



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR

Artes e Letras

**A avaliação de Eventos no Centro Hospitalar Cova  
da Beira  
O Caso da VII Semana do Bebê**

**Zália Beringuilho Antunes**

Relatório de Estágio para obtenção do Grau de Mestre em  
**Comunicação Estratégica: Publicidade e Relações Públicas**  
(2º ciclo de estudos)

Orientadora: Professora Doutora Gisela Gonçalves

**Covilhã, Junho de 2014**



# Dedicatória

Aos meus pais, Maria de Jesus e José, que me permitiram chegar até aqui. Sem eles, nunca teria sido possível realizar este sonho.

Por toda a educação que me proporcionaram, pelo carinho, amor e afeto que me transmitem continuamente e pelo seu acompanhamento ao longo de toda a minha vida.



# Agradecimentos

A elaboração deste trabalho deve-se ao apoio de várias pessoas importantes, que muito contribuíram em incentivos e me ajudaram na elaboração do mesmo. E, em especial:

À minha família, que me apoiou e incentivou. Aos meus pais, sobrinhos, irmão e cunhada.

À Professora Doutora Gisela Gonçalves, por toda a ajuda que me deu e pela orientação e disponibilidade que sempre me prestou na elaboração deste relatório.

Às mestres Sofia Craveiro e Ana Gouveia, pelos conhecimentos e experiência que me transmitiram, proporcionando este trabalho. Pela sua amizade e dedicação ao longo do estágio.

A todos os amigos pela partilha, força e apoio que me transmitiram ao longo da execução deste trabalho.



## Resumo

A realização de um evento comporta em si variados fatores. A todos eles é essencial dar uma determinada relevância, de acordo com a importância que estes têm no evento em geral. Aquando da realização de um evento é importante ter em consideração não só o público-alvo a que o evento se destina, mas também os vários intervenientes neste, desde patrocinadores, parceiros ou até mesmo as pessoas envolvidas na montagem do mesmo.

Partindo das várias definições apresentadas, podemos concluir que um evento é um acontecimento planeado antecipadamente, com objetivos e metas determinadas, que pode contemplar variados propósitos, desde a venda de produtos de uma empresa, à promoção de um serviço ou da empresa.

Quando se pensa a melhor forma de avaliar um evento, deve ter-se em atenção os tópicos principais a ter em conta em cada uma das fases da organização de um evento, o pré-evento, o durante o evento e o pós-evento. As três fases são importantes na organização de um evento e em todas existem fatores relevantes para a avaliação deste.

O presente relatório, resultante de um estágio de curricular no Gabinete de Eventos do Centro Hospitalar Cova da Beira visa demonstrar qual a melhor forma de avaliar o evento “Semana do Bebê do CHCB”. Esta exposição de ferramentas de avaliação partiu da experiência vivenciada no estágio e poderá servir de modelo à organização do evento, podendo mesmo ser implementado no futuro.

## Palavras-chave

Eventos; gestão; organização, planeamento; avaliação



# Abstract

The realization of an event brings with it various factors. To all of them is essential to give a certain relevance, according to the importance they have in the overall event. On the day of an event is important to consider the target audience not only that the event is intended, but also the various actors in from sponsors, people even partners involved in assembling the same.

Based on the various definitions presented, we conclude that an event is an event planned in advance, with specific goals and targets, which may accommodate different purposes, from the sale of an enterprise, promoting a service or company.

When you think the best way to evaluate an event, it should be borne in mind the main topics to be considered at each stage of the organization of an event, pre-event, during the event and post-event. The three phases are important in organizing an event and all are relevant to the assessment of factors.

This report, resulting from one stage in the Office of Academic Events of Hospital Center of Cova da Beira and aims to demonstrate how best to evaluate the event "Week of Baby CHCB". This assessment exposure tools came from experienced on stage and might serve as a model for organizing the event and can even be implemented in the future.

# Keywords

events; management; organization, planning; evaluation



# Índice

Introdução	1
Capítulo I - Enquadramento Institucional	3
1. Centro Hospitalar Cova da Beira	3
1.1 Missão, Princípios e Valores do CHCB	6
1.2 Valências Hospitalares	6
1.3 Serviço de Comunicação, Marketing e Eventos	7
Capítulo II - Descrição e caracterização do Estágio	13
2. Propósito do Estágio	13
2.1. Objetivos Geral e Específicos	13
2.2. Atividades desenvolvidas no estágio	14
2.3. Perspetiva crítica do estágio	22
Capítulo III - Enquadramento Teórico	25
3.1. Questões a aprofundar	25
3.2. Definição e tipologia de eventos	25
3.3. Planeamento de eventos	29
3.3.1. Fases de um evento: o Pré-Evento	29
3.3.1.1 Montagem do Evento	32
3.3.2. Fases de um evento: Execução do evento	33
3.3.3. Fases de um Evento: Avaliação de eventos	34
3.3.3.1. Avaliação pré-evento	35
3.3.3.2. Avaliação durante o evento	35
3.3.3.3 Avaliação pós-evento	35
Capítulo IV. Estudo de Caso	37
4.1. Metodologia	37
4.2. Apresentação Crítica dos Dados	28
4.3 O Caso: “VII Semana do Bebê do CHCB”	39

4.3.1. Proposta de Avaliação	42
4.3.1.1. Avaliação Pré-Evento	42
4.3.1.2. Avaliação durante o Evento	44
4.3.1.3. Avaliação Pós-Evento	46
Conclusão	51
Referências Bibliográficas	55
Anexos	57

# Lista de Figuras

Figura 1- Logótipo Centro Hospitalar Cova da Beira	3
Figura 2- Hospital Pêro da Covilhã	4
Figura 3- Hospital do Fundão	5
Figura 4- Sinalética interna no CHCB	8
Figura 5 - Organograma do Serviço de Comunicação, Marketing e Eventos	10
Figura 6: Convite enviado a participantes do 2º Congresso do SPSIM	16
Figura 7- Convite elaborado para participantes da Festa de Natal do Hospital de Dia - CHCB	17
Figura 8- Material de identificação/sinalética concebido para o Dia Mundial do Coração	19
Figura 9- Exposição fotográfica “Branca de Neve, o inverno na Serra da Estrela”, de Pedro Flávio, realizada no CHCB em Janeiro de 2014.	20
Figura 10- Visita da APPACDM Covilhã e APPACDM Fundão à exposição de presépios do CHCB, Dezembro de 2013	21
Figura 11- Momento de Natal durante a visita da APPACDM Covilhã e APPACDM Fundão à exposição de presépios do CHCB, Dezembro de 2013	22
Figura 12- Lembrança oferecida na celebração religiosa da VII Semana do Bebê, 19 de Outubro de 2013	41



# Lista de Anexos

Anexo A - Programa “Dia Mundial do Coração”	57
Anexo B - Tabela proposta para a planificação da “VII Semana do Bebê do CHCB”	58
Anexo C - Questionário de satisfação proposto para avaliação do Workshop de Water Shiatsu - “VII Semana do Bebê do CHCB”	59
Anexo C - Questionário de satisfação proposto para avaliação do Workshop de Water Shiatsu - “VII Semana do Bebê do CHCB” (Continuação)	60
Anexo D - Questionário de satisfação proposto para avaliação do Seminário: A importância da Estimulação Sensorial no Desenvolvimento - “VII Semana do Bebê do CHCB”.	61
Anexo E - Programa da “VII Semana do Bebê do CHCB” - Frente e verso do panfleto	62
Anexo E - Programa da “VII Semana do Bebê do CHCB” - Interior do panfleto	63
Anexo F - Flyer Rastreio “Coluna Alinhada, Criança Equilibrada” - VII Semana do Bebê do CHCB”	64



# Lista de Acrónimos

CHCB	Centro Hospitalar Cova da Beira Interior
GCM	Gabinete de Comunicação e Marketing
GE	Gabinete de Eventos
FCS - UBI	Faculdade de Ciências da Saúde - Universidade da Beira Interior
SIE	Serviço de Instalações e Equipamentos



# Introdução

O presente relatório de estágio tem por base a experiência desenvolvida durante um estágio curricular no Gabinete de Eventos do Centro Hospitalar Cova da Beira, inserido no plano curricular do Mestrado em Comunicação Estratégica: Publicidade e Relações Públicas da Faculdade de Artes e Letras da Universidade da Beira Interior.

O estágio desenvolvido teve início a 18 de Setembro de 2013 e termo a 21 de Janeiro de 2014. Este serviu para desenvolver e consolidar os conhecimentos adquiridos no Mestrado em Comunicação Estratégica: Publicidade e Relações Públicas e permitiu a integração num ambiente profissional, através da execução diária de diferentes atividades, as quais se relacionaram diretamente com a organização de eventos, uma vez que o estágio se desenvolveu no Gabinete de Eventos da instituição.

Além de acompanhar a organização dos eventos do Centro Hospitalar Cova da Beira, as atividades desenvolvidas serviram também para trabalhar competências, quer a nível pessoal, quer a nível profissional. O trabalho desenvolvido no Gabinete de Eventos do CHCB combinou as mais diversas ferramentas que fazem parte da organização de um evento e ajudou na perceção das tarefas que farão parte do futuro de qualquer Relações Públicas e Organizador de Eventos. Durante o estágio foi também possível aprender o que fazer face às dificuldades que poderão surgir no futuro profissional.

Os propósitos principais do estágio curricular desenvolvido centraram-se na participação direta no planeamento e execução de eventos e no âmbito das Relações Públicas. A envolvimento na elaboração de suportes publicitários em *media* digital e ainda o desenvolvimento da comunicação verbal e da criatividade e autonomia constaram dos objetivos do estágio. A constante intervenção nas atividades de planeamento de eventos, a interação com o público e o estabelecimento de contactos foram as principais atividades desenvolvidas no estágio.

Respeitante à apresentação estrutural deste relatório de estágio, o trabalho irá traduzir-se primeiramente na descrição do ambiente que acolheu o estágio, o Centro Hospitalar Cova da Beira, mais propriamente o Gabinete de Eventos. Esta primeira parte do relatório remete para a estrutura do Serviço onde se desenvolveu o estágio, Serviço de Comunicação, Marketing e Eventos, dada a sua grande amplitude, de modo a que haja uma melhor perceção da mesma.

No segundo capítulo deste trabalho são enumerados os objectivos do estágio, de modo a que a análise crítica do estágio constante do Capítulo II possa ir de encontro aos mesmos. A apresentação da lista de tarefas atribuídas durante o estágio no CHCB, com a descrição detalhada das mesmas pretende perceber os tópicos curriculares em que estas atividades se inserem.

O enquadramento teórico deste trabalho consta do Capítulo III e tem por objetivos descrever as várias fases do planeamento de um evento, descrevendo pormenorizadamente os tópicos em que se baseia cada uma delas. Na elaboração de um evento contabilizam-se três fases principais, as quais são descritas no capítulo teórico. Note-se que este capítulo teórico permite, no capítulo IV, perceber as falhas existentes na actual avaliação do evento que se propôs estudar e tratar.

Com a observação e reflexão sobre as práticas de organização de eventos no Centro Hospitalar Cova da Beira será desenvolvido no Capítulo IV um estudo de caso que pretende responder às seguintes questões, que orientam a reflexão teórico-empírica deste trabalho:

- De que forma o Gabinete de eventos do CHCB planifica a avaliação dos seus eventos?
- Qual o melhor método de avaliação para o evento “Semana do Bebê” do CHCB?

Na conclusão deste trabalho serão então apresentadas as respostas a estas questões, após ser realizado o estudo de caso, assim como se apresentarão as conclusões retiradas ao longo e após este trabalho.

A orientação deste trabalho foi levada a cabo pela Professora Doutora Gisela Gonçalves, docente da Universidade da Beira Interior, que em muito contribuiu para que este trabalho fosse possível.

# Capítulo I. Enquadramento Institucional

## 1. Centro Hospitalar Cova da Beira



Fig. 1. Logótipo Centro Hospitalar Cova da Beira

Fonte: Arquivo Gabinete de Eventos

O presente relatório visa descrever um estágio curricular, desenvolvido no Gabinete de Eventos do Centro Hospitalar Cova da Beira, no âmbito do mestrado de Comunicação Estratégica, ministrado na Universidade da Beira Interior. O estágio, com a duração de 90 dias úteis, teve início a 18 de Setembro de 2013 e término a 27 de Janeiro de 2014. As atividades desenvolvidas durante o período de estágio contaram com a orientação da Dr.<sup>a</sup> Sofia Craveiro, mestre em Ciências da Comunicação e coordenadora do Gabinete de Eventos da instituição.

Localizada na Alameda Pêro da Covilhã, a instituição onde foi desenvolvido o estágio aqui descrito denomina-se Centro Hospitalar Cova da Beira, E.P.E, cujo logótipo se pode ver na figura 1. De acordo com o seu *site* institucional, esta é uma instituição de referência na prestação de cuidados de saúde de excelência às populações residentes nos concelhos da Covilhã, Fundão, Belmonte e Penamacor.<sup>1</sup>

A instituição congrega em si três unidades de saúde: Hospital Pêro da Covilhã, Hospital do Fundão e Departamento de Psiquiatria e Saúde Mental. Esta última unidade encontra-se atualmente a funcionar num edifício contíguo ao Hospital Pêro da Covilhã.

<sup>1</sup><http://www.chcbeira.pt/?cix=382&ixf=seccao&lang=1>, consultado em 18 de Janeiro de 2014

O Hospital Distrital da Covilhã foi inaugurado a 26 de Junho de 1908. Devido a condições precárias e por se encontrar também estruturalmente debilitado nas anteriores instalações, com uma difícil localização e difíceis acessibilidades, foi então transferido para as atuais instalações, como demonstra a figura 2. De acordo com o *site* institucional, o Hospital Pêro da Covilhã foi inaugurado nas presentes instalações em 17 de Janeiro de 2000 e passou então a designar-se Centro Hospitalar. Após ter sido também transformado em sociedade anónima de capitais exclusivamente públicos com a designação de Centro Hospitalar Cova da Beira, S.A, em 2005, o Centro Hospitalar Cova da Beira foi transformado em Entidade Pública Empresarial (E.P.E).



Figura 2. Hospital Pêro da Covilhã

Fonte: Arquivo Gabinete de Eventos

## Hospital do Fundão

O Hospital do Fundão foi inaugurado a 16 de Outubro de 1955, no lugar do antigo Hospital da Misericórdia, datado de finais do séc. XIX (ver figura 3). O edifício foi objeto de grandes obras de ampliação, como a instalação de uma nova zona de internamentos e maternidade e adaptação de quartos particulares para enfermarias, graças ao empenho e contribuição da população das diversas freguesias do Concelho.



Fig. 3. Hospital do Fundão

Fonte: Arquivo Gabinete de Eventos

Esta unidade de Saúde foi gerida pela Santa Casa da Misericórdia do Fundão até 3 de Janeiro de 1981, altura em que foi integrado na rede oficial dos hospitais portugueses. A 17 de Fevereiro de 1983 passou a ser considerado Hospital Distrital, mas só em 1991, o primeiro Conselho de Administração tomou posse. Em 1999, o Hospital do Fundão foi integrado no Centro Hospitalar Cova da Beira, passando a ser então a segunda unidade de saúde do CHCB.

### **Departamento de Psiquiatria e Saúde Mental**

Este departamento, que existia já no antigo Centro de Saúde Mental da Covilhã, abrange 11 concelhos e é a única unidade de tratamento para as doenças do foro psiquiátrico da Beira Interior. Em Setembro de 2007, o Departamento de Psiquiatria e Saúde Mental passou a funcionar nas atuais instalações, e constitui-se como um Departamento composto por dois Serviços: Psiquiatria de Adultos e Pedopsiquiatria. É considerado um centro de referência na Região ao nível da assistência, do ensino em pós graduação e investigação em psiquiatria e saúde mental. Tal como as duas outras unidades de saúde do Centro Hospitalar Cova da Beira, este departamento funciona também em colaboração com a Universidade da Beira Interior, nomeadamente com a Faculdade das Ciências da Saúde, o Departamento de Psicologia e ainda com as Escolas Superiores de Enfermagem a nível do ensino em pós graduação e de outras Instituições, relativas ao Serviço Social.

