

# MAKING SPACE 365



Guia de Ação  
Cívica e de  
Eventos  
Criativos para  
Jovens



**MAXIMIZAR O  
POTENCIAL DOS  
JOVENS ATRAVÉS DO  
EMPREENDEDORISMO  
CRIATIVO E  
CULTURAL NA  
COMUNIDADE**



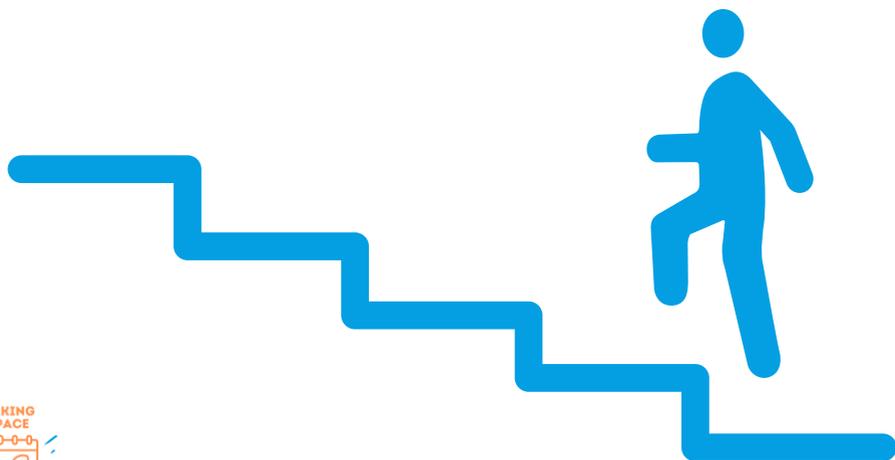
2020-1-PT02-KA227-YOU-007635



# MAKING SPACE 365

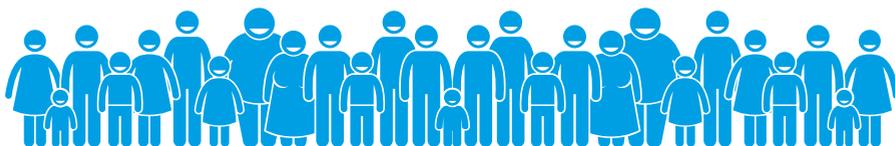
## GUIA DE AÇÃO CÍVICA E DE EVENTOS CRIATIVOS PARA JOVENS

Introdução	1
Parte 1 - Conceção e Planeamento de Eventos	2
Parte 2 - Orçamentação e Financiamento	10
Parte 3 - Marketing e Envolvimento	19
Parte 4 - Recursos Humanos	25
Parte 5 - Implementação de Eventos	32
Parte 6 - Gestão, Avaliação e Acompanhamento de Riscos	40
Conclusão	48



# BEM-VINDO!

Ao **Guia de Ação Cívica e de Eventos Criativos para Jovens Making Space 365**. Ação cívica significa promover a qualidade de vida de uma comunidade. Implica desenvolver conhecimentos, competências, valores e motivação para fazer a diferença. O envolvimento e a ação cívica podem incluir o voluntariado para ajudar a comunidade ou a angariação de fundos para uma boa causa. Estas atividades moldam fortemente a forma como as pessoas interagem com a sua comunidade e desenvolvem competências, valores e um sentido de empoderamento para se tornarem cidadãos ativos. Ao empreender ações cívicas, as pessoas aperfeiçoam a sua criatividade e inovação e dispõem de uma oportunidade única para desenvolver capacidades e competências que os ajudarão a construir uma posição sólida no mundo do trabalho. Este guia contém informação importante, dicas e recomendações que podes usar para implementar com sucesso todas as fases primárias do planeamento de eventos juvenis criativos e de ação cívica, desde a ideia do evento à sua implementação, avaliação e acompanhamento.



# 1

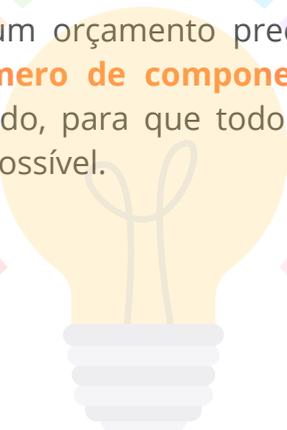
## CONCEPÇÃO E PLANEAMENTO DE EVENTOS, PENSAMENTO DIVERGENTE, IDEALIZAÇÃO E INCLUSÃO EM 6 PASSOS



Quer organizes uma pequena reunião ou uma grande conferência, o planeamento de eventos é uma tarefa imensa.

Cada evento, seja ele simples ou complexo, requer **organização e planeamento detalhados**.

Desde estabelecer um orçamento preciso a promover o evento, há um **número de componentes** que deves considerar desde cedo, para que todo o processo seja o menos complicado possível.



# **PASSO 1:** **ANOTA E DEFINE OS TEUS OBJETIVOS**

Para cada evento bem-sucedido é preciso ter um **plano/objetivo claro**. Podes **colocar questões que deem uma visão clara** do que é preciso, para que seja bem-sucedido. Perguntas sobre o seguinte:

- **Motivo para organizar o evento**
- **Expetativas do evento**
- **Avaliação do sucesso do evento**
- **Presença das partes interessadas**

Os detalhes preliminares do evento devem incluir:

- **Datas.**
- **Participantes.**
- **Localização.**
- **Tipo de evento.**

Definir os teus objetivos e clarificar o âmbito preliminar do projeto permite-te enquadrá-lo e conseguir o apoio da liderança.

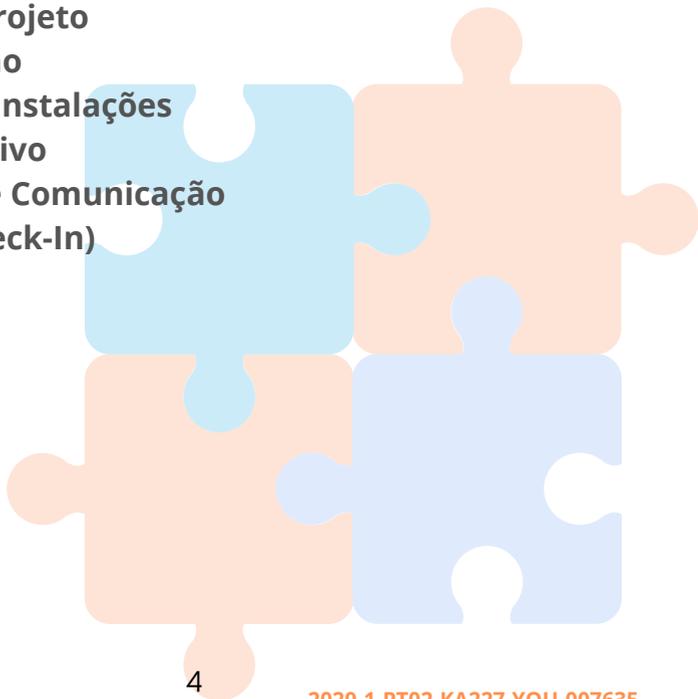
## **PASSO 2:** **FORMAÇÃO E GESTÃO DA EQUIPA**

É necessário convidar pessoas para integrar a equipa e atribuir-lhes papéis e responsabilidades. Tens também de te certificar de que quem está a trabalhar contigo está na mesma onda. É aconselhável que tenhas um plano bem estruturado e que conheças as expetativas da tua equipa.

**Cada pessoa tem de saber quando e o que vai fazer durante o evento.**

Exemplos de distribuição de papéis:

- **Gestor do Projeto**
- **Programação**
- **Reserva de instalações**
- **Design criativo**
- **Marketing e Comunicação**
- **Registo (Check-In)**
- **Patrocínios**





## **PASSO 3:** **CRIAR UM ORÇAMENTO** **PARA O EVENTO**

Depois de atribuir papéis e responsabilidades, o próximo passo importante é o **'Orçamento.'**

Há algum membro da tua equipa que seja bom a trabalhar com números e dinheiro?

