



Instituto Federal de Brasília
Campus Brasília
Curso Tecnólogo em Eventos

MILENA LIMA ESTEVAM DE AMORIM

PETNIQUE

**Brasília
2021**

MILENA LIMA ESTEVAM DE AMORIM

PETNIQUE

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso Tecnólogo em Eventos do campus Brasília do Instituto Federal de Brasília como requisito parcial para obtenção de título de Tecnólogo em Eventos.

Orientador: Danielle Smilay de Almeida Rodrigues

**Brasília
2021**

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO	4
1.1 Referencial teórico.....	4
2. OBJETIVOS	7
2.1 Objetivo geral	7
2.2 Objetivos específicos	7
3. JUSTIFICATIVA.....	7
4. METODOLOGIA	8
5. ESTRATÉGIAS DE SUSTENTABILIDADE.....	10
6. PLANO DE COMUNICAÇÃO.....	12
7. VIABILIDADE ECONÔMICA E FINANCEIRA	15
8. PLANO DE SEGURANÇA DO EVENTO.....	18
9. MATRIZ DE RESPONSABILIDADES.....	22
10. RESULTADOS ESPERADOS	25
11. REFERÊNCIAS	25
12. ANEXOS	27

1- APRESENTAÇÃO

O presente trabalho busca planejar o evento Petnique, que visa contribuir com a causa de animais em situações de vulnerabilidade e, ao mesmo tempo, trazer descontração e lazer para as pessoas envolvidas e discutir a temática de forma mais leve. Isso se concretiza a partir da disponibilização de áreas de convivência, espaço kids e a presença de artistas locais tocando música ao vivo para a ambientação.

O principal foco do projeto tem cunho social, onde se explica a importância de ações como castração e vacinação de animais através de banners informativos espalhados pelo evento. Além disso, o evento contará com a montagem de feira para a busca de guardiões para os animais resgatados por abrigos, promovendo a importância da adoção e facilitando o processo de trazer essa ação de forma mais acessível.

Outra ação montada como estratégia para o evento cumprir seus objetivos com a causa animal, é a arrecadação de fundos para a ajuda de campanhas de vacinação e castração, além da ajuda financeira e alimentícia para abrigos destinados ao acolhimento de animais de rua.

A data prevista para a primeira edição do evento é dia 18 de setembro de 2022 no Parque da Cidade Sarah Kubitschek, já a periodicidade do evento será anual para que mantenha a informação na memória dos moradores da cidade de Brasília e para que haja a realização de um evento voltado para a atividade familiar. Todavia, o Petnique tem a estimativa de público de 100 pessoas, se classificando como evento de pequeno porte.

1.1- Referencial teórico

A presença dos animais de estimação na vida das pessoas é algo presente no cotidiano da sociedade. De acordo com dados da Pesquisa Nacional de Saúde - PNS de 2019 divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, estima-se que em 46,1% dos domicílios do país haviam pelo menos um cachorro. Já os gatos eram parte de 19,3% dos lares brasileiros, sendo assim, a companhia deles se torna algo comum e acessível para a população.

Entretanto, o costume de considerar o ser humano seu dono é um processo evolutivo de cerca de 20 mil anos, quando os lobos, que antecedem o cachorro, iniciaram uma relação de interesses. Procurando uma maior facilidade para se alimentar,

ofereciam aos homens uma proteção de outros animais das florestas criando uma relação contínua, fazendo com que esses lobos caçassem cada vez menos e se acomodando, cada vez mais, ao lado da sociedade. Com a evolução do homem ao adquirir a prática da agricultura e da agropecuária, os cães passaram a pastorear os rebanhos desse novo sistema (CASTELLAR, 2017).

Já a domesticação dos gatos deu-se início entre 13 mil e 11 mil anos atrás (CASTELLAR, 2017), quando a humanidade desenvolveu a agricultura e, conseqüentemente, surgiram as primeiras áreas urbanas. Com o armazenamento de alimentos nas cidades, houve a chegada dos roedores e, em seqüência, os antepassados dos felinos que conhecemos hoje também passaram a viver naquele ambiente.

Com semelhança aos cachorros, os gatos criaram uma relação de interesses com os humanos, ganhando alimento e carinho aqueles que mais ajudavam a diminuir a infestação de roedores em geral. Com o passar do tempo, o gato silvestre dessa época foi se adaptando na escala da evolução para que fossem menores para caber no colo dos donos, por exemplo. Seu cérebro também diminuiu, porém, a inteligência se tornou algo marcante quando, ao longo dessa evolução compreenderam meios de se comunicar com humanos através de miados específicos que agradam a audição humana. Sendo assim, os gatos passaram a ser carinhosos e vistos como “fofo” para a humanidade.

Com o início da urbanização, os cães foram levados para as cidades com intuito de ajudar na proteção das residências (CASSEMIRO, 2018), porém não havia uma relação de proximidade e afeto entre a população humana e canina ainda. Com a descoberta da raiva e de outras zoonoses passou a ser mais restrito a circulação dos cães para evitar contágio trazendo mais proximidade entre o pet e seu dono, naturalmente. Porém, com a evolução da convivência entre animais e humanos e o mercado das raças crescendo, foi-se evoluindo para certo tipo de afeto e até intimidade. Na atualidade, homens gastam dinheiro e tempo especial para o domesticado e até mesmo o vê como filho.

Segundo D’Andretta (2012), a presença desses animais se torna importante no desenvolvimento físico, social e emocional de crianças e traz felicidade e aconchego para os donos, em especial às pessoas idosas. Além dos reconhecidos benefícios psicológicos, estudos clínicos revelam normalização da frequência cardíaca e dos níveis de pressão arterial dos indivíduos que possuem animais de estimação (PATRONEK; BECK; GLICKMAN), (D’ANDRETTA, 2012). De acordo com Cassemiro (2018), além de animais domésticos apresentarem benefícios relaxantes e trazer sentimentos como

amor e companheirismo, também estão sendo descobertos benefícios voltados à saúde humana como níveis de estresse e pressão arterial controlados.

Embora seja comum os pets nas casas brasileiras, é de maior frequência que haja animais abandonados nas ruas, passando fome, sede e suscetíveis a maus tratos e acidentes como atropelamento. De acordo com Santos et. al. (2020), a população vem mudando sua conscientização e, dessa forma, suas ações diante dessa temática tendo como resultado a criação de Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público - OSCIPs, ou Organizações Não-Governamentais - ONGs com maior engajamento de voluntários e conquistando legislações exclusivamente voltadas à proteção animal, como por exemplo, Lei Federal n.º 9.605/98 que protege os animais de abandono e maus tratos.

