

**EVENTOS E HOTELARIA: UMA ABORDAGEM ESTRATÉGICA**

*Weslei Dos Santos Alvarenga (ufrrjhotelariawesleialvarenga@gmail.com)*

*Marcelo De Oliveira Nunes (mnunes@ufrrj.br)*

Este projeto de iniciação científica, segundo Nunes (2025), busca preencher uma lacuna na literatura sobre a gestão de eventos em empreendimentos hoteleiros no Brasil. O principal objetivo é elaborar um modelo conceitual das diversas formas de relação entre a gestão hoteleira e eventos, oferecendo um guia prático e estratégico para os gestores. O estudo visa mensurar o grau de adoção de estratégias ligadas a eventos por meios de hospedagem em território nacional. Também servindo como uma aplicação prática para a matéria "Eventos em Hotelaria" (IH-817). Adotando uma metodologia mista de pesquisa, que combina uma abordagem qualitativa e bibliográfica com a coleta de dados quantitativos. Neste resumo serão apresentados os resultados preliminares da pesquisa quantitativa, que foi distribuída de forma online para gestores de eventos de hotéis em todo o Brasil. Foram obtidas 13 respostas, sendo 30% do RJ, 15% de SP e também 15% de SC, com hotéis variando de 103 a 450 UHs, o que denota uma boa representatividade em termos de porte.

Considerando o modelo conceitual proposto na RBV (Barney, 1991, 2001), a tabela 1 abaixo foi organizada com os principais achados da pesquisa.

Tabela 1:

Eventos Próprios

Eventos de Terceiros

Eventos no Entorno

Ocorrência

82% - Sim

18% - Não

100% - Sim

100% - Sim

Capital Físico

Estrutura:

Sala de Reuniões – 91%

Centro de Convenções – 63%

Bar, Restaurante - 45%

Capacidade:

Até 600 pessoas – 36%

Até 1000 pessoas – 27%

N/A

Capital Humano

Estrutura departamental:

Departamento de vendas e eventos – 27%

Departamento de eventos – 18%

Departamento de A&B e eventos – 18%

Departamento de vendas e eventos – 18%

Equipe responsável:

Departamento de eventos – 22%

Departamento de A&B – 22%

Departamento de vendas – 22%

Equipe de captação:

Equipe para captar – 73%

Não possui equipes – 27%

Capital Organizacional

Planejamento específico:

Sim, Formalmente – 73%

Sim, Informalmente – 18%

Não – 9%

Mede resultados:

Sim – 44%

Não – 56%

Mede resultados:

Sim – 73%

Não – 27%

Agrega à experiência:

Sim – 54%

Não – 46%

Realiza parcerias:

Raramente – 46%

Às vezes – 31%

Frequentemente – 23%

Analisando alguns dados por parte dos hotéis, a mensuração de resultados existe variabilidade tanto para eventos próprios quanto para eventos de clientes. Respectivamente apenas 4 hotéis, costumam utilizar indicadores, quando organizam eventos próprios, como: P&L, CMV e Delphi, já o outro hotel usa relatórios de receitas e custos. No quesito de eventos para terceiros, dos oito hotéis contatados, apenas dois usam as mesmas métricas para eventos. Os outros seis adotam uma variedade de ferramentas de análise, como demonstrações mensais, planilhas simples e relatórios de receitas e custos, para avaliar o desempenho de seus eventos. A atuação dos hotéis na captação de eventos de terceiros, torna a principal fonte de demanda para o setor, contribuindo para o faturamento total dos hotéis, variando de menos de 10% a mais de 75%. O uso da RVB como ferramenta analítica revela que, embora os hotéis participantes da pesquisa estejam em diferentes estados, eles compartilham semelhanças em seus serviços. Por fim, entende-se que a forma como cada hotel administra seus recursos exercem um papel decisivo no seu desempenho frente as oportunidades que os eventos apresentam.

Referências:

BARNEY, J. B. Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, v. 17, n. 1, 1991 <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>. BARNEY, J. B. Is the Resource-Based "View" a useful perspective for strategic management research? yes. *Academy of Management Review*. v. 26, n. 1, 2001.

NUNES, Marcelo de Oliveira. Eventos e Hotelaria: Relato de Ensino. In: II ENCONTRO DE HOSPITALIDADE DA UFRRJ: HOTELARIA E TURISMO NO CONTEXTO DOS GRANDES EVENTOS, 2025, Seropédica-RJ.

Palavras-chave: hotel; gerenciamento; organização; serviço.