Podes **angariar patrocínios** ou usar outras formas de obter verbas para ajudar nos custos do evento.

Criar um orçamento é **um passo essencial** no planeamento de eventos, que ajuda a clarificar outros aspetos do teu plano.



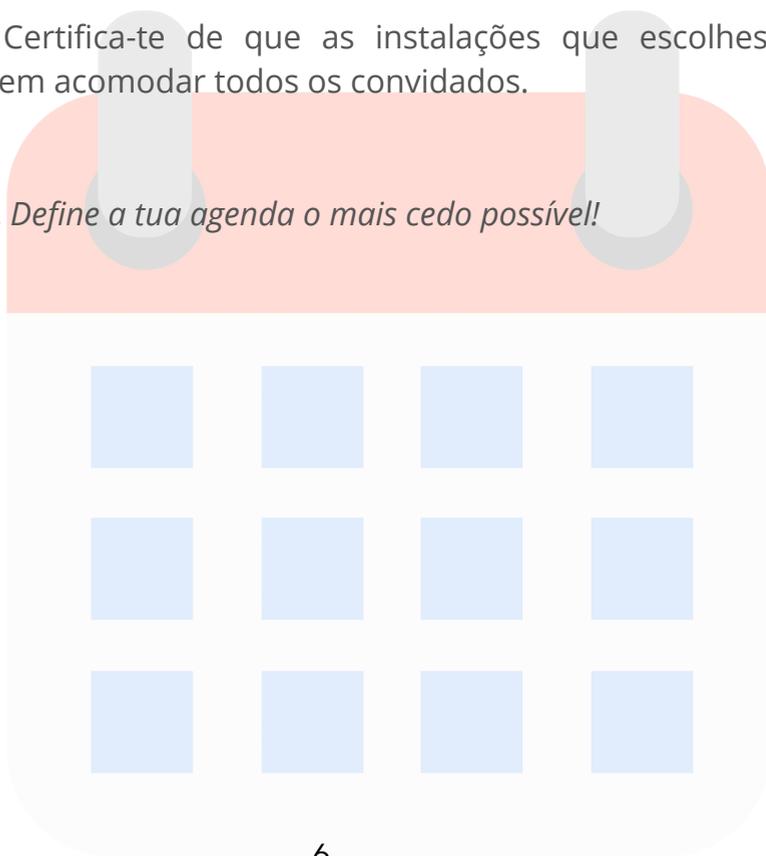
## **PASSO 4:** **DEFINIR A LOGÍSTICA**

**Data.** Ao escolher a data, considera fatores tais como o calendário escolar, férias, sobreposição com outros eventos, etc.

**Tempo.** Como podes maximizar a adesão?

**Venue.** Certifica-te de que as instalações que escolhes conseguem acomodar todos os convidados.

**Agenda.** *Define a tua agenda o mais cedo possível!*





## **PASSO 5:** **DESENVOLVER E PROMOVER A MARCA**

Quanto à marca do evento, esta inclui normalmente:

- Nome do evento. O passo crucial, o nome do evento, é a primeira coisa que os participantes verão, por isso é importante que reflita a tua visão para o evento.
- Tema. Um nome apenas não consegue contar toda a história. Frequentemente, os eventos seguem um tema, que serve de ligação a todo o evento.
- Logótipo, cores, tipografia. Deve haver consistência entre todos os elementos de marketing;
- Decoração do espaço, correio eletrónico, sinalética e afins. Apesar de não ser necessário que todos os elementos exibam a marca, os elementos individuais devem combinar-se para que apoiem a história que queres contar.



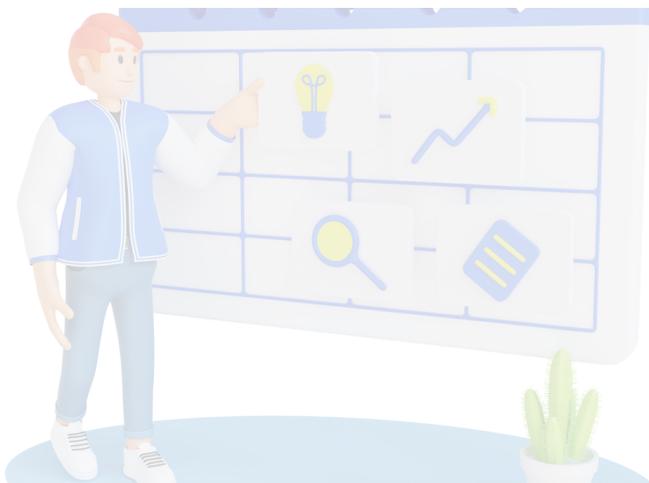
*Qual a importância de um nome?*

## **PASSO 6:**

### **UM PLANO PILOTO PARA CADA PROBLEMA**

O plano piloto deve conter os seguintes itens:

- **Instalações, logística de fornecedores e restauração**
- **Banda, DJ, apresentador e gestão de entretenimento**
- **Uma previsão de tempo para cada evento**
- **Sinalética e impressão**
- **Informação de contacto para fornecedores novos e existentes**
- **Programação, entretenimento e atividades**
- **Plano de Relações Públicas.**



# CONCLUSÃO

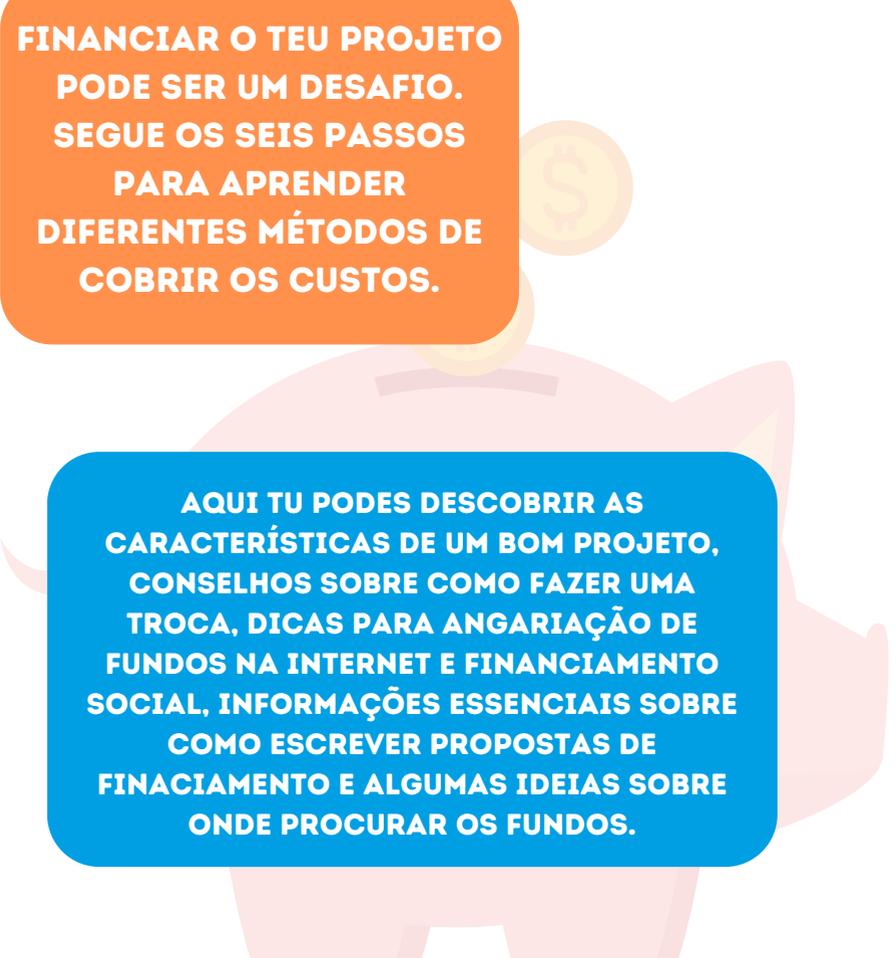
Sim, a organização de eventos pode ser bastante atribulada e drenar muita energia e dinheiro, particularmente quando não é planeada devidamente. Assim, **estar bem organizado é o antídoto para um evento bem sucedido.**

Os eventos derivam sempre de um objetivo particular, que deve permanecer intacto ao longo de todas as fases do planeamento.