## 1.1. Missão, Princípios e Valores do CHCB

De acordo com o *site* institucional, o CHCB é uma instituição de referência, com base em princípios e valores que regem os seus colaboradores, que se distingue, a nível regional e nacional, pela qualidade das práticas clínicas, bem como na prestação de cuidados e de promoção de competências, investigação e ensino das ciências da saúde.

O CHCB tem como principal missão prestar cuidados de saúde com eficiência, qualidade, em tempo útil e a custos socialmente comportáveis, à população da sua área de influência, e a todos os cidadãos em geral.

Ainda dentro da missão do CHCB é de salientar o ensino de alta qualidade como Hospital Nuclear da Faculdade de Ciências da Saúde da Universidade da Beira Interior, bem como o ensino em que participa, em estreita colaboração com Escolas Superiores de Enfermagem e Escolas Superiores de Tecnologia de Saúde, que abrangem um grande número de alunos, nas mais diversas áreas da saúde.

Os princípios regentes do CHCB são a Legalidade, Igualdade, Proporcionalidade, Colaboração e Boa fé. O Humanismo, tanto no relacionamento com os utentes, como com os colegas de trabalho também se destaca, bem como o Respeito pela dignidade humana. A Qualidade na prestação, assegurando os melhores níveis de serviço e resultados assume também um papel importante na actividade desta instituição. Competência e responsabilidade são ainda princípios do CHCB.

Relativamente aos seus valores, o CHCB engloba uma atitude centrada no doente e na promoção da saúde da comunidade, respeitando os valores do doente e da família. A cultura de excelência técnica, científica e do conhecimento, cultura interna de multidisciplinaridade e de bom relacionamento no trabalho, bem como a Responsabilidade Social são valores assumidos pelo CHCB, que contribuem para a otimização na utilização dos recursos e da capacidade instalada.<sup>2</sup>

## 1.2 Valências Hospitalares

A administração do Centro Hospitalar Cova da Beira tem o seu espaço físico no Hospital Pêro da Covilhã, o edifício onde se localiza a sede do CHCB. Vários serviços abrangidos pela Área de Prestação de Cuidados encontram-se a funcionar entre o Hospital Pêro da Covilhã e o Hospital do Fundão, sendo que a maioria se concentra na sede do CHCB. Na Área de Suporte à Prestação de Cuidados podemos encontrar os serviços de Gestão de Doentes, os Serviços Religiosos e o Serviço Social.

---

<sup>2</sup> <http://www.chcbeira.pt/?cix=382&ixf=seccao&lang=1>, consultado em 18 de Janeiro de 2014

Do mesmo modo, neste espaço, funcionam as áreas de Consultoria Interna, de Inovação, Ensino e Formação, de Apoio à Gestão e Logística Geral e Área de Suporte à Prestação de Cuidados, todas elas diretamente ligadas ao Conselho de Administração do CHCB.

Da área de Consultoria Interna fazem parte os serviços de Comunicação, Marketing e Eventos; Apoio ao Planeamento; serviço Jurídico e Contencioso e o Gabinete de Gestão da Qualidade.

Na área de Inovação, Ensino e Formação estão contidos os Serviços de Documentação, de Apoio à Investigação e Inovação, o Serviço de Apoio ao Ensino e o Serviço de Formação.

A área de Apoio à Gestão e Logística Geral referida contempla os Serviços de Sistemas e Tecnologias da Informação; Higiene, Saúde e Segurança no Trabalho; Serviço de Instalações e Equipamentos; Logística Hospitalar; Serviços Financeiros e o Serviço de Recursos Humanos.

### **1.3 Serviço de Comunicação, Marketing e Eventos**

O primeiro Gabinete de Comunicação e Imagem do CHCB foi criado em Janeiro de 2000, integrado no Serviço de *Marketing*, Comunicação e Imagem, aquando da entrada em funcionamento das atuais instalações. O seu principal objectivo era o de gerir informação, bem como procurar definir e manter relações de qualidade e entendimento com os seus públicos e utentes. De acordo com Gouveia (2009, p. 20), este gabinete pretendia ainda assegurar o valor e a imagem desta unidade de saúde.

Atualmente, este serviço possui uma outra designação, bem como funcionamento, devido à reestruturação do serviço ocorrida em Junho de 2012. Até esta data, o Serviço de *Marketing*, Comunicação e Imagem detinha em si todas as funções que agora são divididas entre o Gabinete de Comunicação e Marketing e o Gabinete de Eventos. O Serviço de *Marketing*, Comunicação e Imagem era constituído pelo Gabinete Técnico de Comunicação e Imagem, Gabinete de Multimédia, Gabinete de Informações, Central Telefónica e Auditório do Hospital Pêro da Covilhã.

Esta reestruturação deu origem a um Gabinete de Eventos separado de um Gabinete de Comunicação e Marketing, como mostra o organograma a seguir (figura 5). Ao mesmo tempo, esta separação facilita o trabalho desenvolvido por cada um dos Gabinetes, mas também possibilita a permanente cooperação entre os dois, quando surge necessidade de tal.

De acordo com Gouveia (2009, p. 19), as principais funções desempenhadas pelo Gabinete de Comunicação e Imagem eram o desenvolvimento de actividades de comunicação interna e externa, realização de eventos e de actividades protocolares.

O Gabinete Multimédia tinha como funções a Manutenção técnica da página web do C.H.C.B, a criação de apresentações multimédia, a gestão e manutenção do arquivo vídeo/fotográfico

do hospital, o apoio técnico em ligações de videoconferência, bem como a gerência de atividades ou ações que decorressem no Auditório do Hospital Pêro da Covilhã, sobretudo ao nível audiovisual. Atualmente, estas funções são atribuídas ao Gabinete de Comunicação e Marketing.



Figura 4: Sinalética interna no CHCB

Fonte: Arquivo Gabinete de Eventos

Atualmente, o Gabinete de Eventos, assim como o Gabinete de Comunicação e Marketing e o Gabinete do Cidadão, encontra-se inserido no Serviço de Comunicação, Marketing e Eventos. A Central de Telecomunicações encontra-se dependente do Gabinete de Comunicação e Marketing, como o organograma da figura 5 apresenta.

O serviço de Comunicação, Marketing e Eventos insere-se na área da Consultoria Interna, reportando diretamente ao Conselho de Administração do CHCB. Este posicionamento reforça a ideia de proximidade entre a área da Comunicação e de Gestão do Hospital. Esta proximidade deve-se à constante necessidade de a instituição contactar os órgãos de Comunicação Social, quer para fornecer informação, quer para obter a sua cooperação. Esta cooperação pode ser com o Gabinete de Comunicação e Marketing, por exemplo em campanhas, ou com o Gabinete de eventos, ao nível de divulgação de eventos. Como Gouveia (2009, 22) explica, o Hospital necessita de desenvolver ligações com os seus utentes e público direto e indireto, quer ao nível de acções ou eventos a decorrer ou ao nível de queixas e reclamações por parte dos utentes. Esta última área de trabalho é tratada directamente com o Gabinete do Utente, sendo o gabinete que assume uma maior proximidade com os seus utentes.

O actual Gabinete de Comunicação e Marketing (GCM) tem as funções de apoiar as campanhas estratégicas do CHCB; gerar e gerir a imagem institucional externa; dar suporte à informação geral e a sua gestão.

O GCM define como sua missão vários pontos, entre os quais a promoção da identidade do Centro Hospitalar Cova da Beira, ao nível da excelência na saúde, investigação e educação, com base nos seus recursos humanos especializados e no intercâmbio de práticas, conhecimentos e parcerias com o tecido comunitário. Além disso, e de acordo com o Plano de trabalho interno do Gabinete de Comunicação e Marketing, tem também a missão de estabelecer os melhores mecanismos de comunicação do CHCB com os seus diferentes *stakeholders*, ou partes interessadas, promovendo uma ampla e constante informação junto de todos aqueles que constituem o seu público-alvo. Projetar o CHCB a nível nacional e internacional transformando-o numa instituição de referência ao nível da saúde também cabe a este gabinete. Outras funções prendem-se com as tarefas de motivação de equipas; o fomento da unidade corporativa e de equipa; a uniformização da imagem corporativa e a ligação com as universidades; e a promoção de um diálogo franco e aberto com todos os seus parceiros.<sup>3</sup>

Desenvolvem funções no Gabinete de Comunicação e Marketing quatro pessoas em regime permanente: a Coordenadora do gabinete, formada em Comunicação e Relações Públicas, um Assistente Técnico, que se especializou em Informática, um segundo Assistente Técnico, cuja área de formação é o Audiovisual e ainda uma Técnica Superior, licenciada em Ciências da Comunicação.

O gabinete recebe ainda vários estagiários ao longo do ano, de diversas áreas.

O atendimento telefónico interage com as mais diversas áreas do Centro Hospitalar Cova da Beira, pelo que recebe chamadas do exterior, as quais encaminha ao respetivo serviço, bem como da instituição para o público externo, pelo que é um serviço fundamental nesta instituição. A Central de Telecomunicações surge no organograma da figura 5 inserida numa subdivisão do Gabinete de Comunicação e Marketing, uma vez que é este gabinete que coordena o serviço telefónico no Centro Hospitalar Cova da Beira.

Ao nível do fornecimento de informação para os *media*, esta função cabe ao Gabinete de Comunicação e Marketing, que recolhe e produz a informação. Para a sua divulgação, o

---

<sup>3</sup> Os dados sobre a missão e as funções do GE foram recolhidos do plano de trabalho interno do Gabinete de Eventos do Centro Hospitalar Cova da Beira consultado no decorrer do estágio. Por razões internas à organização não se obteve autorização para fazer cópia.

gabinete conta então com um apoio de assessoria externa, em contato constante com o gabinete, bem como com os jornalistas, sobretudo a nível regional.<sup>4</sup>

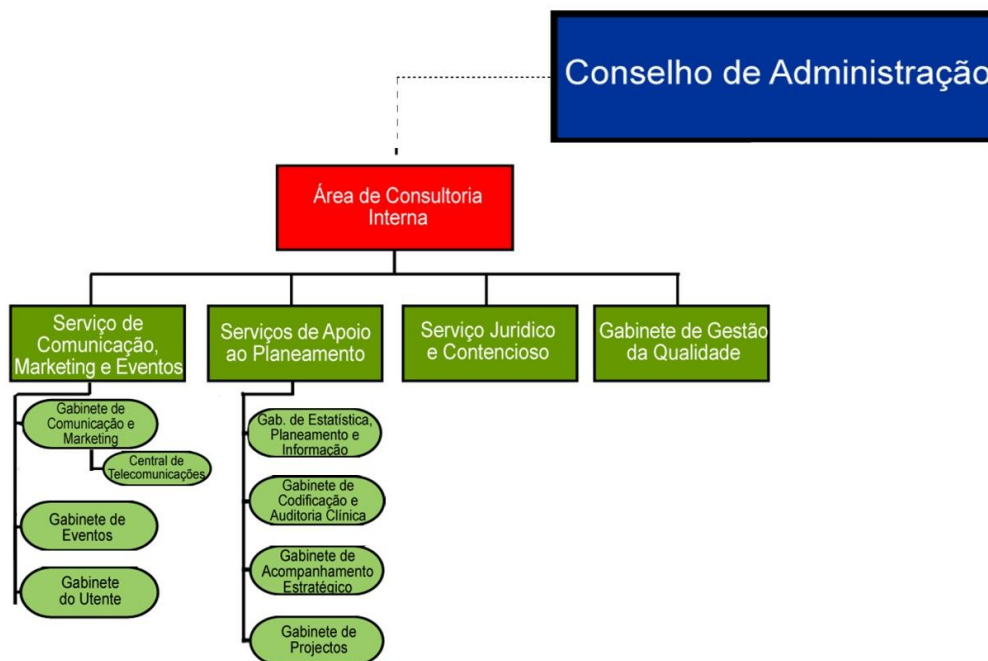


Figura 5 - Organograma do Serviço de Comunicação, Marketing e Eventos

Fonte: *Site* institucional Centro Hospitalar Cova da Beira

Atualmente, a já anteriormente referida divisão do Serviço de Comunicação, Marketing e Eventos aportou também uma divisão de tarefas que passo a descrever resumidamente a seguir.

A unidade de saúde onde foi desenvolvido o estágio possui áreas de lazer, onde se realizam periodicamente exposições de arte, algumas de autores da região, mini-concertos, alguns dos quais em colaboração com escolas, como é o caso da EPABI. Estas actividades são algumas das desenvolvidas pelo Gabinete de Eventos e das quais também tomei parte durante o meu estágio, além de visitas guiadas à instituição e outras.

O Gabinete de Eventos (GE) comporta no seu funcionamento a missão de suporte de estrutura à criação de eventos de âmbito interno. Este gabinete detém a centralização de pedidos e organização de eventos.

---

<sup>4</sup> Ver nota 3

Outra das vertentes do gabinete de eventos é potenciar a imagem externa da instituição em eventos e acontecimentos institucionais, bem como a gestão de parcerias e patrocínios. Este gabinete detém nas suas tarefas constantes a gestão e organização de uma agenda periódica de eventos. O Gabinete de Eventos é tido em conta como o gabinete de levantamento e organização de temáticas de discussão e reflexão.

Nos seus objetivos, o GE engloba a “promoção do uso destes serviços de forma imparcial em todas as esferas do CHCB”; a” garantia de qualidade dos serviços prestados”; e ainda “assegurar a boa imagem do CHCB”.

Este gabinete disponibiliza, para desenvolver as funções que lhe competem, recursos humanos e meios técnicos e humanos para que possa desenvolver-se a conceção, o planeamento, a execução, a análise e a avaliação dos eventos por ele organizados.

Neste Gabinete trabalham duas pessoas a nível permanente, a Dr.<sup>a</sup> Sofia Craveiro, coordenadora do gabinete, e a Dr.<sup>a</sup> Ana Gouveia, ambas licenciadas em Ciências da Comunicação. A Dr.<sup>a</sup> Sofia Craveiro é mestre em Comunicação Social e a Dr.<sup>a</sup> Ana Gouveia é mestre em Comunicação Estratégica - Publicidade e Relações Públicas. Tal como o Gabinete de Comunicação e Marketing, este gabinete recebe também estagiários, como foi o meu caso.

O GE comporta na lista de eventos a realizar Eventos Oficiais / Institucionais, como tomadas de posse, assinaturas de protocolos ou ainda comemorações de datas relevantes para a instituição; Eventos Comerciais / de Solidariedade, por exemplo exposições de arte, lançamento de livros técnicos e apoio à realização de campanhas de solidariedade; Eventos Técnicos e Científicos, como congressos, conferências, *workshops* ou ainda seminários.

Ao nível da gestão de eventos, O Gabinete de Eventos gere e orienta os recursos de produção necessários para a sua realização, mas é o anteriormente referido Gabinete de Comunicação e Marketing que se debruça sobre a divulgação do mesmo, quer seja via internet ou via intranet. É neste ponto que se pode então observar a articulação do serviço conjuntamente nos dois gabinetes.

Resumidamente, as principais funções deste gabinete são a organização logística e de gestão operacional dos eventos do CHCB, o fomento e estreitamento das relações com a comunidade e de parceria. Ainda a assistência na celebração de protocolos e acordos institucionais, ligações de contacto privilegiado com Universidades e escolas Superiores de Educação são funções do Gabinete de Eventos.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Ver nota 3

Os Balcões de Informação estão enquadrados no Gabinete do Utente e são a primeira face da instituição para o público. Estes detêm as funções de acolhimento e encaminhamento dos utentes e visitas, bem como a prestação de informações diversas sempre que solicitado. A identificação de pessoas externas ao CHCB passa também por este Gabinete, bem como queixas e reclamações. O Gabinete do Utente comporta no seu funcionamento cinco pessoas permanentes a nível de queixas e reclamações por parte do público. Os funcionários dos balcões de informações seguem um sistema de rotatividade.

# Capítulo II - Descrição e caracterização do Estágio

## 2. Propósito do Estágio

O estágio no Centro Hospitalar Cova da Beira englobou uma gama de actividades que permitiram adquirir, bem como desenvolver, conhecimentos e aptidões, quer ao nível teórico, quer ao nível técnico da aprendizagem realizada ao longo do Curso de ciências da Comunicação e do Mestrado em Comunicação Estratégica - Publicidade e Relações Públicas.