Contudo, ainda é difícil notar envolvimento pessoal na sociedade que joga a responsabilidade desse problema social e político nas autoridades e ONGs. A problemática envolvendo os animais abandonados e os maus tratos requer o envolvimento da população, do governo, bem como dos profissionais da área, sendo que a participação de todos é fundamental para que haja uma nova perspectiva para a vida desses animais. (SANTOS et. al., 2020).

Por isso, é importante mencionar a “causa animalitária”, conceito definido por um gesto de solidariedade e desprendimento ou mesmo uma doação, que não corresponde à lógica convencional de reciprocidade na tríade dar-receber-retribuir (MATOS, 2012). Essa causa tem o incentivo que ONGs e influenciadores digitais que sempre trazem conteúdo de divulgação, tanto das ações que podem ser feitas para a diminuição da patologia social, quanto a promoção de ajuda na visibilidade de animais disponíveis para adoção.

Tendo em vista o que foi relatada, uma das estratégias interessantes que beneficia várias outras subestratégias é a produção de eventos em forma de feiras de adoções e que visam arrecadar fundos para projetos como campanha de vacinação e castração.

O projeto em questão busca trazer essa proposta com intuito de beneficiar a causa dos animais e, ao mesmo tempo, buscar entretenimento para os participantes presentes no evento, ou seja, o próprio público, trazendo música, atividade ao ar livre e espaço kids. É importante frisar que segundo a Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT, eventos assistenciais são eventos de responsabilidade social que promovem ações e atividades diversas com objetivo de ajudar uma causa específica. O

evento “Petnique” é considerado nesse ramo de eventos, pois visa ajudar na causa animalitária, portanto, sendo um evento de lazer e também uma feira de adoção de pets, inspirada nas ações de instituições como o Abrigo Flora e Fauna que abriga centenas de animais resgatados.

2 - OBJETIVOS

2.1- Objetivo geral

- Organizar um evento beneficente em prol de ajudar animais em situação de abandono que contribua com a conscientização sobre o tema.

2.2- Objetivos específicos

- Facilitar a adoção de cães e gatos através do evento;
- Arrecadar fundos para castração de cães e gatos em situação vulnerabilidade;
- Propor ideias ou alternativas para a conscientização sobre cuidados básicos para sobrevivência dos animais de rua;
- Propiciar uma experiência agradável ao público;
- Identificar possíveis apoiadores/patrocinadores do projeto como petshops, veterinários e empresas alimentícias para animais;
- Captar artistas locais que tenham afinidade com a temática, para a montagem do *line-up* deste evento.

3- JUSTIFICATIVA

O abandono de animais é um assunto atual e que tem chamado atenção de muitas pessoas que simpatizam com animais em geral. É preciso a estimulação de um diálogo que gere ações positivas para que esse problema seja diminuído o máximo possível. Portanto, a elaboração do projeto para o evento “Petnique” visa colaborar com a diminuição de animais nas ruas e fazer alguma diferença nessa patologia social.

A situação crítica de superpopulação de cães e gatos abandonados e sem lar, as zoonoses presentes entre eles e a negligência com as vidas e o bem estar desses animais leva a procura de soluções viáveis como um evento voltado para a ajuda animalitária, retratando a importância da discussão e ação a partir do tema.

Além disso, a autora do projeto apresenta histórico com a causa animalitária, dentro e fora de casa. Tem-se animais de estimação desde a infância e já tivera experiência com abrigos de animais como voluntária.

Em vista disso, foi escolhido o Parque da Cidade Sarah Kubitschek para a realização do evento, pois é bem localizado, situado no centro de Brasília, além de ser de fácil acesso dispondo de pontos de ônibus próximos. Além do mais, apresenta o perfil buscado para a realização do projeto, trazendo espaço abundante ao ar livre para criar uma atmosfera aconchegante e descontraída atribuída à experiência que se espera trazer juntamente com a causa animalitária, em outras palavras, um evento com a causa pet com ares de piquenique, fazendo jus ao nome escolhido para o mesmo.

4- METODOLOGIA

Planejar é uma das ações de maior relevância em diferentes contextos e sua função está ligada a realizações mais eficientes e eficazes e a tornar a vida das pessoas mais fácil e feliz (OLIVEIRA, 2016). Sendo assim, o processo de criação do planejamento é extremamente importante para que o evento aconteça com êxito e consiga cumprir seus objetivos.

Segundo Duarte e Lima (2019), essa etapa é onde se define a concepção do evento, temas, objetivos, data e local e como será feita a venda de ingressos. Nessa fase também é feito o levantamento do orçamento e a montagem das estruturas, ou seja, nesse passo tão importante do evento é onde todos os detalhes são pensados para o sucesso completo do evento em questão.

Para que a organização de um evento seja bem sucedida é necessário dividi-la em três etapas, são elas: pré-evento, trans-evento e pós-evento. Abaixo essas etapas serão descritas e aproximadas à realidade da proposta aqui apresentada.

- **Pré-evento**

Para essa primeira parte da realização do evento, como já foi dito, o foco é o planejamento de toda e qualquer ação que se realizará para que o evento aconteça. À medida em que se planeja, percebe-se que devem ser feitas ações anteriormente à data marcada para que esteja tudo dentro da preparação prevista

Nesse caso, deve-se definir data e local, além de conferir a disponibilidade e logística dos mesmos. Uma vez identificado que o Parque da Cidade Sarah Kubitschek atende a todas as necessidades do evento, será contactado a administração do Parque para a formalização e autorização para a realização do evento no mesmo.

É preciso buscar patrocinadores, apoiadores e todos os serviços que serão necessários como funcionários para a montagem do equipamento, por exemplo. Desta forma, se estabelecerá um prazo de alguns meses de antecedência para firmar-se parceria com as empresas do nicho pet que são o foco do evento; clínicas veterinárias; a empresa que fornecerá os “ecocopos”, para a confecção de copos ecológicos; entre outros.

Quanto a divulgação necessárias para o evento, será feito cartazes, uso de redes sociais e confecção dos uniformes para voluntários, onde todos os patrocinadores estarão inclusos.

Há uma necessidade também de buscar voluntários para a realização de ações importantes durante todas as fases do evento proposto, como critérios para a adesão desses voluntários será a identificação com a causa e disposição para o trabalho, além do contato com Organizações Não-Governamentais que são voltadas para a causa animalitária, e que ajudarão no processo de captação e adoção dos animais que estarão na feira.