Muitos especialistas aconselham os organizadores de eventos a pensarem no último evento em que estiveram presentes, nos objetivos do mesmo e em que medida é que os atingiram.

Isto reforça a importância do primeiro dos 6 passos, que devem ser seguidos à risca.





**2**

## **ORÇAMENTO E FINANCIAMENTO. DE NABO A HERÓI EM 6 PASSOS**

**FINANCIAR O TEU PROJETO  
PODE SER UM DESAFIO.  
SEGUE OS SEIS PASSOS  
PARA APRENDER  
DIFERENTES MÉTODOS DE  
COBRIR OS CUSTOS.**

**AQUI TU PODES DESCOBRIR AS  
CARACTERÍSTICAS DE UM BOM PROJETO,  
CONSELHOS SOBRE COMO FAZER UMA  
TROCA, DICAS PARA ANGARIAÇÃO DE  
FUNDOS NA INTERNET E FINANCIAMENTO  
SOCIAL, INFORMAÇÕES ESSENCIAIS SOBRE  
COMO ESCREVER PROPOSTAS DE  
FINANCIAMENTO E ALGUMAS IDEIAS SOBRE  
ONDE PROCURAR OS FUNDOS.**



# **PASSO 1:** **BOA IDEIA PARA UM BOM COMEÇO**

## **Certifica-te que o teu projeto é:**

- **Importante** – resolve um problema real (oferece aos jovens oportunidades de desenvolvimento, integra a comunidade);
- **Eficaz** - traz um resultado que pode ser demonstrado e mensurável (criar uma exposição, pode ser documentado em vídeo, ensina uma habilidade específica);
- **Específico** – sabes o que vai acontecer e quando;
- **Realista** – és capaz de realizar as atividades previstas dentro de um período de tempo específico;
- **Atual** – refere-se a problemas e a situações atuais dos destinatários;
- **Adequado ao público alvo** – adequado às necessidades;
- **Equilibrado** – as atividades assumidas são adequadas às tuas capacidades e às do doador.

Se a tua ideia responder a todos os critérios, verifica o que precisas para implementar o teu plano. Pensa nos recursos – coisas, lugares, tarefas e quantas pessoas vais necessitar.

Lembra-te que é muito mais fácil conseguir ajuda sem dinheiro no início. Começa com os teus conhecidos e contactos estabelecidos anteriormente.



## **PASSO 2:** **PATROCÍNIO OU TROCA**

As instituições e as pessoas a quem tu pedes ajuda também têm as suas próprias **necessidades, motivações, objetivos e exigências**. Ao solicitar um patrocinador, considera isso. Pensar sobre o que és capaz de oferecer e também pensar **“fora da caixa...”**

Porque não sugerir uma oferta de voluntariado para os funcionários? Muitas empresas têm um plano de voluntariado alinhado com as suas metas corporativas. Ou talvez oferecer uma integração interessante como: noite para famílias, workshops para os filhos de funcionários?

**ESTA IDEIA PODE SER APRECIADA PELA EMPRESA EM BUSCA DE NOVAS SOLUÇÕES E MÉTODOS INOVADORES PARA MOTIVAR OS SEUS FUNCIONÁRIOS.**

Lembra-te que será muito mais fácil obter apoio de uma empresa, quando não acarreta quaisquer custos, por ex.: de uma empresa de transporte - pode ter a oportunidade de organizar o transporte gratuito dos participantes, de uma editora - pode obter livros para prémios, de um escritório de contabilidade - poderá obter materiais de escritório necessários para workshops. Esta ajuda pode custar muito pouco à empresa em questão, e ao mesmo tempo trazer muitos benefícios de imagem ou responsabilidade social.



## **PASSO 3:** **ANGARIAÇÃO DE FUNDOS** **ONLINE/NA INTERNET**



**Sê visível:** As informações e o número da conta devem aparecer em vários lugares do site, redes sociais, perfis ou blog das atividades, no rodapé do e-mail de cada organizador de eventos e em materiais promocionais.

**Dá aos teus doadores formas diferentes de contribuir para a tua conta:** transferência tradicional; uma transferência online onde eles possam copiar os dados do teu site ou pagamentos online. Colocar todas as informações necessárias para uma transferência rápida.

**Simplifica o processo de pagamento o máximo possível:** por ex.: define valores prontos a serem transferidos.

**Publica informações** (de preferência infográficos) apresentando toda a forma de utilização dos fundos. Mostrar várias fontes de financiamento e indicar exatamente onde ainda falta doações.

**Elogia os teus doadores:** se eles quiserem. Talvez um deles queira escrever recomendações, ou deixá-lo gravar uma breve entrevista.

**Propõe outras opções de apoio, por exemplo** juntarem-se às atividades como voluntários.

## **PASSO 4:** **FINANCIAMENTO COLETIVO -** **FINANCIAMENTO SOCIAL**

Uma ferramenta cada vez maior para a angariação de fundos online é **crowdfunding**, ou seja, financiamento coletivo ou financiamento social, que se baseia na obtenção de um grande número de depósitos únicos, pequenos pagamentos feitos por pessoas que estão interessados no projeto. Neste caso, os pagamentos são tão pequenos que não representam um grande desafio financeiro para o doador; portanto devem ser suficientes para que o projeto/evento consiga obter um conjunto adequado de fundos.



**O financiamento social** é útil para encontrar fundos para um propósito específico (encenar uma peça de teatro, realizar um documentário, organizar uma exposição ou mesmo publicar um livro).

As ações de financiamento social são realizadas através de portais próprios. Estes portais têm um formato muito claro e regulamentos específicos. O lema do teu projeto para o qual desejas arrecadar dinheiro, **deve ter uma mensagem simples e curta** (videoclipe promocional, objetivos claramente definidos, missão clara e cativante).

## **PASSO 5:** **ESCREVER PROPOSTAS DE FINANCIAMENTO (BOLSAS)**



No caso **de fundos obtidos através de doações**, somos obrigados a cumprir regulamentos, datas de cobrança, controles e muitas outras restrições. No entanto, pode acontecer que apenas esta forma de cofinanciamento esteja disponível para o nosso projeto.

**Lê atentamente o regulamento! Presta especial atenção a:**

- Prazos de inscrição
- Quem pode solicitar financiamento
- Montantes de cofinanciamento, nomeadamente, contribuição própria
- O que o doador pagará – custos elegíveis e não elegíveis
- Prazos para a implementação das atividades
- Parceiros - às vezes são necessárias cartas de intenção

**Normalmente, os formulários de doações contêm elementos semelhantes:**

- **Uma descrição sintetizada do projeto** (resposta breve: Qual é o projeto? O que é o mais importante/o que o distingue? O que vai acontecer? Público-alvo e parceiros? Qual será o efeito?)

**Objetivos consistentes** com os objetivos das doações competitivos **e adequados** (específico, mensurável, alcançável, realista, com prazo) Lê mais sobre isto mais à frente!

- **Resultados:** quantitativos: número de participantes da formação, cópias de materiais elaborados no projeto, site dos utilizadores, horas de workshop, páginas de publicação, etc. e, qualitativos: aumento de conhecimento, competências, habilidades, descrição da mudança que ocorreu graças às ações tomadas.
- **Descrição das atividades:** deve ser específica, direta, mostrando tanto a forma de implementação como os métodos e o plano do projeto.
- **Cronograma do projeto:** consistente com a descrição das atividades e do orçamento. Presta atenção à coerência da nomenclatura, detalhes e números mostrando o âmbito e o plano do seu projeto.
- **Orçamento:** anota todas as despesas previstas nas atividades planeadas, faz uma estimativa dos serviços – verifica quanto vai custar, combina os artigos de orçamento de acordo com o tipo de custos, mostra o método de cálculo. Para cada projeto é necessário a chamada contribuição própria - dinheiro que deve ser alocado para as atividades do projeto através de outra fonte de financiamento.





