


INSTITUTO FEDERAL DE  BRASÍLIA  
CAMPUS BRASÍLIA  
TECNÓLOGO EM EVENTOS

Barbara Bianca Santos Faria

**Mercado de produção e execução de eventos:**  
Uma análise do Distrito Federal

Brasília  
2019

## **Mercado de produção e execução de eventos: Uma análise do distrito Federal**

Barbara Bianca Santos Faria<sup>1</sup> - Instituto Federal de Brasília.

Rodrigo Cardoso da Silva<sup>2</sup> - Instituto Federal de Brasília

**Resumo:** Esse trabalho busca pesquisar e identificar o Mercado de produção de evento no DF, com o objetivo principal de explorar a constituição do mercado de eventos no Distrito Federal, realizando uma análise descritiva das empresas organizadoras de eventos e das que prestam apoio. Metodologicamente o trabalho se caracteriza como pesquisa de cunho quantitativo exploratória, na medida em tentaremos empreender no mercado de eventos do DF, cujo as informações ainda são escassas e com pouca profundidade de informação. A principal base de dados utilizada foi o CADASTUR, base esta que reunir uma quantidade considerável de informações sobre prestadores de serviços turísticos, dentre esses destacamos as empresas organizadoras e apoiadoras de eventos. Como principal resultado dessa pesquisa identificamos que o Plano Piloto é a região administrativa do DF que apresenta maior aglomerado de empresas tanto organizadoras, quanto apoiadoras. Logo em seguida o Guará apresenta um potencial latente, concentrando depois da região administrativa Plano Piloto o maior potencial para aumentar sua produção de eventos, tendo em vista que possuem em seu território os dois tipos de empresas.

**Abstract:** This paper seeks to research and identify the event production market in DF, with the main objective of exploring the constitution of the event market in the Federal District, performing a descriptive analysis of the event organizing companies and those providing support. Methodologically the work is characterized as exploratory quantitative research, as we will try to undertake in the event market of DF, whose information is still scarce and with little depth of information. The main database used was CADASTUR, on the basis that it gathers a considerable amount of information about tourism servisse

---

<sup>1</sup> Tecnóloga em Eventos - IFB, e-mail: [barbarafariabi@gmail.com](mailto:barbarafariabi@gmail.com) -

<sup>2</sup> Bacharel, Mestre e Doutorando em Turismo (UFRN), Orientador e Professor do IFB (eixo Turismo, Hospitalidade e Lazer), e-mail: [rodrigo.cardososilva@ifb.edu.br](mailto:rodrigo.cardososilva@ifb.edu.br)

providers, Among these we highlight the organizers and supporters of events. As the main result of this research we identified that the Pilot Plan is the administrative region of the DF that has the largest cluster of companies both organizing, as supporters. Soon after, Guará presents latent potential, concentrating after the Plano Piloto administrative region the greatest potential to increase its event production, considering that they have both types of companies in their territory.

**Palavras-chave:** Mercado de eventos no DF. Empresas Organizadoras, e empresas apoiadoras de eventos.

## INTRODUÇÃO

O mercado de eventos tem como uma das suas características relevantes a dinamicidade e adaptabilidade, principalmente por se tratar de uma atividade de entretenimento, onde os elementos subjetivos da personalidade e preferências pessoais estão mais intrinsecamente relacionados (COBRA, 2005). Por outro lado, a movimentação financeira feita em torno dos eventos no país, é robusta e atende as mais diversas camadas sociais brasileira. O Distrito Federal (DF) não está longe dessa perspectiva e possui um mercado de eventos que vem se consolidando ao longo dos anos, tanto na iniciativa privada como no âmbito público.

O DF é hoje uma grande metrópole no centro do país, onde o mercado de eventos se mostra em expansão econômica e espacial. Porém não se tem estudos detalhados sobre os produtores (empresas e pessoas físicas), bem como das empresas de apoio ao mercado de produção de eventos.

Pensando nesse aspecto compreendemos o quanto o mercado de eventos pode ser um campo de estudo no viés da economia, do desenvolvimento cultural, além de ser um setor que emprega uma gama de profissionais de diferentes áreas. Nesse sentido algumas questões vêm no percurso dessa linha de pensamento sendo a primeira delas como se constitui o mercado de empresas eventos no DF? Quantas empresas estão dedicadas a esse mercado e onde estão localizadas?

Assim nosso objetivo com esse trabalho é examinar a constituição do mercado de eventos no DF no que compete ao porte e constituição societária de empresas

organizadoras de eventos e nas empresas que prestam suporte ao mercado de eventos que subsidiam sua produção.

Como objetivos específicos elencamos: A). Quantificar o número de empresas e empreendedores no CADASTUR do DF vinculados ao mercado de eventos. B). Identificar os aglomerados de empresarial de eventos no DF e por fim, descrever um cenário da forma de constituição dessas empresas.

Esse trabalho se justifica pela escassa literatura sobre o tema em foco, e por se alinhar com a perspectiva de formação dos profissionais tecnólogos no mercado de eventos. Além disso, nosso intuito é contribuir para a construção de uma linha de pensamento profissionalizante para o setor de eventos no DF.

A metodologia do trabalho se constitui como uma pesquisa exploratória de cunho descritivo. Já que tentamos aprofundar o conhecimento sobre o mercado de eventos através da base de dados do CADASTUR<sup>3</sup>, usamos como software de apoio o *Excel* para reunir as principais informações e gerar relatórios comparativos

Nosso recorte espacial de pesquisa foi estritamente o DF, levando em consideração ser uma grande metrópole, onde os eventos se destacam como atividade econômica e considerando a escassa informação sobre o tema em tela. Para produzir os mapas, utilizamos de forma sistematizada as informações do CADASTUR, e espacializamos a informação por região administrativa de Brasília, para descobrirmos as concentrações de empresas organizadoras e apoiadoras de eventos.

O CADASTUR foi escolhido como base de dados, por se tratar de um instrumento regulamentado pela lei 11.771 de 2008, onde as empresas organizadoras de eventos são obrigadas a se cadastrarem. Nosso recorte temporal de pesquisa foi o ano de 2019, tendo em vista que não é possível produzir séries históricas com os dados do CADASTUR. Ressaltamos que esse banco de dados é renovado a cada dois anos, regulamentado pelo o Mtur.

