



V SINGEP

Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability

ISSN: 2317 - 8302

PROCESSOS LOGÍSTICOS ENVOLVIDOS NA GESTÃO DE EVENTOS: UM ESTUDO DE INSPIRAÇÃO ETNOMETODOLÓGICA SOBRE O RECIFE ANTIGO DE CORAÇÃO

DÉBORAH MARIA DA SILVA SOUZA
UNIVERSIDADE DE PERNAMBUCO
deborahh_souza@hotmail.com

MARIA LUCIANA DE ALMEIDA
Universidade Federal de Pernambuco
lucianalmeida.pe@gmail.com

MARIA APARECIDA DE ALBUQUERQUE SILVA
UNIVERSIDADE DE PERNAMBUCO
cydyalbuquerque@gmail.com

THIAGO DOS SANTOS E SILVA FREIRE
UNIVERSIDADE DE PERNAMBUCO
Tg.freire@hotmail.com



V SINGEP

Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability

ISSN: 2317 - 8302

PROCESSOS LOGÍSTICOS ENVOLVIDOS NA GESTÃO DE EVENTOS: UM ESTUDO DE INSPIRAÇÃO ETNOMETODOLÓGICA SOBRE O RECIFE ANTIGO DE CORAÇÃO

Resumo

Nas últimas décadas foi crescente e notória a presença de eventos no país. Diante deste cenário ficou evidente a necessidade de realizar estudos nesta área. Neste sentido, este trabalho objetivou descrever as atividades logísticas envolvidas no processo de planejamento e execução do Recife Antigo de Coração. Para tanto, apresentou-se uma visão sobre a logística relacionada aos eventos, sua definição e sua importância para uma gestão eficaz destes. O estudo teve como inspiração a etnometodologia, sendo pautado pela abordagem qualitativa. A coleta de dados foi realizada por meio de entrevista não estruturada e observação participativa e os dados foram analisados de modo descritivo. Pode-se perceber que a logística está presente em todas as fases do evento, sendo mais preponderante na fase do pré-evento, e que esta exerce influência significativa no sucesso ou fracasso de um evento. Na execução do evento os processos logísticos ficam nítidos apenas quando ocorre algum problema. E o pós-evento é responsável por deixar o ambiente como era antes de ocorrer o evento, bem como, pela realização de avaliação deste. Concluiu-se que uma adequada estruturação de um plano ou estratégia logística é crucial para o sucesso dos eventos.

Palavras-chave: Logística de Eventos; Recife Antigo de Coração; Processos Logísticos.

Abstract

In the last decades has been crescent and notorious the presence of events in the country. Facing this scenario it became evident the need for perform studies in this area. In this sense, this study aimed to describe the logistics activities involved in the planning process and execution of Recife Antigo de Coração. Therefore, we presented an overview of the logistics related to events, its definition and its importance for effective management of these. The study was inspired by ethnomethodology, being guided by qualitative approach. The data collection was performed through unstructured interviews and participating observation and the data were analyzed of descriptively. Can perceive that logistics is present in all stages of the event, being more prevalent in the pre-event phase, and that exerts significant influence on the success or failure of an event. In the executing of event the logistics processes are clear only when happens any problem. And the post-event is responsible for leaving the environment as it was before the event occurs, well as, for carrying out of assessment this . It was concluded that a suitable structuration of a logistics plan or strategy is crucial for the success of events.

Keywords: Events Logistics; Recife Antigo de Coração; Logistics Processes.



1. INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, no Brasil, os eventos veem crescendo de maneira rápida e contínua, a cada dia se ver mais a força desse mercado, principalmente, no meio organizacional. Com o surgimento e a ampliação da indústria de eventos seguiu-se uma era de crescente ordenamento governamental, o que resultou em um ambiente operacional complexo e exigente (Allen, O'Toole, McDonnel, & Haris, 2008). O II Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos no Brasil, um estudo realizado pelo Observatório do Turismo da Faculdade de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal Fluminense (2014) evidencia que o setor de eventos cresceu aproximadamente 14% ao ano em 2014.

Segundo dados de 2014 da Associação Brasileira das Empresas de Eventos (ABEOC) e do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), os eventos têm crescido acima da média, gerando, apenas em 2013 recursos da ordem de R\$ 209,2 bilhões em 590.913 eventos. Arrecadou-se R\$ 48,7 bilhões em impostos e gerou-se 7,5 milhões de empregos por meio da indústria de eventos, isso representa cerca 4,3% do PIB do Brasil neste ano. Neste cenário é preciso atribuir maior importância ao processo de elaboração de eventos, principalmente, no que concerne aos eventos de grande porte.

Neste contexto de contínuo desenvolvimento da indústria de eventos, tornou-se de suma importância o conhecimento de técnicas, métodos e especializações de distintas áreas. Uma vez que a temática de eventos é ainda pouco aprofundada, tal conhecimento é necessário para propiciar o aprimoramento dos processos na execução destes. Assim, podendo resultar em redução de custos e/ou geração de valor agregado para os clientes, os quais a cada dia se tornam mais exigentes. Entre as diversas atividades inclusas neste contexto pôde-se identificar a logística como um fator de destaque.

No atual cenário de eventos brasileiro a logística além de vir a contribuir para atender as especificações do cliente, pode atuar propiciando a minimização dos custos e a otimização dos processos. A logística pode ser definida como “todas as atividades de movimentação e armazenagem, que facilitam o fluxo de produtos desde o ponto de aquisição da matéria-prima até o ponto de consumo final” (Ballou, 2013, p. 24). Neste sentido, a logística é a parte invisível dos eventos, a mesma só se torna aparente quando ocorre algum problema (Allen *et al.*, 2008), pois, ela é responsável por tornar o evento possível, minimizando falhas no processo, visto que o consumidor só receberá as experiências vivenciadas no mesmo.

