

## EMPRESA DE ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS

### FICHA TÉCNICA

**Setor da Economia** : terciário

**Ramo de Atividade** : prestação de serviços

**Tipo de Negócio** : organização de festas e eventos.

**Produtos Ofertados/Produzidos** : Organização e gerenciamento de congressos, convenções, seminários, simpósios, conferências, feiras, inaugurações, solenidades de posse, casamento, aniversário, batizado, formatura, bodas, confraternizações, convenções, jantares ou qualquer outro evento.

**Investimento inicial** : R\$ 20 mil

**Área**: 40 m<sup>2</sup>

### APRESENTAÇÃO

Quando o assunto for gerenciamento de congressos, convenções, seminários, feiras, solenidades de posse, casamento, aniversário, formatura, bodas, confraternizações, convenções ou qualquer outro evento que tenha como meta "dar certo sem dar trabalho" é melhor procurar uma empresa especializada neste assunto.

A realização de um evento é algo que lida diretamente com as emoções das pessoas, pois geralmente trata-se de um momento muito especial. Assim, o ideal é procurar empresas especializadas no planejamento, organização e execução da festa.

Organizar um evento exige tempo e muita disposição, primeiro para organizar, depois supervisionar o funcionamento dos preparativos durante o evento e por fim limpar e colocar tudo em ordem.

Conhecidos como organizadores de eventos, empresários do ramo proporcionam a seus clientes momentos de alegria e satisfação, em um local privilegiado no qual os anfitriões e os convidados se sentirão a vontade, confortáveis e bem atendidos.

E para manter-se no mercado, estas empresas devem buscar cada vez mais o profissionalismo e qualidade nos serviços prestados, cuidando das atividades antes, durante e pós-evento, certificando-se de que as expectativas dos clientes foram atendidas e superadas.

### MERCADO

O mercado de organização de eventos no Brasil está em ascensão, já que cada vez mais é reconhecida a importância da realização de eventos para divulgar ou fixar uma marca, estreitar relacionamento com clientes e entretenimento. Nesse ramo de negócio, o mercado se mostra bastante estável e é aquecido na medida em que o empreendedor diversifica os serviços.

Porém, é importante verificar se há carência de empresas organizadoras eventos região onde se quer atuar, os concorrentes, fornecedores e parceiros, depois fazer uma pesquisa sobre o perfil do público-alvo conhecer suas características de compra, seu o perfil, quem serão seus futuros clientes, tais como poder aquisitivo, faixa etária, ocupação, entre outros.

Nesse ramo, a execução dos projetos em geral é terceirizada. Ter bons fornecedores é fundamental. São decoradores, montadores de stands, bufês, arquitetos, fabricantes de brindes, floriculturas, equipes de sonorização, garçons, segurança, decoradores, DJs, bandas, mestre de cerimônia, entre outros.

Portanto, é válido lembrar que o empreendedor deve estar sempre atento à sua capacidade de atendimento, para depois assumir os compromissos, pois caso isto não aconteça ele poderá criar uma imagem negativa no mercado e levar sua empresa ao fracasso.

## **LOCALIZAÇÃO**

A escolha do local e do espaço físico necessário para instalar seu negócio de organização de eventos é uma decisão pouco importante para o sucesso do empreendimento, pois o trabalho de agenciamento é simplesmente de escritório. O local deve oferecer uma infra-estrutura necessária para sua instalação e ainda propiciar o seu crescimento, ter acesso fácil e permanência confortável para os clientes.

E lembre-se de que a atividade econômica da maioria das cidades é regulamentada em conformidade com um plano diretor urbano (PDU) de cada município. É essa lei que determina o tipo de atividade que pode funcionar no imóvel ou no local escolhido para a instalação da empresa. Assim é necessário que cada empreendedor procure a prefeitura de sua cidade para obter maiores informações.

## **ESTRUTURA**

Uma das vantagens de se montar um negócio desse tipo é que não é preciso criar uma grande estrutura. A atividade exige basicamente uma sala para os serviços administrativos e as reuniões com os interessados.

Portanto, com uma área de 40m<sup>2</sup> já é perfeitamente adequada as atividades.

## **EQUIPAMENTOS**

Os equipamentos básicos são aqueles usados no escritório, tais como: computadores, projetor de multimídia, fax, impressoras, linhas telefônicas, móveis e utensílios.