## **PASSO 6:**

### **ONDE ENCONTRAR O DINHEIRO**



**Em primeiro lugar - usa os motores de busca!**

Concursos de bolsas são anunciados como sendo parte de:

- **Fundos públicos locais e regionais (pequenos subsídios e iniciativas locais)**
- **Fundos privados nacionais**
- **Fundos públicos da UE (por exemplo, Programa Europa para os Cidadãos,**
- **Fundo Internacional Visegrad, Europa Criativa, Erasmus+)**

Como podes ver, existem muitas fontes potenciais de financiamento de projetos. Podes te **concentrar nos contatos com empresas locais ou outras instituições** que possam fornecer-te apoio financeiro ou material. Podes também tentar a sorte em concursos de apoios!

Independentemente do que escolheres, lembra-te que o mais importante na angariação de fundos **é a capacidade de "vender" a tua ideia**, estabelecer relacionamentos, convencer os outros - contagia outras pessoas com tua paixão!

# CONCLUSÃO

**Lembra-te: tu podes fazer quase tudo com orçamento zero. Basta um pouco de criatividade e soluções inteligentes.**

Se tens uma grande ideia, sempre encontrarás quem que apoie. Claro que, nem sempre é fácil desenvolver eventos com orçamento zero. Tem em mente: geralmente, se tiveres um orçamento pequeno - precisarás de te esforçar mais para gerir todo o processo de gestão de eventos.

Portanto, planeia o teu evento e o orçamento com antecedência e avalia quanto orçamento e esforço precisarás trazer para o planeamento e execução do evento.

Lembra-te de que o orçamento não é um recurso essencial como poderia ser considerado no início.



**3**

## **MARKETING E RELACIONAMENTO. AUTOPROMOÇÃO EM 6 PASSOS**

Em resumo, o marketing de eventos utiliza diferentes estratégias e canais para divulgar o teu evento e, por fim, conduzir o registo do evento.

Evento de relacionamento, também conhecido como relacionamento público ou relacionamento de audiência, referem-se à capacidade de um evento para prender a atenção do seu público-alvo e promover a plena participação dos participantes no evento. Eventos envolventes são cativantes e atraentes; eles captam a atenção segura e firme do público desde o início.

Existem muitas métricas diferentes que os planeadores podem usar para medir o envolvimento do público, e muito disso depende da configuração do evento. Numa palestra ou conferência presencial, participantes envolvidos participam nas discussões, interagem uns com os outros, e ficam atentos durante todo o evento. O público envolvido tende a fazer perguntas e a fornecer sugestões/soluções (inputs).





## **PASSO 1:**

### **IMPULSIONAR O INTERESSE ANTES DO EVENTO**

Estás a trabalhar para criar interesse ou um burburinho em torno do evento durante esta etapa.

O envolvimento com o público antes de um evento é crucial à promoção da assiduidade e do entusiasmo na preparação. Torna fácil a comunicação entre participantes e potenciais participantes com a equipa de planeamento do evento. Cria uma página do evento no Facebook, convida os membros do teu público alvo, identifica empresas com conteúdos relacionados e promove conteúdo envolvente e interativo na página do evento. Responde a perguntas nas tuas contas das redes sociais, envia regularmente lembretes por e-mail, e facilita aos participantes a inscrição para atualizações.

SEO (otimização de mecanismos de busca) está em constante evolução, e é uma boa prática manter-se o mais informado possível sobre as tendências. Se não souberes que palavra-chave utilizar no teu evento, tenta brincar com o planeador de palavras-chave do Google ou do Explorador de palavras-chave Moz. Supondo que não utilizaste ferramentas de planeamento, nesse caso, podes ser surpreendido como palavras diferentes têm radicalmente diferentes resultados tráfego de pesquisa.



## **PASSO 2:**

### **PREPARA-TE. PROMOVE O REGISTO**

Descreve o processo de registo com detalhe. Planeadores devem saber quando é que o registo vai abrir, quanto tempo vai durar, e quantos bilhetes ou espaços haverá. Se estiveres a preparar diferentes promoções, precisas ter um plano detalhado cada uma duração e limites da promoção.



## **PASSO 3:**

### **INTERESSE DURANTE O EVENTO**

Presta atenção ao nível de energia e participação da audiência durante todo o evento. Incorpora uma mistura de atividades para manter níveis saudáveis de envolvimento, especialmente se o evento for longo. Planeia as cadeiras de modo a que promovam o envolvimento e a conversação pessoa-a-pessoa. Inclui atividades participativas, que mantêm o público ativo e em movimento. Também podes utilizar uma aplicação para telemóvel de modo a comunicar com os participantes. Assegura pausas para recarregar as energias e com alimentação adequada, e oferece artigos promocionais, sempre que possível.



## **PASSO 4:**

### **OPTA DIGITAL E AUMENTA O ENVOLVIMENTO**

Mede o envolvimento em tempo real numa aplicação de eventos ou nas redes sociais. Mantém-te a par dos dados e mede a atividade, as atualizações de conteúdo e mais. Usa hashtags de eventos e promove discussões online antes do evento. Pede aos participantes para participar nas sondagens, para responder às perguntas triviais ou votar nos resultados.



## **PASSO 5:**

### **CONSTRÓI CONHECIMENTO DA MARCA**

Não percas a oportunidade de promoveres a tua marca no evento. Torna o seu nome, logótipo, produtos e serviços reconhecíveis para que os participantes associem o evento à tua marca.



## **PASSO 6:** **ENVOLVIMENTO PÓS-EVENTO**

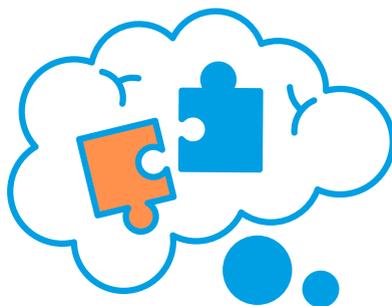
Mantém o circuito de comunicação aberto ao acompanhar os membros da audiência após o evento. Podes fazer isto enviando agradecimentos a todos os participantes após o evento ou solicitando respostas a um inquérito de continuação. Incentiva o retorno e a publicação de conteúdo e fotos do evento. Cria um hashtag pós-evento para os participantes usarem para que possas facilmente ver e acompanhar o seu envolvimento.

