



Evento Social Benéfico: Baile do Vinho promovido pelo Lions Clube de Santa Vitória do Palmar, RS, Brasil

RESUMO: o trabalho analisa o Baile do Vinho como evento social e benéfico promovido pelo Lions Clube no município de Santa Vitória do Palmar, RS, Brasil. O objetivo do trabalho é descrever o planejamento e o contexto organizacional do evento social. A metodologia utilizou-se de pesquisa bibliográfica, documental, descritiva e de levantamento. O questionário com perguntas abertas realizado com um dos organizadores do Evento foi o instrumento utilizado para pesquisa de campo. Os resultados obtidos com a aplicação do questionário foram de que há um Projeto para a Execução do Baile e que são realizadas reuniões com os membros do Clube para ficarem acertados os fornecedores para garantir o sucesso do Evento.

Palavras-chave: Eventos. Organização. Planejamento.

RESUMEN: el documento analiza el Baile Del Vino como evento social y benéfico promovido por lo Lions Club en el condado de Santa Vitória del Palmar, RS, Brasil. El objetivo del trabajo es describir el planeamiento y lo contexto organizacional del evento social. La metodología se utilizo de investigación bibliográfica, documental, descriptiva y de levantamiento. El cuestionario con preguntas abiertas realizado con uno de los organizadores del Evento fué el instrumento utilizado para la pesquisa de campo. Los resultados obtenidos con la aplicación de lo cuestionario fueran de que hay un Projeto para la Ejecución del Baile y que son realizadas reuniones con los miembros del Club para que quede ajustado los proveedores para assegurar eléxito del Evento. Palabras clave: Eventos. Organización. Planeamiento.

INTRODUÇÃO

Um evento é definido como uma reunião formal, inclusive uma concentração de pessoas ou entidades, em determinada data e local com intuito de confraternizar importantes acontecimentos, celebrar algo significativo e estabelecer contatos dos mais diversos tipos, como culturais, comerciais, familiares, científicos, religiosos, esportivos e sociais, conforme Zanella (2012). Mas, neste estudo, o aprofundamento se deu pela ótica dos eventos sociais em que podem ser realizados recepções, casamentos, formaturas e bailes que é o nosso objeto de estudo (ZANELLA, 2012).

Neste âmbito, salienta-se que a equipe que se responsabiliza pela organização do evento deve portar muita atenção considerando o trabalho que lhe espera, não pode esquecer-se de ter iniciativa, competência e, sobretudo espírito criativo a fim de obter os resultados esperados. Entretanto, os participantes esperam a integração contribuindo com a geração de vínculos de qualquer caráter, seja ele pessoal ou profissional (ZANELLA, 2012).

Este trabalho tem por objetivo descrever o planejamento e o contexto organizacional do evento social benéfico intitulado Baile do Vinho. Este evento que conta com sua 41ª edição no ano de 2018, é promovido pelo Lions Clube de Santa Vitória do Palmar, RS. O Lions Clube constitui a maior organização de serviço do mundo, contando com 46 mil clubes



e mais de 1,4 milhões de associados que fazem o necessário para ajudar as comunidades locais onde suas sedes são instaladas, de acordo com a web site do Lions Clubs International.

Justifica-se o estudo devido ao raso entendimento sobre o planejamento, organização e a execução do Baile do Vinho, especificamente, por se tratar de um Evento Social e que contribui com a comunidade local. De acordo com os objetivos a pesquisa é de caráter descritivo com abordagem qualitativa, caracterizando-se por pesquisa bibliográfica, documental e de levantamento e utilizando como instrumento para coleta de dados o questionário.

Referencial Teórico

Os eventos podem se apresentar sob as diferentes óticas, de acordo com a natureza, objetivos, nível de participantes, local, entre outros fatores. A partir das segmentações existentes, ainda há eventos específicos para cada uma delas, por exemplo: pela ótica comercial podem ser realizadas convenções; pela ótica cultural podem ser realizados congressos; pela ótica política podem ser realizados debates; entre tantos outros (IVO; MARIN; DE SOUZA, 2014). Inclusive apresentar um papel social fundamental pra comunidade que está inserida na localidade da realização do evento (ZIAKAS, 2016).