## **INVESTIMENTO**

Uma das vantagens do negócio é o baixo investimento, que gira em torno de R\$ 20 mil. O valor cobre despesas como a entrada no aluguel de um escritório, a montagem da estrutura (fax, telefone, computador) e o capital de giro.

O valor pode variar de acordo com o porte da estrutura do empreendimento, além dos serviços que a empresa irá terceirizar.

## **PESSOAL**

Para o escritório, não são necessários mais do que três pessoas: o dono, um auxiliar administrativo, que também faça o atendimento e um profissional da área de marketing, vendas e comunicação.

Porém, conforme o direcionamento dado à empresa, o quadro das pessoas envolvidas poderá contemplar maior ou menor número de pessoas, normalmente terceirizados.

Cada evento tem as suas próprias necessidades. Assim, os profissionais devem ser

contratados de acordo com a demanda de trabalho. Mas você deve ficar atento à qualidade da mão-de-obra e à agilidade de execução dos serviços. Um evento que começa atrasado com certeza perde todo o brilho.

Seguindo este princípio, o quadro poderá ser formado - em alguns casos de forma opcional e em outros de forma obrigatória - por recepcionistas bilingües ou trilingües, recepcionistas de “stand” (modelos e manequins), secretárias executivas, coordenador de montagem de “stand”, coordenadores de plenária, protocolo, recepção, copeiras, digitadores, fotógrafos, garçons, guias de turismo, intérpretes, assessoria de Imprensa, mestre de cerimônia, seguranças, motoristas para recepção VIP, operadores de recursos audiovisuais, etc.

E não se esqueça de que precisará coordenar equipes pertencentes a empresas diferentes. E todas devem trabalhar em sintonia para que tudo saia como planejado.

## **PROCESSOS PRODUTIVOS**

Da produção dos convites à contratação dos manobristas do estacionamento, dos garçons ao bufê. E mais: atrações musicais, brindes, cenografia, performances teatrais e tudo mais que o cliente desejar. Uma eficiente empresa de organização de eventos deve estar sempre preparadíssima para oferecer toda a estrutura que a atividade exige. E, para começar, ao contrário do que pode parecer à primeira vista, você não precisa mais do que um telefone, um computador e uma boa rede de fornecedores.

A gama de serviços a ser ofertada é muito grande, serviços esses, que são basicamente a organização de: seminários, workshops, lançamento de produtos, inauguração de fábricas, coletivas de imprensa e badalados happy hours, almoços e coquetéis para empresas, etc.

Em alguns casos de empreendimentos de maior porte, são agregados serviços de bufê, decoração, segurança, limpeza, estacionamento com manobristas, serviços de filmagem, fotografia, sonorização, iluminação, vídeo em circuito fechado de TV e até um serviço de UTI móvel. Tudo dependerá do volume de investimento disponível. E para se alcançar uma posição diferenciada no mercado a empresa deve criar mecanismos que ofereçam garantias específicas do que foi contratado pelo cliente. Com esta prática cria-se uma relação de confiança, essencial para que o trabalho seja produtivo. Pensando nisto, discriminar os serviços ofertados (e pelos quais a empresa é responsável), o compromisso com os cuidados para preservação do imóvel, dentre outras questões, através de um contrato que contemple todas estas questões, apresenta-se como uma prática aconselhável. Outras dicas interessantes: ter um “breafing” (resumo) do evento, adotar um questionário que identifique as reais necessidades do contratante e identifique eventuais falhas “pós-evento”.

Não planejar o passo a passo do evento, abrindo espaço para imprevistos inconcebíveis, desconhecer técnicas de organização de eventos, mobilizar inadequadamente o público para o tipo de evento, divulgar de forma equivocada, se entregar ao amadorismo e à improvisação, ou abrir espaço para a projeção orçamentária incorreta. Estas são algumas falhas que o eliminam do mercado.

No caminho para o sucesso, estão o planejamento técnico do evento, com definição de objetivos, público, estratégias, gestão econômico-financeira e resultados; profissionalismo; transparência no relacionamento com o cliente e na divulgação do evento; conhecimento das normas de cerimonial, protocolo e regras de etiqueta; gerenciamento do evento; melhorias de resultados e da relação custo/benefício; atualização e reciclagem de empreendedores e profissionais. Enfim, o importante é trabalhar com muito profissionalismo, ter experiência em diversas áreas, manter

uma ampla rede de contatos selecionar bem os fornecedores e, principalmente, ter disponibilidade integral.

