

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC

CURSO DE SECRETARIADO EXECUTIVO

DEISE DE SOUZA BORGES

ESTRATÉGIAS PARA PLANEJAMENTO E AVALIAÇÃO DE *COFFEE BREAKS*

CRICIÚMA

2013

DEISE DE SOUZA BORGES

ESTRATÉGIAS PARA PLANEJAMENTO E AVALIAÇÃO DE *COFFEE BREAKS*

Relatório de Estágio, apresentado para obtenção do grau de Bacharel no curso de Secretariado Executivo da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientadora: Prof.^a Ma. Jucélia da Silva Abel

CRICIÚMA

2013

DEISE DE SOUZA BORGES

ESTRATÉGIAS PARA PLANEJAMENTO E AVALIAÇÃO DE *COFFE BREAKS*

Relatório de Estágio, apresentado para obtenção do grau de Bacharel no curso de Secretariado Executivo da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Criciúma, 02 de dezembro de 2013.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Jucélia da Silva Abel - Mestre - (UNESC) - Orientadora

Prof^a. Daniela Arns Silveira - Mestre – (UNESC)

Prof^a. Maria Cristina Keller Frutuoso - Mestre - (UNESC)

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus que me guiou e fortaleceu durante este Curso, à minha mãe que é minha fonte de inspiração e meu porto seguro sempre. Ao meu Pai que já não está presente aqui mais sei que estará sempre ao meu lado iluminando meu caminho, e ao demais familiares que fizeram parte desta conquista.

Agradeço a UNESCO por proporcionar esta oportunidade única e completa de formação e ao Corpo Docente do Curso de Secretariado Executivo que foi parte fundamental para o meu desenvolvimento.

Quero agradecer também aos meus colegas que estiveram comigo nos momentos bons e ruins desta jornada e ao meu namorado que aguentou firme a minha falta de tempo e indisposição em vários momentos.

“As grandes ideias surgem dos pequenos detalhes.”

Augusto Cury

RESUMO

O *Coffee Break* é, muitas vezes, o momento mais esperado dentro dos Eventos promovidos pelas Instituições e, para a empresa *Executive Coffee Break*, ele se torna o Evento “em si”. Pensando desta maneira, organizá-lo, planejá-lo e avaliá-lo de forma adequada se torna primordial. Este relatório, portanto, tem o objetivo de viabilizar a introdução de estratégias e de ferramentas que auxiliem no processo de planejamento deste evento. Para tanto, algumas ferramentas foram pensadas, tais como: a) tabela organizadora dos elementos envolvidos em cada *Coffee break*; b) questionário aplicado com o responsável pela contratação do serviço de *Coffee Break*, a fim de que se controle a qualidade do mesmo. O objetivo da aplicação desta proposta é facilitar a rotina do organizador do *Coffee Break* através da visualização mais clara dos seus elementos, além de proporcionar uma ferramenta capaz de avaliar a qualidade dos serviços prestados. Ao final, observou-se que a implementação de estratégias de planejamento e de avaliação dos serviços prestados faz com que a organização e execução de *Coffee Break*, seja mais eficiente. Para uma fundamentação coerente deste relatório buscamos autores como: Cleusa G. Cesca, Idalberto Chiavenato, Maria Cecília Giacaglia, Marlene Matias dentre outros autores citados na integra nas referencias do mesmo.

Palavras-chave: Eventos. *Coffee Break*. Estratégias. Planejamento. Avaliação.

RESUMEN

El *Coffee Break* es a menudo el momento más esperado en los eventos promovidos por las instituciones y para la empresa *Executive Coffee Break*, se convierte en el “evento en sí “. Así, organizar, planificar y evaluar adecuadamente es indispensable. El presente informe tiene por objeto facilitar la introducción de estrategias y herramientas para ayudar en la planificación de este evento. Por lo tanto, algunas herramientas han sido diseñadas, tales como: a) la organización de la mesa los elementos que intervienen en cada *Coffee Break*; b) cuestionario que se aplica a la persona responsable de la contratación del servicio de *Coffee Break*, para que se pueda controlar la calidad de lo mismo. El resultado esperado con la implementación de esta propuesta es facilitar la rutina del organizador del evento con una visión más clara de sus elementos, y crear una herramienta para evaluar la calidad de los servicios prestados. Al final, se observó que la implementación de estrategias para la planificación y evaluación de lo *Coffee Break* hace su organización y ejecución, más eficiente. Para una fundamentación coherente de este informe buscamos autores como: Cleusa G. Cesca, Idlberto Chiavenato, Maria Ccilia Giacaglia, Marlene Matias entre otros autores citados en su totalidad en las referencias del mismo.