Assim, compreender o processo logístico envolvido da produção de eventos não apenas pode contribuir na melhoria da gestão dos processos organizacionais das empresas prestadoras do serviço como também pode otimizar a experiência percebida pelos expectadores consumidores do serviço. Diante deste cenário favorável aos eventos, emerge um questionamento acerca de quais são os processos logísticos envolvidos na realização de eventos? A fim de responder a tal questionamento este estudo tem como objetivo descrever as atividades logísticas envolvidas no processo de planejamento e execução do Recife Antigo de Coração. Para tanto, tem-se como objetivos específicos: a) identificar os processos logísticos no Recife Antigo de Coração; b) tornar explícitos processos logísticos não detectados facilmente na execução de eventos; e c) evidenciar a importância da logística no planejamento e execução do Recife Antigo de Coração.

O Recife Antigo de Coração é um evento promovido pela Prefeitura do Recife tendo como objetivo a ocupação dos espaços públicos. Eventos desta natureza envolvem muitos recursos e movimentam muitas pessoas. Assim, muitos problemas logísticos podem surgir e a identificação destes pode contribuir para o planejamento de eventos futuros. Este estudo poderá, ainda, trazer uma contribuição para a literatura brasileira sobre logística de eventos, visto que há pouco material acessível sobre o assunto.



2. EVENTOS

Existem diversos conceitos para evento, Zanini (2012, p. 26) afirma que os “eventos têm o propósito de reunir pessoas para finalidades diversas”. Melo (2007) argumenta que eventos é um conceito de domínio amplo, e que na verdade, tudo é evento. Corroborando para essa ideia Allen *et. al.* (2008, p. 4) afirmam que “o campo de eventos é tão vasto que é impossível formular uma definição que inclua todas as variações de eventos”. Ainda de acordo com Allen *et. al.* (2008, p. 4) “o termo “eventos especiais” foi criado para descrever rituais, apresentações específicas que tenham sido deliberadamente planejados e criados para marcar ocasiões especiais ou atingir metas ou objetivos específicos de cunho social, cultura ou corporativo”

Nesse estudo quando se falar de eventos, será levando em conta a definição de Allen *et. al.* (2008) de “eventos especiais”. De acordo com Getz (1997) para se encaixar nesse conceito faz-se necessário atender a alguns atributos, tais como: espírito festivo, singularidade, qualidade, autenticidade, tradição, hospitalidade, temática, simbolismo, em estudo posterior realizado em 2005 Getz menciona os seguintes fatores: conveniência, acessibilidade, tangibilidade, flexibilidade, satisfação das necessidades básicas e multiplicidade dos papéis. Estes e suas respectivas definições são apresentados na figura 01.

Atributo	Definição
Espírito festivo	Esse caráter especial aumenta com a capacidade dos eventos em criar um verdadeiro espírito festivo. O ambiente pode promover alegria, liberdade das restrições de rotina, e inversão de papéis e funções normais.
Singularidade	Cada evento oferece uma experiência única através da combinação de gestão, configuração e pessoas; muitos eventos dependem de algo notável e único para atrair visitantes.
Qualidade	Eventos de baixa qualidade irão destruir qualquer pretensão de ser especial; eventos de alta qualidade vão além das expectativas dos clientes e geram altos níveis de satisfação.
Autenticidade	Está relacionado com a singularidade, na medida em que eventos com base em valores culturais locais e atributos inerentes a este. Para o turista, esse caráter especial será reforçado por um sentimento de participação em uma autêntica celebração da comunidade.
Tradição	Muitos eventos tornaram-se tradições, a qual está enraizada na comunidade, se tornando atraente para os visitantes por causa do mistério associado. Este aspecto dos eventos está intimamente associado com a comunidade, de modo que as imagens dos eventos e do destino se reforçam mutuamente, são tradicionais por natureza.
Hospitalidade	A essência da hospitalidade é fazer com que cada frequentador do evento se sinta como um convidado de honra. Em destinos turísticos o visitante é recebido com a hospitalidade da comunidade e o residente tem o orgulho de ser um anfitrião. Alguns eventos e comunidades são reconhecidos pelo acolhimento especial que eles dão para os visitantes.
Temática	Todos os elementos do evento podem ser temáticos para maximizar o espírito festivo, a autenticidade, tradição, interações e atendimento ao cliente. A temática aumenta a sensação de ser especial.
Simbolismo	O uso de rituais e símbolos juntos contribuem para a atmosfera festiva, e também podem dar um significado especial ao evento acima e além do seu propósito imediato e do tema.
Conveniência	Eventos podem ser oportunidades especiais para lazer não planejado, além de serem oportunidades sociais. Isto é de crescente importância em um mundo agitado, orientado para o trabalho, especialmente em ambientes urbanos.
Acessibilidade	Eventos que proporcionam lazer acessível, experiências educacionais, sociais e culturais serão especiais para vários segmentos da população, inclusive aqueles sem recursos para pagar por alternativas.
Tangibilidade	O frequentador do evento pode experimentar a "excepcionalidade" de um tema/destino, e seus recursos ambientais, através de seus eventos. Isto se aplica à cultura, hospitalidade, recursos naturais, entre outros.
Flexibilidade	Os eventos podem ser desenvolvidos com infraestrutura mínima, podem ser movidos no espaço e no tempo, e adaptados à evolução dos mercados e das necessidades



	organizacionais. Este fato torna-os produtos especiais para as organizações e destinos.
Satisfação das necessidades básicas	Todas as necessidades humanas básicas e relacionadas ao lazer e motivações da viagem, podem ser satisfeitas em parte por meio de eventos. Esse caráter especial aumenta à medida que o número de necessidades e motivos relacionados são melhores atendidos.
Multiplicidade de papéis	Está relacionada com a diversidade de objetivos que eventos têm que desempenhar com êxito.

