia de eventos, cerimonial e protocolo**. Setembro 2010. Disponível em: <http://www.ifrj.edu.br/webfm_send/1563> . Acesso em: 25 mar. 2016.
- SVERSUTTI, A. L. C.; TARGA-LIMA, P. V.; SAIZMELO, P. G. **Eventos como ferramenta estratégica para o fortalecimento institucional e o relacionamento com o público de interesse**. Londrina: Embrapa Soja, 201-?. Disponível em: <<https://www.alice.cnptia.embrapa.br/alice/bitstream/doc/574635/1/ID29926.pdf>> . Acesso em: 25 mar. 2016.
- ZITTA, Carmem. **Organização de eventos: da ideia à realidade**. 5. ed. Brasília, DF: Senac, 2014.