A operacionalização dos eventos requer um planejamento básico que se constitui pela definição dos objetivos e da amplitude do evento; pela estruturação de roteiro e respectivo cronograma de atividades que serão executadas; pela previsão de recursos materiais, financeiros e operacionais; disposições das comissões que assumirão cada etapa da coordenação e execução dos trabalhos; integração com patrocinadores e instituição de canais de comunicação eficientes (ZANELLA, 2012).

“Um fator de maior relevância na operacionalização de um evento é o layout do local, ou seja, a distribuição e fluxo dos serviços no espaço físico disponível ou área de ocupação e movimentação de todas as atividades” (ZANELLA, 2012, p. 48). “É habitual a locação de dependências de clubes sociais, entidades ou associações para a realização de eventos, tais como bailes, congressos, jantares, formaturas, etc.” (ZANELLA, 2012, p.49).

A distribuição dos lugares no salão é atribuída para orientar e controlar a disponibilidade e a ocupação nas mesas do baile, e a elaboração de um mapa geral indicando a localização e a numeração torna-se indispensável. Os encarregados pela recepção do evento



são quem conduzem os participantes às mesas distribuídas geralmente em blocos de números pares e números ímpares (ZANELLA, 2012).

O tema do evento deve desempenhar o papel fundamental, pois este se encarrega de motivar a participação das pessoas e das entidades, por meio das estratégias de marketing que promovem a imagem do evento (ZUCCO; REIS, 2010). E no caso do Baile do Vinho, objeto de estudo deste trabalho, por se tratar de um evento que acontece há mais de quarenta anos, já possui sua marca consolidada por meio do marketing boca a boca, e como corrobora Zanella (2012, p. 41) “habitualmente, nos eventos realizados periodicamente, os títulos originais são preservados em virtude de já terem sido incorporados à tradição”.

Metodologia

De acordo com os objetivos a pesquisa é de caráter descritivo com abordagem qualitativa. Quanto aos procedimentos técnicos a pesquisa se caracteriza por pesquisa bibliográfica, documental e de levantamento, utilizando-se como instrumento para coleta de dados o questionário. Gil (2002) explica que uma das características mais significativas das pesquisas descritivas é a utilização de técnicas padronizadas para coletar os dados, como por exemplo, o questionário.

O questionário elaborado contou com nove perguntas abertas em que se pautavam em como era a Organização do Lions Clube de Santa Vitória do Palmar; O Planejamento e Execução do Baile do Vinho; O Marketing do Evento; A captação de recursos para o Evento e a finalidade dos recursos arrecadados no Evento e Os fornecedores do Evento (ZANELLA, 2012).

Análise e discussão dos Resultados

O questionário foi aplicado com o Presidente do Lions Clube de Santa Vitória do Palmar, o qual explicou que o Lions é uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP), que não se beneficia de verbas públicas e por vezes recebe recursos de projetos do judiciário. Que a missão do Lions é capacitar os voluntários para que possam servir às suas comunidades e atender às necessidades humanas, fomentar a paz e promover a compreensão mundial através dos clubes. Atualmente o Lions de Santa Vitória do Palmar conta com 30 sócios. Se o sócio for homem é considerado Leão e a esposa é considerada “Domadora” e vice-versa.



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

No que tange o Planejamento, Organização e Execução do Baile do Vinho, o Presidente informou que o Lions conta com um Projeto do Baile e que o planejamento com os membros do Clube vem sendo feito ao longo dos anos e se mantém com alguns aprimoramentos, procurando sempre ter acertado os fornecedores para que a qualidade do evento se mantenha. O Clube começa cedo as reuniões com os casais para decidirem o grupo musical e a ampliação com a contratação de vocais de outros grupos. De que existe a formação de uma comissão que vai tomando as decisões que são levadas para a “Jaula”, que seria a apreciação de todos. Tem também os casais festeiros que se somam ao Evento contribuindo com a decoração e as fantasias, assim como auxiliam na venda dos convites. O marketing do Evento se baseia na venda direta pelos membros do clube e com a ajuda dos casais festeiros, imperando com o Marketing do boca a boca. Este ano será a 41ª edição do Baile do Vinho que é a maior fonte de receita do Lions.