Figura 01: Atributos que fazem os eventos se caracterizarem como especiais.

Fonte: Adaptado de Getz (2005).

Assim como existem diversos conceitos para evento, há várias classificações e tipologias para termo evento. Os eventos podem ser classificados por sua finalidade, área de abrangência, âmbito, público-alvo, área de interesse, tamanho, forma ou conteúdo e variam de acordo com cada autor.

De acordo com Zanini (2012, p. 27) os eventos podem ser classificados “De acordo com a sua finalidade: eventos públicos e institucionais, promocionais; Em termos de área de abrangência: locais, regionais, nacionais, internacionais; Em termos de âmbito: interno, externo; Em termos de público-alvo desejado: corporativo, consumidor”. Já Matias (2010) classifica os eventos de acordo com a área de interesse em: **Artístico** – qualquer manifestação de arte; **Científico** – assuntos referentes às ciências humanas, sociais e/ou aplicadas e biológicas; **Cultural/Folclórico** – ressalta os aspectos de determinada cultura, para conhecimento geral ou promocional; **Cívico** – assuntos ligados à pátria; **Desportivos** – qualquer tipo de evento esportivo, independentemente da modalidade; **Lazer/ Turístico** – proporciona entretenimento a seu participante e explora os recursos turísticos de uma região, ou país, por meio de viagens de conhecimento; **Promocional** – promove um produto, pessoa, entidade pública ou privada, quer seja promoção da imagem ou apoio ao marketing; **Religioso** – trata de assunto de religião, independente do credo.

Outra forma de classificar um evento é através do tamanho, forma ou conteúdo. Quando se refere ao porte ele pode ser: **Megaeventos** - afeta economias inteiras e repercute em mídias globais; **Eventos de marca** – eventos periódicos, que possuem um significado, uma tradição para uma região ou cidade; **Eventos de grande porte** – aqueles capazes de atrair um número significativo de visitantes e uma ampla cobertura na mídia; e **Eventos locais/comunitários** – voltado principalmente para o público local. No que se refere à forma ou conteúdo podem ser: **Festivais** – são uma expressão importante da atividade humana que contribui muito para a vida cultural e social; **Eventos esportivos** – abrange uma ampla gama de esportes individuais e os eventos poliesportivos; e **Eventos empresariais** - tem foco comercial e de negócios (Allen *et. al.* 2008; Getz, 1997).

Cada classificação engloba inúmeros tipos de eventos, uma vez que, por exemplo, um evento de lazer/turístico engloba eventos como: festa, show, micareta, entre outros. Para que possamos compreender melhor as bases que suportam esta investigação teremos como foco os eventos classificados de acordo com o tipo de adesão (aberto ou fechado), dando ênfase aos eventos abertos, que de acordo com Martin (2008, p.43) tem como principal característica a “pulverização de seus participantes” e nos quais os participantes são os responsáveis por despesas, transporte, alimentação e inscrição. Tendo por base esta classificação há uma dificuldade que é a identificação e captação dos participantes e uma vantagem que é o fato de o número de participantes poder ser superior, em relação à média dos eventos fechados (Martin, 2008). No que concerne a tipologia o foco desse estudo será em eventos do tipo Lazer/Turismo. Além das classificações e tipologias os eventos são constituídos por fases múltiplas e interdependentes, as quais são relatadas a seguir.

2.1 Fases de um evento



Os eventos apresentam fases, sendo que, cada uma possui diversas atividades a serem realizadas para que se possa seguir para a fase subsequente. Segundo Martin (2008) os eventos podem se dividir em três fases, quais sejam: pré-evento, evento e pós-evento. Tanto para o pré-projeto quanto para o projeto Matias (2001, p. 97) definiu os seguintes passos para sua elaboração: reconhecimento das necessidades deste evento; elaboração de alternativas para suprir as suas necessidades; identificação dos objetivos específicos; coleta de informações sobre os participantes e patrocinadores; listagens dos resultados desejados; estimativas de exequibilidade econômica e técnica; estimativa de tempo e recursos.

A parte inicial de um evento é a que dispense maiores esforços de trabalho e que prescinde de mais atenção. Conforme Martin (2008) esta fase envolve a definição de todos os aspectos que deverão constar no planejamento e organização de determinado evento. No início é onde será realizada a definição do pré-projeto que segundo Martins (2008, p.75) “nada mais é do que as linhas gerais, um rascunho do esboço do evento”. Depois é que este tomará forma e contará com um rigoroso detalhamento das possibilidades econômicas e financeiras, virando, assim, um projeto (Martin, 2008).

O pré-evento é a principal fase do evento e tem como principal ação a definição do projeto e o planejamento de todas as atividades que serão executadas no evento. Envolve toda preparação para que o evento ocorra. Essa fase conta com decisões como a contratação da organizadora de eventos (contrato de parceria), definição da comissão organizadora, definição dos objetivos e justificativas, escolha da tipologia e título do evento, escolha da cidade e o local onde será sediado, decisão do público-alvo, definição do temário, programação e formato do evento, análise das receitas (saldo anterior, inscrições, anúncios, cotas de patrocínio, apoio), análise das despesas (estratégias de comunicação e marketing, recursos materiais, recursos humanos, infraestrutura interna, infraestrutura externa, eventos paralelos, comissões, administrativo e logístico). Essa é a parte mais extensa de toda organização do evento (Martin, 2008).