Também é preciso captar artistas locais que simpatizam com a causa, como a cantora Rebeca Gouvêa. É necessário ainda, divulgar para ambulantes e microempreendedores da área de alimentos e bebidas que queiram participar do evento na locação dos espaços que serão destinados a eles, com intuito de que o evento tenha uma oferta de alimentos e bebidas. Todo este processo será formalizado junto à organização do evento e seguindo os parâmetros pré-estabelecidos pelo espaço.

A estrutura do palco busca simplicidade podendo começar sua montagem dois dias antes da data do evento, assim como a instalação das bancadas para servir alimentos e bebidas. Porém, as demais montagens como a estrutura da área de convivência, decoração e montagem do espaço kids devem ser feitas no dia anterior ao evento.

- **Trans-evento**

Essa etapa apresenta a execução do evento. O Petnique é um evento de pequeno porte com estimativa de 100 participantes e disponibilizará áreas que buscam ser confortáveis com espaço para acomodação para socialização entre os participantes, além de trazer comidas simples e rápidas para remeter ao conceito de piquenique, colocando também toalhas no chão para trazer ainda mais essa caracterização.

Ocorrerá uma feira de adoção onde é possível contato dos animais com o público para que seja criada uma experiência pessoal e conectada com cães e gatos que necessitam algum mínimo afeto humano. O processo de adoção seguirá determinadas regras como a condição da residência do adotante, que serão dispostas em um termo de compromisso assinado pelo mesmo.

O evento também contará com a presença de artistas voluntários, que se sensibilizam com a causa para que seja tocada uma música ambiente trazendo conforto para a atmosfera social idealizada para o Petnique, esta ação, também é pautada na valorização dos artistas locais.

- **Pós-evento**

Na fase final do projeto, o pós-evento trata-se da desmontagem da estrutura e devolução de equipamentos alugados. Além disso, será feita a contabilização de fundos arrecadados e direcionamento dos mesmos, sendo eles físicos (ração) ou financeiros. O material arrecadado será doado para abrigos físicos como o Flora e Fauna ou ONG's como a ProAnima.

Ainda deve-se realizar visitas agendadas às residências das pessoas que realizaram adoção para que seja certificado a segurança dos animais levados para novos lares. Estas visitas serão feitas pela organização do evento.

É nessa etapa também que ocorre a construção de relatórios com dados do evento como arrecadação e número de animais doados, para que sejam apresentados aos colaboradores do evento.

A confecção e distribuição dos ecocopos também tem grande relevância no que diz respeito a promoção do evento após a sua realização, pois o público e a produção pode fazer fotos e vídeos com os ecocopos e disponibilizar nas redes sociais para que haja identificação de novos participantes para as edições futuras.

5 - DEFINIÇÃO DAS ESTRATÉGIAS DE SUSTENTABILIDADE

A preocupação com o meio ambiente vem crescendo cada vez mais em diversas áreas do mercado, e com eventos não seria diferente. Nesse sentido, é indispensável um planejamento sustentável. Além da produção de um evento em que se fazem necessárias tais ações, o vínculo do evento com a natureza é inegável, pois o foco principal são os animais tornando a necessidade de atenção nesta área do planejamento primordial.

As áreas definidas dentro deste projeto com foco em estratégias de sustentabilidade sob o ponto de vista ambiental são: alimentação, separação e direcionamento de resíduos, a decoração. Busca-se também realizar ações buscando a sustentabilidade econômica e social, idealizando o desenvolvimento ambiental. Duarte e Lima entendem que é necessário

buscar a responsabilidade em todas as etapas, direcionando as práticas para este foco, envolvendo a comunidade, promovendo sua integração, a conscientização e a preservação ambiental, valorizando a cultura e respeitando as individualidades de cada localidade. (DUARTE E LIMA, 2019, p 84)

Portanto, o Petnique buscará aplicar vários destes preceitos da sustentabilidade em sua organização e execução.

5.1- Alimentação

Para esse setor do evento, haverá espaços para locação de empresas na área de Alimentos e Bebidas, portanto será estabelecido como critério para a escolha dos locatários que os mesmos prezam por embalagens recicláveis, evitem o uso de plástico e que compreendam este viés dentro da política de execução do evento.

A venda de ecopos durante todo o evento favorece a não utilização de descartáveis, além de trazer o viés sustentável também pode ser inserida a marca do evento ajudando na divulgação na fase de pós-evento.

5.2- Separação dos resíduos

O evento irá buscar o incentivo para a separação correta do lixo de acordo com as lixeiras sinalizadas, através de placas informativas em pontos estratégicos como na

entrada do evento, na praça de alimentação e nas próprias lixeiras com finalidade de instrução no momento do descarte do resíduo, além disso haverá a contratação de empresa para seleção e descarte. Esta proposta é pautada na ideia de parceria com empresas do ramo.

5.3- Direcionamento dos resíduos

Como citado, é necessária a parceria com uma empresa que trabalhe no direcionamento correto dos resíduos gerados. Por esta ótica, pensou-se em uma empresa que atua em eventos no Distrito Federal, como o “Na Praia”, reconhecidos pela excelência no planejamento sustentável do evento, a empresa referida é a Arcobraz.

A companhia de coleta seletiva teria a responsabilidade e a função de separação e o descarte dos resíduos para que seja enviado adequadamente para o destino final de cada resíduo, seja ele reciclável ou orgânico. E em contrapartida, será divulgada na comunicação do evento, e os resíduos gerados serão de propriedade da própria empresa.

5.4- Decoração

A decoração do evento será simples focando mais em ser instrutiva através de banners que podem ser reutilizados em outras edições. O objetivo dos banners é instruir sobre a temática de forma simples e objetiva.

A implantação de estrutura de palete para a construção de bancos e camas para acomodação das famílias também será utilizada para trazer um ambiente mais casual e informal. Buscará trazer *futons* (sofás montados a partir de paletes) completos para a facilitação de fornecimento e maior garantia da qualidade do produto.

5.5 - Estratégias econômicas e sociais

A partir de toda a preocupação ambiental construída na idealização do evento, direciona-se para uma ramificação voltada para questões humanas. Para o viés econômico, a estratégia aplicada consiste em cobrar apenas quantidades de rações como entrada para serem doadas a instituições e cuidadores informais de animais de rua e comercializar alimentos e bebidas para convertimento em campanhas de vacinação e castração da população canina e felina em vulnerabilidade. Além de produtos de pet

shop como coleiras, acessórios e brinquedos disponíveis para venda seguindo a mesma linha de estratégia citada anteriormente.

Já para a parte social, busca-se exercer o principal objetivo do evento que traz a promoção da preocupação com o abandono de animais e o que o tema abrange como a necessidade da castração e vacinação para evitar o contágio de zoonoses. Além disso, o evento busca dar visibilidade a artistas locais valorizando a cultura da capital brasileira.