Palabras Clave: Eventos. Coffee Break. Estrategias. Planificación. Evaluación

ABSTRACT

The Coffee Break is often the most anticipated moment within the Events promoted by the institutions and to the company Executive Coffee Break; he becomes the Event "itself". Thinking this way, organize it, plan it and evaluate it appropriately becomes paramount. This report therefore aims to facilitate the introduction of strategies and tools to help in planning this event. Therefore , some tools have been designed , such as : a) table organizing the elements involved in each Coffee break b) questionnaire responsible for contracting with service Coffee Break , so that control the quality of it . The purpose of the implementation of this proposal is to facilitate the routine organizer Coffee Break through clearer view of its elements, in addition to providing a tool to evaluate the quality of services provided. At the end, it was observed that the implementation of strategic planning and evaluation of the services makes Become the organization and execution of Coffee Break, more efficient. For a coherent rationale as authors of this report seek: Cleoza G. Cesca, Idlberto Chiavenato, Maria Cecilia Giacaglia, Marlene Matias among other authors cited in the references part of it.

Keywords: Events. Coffee Break. Strategies. Planning. Evaluation.

LISTA DE QUADROS

QUADRO 2 Modelo de planilha organizadora dos elementos envolvidos no planejamento de *Coffee Break*.

QUADRO 1 Modelo de questionário de Avaliação dos Serviços Prestados

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 ESTRATÉGIAS PARA PLANEJAMENTO E AVALIAÇÃO DE <i>COFFE BREAKS</i>	12
1.2 SITUAÇÃO PROBLEMA	12
1.3 OBJETIVOS	12
1.3.1. Objetivo Geral	12
1.3.2 Objetivos Específicos	12
1.4 JUSTIFICATIVA	12
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	14
2.1 CONCEITO DE EVENTO	14
2.1.1 Classificação	15
2.2 DEFINIÇÕES DE <i>COFFEE BREAK</i>	16
2.3 DEFINIÇÕES DE ESTRATÉGIA	16
2.4 DEFINIÇÕES DE PLANEJAMENTO	17
2.4.1 Planejamento Estratégico	18
2.4.2 Planejamento Tático	18
2.4.3 Planejamento Operacional	18
2.4 A IMPORTÂNCIA DO USO DE ESTRATÉGIAS NO PLANEJAMENTO DE EVENTOS	19
2.5 AVALIAÇÃO E CONTROLE DE QUALIDADE DOS SERVIÇOS DE ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS	20
3 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA	22
3.1 AMBIENTE DE TRABALHO	22
4 PROPOSTA DE TRABALHO	24
4.1 APLICAÇÃO DA PROPOSTA DE TRABALHO	24
5 CONCLUSÃO	28
REFERÊNCIAS	29

1 INTRODUÇÃO

No ambiente empresarial são realizados diversos tipos de eventos que visam a capacitações, comemorações, reuniões ou simplesmente momentos de descontração e interação social. No intervalo dessas atividades, para descontrair e renovar as energias, é usualmente servido um *Coffee Break*, cuja tradução livre significa “pausa para o café”. E devido à interação promovida por ele, torna-se um Evento Social.

As organizações, em busca de praticidade, geralmente terceirizam o serviço de fornecimento e de organização do *Coffee Break*, optando pela contratação de empresas especializadas que prestem este serviço. Todavia, sob a ótica destas empresas, o processo de organização, planejamento e avaliação exigem muita dedicação e empenho para atingir o objetivo proposto ao *Coffee Break*, que é executado como um evento.

Planejar e gerir este evento com qualidade implica na utilização de estratégias adequadas às características e recursos disponíveis na empresa. Um ponto fundamental é entender as necessidades de cada ocasião, considerar os fatores determinantes e assim definir ações estratégicas para que seu planejamento, denominado, muitas vezes, de “pré-evento”, transcorra de maneira ordenada e com a naturalidade necessária para alcançar os objetivos desejados.

Avaliar os resultados destes *Coffee Breaks* é indispensável para que haja um controle de qualidade no fornecimento deste serviço. Este relatório visará à criação e/ou adaptação de estratégias e de ferramentas adequadas à realidade da empresa onde foi realizado o estágio, buscando a melhora na utilização do tempo e o melhor controle de qualidade dos serviços prestados pela mesma. Para melhor visualização deste relatório, são apresentados os capítulos de sua construção: Introdução; Fundamentação Teórica; Caracterização da Empresa; Proposta de Trabalho; Aplicação da Proposta; Conclusão; e Referências,

1.1 ESTRATÉGIAS PARA PLANEJAMENTO E AVALIAÇÃO DE *COFFE BREAKS*

1.2 SITUAÇÃO PROBLEMA

Como introduzir estratégias no planejamento e avaliação de *Coffee Breaks*?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo Geral

Viabilizar a introdução de estratégias de planejamento e de avaliação de Eventos Sociais denominados *Coffee Break*.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Elencar as ações a serem desenvolvidas na organização de *Coffe Breaks*;
- Adaptar ferramentas estratégicas para o processo de planejamento;
- Propor a elaboração de um instrumento de gerenciamento para o planejamento de *Coffee Break*;
- Incentivar a criação de uma ferramenta de avaliação.