O evento ou trans-evento é momento em que o projeto e o planejamento irão começar a tomar forma, pode-se dizer que a utilização de um *checklist* é sempre útil nessa fase, é nela que ocorrerá a implementação, execução e operacionalização do projeto do evento (Martin, 2008). Nessa etapa tem-se um fator-chave, a secretaria, que é responsável por coordenar, supervisionar e controlar todas as atividades do evento (Matias, 2001). Toda infraestrutura interna e externa, logística e operacional deve ser checada, item a item, assim: infraestrutura física, equipamentos e mobiliários, material da secretaria, limpeza e segurança, alimentos e bebidas, transporte local, programação social, cultural e turística, devem ser conferidos (Martin, 2008).

A fase pós-evento é marcada pelo encerramento do evento. Neste momento será realizada o desmonte físico das infraestruturas utilizadas durante todo o evento. Sendo a secretaria responsável pela implementação da desmontagem, conferência, transporte e armazenagem/estocagem de materiais e equipamentos; pela organização de todas as correspondências referentes ao evento; pelo envio cartas de agradecimento aos fornecedores, colaboradores, entre outros; pelo encerramento de todos os pagamentos pendentes; pela liquidação das pendências administrativas e contábeis; pela prestação de contas ao cliente e acerto final com a comissão organizadora; pela preparação de fotografias e vídeos referente ao evento; e pela realização de avaliação final do trabalho e do impacto obtido. A avaliação permitirá identificar os pontos fortes e fracos; fazer avaliações administrativas e qualitativa dos serviços prestados; estimar o alcance dos objetivos propostos e checar e avaliar os *checklist* e cronograma (Martin, 2008). Desse modo, a realização de avaliações e relatórios é de grande importância nessa fase.



A identificação e definição de cada etapa e atividades de um evento devem ser bem explicitadas no projeto, para que na hora da sua implementação possa ocorrer a menor quantidade possível de imprevistos. Uma atividade que pode ser vista em todas as etapas de um evento é a logística, esta merece atenção, pois seu desempenho pode influenciar no sucesso ou fracasso do mesmo. A logística também pode influenciar nos custos incorridos e na otimização de processos. Na próxima seção será explanada uma breve concepção da logística em eventos.

2.4 Logística em eventos

A logística tradicional é uma atividade contínua e que faz parte do gerenciamento constante de uma empresa, enquanto que a logística de eventos, geralmente, se ocupa apenas com um projeto específico, ao invés de um gerenciamento contínuo. As áreas de importância para a logística do evento podem ser classificadas em: suprimento: que está dividido em três áreas (consumidor, produto e instalações) e inclui a atividade de aquisição de bens e serviços; transporte: o transporte de bens e serviços requer certa atenção especial, pois apresenta um alto custo em um evento; ligação: a logística é parte do planejamento geral de um evento e deve estar interligada com todas as outras áreas envolvidas no evento; controle de fluxo: refere-se a todo fluxo de produtos, serviços e consumidores durante a execução do evento; e rede de informações: o fluxo eficiente de informações durante o evento é na maioria das vezes resultado do planejamento eficiente da rede de informações (Allen *et. al.*, 2008). Essas áreas são as bases que fundamentam a logística de eventos, estas são apresentadas na Figura 02.

Suprimento	Consumidor, produto e instalações.
Transporte	Pode representar alto custo e requer atenção especial.
Ligação	A logística está ligada a todas as outras áreas de um evento.
Controle de fluxo	Diz respeito ao fluxo de produtos, serviços e consumidores.
Rede de informações	O fluxo eficiente de informações durante o evento.

Figura 02: Áreas de importância para a Logística de Eventos

Fonte: Baseado em Allen *et. al.* (2008).

A estrutura de um evento, em termos de planejamento, pode seguir um perfil pré-determinado. A Figura 03 apresenta os componentes do sistema de logística que são: suprimento de consumidor, suprimentos de produto, suprimentos de instalações, logística do local do evento e encerramento do evento. Estes componentes facilitam a organização e a preparação de ações corretivas ao longo do evento. Acontecimentos não previstos sempre serão parte integrante do evento, por isso há sempre a necessidade de compreender profundamente a estrutura de planejamento do mesmo (Anjos & Stock, 2009; Stock, 2009; Allen *et. al.*, 2008).

O suprimento de consumidor envolve tudo aquilo que se refere aqueles que pagaram para assistir ao evento, envolvendo questões relacionadas ao atendimento das expectativas dos expectadores para que se obtenha um resultado bem-sucedido. De acordo com Allen *et al.* (2008, p. 213) “a forma como o evento é promovido irá influenciar suas expectativas de forma decisiva”. Esse componente se subdivide em: Ligação com o marketing e a promoção – a atividade de marketing que irá promover o evento, em termos de características, números, alcance geográfico, entre outros aspectos que sejam relevantes, junto ao público desejado. Assim, o marketing é responsável por criar expectativa nos consumidores e, conseqüentemente, atua de modo a afetar o planejamento logístico de um evento; Ingressos – a distribuição e quantidade de ingressos são muito importantes para a logística de um evento, pois influenciam diretamente no planejamento e, sobretudo, na organização deste; Filas – as



filas são as primeiras (entrada) e últimas (saída) experiências dos consumidores em um evento e requerem atenção dos gerentes de eventos, visto que podem ser fontes de desconforto; e Transporte do consumidor – refere-se à chegada e partida dos consumidores, utilização de transportes públicos e privado para deslocamento. Por mais que este não seja um fator de atuação direta da promotora do evento, deve ser pensado por esta, visando possibilitar a infraestrutura necessária ao deslocamento adequado e seguro dos participantes do evento.