Nosso referencial teórico está constituído da seguinte forma: Primeiro com uma breve definição de eventos; logo depois um entendimento sobre a importância dos eventos e o impacto econômico que eles geram, finalizando com a relação da Capital (Brasília) com os eventos.

---

<sup>3</sup> É um sistema de cadastro de empresas, empreendimentos e prestadores de serviços turísticos mantido e realizado pelo Ministério do Turismo (MTur). Uma das vertentes de atuação desse cadastro são as empresas que organização ou apoiam eventos, sendo este o principal motivo de ele ser a base de dados utilizada neste trabalho.

# 1. REFERENCIAL TEÓRICO

## 1.1 EVENTOS:

Segundo Vieira (2015) evento é um acontecimento, algo marcante e importante, desde quando nascemos passamos por vários eventos, e logicamente não deixamos de vivenciá-los, seja o nascimento, de um filho, comemoração, congresso, acampamento, dentre outros. A relação entre eventos e turismo é notória, sendo-que os eventos atraem turistas de diversos estados e cidades, pessoas as quais necessitam de hospedagem, alimentação, e necessidades em gerais, gerando assim a economia da localidade onde o evento está sendo realizado. (VIEIRA, 2015).

O turismo é um acontecimento social, que reúne pessoas que procuram diversão, descanso, conhecimento, cultura, que saem de suas cidades, estados, casas, para se aventurarem em lugares que conhecem ou não, essa ação acarreta uma importância social econômica e cultural. (RIBEIRO, 2010).

De acordo com Cesca (2015), para as organizações os eventos podem ser classificados como institucionais e comerciais. A organização de eventos traz consigo uma grande responsabilidade, pois qualquer falha irá comprometer todo o evento e sua imagem e também a do organizador (Op. cit). Sendo assim para realizar um evento com êxito e sucesso é necessário ter um bom planejamento, que envolve algumas etapas, a seguir quadro 1 sintetiza esses elementos:

**Quadro 1:** Pontos de observação para planejamento de eventos.

PONTOS A SE OBSERVAR EM EVENTOS	DESCRIÇÃO
Objetivos	Devem ser descritos como gerais e específicos, nele determina-se quais as pretensões ampla e especificamente.
Público	Todo evento precisa ser destinado sendo externo ou interno ou misto e quem dessa classificação, levando em consideração: Idade, Tipo de evento e a relação com o público, horário e local do evento.
Estratégias	Definir atrações para o público.
Recursos	É necessário decidir os fatores humanos e físicos que serão utilizados.
Fatores Condicionantes	São todas as decisões e acontecimentos aos quais o projeto fica condicionado para a realização.

Acompanhamento e Controle	Determina quem ficará responsável pela coordenação de todo o processo de organização do evento e como será feita.
Avaliação	Realizada após o término do evento, no formato de um relatório.
Orçamento Previsto	Deve ser feito detalhadamente. Nele estarão descritos os recursos adquiridos e também todo o gasto.

**Fonte:** adaptado de Cesca (2015).

Para Aquino; Teles (2019) existem dois tipos no segmento de eventos, as promotoras e as organizadoras, e o que diferencia elas são sua natureza jurídica. As empresas organizadoras promovem eventos com uma área de interesse segmentada, seja ela “científico, técnicos e/ou profissionais”, já as empresas promotoras em sua maioria não possuem expertise e com isso contratam as empresas organizadoras para realizar os eventos que promovem (AQUINO; TELES, 2019)

## 1.2 IMPACTO ECONÔMICO DOS EVENTOS.

Para a realização de um evento é preciso muita cautela e planejamento. Mas apesar dessa grande responsabilidade o mercado de evento traz consigo um grande impacto econômico, principalmente para a cidade sede, e esse impacto varia muito de acordo com o tamanho do evento e seu público.

Os eventos são classificados em pequenos, médios, grandes e macro eventos ou megaeventos. Sendo eles caracterizados como temáticos esportivos, religiosos, culturais/artísticos, científicos, sociais, negócios (feiras e afins), gastronômicos, político e de lazer (TORRES; RISPOLI, 2013).

Para Albuquerque (2004) o turismo de eventos é praticado por interesse profissional ou cultural, a comissão de estatísticas das nações unidas reconhece seis motivos para uma visita turística: lazer, visita a conhecidos, saúde, negócios, cultura e eventos. Uma mesma viagem pode ter motivações diferentes para cada um imagina-se uma família em uma viagem, o pai pode ir por motivos profissionais, a mãe para conhecer um novo lugar e cultura e o filho para lazer, como também um turista pode escolher participar de um congresso que agrega a vida profissional dele e permite um enriquecimento cultural. (ALBUQUERQUE, 2004)

De acordo com Torres; Rispoli (2013), o turismo e os eventos são dois dos mais nobres campos da economia. Dias, (2005) corrobora com o autor afirmando que o

turismo e o mercado de evento estão muito relacionados e ambos trazem um grande impacto para a economia em várias categorias, seja ela alimentícia, hoteleira ou de transporte o consumo pode ser definido como aquisição de bens ou serviços tendo objetivo de satisfazer uma necessidade, portanto quando se remete ao consumo turístico/eventos, tem como objetivo atender as necessidades do turista/público.

Segundo Lemes (2009) o turismo hoje no século XXI é um fenômeno econômico e social, produz variados bens e serviços, satisfazendo as mais diversas necessidades. A organização Mundial do Turismo (OMT) classifica o turismo como atividades que as pessoas realizam durante as viagens, estadia em lugares diferentes da sua moradia habitual, sendo o tempo de permanência continua menor a um ano, a OMT 2000, a partir de dados relata que o turismo é considerado uma das mais importantes atividades econômicas mundiais. (LEMES, 2009)

De acordo com Carvalho (1997), para que o Brasil tenha condições de competir internacionalmente no segmento de turismo de eventos o governo vem investindo cada vez mais no setor de turismo e no fornecimento de serviços turísticos estímulo ao turismo interno entre outras coisas com o objetivo de tornar a cidade ainda mais atrativa.