Dado que a comunicação é um importante fator nesta organização de saúde pública, o serviço onde o estágio teve lugar ocupa um papel fundamental na comunicação da instituição com os seus públicos, sejam estes internos ou externos, como é o caso dos jornalistas. Este papel é sobretudo acatado pelo Gabinete de Comunicação e Marketing. No esquema organizacional do Centro Hospitalar Cova da Beira, o gabinete de eventos ocupa todo um lugar complexo, uma vez que os eventos por ele desenvolvidos colocam o CHCB num lugar de prestígio perante a sociedade, mas possuem também uma grande importância e credibilidade junto da comunidade médica a nível nacional e internacional, uma vez que muitos dos eventos têm colaboração de personalidades, médicos e investigadores de todo o mundo.

Uma vez que o Gabinete de Eventos concentra em si a atividade principal de planejar, coordenar e realizar os eventos, funciona em colaboração direta com o Conselho de Administração do CHCB, ao nível da projeção da imagem da instituição, de modo a que as políticas e medidas tomadas pelo mesmo sejam tidas em conta ou mesmo levadas a cabo nos eventos realizados pelo GE.

### 2.1. Objetivos Geral e Específicos

As atividades desenvolvidas durante o estágio partiram da análise do meio ambiente e diagnóstico dos objetivos e públicos-alvo principais da instituição, os quais também seriam fundamentais para o sucesso dos eventos levados a cabo pelo GE, quer ao nível dos destinatários, quer ao nível dos patrocinadores/colaboradores dos eventos.

Como objetivos específicos deste estágio podem ser apontados os seguintes:

- Participação direta no planeamento e execução de eventos;
- Participação ativa no âmbito das Relações Públicas, quer ao nível da resolução de problemas, quer ao nível da comunicação com o público e com os colaboradores em eventos;
- Envolvência na elaboração de folhetos, cartazes e convites para diversos eventos, com o domínio das novas tecnologias e de suportes publicitários em *media* digital, como programas de imagem;

- Desenvolvimento de produtos impressos e da comunicação verbal, através de pedidos de patrocínios para os eventos e do contato com diversas entidades colaboradoras com o CHCB;
- Desenvolvimento da criatividade e autonomia, antecipação na resolução de problemas e de medidas a implementar, bem como de decisões urgentes a tomar.

## 2.2. Atividades desenvolvidas no estágio

Uma vez que o serviço de Comunicação, Marketing e Eventos, é aquele que permite transmitir ao público a imagem da instituição, este adquire uma grande importância para a mesma. A imagem percebida pelo público da instituição faz com que todas as atividades e eventos desenvolvidos por este serviço tenham de ser pensados e planeados com cuidado.

Quanto ao Gabinete de Comunicação e Marketing, este cuidado passa pela produção de informação e divulgação da mesma, bem como divulgação dos eventos realizados pelo Gabinete de Eventos. Já este último debate-se com o planeamento de actividades e eventos, que podem ser eventos oficiais, de solidariedade, técnicos e científicos, miniconcertos, festas de natal e de aniversário da instituição, exposições de arte ou fotografia ou *workshops* e seminários.

Os eventos realizados pelo GE são planeados de acordo com o público a que se destinam, bem como com os participantes do mesmo, quer sejam profissionais de saúde internos ou externos à instituição. Alguns destes eventos contam com a participação de várias personalidades que são reconhecidas nacional e internacionalmente. Outros, por seu lado, são transmitidos *on-line*, através de videoconferência, para várias partes do mundo, pelo que a sua logística deve ser coerente com a questão debatida no evento e com a imagem que se pretende transmitir. Um exemplo deste tipo de eventos foi o lançamento de um medicamento no auditório do Centro Hospitalar Cova da Beira, através de videoconferência para outras partes do mundo, o qual tive oportunidade de acompanhar durante o meu estágio.<sup>6</sup>

Estas atividades requerem então que a sua realização seja feita por profissionais da comunicação. O fato de os eventos serem realizados por profissionais da área das Relações Públicas e com formação em Comunicação leva a que os eventos realizados tenham grande impacto nos participantes das atividades e dos eventos, com o público direto ou indireto<sup>14</sup>, procurando alcançar os objectivos definidos *à priori*, quer a curto, médio ou longo prazo.

Os eventos desenvolvidos no Centro Hospitalar Cova da Beira são considerados continuamente ao longo do tempo, uma vez que o seu planeamento começa muito tempo antes da sua

---

<sup>6</sup> Evento de lançamento de um medicamento por parte de uma empresa farmacêutica, que solicitou a colaboração do Gabinete de Eventos do CHCB para preparação do evento. Este evento contou com uma videoconferência em direto para várias partes do mundo.

concretização e pressupõe várias fases, sendo elas a conceção, o planeamento, a execução, análise e avaliação do mesmo. De acordo com o plano de trabalho interno do Gabinete de Eventos, os eventos desenvolvidos no CHCB podem resultar da iniciativa do conselho de administração do CHCB, do Gabinete de Eventos, da iniciativa isolada dos serviços do hospital ou de instituições de saúde ou ensino externas ao CHCB, em sistema de parceria ou coorganização.<sup>7</sup> Um exemplo deste último caso foi o 2º Congresso de Simulação Médica aplicada às Ciências da Saúde, realizado em Novembro de 2013, na FCS-UBI, no qual tive participação direta, quer ao nível do secretariado, quer ao nível de colaboração na organização do mesmo. Este foi um evento que teve uma grande amplitude, e foi realizado em parceria com a Sociedade Portuguesa de Simulação.<sup>8</sup>

Por detrás da organização de um evento, há vários pormenores a ter em conta, para que tudo corra conforme o planeado. Por exemplo, a elaboração de cartões de identificação para os preletores e participantes, a elaboração de senhas de almoço, entre outras. Também as questões de assegurar um serviço de refeições aos participantes e de garantir toda a logística do auditório onde decorreu o evento, couberam ao GE.

Este planeamento pressupõe a análise de vários fatores antes da concretização do evento. Na fase de planeamento, têm de ser consideradas a inventariação das necessidades de implementação, a calendarização das tarefas, o contacto de patrocinadores/financiamento do evento, a definição das estruturas operacionais e recursos humanos necessários.

De seguida passa-se a descrever as principais atividades desenvolvidas pela estagiária ao nível de planeamento e implementação dos eventos:

- **Angariação do material necessário**

Inicialmente, é definido o espaço físico necessário para a realização do evento e também os patrocínios adequados. Os patrocínios são sobretudo ao nível de empresas relacionadas com a saúde e farmacêuticas, embora por vezes seja também necessário o apoio ao nível da logística, como por exemplo, contribuições com águas, ou material físico. Relativamente a este material necessário para a realização dos eventos pude ter um contato direto com a sua aquisição no meu estágio, como foi o caso do Dia Mundial do Coração ou do Dia Mundial da Diabetes.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> Ver nota 3.

<sup>8</sup>Evento organizado pela Sociedade Portuguesa de Simulação, em parceria com o GE do CHCB, envolvendo uma grande dimensão de preletores e participantes estrangeiros. Este evento já havia sido realizado anteriormente e contava com uma visibilidade alargada.

<sup>9</sup> Dia Mundial do Coração - evento realizado a 30 de Setembro de 2013, pretendendo envolver a população em geral e promovendo a saúde dos cidadãos. O evento realizado contou com rastreios para os participantes, realizados por profissionais de saúde da instituição;  
Dia Mundial da Diabetes - evento realizado a 14 de Novembro de 2013, que contou com uma caminhada, rastreios realizados na instituição por profissionais de saúde da instituição.

- Criação de meios digitais de divulgação

Na execução, é necessária a conceção de materiais gráficos, tais como posters, *flyers*, cartazes, convites, entre outros (ver exemplos na figura 6 e 7); a reserva de espaços e preparação das salas; o tratamento de correspondência, por exemplo relativa a convites e a inscrições nos eventos ou nas atividades dos mesmos. Caso desta tarefa foi o envio de cartas com convites às mães na VII Semana do Bebê, decorrida em outubro de 2013 ou de convites para a Festa de Natal do Hospital de Dia do CHCB, como mostra a figura 7. A redação de cartas e elaboração de convites, quer seja a palestrantes ou a oradores; a composição da mesa de honra, caso sejam eventos que necessitam de tal também cabe ao Gabinete de Eventos, bem como conseguir fontes de financiamento, pedidos de orçamentos ou até mesmo a contratação de serviços como a hospedagem, os cafés ou almoços e o programa social.

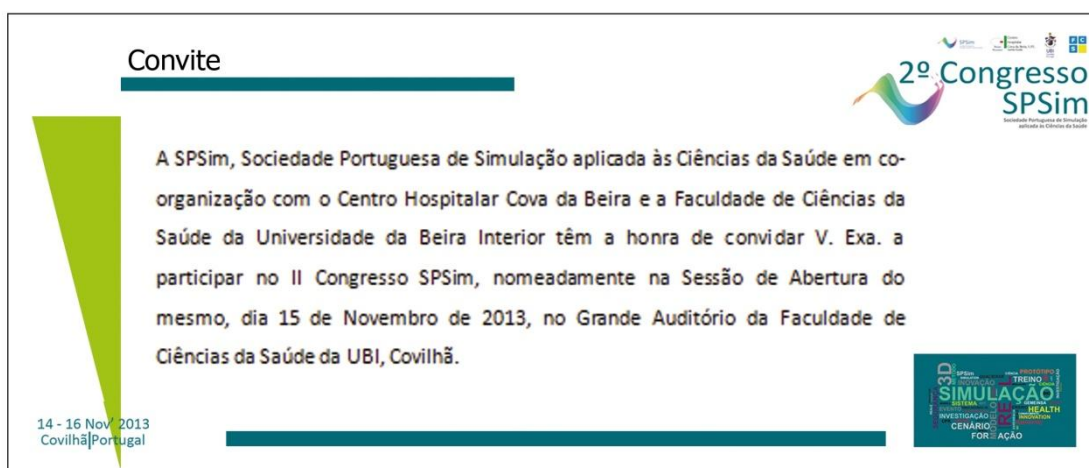


Figura 6: Convite enviado a participantes do 2º Congresso SPSIM



Figura 7: Convite elaborado para participantes da Festa de Natal do Hospital de Dia - CHCB

- **Pedidos de patrocínio e contatos**

Quanto aos pedidos de patrocínios, esta foi uma das principais tarefas que desenvolvi durante o meu estágio. De acordo com Pedro et.al. (2012, p. 75), estes pedidos requerem primeiramente uma “identificação dos patrocinadores, a preparação de propostas para os patrocinadores e a marcação de reuniões para discutir ideias com aqueles.”

A proposta de patrocínio começa com um ofício enviado a cada empresa com informações sobre o evento, os custos relativos ao mesmo, o que poderá receber em troca com este patrocínio e de que forma poderá a empresa patrocinar o evento. Todos estes tópicos visam prender a atenção do potencial patrocinador, de modo a que este se mostre então interessado em patrocinar o evento.

Na instituição onde desenvolvi o meu estágio, esta é uma tarefa que na maior parte dos casos, já se encontra de certo modo facilitada. Uma vez que a base dos eventos se mantém na saúde, existem já algumas empresas que na maior parte dos eventos se mostra interessada no patrocínio. Este interesse por parte das empresas, sobretudo relacionadas com os vários

setores da saúde, deve-se sobretudo ao anterior conhecimento e relação mútua entre as duas faces, a instituição e a empresa. Esta relação estreita de proximidade entre ambos permite assim ao patrocinador possuir já um conhecimento prévio do que pode já esperar da sua acção. No entanto, em alguns eventos realizados, senão na maior parte dos casos, há uma necessidade de contactar novas empresas. Este fato deve-se à questão de eventos que sejam novidade, ou seja, que nunca foram antes realizados ou que não têm a sua edição anual, mensal ou até mesmo semanal, como acontece com alguns dos eventos realizados na instituição.

Os contactos estabelecidos com intervenientes da comunidade e entidades parceiras também são feitos pelo Gabinete de eventos. Esta é uma tarefa de grande importância na organização de um evento, uma vez que estes contactos, além de serem para pedido de patrocínios e apoios, prendem-se também com o fato de levarem a confirmações dos oradores, por exemplo. Outra questão relativa a estes contactos é a de estes poderem ser efectuados para a resolução de questões que possam surgir à última hora, se for o caso de um dos oradores não poder participar no evento por algum imprevisto e haver necessidade de encontrar um substituto, ou até mesmo alguém que o próprio tenha designado para o seu lugar.

- **Inscrições nos eventos**

A gestão das inscrições dos participantes nos eventos é uma tarefa atribuída ao GE. Estas inscrições podem ou não ser obrigatórias e podem ou não ser pagas. No caso de os participantes terem de efetuar o pagamento das inscrições nos eventos da instituição, este é geralmente feito aquando do momento da inscrição e os montantes são também geridos pelo Gabinete de Eventos. Quando as inscrições forem gratuitas, o GE gere as mesmas, geralmente através de tabelas. Esta foi também uma das tarefas que pude realizar durante o meu estágio, pelo que a tabela é depois fornecida ao secretariado do evento, de modo a que este possa efetuar a confirmação dos participantes e receção dos mesmos.

- **Receção dos participantes e Apoio ao secretariado**

A gestão do secretariado relativo a cada evento, quer seja congresso, conferência ou *workshop*, a receção e acompanhamento de convidados e ainda, a sinalética, são também das principais tarefas que estão incumbidas ao Gabinete de Eventos.

Goldblatt citado por Allen et al. (2003, p. 293) defende a importância da entrada e da área de receção de um evento. Torna-se então necessário ter atenção à receção e encaminhamento dos convidados e participantes dos eventos, como acontece nos realizados na instituição onde desenvolvi o estágio. Esta receção pode ser feita pessoalmente, quando alguém se coloca na principal entrada do local do evento, ou através de sinalética, colocada em pontos específicos no local. Um exemplo deste tipo de sinalética foi a que houve necessidade de desenvolver aquando do Dia mundial do Coração, que ocorreu a 30 de 18ectores de 2013 (figura 8). Toda a sinalética desenvolvida para cada um dos eventos foi

elaborada de acordo com o modelo gráfico do programa do evento, como foi o caso do “Dia Mundial do Coração” (Anexo A).



Figura 8: Material de identificação/sinalética concebido para o Dia Mundial do Coração

Quanto ao secretariado de cada evento, este é geralmente feito pelo GE. Há ainda certos eventos, como foi o caso do já referido SPSIM, que contou com a ajuda ao secretariado de alunas de medicina da FCS-UBI. Esta é também uma das tarefas em que o Gabinete de Comunicação e Marketing presta apoio ao GE. O secretariado tem a tarefa de confirmar as inscrições dos participantes do evento, de providenciar material, por ex., pastas, canetas, blocos de notas. Também o secretariado tem a tarefa de fornecer indicações aos participantes, se estas forem solicitadas mas também alguém responsável pelo secretariado do evento deverá ficar encarregue de trocar as águas da mesa dos preletores e garantir a colocação dos seus nomes na mesa.

Já na fase pós-evento, o GE tem tarefas a cumprir, tais como a devolução de materiais e equipamentos, a entrega de certificados e comprovativos de participação, a realização de pagamentos e agradecimentos aos participantes.

Todas as fases da realização de um evento devem ter a colaboração de alguns outros serviços ou setores do hospital, caso seja necessário, sendo estes: o Gabinete de Marketing e Comunicação<sup>10</sup>, o Departamento de Formação, os Serviços Financeiros, o Serviço de Instalação e Equipamentos ou o Serviço de Informática. Também o Expediente aporta um papel

<sup>10</sup> Este Gabinete presta continuamente apoio ao GE, uma vez que é sempre necessário o seu apoio para a divulgação dos eventos.

fundamental à realização de eventos, uma vez que o planeamento dos mesmos pressupõe, na maioria das vezes, o envio de correspondência, quer seja interna ou externamente, como sejam, por ex., os convites.

Toda esta participação dos vários setores e serviços do hospital fomenta o caráter de unidade da instituição, pelo que a imagem transmitida é a de uma instituição coesa e de entreaduda.

- **Montagem de Exposições**

Quando decorrem exposições no CHCB, a montagem das mesmas é uma tarefa executada pelo Gabinete de Eventos. As exposições podem ser fotográficas, de peças de arte ou inseridas em eventos. Normalmente, estas exposições são até de artistas da região, que pretendem mostrar o seu trabalho ao público e, por vezes, até vendê-lo. Realizam-se também frequentemente no CHCB exposições ou feiras de livros. Geralmente, as mesmas têm lugar no átrio principal do CHCB, mas por vezes podem até estar espalhadas por vários pontos da instituição.