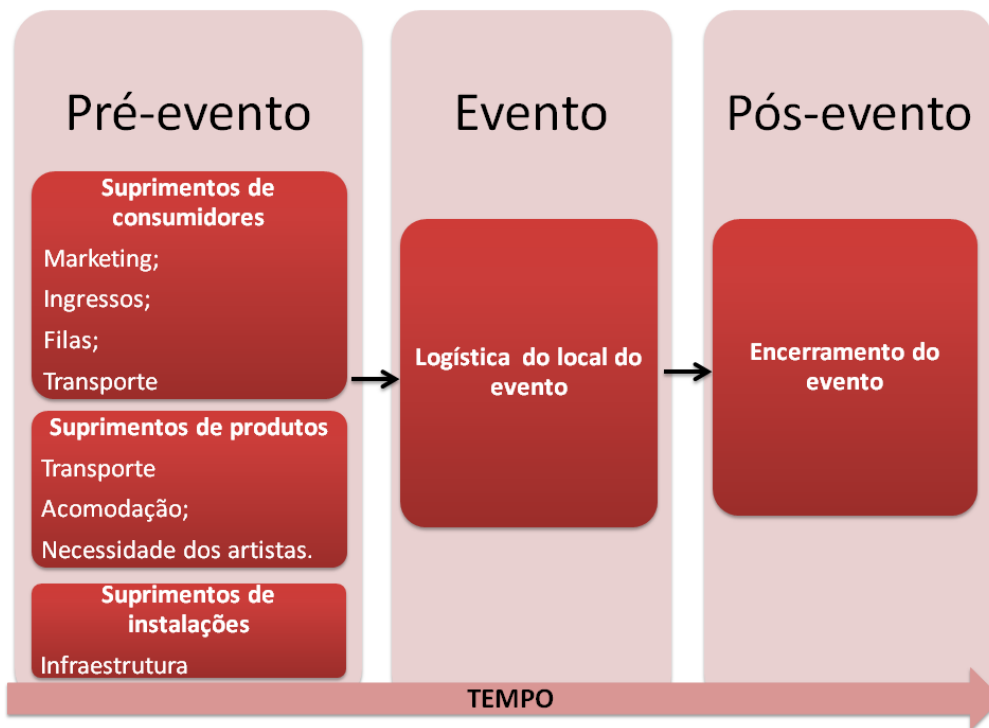


Figura 03: Componentes do sistema de logística.

Fonte: Adaptado de Allen *et. al.* (2008).

O suprimento de produto (carteira de produto) refere-se ao fato de que todo evento é visto como uma apresentação de um produto e que como a maioria dos eventos oferece uma variedade de produtos e serviços, acarretado no surgimento de uma carteira de produtos, sendo que cada elemento desta influencia na experiência do consumidor. Este componente está subdividido em: Transporte – quando a carteira de produtos inclui produtos internacionais, há questões logísticas como desembaraço alfandegário que devem ser tratadas com atenção, além disso, os produtos e serviços precisam ser deslocados de um local para outro; Acomodações – as acomodações dos artistas e convidados devem receber um tratamento especial, uma vez que o gerente de logística quer obter o melhor do seu produto (artista/convidado). O processo de acomodamento deve ser visto como uma forma de aumentar o valor do investimento no entretenimento, viagens longas até o local do evento reduzem esse valor; e Necessidades dos artistas no local do evento – refere-se às necessidades dos artistas que precisam ser atendidas, tais como, transporte até o local, movimentação de equipamentos, alimentação no camarim e instalações do palco.

O suprimento de instalações é o componente que mais apresenta atividades vistas na logística tradicional. Ele envolve o armazenamento de alimentos, bebidas e equipamentos, a manutenção dos equipamentos, as atividades relacionadas com a segurança da localidade, dos participantes, dos materiais, enfim de tudo que estiver envolto no âmbito do evento, o abastecimento de força (energia) e água, além de gerenciar todas as questões que envolvam firmas contratadas para participar do evento com prestadoras de serviços. Em suma



desempenha todas as atividades requisitadas para a obtenção da infraestrutura necessária a realização de um evento dentro dos padrões requeridos.

A logística no local do evento refere-se a todo fluxo de materiais e pessoal em volta do local do evento e as redes de comunicação. Divide-se em: Fluxos, Comunicação, Infraestrutura de apoio, Artigos de consumo, Exigências dos Vips e da mídia e Procedimentos de emergência. Fluxo – refere-se a qualquer movimento durante o evento. A logística deve considerar o fluxo dos equipamentos e das pessoas no momento de uma emergência, além disso, as variações, picos e baixas, de fluxo deverão ser previstas no plano geral do evento. Comunicação – o fluxo de comunicação no evento deve funcionar conjuntamente com todas as outras funções da gestão do evento, e para isso se tem a necessidade de utilizar diversos métodos e dispositivos de comunicação, tais como: rádios e celulares. Infraestrutura de apoio – diz respeito ao estabelecimento de horários, material e pessoal para manutenção e limpeza dos espaços e infraestruturas, este deve estar previsto no plano geral do evento. Artigos de consumo – diz respeito à distribuição e acondicionamento de alimentos e bebidas no local do evento. Exigências dos *vips* e da mídia – fatores como a transmissão ao vivo de um evento precisam ser avaliadas antes do evento. As exigências dos *vips*, normalmente, exigem medidas especiais de segurança. E Procedimentos de emergência – envolvem desde a elaboração de um plano de emergência, passando pelo uso de ambulância e chegando até a contratação de pessoal qualificado em primeiros socorros.