O âmbito de promover eventos é visto pelos países como uma maneira de promover a sua imagem e assim mostrar ao mundo suas belezas e seu potencial para realização de eventos, o mesmo que produz lucros para a cidade anfitriã. As despesas geradas pelos turistas já são contabilizadas pelo estado, como consumo turístico, visando que os visitantes de eventos fazem usufruto do setor alimentício, de transporte, hoteleiro, Infraestrutura e produtos em geral do setor de serviços turístico. (CARNEIRO,2011).

O Brasil vem se destacando internacionalmente nos últimos anos, sediando eventos de pequeno, médio e principalmente de grande porte, mostrando para o mundo os inúmeros atrativos do país como a gastronomia, artesanato, folclore e as festas populares. (ABEOC, 2013). Sediando a copa do mundo de 2014, por exemplo, foi um meio de reafirmar que o país possui boa estrutura para megaeventos, vale ressaltar que a boa receptividade e a alegria é uma qualidade do brasileiro, e isso contribui para o atrativo do país. (ABEOC, 2013)

O mercado de eventos no Brasil cresceu de forma expressiva nos últimos 12 anos, aumentando a sua relevância econômica no que se refere à geração de negócios, emprego, renda e impostos, nos últimos 12 anos, o setor de eventos no Brasil cresceu aproximadamente 14% ao ano, aumentando a sua participação no PIB do país de 3,1%

em 2001, para 4,32%, em 2013, o setor de eventos é responsável por 7,5 milhões de empregos diretos, indiretos e terceirizados na economia nacional e contribui com R\$48,69 bilhões de impostos (ABEOC, 2013).

Nesse sentido a capital federal (Brasília) também se destaca no mercado de organização e execução de eventos, tornando-se um campo de pesquisa relevante para entender como a dinâmica econômica dessa atividade impulsiona outros setores. Dessa forma o objeto de investigação desse artigo vai buscar entender um pouco mais sobre esse tema no DF.

### 1.3 BRASÍLIA E EVENTOS: A RELAÇÃO DA CAPITAL DO BRASIL COM OS EVENTOS.

Lemes (2009) afirma que o Brasil está entre os principais países que sediam eventos internacionais, realizando mais ou menos 300 mil eventos por ano, ficando assim entre os dez países que mais realizam eventos internacionais, firmando o Brasil no setor. Com tudo isso e o Brasil cômico da importância do turismo de eventos para o crescimento econômico do país, “sendo assim observa-se o maior investimento em melhorias nos aeroportos, rodoviárias, transportes, centros de convenções, bem como o oferecimento de subsídios para construção de hotéis”

E Brasília como a capital do país, sendo núcleo das decisões, com a grande diversidade cultural, considerada uma cidade jovem, e que ganha grande ênfase “em diversos setores como música, esporte, eventos, shows, culturais e culturas” (LEMES,2009).

Segundo Lemes (2009), com o objetivo de divulgar a capacidade turística brasiliense, o Brasiliatur, SEBRAE, e outras entidades concluíram que apesar de ser uma cidade jovem e também o centro administrativo do país, Brasília, possui potencial turístico “pela história, cultura, e principalmente pelas belezas e unicidade dos traços arquitetônicos de Oscar Niemeyer. A partir disso, Lemes (2009) ressalta que há cinco principais roteiros turísticos temáticos no DF (ver quadro 2).

**Quadro 2:** Principais segmentos de turismo de Brasília.

Arquitetônico	Para atender estudantes de arquitetura brasileiros e estrangeiros com interesse nas modernas técnicas dos projetos urbanísticos, arquitetônicos e paisagísticos da capital. Terá um tour por lugares da cidade que os fariam entender a dinâmica de sua construção.
---------------	---

Cívico	O objetivo é o resgate dos valores patrióticos dos Brasileiros, mostrando principalmente às crianças a importância de se alimentar o conhecimento cívico. O tour será pela Praça dos Três Poderes, a destacar o Palácio do Planalto, inaugurado em 1960, marcado como símbolo da transferência do poder público para Brasília.
Jurídico	Tem como foco, não só os estudantes de direito de todo país, mas advogados, juízes e todos os militantes da seara jurídica que terão a oportunidade de vivenciar a origem, composição, funcionamento, competência e realidade dos Tribunais Superiores sediados nesta Capital Federal, com destaque para o Supremo Tribunal Federal (STF), órgão de Cúpula do Poder Judiciário, ao qual compete precipuamente a guarda da Constituição da República Federativa do Brasil, contando com 11 ministros, todos brasileiros natos, com mais de 35 anos e menos de 65, de notável saber jurídico e reputação ilibada, nomeados pelo Presidente da República, após aprovação pela maioria absoluta do Senado Federal.
Rural	Com belas paisagens, para descanso e diversão, além da agradável gastronomia regional. O intuito da criação deste roteiro é principalmente divulgar para os Brasilienses, residentes e visitantes que, bem mais próximo do que se pensam, existe uma grande diversidade de propriedades rurais, com trilhas bucólicas e esportes radicais, que já contam com infraestrutura para receber turistas ecologicamente corretos.
Brasília em Athos.	Com o intuito de homenagear o pintor, escritor, arquiteto, desenhista e mosaicista Athos Bulcão. Suas obras estão presentes em mais de quarenta atrações turísticas de Brasília. Os exemplos mais conhecidos são o relevo do Teatro Nacional, a Igreja da 307/308 Sul, o Parque da Cidade e o Hospital Sarah Kubitschek.

**Fonte:** Adaptado de Lemes. 2009.

No quadro 2 é possível observar a capacidade de atração que Brasília possui nos segmentos listados por lemes, esse fato auxilia na imagem do destino como receptor de grande e médios eventos. Nesse sentido em 2018, o DF sediou inúmeros eventos, corporativos, institucionais e culturais.

Visualizando essa capacidade de atração, a secretária de turismo do DF, elaborou um documento levantando a potencialidade local para o mercado de eventos, citando 16 motivos que torna Brasília um polo de recepção (Ver Quadro 3):

**Quadro 3:** Motivos elencados pela Secretaria de turismo do DF.

1. É a maior cidade do mundo construída no século XX. Uma cidade cheia de beleza e modernidade.	9. O Parque da Cidade é o maior parque urbano do mundo, superando até mesmo o renomado Central Park, de Nova York.
2. É considerada Patrimônio Mundial pela UNESCO.	10. Margeando a cidade está o Lago Paranoá, com 48 quilômetros quadrados de extensão, limpo e utilizado para lazer, esporte e entretenimento.