1.4 JUSTIFICATIVA

Devido à grande demanda de Eventos realizados nas rotinas das corporações, como: capacitações, *workshops*, comemorações e tantos outros, é comum a contratação de empresas especializadas em servir um lanche no intervalo. Esta parada para o cafezinho é denominada *Coffee Break*, e organizá-lo é o principal serviço prestado pela empresa *Executive Coffee Break*.

O *Coffee Break*, para objeto deste projeto, foi tratado como Evento,

porque também é considerado um Evento de Interação Social, pois, segundo Giacaglia. (2004, p. 57), os eventos relacionados a atividades de cunho social permitem às empresas atingir seus propósitos de forma eficaz e prazerosa ao mesmo tempo. Está é a definição que fundamenta os Eventos de *Coffee Break*.

Planejar o *Coffee Break* de forma estratégica é indispensável para o sucesso do Evento como um todo. Usar estratégias eficazes para organizar e aperfeiçoar o aproveitamento do tempo e dos recursos de que a empresa dispõe foram a base de estudos deste projeto.

Organizar e padronizar algumas ações pode tornar o processo de planejamento mais eficaz e possibilitar uma visualização mais clara dos passos a serem seguidos, economizando, assim, tempo, que poderá ser empregado na realização de outras tarefas.

Outro aspecto fundamental é dedicar algum tempo para avaliar os resultados obtidos com o evento para poder melhorar alguns pontos e também manter um controle de qualidade.

Para alcançar os objetivos deste projeto, foram necessárias pesquisas bibliográficas e também muito diálogo com a organizadora dos Eventos de *Coffee Break* para se chegar à construção de ferramentas estratégicas que serão fundamentais na busca para o melhor aproveitamento de seu tempo, possibilitando também a constatação da qualidade dos serviços prestados com mais eficiência.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo, busca-se a fundamentação teórica para embasar os objetivos deste relatório, visando a demonstrar claramente sua relevância para o projeto proposto. Neste sentido buscamos referencial teórico nas obras de diversos autores como: Cleusa G. Cesca, Idalberto Chiavenato, Maria Cecília Giacaglia, Marlene Matias dentre outros autores que serão citados na integra nas referencias deste relatório.

2.1 CONCEITO DE EVENTO

Evento é um conceito de domínio amplo. Uma dos quais fundamentam este projeto é a concepção proposta pela autora Giacaglia (2004, p. 4):

[...] Com a finalidade de ampliar a esfera de relacionamentos inerentes ao convívio em família, no trabalho, na escola e no lazer, e de quebrar a rotina dos afazeres o homem cria , organiza e participa de reuniões que são genericamente chamadas de eventos.

Tem-se registros de realizações de eventos e de sua importância tanto nas sociedades atuais como nas mais antigas. Ainda, segundo Giacaglia (2004, p. 4), “as empresas enquanto parte integrante a comunidade também participam e organizam eventos quer de âmbito interno ou quer externo”. Também de acordo com a autora, sua organização geralmente fica a cargo do setor de recursos humanos ou de algum voluntario com aptidões e interesses pela organização dos mesmos.

Neto (2011, p. 14) diz que “por meio de sua participação em eventos o homem aprende, e reaprende a ter emoções” e, ainda em seu entender, os eventos são uma forma de absorver novos conhecimentos e ampliar sua visão de mundo.

A autora Cesca, (2008, p. 20) cita que “[...] um evento pode ser definido como a execução de um projeto devidamente planejado de um acontecimento”. Sendo assim, o planejamento, a execução e a avaliação dos resultados obtidos com estes eventos devem receber muita atenção.