É importante lembrar também que o sucesso de um evento depende de quem está por trás dele. Portanto, neste ramo, ser amador ou mero organizador de festinhas, está fora de questão. Não há lugar para improvisações.

### 1 . Etapas do processo:

Apesar de não haver uma rotina específica, é necessário contar com muita disciplina e organização.

De maneira geral, as etapas básicas para a organização de um evento são: reuniões para determinar a necessidade do cliente; elaboração do projeto em si (inclusive levantamento de custos); apresentação da proposta ao cliente para discussão e ajustes da aprovação; contratação de prestadores de serviço de divulgação (mala direta, imprensa) e supervisão do trabalho dos fornecedores.

Enfim são três as principais etapas:

ETAPA	ATIVIDADES
<b>Antes do evento</b>	Elaborar processos de patrocínio e captação de recursos; Assessorar na escolha da transportadora aérea oficial e dos hotéis a serem conveniados ao evento; Criar logotipo, peças administrativas e de divulgação do evento; Desenvolver estratégia de mídia, definindo veículos e cronograma de divulgação; Criar e/ou ampliar o “mailing” (banco de dados de clientes potenciais ou virtuais); Remeter / controlar / arquivar a correspondência postada e recebida; Desenvolver “layout” (arranjo físico) de auditórios, secretarias, salas VIP, imprensa, coordenação, etc; Elaborar planejamento para seleção, compra ou locação de materiais, serviços e equipamentos de terceiros.
<b>Durante o evento</b>	Montar a estrutura física conforme “layout”; Controlar a instalação e operacionalização diária dos serviços contratados; Assessoria no desenvolvimento do cerimonial da abertura; Coordenação dos serviços de secretaria executiva; Controle das condições físicas do ambiente; Acompanhamento e supervisão dos serviços de “coffe break”, limpeza e organização.
<b>Depois do evento</b>	Apresentar relatórios e contas; Postar cartas de agradecimento à patrocinadores, colaboradores e fornecedores; Organizar arquivos de documentação geral do evento.

## **2. Organização de Casamentos**

Até bem pouco tempo atrás, recorrer a empresas que se encarregam de todos os detalhes do evento era coisa de gente famosa, que não queria mover uma palha para desfrutar de bons serviços. Nos últimos anos, porém, pessoas da classe média também começaram a usar os serviços. São consumidores que já não querem mais recorrer a empresas diferentes para contratar, por exemplo, serviços de bufê, decoração do salão, aluguel de carros, etc. Eles preferem bater numa única porta, uma empresa que resolva e controle tudo.

Nesse caso, a empresa de organização de eventos oferece aos noivos os mais diferentes tipos de assessoria, desde a providência da papelada do casamento, passando por detalhes da cerimônia, decoração do local da festa até a viagem de lua-de-mel.

## **3. Organização de feiras, congressos e convenções**

Aquisição de novos conhecimentos, troca de experiências e aproximação de setores complementares de negócios são alguns dos benefícios proporcionados por eventos como feiras, congressos, exposições e seminários.

Empresários e executivos de todos os ramos estão cada vez mais conscientes disso, e é por isso que o segmento especializado na organização de eventos vem apresentando expansão anual na base de 10% nos últimos tempos, segundo dados da Associação Brasileira das Empresas de Eventos (Abeoc).

## **COMEÇANDO**

Estar preparado para coordenar o trabalho de todos os envolvidos é o ponto-chave desse negócio. Quem pensa em ingressar na área deve ancorar-se em três pilares básicos: no setor operacional, esforçar-se para preparar e organizar o evento de forma impecável; no comercial, preocupar-se sempre em captar clientes; na administração, manter tudo sob controle, para evitar transtornos nos eventos e não perder dinheiro. O chamado 'plano b' é essencial para uma empresa de eventos. Você tem de estar preparado para imprevistos como o atraso.

Por fim, o sucesso nesse ramo depende de metodologia de trabalho e disciplina na execução da tarefa. Além disso, é fundamental saber fazer um planejamento seguido de uma estratégia para alcançar o objetivo. Portanto é imprescindível ao empreendedor ser um "Gestor de Projetos".

## **CLIENTES**

Conhecer e caracterizar quem são seus futuros clientes, o que eles compram e por que eles compram, como são feitas as compras, quando eles compram e as tendências de compra deles é essencial ao sucesso de seu negócio.