Figura 9: Exposição fotográfica “Branca de Neve, o inverno na Serra da Estrela”, de Pedro Flávio, realizada no CHCB em Janeiro de 2014.



Figura 10: Visita da APPACDM Covilhã e APPACDM Fundão à exposição de presépios do CHCB, Dezembro de 2013

Para a montagem das exposições é necessário colocar cavaletes para suportar as obras ou mesas, tarefa que cabe ao Gabinete de Eventos e caso seja necessário, tem a colaboração do SIE, Serviço de Instalações e Equipamentos. Um caso de exposições de fotografias de um artista da região foi a exposição fotográfica de Pedro Flávio, intitulada “*Branca de Neve, o inverno na Serra da Estrela*”, em Janeiro de 2014 (figura 9), cujo fim era vender as obras, ao mesmo tempo que se pretendia conseguir um mecenato por parte de algumas empresas e laboratórios, cujos fundos reverteriam para o CHCB.

- **Acompanhamento fotográfico**

Outra tarefa de relevante importância para os eventos é o acompanhamento fotográfico, a fim de que posteriormente se possa aceder às fotografias dos eventos. Assim, todos os eventos realizados no CHCB ficam registados fotograficamente, tarefa desempenhada pelo GE e que tive oportunidade de desempenhar (figuras 10 e 11). Este registo fotográfico também é depois utilizado quando são reunidas todas as informações relativas a cada evento, para constarem do arquivo do Gabinete de Eventos.

Este arquivo é tido em especial atenção e utilizado caso seja necessário para outros eventos, durante um ano.



Figura 11: Momento de Natal durante a visita da APPACDM Covilhã e APPACDM Fundão à exposição de presépios do CHCB, Dezembro de 2013

### 2.3. Perspetiva crítica do estágio

A integração na equipa de trabalho, a adaptação ao ambiente de trabalho e às tarefas do Gabinete de Eventos foi positiva desde o início do meu estágio no Centro Hospitalar Cova da Beira. A experiência demonstrada pelas duas profissionais do Gabinete de Eventos permitiu-me desenvolver as minhas capacidades e corrigir alguns aspetos do meu trabalho.

A constante intervenção nas atividades de planeamento de eventos, a interação com o público e o estabelecimento de contactos serviu também para que a minha formação anterior fosse colocada em prática. Globalmente, o estágio foi produtivo e permitiu-me desenvolver a capacidade de adaptação a novos desafios profissionais no futuro. Exercitei a comunicação com várias pessoas, mas também realidades, uma vez que o Centro Hospitalar Cova da Beira reúne profissionais de várias áreas e os participantes nos eventos do CHCB vão desde crianças até idosos.

As atividades desenvolvidas durante o estágio no Centro Hospitalar Cova da Beira permitiram-me ir de encontro aos objetivos definidos inicialmente. A nível da implementação prática dos conhecimentos adquiridos durante a minha formação, pude colocar em prática os

conhecimentos gráficos, ao desenvolver materiais gráficos (por ex. convites e cartazes), com a utilização de programas informáticos e de edição de imagem.

Também as aptidões ao nível da comunicação inter-pessoal foram postas em prática durante o estágio. A interação com os participantes dos eventos, através do secretariado dos mesmos ou do pedido de patrocínios permitiram-me interagir pessoalmente e desenvolver relações de proximidade com o público, desenvolvendo assim os conhecimentos adquiridos ao nível das Relações Públicas. Também as capacidades de redação foram trabalhadas através desses mesmos pedidos de patrocínio e de interação com os participantes dos eventos.

O objetivo inicial de desenvolver a criatividade e de tomar decisões foi também posto em prática, uma vez que durante a realização de alguns eventos surgiram questões que necessitaram rapidamente de ser resolvidas, de modo a que o sucesso do evento não fosse afetado.

Em suma, as principais tarefas desenvolvidas durante o meu estágio centraram-se na conceção de materiais gráficos e na comunicação com o público. Os pedidos de patrocínios eram uma tarefa que geralmente me era atribuída. Também a receção e encaminhamento dos participantes dos eventos estava muitas das vezes a meu cargo, pelo que pude trabalhar intensivamente a parte da comunicação com o público durante o estágio. Ainda relativamente à comunicação, a confirmação de inscrições nos eventos, bem como o esclarecimento pessoal ou telefónico ao público-alvo dos eventos também foi bastante trabalhada durante o meu estágio.

A principal dificuldade encontrada durante o meu período de estágio foi relativa à burocracia da instituição. Dado o meu desconhecimento inicial sobre as inúmeras normas e regras do Centro Hospitalar Cova da Beira algumas vezes cometi erros. No entanto, foram rapidamente ultrapassados devido à supervisão constante das duas profissionais do Gabinete de Eventos.



## Capítulo III - Enquadramento Teórico

### 3.1. Questões a aprofundar

Após o capítulo II, dedicado às experiências vivenciadas no âmbito do estágio, neste capítulo serão aprofundadas as questões relativas à organização e gestão de eventos. Essas questões decorrem da vivência de um estágio fortemente centrado na organização de eventos e, sobretudo, da ambição de refletir sobre a importância da avaliação dos eventos para uma gestão eficaz dos mesmos.

As questões que guiarão este capítulo são as seguintes:

- Quais as fases principais na gestão de eventos?
- De que forma o Gabinete de Eventos do CHCB planifica a avaliação dos seus eventos?

Para responder a estas questões, através da revisão da literatura sobre o tema, começa-se por apresentar uma definição e tipologia de evento e, de seguida, reflete-se sobre as várias etapas do planeamento de eventos.

### 3.2. Definição e tipologia de eventos

Quando é referida a palavra evento, a definição que surge espontaneamente é a de que um evento é uma festa. No entanto, além de um evento não se definir exatamente por “festa”, existem vários tipos de eventos, descritos a seguir.

Por evento entende-se qualquer acontecimento planeado, que ocorre num determinado tempo e espaço e que visa promover a relação entre a organização anfitriã e o público-alvo, com vista ao alcance de determinados objetivos, ou à satisfação de necessidades específicas de quem organiza, quem financia, quem participa, quem assiste e quem acolhe.

Um evento, segundo Pedro et al. (2012, p.15), a partir da definição presente no dicionário de língua portuguesa, “é um facto que causa impacto e seja razão para notícia”. Um evento deve ter uma data de realização, bem como hora de início e fim e um local de realização. Os tópicos apresentados nesta definição de Pedro et al. (2012: p. 15), são o exemplo claro de que por detrás de qualquer evento deve haver um rigoroso e exigente planeamento.

Zanella (2003, citado por Da Fonseca e Nunes (2013, 67), define evento como qualquer concentração ou reunião formal, com significados variados:

Evento é uma concentração ou reunião formal e solene de pessoas e/ou entidades realizada em data e local especial, com objetivo de celebrar acontecimentos

importantes e significativos e estabelecer contatos de natureza comercial, cultural, esportiva, social, familiar, religiosa, científica, etc.

Partindo das várias definições apresentadas, podemos concluir que um evento é um acontecimento planejado antecipadamente, com objetivos e metas determinadas, que pode contemplar variados propósitos, desde a venda de produtos de uma empresa, a promoção de um serviço ou da empresa.

No que diz respeito à tipologia dos eventos, importa primeiro saber que estes podem ser classificados quanto a vários fatores. São estes: a sua finalidade; a periodicidade; a área de abrangência; a zona de ação; o seu público-alvo e, por último, quanto ao nível de participação.

Quanto à sua **finalidade**, os eventos podem ser classificados como institucionais ou como promocionais. Os primeiros “são aqueles cujo objetivo é desenvolver, manter ou aperfeiçoar a imagem da empresa” (Pedro et al., 2012, p.19). Os eventos promocionais pretendem vender produtos. São exemplo destes, as feiras, onde normalmente são realizadas promoções para vender os produtos da empresa. Tanto os eventos institucionais como os eventos promocionais pretendem juntar os objetivos dos dois tipos de eventos, melhorar a imagem da empresa, bem como aumentar as vendas dos seus produtos.

Classificando um evento quanto à sua **periodicidade**, este pode ser esporádico, periódico ou de oportunidade. Os eventos esporádicos são realizados quando assim é necessário. Por exemplo, uma festa de inauguração de uma nova loja de um grupo empresarial ou o lançamento de um novo produto da marca.

Os eventos periódicos realizam-se em data marcada e podem ser feitos uma vez por semana, por mês ou por ano, podendo até ser de dois em dois anos, por exemplo. Segundo Pedro et al. (2012, p.20), os eventos de oportunidade são esporádicos quando se realizam no âmbito de ações externas à empresa, por exemplo, datas comemoráveis,

Em relação à classificação quanto à **zona de ação**, existem os eventos internos, que se realizam dentro das instalações da empresa ou, externos, que têm lugar fora das instalações da empresa e em lugares mais amplos, por vezes até mesmo ao ar livre. Analisando os eventos em relação ao **público-alvo**, estes podem ser corporativos, no caso de se dirigirem para a própria empresa e para o seu público interno. Se estes eventos forem dirigidos ao consumidor, são considerados para o público da empresa e consumidores dos seus serviços. Quanto ao **nível de participação**, os eventos podem ser realizados unicamente pela empresa, em coorganização ou através de eventos realizados por outras empresas, por meio de patrocínios.

Descrita acima a classificação dos eventos, são agora enunciados os vários tipos de eventos. Importa destacar que cada evento pode ser classificado de acordo com um ou mais fatores dos acima descritos.

Segundo Pedro et al. (2012, p.20), os eventos dividem-se em vários tipos, nomeadamente: feiras, convenções, congressos, *workshops*, eventos sociais, eventos culturais, eventos desportivos.

As **feiras** realizam-se normalmente em pavilhões alugados para o efeito, em que cada empresa tem geralmente um espaço para si. As feiras podem também ser realizadas por uma única empresa que detém todo o espaço da feira. A empresa determina a data, local e horário. As feiras possibilitam às empresas ter um contacto direto com o consumidor e até mesmo com o seu potencial público-alvo. Outro dos benefícios da participação de empresas em feiras é o de que a empresa pode “recolher informações acerca das suas necessidades, e verificar se todas elas estão a ser satisfeitas pela empresa ou por alguma sua concorrente.” (Pedro et al. 2012, p.21).

As feiras permitem também desenvolver bases de dados de clientes e recolher informações sobre a concorrência, no caso de esta ser uma feira temática e uma vez que estão presentes várias empresas no mesmo espaço. A participação em feiras constitui também uma boa oportunidade para as empresas lançarem novos produtos e para estabelecer contactos comerciais, quer sejam do mesmo setor ou de empresas concorrentes.

As **convenções** de vendas são realizadas dirigindo-se a equipas comerciais, parceiros comerciais e representantes. Estas convenções são organizadas pela empresa e têm como principal objetivo a discussão de aspetos comerciais da empresa. Segundo Pedro et al. (2012, p.23), nas convenções devem estar presentes, no mínimo, um representante de cada área da empresa, de modo a que sejam apresentadas e discutidas as atividades da área e propostas e tratadas estratégias para a empresa. Segundo o autor, os objetivos das convenções de vendas prendem-se com o método e as estratégias a adotar para que a força de vendas da empresa torne a comercialização bem-sucedida posteriormente.

Relativamente aos **congressos**, estes são dirigidos a profissionais da mesma área, embora de várias empresas. O principal objetivo é discutir temas comuns a todas elas. Um congresso pretende dar a conhecer a empresa e os seus vários produtos, dar a conhecer à empresa mas também aos seus potenciais clientes oportunidades de negócio, como por exemplo parcerias. Também a credibilidade da empresa é tida em conta aquando da participação no congresso, pela participação dos seus colaboradores especializados ou procurando a especialização no tema. Acompanhar as tendências do mercado na área específica do congresso é importante nesta participação em congressos, sendo esta uma boa oportunidade de estabelecer contactos e parcerias.

Os **workshops** reúnem profissionais que se dediquem a uma mesma área, pelo que estes podem até trabalhar juntos na mesma empresa. O objetivo principal aquando da realização de um *workshop* é o de debater um tema. Também os *workshops* têm a finalidade de solucionar um problema apresentado. Geralmente, num congresso são debatidas ideias pelos vários participantes e são discutidas as conclusões do debate. Os *workshops* têm normalmente um ou vários oradores que expõem as suas ideias sobre um determinado tema para o auditório, que pode depois colocar questões aos oradores. O público escolhido para um *workshop* deve ser subordinado ao tema do mesmo.

Os **eventos sociais** estão vocacionados para a vertente humana, social e de lazer. Estes são cada vez mais uma aposta das empresas uma vez que este tipo de evento pretende quebrar a formalidade que está presente nos outros tipos de eventos (Pedro et al. 2012, p.28). Este tipo de eventos é sobretudo utilizado para lançar produtos ou serviços, uma vez que o ambiente envolvente leva a uma maior descontração e conseqüente adição dos consumidores ao serviço ou produto. Este é também um tipo de evento favorável à convivência social entre os vários membros de uma empresa, o que permite o estreitamento de relações entre a empresa e os seus colaboradores, mas também entre os funcionários.

Os eventos sociais geralmente são demarcados por refeições, o que permite que neles possa participar público-alvo que não dispõe de muito tempo para participar em eventos que sejam durante o horário de expediente. Este tipo de eventos pode também ser associado a um cocktail e dirigido a um público ativo e que goste de uma vida social ativa, pelo que mais facilmente se predispõe a participar neste tipo de eventos.

Os **eventos culturais** são pensados para causar impacto junto de clientes e parceiros que se dediquem a aspetos culturais. Exemplos deste tipo de eventos são concertos, peças de teatro ou até mesmo comemorações especiais ou de dias importantes.

Outro tipo de eventos são os **eventos desportivos**, que pretendem envolver o público-alvo. Estes eventos tendem a decorrer ao ar livre e são normalmente caminhadas, provas em que haja competição entre equipas ou ainda jogos, por exemplo, de futebol. Os eventos desportivos pretendem que os participantes se sintam descontraídos, fora do ambiente de trabalho, divertindo-se. Estes eventos podem ser organizados para os clientes de uma empresa ou mesmo para os colaboradores da mesma, pelo que permitem a socialização fora do ambiente de trabalho.

Pedro et al. (2012, p.32) apresenta ainda outros tipos de eventos, sendo estes os eventos em health-clubs, ginásios e clubes, as festas de aniversário de empresas, eventos em centros comerciais ou em parques aquáticos. Estes tipos de eventos vão de encontro ao lazer e ao divertimento e pretendem envolver os seus colaboradores.

## **3.3. Planeamento de eventos**

### **3.3.1. Fases de um evento: o Pré-Evento**

Há várias fases a ter em conta antes da realização do evento. A todo o trabalho de organização de um evento dá-se o nome de planeamento.

O planeamento de um evento dá-se em 3 fases: o pré-evento, todo o trabalho anterior ao evento; o evento em si e o pós-evento, onde se insere a avaliação do evento.

A fase de pré-evento, ou seja, de planeamento de um evento, implica as seguintes decisões estratégicas, de acordo com Pedro et al. (2012, p. 41 - 55):

#### **1. Definição dos objetivos do evento.**

É importante que a organização do evento defina os objetivos que pretende alcançar. A definição dos objetivos do evento vai permitir que as estratégias contribuam para alcançá-los. Os objetivos definidos servirão também de ajuda na fase de avaliação do evento, podendo a organização observar se estes foram ou não cumpridos. De acordo com Allen et al. (2003, p. 50), importa, primeiramente, que a organização se “concentre em objetivos específicos e crie caminhos através dos quais esses objetivos possam ser alcançados”.

#### **2. Verificação e análise do orçamento disponível**

O orçamento definido para um evento deve ser de acordo com as atividades do evento, em especial, o material, a logística e os serviços necessários. Antes da realização do evento, a organização deve verificar se vai poder atender às exigências do evento com o orçamento de que dispõe. Na fase da avaliação do evento, esta verificação vai permitir à organização perceber se o evento comportou prejuízo, se o orçamento anteriormente definido se ajustou às necessidades do evento ou até mesmo se o evento aportou algum lucro monetário.