Por fim, o encerramento do evento, o qual depende do porte e da recorrência do evento. Allen *et al.* (2008, p. 224) afirma que “a logística pode se tornar tão importante após o evento quanto durante todas as outras etapas, exigindo o devido planejamento”. Os autores ainda mencionam que a parte mais negligenciada na gestão de eventos é o encerramento do projeto. Nesta fase, estão inclusas atividades como retirada dos resíduos sólidos gerados pelos no evento, retirada da infraestrutura montada para realização das atividades, quitação de contratos, pagamento de contas, coleta dos registros do evento, recorte de informações advindas da mídia e quaisquer relatórios de incidentes ocorridos. O evento só acaba após a realização de uma avaliação dobre todos os aspectos envolvidos no mesmo. Neste sentido, todos estes componentes devem ser considerados ao elaborar um plano logístico para um evento.

3. ASPECTOS METODOLÓGICOS

Para a consecução dos objetivos deste estudo utilizou-se como abordagem metodológica a pesquisa qualitativa que segundo Creswell (2010, p. 26) “é um meio para explorar e para entender o significado que os indivíduos ou os grupos atribuem a um problema social ou humano”. Esse tipo de investigação permite que o pesquisador realize a coleta de dados no ambiente natural onde os participantes vivem, isto é, no contexto em que o problema existe. Denzin e Lincoln (2005, p.3) argumentam que:

A pesquisa qualitativa é uma atividade situada que posiciona o observador no mundo. Ela consiste em um conjunto de práticas interpretativas e materiais que tornam o mundo visível. [...] A pesquisa qualitativa envolve uma postura interpretativa e naturalística diante do mundo. Isso significa que os pesquisadores desse campo estudam as coisas em seus contextos naturais, tentando entender ou interpretar os fenômenos em termos dos sentidos que as pessoas lhe atribuem.

Como estratégia de investigação utilizou-se como inspiração a etnometodologia, que de acordo com Coulon (2005, p.32) é “a busca empírica dos métodos empregados pelos indivíduos para dar sentido e, ao mesmo tempo, realizar suas ações de todos os dias: comunicar-se, tomar decisões, raciocinar”. Essa estratégia investiga os procedimentos que as



peças utilizam ao desempenharem diferentes atividades que realizam em sua vida cotidiana (Bispo & Godoy, 2014). Para Garfinkel (2006, p. 1) os estudos etnometodológicos essencialmente:

Tratam as atividades e circunstâncias práticas e o raciocínio sociológico prático como se fossem temas de estudo empírico. Ao prestar a mesma atenção tanto às atividades banais da vida cotidiana, quanto aos acontecimentos extraordinários, vamos procurar apreendê-las como fenômenos de pleno direito.

Para procedimentos de coleta de dados foram utilizadas a entrevista não estruturada, diálogos (conversas informais) e observação participante. A entrevista não estruturada é definida por Laville e Dione (1999 p.188) como “aquela em que é deixado ao entrevistado decidir-se pela forma de construir a resposta”. Para Ten Have (2004) a entrevista não deve ser a principal fonte para obtenção de dados, logo surge a observação participante que para o autor permite ao pesquisador vivenciar a realidade de um grupo, tornando-se apto para descrever e interpretar as práticas observadas. Além disso foram utilizadas as conversas informais que para Francis e Hester (2004) e Ten Have (2004) possibilitam ao pesquisador interagir com as pessoas de maneira mais natural e ao mesmo tempo em que o pesquisador conversa com as pessoas ele pode observar o trabalho que elas estão realizando.

Inicialmente foi realizada uma entrevista com o coordenador do evento, para conhecer, entender o funcionamento do evento, a partir disso houve a possibilidade de trabalhar como voluntária no evento. Os diálogos e observações se deram justamente por meio da participação como voluntária em duas edições diferentes do evento, nas edições de novembro de 2015 e abril de 2016. Na primeira ocasião a participação se deu no Polo esportivo, participando da montagem de algumas atividades como vôlei e *badminton*, instruindo algumas pessoas sobre as atividades realizadas naquela edição. Na segunda participação, foram aplicados questionários, elaborados pela Secretaria de Turismo e Lazer, acerca do evento, com isso foi possível algumas observações e ter conversas informais com vários participantes do evento, fornecendo instruções sobre o mesmo e sobre as atividades oferecidas para as pessoas que não conheciam o evento e chegaram ali por acaso, por meio da ciclofaixa. Além disso, também aconteceram as conversas informais com outros voluntários que trabalharam no evento. Todo esse envolvimento no evento é o que justifica o estudo ter uma inspiração etnometodologia, pois como não houve tempo em campo suficiente para gerar interpretações totalmente etnometodológicas. A análise de dados foi realizada de forma descritiva buscando assim demonstrar características de determinada população ou de determinado fenômeno (Moresi, 2004).

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

O Recife Antigo de Coração é um evento realizado todo mês, sempre no último domingo do mês no Bairro do Recife Antigo trazendo música, cultura, esporte e entretenimento para a região. O evento surgiu em 2013 como constituinte do plano de governo do atual prefeito da cidade do Recife. Ele é promovido pela prefeitura da cidade por meio da Secretaria de Turismo e Lazer e tem como finalidade a ocupação dos espaços públicos e a revitalização do Bairro do Recife Antigo. Sendo este um bairro histórico, que possui um movimento cultural, promovido por meio de apresentações musicais de diversos estilos, de danças, gastronomia, além de ser possuidor de arquitetura histórica é importante haver a revitalização e ocupação tendo em vista a preservação do patrimônio histórico da cidade.