6. PLANO DE COMUNICAÇÃO

O plano de comunicação dá-se basicamente à conexão com a área de marketing para uma organização de promoção mais completa e eficaz do evento. O plano de marketing é, em geral, um documento que estabelece os objetivos de uma organização, referente a um próximo período de atividades, e define programas de ações necessárias para atingir esses objetivos (LIMA & CARVALHO, 2011). Portanto, a comunicação neste projeto será pautada nas estratégias de marketing, considerando que estas proporcionarão ao público alvo acesso às informações do evento.

A partir disso, o plano estratégico será desenvolvido através do conceito do mix de Marketing baseado nos 4Ps. O termo 4Ps foi formulado primeiramente por Jerome McCarthy, sendo seu conceito popularizado por Philip Kotler (SILVA, 2019). Esse termo se refere aos pilares que compõem as estratégias apresentadas no mix de marketing e que será usada como base para a definição das estratégias do plano de comunicação, são elas: produto, preço, praça e promoção.

6.1- Produto

O produto “é a combinação de ‘bens e serviços’ que a empresa oferece ao mercado-alvo.” (KOTLER, 1998 *apud* SILVA, 2019, p. 31). O ideal no momento de definir esse pilar é conhecer bem o conceito do evento, sabendo o que irá entregar ao público-alvo tanto durante quanto após o evento propriamente dito, incluindo serviços e a própria experiência.

No caso do Petnique, o produto condiz com a mensagem moral que o evento busca trazer, pautando a realidade de vários animais em vulnerabilidade nas ruas. Além de proporcionar uma experiência ao público dispondo de opções para comer e beber no local, música ao vivo e a disposição da feira de adoção durante todo o evento. Também

haverá a disponibilização de um espaço kids com cama elástica e um instrutor voluntário para a criação de atividades com finalidade de entretenimento e educação acerca do tema proposto.

Durante o evento, a programação consiste em trazer atividades simultâneas como música ao vivo, feira de adoção e espaço kids com cama elástica e brinquedos infláveis, trazendo uma experiência similar com as que os festivais proporcionam.

Quanto a programação do evento, descreve-se da seguinte maneira:

- **Montagem do evento**

- Dia: 16/09/2022

Horário: Das 11:00 às 15:00 horas

Função: Montagem do palco e das bancadas da área de alimentação

- Dia: 17/09/2022

Horário: Das 11:00 às 17:00 horas

Função: Finalização da estrutura e decoração do evento

- **Realização do evento**

- Dia: 18/09/2022

Horário: Das 13:00 às 17:00 horas

Abertura simultânea das atividades como a feira de adoção, a música e os brinquedos disponibilizados.

- **Desmontagem do evento**

- Dia: 19 e 20/09/2022

Horário: Fim do evento (17:00)

Dia seguinte - Das 11:00 às 17:00 horas

6.2- Preço

A entrada do evento será cobrada através de doações de 1kg de ração por pessoa/participante a fim de distribuir para animais de ruas e doar para abrigos que necessitam de ajuda com alimentos para os animais. Além disso, o lucro gerado pela venda de alimentos, bebidas e acessórios vendidos no evento como coleiras e petiscos destinados a animais domésticos serão doados para campanhas de vacinação e castração de animais em situação vulnerável.

6.3- Praça

A criação de redes sociais para a divulgação do evento como Instagram e Facebook se torna imprescindível, buscando o conhecimento do evento e a introdução na conscientização do público-alvo sobre os valores do evento através de posts e interações baseadas em engajamento para o sucesso das páginas. Também adotará a estratégia de criação de grupos de whatsapp com possíveis participantes para que possa haver uma captação de público maior.

Outra forma de comunicação com o público em potencial é a fixação de cartazes em pontos estratégicos, que funcionarão como uma chamada de atenção por simularem cartazes de animais perdidos e que podem sensibilizar as pessoas e atraírem as mesmas ao evento. Nestes cartazes estarão as informações principais sobre o Petnique.

6.4- Promoção

A divulgação do evento se dará através de cartazes, feitos de papel reciclável para atender as demandas sustentável do evento e serão distribuídos em pontos específicos no Plano Piloto como na rodoviária, ponto de ônibus e no próprio parque onde ocorrerá o evento, petshops, clínicas veterinárias, etc. Nas redes sociais, serão utilizadas estratégias como: a produção de conteúdos através de lives, posts informativos, reels e outras ferramentas disponíveis nas redes sociais citadas, além de criação de hashtags com intuito de criação de uma identidade do evento.

Além disso, buscará espaço em jornais televisivos, impressos e online a divulgação do evento em agendas culturais e de lazer, com objetivo de mostrar a

importância e a relevância do tema que está em alta na sociedade. No anexo deste trabalho, há um exemplo da imagem do evento em cartaz informativo e logotipo.

7. VIABILIDADE ECONÔMICA E FINANCEIRA DO EVENTO

O fato do evento ser assistencial, como citado antes, dependerá totalmente do patrocínio e apoio de empresas e órgãos públicos para a sua realização. Todo o dinheiro arrecadado através de apoiadores e empresas interessadas na promoção de sua marca será utilizado para a estrutura necessária, desde materiais até serviços contratados para fazer o evento realmente acontecer.

Portanto, é necessário entrar em contato com a Secretaria de Estado do Meio Ambiente do Distrito Federal, visto que este órgão público lida diretamente com o tema, para a possibilidade de recursos técnicos como equipamentos de áudio e estrutura para palco.

Em relação à busca de patrocínio de uma marca com suas atividades fins com foco na temática, pensa-se em investir em um diálogo com petshops e clínicas veterinárias, que podem contribuir em disponibilidades de materiais necessários. Disponibilizando também estandes de exibição de produtos com ganho de porcentagem voltada para arrecadações de fundos, visando ajudar em campanhas da causa animalitária. Assim, além da promoção dos patrocinadores, cria-se um meio de arrecadação de fundos e portanto, uma relação simbiótica e de parceria.

Outra busca seria parceria com a Ambev, trazendo exclusividade e fornecimento de bebidas para o evento, buscando a visibilidade da empresa e do evento. Sendo que os produtos oferecidos serão refrigerantes, sucos e água.

Já para a questão de serviços de alimentação, pretende-se fazer a divulgação do evento para a locação de espaços dentro do evento para que microempreendedores da área e ambulantes possam fornecer seus serviços. Por fim, apresentará-se o projeto para a empresa Leroy Merlin a fim de conseguir um apoio da empresa com o empréstimo dos paletes de futon em troca de divulgação no evento e no uniforme dos funcionários.