3. Aeroporto situado a 15 km do centro da cidade, com voos diretos para todas as capitais e principais cidades do país, além do maior hub doméstico do país.	11. Além do turismo de negócios, a cidade tem turismo cívico-arquitetônico, ecológico-rural e místico-religioso.
4. A hotelaria está em um único setor na área central da cidade, que atende aos melhores padrões de serviços mundiais.	12. Ponto de partida para roteiros como: Chapada dos Veadeiros – território da Reserva da Biosfera pela UNESCO. Pirenópolis – Patrimônio Histórico e Artístico Nacional tombado pelo Iphan.
5. É o terceiro polo gastronômico do país, reunindo culinária de todas as regiões do Brasil e do mundo.	13. Possui 135 embaixadas e mais de 43 organizações internacionais.
6. Tem acesso rodoviário que faz ligação com todo o território nacional.	14. O Bureau Internacional de Capitais Culturais nomeou Brasília como a Capital Americana da Cultura para o ano de 2008.
7. Tem amplas avenidas, que resultam em economia de tempo no transporte.	15. A nossa frota é composta por 85% de veículos novos, abrangendo táxis, automóveis de locadoras e veículos de turismo receptivo.
8. Tem a maior área verde por habitante do país.	16. Brasília é sede da administração pública federal, abrigando o maior número de autoridades do país.

**Fonte:** Secretaria Adjunta de Turismo, Unidade de Captação de Eventos - UCAPE

O quadro 3 acima demonstra alguns dos principais motivos para que Brasília seja um destino turístico e sede de eventos megaeventos, como o fato de Brasília ser considerada como patrimônio cultural pela UNESCO. Além de possuir o maior aeroporto doméstico do país que fica localizado a 15 minutos do centro da cidade, conta com um setor hoteleiro que atendem aos melhores padrões de hospedagens do país, se destaca como o terceiro polo gastronômico do Brasil. Os acessos rodoviários que dar acesso com todas as capitais e principais municípios do país. A parte urbana de Brasília dispõe da maior área verde por habitante do país, esses elementos dispostos em um mesmo território garante a Brasília uma vantagem competitiva em comparação com a maior parte dos grandes centros urbanos do Brasil.

Ademais Brasília apresenta uma diversidade imensa em seus habitantes, visto que reúne pessoas de todas as regiões do Brasil, e isso traz peculiaridade para a capital do país. Localizada na região Centro-Oeste do país; 2.977.216 habitantes; um clima tropical e se destacando como a capital que mais evoluiu em realização de eventos internacionais, possui espaços apropriados para execução de eventos, “dentre eles centro de convenções, auditórios, estádio, clube, salões, salas de exposição, casas de festas e outros” e seus principais hotéis proporcionam salas de diferentes tamanhos,

modelos e também conta com infraestrutura necessária para realização de eventos, de acordo com Secretaria de Turismo (2018):

Os habitantes de Brasília são orgulhosos por morar em uma cidade-parque, conforme previsto na escala bucólica do Plano Piloto de Brasília, que propõe uma “união harmoniosa entre a arquitetura moderna e as áreas verdes”. Possui 50 milhões de metros quadrados de área verde e 4 milhões de árvores (150 espécies diferentes do cerrado) distribuídas pela cidade. Delas, 10% a 15% são árvores frutíferas, que crescem ao longo do Eixo Monumental. Isso significa que a cidade possui aproximadamente 100 metros quadrados de área verde por habitante, o que a coloca na posição da cidade brasileira com maior número de metros quadrados de área verde por habitante, de acordo com os critérios da Organização Mundial da Saúde (OMS).

Brasília conta com uma infraestrutura singular e de qualidade, bem como uma pluralidade de cultural impar devido aos movimentos de migração que aconteceram para a fundação da cidade. Este cenário este converge em um campo mercadológico fértil para o desenvolvimento de iniciativas empreendedoras no setor de eventos, entretenimento e cultura onde o contexto objetivo e subjetivo social potencializa os eventos como setor mercadológico promissor.