2.1.1 Classificação

De acordo com Giacaglia (2004), existem hoje inúmeras possibilidades e tipos de evento capazes de atender a cada um dos objetivos mais específicos e complexos de qualquer empresa. Os diversos tipos de eventos de que uma empresa participa ou organiza podem ser classificados de acordo com vários critérios:

- ✓ Quanto à finalidade: dependendo dos objetivos esperados;
- ✓ Quanto à periodicidade: considerando a periodicidade da realização do evento - mensal, anual, bianual;
- ✓ Quanto à área de abrangência - local, regional, nacional;
- ✓ Quanto ao âmbito - interno e externo;
- ✓ Quanto ao público alvo: dependendo do perfil do público alvo;
- ✓ Quanto ao nível de participação, levando em conta a maneira como as empresas participam do evento - patrocinadores, participantes simples;

Ainda, de acordo com Giacaglia (2004), quanto aos tipos de eventos, considerados mais relevantes para este projeto, têm-se os seguintes conceitos:

- a) Eventos culturais: geralmente em forma de participação de eventos já em cartaz, usualmente patrocinados pela empresa como mostras de arte, ou um evento cultural que desperte o interesse de seus colaboradores.
- b) Eventos desportivos: que são aqueles em que os colaboradores participam de atividades desportivas voltadas exclusivamente para eles ou até mesmo ou participar de competições já existentes fora da empresa.
- c) Eventos Sociais: que são de interesse direto deste Relatório, pois são aqueles que buscam inovar e oferecer algo diferenciado dentro das corporações os mais comuns são os congressos, workshops, etc.. Estes eventos têm o objetivo também de proporcionar a interação social entre os colaboradores e/ou clientes e dentro destes objetivos têm-se os almoços, jantares coquetéis e o *Coffee Breaks*, sobre os quais haverá maior atenção, pois representa o objeto de estudo do projeto desenvolvido durante o estágio.

Saber classificar a tipologia dos eventos é fundamental para as empresas especializadas em organizá-los, pois cada evento necessita ter um planejamento

pensado estrategicamente para atender às suas características específicas, e somente desta forma estas empresas serão capazes de organizar um evento de qualidade.

2.2 DEFINIÇÕES DE *COFFEE BREAK*

De acordo com o *site* Gourmet (2011), o que se pode entender por *Coffee Break* é “parada para um café”. E, ainda segundo o Blog BP8 (2010), pode-se defini-lo como a parada para um cafezinho, suco e guloseimas; esta pausa acontece entre palestras, reuniões, cursos seminários e eventos em geral e é aquela hora para distrair, conversar e comer.

Oferecer este serviço de forma terceirizada envolve muito planejamento e organização, bem como sintonia perfeita entre a contratante e a contratada, para que ambas possam atingir plenamente seus objetivos. E, ainda, de acordo com o *site* Gourmet (2011), o *Coffee Break* é a solução para longas reuniões de trabalho ou palestras e seminários. Geralmente o serviço é em forma de *Buffet* e as pessoas comem em pé no espaço onde é servido.

Segundo Zobaran (2004, p.), “o *Coffee Break* normalmente tem café, chá, águas sucos ou refrigerantes, pequenos biscoitos e eventualmente alguns sanduiches, pois é pensado e calculado para ser rápido, uma breve pausa entre as atividades desenvolvidas”.

Com base nas definições de Eventos Sociais de Cesca (2008), o *Coffee Break* pode ser classificado como tal. Sendo assim, organizar este Evento de forma eficaz é indispensável, bem como avaliar sua qualidade é fundamental para melhorar o seu processo de organização.

2.3 DEFINIÇÕES DE ESTRATÉGIA

A palavra estratégia tem sua origem grega e está diretamente relacionada à área militar. De acordo com o livro Serra, Torres e Torres (2004, p. 4) “a palavra estratégia está ligada quase sempre a dois ou mais competidores disputando o mesmo objetivo”, este conceito se refere a estratégias militares, mas remete também

à realidade competitiva que existe hoje em todas as áreas, inclusive no seguimento de organização de Eventos.

Conceituando estratégia, ainda segundo Serra, Torres e Torres (2004, p. 5) tem-se a seguinte definição “estratégia é por extensão a arte de aplicar os meios disponíveis com vista a consecução de objetivos específicos”. Sendo assim, a utilização de estratégias adequadas à realidade do planejamento de Eventos implica diretamente em sua organização.

De acordo com o texto encontrado no *site* Estratégia (2001), as principais características das estratégias devem ser:

- Criar vantagens competitivas;
- Ser volúveis e compatíveis com os recursos;
- Ser coerentes entre si;
- Buscar o compromisso das pessoas envolvidas;
- Ter grau de risco limitado pela empresa;
- Ser fundamentadas nos princípios da empresa e;
- Ser criativas e inovadoras.

A introdução de estratégias eficientes no planejamento e na organização de Eventos é uma ferramenta capaz de maximizar os acertos e minimizar os erros de todo seu processo. Desta forma, a adaptação destas estratégias deve estar ligada às etapas de planejamento, execução e avaliação, e voltadas para aprimorar estes processos também na organização de *Coffee Break*.