Será definido também, uma proposta de parceria com a Arcobraz, para que a coleta seletiva seja benéfica tanto para o evento quanto para a empresa de separação de resíduos. Tendo isso citado, segue tabela de orçamento:

- **ORÇAMENTO:**

Tabela 1 - Orçamento do Petnique: Recursos físicos

RECURSOS FÍSICOS					
Ítem/Ação	Valor Unitário (R\$)	Quantidade	Valor Total (R\$)	Condição de Aquisição	Fornecedor
Palco	2.100,00	1	2.100,00	Apoio	Loc Palcos
Gerador	4.000,00	1	4.000,00	Apoio	Locatril
Futton	439,90	20	8.798,00	Apoio	Leroy Merlin
Almofada	39,90 (4 unidades)	20	798,00	Apoio	Pump Up decor
Cama elástica	150,00	1	150,00	Patrocínio	Felix Festas
Cerca para os animais	150,00	10	1.500,00	Apoio	Abrigo
Toalha de mesa para piquenique	13,90	25	347,50	Patrocínio	Americanas
Pedestal de fita	180,00	5	900,00	Apoio	Disponibilidade da Secretaria do Meio Ambiente
Lixeira	104,50	25	2.612,50	Apoio	Secretaria do Meio Ambiente

Fonte: Elaboração própria, 2021.

Tabela 2 - Orçamento do Petnique: Recursos humanos

RECURSOS HUMANOS					
Ítem/Ação	Valor Unitário (R\$)	Quantidade	Valor total (R\$)	Condição de Aquisição	Fornecedor
Empresa de separação de resíduos	5.000,00	1	5.000,00	Apoio	Arcobaz (parceria)*
Empresa de limpeza	100,00 por pessoa	5	500,00	Apoio	Prime Serviços Terceirizados
Vigilante	150,00	1	150,00	Apoio	Brasília Empresa de Segurança
Socorrista	160,00	2	320,00	Apoio	EBS

Fonte: Elaboração própria, 2021.

Tabela 3 - Orçamento do Petnique: Recursos materiais e total

RECURSOS MATERIAIS					
Ítem/Ação	Valor Unitário (R\$)	Quantidade	Valor total (R\$)	Condição de Aquisição	Fornecedor
Caixa de som	329,00	3	987,00	Apoio	Loc Palcos
Microfone	30,00	1	30,00	Apoio	Loc Palcos
Walk-talk	353,30 (4 unidades)	1	353,30	Apoio	Americanas
Uniforme para os funcionários (camiseta)	140,00 (5 unidades)	4	560,00	Patrocínio	Gráfica da escolha do patrocinador
Suporte com saquinho coletes de fezes (brinde)	17,99	30	539,70	Patrocínio	Clínica VetBaruc
Bebedouro para animais	3,99	8	31,92	Patrocínio	Clínica VetBaruc
Ecocopos	4,53	100	453,00	Apoio	EcoCopo
Total:					R\$30.130,92

Fonte: Elaboração própria, 2021.

O evento sendo assistencial terá sua única forma de captação de renda para a realização do mesmo através de patrocínio e apoio.

8. PLANO DE SEGURANÇA DO EVENTO

8.1- Legislação

Para que o evento aconteça dentro das normas, é necessário um agendamento para um atendimento presencial no Parque da Cidade. Além disso, é preciso uma cópia do RG e do CPF da organizadora do evento, croqui de montagem da estrutura (em anexo), a aprovação do subsecretário do local, termo de compromisso do logradouro público e termo de responsabilidade de pessoa física ou jurídica (ambos fornecidos pelo parque). Também é exigido duas vias originais do requerimento do evento, uma para a Secretária de Turismo e outra para o responsável pelo evento.

As demais legislações que dizem respeito a eventos no Distrito Federal não se aplicam ao Petnique, pois a estimativa de público é de 100 pessoas. Considerando esse número, também é dispensada a contratação de brigadistas, de acordo com a Lei nº 5.281.

8.2- Análise de riscos

- **Análise de ambiente externo:**

O Parque da Cidade Sarah Kubitschek se localiza no Plano Piloto, uma localidade central na cidade de Brasília, facilitando o acesso do público para o evento. Esse acesso pode ser feito de carro ou ônibus. Há vários pontos de ônibus ao redor do parque na Estrada Parque Indústrias Gráficas - EPIG trazendo essa possibilidade de transporte.

Dispõe do 7º Batalhão da Polícia Militar a 3,7 km de distância, hospitais próximos são encontrados o Alvorada e o Hospital de Base situados a 3,9 km e 5 km, respectivamente. Além desses dois básicos serviços de emergência, há à disposição dois locais com a mesma função e distância (aproximadamente 3,7 km), o 14º Grupamento Bombeiro Militar e o Posto de Bombeiro.

- **Análise de ambiente interno:**

Tratando-se da segurança no ambiente cujo é considerado o evento, os vigilantes terão em posse seus Equipamentos de Proteção Individual - EPI de acordo com a recomendação quando se trata de eventos. Além disso, será disponibilizado kit de primeiros socorros para realizar o primeiro atendimento em caso de algum acidente ou incidente que possa acontecer.

A fiação elétrica será devidamente encapada e as estruturas de metal aterradas para que não ocorra nenhum problema ligado ao equipamento utilizado no Petnique. Todavia, o evento não terá saídas de emergência por ser realizado em espaço aberto onde é possível a evacuação rápida por todos os lados da área do evento.

- **Riscos identificados:**

Quanto aos riscos naturais, foi identificado o calor intenso e o tempo seco, que é costume do mês de setembro na cidade de Brasília.

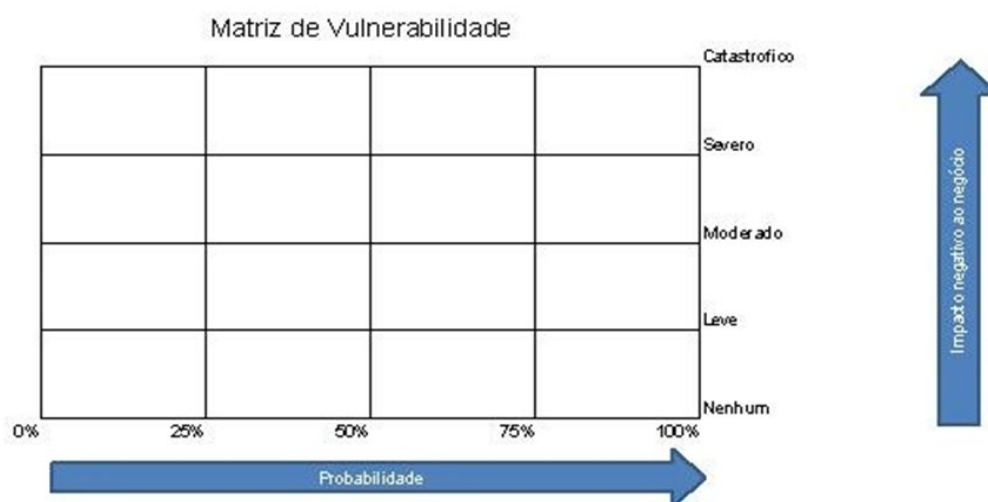
Quanto aos riscos biológicos, identifica-se problemas de intoxicação alimentar, sendo um dos mais comuns em eventos. A fuga dos animais disponíveis para adoção também pode vir a ocorrer trazendo desordem no local. Além de possíveis acidentes com ataques caninos e/ou felinos.