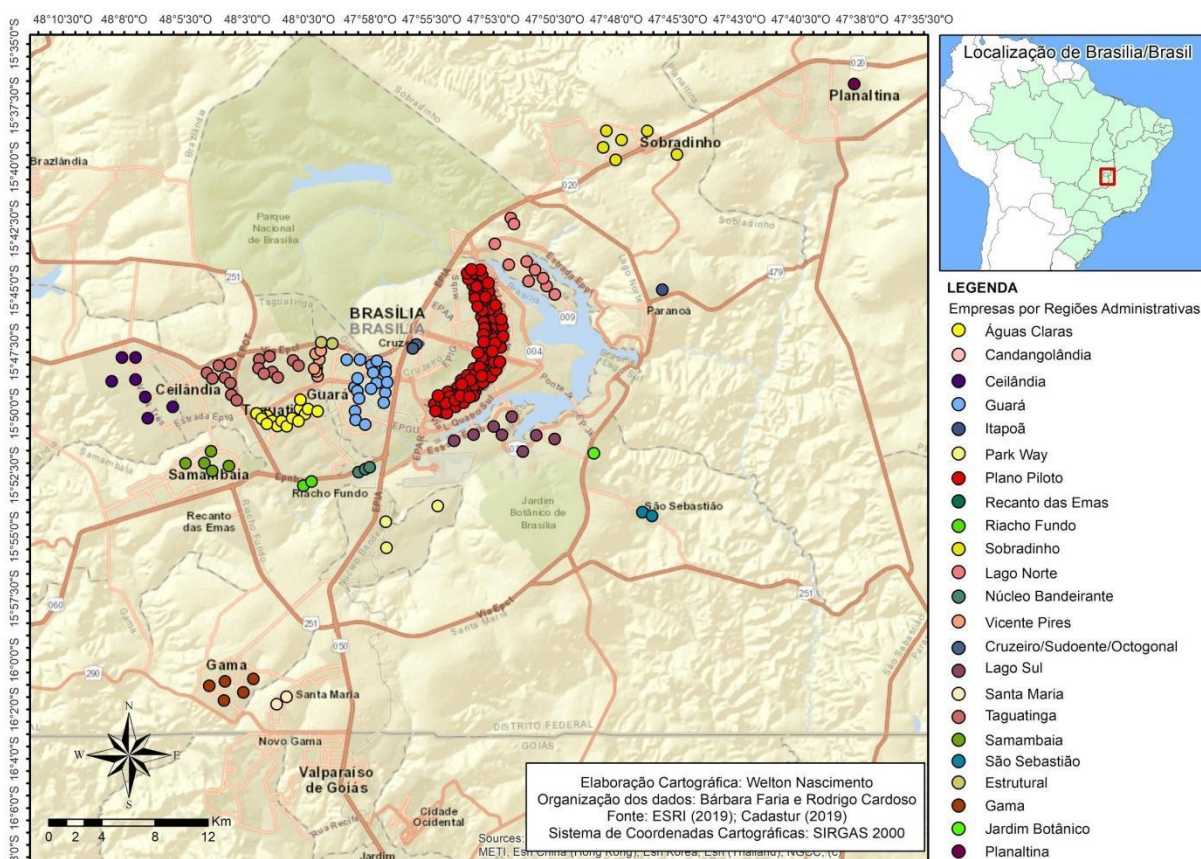
## **2. RESULTADOS DE PESQUISA**

Todos os dados utilizados, tanto nos mapas, quanto nas planilhas têm como base de dados o CADASTUR. A partir dessa coleta de dados, existem 220 (duzentas e vinte) empresas de organização de eventos e 85 (oitenta e cinco) apoiadoras.

As empresas organizadoras de eventos são contratadas para o planejamento geral do evento, como local, hora, atrações e afins. Já as empresas que prestam apoio, seja música, alimentação, palco e estruturas móveis, staffs e por aí vai.

Com isso resolvemos então começar nossa análise pelas empresas organizadoras. Como mostra o mapa 1, as empresas estão espalhadas da seguinte forma:

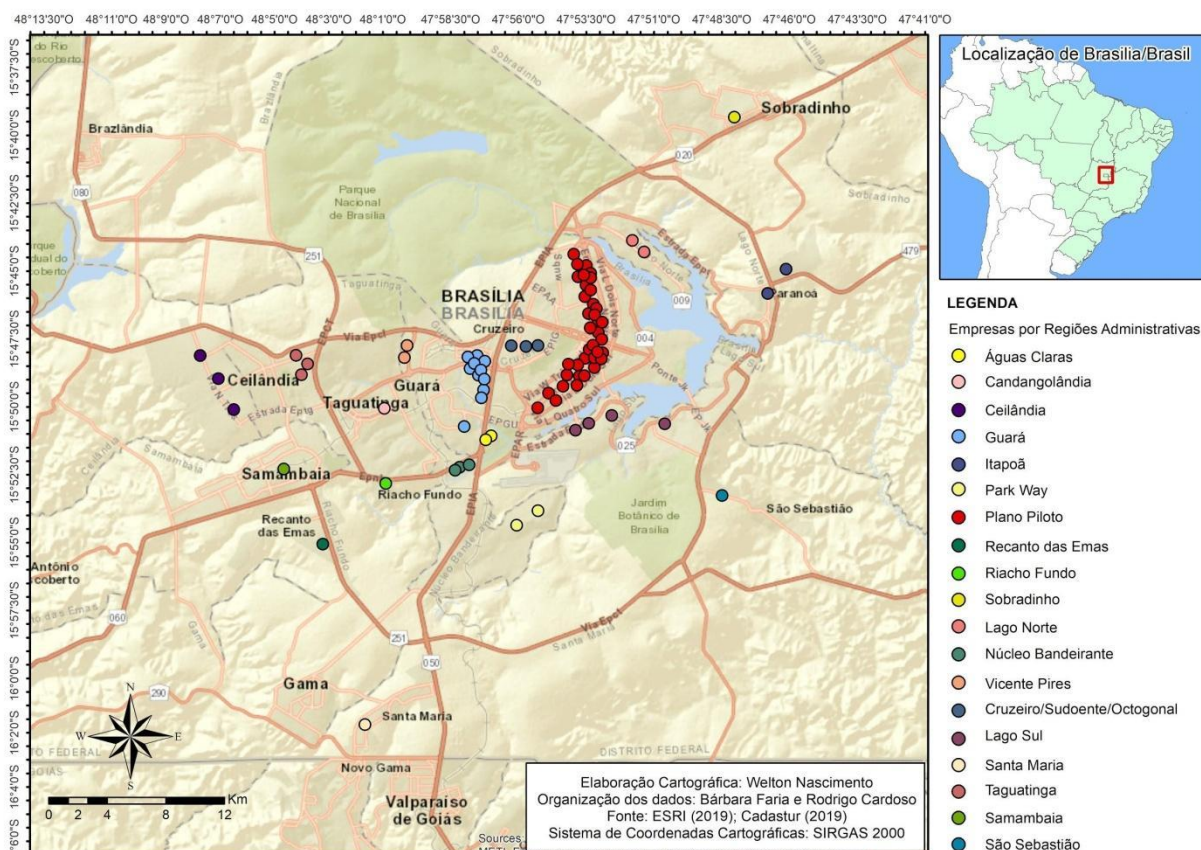
**Mapa 1:** Espacialização das empresas organizadoras de Eventos no DF.



Com os dados dispostos no mapa 1, no total o DF dispõe de 220 empresas cadastradas. O Plano Piloto lidera com o maior número de empresas organizadoras de eventos com o total de 101 (cem e uma) o que é igual a 45,9% do total. Em seguida é possível observar o crescimento significativo de outras Regiões Administrativas (RA) como Guará, Águas Claras e Taguatinga (pareados com 16 empresas cada) o que equivale a 21,9%. Por fim, em terceiro lugar Ceilândia e Vicente Pires (com 7 empresas cada) o que corresponde a 0,6%. As demais regiões ficam sub representadas com pequeno percentual.