#### **3. Definição das estratégias para o evento**

As estratégias adotadas pela organização do evento serão decisivas para o seu sucesso. Estas estratégias devem ser definidas tendo em conta o orçamento disponível e, como tal, os meios que pode suportar. Ao definir as estratégias para o evento, a organização deve ter também em conta outros fatores, como o público-alvo, os objetivos do evento e a sua missão.

#### **4. Definição do tema**

A escolha do tema do evento é uma das primeiras e mais importantes fases a ter em conta no planeamento de um evento, pois é o ponto de partida para a sua divulgação e publicitação. O tema do evento deve ser adequado ao tipo de evento, ao público-alvo e aos objetivos do evento. O tema do evento deve ser resumido a uma frase para apresentação na divulgação do mesmo e deve sintetizar nela todos os assuntos que serão tratados no evento. Pedro et al.

(2012, p. 42) acrescenta ainda que essa frase deve explicitar o tipo de evento e deve ser compreendida facilmente pelo público-alvo.

### **5. Definição do público-alvo**

O público-alvo de um evento é um fator importante no planejamento de um evento, Este deve ser escolhido de acordo com o tipo de evento. Por exemplo, se se tratar de um evento desportivo, o público-alvo deste evento serão desportistas e atletas. Já no caso de o evento ser um lançamento de um novo medicamento, o público-alvo serão médicos, empresas especializadas na área da saúde e alunos de medicina. O conhecimento do público-alvo contribui para que a tomada de decisões seja facilitada, tal como a data, horário, local e serviços a prestar durante o evento.

### **6. Definição da data**

A escolha da data do evento depende se a organização é a responsável por definir a data ou se o evento foi solicitado para uma data específica. No entanto, esta escolha depende do tipo de evento, dos objetivos do mesmo e do público-alvo. Deve ser verificado o calendário, de modo a perceber se a data do evento vai coincidir com alguma data especial, como feriados, ou até mesmo datas específicas dentro da empresa. Se as datas coincidirem pode ou não ser prejudicial ao evento, devendo ser analisada esta situação, tendo em consideração o que se pretende com o evento. No caso de o evento a realizar ser especificamente para comemorar um dia mundial ou internacional, a organização deve ter em atenção o tema e, se este coincidir num dia de semana, deve ponderar se é conveniente realizar o evento nesse mesmo dia, ou no fim-de-semana anterior ou posterior.

### **7. Escolha dos horários**

Segundo Pedro et al. (2012, p. 43), a escolha dos horários do evento depende diretamente do tipo de evento. Esta escolha deve ter em conta a duração do próprio evento, isto é, se vai decorrer durante um dia, uma semana, ou se somente irá ocupar uma parte do dia.

### **8. Escolha do local**

O local onde irá decorrer o evento depende de alguns fatores, entre os quais o tipo de evento e os critérios que o classificam, o público-alvo, as acessibilidades, o histórico de eventos no local e as condições que o local oferece ao evento a realizar. A disposição dos convidados e público-alvo também é um fator a ter em conta quando se escolhe o local de realização do evento, pois atendendo ao número de lugares que o espaço oferece, estes podem ou não ser suficientes para a audiência que se espera para o evento. Também a decoração deve ser tida em conta nesta fase do planejamento do evento. A organização deve ter a preocupação de verificar se o local pode atender às exigências decorativas que serão aplicadas ao evento.

## **9. Reunião com os envolvidos**

A reunião com os envolvidos no evento deve ter como finalidade a discussão dos procedimentos e ações a levar a cabo no evento, pelo que nela devem participar a organização, os intervenientes no evento, e os responsáveis pela montagem e execução. Nesta reunião devem ser atribuídas as tarefas a cada membro interveniente no evento.

## **10. Contratação de serviços externos**

A contratação de serviços externos depende da necessidade de prestar esses mesmos serviços no evento. Estes serviços podem ser *catering*, equipamentos, pessoal para a receção dos participantes e para o secretariado, transporte dos participantes, serviços de decoração ou de flores.

## **11. Elaboração do programa e o conteúdo do evento**

Durante o planeamento do evento, deve ser definido o programa do evento, partindo do tema do mesmo, bem como devem ser estabelecidos horários, de modo a que este programa possa ser divulgado ao público.

## **12. Elaboração e envio de convites**

Os convites devem ser elaborados de acordo com o tipo de participantes do evento, dado que nem todos os eventos contam com convidados. Os convites endereçados a participantes devem conter as informações necessárias, tais como data, horário e local do evento, tema do evento, telefones ou outro meio para confirmação da presença do convidado no evento. Junto com o convite para o evento, deve enviar-se um programa completo do evento.

## **13. Criação de material promocional**

A criação do material promocional do evento é atualmente feita através de meios digitais. Esta passa por cartazes, *flyers*, folhetos. A organização do evento deve também ter em conta se existe a necessidade de elaborar identificações dos participantes, como crachás ou cartões de identificação, mas também se deve elaborar pequenos *displays* de identificação dos preletores na mesa de preleção.

## **14. Divulgação**

A divulgação do evento deve ser feita de acordo com as estratégias definidas para tal. Esta divulgação passa por cartazes, divulgação no local do evento, imprensa, rádio, *outdoors*, ou outros meios. O (s) meio (s) de divulgação escolhidos devem ter em conta o tipo de evento, o público-alvo, e devem atingir o maior número de potenciais participantes no evento.-

## 15. Preparação de formulários e questionários para avaliação

Os questionários que irão fazer parte da avaliação do evento, no caso de esta ser uma forma de avaliação escolhida no evento a realizar, devem ser preparados na fase de planeamento do evento. Isto, porque estes mesmos questionários podem vir a ser distribuídos antes do evento, aquando do *check-in* dos participantes, se a organização do evento assim o entender. A sua preparação antes da realização do evento permitirá que estes estejam prontos no tempo determinado, o que irá facilitar a avaliação do evento.

### 3.3.1.1 Montagem do Evento

A montagem dos eventos é um dos pontos principais na fase de pré-evento que comporta em si algumas questões:

- Temática e formato do evento
- Escolha do local
- Audiência e convidados
- Palco
- Iluminação e som
- Audiovisuais e efeitos especiais
- Serviços de alimentação
- Artistas
- Pessoal
- Hospitalidade
- Cronograma da produção
- Registo do evento
- Contingências

Todos estes elementos giram em torno de um tema central do evento, de acordo com Allen et al. (2003, p. 289). A relevância de cada um deles varia de acordo com cada tipo de evento. No entanto, Allen et al. (2003, p. 289) refere que há ainda elementos comuns a todos os eventos, sendo eles o palco, a lista de contactos e o cronograma de produção.

Quanto à temática de um evento, esta é a base da montagem do mesmo. Vai determinar todos os aspetos relativos ao evento, tais como a decoração, os serviços de apoio necessários aos eventos, o local, entre outros. O importante a ter em conta é que tudo gira em torno do tema do evento, que deve ser definido em primeiro lugar.

Em segundo lugar, deve ser considerada a escolha do local do evento, partindo do tema deste. Aquando da escolha do local de um evento, a organização pode optar por um espaço interior ou exterior, dependendo do tipo de evento a realizar. Como tal, Allen et al. (2003, p. 292) aponta os fatores decisivos para a escolha do local de um evento: “combinar o local ao

tema; combinar o tamanho do local ao porte do evento; as linhas de visão no local e a configuração dos assentos; histórico de eventos no local, incluindo a reputação do local; a disponibilidade do local para a data definida para o evento; o que o local pode proporcionar, desde estacionamento a acesso para a audiência, para os artistas e para equipamentos; iluminação, comunicação e planos e saídas de emergência.

Quanto à audiência e convidados, os principais aspetos a ter em conta são a posição das entradas e saídas, os horários de chegada, os assentos e linha de visão do auditório e as instalações. Os avisos e indicações no local de chegada do evento são muito importantes, para o encaminhamento do público para um local específico. Por exemplo, no caso de um evento contar com vários *workshops* a decorrer em simultâneo, é importante que o público, ao chegar ao local do evento, consiga orientar-se com a sinalética.

Quanto aos assentos dos convidados, é importante ter em conta se há ou não necessidade de reserva de lugares, ou se vai haver no evento convidados VIP ou alguns a que é preciso atender a exigências.

No caso de o evento ter um palco, deve ter-se atenção a este. Quando se refere aqui o palco, este é no sentido de um palco para artistas ou bandas, ou no caso de um auditório, de uma estrutura elevada, onde pode estar a mesa de preletores, no caso de o evento decorrer num auditório. As principais considerações a ter em conta num palco são a segurança do mesmo, se a sua estrutura está bem fixada e não compromete a segurança dos seus utilizadores nem comporta o risco de quedas ou acidentes. Deve existir uma planta do palco para que a organização, a equipa de manutenção, os utilizadores do palco possam conhecê-lo. Para os instaladores de iluminação, cenários e equipa de manutenção, esta planta do palco é importante, pois estes devem conhecê-la bem, de modo a que a sua montagem e manutenção decorra conforme o planeado e o evento decorra sem incidentes. No caso de haver uma emergência e ser necessária uma rápida manutenção do palco, esta planta vai ajudar a que este trabalho corra bem e não interfira no decorrer do evento. A planta do palco permite também à organização definir as linhas de visão da audiência, o que irá facilitar a disposição do palco, de modo a que os participantes do evento consigam ver e ouvir os preletores.

### **3.3.2. Fases de um evento: Execução do evento**

Também na fase de execução do evento e enquanto o evento decorre, há certos parâmetros a ter em conta. Estes servem para garantir que tudo o que foi planeado é o que realmente é executado durante o evento e portanto, que o planeamento resultou. Como tal, é importante ter em conta o fluxo, a comunicação, infraestruturas, os alimentos e bebidas, as exigências dos convidados, bem como procedimentos de emergência.

O controlo de fluxo, segundo Allen et al. (2003, p. 268) remete para o local do evento, uma vez que este é um parâmetro a ter em conta na realização do evento e no local do evento.

Como tal, dado a análise dos participantes no evento e tendo em conta se este é um pequeno ou grande evento, é necessário tomar medidas para que não ocorram incidentes durante o evento. Neste parâmetro a atenção deve estar virada para o movimento da audiência, dos artistas, entre outros, para que não corram riscos, os quais já devem ter sido considerados aquando do planeamento do evento.

A comunicação no local do evento é outro fator importante na realização de eventos. É muito importante que os participantes do evento consigam chegar ao local, através da sinalética no local do evento. Essa comunicação é importante não só para os participantes, mas para todos os envolvidos, por exemplo, os responsáveis pela montagem.

No local de realização de um evento é necessário ter em conta as infraestruturas necessárias à realização do evento. Também é importante ter em conta os horários em que a manutenção dessas infraestruturas pode ser feita, de modo a que não interfira com o decorrer do evento. Também deve ser considerada neste ponto a necessidade de haver um plano para solucionar problemas que possam surgir aquando do decorrer do evento.

No caso de um evento que tenha em que há alimentos e bebidas à disposição dos seus convidados, é importante ter em conta o seu acondicionamento. É necessário considerar o horário de chegada da comida, o que será necessário para o seu acondicionamento, por exemplo, as arcas frigoríficas, se for esse o caso.

Quanto às exigências dos convidados, estas vão depender do tipo de evento que estejamos a considerar. No caso de ser um evento que comporte bandas, é sabido que estas geralmente fazem exigências de produtos que querem ter nos seus camarins. Como tal, esta análise deve ser feita com antecedência, de modo a que tudo se consiga a tempo e que no decorrer do evento não falte o necessário/exigido.

Os procedimentos de emergência são um dos aspetos mais importantes no planeamento e logística de um evento, pois são eles que vão permitir que se consiga resolver problemas no caso de haver um acidente. Devem ser tidos em conta os primeiros socorros, vias de saída de emergência desobstruídas, fácil mapeamento de evacuação do local do evento,

### **3.3.3 Avaliação de eventos**

“Somente através da avaliação, a organização pode verificar se foi bem-sucedida e se foram atingidos os objetivos inicialmente estabelecidos...e também identificar problemas, para, assim, realizar ações corretivas e prevenir futuras repetições.” (Pedro et al. 2012, p. 41).

Existem três alturas essenciais para a avaliação de um evento, segundo Getz (1997), citado por Pedro et al. (2012, p.90). São estes a avaliação pré-evento, o acompanhamento dos resultados durante o evento e a avaliação pós-evento.

Segundo Silva (S/D), a avaliação é um processo que deve ocorrer durante todo o planeamento e organização do evento e que implica a compilação de dados estatísticos e informações sobre o evento e a sua análise em relação aos objetivos propostos. A avaliação dos eventos serve para o aperfeiçoamento e prestígio dos seus organizadores, se esta for bem aplicada, (ibid).

### **3.3.3.1. Avaliação pré-evento**

A avaliação de um evento, segundo Allen et al. (2003, p. 315) deve começar primeiramente numa fase pré-evento, a qual poderá resultar no estabelecimento de metas ou padrões, em relação aos quais o sucesso do evento será medido.

A avaliação na fase de planeamento do evento serve para determinar os recursos que irão ser necessários para o evento e se este é ou não viável. Esta avaliação pré-evento pode implicar uma pesquisa de mercado quanto à possível resposta da audiência e previsões, como do número de espetadores, custos e benefícios.

### **3.3.3.2. Avaliação durante o evento**

Durante a realização do evento, é também importante que se realize uma monitorização do evento, de modo a colmatar algumas falhas que possam surgir e ajustar os fatores determinantes do evento. Esta avaliação é importante, pois serve para o controlo da qualidade, mas também para fornecer informações necessária à avaliação final do evento, e também para a organização de eventos futuros.

### **3.3.3.3 Avaliação pós-evento**

Após o evento, é então necessária a realização de uma avaliação mais abrangente. Esta avaliação vai permitir aos organizadores do evento, e parceiros, se for o caso, perceber se o evento foi ou não bem-sucedido. A avaliação de um evento permite também aos patrocinadores verificar se o evento foi bem-sucedido e atingiu os objetivos, de modo a que possam repetir a experiência em eventos futuros ou, no caso de algo não ter corrido como se esperava, colmatar as falhas nos próximos eventos. O mesmo se aplica à organização do evento, que poderá adotar estratégias semelhantes em eventos futuros ou realizar algumas modificações em alguns aspetos.

Para tal, há vários métodos que podem ser utilizados. Nesta avaliação é importante obter o feedback dos participantes no evento. Os questionários são importantes para obter este feedback. Estes podem ser entregues aos participantes no início do evento, para serem entregues no final do evento já preenchido. Uma boa estratégia relativamente ao preenchimento de questionários é o envio destes por *e-mail*, para que os participantes os possam devolver pela mesma via, e em troca receber o certificado de participação no evento. Uma vez que geralmente estes questionários enviados por *e-mail* caem no esquecimento e

acabam por não ter o retorno desejado da organização do evento, a garantia do envio do certificado de participação no evento é um incentivo ao seu preenchimento.

Na fase da avaliação pós-evento, deve ser feito um resumo dos dados estatísticos e da informação recolhida para que possa ser feita uma análise relativamente aos objetivos do evento definidos aquando do estudo inicial de viabilidade do evento.

No caso de se tratar de um evento que pretende aumentar as vendas de uma empresa, por exemplo com a participação numa feira de vendas, é importante levar a cabo relatórios de vendas no final do evento, de modo a auferir se as vendas cumpriram com os objetivos definidos inicialmente.

Quando se elabora e define um plano de avaliação do evento é necessário ter em conta os seguintes fatores, segundo Allen et al. (2003, p. 317): Quais os dados necessários; como, quando e por quem os dados serão recolhidos; como eles serão analisados e que formato será usado no relatório final.

A avaliação pós-evento é normalmente a mais utilizada pelos profissionais de organização de eventos, segundo Silva (S/D) e “implica a compilação de dados estatísticos e informações sobre o evento e análise em relação aos objetivos propostos.

Além disso, “para a finalização de um evento, deve-se fazer uma reunião de coleta de informações para feedback e efetuar seu encerramento com a desmontagem física de sua infraestrutura.”, (ibid).

Giacaglia, citado por Da Fonseca e Nunes (2013, p. 69), afirma que a área de organização de eventos é de grande complexidade e exige muito do profissional, que é responsável, entre outras coisas, pela atuação de toda uma equipe no antes, durante e depois do evento.