De acordo com o coordenador do evento havia-se um entendimento de que o bairro estava abandonado e uma forma para revitalizá-lo seria por meio da implementação da prática de lazer para a população. Ao idealizar o evento pensou-se não em apenas trabalho com atrações artísticas conduzindo shows, por exemplo, tinha-se em mente ampliar o horizonte de possibilidades, possibilitando a oferta de algo que toda a população pudesse usufruir, o vislumbre foi que o bairro poderia ser transformado em um grande parque de diversões, sendo este dotado de atratividade para públicos de diferentes gostos, idades, classes sociais.

O evento conta com quatro polos: Polo Esportivo, Polo Infantil, Polo Cultural e Polo do Samba, nos quais são realizadas várias atividades simultaneamente. O polo esportivo fica localizado na rua Marquês de Olinda e conta com atividades como vôlei, basquete de rua, futebol, futebol *freestyle*, *slackline*, patinação artística, *handbol*, *badminton*, patinação, *pakour*, baseball, além de contar com implementação de rampas para a práticas de alguns esportes como *skate*, bicicleta e com espaço para patinar que são montados na Avenida Alfredo Lisboa, entre outros esportes. Algumas destas atividades podem ser reversadas entre diferentes edições do evento, podendo constar em uma edição e na próxima não, mas sempre existem múltiplas opções. O polo infantil fica localizado na Avenida Rio Branco e Avenida Marquês de Olinda e conta com atividades como aluguel de bicicletas para crianças, brinquedos infláveis, cama elástica, piscina de bolinhas, jogos educativos, atividades de lógica e raciocínio. O polo cultural fica localizado em frente ao marco zero e conta com a estrutura de um palco que recebe artistas de diferentes partes do estado e do país, este também conta como projeto Dançando na Rua, espaço de interação por meio de danças de diferentes estilos. O polo do Samba que fica na Rua da Moeda conta com atrações do estado trazendo o samba de raiz para as ruas do bairro. Todos estes polos podem ser observados na figura 04 a seguir:



Figura 04: Mapeamento do evento



Fonte: A pesquisa (2016)

O evento também conta com a Feirinha do Bem localizada Avenida Rio Branco a qual é constituída pela participação de agentes engajados nas organizações não governamentais – ONGs que se apropriam do espaço para realizar a comercialização de produtos artesanais e de comidas, em sua maioria típicas ou naturais. Este espaço também serve para captação de arrecadações de donativos e mantimentos para instituições de caridade. Além disso, existe o Recife Recebe, localizado ao lado da Caixa Cultural, é destinado a receber, em cada edição, uma cidade pernambucana. A intenção é evidenciar a cultura da localidade, para tanto são exibidas peças de artesanatos, roupas e acessórios, culinária e qualquer aspecto que remeta a identidade da cidade, exprimindo suas características culturais. Espera-se que este espaço sirva para que as pessoas adquiram mais informações sobre as especificidades do estado, respeitando a construção social vivenciada em cada região, o que pode inclusive movimentar as pessoas dentro do estado.

O evento possui uma programação bem diversificada, como o mesmo funciona o dia todo é perceptível que os públicos divergem, uma vez que cada turno as pessoas buscam coisa diferentes. Na parte da manhã pode-se perceber uma grande quantidade do público que foi guiada até o evento por meio do uso das ciclofaixas da cidade, ação também promovida pela prefeitura da cidade por meio das Secretarias de Turismo e Lazer e Mobilidade e Controle Urbano. Estas funcionam aos domingos e feriados, visando proporcionar as recifenses e turistas uma experiência de lazer e de contato com a cultura local, uma vez que as três rotas zona Norte, Sul e Oeste passam por pontos turísticos da cidade e tem como ponto de encontro, ou seja, ponto central, o Marco Zero, localizado no bairro do Recife Antigo. Na parte da tarde conta-se com um público mais familiar, observa-se que toda a família vem para o bairro aproveitar o evento, por ser um espaço propício para o lazer com opção de diferentes atividades para todos gratuitamente. Já a noite o público é, o típico da região, mais jovem e agitado, o espaço já reunia jovens que buscavam opções mais alternativas noturnas e o evento corrobora para tanto, além disso, os bares e restaurantes existentes instalados, recentemente, na região onde ficavam os armazéns do porto de Recife, atraem ainda mais esse público.

O Recife Antigo de Coração caracteriza-se como sendo um evento aberto, por ser de livre acesso e na sua execução eximir as pessoas da necessidade de obtenção de ingressos. Em relação a tipologia enquadra-se como sendo um evento de turismo/lazer por proporcionar atividades de lazer para população e se constituir em sua essência em um ponto turístico. O evento tem início às oito horas da manhã e termina às vinte e duas horas, tem em média um número de 25 mil participantes por edição, sendo que em ciclos festivos como Carnaval, São João, Natal e Ano Novo esse número pode chegar aos 300 mil participantes.

Para análise dos fatores logísticos envolvidos no contexto deste evento tomou-se como base o modelo dos componentes do sistema de logística proposto por Allen *et al.* (2008), também foram consideradas as fases de evento evidenciadas por Martin (2008). Resgatando o pré-evento agrega os componentes: suprimentos de consumidores, suprimentos de produtos e suprimentos de instalações; enquanto que o evento engloba o componente de logística do local do evento; e o pós-evento envolve o componente do encerramento do evento.