No mapa 2 a seguir vamos realizar a análise das empresas apoiadoras para eventos, tem em vista que a natureza do mercado de eventos, necessita desses dois tipos de prestadores de serviços (organizador, e apoiador) que estão dispostas da seguinte forma:

**Mapa 2:** Espacialização das empresas apoiadoras de Eventos no DF.



Já no mapa 2 que dispõe sobre as empresas apoiadoras da indústria de eventos, no levantamento identificamos um total de 85 empresas que prestam serviços de apoio. Realizando o tratamento dos dados destacamos o Plano Piloto que detém o maior número, 39 empresas apoiadoras (45,8%), um número alto. Porém, assim como nas empresas organizadoras é perceptível o quantitativo da RA Guará apresentando um total de 11 empresas apoiadoras (12,9%), em seguida observamos que Taguatinga (3 empresas) e Águas Claras (2 empresas) vem crescendo significativamente na área, as demais RA ficam com apenas uma empresa de apoio a eventos.

Se realizarmos uma sobreposição dos dois mapas é possível identificar a quantidade de empresas de eventos e das apoiadoras e entender qual cidade possui maior abrangência tanto como empresa organizadora de evento como apoiadora. Essa proximidade entres elas, se faz relevante na hora da realização de um evento, bem como nos benefícios que essa proximidade pode acarretar para o mercado de eventos. A RA Plano Piloto ainda é a que podemos encontrar maior facilidade para realizar eventos, já que possui o maior número de empresas organizadoras e de apoiadoras, mas isso não quer dizer que é única. Na análise percebemos o crescimento do Guará mostrando que

concentra depois do Plano Piloto o maior potencial para aumentar sua produção de eventos, tendo em vista que possuem em seu território os dois tipos de empresas (organizadora 16 e apoiadora 11).

Em seguida, em termos de potencial temos Taguatinga e Águas Claras pois estas ainda possuem em menor número um quantitativo de empresas organizadoras e apoiadora de eventos. As demais RA não se configuram como um mercado em potencial por detém apenas um tipo de empresa, ou seja, entendemos que onde se encontra os dois tipos de empresas há uma maior facilidade para crescimento da produção de eventos.

No cenário percebemos que era necessário também investigar a forma de constituição dessas empresas, levando em conta que nosso objetivo geral é conhecer melhor o mercado de eventos, e nos parece ser uma informação relevante e didática.

Antes de relacionar as cidades, sua localização e forma de constituição é preciso entender o significado de cada sigla da constituição das empresas, o que mostra o quadro 4 a seguir.

**Quadro 4:** Forma de constituição de empresas de eventos do DF.

FORMA DE CONSTITUIÇÃO	DEFINIÇÃO
EIRELI	De acordo com a lei 12.441, de 11 de julho de 2011. A sigla EIRELI significa Empresa Individual de Responsabilidade Limitada, modalidade de empresa formada por um único sócio, ou seja, o dono. O nome empresarial deverá apresentar a sigla após a firma ou denominação da empresa podendo ser constituída apenas uma vez por cada pessoa.
EIRELI-ME	Segue a definição de EIRELI, porém é diferenciada pelo faturamento como Microempresa, com receita bruta anual inferior ou igual a R\$ 360 mil.
EIRELI-EPP	Segue a definição de EIRELI, entretanto é diferenciado pelo faturamento como Empresa de Pequeno Porte, com receita bruta anual superior a R\$ 360 mil ou inferior a R\$ 4.800.000,00.
LTDA	São caracterizados pela limitação de cada empreendedor e a participação de cada sócio. A partir de um contrato social é estipulado valores, como do capital social. A divisão dos lucros vai depender do valor investido por cada sócio.
LTDA-ME	Segue a definição de LTDA, porém é diferenciada pelo faturamento como Microempresa, com receita bruta anual inferior ou igual a R\$ 360 mil.

LTDA-EPP	Segue a definição de LTDA, entretanto é diferenciado pelo faturamento como Empresa de Pequeno Porte, com receita bruta anual superior a R\$ 360 mil ou inferior a R\$ 4.800.000,00.
MEI	Para ser um empresa MEI ,o empreendedor não pode ter participação ou ser titular de outra empresa ,pode contratar apenas um empregado e ter faturamento de até oitenta e um mil por ano.

**Fonte:** Lei complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Lei nº 12.441, de 11 de julho de 2011.

As tabelas a seguir apresentam a forma de constituição de cada empresa, além de apresentar a RA onde está localizada, seguido da quantidade de empresas presente nelas.

Nossa análise irá começar pelas empresas organizadoras de eventos, tendo em vista que essas são o maior quantitativo encontrado na pesquisa, além disso, nosso intuito é dar uma ordem lógica para apresentar os dados. Ressaltamos que consideramos nessa pesquisa 19 RA's. A seguir a Tabela 1 com a síntese de empresas EIRELI.

**Tabela 1:** Quantitativo de EIRELI de empresas organizadoras

FORMA DE CONSTITUIÇÃO DE EMPRESAS	REGIÃO ADMINISTRATIVA - RA	CONTAGEM DE REGIÃO ADMINISTRATIVA - RA
EIRELI	Águas Claras	6
	Ceilândia	4
	Estrutural	1
	Gama	2
	Guará	2
	Itapoã	1
	Lago Norte	2
	Lago Sul	1
	Não Encontrada	1
	Park Way	2
	Plano Piloto	27
	Riacho Fundo	2
	Samambaia	2
	Santa Maria	1
	São Sebastião	1
	Sobradinho	1
	Taguatinga	4
Vicente Pires	3	
EIRELI Total		63

**Fonte:** dados da pesquisa, sistematização dos autores.

Segundo os dados coletados a RA que apresenta o maior número de empresas nessa modalidade é o Plano Piloto com total de vinte e sete empresas o que corresponde

a 42,85%, em segundo lugar Águas Claras com seis empresas na modalidade que corresponde a 9,5%, logo após Taguatinga e Ceilândia com total de quatro empresas EIRELI igual a 6,3%.