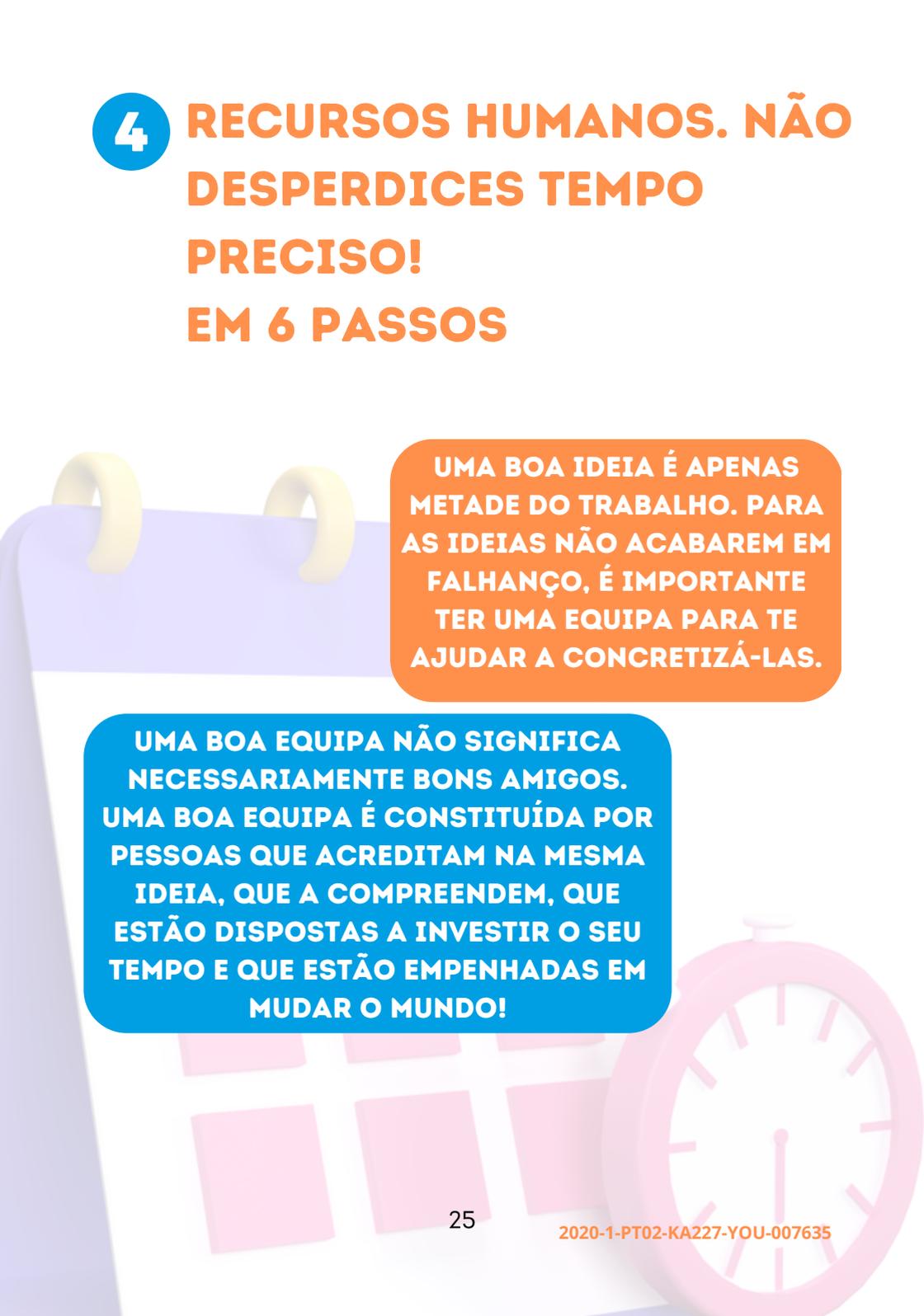
DICA! Põe um membro da equipa do evento a capturar vídeos de momentos destaque e fotos durante todo o evento. Considera publicar um vídeo, um álbum de fotos ou um Grupo do Facebook para os participantes discutirem e partilharem as suas experiências.



# CONCLUSÃO

- O marketing e o envolvimento acontecem **antes**, **durante** e **após** o evento!
- Há muitas formas de chamar a atenção do teu público, desde sessões de conversa envolventes, cabines de exposição interativas, concursos divertidos e atividades de trabalho em rede.
- A tecnologia desempenha um papel fundamental no planeamento bem-sucedido de eventos. Faz a tua pesquisa e encontra os melhores métodos para o teu evento!
- No dia, não fiques apenas sentado – presta atenção ao nível de energia e participação da audiência durante todo o evento. Se precisares de esclarecimento sobre as preferências do teu público, não hesites em perguntar-lhes!
- Não percas a oportunidade de promoveres a tua marca no evento!





**4**

# **RECURSOS HUMANOS. NÃO DESPERDICES TEMPO PRECISO! EM 6 PASSOS**

**UMA BOA IDEIA É APENAS  
METADE DO TRABALHO. PARA  
AS IDEIAS NÃO ACABAREM EM  
FALHANÇO, É IMPORTANTE  
TER UMA EQUIPA PARA TE  
AJUDAR A CONCRETIZÁ-LAS.**

**UMA BOA EQUIPA NÃO SIGNIFICA  
NECESSARIAMENTE BONS AMIGOS.  
UMA BOA EQUIPA É CONSTITUÍDA POR  
PESSOAS QUE ACREDITAM NA MESMA  
IDEIA, QUE A COMPREENDEM, QUE  
ESTÃO DISPOSTAS A INVESTIR O SEU  
TEMPO E QUE ESTÃO EMPENHADAS EM  
MUDAR O MUNDO!**



## **PASSO 1:** **IDENTIFICA AS PESSOAS QUE PRECISAS**

**Em todos os projetos há alguns papéis-chave:**

- **Líder** – a pessoa que vê o panorama geral do projeto;
- **Gerente** – Aquele que transforma a ideia em realidade;
- **Contabilista** – a pessoa que irá garantir que não entras em bancarrota.



**Para todos os outros papéis – precisas de mapear o teu projeto para veres que tipo de pessoas poderás precisar.**

Talvez vais realizar um concerto – neste caso, vais precisar de alguém que compreenda como é feito o trabalho de palco.

Ou vais ter tradução ao vivo, por isso vais precisar de um operador.

Se **já tens uma equipa** que te ajudou a conceber a ideia, é importante **perceberes o que já tens, e que pessoas ainda podem estar a faltar.**

**Portanto, o primeiro passo no planeamento dos RH só pode ser dado depois de ter uma imagem clara do evento!**



## **PASSO 2:**

### **ONDE ENCONTRAR AS PESSOAS-CHAVE?**

Uma vez conhecidos os papéis que ainda não estão preenchidos, podes começar a procurar pelos candidatos adequados.

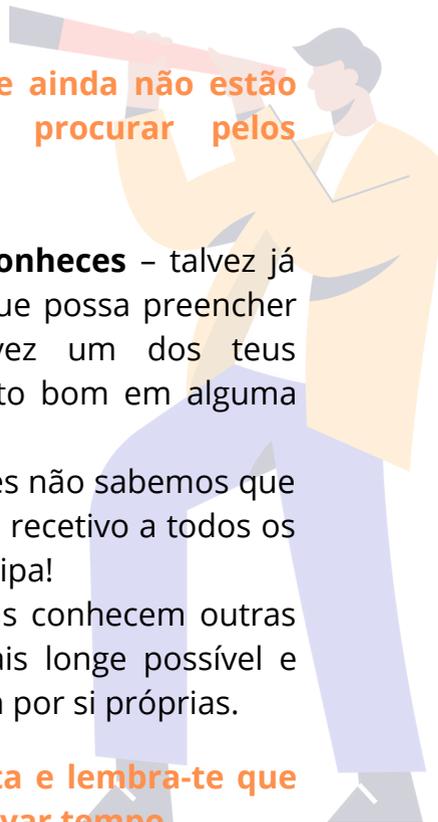
*Mas onde os encontrar?*

- **Reflete sobre as pessoas que conheces** – talvez já tenhas trabalhado com alguém que possa preencher a posição que falta? Ou talvez um dos teus amigos/colegas/vizinhos seja muito bom em alguma coisa?
- **Faz um convite aberto** – por vezes não sabemos que tesouros estão à nossa volta – fica recetivo a todos os potenciais novos membros da equipa!
- **Espalha os rumores** – as pessoas conhecem outras pessoas, espalha a palavra o mais longe possível e deixa que as pessoas te contactem por si próprias.

**Acima de tudo, tem a mente aberta e lembra-te que encontrar as pessoas certas pode levar tempo.**

É por isso que é importante começar a procurar por membros da equipa com antecedência e não deixar **para o último dia**.

***Até o melhor candidato não consegue implementar grandes ideias num só dia!***





## **PASSO 3:** **ENTREVISTAR POTENCIAIS MEMBROS** **DA EQUIPA**

**À MEDIDA QUE A PALAVRA SE ESPALHA, CADA VEZ MAIS PESSOAS VÊM ATÉ TI COM DIFERENTES EXPERIÊNCIAS E IDEIAS. COMO ESCOLHER AS QUE MELHOR SE ADEQUAM?**

**Estes são os passos mais importantes que te ajudarão com as entrevistas!**

- Reserva pelo menos **30 minutos** para cada entrevista.
- Faz a tua **pesquisa** sobre o candidato antes de ele chegar.
- Tem **toda a informação** disponível sobre o candidato.
- Sabe **o que procuras** num potencial membro da equipa.
- Segue uma estrutura de entrevista **consistente**.
- Faz as perguntas **certas**.
- **Sê claro** sobre o que o papel vai requerer e o que procuras.
- Determina como **vais avaliar** cada candidato.