Quanto aos riscos técnicos, é possível ocorrer incêndios provocados pela fiação de equipamentos elétricos utilizados no palco, área de alimentação ou até mesmo na entrada do Petnique.

Quanto aos riscos humanos, pode haver alguém mal intencionado nos arredores do parque com a intenção de roubar, assediar e causar danos diretos aos participantes. Além disso, podem ocorrer acidentes com crianças onde, por sua vez, podem se machucar ou se perder dos pais durante a tarde que será realizado o evento. Embora não seja o perfil do público alvo do Petnique, deve atentar-se para a possibilidade de brigas e desentendimentos.

Uma vez identificados os riscos, estes serão dispostos dentro da metodologia subjetiva de análise de riscos intitulada Matriz de vulnerabilidade, como na figura a seguir e nas explicações posteriores:

Figura 1 – Matriz de vulnerabilidade



Fonte: Pípolo, 2010.

Os riscos citados acima estarão dispostos na matriz nos seguintes quadrantes:
 Quadrante 2 - Intoxicação alimentar - baixa probabilidade de acontecer, impacto de moderado a severo;

Quadrante 2 - Incêndio nos equipamentos elétricos - baixa probabilidade de acontecer, impacto catastrófico ao evento;

Quadrante 2 - Assaltos e assédios - baixa probabilidade de acontecer, impacto moderado ao evento;

Quadrante 2 - Crianças se perderem - baixa probabilidade de acontecer e impacto severo ao evento;

Quadrante 3 - Calor Intenso - alta probabilidade de acontecer, impacto leve ao evento;

Quadrante 3 - Clima Seco - alta probabilidade de acontecer, impacto leve ao evento;

Quadrante 3 - Acidente com crianças - alta probabilidade de acontecer e impacto leve ao evento;

Quadrante 4 - Fuga dos animais - baixa probabilidade de acontecer, impacto leve ao evento;

Quadrante 4 – Ataques caninos e felinos – média probabilidade de acontecer, impacto leve ao evento;

- **Plano de ação:**

Para tratar os riscos que podem causar acidentes ou incidentes no evento, serão propostas ações de cunho operacional e contingencial a respeito, são elas:

Riscos Naturais: quanto ao calor, a estratégia assumida será escolher um ponto dentro do Parque da Cidade (Próximo ao Estacionamento 4) que dispunha de muitas árvores para oferecer sombra natural aos participantes.

Quanto ao tempo seco, pretende-se ofertar a venda de bebidas, como água, refrigerantes e sucos, além de que os participantes podem entrar com sua própria garrafa de água.

Riscos Biológicos: quanto a contaminação ou intoxicação alimentar haverá uma transferência de responsabilidade por parte da organização do evento pois os espaços de alimentação serão alugados para terceiros, porém o evento se prontificará a ajudar em qualquer situação que esteja ao alcance dos envolvidos.

Quanto à fuga dos animais que estarão disponíveis para adoção, aplica-se a estratégia de disponibilizar voluntários responsáveis para supervisionar e evitar qualquer tipo de situação que fuja do controle.

Quanto aos acidentes provocados pelos ataques de animais, fará a promoção do uso de focinheiras para cachorros de médio e grande porte durante o evento.

Riscos Técnicos: o evento se compromete em vistoriar todos os fios elétricos para certificar o uso correto conforme o que é solicitado nas Normas Técnicas. Além disso, a vistoria de todos os equipamentos e estruturas também serão feitos.

Riscos Humanos: quanto aos riscos de roubo, assédio e a mínima possibilidade de brigas, serão contratados dois vigilantes para cuidar da segurança do evento, treinados para reagir a essas situações.

Quanto à possibilidade de acidente com crianças, na entrada será feito o registro com nome dos pais e telefone colocados em pulseiras para as crianças utilizarem enquanto estiverem presentes no evento. Monitores dos brinquedos alugados e alguns voluntários também serão selecionados para evitar qualquer acidente, bem como, a presença de um socorrista. Além disso, os funcionários serão orientados a instruir os pais para que fiquem em constante observação para que a criança não se perca pelo evento.

9. MATRIZ DE RESPONSABILIDADES

A matriz de responsabilidade é a fase do evento que distribui as funções das atividades descritas na metodologia entre todos os envolvidos na realização do evento. Ela é representada a partir da seguinte tabela:

Tabela 2 - Matriz de responsabilidades: Pré-Evento

PRÉ-EVENTO		
Ação	Responsável	Período da realização
Definição local e data	Idealizadora do projeto	Fevereiro de 2021
Entrar em contato com a administração do Parque da Cidade	Comissão de logística	Abril de 2022

Entrar em contato com patrocinadores	Comissão de comunicação	Abril a Junho de 2022
Contratação da empresa de limpeza	Comissão de RH	Agosto de 2022
Contratação de empresa de resíduos	Comissão de RH	Julho de 2022
Contratação dos vigilantes	Comissão de RH	Setembro de 2022
Contratação das empresas de estrutura e montagem	Comissão de logística	Agosto de 2022
Confecção de ecocopos	Comissão de decoração	Abril de 2022
Divulgação e captação de voluntários	Comissão de comunicação	Maior e Junho de 2022
Divulgação dos espaços alimentícios para locação	Comissão de comunicação	Maior a Agosto de 2022
Seleção de ambulantes	Comissão de RH	Julho e Agosto de 2022
Montagem de palco	Empresa contratada	16 de Setembro de 2022

Fonte: Elaboração própria, 2021.

Tabela 3 - Matriz de responsabilidades: Trans-Evento

TRANS-EVENTO

Ação	Responsável	Período da realização
Entrada	Voluntário	13:00 às 17:00
Apresentação dos artistas	Artistas	13:00 às 17:00
Venda de alimentos	Ambulantes	13:00 às 17:00
Venda de bebidas	Voluntário	13:00 às 17:00
Administração da feira de adoção	Voluntário	13:00 às 17:00
Administração da área kids	Profissional da empresa	13:00 às 17:00

Fonte: Elaboração própria, 2021.