Já das empresas constituídas EIRELI - EPP tem apenas seis empresas cadastradas do total geral, tendo Vicente Pires em Destaque com duas empresas nessa categoria, as demais (Guará, Núcleo Bandeirante, Plano Piloto e Taguatinga) com apenas uma empresa cada.

Das empresas constituídas EIRELI - ME, o total é de nove empresas nesta classificação, destacando o Plano Piloto com três empresas e o Guará com duas, as demais regiões (Jardim Botânico, Lago Sul, Núcleo Bandeirante e Vicente Pires) com uma empresa cada.

**Tabela 2.** Quantitativo de LTDA de empresas organizadoras

FORMA DE CONSTITUIÇÃO DE EMPRESAS	REGIÃO ADMINISTRATIVA - RA	CONTAGEM DE REGIÃO ADMINISTRATIVA - RA
LTDA	Águas Claras	6
	Ceilândia	1
	Cruzeiro/ Sudoeste/ Octogonal	2
	Guará	10
	Lago Norte	4
	Lago sul	5
	plano piloto	52
	Samambaia	2
	Sobradinho	3
	Taguatinga	4
LTDA Total		89

**Fonte:** dados da pesquisa, sistematização dos autores.

Analisando os dados, as empresas de sociedade limitada, apresentam um total de oitenta e nove empresas cadastradas nesta categoria. O Plano Piloto novamente com o maior número de empresas, cinquenta e duas, e na sequência o Guará com dez empresas, Águas Claras com seis e Lago Sul com cinco.

Nas empresas denominadas LTDA - EPP, é possível observar que esse tipo de constituição até então é pouco utilizado, visto que apresenta apenas duas empresas em sua denominação, uma no Gama e outra no Plano Piloto, totalizando duas empresas na área.

Já na denominação LTDA - ME, o total aumenta, com um total de 15 empresas nesse tipo de constituição, tendo concentração maior no Plano Piloto com nove empresas

e em seguida o Lago Norte com três empresas, Taguatinga com duas e Vicente Pires com apenas uma.

**Tabela 3.** Quantitativo de MEI de empresas organizadoras..

FORMA DE CONSTITUIÇÃO DE EMPRESAS	REGIÃO ADMINISTRATIVA - RA	CONTAGEM DE REGIÃO ADMINISTRATIVA - RA
MEI	Águas Claras	4
	Ceilândia	2
	Gama	2
	Guará	4
	Lago Norte	1
	Lago Sul	1
	Núcleo Bandeirante	1
	Park Way	1
	Planaltina	1
	Plano Piloto	8
	Samambaia	1
	Santa Maria	1
	São Sebastião	1
	SCIA/ SIA/ Estrutural	1
	Sobradinho	2
Taguatinga	5	
MEI Total		36

Fonte: dados da pesquisa, sistematização dos autores.

A partir da análise da tabela 3, é possível entender que a categoria MEI, possui uma quantidade de empresas nessa denominação razoável, um total de trinta e seis. Apresentando maior abrangência no Plano Piloto com oito empresas cadastradas e em seguida em Taguatinga com cinco, Águas Claras e Guará com 4 empresas MEI cada um.

#### EMPRESAS APOIADORAS:

A seguir, nas tabelas abaixo continuaremos com a análise de dados por forma de constituição, porém das empresas que prestam apoio.

**Tabela 4.** Quantitativo de EIRELI de empresas apoiadoras

FORMAS DE CONSTITUIÇÃO DA EMPRESA	CIDADE ADMINISTRATIVA	CONTAGEM DE CIDADE ADMINISTRATIVA - RA
EIRELI	Águas Claras	1
	Candangolândia	1
	Ceilândia	3
	Guará	2
	Itapuã	1
	Park Way	1

	Plano Piloto	18
	Recanto da Emas	1
	Riacho Fundo	1
	Sobradinho	1
EIRELI Total		30

Fonte: dados da pesquisa, sistematização dos autores.

De acordo com os dados as empresas apoiadoras constituídas como EIRELI, apresentam um total de trinta, sendo a maior concentração na RA Plano Piloto com dezoito empresas. No Guará existam três empresas cadastradas nessa denominação e em Taguatinga duas, as demais RA's tem uma empresa cada apenas.

Das empresas EIRELI – EPP  possível ver que não é uma forma de constituição de empresas recorrida, tendo em seu total apenas uma empresa, localizada no Núcleo Bandeirante.

Nas empresas EIRELI – EPP o total muda um pouco, sendo assim, seis empresas cadastradas nessa forma de constituição. Esse total aparece bem dividido entre Guará, Plano Piloto e Vicente Pires que apresentam duas empresas em cada uma dessas RA's.

**Tabela 5.** Quantitativo de LTDA de empresas apoiadoras.

FORMA DE CONSTITUIÇÃO DE EMPRESAS	REGIÃO ADMINISTRATIVA - RA	CONTAGEM DE REGIÃO ADMINISTRATIVA - RA
LTDA	guas Claras	1
	Cruzeiro/ Sudoeste/ Octogonal	2
	Guará	6
	Lago norte	1
	Lago Sul	4
	Núcleo Bandeirante	1
	Plano Piloto	13
	Santa Maria	1
	Taguatinga	1
LTDA Total		30

Fonte: dados da pesquisa, sistematização dos autores.

De acordo com análise da tabela 5, as empresas denominadas LTDA, apresentam um total de trinta empresas cadastradas nesta categoria. E o Plano Piloto apresenta novamente o maior número de empresas, treze. E na sequência o Guará com seis empresas, e o Lago Sul com quatro.

As empresas LTDA - EPP, o total é de apenas 1 uma empresa, localizada no Núcleo Bandeirante. O mesmo está presente nas empresas caracterizadas LTDA - ME, com apenas uma empresa constituída, localizada na RA Cruzeiro/Sudoeste/Octogonal.

**Tabela 4.** Quantitativo de MEI de empresas apoiadoras

FORMA DE CONSTITUIÇÃO DE EMPRESAS	REGIÃO ADMINISTRATIVA - RA	CONTAGEM DE REGIÃO ADMINISTRATIVA - RA
MEI	Guará	1
	Itapuã	1
	Park Way	1
	Plano Piloto	6
	Samambaia	1
	São Sebastião	1
	Taguatinga	2
MEI Total		13

Fonte: dados da pesquisa, sistematização dos autores.