2. 4 DEFINIÇÕES DE PLANEJAMENTO

Sendo o conceito de planejamento bastante amplo, buscam-se fundamentações que mais se aproximam da realidade da organização de Eventos. De acordo com Chiavenato, (2007) o planejamento representa a primeira função administrativa, por ser exatamente a que serve de base para as demais funções, como organização, direção e controle e o planejamento determina onde se pretende chegar, o que fazer para tanto como, quando e em qual sequência deve ser feito.

Ainda, segundo Chiavenato (2007), o planejamento, quanto à sua abrangência, deve ser organizado em três níveis. São eles: Planejamento estratégico, Tático e Operacional.

2.4.1 Planejamento Estratégico

Segundo Chiavenato, (2007), o Planejamento Estratégico compreende as ações a serem desenvolvidas em longo prazo de extrema relevância para a estrutura das atividades a serem empregadas no plano de ação da empresa. Cabe à cúpula da empresa a tomada de decisões, pois elas estão diretamente ligadas aos objetivos a serem alcançados.

Chiavenato (2008) continua dizendo que o planejamento estratégico está relacionado com os objetivos estratégicos a médio e longo prazo que afetam a direção ou a viabilidade da empresa; o planejamento deve maximizar as deficiências, utilizando princípios de maior eficiência, eficácia e efetividade.

2.4.2 Planejamento Tático

Segundo Chiavenato, (2007) o Planejamento Tático se refere ao nível intermediário de organização, e apresenta as ações a serem realizadas para o alcance dos objetivos esperados, além de determinar quem são os responsáveis pela realização destas ações e em que ordem elas devem ser tomadas.

Ainda, de acordo com o autor citado, o Planejamento Tático é um processo permanente e contínuo que deve estar acordado com os objetivos que se pretende alcançar, a fim de que contribua na organização das tarefas executadas diariamente. Este Planejamento também deve estar atento à racionalidade das tomadas de decisões para que elas possam realmente ser implantadas com sucesso.

2.4.3 Planejamento Operacional

Segundo Oliveira (2002), o planejamento operacional pode ser considerado a formalização principalmente através de documentos das metodologias de desenvolvimento empregadas no processo de planejamento e de acordo com

Cesca (2008) estes documentos se fazem necessários para facilitar a rotina na organização do evento e podem também ser muito úteis no controle de qualidade dos mesmos.

Este nível de planejamento, para Chiavenato (2007), refere-se especificamente às tarefas e ações realizadas no nível operacional, ou seja, preocupa-se basicamente com o “o que fazer” e o “como fazer” as ações que devem ser desempenhadas. As ações propostas pelo Planejamento Operacional são decididas em curto prazo, pois dependem de fatores que podem variar de um projeto para o outro.

2.4 A IMPORTÂNCIA DO USO DE ESTRATÉGIAS NO PLANEJAMENTO DE EVENTOS

O processo de planejamento tem início após a classificação do Evento como um *Coffee Break* e definidas as principais diretrizes, como local, data e número de participantes. Segundo Cesca (2008, p. 49), para ter-se os objetivos plenamente atingidos é fundamental que se faça um criterioso planejamento que envolve objetivos, públicos, estratégias, recursos, entre outros fatores.

Ainda, de acordo com a autora, para a excelência no planejamento alguns passos bem estruturados podem auxiliar a organizar e sistematizar este processo. Com alguns pequenos ajustes para a realidade da organização de *Coffee Breaks*, pode-se considerar o uso destas etapas como uma boa estratégia para eliminar o desperdício de tempo.

- Objetivo: definir o que se pretende atingir;
- Público: delimitar o público alvo e a quantidade de participantes;
- Recursos: definir todos os fatores humanos, materiais e físicos que serão empregados no processo;
- Implantação: descrição dos procedimentos desde o início até o fim do projeto;
- Fatores condicionantes: é a definição dos acontecimentos aos quais o projeto fica condicionado para a sua realização;

- Acompanhamento e controle: é a descrição de quem fará a coordenação de todo o processo;
- Avaliação: é feita após o término do evento pela empresa solicitante do evento, em forma de relatório ou questionário;
- Orçamento previsto: deve ser feito detalhadamente listando os serviços fornecidos e seu valor.

A autora Cesca (2008) incentiva a criação ou adaptação de ferramentas capazes de estruturar os elementos envolvidos no planejamento do evento, ou como ela se refere “Pré-Evento”, como estratégia a ser utilizada para a visualização clara destes elementos.