Tabela 4 - Matriz de responsabilidades: Pós-Evento

PÓS-EVENTO		
Ação	Responsável	Período da realização
Desmontagem do evento	Empresa que alugou o palco	19 de Setembro de 2022
Devolução de equipamentos alugados	Comissão de logística	Após o fim do evento
Contabilização dos fundos arrecadados	Comissão de logística	Setembro de 2022
Direcionamento dos fundos	Comissão de logística	Setembro e Outubro de 2022

Agendamento das visitas dos adotantes	Organizadora do evento	Setembro de 2022
Realização das visitas	Organizadora do evento	Setembro e Outubro de 2022
Promoção do evento nas redes sociais	Comissão de comunicação	A partir do dia 20 de Setembro de 2022

Fonte: Elaboração própria, 2021.

10. RESULTADOS ESPERADOS

Ao fim da execução do planejamento desenvolvido, espera-se que o público tenha absorvido informações ligadas à temática, como a importância da castração, vacinação e adoção de animais. Com isso, busca maior sensibilização do público-alvo com a causa em destaque do evento a fim de trazer essa pauta para o cotidiano do brasileiro.

Além disso, o evento busca agradar o público em questão trazendo um programa familiar com objetivo de melhorar as relações interpessoais nesse grupo social. Também busca valorizar artistas locais com pouca visibilidade dando acesso para que façam seu network e consigam melhores oportunidades de trabalho fora do Petnique. Outro resultado esperado é a fomentação da economia através de geração de renda e oportunidade para microempreendedores e ambulantes locais.

11. REFERÊNCIAS

CASTELLAR, G. Como os gatos conquistaram a Terra. 2017. Disponível: <https://super.abril.com.br/ciencia/como-os-gatos-conquistaram-a-terra/> Acesso em dezembro de 2020.

D'ANDRETTA, J. **Análise de fatores que contribuíram para a guarda responsável ou abandono de cães e gatos em área de São Paulo/SP.** Dissertação (Mestrado em Medicina Veterinária) Universidade de São Paulo, 108 f, 2012.

DUARTE, D. C.; LIMA, K. S. C. Turismo responsável e eventos: Uma análise sobre a

responsabilidade no Festival Internacional de Cinema e Vídeo Ambiental (FICA) - Goiás /GO. **Revista Interdisciplinar em Turismo e Território**. v. 7, n. 12, p. 73–89, 2019.

EVENTBRITE. **Infográfico: 10 dicas para criar um evento sustentável**. 2018. Disponível em: <https://www.eventbrite.com.br/blog/planejamento/evento-sustentavel-infografico-ds00/>. Acesso em março de 2021.

GDF – Governo do Distrito Federal. **Eventos no Parque da Cidade Sarah Kubitschek**. 2014. Disponível em: <http://www.df.gov.br/eventos-no-parque-da-cidade-sarah-kubitschek/>. Acesso em março de 2021.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Nacional de Saúde – 2019: Atenção primária à saúde e informações antropométricas**. Coordenação de Trabalho e Rendimento. Rio de Janeiro: IBGE, 2020.

LIMA, G. B.; CARVALHO, D. T. Plano estratégico de marketing: proposta de uma análise teórica. **Revista Brasileira de Marketing**. v. 10, n. 2, pp. 163-187, São Paulo, 2011.

MAIA, C. M.; BUENO, R. Pandemia aumenta abandono, mas também adoção de pets. **Com Ciência – Revista Eletrônica de Jornalismo Científico**. Disponível em: <https://www.comciencia.br/pandemia-aumenta-abandono-mas-tambem-adocao-de-pets/>. Acesso em março de 2021.

MATOS, L. G. **Quando a “ajuda é animalitária”**: um estudo antropológico sobre sensibilidades e moralidades envolvidas no cuidado e proteção de animais abandonados de Porto Alegre-RS. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social). Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 126 f, 2012.

MUNDO PET. A evolução dos cães até se tornarem animais de estimação. 2014. Disponível em: <http://g1.globo.com/sp/bauru-marilia/mundo-pet/2014/noticia/2014/12/>. Acesso em dezembro de 2020.

OLIVERA, Sandra. **Práticas de Planejamento e Organização de Eventos**. Brasília, IFB, 2016.

PÍPOLO, Igor de Mesquita. **Segurança de Eventos**: Novas perspectivas e desafios para produção. São Paulo: Reino Editorial, 2010.

RESULTADOS DIGITAIS. **Os 4 Ps do Marketing**: Há quase 60 anos mantendo a relevância. 2019. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/4-ps-do-marketing-mix/>. Acesso em fevereiro de 2020.

SANTOS, J. R. C. et al. Abandono e maus tratos aos animais. **Revista Agroveterinária do Sul de Minas**. v. 2, n. 1, p. 65-72, 2020.

12. ANEXOS

Figura 2 - Croqui do evento:



Fonte: Elaboração própria, 2021.

Figura 3



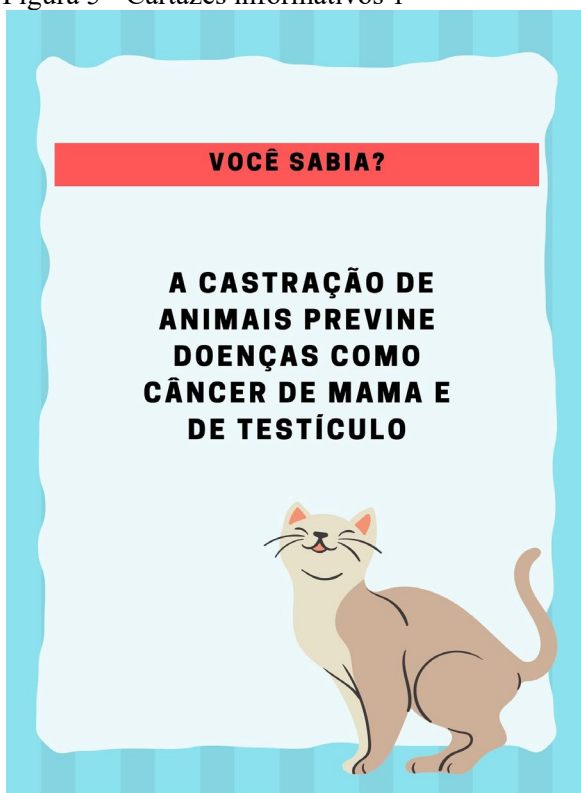
Fonte: Elaboração própria, 2021.