Conhecer e analisar os consumidores, concorrentes, fornecedores, e o ambiente macroeconômico, é muito importante para revisar e se adaptar aos novos desafios e oportunidades do mercado. Uma visão de fora para dentro em seu futuro negócio e uma análise do próprio mercado em que você vai entrar, é um instrumento estratégico para seus objetivos.

Sua empresa precisa identificar os segmentos de mercado específicos que você deseja conquistar.

Analisar o potencial do mercado onde será iniciado seu negócio é muito importante,

nessa análise pode-se verificar a renda, idade, classe social dos futuros consumidores.

## DIVULGAÇÃO

Num plano de marketing é importante o conhecimento de elementos como preço, produto (serviço), ponto (localização) e promoção, o mix de marketing. Avaliar os desejos e necessidades de seus clientes ou usuários em relação a funções, finanças, perfil e características pessoais, conhecendo seus clientes.

Assim o plano de comunicação será bem direcionado ao público que se deseja atingir, facilitando a escolha do veículo de comunicação (TV, rádio, jornal, outdoor, panfletos etc) e a mensagem que se deseja passar e cativar os clientes, além de estimulá-los as compras.

Uma forma que ainda dá muito certo é investir no excelente atendimento e nos produtos de qualidade, pois isto irá conquistar e fidelizar os clientes que farão a propaganda boca a boca, uma das mais baratas e eficientes formas de divulgação.

Um bom começo é participar de feiras, congressos e seminários. Se relacionar com pessoas-chave nas áreas de marketing e relações públicas de empresas ajuda, pois são elas que, normalmente, requisitam os serviços de organização de eventos.

Outra boa forma de se obter clientes é criar uma homepage na internet.

## DIVERSIFICAÇÃO

Com o propósito de diversificar, a empresa pode oferecer telegramas animados, serenatas, animações para crianças, palestras para empresas e teatro para convenções.

Para atrair os clientes, geralmente anuncio em revistas e distribuo muitos cartões em cada evento realizado.

Não é necessário ter funcionários fixos. Mas em algumas situações, há necessidade de contratar uma equipe que é chamada para cada evento. São atores, atrizes, músicos e recreadores, contratados de acordo com a necessidade.

## LEMBRETES

É importante lembrar que o sucesso de um evento depende de quem está por trás dele. Portanto, neste ramo, ser amador ou mero organizador de festinhas, está fora de questão. Não há lugar para improvisação .

## NOTÍCIAS

Publicado em: 18/12/2008 14:31

### **Summus Editorial lança livro sobre organização de eventos**

#### **Redação Portal IMPRENSA**

Cleuza G. Gimenes Cesca oferece uma contribuição essencial para os profissionais que querem se aprofundar em organização de eventos. É um material para os cursos das diversas áreas da comunicação social, bem como para agências de publicidade e setores de marketing, vendas e recursos humanos de qualquer organização.

Na obra "Organização de eventos - Manual para planejamento e execução", em 9ª edição revista e atualizada, são estudados os aspectos fundamentais da escolha e definição de eventos.

"Por meio do evento, é possível atrair a atenção do público de interesse para a organização. A atração exercida por esse tipo de atividade é uma maneira eficiente forma de elevar, manter ou recuperar o conceito da empresa", afirma autora. Segundo ela, é o momento em que a organização "fica exposta aos seus diversos públicos, daí a necessidade de se realizar um trabalho profissional e competente, a fim de evitar divulgação negativa".

A organização de eventos está entre as diversas atividades que contribuem para a divulgação e consolidação da imagem institucional e comercial de uma empresa. Trata-se de uma atividade que cresce cada vez mais, pois, além de apresentar um índice custo/benefício reconhecidamente vantajoso, proporciona melhores relações entre empresas e clientes, fornecedores, mídia e público em geral.

Com o desenvolvimento dessa atividade, torna-se essencial que ela seja exercida por profissionais vinculados à área de relações públicas, e não por meros curiosos. A escolha do evento adequado para cada circunstância, a elaboração detalhada do projeto, a execução e as minúcias operacionais, que vão das correspondências e convites às formalidades cerimoniais, são aspectos importantes para o sucesso do evento e devem ser considerados desde o primeiro momento. O livro tem 200 páginas e custa R\$ 39,60.