### **LEMBRA-TE!**

Por vezes, queremos mesmo trabalhar com os nossos amigos, mas não te esqueças que **a amizade é muito mais importante que o trabalho**. Até o teu melhor amigo deve participar na entrevista e tens de ser objetivo para ser um verdadeiro líder.





## **PASSO 4:**

# **CONSOLIDAÇÃO DA EQUIPA E PREPARAÇÃO PARA O TRABALHO**

**PARA UMA EQUIPA FUNCIONAR, É IMPORTANTE QUE TODOS SAIBAM O QUE ESPERAR UNS DOS OUTROS. ISSO REQUER CONSOLIDAR A EQUIPA!**

**Porque precisamos de consolidar a equipa?**

- Constrói confiança
- Regula a comunicação
- Aumenta a produtividade
- Reúne as pessoas
- Promove a criatividade e a aprendizagem
- Cria uma competição saudável
- Torna as pessoas mais recetivas
- Resolve tensões e conflitos
- Os membros da equipa podem adquirir competências
- Melhora a cultura da equipa

**Algumas ideias para atividades de consolidação de equipas:**

- <https://www.workamajig.com/blog/team-building-activities>
- 



**"O TRABALHO EM EQUIPA CONSTRÓI A CONFIANÇA. E A ÚNICA MANEIRA DE O FAZER É ULTRAPASSAR A NOSSA NECESSIDADE DE INVULNERABILIDADE." - PATRICK LENCIONI**

Quer a tua equipa seja jovem e inexperiente ou mais velha e experiente, é importante perceber que **todos precisam de confiança e segurança**. Para tornar o trabalho em equipa agradável, precisamos de investir nas pessoas que lá trabalham.



## **PASSO 5:** **SISTEMA MOTIVACIONAL**

Já conseguiste criar uma equipa.

Mas lembra-te que *todos precisam de ver significado no que fazem.*

**Um Sistema motivacional pode ajudar a garantir isto!**

**Existem dois tipos de motivação que afetam as pessoas:**

- **Motivação Intrínseca** - é um incentivo de envolver numa atividade específica que deriva do prazer da própria atividade (ex. um interesse genuíno num assunto) e não devido a quaisquer benefícios externos que possam ser obtidos (ex. dinheiro, créditos de curso).
- **Motivação Extrínseca** - é um incentivo externo para envolver-se numa atividade específica, especialmente motivação resultante da previsão de punição ou recompensa (ex. completar uma tarefa não apreciada em troca de pagamento)

**É por isso que é tão importante compreender as fontes de motivação individual e de equipa.**

**Podes fazer isso ao:**

- Compreender os estilos de trabalho e/ou as personalidades das pessoas
- Conversas individuais com os membros da equipa
- Sessões de Brainstorming
- Questionários anónimos





## **PASSO 6:** **AVALIAÇÃO DO EVENTO**

**REFLEXÃO - É UMA DAS PARTES MAIS IMPORTANTES DE QUALQUER PROJETO- ENCONTRA SEMPRE ESPAÇO PARA AVALIAR AS TUAS EXPERIÊNCIAS PESSOAIS E DE EQUIPA APÓS O EVENTO!**

### **Porque é importante?**

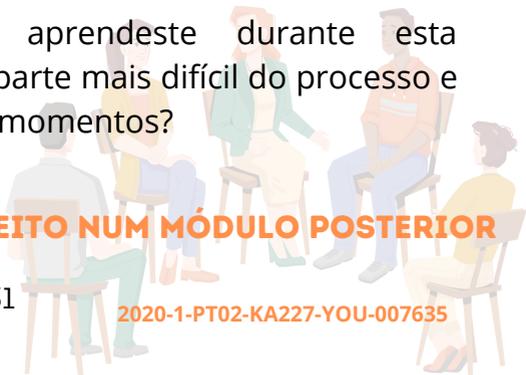


- Para aprenderes com os teus erros e destacar quaisquer aspetos a melhorar
- Para encontrar aspetos para o teu crescimento pessoal
- Para partilhar os teus sentimentos e obter um desfecho satisfatório.

**Algumas perguntas que poderão ajudar-te a avaliar as experiências pessoais e de equipa:**

- Como te sentes depois do evento?
- Que pontos fortes e fracos notaste tanto do ponto de vista pessoal como de equipa?
- O que farias de diferente da próxima vez?
- O que manerias para a próxima vez? O que funcionou melhor?
- A melhor lição que aprendeste durante esta experiência? Qual foi a parte mais difícil do processo e quais foram os melhores momentos?

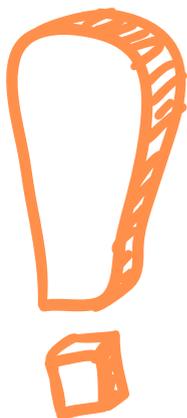
**IREMOS COBRIR ESTE CONCEITO NUM MÓDULO POSTERIOR**



**5**

## **IMPLEMENTAÇÃO DO EVENTO ALCANÇAR O SUCESSO EM 6 PASSOS**

**O DIA DO EVENTO É HOJE.  
E AGORA?  
NO DIA DO EVENTO HÁ MUITOS  
FATORES QUE DEVEM SER  
CONSIDERADOS PARA GARANTIR  
QUE TUDO CORRA BEM.**



**É IMPORTANTE ESTAR PREPARADO PARA  
ALGUMA EVENTUALIDADE.  
NESTA SECÇÃO, VAMOS PROVIDENCIAR-  
TE COM 6 PASSOS ESSENCIAIS, BEM COMO  
DICAS PARA TERES SUCESSO NA GESTÃO  
E EXECUÇÃO DO TEU EVENTO.**



## **PASSO 1:**

### **PREPARA O ITINERÁRIO E VERIFICA OS TEUS EQUIPAMENTOS**



#### **Preparar o itinerário:**

Cria uma agenda detalhada de eventos com tempo e localizações, pois pode ajudar a todos estarem em sintonia e o dia correr bem.

#### **Verificação de equipamento:**

Garante que todo o teu equipamento está a funcionar corretamente e têm outras opções prontas a serem utilizadas para ajudar a minimizar interrupções durante o evento.





## **PASSO 2:**

### **DÁ A DEVIDA ORIENTAÇÃO E SUPORTE AOS TEUS MEMBROS DA EQUIPA E AOS VOLUNTÁRIOS**



#### **Dá papéis e responsabilidades claras:**

Comunicação clara dos papéis e responsabilidades de cada um, ajuda a minimizar confusões e garantir que todos sabem o que é esperado deles

#### **Oferece suporte e recursos:**

Garantir que todos têm acesso aos recursos e suporte durante o evento.





## **PASSO 3:**

### **FOCO NA SEGURANÇA**

Idealmente, no teu evento tudo irá correr bem. Contudo, tens de estar sempre preparado. Focar-se na segurança é uma parte fundamental da gestão de eventos. Aqui ficam algumas dicas:

#### **Desenvolve um plano de segurança abrangente.**

Estabelece procedimentos de emergência e procedimentos para lidar com vários tipos de emergências.

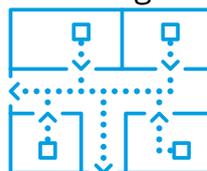


#### **Fornecer postos de primeiros socorros:**

A disponibilização de postos de primeiros socorros com pessoal treinado pode ajudar a garantir que os participantes e voluntários tenham acesso a cuidados médicos imediatos em caso de emergência



#### **Ter um plano de evacuação claro.**



#### **Formar pessoal e voluntários em procedimentos de segurança.**

Certifica-te de que todos sabem o que fazer e a quem recorrer em caso de emergência.