De acordo com Giacaglia (2004), o sucesso na organização de eventos está diretamente ligada ao seu planejamento, e envolve a tomada rápida de decisões, que devem ser definidas no geral em curto prazo. Portanto, cabe ao profissional destinado a cumprir a tarefa de organizar o evento manter-se atualizado e focado no alcance dos objetivos propostos diariamente.

2.5 AVALIAÇÃO E CONTROLE DE QUALIDADE DOS SERVIÇOS DE ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS

Para Matias (2002) avaliar é fundamental para o aprimoramento da organização de um Evento, e as bases para o processo de avaliação do Evento estão contidas nas informações dispostas no planejamento do mesmo. Outro ponto importante neste processo é a avaliação dos resultados alcançados com o Evento.

Como a especialidade da empresa *Executive Coffee Break* é prestação de serviços de fornecimento e organização de *Coffee Break* avaliar o serviço prestado, torna-se fundamental para o controle de qualidade do mesmo, possibilitando ainda a correção de falhas e contribuir para a organização de Eventos futuros.

A avaliação do serviço prestado na organização de Eventos, de acordo com o *site* Sistema, eventos (2011) depende diretamente da satisfação do cliente, pois um cliente satisfeito certamente contratará os serviços prestados novamente e irá fornecer a melhor propaganda, a partir do famoso “boca a boca”. Sendo assim, a adaptação de um questionário avaliando a satisfação do cliente quanto à qualidade

do Evento promovido é uma estratégia para avaliar seu nível de satisfação e os pontos em que o organizador do Evento pode melhorar (MATIAS, 2002).

Uma avaliação eficaz dos resultados obtidos com o evento e a análise da satisfação do cliente atendido contribui de forma significativa para a melhora no controle de qualidade dos mesmos. Este controle de qualidade permite manter o padrão de organização do evento em um nível eficaz, gerando uma relação de confiança entre o prestador de serviço de organização de eventos, neste caso *Coffee Break* e as empresas que utilizam este serviço.

O controle de qualidade na área de prestação de serviços nem sempre é uma tarefa fácil, uma vez que os fatores para determiná-la estão diretamente ligados à satisfação de seu consumidor final. Para Paladidini (2004, p. 193):

A área de prestação de serviços envolve a prestação de serviços propriamente dita e a estruturação de métodos... Não há possibilidade de se separar com nitidez o processo produtivo da prestação do serviço – os dois contribuem. Dessa forma, no ambiente de prestação de serviços a Gestão de Qualidade centra-se fundamentalmente na interação com o usuário. É nesse processo interativo que a qualidade aparece.

Na busca pela introdução de ferramentas estratégicas que possam mensurar a qualidade dos serviços prestados na organização de eventos, Matias (2002) apresenta alguns modelos de questionários, que podem ser aplicados a fim de que se possam coletar os dados necessários para avaliar a qualidade do evento como um todo.

3 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

A empresa *Executive Coffee Break* está situada a Rua Isaias Justino dos Passos, 446, no bairro Presidente Vargas, na cidade de Içara, Santa Catarina. É uma empresa com caráter empreendedor que surgiu da observação da falta de empresas especializadas no ramo de organização de eventos corporativos.

A *Executive* oferece serviços de organização de *Coffe Breaks* empresarias em geral. Este serviço inclui transporte, fornecimento de descartáveis em geral, louças e talheres além de garçom.

A empresa disponibiliza diversos tipos de cardápios adaptáveis às necessidades de cada empresa. E desde sua fundação, em agosto de 2012, busca prestar um serviço de excelência e tornar os momentos de *Coffee Break* agradáveis e motivadores para os participantes.

3.1 AMBIENTE DE TRABALHO

O processo de organização do *coffee break* se por meio do contato telefônico ou via e-mail do possível cliente, em que ele informa o tipo de evento que será realizado, o local e a data do evento, a quantidade de participantes e algumas informações que considerar relevante.

Após este primeiro contato, a *Executive* elabora um orçamento detalhado, definindo o valor por participante e o material que será empregado. Depois de aprovado o orçamento fornecido, tem início o processo de planejamento e organização deste evento.

Este processo consiste em definir a quantidade de alimentos que serão necessários, fazer a encomenda dos alimentos para nossos fornecedores, e algumas horas antes do Evento, buscar os alimentos e levá-los até onde o *Coffee Break* será servido. Também fica a cargo da *Executive* a organização e a decoração do espaço a ser utilizado.

Hoje, a avaliação dos resultados do *Coffe Break* é feita em forma “de boca a boca”, sem que haja uma documentação formalizando esta avaliação.