Fonte: <http://portalimprensa.uol.com.br/portal/livros/2008/12/18/imprensa24953.shtml>

## **CURSOS E TREINAMENTOS**

O gestor de eventos deve procurar capacitar-se em questões como administração e logística, além de passar noções de etiqueta, estética e de cerimonial.

Os cursos de empreendedorismo também dão base para estruturar o seu plano de negócios, planejar a empresa e desenvolver características próprias e indispensáveis a empreendedores.

### **Iniciando um Pequeno Grande Negócio**

#### **Empretec**

SEBRAE/ES

Av. Jerônimo Monteiro, 935

Ed. Sebrae – Centro

Vitória/ES

CEP: 29010-003

Tel.: 0800 – 570 0800

### **Administração Básica para Pequenas Empresas**

O Administração Básica para Pequenas Empresas tem o objetivo de levar aos empresários informações sobre as principais áreas da administração de uma pequena empresa. É um instrumento para que os obstáculos encontrados sejam superados com maior facilidade ampliando, conseqüentemente, o horizonte de conhecimentos necessários nessa função.

SEBRAE/ES

Av. Jerônimo Monteiro, 935

Ed. Sebrae – Centro

Vitória/ES

CEP: 29010-003

Tel.: 0800 – 570 0800

**SENAC - Tel: 0800-8832000**

Senac Vitória . <http://www.es.senac.br/>

Av. Marechal Mascarenhas de Moraes, 2077 - Bento Ferreira – Vitória - ES

CEP 29050-625

Telefax: (27) 3325-8222

Disque Cursos: (27) 3325-8311

Procurar cursos de Gestão de Projetos

## EVENTOS

### **Fispal Food Service 2006 - 25ª Feira Internacional de Produtos e Serviços para Alimentação - 2009**

Período: 15 a 18 de junho de 2009

LOCAL: Expo Center Norte

São Paulo – SP

[www.fispal.com](http://www.fispal.com)

### **BRAZIL PROMOTION 2009 - FEIRA DE MARKETING PROMOCIONAL**

Período: 04 a 06 de agosto de 2009, das 14 às 21 horas.

Transamérica Expo Center - São Paulo – SP

Site oficial: [www.brazilpromotion.com.br](http://www.brazilpromotion.com.br)

## LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA

Cabe sugerir consulta à “ **CARTILHA DO FORNECEDOR CAPIXABA**”, que se encontra disponível na Biblioteca do SEBRAE/ES ou pelo site:

[http://www.procon.es.gov.br/download/Cartilha\\_Fornecedor\\_Capixaba.pdf](http://www.procon.es.gov.br/download/Cartilha_Fornecedor_Capixaba.pdf)

Essa atividade exige o conhecimento de algumas leis:

- Lei Federal nº. 8.078/1990 - Código de Defesa do Consumidor. Alterada pela Lei nº 8.656/1993, Lei nº 8.703/1993, Lei nº 8.884/1994, Lei nº 9.008/1995, Lei nº 9.298/1996, Lei nº 9.870/1999, Lei nº 11.785/2008 e Lei nº 11.800/2008.

- Lei Municipal nº. 6.080/2003 – Código de Posturas e Atividades Urbanas do Município de Vitória. Altera os artigos nºs 20,27,43 e 67 da Lei nº 5.954/03 - Regulamentada pelo Decreto nº 11.975/04. Ref.Proc. 5766168/03. Lei nº 6412-05-acrescenta inciso IX ao § 2º.Alterada pelas Leis nºs 6679/06 e 6680/06. Acrescentado inciso IX ao § 2º do Art. 99, pela Lei nº 7.063/07. Regulamentado inciso III do Art. 194, pelo Decreto nº 13.853/08. Acrescentado artigos pela Lei nº 7.598/08.

As Boas Práticas (BP) são procedimentos que devem ser adotados por serviços de alimentação, a fim de garantir a qualidade higiênico-sanitária e a conformidade destes produtos com a legislação vigente. A RDC 216/04 tem como principal objetivo: proteger a saúde da população; aperfeiçoar as ações de controle sanitário; e proporcionar a melhoria das condições higiênico-sanitárias dos alimentos



preparados.

- Resolução de Diretoria Colegiada - RDC nº 216 da ANVISA, de 15 de setembro de 2004 - Em vigor dia 15 de março de 2005.

Dispõe sobre Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação.