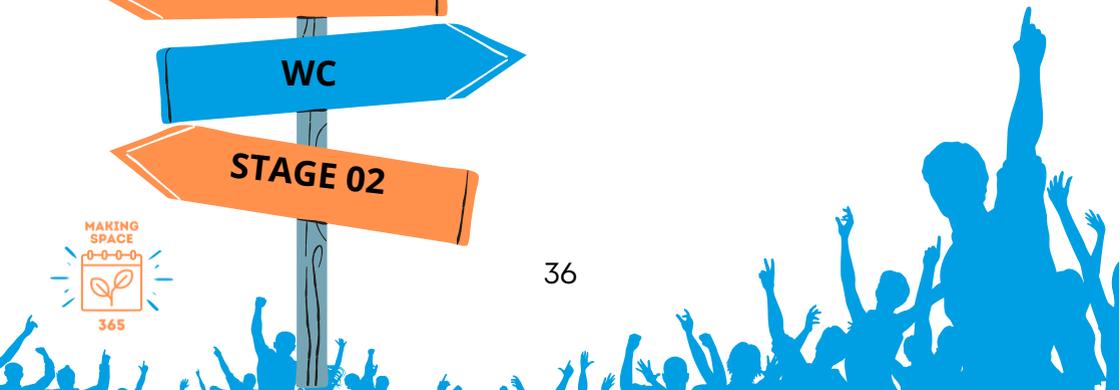
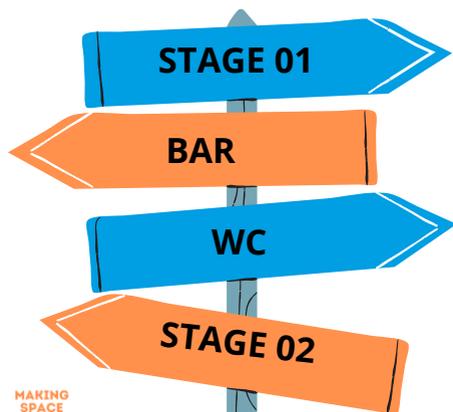
## **PASSO 4:** **GERIR O CONTROLO DA MULTIDÃO**

Assegurar que os participantes são guiados e direccionados para onde precisam de estar e que as **saídas de emergência** são claramente marcadas e acessíveis.



**Designar alguns voluntários** para ajudar a orientar os participantes.

**Colocar placas** com as diferentes secções (por exemplo, palco 01, palco 02, bar, sanitários, restaurante, etc.)





## **PASSO 5:** **SÊ FLEXÍVEL**

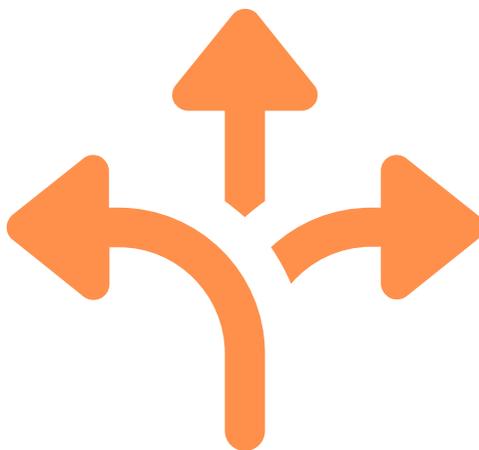
Há muitas coisas que podem não acontecer de acordo com o planeado durante um evento.

## **NÃO ENTRES EM PÂNICO!**

**Esperar imprevistos e estar preparado** para ajustar os planos, se necessário. Mantêm-te calmo, concentrado e preparado para resolver quaisquer problemas que possam surgir.

### **Plano de contingência:**

Ter um plano de contingência em vigor para o caso de algo correr mal. Isto pode ajudar-te a minimizar as interrupções e assegurar que o evento decorra sem problemas.



## **PASSO 6:** **MOSTRAR APREÇO**

Ao **mostrar apreço e gratidão** aos membros da equipa, voluntários, participantes, apoiantes e outros interessados, pode ajudar a construir a moral e assegurar o envolvimento contínuo deles em eventos futuros. Isto pode ajudar a criar **uma atmosfera positiva de apoio** que contribua para o sucesso geral do teu evento.

Aqui está uma lista de coisas que podes fazer para mostrar o teu **apreço**:

- Reconhece os seus esforços.
- Fornece reconhecimento (prémios, certificados, etc.).
- Cria uma atmosfera positiva.
- Fornece feedback.
- Mostra gratidão.



# CONCLUSÃO

O dia do teu evento é um momento excitante, mas potencialmente cansativo. Ao seguir os passos e dicas delineados nesta secção, podes minimizar as interrupções, assegurar que o teu evento decorre sem problemas e criar uma experiência memorável e de sucesso para os teus participantes.

Estando preparado, organizado e concentrado nas necessidades dos teus voluntários e participantes, podes dar vida ao teu evento e alcançar os teus objetivos com sucesso.

Lembra-te de avaliar o evento após o seu término e usa os comentários que recibes para fazer melhorias para eventos futuros.

**Boa sorte, e tem um evento de sucesso!**



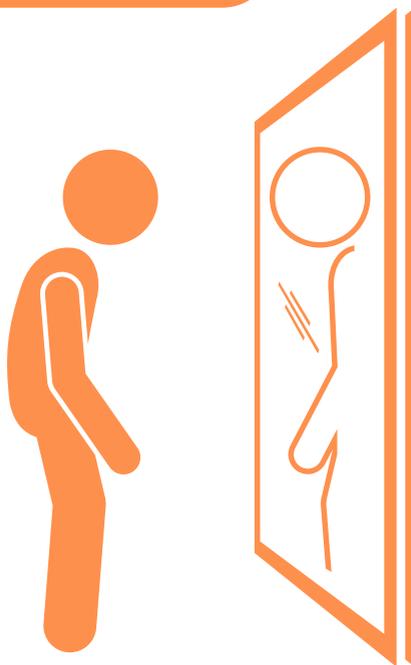
# 6

## GESTÃO, AVALIAÇÃO E ACOMPANHAMENTO DE RISCOS

### REFLEXÕES E REUNIÃO DE BALANÇO

NA INDÚSTRIA DE EVENTOS, HÁ SEMPRE MUITOS FATORES QUE PODEM OCORRER EM QUALQUER MOMENTO, ESPECIALMENTE COM UMA MULTIDÃO DE DESCONHECIDOS; E EM QUE OS PROFISSIONAIS DE EVENTOS PRECISAM DE PREPARADOS

A REFLEXÃO PERMITE-TE IDENTIFICAR E APRECIAR EXPERIÊNCIAS POSITIVAS E RECONHECER MELHOR FORMAS DE MELHORAR A TUA PRÁTICA E PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS.





## **PASSO 1:**

### **QUAL É O RELATÓRIO DO EVENTO E QUAL É O SEU OBJETIVO**

Um relatório do evento é a oportunidade de avaliar **como decorreu um evento e recolher comentários sobre diversos aspetos, riscos e lições aprendidas.**

Deve ser uma reunião com a equipa que oferece a oportunidade de discutir o evento. As questões que iremos abordar a seguir podem ser destaques, pontos baixos, pontos de vista exagerados e quaisquer oportunidades de aprendizagem.

Deve ser uma **discussão descontraída** entre colegas e não uma reunião formal, mas manter uma agenda e uma série de perguntas!