Para manter a qualidade do Evento o Clube já tem fornecedores acertados que garantem o sucesso. O salame atualmente é comprado da empresa Santa Clara, também há a compra de queijo Danby e Crioulo. É realizada previamente a degustação para a aquisição dos queijos e salames. O vinho é comprado da JP, (Perine), já que o dono da vinícola é membro do Lions e faz um bom desconto. O pão é comprado nas padarias da cidade e o molho é uma receita antiga que é passada de antigos companheiros do Lions e elaborada pelos membros atuais, sendo que os ingredientes são fornecidos por um patrocinador. O espaço é alugado e o CTG Rodeio dos Palmares é o que comporta o público, pois são vendidos 720 convites, ou seja, 720 pessoas que somadas ao pessoal que trabalha chegam a 820 pessoas no final. O grupo musical contratado é local, pela qualidade de músicos que o município contempla e também como uma forma de valorizá-los. O clube é alugado com a inclusão da limpeza e há contratação de seguranças, garçons e guardadores de carros.

A captação de recursos para o Evento é feita por meio de seis patrocinadores que arcam com as despesas das taças, que são a lembrança do baile e também pela venda dos próprios convites que são considerados a maior arrecadação. Ainda tratando da arrecadação do Baile, por ser um Baile Social Beneficente, o respondente explica que o evento capta recursos para que sejam proporcionadas consultas oftalmológicas à comunidade, bem como a doação dos óculos. São realizadas 300 consultas por ano com a vinda de um ônibus consultório que é de propriedade do Lions e vem para Santa Vitória com esse objetivo. Além disso, é proporcionada também a doação de andadores, muletas e cadeiras de roda.



Considerações Finais

Considerando os resultados da pesquisa, é possível verificar que o objeto de estudo, ou seja, o Baile do Vinho é de fato planejado e organizado com antecedência, e que cada decisão é levada ao grupo como um todo para aprovação final. E que para garantir a execução e sucesso pleno do Evento, os organizadores buscam manter acertados e inclusive, fidelizados, os fornecedores, para que os alimentos e bebidas tenham total qualidade.

Por se tratar de um Evento que ultrapassa sua 40ª Edição é possível compreender que a marca do Evento e até mesmo sua realização já está solidificada e tornou-se tradicional na comunidade Santa Vitoriense, até porque, por trás da sua execução está uma das maiores organizações civis que prestam serviços beneficentes à comunidade local, o Lions Clube, e o marketing do boca a boca impera e tem dado dimensão ano a ano ao evento.

A pesquisa contribui e abre discussão para que novos estudos sejam realizados, contemplando outras abordagens. Pois, os eventos devem ser estudados com maior profundidade, sobretudo aqueles que contribuem socialmente com a comunidade local.

REFERÊNCIAS

IVO, Andressa Aita; MARIN, Elizara Carolina; DE SOUZA, Lucas Machado. Gestão de Eventos: Orientações básicas para o contexto das Universidades. **Revista Kinesis**, Santa Maria, ed. 32, v. 2, jul/dez, 2014.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002. 4. Ed. 173p.

ZANELLA, Luiz Carlos. **Manual de Organização de Eventos: planejamento e operacionalização**. – São Paulo: Atlas, 2012.5. Ed.

ZIAKAS, V. Fostering the social utility of events: an integrative framework for the strategic use of events in community development. **Current Issues in Tourism**. 19, 11, 1136-1157, Sept. 2016. ISSN: 13683500.

ZUCCO, Fabrícia Durieux; REIS, Clóvis. Comunicação Integrada do Marketing em Eventos Turísticos: Um estudo de caso da *Oktoberfest* de Blumenau –SC. **REmark – Revista Brasileira de Marketing**, São Paulo, v. 9, n. 3, p 127-143, set/dez. 2010.

Site: <www.lionsclubs.org> Acesso em 20 de abril de 2018, às 00h07min.