Maiores informações ANVISA (Agência Nacional da Vigilância Sanitária) –

## **REGISTRO ESPECIAL**

Para registrar sua empresa você precisa de um contador. Profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa, auxiliá-lo na escolha da forma jurídica mais adequada para o seu projeto e preencher os formulários exigidos pelos órgãos públicos de inscrição de pessoas jurídicas. Além disso, ele é conhecedor da legislação tributária à qual está subordinada a nossa produção e comercialização. Mas, na hora de escolher tal prestador de serviço, deve-se dar preferência a profissionais qualificados, que tenha boa reputação no mercado e melhor que seja indicado por alguém que já tenha estabelecido com ele uma relação de trabalho.

Para legalizar a empresa é necessário procurar os órgãos responsáveis para as devidas inscrições:

- Registro na Junta Comercial ou Registro no Cartório de Registro Civil das Pessoas Jurídicas;
- Registro na Secretaria da Receita Federal;
- Registro na Prefeitura do Município;
- Registro no INSS;
- Registro no Sindicato Patronal (empresa ficará obrigada a recolher por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano, a Contribuição Sindical Patronal);
- Registro na Prefeitura para obter o alvará de funcionamento;
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social - INSS”;
- Você deve procurar a prefeitura da cidade onde pretende montar sua empresa de organização de eventos para fazer a consulta de local e efetuar a inscrição municipal para obter o alvará de funcionamento.

Atualmente, a atividade é regulada pela Empresa Brasileira de Turismo (Embratur), junto à qual as empresas do ramo devem se registrar, para que possam trabalhar com eventos do calendário turístico.

## **ENTIDADES**

### **CENTRAL FÁCIL – CENTRAL DE ATENDIMENTO EMPRESARIAL**

É um sistema de atendimento que prevê a simplificação, racionalização e padronização dos processos de abertura de empresas com redução da burocracia.

Avenida Nossa Senhora da Penha, 1433 – Santa Luzia – Vitória – ES

CEP 29045-401

Fone: (27) 2127- 3000

### **PROCON – Vitória**

Casa do Cidadão João Luiz Barone

Av. Maruípe, nº. 2544 – Itararé, Vitória/ES

CEP: 29.045-230

3382-5536 e 3382-5539

E-mail: [procon@vitoria.es.goc.br](mailto:procon@vitoria.es.goc.br)

<http://www.vitoria.es.gov.br/procon/procon.htm>

### **Junta Comercial do Estado do Espírito Santo**

Av. Nossa Senhora da Penha, 1433, Praia do Canto - Vitória/ES

CEP: 29045-401

Tel.: (27) 3135-3167

<http://www.jucees.es.gov.br>

### **PREFEITURA DE VITÓRIA**

SEDEC – DCOPP – Secretaria de Desenvolvimento Urbano

Rua Vitória Nunes da Mota, 220, CIAC, Ed. Ítalo Batan Regis, Enseada do Suá – Vitória/ES

CEP: 29010-331

Tel.: (27) 3135-1097

<http://www.vitoria.es.gov.br/home.htm>

### **PREFEITURA DE VITÓRIA**

SEMUS - Sec. Municipal de Saúde – Vigilância Sanitária do Município de Vitória.

Av. Mal. Mascarenhas de Moraes, 1185

Forte São João – Vitória/ES

CEP: 29010-331

Tel.: (0xx27) 3132-5047 / 3132-5044 / 3132-5045

### **SECRETARIA DE ESTADO DA FAZENDA DO ESPÍRITO SANTO**

Rua Duque de Caxias, no. 105

Centro – Vitória/ES

CEP: 29010-002

Tel.: (27) 3380-3922 / 3848 / 3894 - Fax: (27) 3380-3963

E-mail: [crrvitoria@sefa.es.gov.br](mailto:crrvitoria@sefa.es.gov.br)

<http://www.sefaz.es.gov.br>

### **AGENCIA ESTADUAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA**

Av. Marechal Mascarenhas de Moraes, 2025, Bento Ferreira, Vitória/ES

CEP: 29052-121

Tel.: (27) 3137 –2427 - Fax: (27) 3137- 2432 / 2472

E-mail: [visa@saude.es.gov.br](mailto:visa@saude.es.gov.br)

<http://www.saude.es.gov.br>

### **ABEOC – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE EVENTOS**

#### **ABEOC NACIONAL**

Rua Teixeira da Silva, 660 - 10º andar - conj. 101 - Paraíso - São Paulo/SP.