Os principais tópicos que a avaliação de um evento deve abranger são, segundo Silva (S/D) são:

- Identificação dos pontos fortes e fracos do evento
- Avaliação do conteúdo técnico e científico do evento
- Identificação dos públicos
- Qualidade dos serviços e infraestrutura interna e externa
- Avaliação dos *checklist* e cronogramas
- Verificação de orçamentos, investimentos e custos realizados.

## Capítulo IV. Estudo de Caso

Neste capítulo procura-se analisar criticamente de que forma o Gabinete de Eventos (GE) do CHCB planifica a avaliação dos seus eventos. Esta análise centrar-se-á num evento específico - a “VII Semana do Bebê de CHCB” - selecionado por se ter participado ativamente, enquanto estagiária, na sua organização e implementação e, sobretudo, por não se ter observado qualquer esquema ou estratégia de avaliação. Dado que a “Semana do Bebê do CHCB” é um evento com periodicidade anual, no final deste capítulo espera-se ainda poder contribuir com uma proposta de avaliação passível de ser aplicada pelo GE no futuro.

As questões que se pretende responder através da análise deste caso e que orientam toda a reflexão teórico-empírica deste capítulo são as seguintes:

- De que forma o Gabinete de eventos do CHCB planifica a avaliação dos seus eventos?
- Qual o melhor método de avaliação para o evento “Semana do Bebê” do CHCB?

### 4.1. Metodologia

Adotou-se uma metodologia qualitativa de pesquisa de dados através da observação direta, a entrevista semi-estruturada e análise documental. A observação direta decorreu durante a experiência de estágio, onde se desempenharam as mais variadas tarefas na organização dos eventos promovidos pelo GE. A entrevista, cujo guião foi delineado a partir da revisão teórica anteriormente apresentada, foi aplicada ao Dr. Nuno Reis no dia 22 de Maio de 2014 e teve a duração de aproximadamente vinte e cinco minutos. A entrevista foi gravada e posteriormente transcrita para tratamento temático dos dados. A seleção deste entrevistado deve-se ao facto de, enquanto Diretor do Serviço de Comunicação, Marketing e Eventos do CHCB, passarem por ele todos os assuntos relacionados com os eventos realizados na instituição. Quanto à análise documental, esta centrou-se na consulta de documentos internos da instituição, que permitiram obter dados formais e oficiais sobre o funcionamento do GE. Estes documentos permitiram complementar os dados obtidos através da observação direta no período do estágio. Realce-se ainda que graças ao contacto direto e quotidiano com as duas profissionais do Gabinete de Eventos, foram também mantidas algumas conversações sobre o tema da avaliação e sobre a perceção das técnicas de comunicação do CHCB sobre os métodos de avaliação em vigor.

De acordo com Quivy e Campenhoudt (1988, p. 47), “as entrevistas e os métodos complementares ajudam o investigador a ter um contacto com a realidade vivida pelos atores sociais.” Por métodos complementares entendem-se neste trabalho, portanto, as consultas de

documentos internos da instituição, relativos ao funcionamento e procedimentos de organização e gestão de eventos, bem como a observação direta.

## 4.2. Apresentação Crítica dos Dados

Quivy e Campenhoudt (1988, p. 199) realçam da seguinte forma as principais vantagens da observação direta num estudo empírico: “A apreensão dos comportamentos e dos acontecimentos no próprio momento em que se produzem. (...) A autenticidade elativa dos acontecimentos em comparação com as palavras e os escritos.” A ideia veiculada por esta citação foi confirmada no decorrer da recolha de dados efetuada no período de estágio. De facto, na prática, a apreensão dos comportamentos e acontecimentos no local possibilitou uma perceção crítica sobre a escassez de métodos de avaliação promovidos pelo GE.

Com a compilação de toda a informação recolhida através da observação direta, documental e a entrevista, anteriormente referida, foi possível perceber que não existe uma avaliação individual de cada um dos eventos realizados pelo Gabinete de eventos. A única exceção prende-se com a avaliação efetuada através da observação empírica, por parte das técnicas do GE. Aliás, Os dados obtidos pelo GE através da observação empírica são posteriormente reportados ao Diretor do Serviço, nas reuniões semanais de trabalho. Nessas reuniões, como refere o Dr. Nuno Reis, pretendem: *“Perceber o que correu bem e o que correu mal (...). Como é que podemos melhorar alguma fragilidade que entretanto tenha acontecido.”* (Entrevista, 22 de Maio de 2014)

Além do Diretor do Serviço de Comunicação, Marketing e Eventos, Dr. Nuno Reis, participam nas reuniões o (a) coordenador (a) de cada Gabinete do Serviço, e outras pessoas ligadas direta ou indiretamente aos eventos realizados pelo GE. Esta reunião semanal serve, no caso concreto dos eventos, para discutir os meios necessários aos eventos, as estratégias a adotar, e também, para que a coordenadora do GE possa dar o feedback sobre o(s) evento(s) ocorrido (s) na semana anterior.

Segundo o Diretor do Serviço de Comunicação, Marketing e Eventos existe um relatório anual relativo ao plano de atividades definido, que é reportado ao presidente do conselho de administração do CHCB com uma avaliação geral dos eventos. Existe, no entanto, para o entrevistado uma falha na atual avaliação dos eventos do CHCB: *“devia haver uma ficha de avaliação de cada evento, mas os eventos são distintos”*. No entanto, justifica, existem *“diferenças entre os eventos difíceis de avaliar em cada evento.”*

As principais questões que na realidade são avaliadas pelo Gabinete de Eventos do CHCB remetem para a questão temporal: verificam se os prazos são cumpridos, a logística relativa ao auditório, e o respeito do protocolo. É feita também uma avaliação financeira pós evento,

de modo a garantir que os custos idealizados no planeamento do evento foram cumpridos. Em alguns eventos, como o caso das “Sessões Clínicas”, são preenchidos questionários, mas estes prendem-se com o foro científico e são orientados pelo serviço que as organiza.

Segundo o Dr. Nuno Reis, *“os questionários seriam bons à avaliação do evento em estudo, mas dado que o CHCB é uma instituição formal”, a não implementação de questionários de satisfação aos participantes pretende que “não se burocratize demais este tipo de eventos, que pretendem ser de descontração e não demasiado formais.”*

No geral, através da entrevista, da observação direta e da análise dos documentos internos da instituição, particularmente do GE, pode-se constatar:

- Não há qualquer documento previsto para avaliação, além de um Relatório Anual que reúne todos os eventos, o qual é reportado ao Conselho de Administração do CHCB no final de cada Ano Civil.
- A avaliação dos eventos realizados no CHCB e organizados pelo GE é somente feita pela observação direta da organização, da avaliação do número de participantes e do *Clipping* realizado pelo Gabinete de Comunicação e marketing.
- A reunião pós-evento é também a forma adotada para que possam ser debatidos os resultados de cada evento. Além desta e do relatório anual não existe qualquer espécie de documento que forneça os dados da avaliação dos eventos aos parceiros nos mesmos.

### **4.3. O Caso: “VII Semana do Bebê do CHCB”**

A “Semana do Bebê” do Centro Hospitalar Cova da Beira é um evento anual, realizado em parceria com a Unicef e que envolve uma multidisciplinaridade de públicos, internos e externos. Por públicos externos entendem-se, por ex., a GNR, a PSP, e as várias escolas do concelho que cooperam no evento, quer através da cedência de espaços para atividades destinadas às crianças, quer em atividades ali realizadas. Nos públicos internos englobam-se os vários serviços do CHCB que colaboram com o GE na organização e execução da “Semana do Bebê”. Em especial, os serviços de Pediatria, Neonatologia, Pedopsiquiatria, entre outros.

A “Semana do Bebê” é uma ideia oriunda do Brasil, onde este evento é já realizado ao longo de várias edições e que pretende tratar sobretudo temas relativos à maternidade, paternidade e preocupações da infância. Este é um evento de grande porte, não só porque conta com a participação de vários serviços do CHCB, mas também pela sua duração: uma semana com várias atividades e em vários locais em simultâneo.

O programa da “Semana do Bebê” conta com atividades destinadas a três tipos de públicos: os pais, as crianças e os profissionais de saúde das várias áreas relacionadas com o nascimento, desenvolvimento e crescimento das crianças e bebês, desde a neonatologia até à pediatria, passando também pela obstetria e ginecologia. Também os profissionais de educação são contemplados enquanto público-alvo deste evento, pois os *workshops* e as sessões de esclarecimento tratam de temas que podem interessar a profissionais que interagem diretamente com crianças.

As atividades destinadas aos pais contemplam conferências temáticas, debates, sessões de esclarecimento e *workshops*, em que são convidados a intervir profissionais das mais variadas áreas para esclarecimento de dúvidas e para debater assuntos que são do interesse dos (futuros) pais. Os pais podem também contar com atividades em que interagem diretamente com os seus bebês, como é o caso da natação com crianças ou *workshops* de massagens ou de *watershiatsu*, que envolvem a criança e o progenitor. Os seus objetivos são fortalecer os laços familiares, mas também pretendem ensinar técnicas aos pais para um mais saudável desenvolvimento da criança, além de proporcionar ao pai/mãe e ao bebê momentos de ternura e diversão.

As atividades destinadas às crianças desenrolam-se em ambiente escolar e hospitalar e vão desde a interação com animais, a pinturas faciais, oficinas de estimulação sensorial, por exemplo, oficina dos aromas, até às brincadeiras em insufláveis, bem como as já referidas atividades com os pais. No planeamento da Semana do Bebê são selecionadas as mais variadas atividades lúdico-pedagógicas e ações de sensibilização e educação para a saúde. As muitas edições da Semana do Bebê já realizadas no CHCB contaram também com ações de rastreio de doenças infantis, como por exemplo, os rastreios à coluna das crianças.<sup>11</sup>

Quanto às ações destinadas aos profissionais de saúde, estão também incluídas as sessões de esclarecimento, em que se debatem os temas relacionados com a infância-juventude. De acordo com o *site* institucional, as ações referidas pretendem fomentar “a partilha de conhecimento técnico e científico entre profissionais da saúde e da educação”. Cada edição da Semana do Bebê do CHCB conta com um tema principal, à volta do qual se centra todo o ciclo de debates e *workshops* realizados neste período de tempo. Um exemplo foi a VII edição da Semana do Bebê, que adotámos neste estudo de caso e que teve como tema principal “**Com as mãos na massa... a importância da estimulação sensorial no Desenvolvimento do Bebê**”. O tema referido teve como objetivos realçar os benefícios da estimulação dos sistemas sensoriais: visual, auditivo, tátil, olfativo e gustativo, pois é através deles que o bebê/criança aprende e cresce, construindo um comportamento profícuo e adaptado a sua realidade.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> <http://www.chcbeira.pt/?cix=evento1324384>, consultado em 23 de Maio de 2014

<sup>12</sup> <http://www.chcbeira.pt/?cix=evento1324384>, consultado em 23 de Maio de 2014

Cada edição da Semana do Bebê do CHCB conta com uma cerimónia religiosa de encerramento, geralmente efetuada na Igreja Paroquial da Boidobra, incluindo a bênção dos bebés e crianças presentes pelo bispo que celebra a missa. Nesta cerimónia é também oferecida uma lembrança a todos os bebés nascidos no Centro Hospitalar Cova da Beira durante o ano anterior à edição da Semana do Bebê em questão. Na VII Semana do Bebê do CHCB a lembrança oferecida foi desenvolvida pela estagiária e consistiu num marcador de livro com um pequeno poema (figura 12).

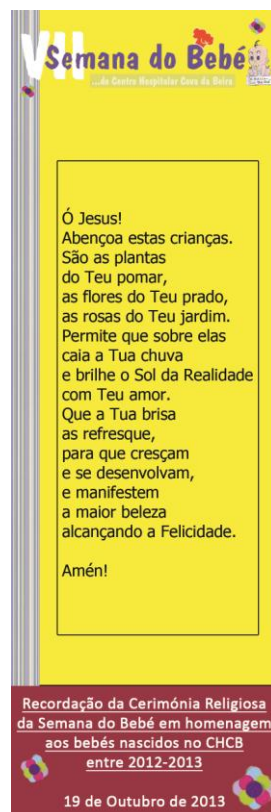


Figura 12: Lembrança oferecida na celebração religiosa da VII Semana do Bebê, 19 de Outubro de 2013

Em cada edição da “Semana do Bebê” existe o “Bebê estrela”. Este é a primeira criança a nascer no CHCB na Semana do Bebê. Esta criança irá contar com apoio pediátrico por parte do Centro Hospitalar Cova da Beira e na cerimónia de encerramento da “Semana do Bebê” irá também receber um conjunto de presentes, tais como cremes, fraldas, entre outros.

Em cada edição da “Semana do Bebê” é também designado pela organização da Semana do Bebê um padrinho ou uma madrinha da Semana do Bebê. Este é um título para homenagear

uma personalidade. No caso da VII Semana do Bebê este foi atribuído à jornalista da RTP Daniela Santiago, a qual fez um pequeno discurso, encerrando assim a VII Semana do Bebê.

Na última edição da Semana do Bebê houve ainda, pela 1ª vez, a realização da “Feira da Semana do Bebê”. A feira, apoiada pela Câmara Municipal do Fundão, teve lugar no Fundão, no Centro cívico, junto à Biblioteca Municipal do Fundão e contou com vários *stands* de venda de produtos relacionados com o bebe e a criança. Nesta feira participaram várias pessoas que a título privado expuseram para venda os seus produtos. Nesta feira houve também uma feira do livro, bem como diversas atividades lúdicas no local.

Em relação à avaliação do caso concreto “VII Semana do Bebê” do CHCB foi possível verificar, através da observação direta, a afluência bem como a satisfação dos participantes. Não existiu no entanto qualquer documento ou meio de registar formalmente a avaliação do evento por parte dos diferentes públicos e parceiros envolvidos. Como tal, propomos de seguida uma forma de avaliação deste evento em concreto.

### **4.3.1. Proposta de Avaliação**

Uma vez que a Semana do Bebê do CHCB é um evento com continuidade no tempo e realizado anualmente, acreditamos que através de uma avaliação mais formal e aprofundada se pode identificar fraquezas ou debilidades e propor formas de correção e otimização na organização, planeamento e gestão das próximas edições do evento. Além da observação direta no evento, consideramos que a avaliação será levada a cabo de uma forma mais eficaz ao contemplar outras técnicas e estratégias de avaliação. Fundamentada pela revisão teórica debatida no capítulo III, a proposta de avaliação a seguir apresentada divide-se nas três fases do planeamento dos eventos: a avaliação pré-evento, durante o evento e pós-evento.

#### **4.3.1.1. Avaliação Pré-Evento**

Na fase de planeamento do evento “Semana do Bebê” do CHCB é respeitada a diretriz teórica que recomenda estabelecer metas ou padrões para o evento (Allen et al, 2003). O GE estabelece antes de cada edição da “Semana do Bebê” os objetivos que guiarão a planificação do evento. Segundo o entrevistado, existe também, geralmente, **uma reunião com os parceiros do evento, mas também com os seus patrocinadores.** (Entrevista, 22 de Maio de 2014)

O planeamento da “Semana do Bebê” conta também com esta reunião, onde os envolvidos na organização deste evento discutem vários assuntos, quer relativamente aos patrocínios, quer às entidades ou serviços do CHCB que intervêm no evento. Esta reunião deve servir também

para a discussão dos objetivos de cada patrocinador no evento, de modo a que no final do evento possa chegar-se à conclusão de que estes foram ou não alcançados. Essa informação deve então constar posteriormente ao evento, num relatório enviado aos patrocinadores. Também aos parceiros deve ser enviado um relatório de avaliação do evento, que contenha a comparação do resultado final em relação aos objetivos definidos inicialmente nestas reuniões.

Estas reuniões acontecem, no caso da “Semana do Bebê”, com bastante tempo de antecedência relativamente ao evento, pois este é um evento de grande dimensão, que contempla várias atividades em simultâneo e o qual necessita de uma organização efetiva, que só é possível se a sua organização começar relativamente cedo.

Propõe-se então que nestas reuniões se crie uma tabela, onde serão inseridos os dados relativos aos objetivos do evento, quanto aos seus parceiros e patrocinadores. Esses mesmos dados debatidos na reunião e depois inseridos na tabela, permitirão, após o evento, que se efetue uma comparação dos resultados do evento com os mesmos.