**O QUE CORREU BEM, O QUE PODERIA TER CORRIDO MELHOR, OS DESTAQUES PARTICULARES, OS PONTOS BAIXOS PARTICULARES, OS EXCESSOS E AS OPORTUNIDADES DE APRENDIZAGEM.**

**UM EVENTO NÃO TERMINA ATÉ QUE TENHA ACABADO HÁ MUITO TEMPO!**



## **PASSO 2:**

**QUE TIPO DE QUESTÕES DEVO FAZER?**

**FORAM ENCONTRADOS ALGUNS PROBLEMAS FORA DO NOSSO CONTROLO?**

**SERÁ QUE CUMPRIMOS AS EXPECTATIVAS DO PÚBLICO? EXCEDEMO-LAS?**

**CUMPRIMOS O QUE PROMETEMOS?**

**O QUE CORREU BEM? QUAIS FORAM OS MOMENTOS-CHAVE?**

**FICÁMOS DENTRO DO ORÇAMENTO? OU ULTRAPASSAMOS?**

**HOUE ÁREAS QUE PRECISARAM DE MAIS INVESTIMENTO?**

**A EQUIPA DESEMPENHOU COMO ESPERADO?**

**HOUE PROBLEMAS SIGNIFICATIVOS COM OS FORNECEDORES?**



## **PASSO 3:**

### **PONDERA OS TEUS OBJETIVOS DO EVENTO?**

O primeiro passo a ter em conta para planear um evento é **formulá-lo**, se ainda não o fizeste, define o ponto estratégico da organização e confirma se o evento se enquadra no mesmo.

Um planeamento eficaz significa que saberás com antecedência o que queres alcançar, não apenas na perspetiva deste evento em particular, mas também numa perspetiva **a longo prazo** da tua organização. Este processo precisa que todos tenham **noção dos objetivos** do evento para **maximizar o potencial** e garantir uma discussão aberta e honesta.

### **O OBJETIVO DO EVENTO TEM QUE SEGUIR O TEU OBJETIVO PRINCIPAL - CASO CONTRÁRIO, O PORQUÊ DA ORGANIZAÇÃO DE UM EVENTO?**

**Algumas questões que poderão ajudar-te na tua avaliação pessoal e também dos objetivos de equipa para tornar o teu evento um sucesso:**

Porque organizas este evento? O que queres alcançar?

Qual o público que queres atingir?

Tens orçamento e recursos?

Quem poderá ajudar-te a atingir os objetivos? Tens uma equipa?

**CELEBRA AS  
VITÓRIAS E  
GRAVA-AS  
PARA O  
FUTURO**



## **PASSO 4:** **FEEDBACK! FEEDBACK!**

**Não tenhas medo de perguntar** ao público do teu evento o que eles realmente pensam no dia do evento. Poderás perguntar-lhes diretamente e tomar notas, de diferentes maneiras.

Contudo, uma maneira mais divertida de conseguir feedback no próprio dia é torná-lo parte do evento. Por exemplo, podes oferecer à audiência um prémio se estes deixarem o seu feedback nas redes sociais! Tem um roaming reporter ou vox pop. Utiliza o mural do Twitter ou um direto do Facebook ou Instagram!



Redes sociais



Entrevista



Questionário



Acompanhamento



Competição

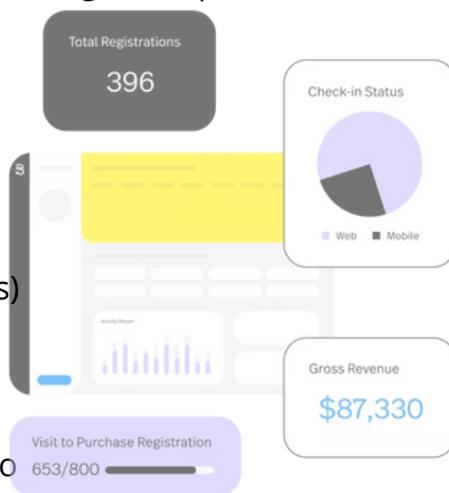


## **PASSO 5:**

### **COMPROMISSO DA AUDIÊNCIA 101**

O compromisso da audiência é a medida entre a participação do público e a satisfação dos mesmos relativamente a essa experiência. Dependendo do tipo de evento que estás a organizar, podes medir o compromisso através dos seguintes pontos:

- Sessões assistidas
- Duração da sessão de atendimento
- Reuniões marcadas
- Reuniões assistidas
- Poll participation
- Reações virtuais (emojis)
- Conexões feitas
- Partilhas sociais
- Participação de chat
- Adoção de um aplicativo do evento
- Inquéritos de satisfação



**“SE QUERES SER NOTÁVEL EM EXPERIÊNCIA, TENS QUE SER NOTÁVEL COM A AUDIÊNCIA - E ISSO É O VERDADEIRO ENTENDIMENTO DO PÚBLICO.”**

**ERIN MCELROY - PROGRAM DIRECTOR, DIGITAL EVENTS & INNOVATION, IBM**



## PASSO 6:

### SEJA INTELIGENTE, TENHA OBJETIVOS INTELIGENTES

Quando organizamos um evento, é importante termos em conta o método SMART. As metas SMART são **específicas, mensuráveis, alcançáveis, realistas e limitadas no tempo**. Pensa se os teus objetivos são realistas e alcançáveis. Certifica-te que o objetivo do teu evento está de acordo com os critérios do método SMART:

#### ESPECÍFICO

Quanto mais específico for, com maior precisão conseguirás avaliar o teu evento. Um objetivo específico é também mais fácil de transmitir à equipa.

#### MENSURÁVEL

É bastante útil se conseguires quantificar o teu sucesso e colocar um número no mesmo. Esse número poderá ser vendas de ingressos, dinheiro angariado ou compromisso nas redes sociais.

#### EXEQUÍVEL

Cada meta deve ser atribuída a uma pessoa ou equipa. Nesse sentido, saberás quem está responsável por atingir determinado objetivo específico.

#### REALÍSTICO

Talvez o mais importante, os seus objetivos devem ser realistas. A falha em definir objetivos realistas resultará no fracasso do evento como um todo.

#### TEMPORAL

Finalmente, deverás especificar o período de tempo em que atingirás os teus objetivos.

## NA ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS, VALE A PENA UTILIZAR O MÉTODO SMART? O QUE É QUE ISSO SIGNIFICA?

O método SMART é específico, mensurável, alcançável, realista e restrito no tempo. Pensa se os teus objetivos são realistas e alcançáveis. Independentemente o tipo que evento que estás a preparar, certifica-te que o objetivo do teu evento está de acordo com os critérios SMART – aqui estão os 4 objetivos do método SMART:

**AUMENTAR O NÚMERO DE ATIVISTAS JOVENS ESTE ANO**

**IMPULSIONAR O NÚMERO DE VOLUNTÁRIOS ANTES DO VERÃO**

**IMPLEMENTAR MUDANÇA LOCAL ATÉ AO PRÓXIMO ANO**

**CONVIDAR 20 DECISORES POLÍTICOS PARA O PRÓXIMO EVENTO**

# CONCLUSÃO

**Gestão de risco** e **reflexão** são aspetos essenciais da gestão de projetos e eventos. Definimos **risco** como qualquer situação indesejada que poderá levar ao fracasso de um evento, e **reflexão** como a consideração do que aconteceu: bom ou mau. Ao passo que existem vários tipos de risco como sociais, políticos, culturais ou financeiros, e todos eles precisam de ser levados em consideração.

Gestão de risco procura identificar **todos os riscos potenciais** que poderão surgir a partir de um evento, e a partir daí desenvolver ações de modo a reduzir ou mitigar os riscos identificados. Se as coisas acontecem, estas também poderão ser refletidas – **pós-evento**.

Na preparação de eventos criativos, e como empreendedor, verás que por vezes haverá **muitas alterações**, com várias incógnitas para as quais terás que estar ciente e preparado. **Estar preparado** e capaz de lidar com problemas vem geralmente com a experiência e reflexão após eventos anteriores.

Ao definir a gestão de risco para o teu evento, **o sucesso é mais provável**, minimizando e eliminando riscos e cumprindo os objetivos; mas a reflexão é essencial. Quando não há estratégias de gestão de risco em vigor, os eventos ficam vulneráveis e expostos a problemas.

**BOA SORTE COM O TEU EVENTO!!!**

# MAKING SPACE



365



With the support of the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This publication has been produced with the support of the Erasmus Programme of the European Union. The contents of this publication are the sole responsibility of the Making Space Project consortium and can in no way be taken to reflect the views of the UK and the Commission.

2020-1-PT02-KA227-YOU-007635