CEP: - 04002-033

Tel.: (11) 3887-3743

[abeoc@abeoc.org.br](mailto:abeoc@abeoc.org.br)

<http://www.abeoc.org.br/>

ABEOC Espírito Santo

Tel.: (27) 3337-6855

abeoces@abeoc.org.br

## **ABRASEL ESPÍRITO SANTO - SINDIBARES**

Rua Misael Pedreira da Silva, 138 - Salas 610/611 - Vitória - (ES)

29052-270

Tel. (27) 3324 1271

<http://www.abrasel.com.br>

<http://www.sindbares.com.br>

## **UBRAFE – União Brasileira dos Promotores de Feiras**

Rua Bela Cintra, 746 - cj. 42 – Consolação/SP.

Tel./Fax: (11) 3120-7099

e-mail: [ubrafe@ubrafe.com.br](mailto:ubrafe@ubrafe.com.br)

[www.ubrafe.com.br](http://www.ubrafe.com.br)

## **FORNECEDORES E FABRICANTES**

**O SEBRAE/ES se isenta de responsabilidades quanto à forma da atuação das empresas no mercado.**

### *Equipamentos de som e iluminação*

#### **Reflex Som Ltda**

CLS 303 Bloco "C" Loja 09. Brasília - Asa Sul /DF.

Tel.: (61) 3224-5482 ou (61) 3323-4709.

<http://www.reflexsom.com.br/>

#### **Staner Eletrônica Ltda.**

Rod. Assis Chateaubriand, km 454 - Presidente Prudente/SP.

CEP 19053-680

Tel.: (18) 3223-7000

Fax: (18) 3222-1660

[http://www.staner.com/index\\_1.htm](http://www.staner.com/index_1.htm)

#### **Ciclotron Indústria Eletrônica Ltda.**

Av. Industrial, 570 - Distrito Industrial/SP.

Tel. : (14) 3642- 2000 .

Fax: (14) 3641- 2988

<http://www.ciclotron.com.br/>

#### **Selenium**

Distribuidor no Espírito Santo: Ativa Comércio e Representações Ltda  
R. Antero de Almeida, 89. Sala.105. Vitória/ES.  
Tel.: (27) 33236810  
<http://www.selenium.com.br/>

### **Cozinha / equipamentos**

#### **Assistec Refrigeração**

R. Aurora de Aguiar Ferreira, 251. Loja 9 - Vitória/ES.  
Tel.:(27) 3337-3460

#### **Cozinha e Cia Profissional**

Av. Leitão da Silva, 1381 – Vitória / ES.  
CEP: 29045-201  
Tel.: (27) 3225-4270  
E-mail: [cozecia@uol.com.br](mailto:cozecia@uol.com.br)

#### **Cozinha e Utilidades**

Av. Mal. Mascarenhas de Moraes, 2741, Bento Ferreira - Vitória/ES.  
CEP: 29050-625  
PABX: (27) 3325-4122

#### **Portugal e Herkenhoff Ltda - Máquinas e Equipamentos para Instalações Comerciais (Bares, Restaurantes, Lanchonetes, Supermercados, etc)**

Av. Fernando Ferrari, 3315 – Bairro Jabour - Vitória / ES  
Tel.: (27) 3327-6262  
E-mail: [comercial@portugal.com.br](mailto:comercial@portugal.com.br)  
Site: <http://www.portugalmq.com.br>

#### **ACIMAQ – Máquinas e Equipamentos**

Av. Expedito Garcia, 21 – Campo Grande. Cariacica/ES  
CEP: 29146-201  
Tel.: (27) 3346 5111  
E-mail: [acimaq@acimaq.com.br](mailto:acimaq@acimaq.com.br)  
<http://www.acimaq.com.br>

#### **Aço Inoxidável Fabril Guarulhos (Fortinox) S.A.**

R. Augusta, 19 - V. Augusta - Guarulhos - SP.  
CEP: 07025-130  
Tel.:(11) 6918-4377  
[Frlanzaacoinox@uol.com.br](mailto:Frlanzaacoinox@uol.com.br)

#### **Mundial**

Rua Jacofer, 255 Bairro do Limão - São Paulo/SP  
CEP: 02712 070  
Tel.: (11) 3933-9000  
E-mail: [jbarrosss@uol.com.br](mailto:jbarrosss@uol.com.br)