Durante o estágio foram realizadas atividades de apoio na organização de *Coffee Breaks*, tais como:

- ✓ Atendimento telefônico;
- ✓ Auxílio no processo de montagem e desmontagem do evento;
- ✓ Auxílio na decoração do ambiente onde é servido o *Coffee Break*;
- ✓ Apoio na higienização do material de trabalho.
- ✓ Apoio no planejamento de eventos de *Coffee Break*.

A empresa *Executive Coffee Break* proporcionou um ambiente adequado para a realização do estágio, onde foi possível a visualização clara da rotina de organização e planejamento de eventos. Sendo assim, sempre se mostrou aberta para sugestões que podem contribuir para a melhoria dos serviços prestados e colaborou de forma relevante para o alcance dos objetivos propostos neste projeto.

4 PROPOSTA DE TRABALHO

A proposta de trabalho deste projeto foi a estruturação do planejamento e a organização dos *Coffee Breaks*, através de estratégias como a elaboração de uma planilha demonstrativa das atividades a serem realizadas, em que se torna possível a visualização clara dos elementos envolvidos no processo de organização, como: data, local, horário e também a quantidade exata de cada alimento que será servido no mesmo.

Criou-se também um questionário a ser entregue ao responsável da empresa contratante, para que ele possa avaliar o *Coffee Break* e também fazer sugestões e críticas, se necessário, visando sempre ao aprimoramento dos serviços prestados.

4.1 APLICAÇÃO DA PROPOSTA DE TRABALHO

A proposta de trabalho aplicada durante o estágio esteve fundamentada na pesquisa bibliográfica realizada no decorrer da elaboração do projeto e do relatório do mesmo. Após a observação no ambiente de estágio, pode-se constatar algumas características que podem ser melhoradas para contribuir no planejamento e avaliação dos Eventos de *Coffee Break*.

Segundo Matias (2002, p. 98) “O planejamento é o primeiro esforço organizacional que engloba todas as etapas da preparação e desenvolvimento do evento. E este planejamento deve se dar de forma estratégica”, buscando ferramentas que auxiliem na visualização eficaz dos componentes envolvidos na prestação de serviço de *Coffee Break*.

A estratégia sugerida foi a criação de uma ferramenta de fácil preenchimento e manuseio, em que o organizador do *Coffee Break* possa identificar os dados principais do mesmo, economizando tempo, pois todas as informações estarão ao alcance do organizador e possibilitando a sinalização gráfica das etapas já concluídas, conforme modelo que segue.

QUADRO 1: Modelo de planilha organizadora de elementos envolvidos no planejamento de *Coffee Breaks*

LOCAL DO EVENTO			
DATA			
HORÁRIO			
Nº DE PARTICIPANTES			
	ALIMENTOS		
DESCRIÇÃO	QTD	UNI	FORNECEDOR
SALGADOS FRITOS			
SALGADOS ASSADOS			
BOLOS			
MINI PIZZAS			
	BEBIDAS		
	QTD	UNI	FORNECEDOR
SUCO			
REFRIGERANTE			
ÁGUA			
CAFÉ/ LEITE			

Fonte: Acadêmica Deise de Souza Borges

A efetiva aplicação de uma tabela impressa contendo os dados relevantes ao *Coffee Break* foi considerada eficiente pelo responsável da empresa onde foi realizado o estágio, uma vez que atende às necessidades e está de acordo com os recursos disponíveis na mesma.

A proposta de trabalho foi aplicada também na criação de um questionário a ser entregue ao responsável pela contratação dos serviços de *Coffee Break*, visando a verificar a qualidade do mesmo. Por sugestão do responsável, optou-se por uma avaliação por conceitos, pois o mesmo acredita se tratar de uma linguagem eficiente para o alcance do objetivo proposto pelo questionário.

Para Matias (2002, p. 135), “Avaliar é fundamental para o aprimoramento da organização de eventos”, e como no setor de prestação de serviços de *Coffee*

Break a qualidade está ligada não só aos produtos oferecidos, mas também à qualidade do serviço prestado, torna-se fundamental mensurar a satisfação do cliente para aprimorá-lo cada vez mais. Segue abaixo o modelo proposto para o Questionário de avaliação.

QUADRO 2: Modelo de Questionário de avaliação dos serviços prestados

CLIENTE					
	EXCELENTE	BOM	SATISFATÓRIO	REGULAR	RUIM
1- PONTUALIDADE					
2- DECORAÇÃO					
3 - PROCESSO DE MONTAGEM					
4 - PROCESSO DE DESMONTAGEM					
5 - ATENDIMENTO					
6 - COMIDA					
7- BEBIDA					
8 - SUGESTÕES					
9 - CRÍTICAS					
10- COMO CHEGOU ATÉ NOSSA EMPRESA?					