Ainda na fase de planeamento, é necessário que se verifique se o **orçamento definido** para um evento vai de encontro às atividades que se irão desenvolver no evento, em especial, o material, a logística e os serviços necessários, como foi analisado no capítulo III deste trabalho (ver página 29).

De fato, no evento em estudo, este é um tópico a que é dada bastante atenção e que se verifica muito eficaz na organização da “Semana do Bebê”, pois este evento comporta em si bastantes pessoas envolvidas. Devem ser verificadas todas as necessidades relativas ao evento e se estas vão ou não poder ser atendidas. Sendo este trabalho de verificação do orçamento do evento realizado no pré-evento, na fase de avaliação do mesmo irá ser possível ao GE perceber se o evento comportou prejuízo, se o orçamento anteriormente definido se ajustou às necessidades do evento ou até mesmo se o evento aportou algum lucro. É a este tópico do pré-evento que é dada bastante atenção por parte do GE, pois tratando-se o CHCB de uma Entidade Pública Empresarial, os dados relativos aos orçamentos para eventos organizados pelo GE devem ser bastante detalhados, dado que o orçamento disponível é limitado.

É necessário que se estabeleça, no caso da “Semana do Bebê” uma **tabela cronológica das atividades** que serão desenvolvidas ao longo de toda a semana em que ocorre o evento. Esta tabela é essencial para um planeamento sem falhas, uma vez que a “Semana do Bebê” tem uma duração de uma semana e, como já foi dito, comporta em si atividades que decorrem simultaneamente. Atualmente existe o planeamento das atividades na organização da “Semana do Bebê” do CHCB, pelo que se propõe neste trabalho uma tabela pormenorizada e de fácil compreensão, de modo a facilitar a organização e planeamento do evento em

questão. Esta tabela servirá de base à organização e aos parceiros do evento, e basear-se-á no programa do evento. (anexo E)

A tabela proposta (anexo B) contém toda a informação que está no programa do evento, de modo mais simples e facilitado. Cada atividade deste evento está marcada a uma cor no dia em que se realiza, seguida pelo horário da mesma e o local em que vai ter lugar. Esta tabela é proposta para facilitar à organização, bem como aos seus parceiros no evento a consulta das atividades que decorrem na “Semana do Bebê”.

Quanto à contratação de serviços externos, a organização da “Semana do Bebê” do CHCB conta já com serviços externos que são frequentemente contratados, para este evento em particular, mas também outros eventos do CHCB. Uma vez que a organização já sabe o que esperar destes serviços, não existe uma grande indecisão em relação a quais escolher e mantém-se já uma fidelidade em relação aos mesmos. O exemplo destes serviços na “semana do Bebê” conta com serviço de coffee-break para as palestras/seminários ou lanches para as crianças que participam em algumas das atividades.

A criação de questionários e formulários de avaliação é decisiva na fase de planeamento de um evento, de modo a que no final do mesmo possa haver uma avaliação efetiva do mesmo. De facto, na “Semana do Bebê” do CHCB estes não se aplicam, pelo que é proposto neste trabalho um exemplo dos mesmos, de modo a que este evento possa ser avaliado segundo os vários tópicos de avaliação de eventos.

O GCM desenvolve o *clipping* dos eventos organizados pelo GE na sua fase pós-evento, mas também na fase de pré-evento, de modo a que o GE possa perceber quais os meios a que a divulgação do evento chegou e se esta divulgação está ou não a ter o impacto desejado. É neste momento da gestão de eventos que o GCM tem um papel crucial no suporte ao Gabinete de Eventos, prestando o serviço de **assessoria de imprensa**.

#### **4.3.1.2. Avaliação durante o Evento**

Durante o decorrer do evento é necessário que se desenvolva toda uma avaliação do mesmo. Esta avaliação consiste em várias formas. A que já é realizada é feita através da **observação direta** e da **constatação da afluência de participantes** nas diversas atividades ou nas palestras e *workshops*.

No subcapítulo anterior propôs-se então a **criação de questionários**, para que estes sejam posteriormente distribuídos pelos participantes do evento. Propomos então dois tipos de questionários: o primeiro será destinado aos pais que participam em atividades junto com os seus filhos e o segundo aos participantes das palestras que se inserem no programa da

“Semana do Bebê” do CHCB. O primeiro questionário permitirá então perceber se as atividades em que os pais participaram contribuíram ou não para aprenderem técnicas para ajudar no desenvolvimento dos seus filhos. Na “VII Semana do Bebê” este questionário poderia ter sido aplicado às seguintes atividades, em que pais e filhos interagiram juntos: *Workshop Water Shiatsu*; *Workshop de Yoga para Bebés*; *Spa para Bebés*.

Os questionários sobre estas atividades (Anexo C) podem ser distribuídos aos pais via e-mail após as atividades. O GE possui os dados de contacto porque no momento da inscrição nos workshops é um requisito obrigatório. Para garantir resposta pode-se solicitar o preenchimento do questionário como condição para posterior envio do certificado de participação no workshop.

Uma vez que estas atividades pretendiam acentuar a relação entre pais e filhos e proporcionar-lhes momentos de cumplicidade e carinho, os tópicos principais do questionário basear-se-ão na experiência vivenciada pelos pais.

O segundo tipo de questionário proposto destina-se aos pais que participaram nas palestras. Este questionário pretende saber concretamente se os pais ficaram elucidados com o discurso dos palestrantes e se as suas dúvidas foram esclarecidas (Anexo D).

Uma vez que estas palestras decorreram no auditório do CHCB, os participantes das mesmas passam pelo secretariado do evento para confirmar a sua presença antes do início da palestra e para receber uma pasta. É neste momento que os questionários devem ser entregues aos participantes para que sejam devolvidos preenchidos no final da palestra.

Nas palestras da “Semana do Bebê” também participa um número elevado de profissionais de saúde que interagem com crianças, muitos dos quais pretendem aprender mais sobre os temas debatidos e melhorar os seus conhecimentos. O questionário proposto servirá também para este tipo de participantes, uma vez que o questionário será muito abrangente e as questões do mesmo se adequam também a este tipo de público. O questionário proposto pretende não burocratizar muito o evento, servindo especificamente para medir a nível qualitativo o sucesso das palestras.

A nível de avaliação quantitativa do evento, esta já é feita através das inscrições nas palestras e nos *workshops* destinados ao pai/mãe e ao seu filho, já referidos acima. Uma vez que todos estes *workshops* requerem inscrição para participar no mesmo, esta avaliação é efetuada contabilizando o número de pais inscritos em relação às vagas abertas para o *workshop*, ou no caso das palestras, em relação ao número de lugares da sala.

As palestras que decorreram na “VII Semana do Bebê” foram o “Encontro de Gêmeos da Cova da Beira” e o Seminário “A importância da Estimulação Sensorial no Desenvolvimento”. Ambos contaram com inscrições e como tal esta avaliação quantitativa pode ser efetuada.

Em relação às atividades destinadas às crianças em particular, este tipo de avaliação não se aplica, pois as atividades são realizadas nas escolas e todas as crianças às quais se destinam participam nas mesmas. Os resultados que se pretendem efetivamente retirar deste tipo de avaliação no evento específico “VII Semana do Bebê” são em relação aos pais das crianças.

Propõem-se agora uma forma de avaliação diferente das apresentadas até agora. Seria interessante por parte da organização da “Semana do Bebê” do CHCB a realização de um pequeno *VoxPopuli*, compilando em vídeo várias questões realizadas aos participantes do evento durante a realização do mesmo.

Também a intervenção das crianças neste pequeno filme seria uma forma de posteriormente reunir informação, de modo a compilar os dados que irão constar do relatório que será proposto na fase de avaliação pós-evento deste estudo de caso.

Após o encerramento da “Semana do Bebê”, seria interessante que este vídeo fosse divulgado no *Facebook* da instituição, dado que esta é uma ferramenta que permite atualmente que muitos dos utentes da instituição comuniquem com a mesma e se mantenham a par dos eventos realizados na instituição. O *VoxPopuli* realizado poderia também ser divulgado no *site* institucional. Sugerem-se aqui estes dois locais para exibição do mesmo, pois a sua divulgação serviria de promoção para posteriores edições do evento. Com a realização deste pequeno filme, seria também possível completar mais eficazmente as informações que se pretendem, que irão constar dos relatórios enviados aos parceiros e patrocinadores do evento, uma vez que seriam ouvidas também as opiniões das crianças.

### **4.3.1.3. Avaliação Pós-Evento**

A divulgação do evento “Semana do Bebê” do CHCB conta em cada edição com todo um trabalho de avaliação do impacto ao nível dos *media*. Esta mesma avaliação é já feita através do *clipping* realizado pelo Gabinete de Comunicação e Marketing (GCM), que colabora com o Gabinete de Eventos ao nível de toda a **assessoria de imprensa** e de divulgação dos eventos que o GE organiza. Este é também um dos serviços do Centro Hospitalar Cova da Beira que presta apoio ao Gabinete de Eventos nos seus eventos. O *clipping* realizado pelo GCM é transmitido ao GE que o analisa e mede o impacto que o evento em questão teve na *media*.

A divulgação do evento “Semana do Bebê” do CHCB conta em cada edição com todo um trabalho de avaliação ao nível dos *media*. Esta mesma avaliação é já feita através do *clipping*

realizado pelo Gabinete de Comunicação e Marketing, que colabora com o Gabinete de Eventos ao nível de toda a **assessoria de imprensa** e de divulgação dos eventos que o GE organiza. Este é também um dos serviços do Centro Hospitalar Cova da Beira que presta apoio ao Gabinete de Eventos nos seus eventos. O *clipping* realizado pelo GCM é transmitido ao GE que o analisa e mede o impacto que o evento em questão teve na *media*.

Dado que a “VII Semana do Bebê” do CHCB não comportou na sua avaliação tipo algum de documento específico de avaliação, é neste tópico que se propõe introduzir um **relatório de avaliação** para reportar aos seus parceiros e patrocinadores, após a finalização do evento, bem como à administração do CHCB.

Essa avaliação deve então ter lugar na fase de pós-evento, uma vez que só nesta fase é possível ter em conta o que correu mal e o que correu bem. Após esta análise do evento, a organização pode reportar aos patrocinadores um relatório com a informação recolhida.

Também aos parceiros do evento deve ser enviado um relatório de avaliação do evento, que contenha a comparação do resultado final em relação aos objetivos definidos inicialmente nas reuniões que têm lugar na fase de pré-evento.

Os tópicos principais quando se elabora um relatório de avaliação da “Semana do Bebê” que devem constar no relatório enviado aos patrocinadores devem ser os seguintes:

- Os objetivos definidos inicialmente foram alcançados?
- Os montantes investidos trouxeram benefícios?
- A publicidade feita aportou maior notoriedade à marca?
- Qual foi a cobertura de *media* (perceptível através do *clipping*)?

Baseando a avaliação nestes tópicos, a organização da “Semana do Bebê” do CHCB deve enviar, após o evento, um relatório detalhado que forneça aos patrocinadores informação sobre estes parâmetros, que são aqueles que mais interessam aos patrocinadores deste evento.

Um exemplo destes patrocinadores é a *Yves Rocher*, que sendo uma marca de produtos de cosmética, apoia este evento fornecendo alguns dos seus produtos destinados a crianças e a mães. Estes produtos disponibilizados pela marca são as prendas entregues aquando da atribuição do título de madrinha/padrinho da “Semana do Bebê”, na sessão de encerramento do evento.

Posto este exemplo, o que tem maior relevância para esta marca na avaliação do evento será a notoriedade da marca, bem como a sua divulgação enquanto patrocinador deste evento.

Quanto ao relatório aos parceiros este deve conter alguns tópicos diferentes dos abordados no relatório aos patrocinadores, uma vez que a participação dos parceiros neste evento foi definida por outros objetivos. Enquanto que os patrocinadores da “Semana do Bebê” procuram alcançar notoriedade e abranger uma grande área a nível dos media, já os parceiros pretendem outro tipo de benefícios.

Vejamos o exemplo do rastreio realizado na “VII Semana do Bebê”, “Coluna alinhada, Criança Equilibrada” (Anexo F). Este rastreio teve lugar no Serra Shopping da Covilhã, e foi uma ação da responsabilidade do Serviço de Medicina Física e Reabilitação conjuntamente com o Serviço de Pediatria do CHCB. Os serviços hospitalares referidos colaboram neste evento, mas olhando para os objetivos da sua participação neste evento, destacamos tópicos diferentes dos destacados relativamente aos patrocinadores. Os principais objetivos destes serviços hospitalares centraram-se na promoção dos valores transmitidos e nos conhecimentos assimilados pelas crianças.

Para estes parceiros do evento, é mais importante ter um feedback em relação à assimilação das crianças do que lhes foi explicado do que aos lucros obtidos com o evento. É então importante que o relatório que a estes é dirigido se centre nos seguintes tópicos, indo de encontro aos questionários aplicados aos pais:

- Os profissionais de saúde que realizaram as atividades foram ou não os adequados?
- As crianças divertiam-se nas atividades realizadas?
- Houve grande assimilação de conhecimentos pelas crianças com estas atividades?

Os dados que serão inseridos no relatório referido acima basear-se-ão nas respostas dadas pelos pais nos questionários. Estes dados não serão concretos, servindo apenas para que haja uma ideia do que resultou do evento a nível pedagógico.

Seguidamente é apresentado um resumo estruturado de todas as ferramentas de avaliação propostas neste estudo de caso, após a análise dos dados e seu tratamento:

#### **Pré-evento:**

1) Check-list com os objetivos do evento relativamente aos seus patrocinadores e aos seus parceiros.

2) Verificação do orçamento disponível para o evento, sendo que esta é já uma ferramenta utilizada pelo Gabinete de Eventos do CHCB.

3) Tabela cronológica das atividades que serão desenvolvidas ao longo de toda a semana em que ocorre o evento.

**Durante o evento:**

1) Questionário 1 e 2, aplicados respetivamente aos pais que participam em workshops juntamente com os seus filhos e aos pais e profissionais da saúde que participam nas palestras do evento.

2) Avaliação quantitativa, através do número de visitantes. Este método de avaliação é já levado a cabo pela organização deste evento, a através do check-in dos participantes no evento.

3) *VoxPopuli* compilando várias questões colocadas às crianças que participação nas atividades e aos pais.

**Pós evento:**

1) *Clipping* do evento. Esta é uma ferramenta já utilizada na avaliação dos eventos organizados pelo GE, sendo que a realização desta ferramenta de avaliação cabe ao Gabinete de Comunicação e Marketing.

2) Relatório de avaliação para a os parceiros do evento, bem como para os patrocinadores e administração do CHCB. Este relatório deveria incluir os resultados dos questionários, os números de adesão do evento, e o clipping do evento.



## Conclusão

Após a descrição do estágio realizado, o estudo empírico efetuado e o estudo de caso deste trabalho, a VII Semana do Bebê do CHCB, chega-se ao momento da conclusão, onde se pretendem apresentar as reflexões que resultam deste trabalho e tentar perceber se foram do mesmo resultantes as respostas às perguntas colocadas na introdução deste trabalho, às quais se propuseram ser apresentadas respostas.

Uma vez que o estágio desenvolvido no Centro Hospitalar Cova da Beira permitiu todo um trabalho de campo baseado na participação na organização e gestão de eventos, a observação direta e a recolha de dados permitiram chegar a algumas conclusões aqui apresentadas.

Relativamente à primeira pergunta colocada neste trabalho: **“De que forma o Gabinete de eventos do CHCB planifica a avaliação dos seus eventos?”** concluiu-se que na planificação dos eventos do CHCB foram percebidas algumas falhas na avaliação dos eventos. Deste modo, todo o capítulo IV deste trabalho se centrou no estudo do caso “VII Semana do Bebê”. A escolha deste evento recaiu sobre o fato de não se ter verificado, durante o estágio, através da observação direta e participação na organização do evento, uma avaliação eficaz e concreta do mesmo. Dada a não existência de um documento ou meio de registar formalmente a avaliação deste evento foi proposta uma forma de avaliação do evento “VII Semana do Bebê do CHCB”. Este é um evento com continuidade no tempo e realizado anualmente, pelo que se refletiu sobre o fato de numa avaliação mais formal e aprofundada se poder identificar fraquezas ou debilidades e propor formas de correção e otimização na organização e gestão das próximas edições deste evento.