#### **Topema Indústria e Comércio Ltda**

Av. Roberto Gordon, 171 - Diadema - São Paulo/SP  
CEP: 09990-090

Tel.: (55) 11- 4071-3033  
Fax: (55) 11-4071-1117  
Site: <http://www.topema.com>  
E-mail: [topema@topema.com](mailto:topema@topema.com)

**Bluker Ind. e Com. de Maq. Ltda**

R. Das Juntas Provisórias,1338  
- São Paulo /SP.  
CEP:04214-010  
Tel.: 11-6914.7565  
Fax: 11- 273.1139  
Site: [www.bluker.com.br](http://www.bluker.com.br)

**MF Cozinhas Industriais Ltda.**

Rua Arlindo Marchetti, 210 - S.Caetano do Sul/ SP.  
CEP: 09560-410  
Tel.: (11) 4220.2880  
Fax: (11)4220.2880  
Email: [cookmachine@mfczinhas.com.br](mailto:cookmachine@mfczinhas.com.br)  
Site: [www.mfcozinhas.com.br](http://www.mfcozinhas.com.br)

**Pratica Produtos Ltda**

Av. Juscelino Kubitschek, 240 - Pouso Alegre/MG.  
CEP: 37550-000  
Tel: -0800.355033  
Site: [www.praticafornos.com.br](http://www.praticafornos.com.br)

**Pratica Produtos Ltda**

Av. Juscelino Kubitschek, 240 - Pouso Alegre /MG.  
CEP: 37550-000  
Tel.: 0800.355033  
Site: [www.praticafornos.com.br](http://www.praticafornos.com.br)

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

PRODUÇÕES DE FESTA. Mulher de Negócios, Nº 03, 1995, p. 21-26.  
DIORIO, Rocheli. Boa fase para os organizadores de eventos. Estado de São Paulo, São Paulo, 08/04/97.  
PROMOÇÃO DE EVENTOS. Folha de São Paulo, São Paulo, 09/02/97.  
FIAUS, Gisele de Vasconcellos. Como montar uma empresa de promoção de eventos?. Folha de São Paulo, São Paulo, 02/06/96.  
PEGN nov/00  
Aiub, George Wilson; ANDREOLLA, Nadir; ALLEGRETTI, Rogério Della Fávera. Plano de Negócios: Serviços.. 2 ed. Porto Alegre : Ed. SEBRAE/RS, 2000.  
SEBRAE/RJ. Turismo: organização de eventos. Rio de Janeiro: Ed. SEBRAE, 1999.  
CESCA, Cleuza Gertrude Gimenes. Organização de eventos. São Paulo: Ed. Summus, 1997.  
SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir

marcas e empresas de sucesso. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 1999.

ANDRADE, Patrícia Carlos de. Oriente-se: guia de profissões e mercado de trabalho. Rio de Janeiro: Ed. Oriente-se, 2000.

CHAGAS, Fernando Celso Dolabela . O segredo de Luísa - uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce um empreendedor e se cria uma empresa. 14 ed. São Paulo: Cultura Editores e Associados, 1999.

Luciana Maria Liveraro. Abracadabra corporativo. Revista Meu Próprio Negócio, 01/09/2005.

Daniel Lisboa. Pode deixar tudo comigo. Revista Meu Próprio Negócio-Especial, 01/12/2005.

Seja Seu Patrão – PEGN, 01/05/2005.

Luciana Maria Liveraro. Evento sob medida. Revista Meu Próprio Negócio, 01/02/2006.

Luciana Maria Liveraro. Para animar a festa revista. Meu Próprio Negócio 01/01/2006.

Oportunidade de Negócio é um material meramente informativo acerca dos empreendimentos existentes no segmento correspondente ao seu título. Os dados apresentados são extraídos de publicações técnicas e, em linhas gerais, não têm a pretensão de ser um guia para a implementação dos respectivos negócios. É destinada apenas à apresentação de um panorama da atividade ao futuro empresário, que poderá enriquecer suas idéias com as informações apresentadas, mas carecerá de um estudo mais detalhado e específico para a implementação do seu empreendimento.

#### **ÁREA RESPONSÁVEL E DATA DE ATUALIZAÇÃO :**

UAD - Unidade de Atendimento e Desenvolvimento – SEBRAE/ES

Data da última atualização: Dezembro/2008