Finalizando, as empresas constituídas como MEI, apresentam um total baixo, treze empresas, e novamente com maior concentração no Plano Piloto com seis empresas e em seguida Taguatinga com duas.

## Considerações Finais

Diante do exposto o trabalho apresentado conseguiu atender aos objetivos propostos, tendo em vista que identificou a espacialização das empresas organizadoras e apoiadoras de eventos no DF. Apresentando o principal aglomerado dessas empresas como a RA Plano Piloto, destacam o crescimento das RA's Guará, Taguatinga e Águas Claras como territórios promissores para o mercado de eventos.

De modo geral identificamos 93 empresas constituídas como EIRELI, 49 MEI e por fim 119 LTDA. Esse resultado nos leva concluir que o mercado de eventos no DF está ligado a uma parcela de empreendedores individuais, ou seja, o mercado de eventos apresenta a maior parcela de empreendedores individuais, quando somamos as EIRELI e MEI. As sociedades Limitadas aparecem em segundo lugar, porém já foi ultrapassa, pelas outras formas de constituição esse achado de pesquisa mostra que é preciso promover mais pesquisas nesse âmbito da constituição.

O CADASTUR se mostrou uma base de dados relevante para estudar as empresas de eventos, sendo um dos únicos sistemas de informação aberto para os pesquisadores. Destacamos a quase inutilização desse sistema como fonte de informações usada na academia, uma da dificuldade que encontramos na pesquisa foi

avaliar o tipo de serviço ou produto oferecido por essas empresas apoiadoras e organizadoras no DF, tendo em vista que essa informação não consta no sistema, e dificulta o aprofundamento da pesquisa.

Outra dificuldade enfrentada na realização dessa pesquisa, foi a confecção dos mapas, pois no Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) não há disponível os shapex das RA do DF.

Enquanto profissional da área esse estudo proporcionou entender o tamanho do mercado de eventos no DF, onde percebemos um montante de 305 empresas organizadoras e apoiadoras para a realização de eventos. Nesse sentido ainda percebemos que não há informação sobre esse mercado, e que muitos empresários e empreendedores buscam empresas de outros estados e municípios para realizar eventos em Brasília.

## REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Soraya. S. **Turismo de Eventos: A Importância dos eventos para o Desenvolvimento do Turismo**. Brasília DF, 2004.

BRASIL. Lei 11.771 de 2008. **Lei geral do Turismo**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Ato2007-2010/2008/Lei/L11771.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Ato2007-2010/2008/Lei/L11771.htm)>. Acesso em 04 de dezembro de 2019.

BRASIL. **LEI COMPLEMENTAR Nº 123, DE 14 DE DEZEMBRO DE 2006**. Portal do Empreendedor-MEI. Legislação. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/LCP/Lcp123.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/LCP/Lcp123.htm). Acesso em: 25 de novembro de 2019

BRASIL. **LEI Nº 12.441, DE 11 DE JULHO DE 2011**. Planalto. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ato2011-2014/2011/lei/l12441.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2011-2014/2011/lei/l12441.htm). Acesso em: 23 de novembro de 2019.

BRASIL. **Portal do empreendedor MEI**. O que é ser um MEI. Disponível em: <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/temas/quero-ser/formalize-se/O-que-e-ser-um-mei>. Acesso em: 24 de novembro de 2019.

CARNEIRO, Lais. Política de Apoio a Captação de Eventos Internacionais no Brasil: Análise do Ranking ICCA entre 2003 e 2009. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. v.5, n.3, p.338-355. 2011.

CARVALHO, C. L. Turismo, eventos e governo. **Turismo em Análise**, v. 8, n. 1, p. 7-12, 1997.

CESCA, Cleuza. G. Gimenes. **Organização de Eventos**: Manual para planejamento e execução. São Paulo: Summus, 2015.

COBRA, Marcos. **Marketing do Entretenimento**. São Paulo, Editora Senac, 2005.

DIAS. Reinaldo. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Atlas, 2005.

Dicionário Financeiro. Sociedade Limitada - LTDA. Disponível em: <https://www.dicionariofinanceiro.com/sociedade-limitada/>. Acesso em: 24 de novembro de 2019.

LEMES.W.D. **Mercado Turístico de Brasília e sua Principal Vocação Turística**. Brasília, 2009.

Ministério do Turismo. **CADASTUR**. Disponível em: <https://cadastur.turismo.gov.br/hotsite/>. Último acesso em 24 de setembro de 2019.

RIBEIRO. Cristiane. M. **E-Revista Facitec**. Turismo Religioso: Fé, Consumo, Mercado. V.5, n. 1, Art. 6, 2010.

SEBRAE; ABEOC. **II Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos**

Secretaria Adjunta de Turismo. **Brasília é Conhecer e se Surpreender**. Unidade de Captação de Eventos - UCAPE. [2018?] data provável. Acesso em 16 de Novembro 2019.

TORRES, Raul da Rocha/RISPOLI, Reginaldo. **A Força econômica do Turismo e o Pujante Mercado de Eventos**. Brasília: Redgraf, 2013.

VIEIRA. J.M. **Eventos e turismo: Planejamento e Organização** (Da teoria à prática). Lisboa: Sílabo, 2015.

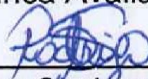
Barbara Bianca Santos Faria

**Mercado de produção e execução de eventos:  
Uma análise do distrito Federal**

Trabalho de conclusão de curso,  
apresentado como requisito para obter o  
título de tecnólogo em eventos no Instituto  
Federal de Brasília - IFB. Orientado pelo  
Prof. Me. Rodrigo Cardoso da Silva.

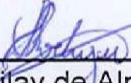
Aprovado em: 29/11/2019

Banca Avaliadora.



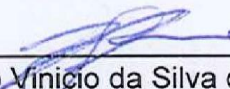
---

Rodrigo Cardoso da Silva:  
Orientador e presidente da Banca



---

Me. Danielle Smilay de Almeida Rodrigues  
1ª Avaliadora



---

Me. Adriano Vinício da Silva do Carmo  
2ª Avaliador

Brasília  
2019