Procurando resposta à segunda pergunta que orientou este trabalho, **“Qual o melhor método de avaliação para o evento “Semana do Bebê” do CHCB?”** foi adotada uma metodologia que permitiu perceber de que modo se poderia aplicar uma avaliação mais eficaz ao evento estudado. Foi também adotada como metodologia deste estudo de caso, além da observação direta, a realização de uma entrevista ao Dr. Nuno Reis, diretor do Serviço de Comunicação, Marketing e Eventos, que foi gravada e posteriormente transcrita e analisada, de modo a que os dados pudessem ser tratados. A seleção deste entrevistado deve-se ao facto de, enquanto Diretor do Serviço de Comunicação, Marketing e Eventos do CHCB, passarem por ele todos os assuntos relacionados com os eventos realizados na instituição.

Ainda dentro da metodologia de trabalho foi levada a cabo uma análise documental, centrada na consulta de documentos internos da instituição, de modo a obter dados formais e oficiais

sobre o funcionamento do GE e a complementar os dados obtidos através da observação direta no período do estágio.

A avaliação proposta com este estudo baseou-se em três parâmetros essenciais a uma mais eficaz avaliação deste evento em particular, as quais foram constatadas no capítulo III do presente trabalho. Uma vez que no estudo teórico se percebeu quais os tópicos principais de avaliação a ter em conta em cada uma das fases da organização de um evento, o pré-evento, o durante o evento e o pós-evento, adotou-se a seguinte forma de avaliação para o evento estudado.

**No trabalho de pré-evento** da “Semana do Bebê” existe já todo um planeamento deste evento realizado pelo GE, propôs-se neste trabalho uma complementação do mesmo, através da criação de uma tabela, onde serão inseridos os dados relativos aos objetivos do evento, quanto aos seus parceiros e patrocinadores. Os dados a inserir nessa tabela são discutidos nas já levadas a cabo reuniões com os parceiros e patrocinadores do evento, as quais acontecem sempre que se planeia uma nova edição da “Semana do Bebê”. O objetivo desta tabela é o de se efetuar uma comparação dos resultados do evento com os mesmos.

O planeamento da “Semana do Bebê” conta também com esta reunião, onde os envolvidos na organização deste evento discutem vários assuntos, quer relativamente aos patrocínios, quer às entidades ou serviços do CHCB que intervêm no evento. Esta reunião deve servir também para a discussão dos objetivos de cada patrocinador no evento, de modo a que no final do evento possa chegar-se à conclusão de que estes foram ou não alcançados. Essa informação deve então constar posteriormente ao evento, num relatório enviado aos patrocinadores. Também aos parceiros deve ser enviado um relatório de avaliação do evento, que contenha a comparação do resultado final em relação aos objetivos definidos inicialmente nestas reuniões.

**Durante a realização do evento** no CHCB existe já uma avaliação, efetuada a nível quantitativo, através das inscrições nas palestras e nos *workshops* destinados ao pai/mãe e ao seu filho. Uma vez que os *workshops* requerem inscrição para participação, esta avaliação é efetuada contabilizando o número de pais inscritos em relação às vagas abertas para o *workshop*, ou no caso das palestras, em relação ao número de lugares da sala.

É então nesta fase da avaliação deste evento que se propôs a criação de questionários, para que posteriormente serem distribuídos pelos participantes do evento. Foram neste momento propostos dois tipos de questionários: o primeiro será destinado aos pais que participam em atividades junto com os seus filhos e o segundo aos participantes das palestras que se inserem no programa da “Semana do Bebê” do CHCB.

O primeiro permitirá perceber se as atividades em que os pais participaram contribuíram ou não para aprenderem técnicas para ajudar no desenvolvimento dos seus filhos. Estes questionários seriam distribuídos aos pais via *e-mail* após as atividades. O GE possui os dados de contacto porque no momento da inscrição nos *workshops* é um requisito obrigatório. Para garantir resposta poderia solicitar-se o preenchimento do questionário como condição para posterior envio do certificado de participação no *workshop*.

O segundo tipo de questionário proposto destina-se aos pais que participaram nas palestras. Este questionário pretende saber concretamente se os pais ficaram elucidados com o discurso dos palestrantes e se as suas dúvidas foram esclarecidas. Estes seriam entregues aos participantes aquando da sua passagem pelo secretariado do evento para confirmação da sua presença e devolvidos no final do mesmo. Este tipo de questionário proposto destinar-se-ia também aos profissionais de saúde que participam nestas palestras.

A **avaliação pós-evento** da “Semana do Bebê” é realizada com o clipping, função atribuída ao GCM, e de toda a assessoria de imprensa que este gabinete presta ao GE, bem como a divulgação dos eventos que o GE organiza.

Dado que a “VII Semana do Bebê” do CHCB não comportou na sua avaliação tipo algum de documento específico de avaliação, é neste tópico que se propôs introduzir um relatório de avaliação para reportar aos seus parceiros e patrocinadores.

Os tópicos principais quando se elabora um relatório de avaliação da “Semana do Bebê” que devem constar no relatório enviado aos patrocinadores devem ser diferentes dos tópicos do relatório enviado aos parceiros, uma vez que os objetivos estabelecidos são diferentes.

O relatório aos patrocinadores deve basear-se nos objetivos definidos inicialmente, se estes foram alcançados; se os montantes investidos trouxeram benefícios; se a publicidade feita marca aportou maior notoriedade à mesma e ainda qual foi a cobertura de *media* percebida através do *clipping*.

Já o relatório aos parceiros do evento deve conter tópicos referentes à promoção dos valores transmitidos e nos conhecimentos assimilados pelas crianças, e relativos à escolha dos profissionais de saúde que realizaram as atividades. Procurar saber se as crianças assimilaram os conhecimentos transmitidos e se a estas foram proporcionados momentos de diversão deve ser então o principal no que toca ao relatório de avaliação enviado aos parceiros, cujos dados serão baseados nas respostas dadas pelos pais nos questionários. Estes dados não serão concretos, servindo apenas para que haja uma ideia do que resultou do evento a nível pedagógico, de modo a perceber quais os aspetos que devem ou não ser melhorados.

Este estudo de caso procurou reunir várias ferramentas que melhor se adequam à avaliação do evento “Semana do Bebê” do Centro Hospitalar Cova da Beira, de modo a que a sua organização possa melhorar os aspetos que dessa mesma avaliação resultarem menos positivos.

## Referências bibliográficas

Allen, J.; O´Toole, W.; McDonnell, I.; Harris, R. (2003). *Organização e Gestão de Eventos*. Editora Campus;

Da Fonseca, J.; Nunes, E.; (2013) *A Formação do Profissional de Eventos: O Desenvolvimento de Competências nos Cursos Superiores de Turismo e Publicidade & Propaganda - Aspectos Diferenciadores*. DESTARTE v.3, n.1. Acedido em 16 de Maio de 2014  
<http://revistas.es.estacio.br/index.php/destarte/article/view/144/149>

Gouveia, A. (2009). *Relevância do Profissional de Relações Públicas nas Unidades de Saúde*. Relatório de Estágio e Dissertação Teórica, Departamento de Comunicação e Artes - Universidade da Beira Interior, Portugal

Pedro, F.; Caetano, J.; Klaus, C.; Rasquilha, L. (2012). *Gestão de Eventos*. Escolar Editora

Quivy, R.; Campenhoudt, L. (1988) *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa. Gradiva

Silva, M., (S/D) *O Evento como Estratégia na Comunicação das Organizações: Modelo de Planeamento e Organização*, Universidade Estadual De Londrina - UEL, acedido em 24 de Abril de 2014  
<http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/eventosecerimonias/0321.htm>

### Web-sites visitados:

<http://www.chcbeira.pt/?cix=382&ixf=seccao&lang=1>, consultado em 18 de Janeiro de 2014

<http://www.chcbeira.pt/?cix=evento1324384>, consultado em 23 de Maio de 2014

<http://www.chcbeira.pt/download/Programa%20VII%20Semana%20do%20Bebe%20do%20CHCB.pdf>, consultado em 23 de Maio de 2014



# Anexos

Anexo A - Programa “Dia Mundial do Coração”



## **DIA MUNDIAL DO CORAÇÃO**

### **Centro Hospitalar Cova da Beira**

**30 | setembro | 2013**

**CONFERÊNCIAS E WORKSHOPS: SAÚDE + PRÓXIMA**

**10:30 Alimentação Saudável**  
Ação da Responsabilidade  
Enf.ª Dulce Almeida  
Local: Escola Internacional da Covilhã

**11:00 Workshop: Kundalini Yoga para o Coração**  
Ação da Responsabilidade  
Instrutora Sónia Martins | Encolar  
Local: Escola Internacional da Covilhã

**14:00 Rastreios :**  
às **TA - Glicémia - Colesterol - ECG**  
Ação da Responsabilidade  
**18:00** Equipa de Enfermagem da Consulta Externa e da Unidade de Neonatologia  
Técnicas de Cardiopneumologia  
Alunos de Enfermagem da Escola Superior de Saúde Dr. Lopes Dias  
Local: Átrio Principal Centro Hospitalar Cova da Beira

**15:00 Estilo de vida saudável e amigo do CORAÇÃO**  
Ação da Responsabilidade  
Prof. Doutor Themudo Barata  
Dra. Vânia Margarida Cabral  
Local: Auditório Centro Hospitalar Cova da Beira

**16:30 Workshop: Kundalini Yoga para o Coração**  
Ação da Responsabilidade  
Instrutora Sónia Martins | Encolar  
Local: Auditório Centro Hospitalar Cova da Beira  
Destinatários: Idosos





## Questionário de Satisfação - Workshop de Water Shiatsu

Nome

Sexo

- Feminino  
 Masculino

Idade

Número de Filhos

Idades dos Filhos

Já participou anteriormente em algum Workshop da "Semana do Bebê" com o(s) seu(s) filho(s)?

- Sim  
 Não  
 Se respondeu sim, indique qual (quais) e em que ano (s)?

---

Achou o workshop interessante?

- Sim  
 Não

Achou o workshop divertido?

- Sim  
 Não

Anexo C- Questionário de satisfação proposto para avaliação do Workshop de Water Shiatsu -  
"VII Semana do Bebê do CHCB" (Continuação)

De Zero (0) a Quatro (4) indique o grau de interacção com o seu filho no workshop

0 1 2 3 4



Quais os aspectos que gostou mais no workshop?

Considera os profissionais que realizaram o workshop indicados para tal?

Sim

Não

Considera que este workshop o ajudou a perceber novas técnicas de interagir com o seu filho?

Sim

Não

Se tiver alguma critica ao workshop, por favor indique em baixo

Por favor, indique um workshop em que gostaria de participar com o seu filho na próxima edição da "Semana do Bebê"

Indique o seu e-mail para que seja possível contacto posterior e envio do certificado de participação na palestra

Enviar

Anexo D - Questionário de satisfação proposto para avaliação do Seminário: A importância da Estimulação Sensorial no Desenvolvimento - “VII Semana do Bebê do CHCB”

**Questionário de Satisfação - Seminário: A Importância da Estimulação Sensorial no Desenvolvimento**

Sexo:

Feminino

Masculino

Número de Filhos

Idades dos filhos

Já participou anteriormente em alguma palestra da "Semana do Bebê" do Centro Hospitalar Cova da Beira?

Sim

Não

Se respondeu sim, em qual e em que ano?

---

Acha que a palestra a que assistiu foi elucidativa?

Nada elucidativa ● ● ● ● Bastante elucidativa

O tema da palestra foi interessante?

Nada interessante ● ● ● ● Bastante interessante

As suas dúvidas ficaram esclarecidas com esta palestra?

Sim

Não

Se respondeu não, quais as que gostaria de ver esclarecidas pelos oradores?

---

Considera que os oradores intervenientes nesta palestra foram esclarecedores?

Sim

Não

Por favor, indique um tema que gostaria de ver debatido na próxima edição da "Semana do Bebê"

Indique o seu e-mail para que seja possível contacto posterior e envio do certificado de participação na palestra

## Sexta-feira - dia 18

**SEMINÁRIO: A IMPORTÂNCIA DA ESTIMULAÇÃO SENSORIAL NO DESENVOLVIMENTO**

Local: Auditório do Hospital Pivo da Covilhã - CHCB  
 Destinatários: profissionais de saúde, estudantes, pais, professores e outros educadores

**14h30:** Abertura da Secretariado - check in participantes  
**14h00:** "Com as Mãos na Massa" - Abordagens da Estimulação Sensorial  
 Moderador: Paulo Santos (Pedagogista CHTV)  
 Isabel Pires (L.O. - CHTV) - Métodos Terapêuticos: Hipoterapia  
 Paula Costa (L.O. - CHCB) - Sessões em Ambiente Multissensorial  
 Elsa Silva (Enfermeira UTIMP - Hosp. Fene) - A Importância do Toque ao Bebê

**15h00:** Sessão de Abertura

**15h15:** Desenvolvimento Saudável: uma História de Sucesso  
 Moderador: Paula Cristina Correia (Pedagoga - CHCB)  
 Ana Jorge (Representante UNICEF | Presidente Comissão Nacional Iniciativa Hospital Amigo dos Bebês)  
 Rosa Moreira (Enfª Especialista em Saúde Materna - CHCB)  
 Rosa Carlos (Enfª Especialista em Saúde Materna - AGES Cova da Beira)

**16h15:** Pausa para Café

**16h30:** Conferência | Direitos do Bebê, um Desafio em Tempos de Crise  
 Moderador: Aminda Jorge (Pediatra - CHCB)  
 Juiz Conselheiro Amândio Leandro (Presidente CNPQJR)

**17h30:** Encerramento e/ou Desfile Suntuoso (Jornalista da RTP)  
 - Inauguração e inauguração da VII edição da Semana do Bebê  
 - Apertamento Cultural | Salimbenços - EPABI  
 - Apresentação Pública do Bebê Estreia 2015 e respetivo Pedrinho / Madrinha

**Sábado - dia 19**

**COLUNA ALINHADA, CRIANÇA EQUILIBRADA**

**RASTREIOS / AVALIAÇÃO DE ALTERAÇÕES POSTURAIS E ESTILOS DE VIDA**

**CONTINENTE**  
 Realizado pela equipa do Serviço de Medicina Física e Reabilitação e Serviço de Pediatría CHCB  
 (Bioterapias da eq. Dr. Eulália Rodrigues (Dr. Nélia OBE))

Local: Continente/ Serra Shopping da Covilhã  
 Das 10 às 17h30  
 Destinatários: Crianças dos 6 - 14 anos

Local: Hotel Turismo da Covilhã / HOTEL

SPA P' BEBÉS

Workshops | tratamentos pré e pós parto para mamãs

Contatadas a inscrições:  
 275 330 444  
[contatadas@naturabebes.com](mailto:contatadas@naturabebes.com)  
 ADVADOME

**7º ANO - CERIMÓNIA RELIGIOSA DE ENCERRAMENTO DA SEMANA DO BEBÉ**

Local: Igreja Paroquial da Boidobra  
 Missa e Bênção de Bebés e Crianças pelo Rev. Bispo da Diocese da Guarda,  
 D. Manuel Felício.



[semanadobebe.covadabeira.net](http://semanadobebe.covadabeira.net)

 Centro Hospitalar Cova da Beira, E.P.E.  
Hospital Universitário Covilhã/Fundão

# VII Semana do Bebê

...do Centro Hospitalar Cova da Beira



Patrocinador Oficial **CONTINENTE** Alto Patrocínio **unicef**

**14 a 19 de Outubro de 2013**

## **RASTREIOS / AVALIAÇÃO DE ALTERAÇÕES POSTURAIS E ESTILOS DE VIDA**

**COLUNA ALINHADA, CRIANÇA EQUILIBRADA**

**PARA CRIANÇAS DOS 6 AOS 14 ANOS**  
**SÁBADO - 19 OUTUBRO | 2013**  
**DAS 10H00 ÀS 17H30**

**O Continente oferece um lanche e uma surpresa!!!**

**Ação da responsabilidade das equipas do Serviço de Medicina Física e Reabilitação e Serviço de Pediatria do CHCB**

**Orientação clínica da ação: Dr. Carlos Rodrigues (Dir. Pediatria CHCB)**

**Local: CONTINENTE**  
**Serra Shopping - Covilhã**