Figura 4



Fonte: Elaboração própria, 2021.

Figura 5 - Cartazes informativos 1



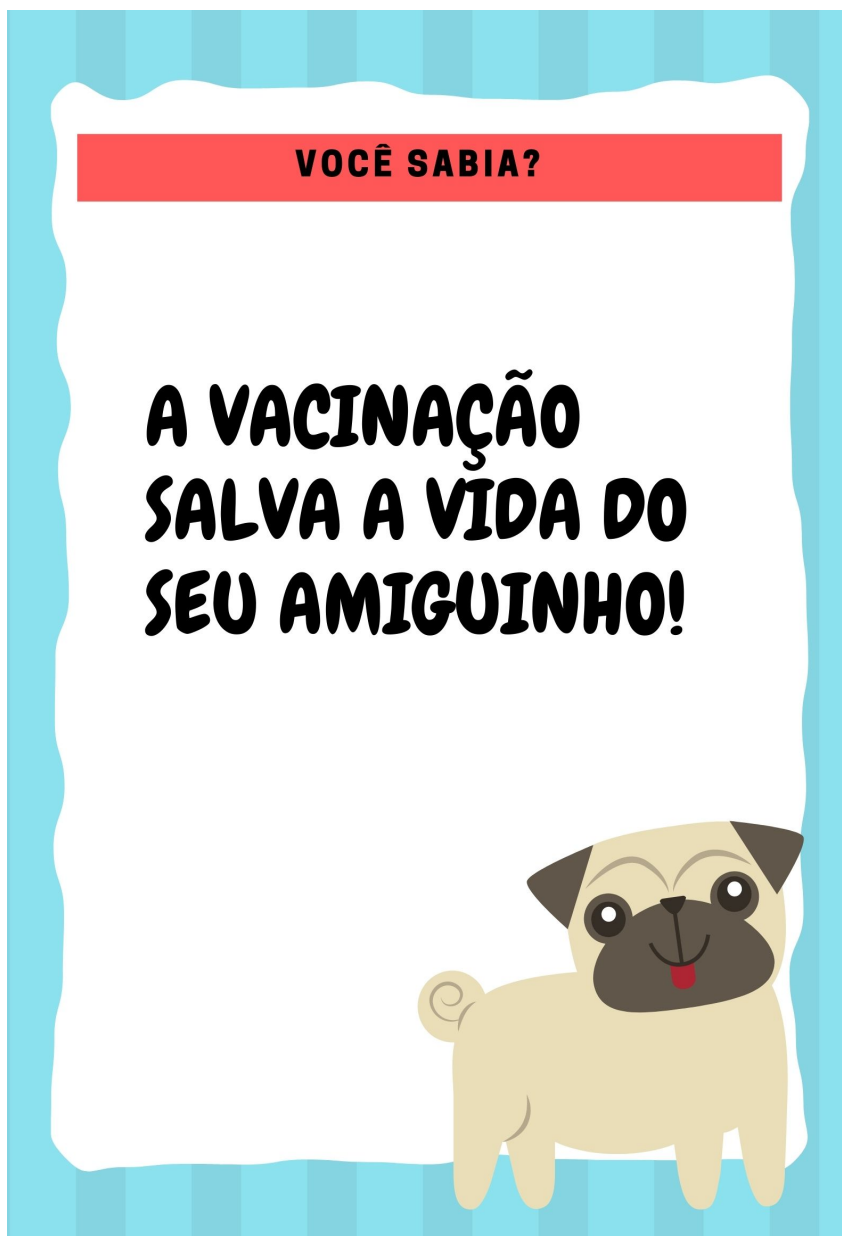
Fonte: Elaboração própria, 2021.

Figura 6 - Cartazes informativos 2



Fonte: Elaboração própria, 2021.

Figura 7 - Cartazes informativos 3



Fonte: Elaboração própria, 2021.

Figura 8 - Cartaz para divulgação do evento


VENHA CONHECER O

PETNIQUE

**TARDE PARA CONHECER
NOVOS AMIGOS!**

**20/06 PARQUE DA CIDADE
SARAH KUBITSCHK**

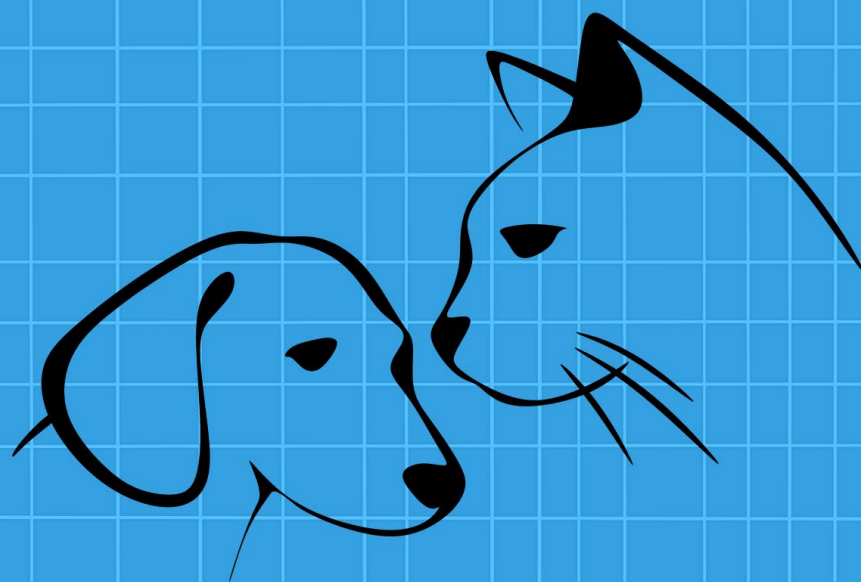
Feira de adoção
Música ao vivo
Espaço kids

The image is a promotional poster for an event. It features a blue background with a light blue grid pattern. At the top, the text 'VENHA CONHECER O' is in white, followed by the word 'PETNIQUE' in large, bold, red capital letters. Below this, the event details are listed in bold black text: 'TARDE PARA CONHECER NOVOS AMIGOS!', '20/06 PARQUE DA CIDADE', and 'SARAH KUBITSCHK'. Underneath, the activities are listed in white text: 'Feira de adoção', 'Música ao vivo', and 'Espaço kids'. At the bottom, there is a stylized black line art illustration of a dog's head on the left and a cat's head on the right, both facing each other.

Fonte: Elaboração própria, 2021.

Figura 9 - Logotipo

PETINIQUE



Fonte: Elaboração própria, 2021.