Fonte: Acadêmica Deise de Souza Borges

Para servir o propósito de avaliar os Serviços prestados pela *Executive Coffee Break*, este questionário deverá ser aplicado ao responsável pela contratação da mesma para que ele possa avaliar e também criticar ou fazer sugestões caso

ache necessário. A análise destes questionários pode apontar os pontos positivos e os aspectos que ainda podem ser melhorados da organização e execução do Evento.

O questionário foi estruturado após uma análise conjunta da fundamentação contida neste relatório e também a vivência durante as atividades realizadas no estágio. Também foi considerada a visão da empresa *Executive Coffee Break* diante aos aspectos que considera determinante para avaliar a qualidade dos serviços prestados.

De acordo com o objetivo geral deste projeto, verificou-se como introduzir estratégias no planejamento e avaliação na organização de *Coffee Breaks*, o principal serviço prestado pela empresa onde o estágio foi realizado. E conforme fundamenta este projeto, sua real aplicação será de grande relevância para o maior aproveitamento de tempo e também e controle de qualidade dos serviços oferecidos.

5 CONCLUSÃO

Os Eventos Sociais, onde se encaixa o *Coffee Break*, têm o objetivo de promover a interação entre os participantes através de momentos agradáveis e descontraídos. Atender a esta expectativa exige uma organização eficiente, além de uma análise constante de sua qualidade. Por meio da pesquisa realizada, bem como a oportunidade do desenvolvimento deste projeto, foi possível verificar que, utilizando ferramentas estratégicas, pode-se facilitar a vida do organizador destes eventos e aperfeiçoar a utilização de seu tempo.

A empresa *Executive Coffee Break*, conforme referencia este relatório, considera o *Coffee Break* um Evento e promove sua organização com dedicação, e percebe-se também sua busca constante por conhecimento e atualização. Sendo assim, a real aplicação da proposta de trabalho deste projeto só irá contribuir para seu crescimento.

Todo o processo de estágio e de preparação do projeto e do relatório contribuiu de maneira relevante para o aumento de conhecimentos da pesquisadora e proporcionou uma oportunidade única de aplicabilidade do que fora estudado na teoria ao longo do curso de graduação.

Uma vez terminado o processo de aplicação da proposta de trabalho recebemos a confirmação, vinda da Empresa onde fora realizado o estágio, de que haverá realmente a introdução das estratégias elaboradas e a certeza de que estas ferramentas irão contribuir para tornar mais eficaz a prestação dos serviços ofertados pela mesma.

REFERÊNCIAS

CESCA, Cleuza G. Gimenes. **Organização de Eventos: Manual para Planejamento e Execução**. São Paulo, Summos Editorial 2008.

CHIAVENATO, Idalberto, **Administração: Teoria Processo e Prática**. 6 ed. Rio de Janeiro Editora Elsevier, 2007.

GIACAGLIA, Maria Cecília. **Organização de Eventos: Teoria E Prática**. São Paulo. Pioneira Thonson Learning, 2004.

MATAS, Marlene. **Organização de Eventos**. 2 ed. São Paulo Manole Ltda.2002.

MELO Neto, Francisco de Paula. **Criatividade Em Eventos**. 2º edição- São Paulo: Editora Contexto. 2001.

PALADINI, Edson Pacheco. **Gestão de Qualidade: Teoria e Prática**. 2 ed. São Paulo. Atlas, 2004.

SERRA Fernando. TORRES, Maria cândida. TORRES, Alexandre Pavan. **Administração Estratégica: Conceitos – Roteiro Prático – Casos**. Rio de Janeiro. Reichmann& Afonso Editores, 2004.

ZOBARUN, Sérgio .**Evento É Assim Mesmo!:** Do Conceito ao Brinde.Rio. 2 ed.Rio de Janeiro. Editora Senac Rio, 2004.

Afinal, O Que É *Coffee Break*?. Disponível em:

<http://www.gourmetcoffeebreak.com.br/2011/11/afinal-o-que-e-um-coffee-break/>
05.11.2011. Acessado em: 15.10.2013.

Experimente Planejar Organizar E Realizar Eventos Privados E Corporativos.

Disponível em: <http://www.sistemaeventos.com/promoter-3/>.15.01.2010 acesso em 30/10/2013

PORTER, Michel. **O que è Estratégia**. Disponível em:

<http://www.strategia.com.br/Alunos/2001-2/Estrategia/125/Estrategia.htm>
[23.05.2011](http://www.strategia.com.br/Alunos/2001-2/Estrategia/125/Estrategia.htm). Acessado em 20/05/2013