Na fase do pré-evento, no componente de suprimento de consumidores encontram-se as atividades de marketing, ingressos, filas e transporte. O evento conta com a atividade de marketing visto que a divulgação do evento ocorre de maneira simples, por meio de redes sociais como o *facebook* (www.facebook.com/prefeituradorecife), além da divulgação no site da Secretaria de Turismo do Recife e divulgação da programação via imprensa da Prefeitura do Recife (www7.recife.pe.gov.br/tag/recife-antigo-de-coracao/). Toda divulgação ocorre pelas mídias espontâneas não havendo a necessidade incessante de chamar o público para o



evento, uma vez que o público-alvo do evento, já tem conhecimento dele. A atividade de ingressos ausenta-se nesse evento uma vez que o mesmo é gratuito e de livre acesso para a população. As filas são um fator quase inexistente, elas podem aparecer em algumas atividades dentro de alguns polos, mas nada que possa vir a influenciar de forma impactante a percepção dos participantes. Não há um transporte especificamente oferecido pelo evento, para os participantes chegarem ao local são usados ônibus que circulam na região, esta fica próxima os terminal Cais de Santa Rita; as ciclofaixas existentes ou demarcadas na cidade e os carros particulares que podem ser deixados no estacionamento da Prefeitura do Recife, onde é disponibilizada uma van que faz o transporte das pessoas até o local do evento. Não é permitida o estacionamento de veículos no local do evento, pois a entrada destes é proibida e ao todo são bloqueadas dezesseis ruas para que não haja movimentação de carros no ambiente do evento, o que poderia inclusive causar acidentes.

No componente de suprimentos de produtos é possível observar a atividade de transporte, aqui se referindo a movimentação de produtos, mas especificamente as exigências dos artistas, sendo que todo o custeio deste processo é realizado pelo demandante. A secretaria afirma que não conta com recursos financeiros, para que possa custear essas atividades e que os artistas pagam seus custos com o cachê recebido. Quanto a atividade de acomodação dos artistas, não há a necessidade de programar, pois esta é de responsabilidade deles, assim como, os dispêndios financeiros. As necessidades dos artistas no local do evento referem-se à movimentação de materiais, sendo esta de responsabilidade do artista e camarim, sendo que os palcos do evento contam com um pequeno camarim com climatização, água e alimentos. O que pode-se perceber é que minimiza-se os gastos, pois não existem recursos suficientes e otimiza-se a possibilidades simples e os artistas locais que querem participar de uma divulgação cultural sem maiores exigências.

O suprimento de instalações refere-se ao manuseio de toda a infraestrutura necessária, envolvendo armazenamento de comida e água, instalação de banheiros, movimentação de equipamentos. Os materiais de infraestrutura são de responsabilidade das empresas terceirizadas, as quais são contratadas por meio de licitação, assim, no dia do evento se ocorrer algum problema, a terceirizada que é a responsável pela resolução do mesmo. Toda a infraestrutura necessária a realização do evento, como palcos, é montada no dia anterior ao evento, ficando para ser definida no dia do evento apenas a infraestrutura de apoio.

A logística no local do evento diz respeito aos fluxos. O tipo de fluxo no decorrer de todo o evento modifica-se bastante, da mesma forma que o público muda. Assim, na parte da manhã há um fluxo intenso de bicicletas, skates, patins e pessoas, durante a tarde um fluxo mais intenso de pessoas e durante a noite fluxo exclusivo de pessoas. A comunicação durante o evento com toda a equipe se dá por meio rádios de comunicação, ligações pelo celular ou busca pessoalmente do responsável. Toda a infraestrutura de apoio para a realização do evento é montada no dia, toldos, suportes para que atividades esportivas sejam desempenhadas, brinquedos do polo infantil, tendas, demarcação de áreas de atividades por cones, a estrutura da Feirinha do Bem, contudo esta é de responsabilidade das associações participantes. O gerenciamento de lixo sólido fica a cargo da empresa de lixo urbano da cidade e alguns responsáveis ficam limpando o local durante o decorrer do evento. Há a intenção de implementação de práticas de coleta lixo seletivo, até então não utilizada. Os bens perecíveis: alimentos e bebidas são de responsabilidade de alguns ambulantes e associações participantes da Feirinha do Bem, não conta com nenhuma fiscalização e nem controle, há controle apenas sob os vendedores ambulantes. E quanto aos procedimentos de emergência o evento conta com polícia, guarda e ambulâncias para casos de emergência, além de um Batalhão da Polícia Militar localizado em uma das ruas onde ocorre o evento.



O encerramento do evento é o momento para fazer a avaliação deste. De acordo com Martin (2008) este momento se dá por meio da avaliação do público-alvo na execução do evento, a qual poderá permitir a identificação de pontos fortes e fracos, a avaliação dos serviços prestados, bem como uma estimativa do alcance dos objetivos propostos, além da avaliação do alcance na mídia, o que por fim possibilitará fazer uma ponderação final de todo o evento. Para promover a retirada de toda a infraestrutura, a qual ocorre na madrugada do mesmo dia, quando o fluxo de pessoas é mínimo, é imprescindível que os mesmos sejam desmontados o mais rápido possível, uma vez que alguns polos são montados em lugares bem movimentados durante os dias da semana. A limpeza é realizada pela empresa de limpeza de lixo urbano do município, a quitação de todos os pagamentos ocorre em até vinte dias após a realização do evento. Todos os componentes logísticos apresentados no Recife Antigo de Coração foram sintetizados na figura 05, que está apresentada a seguir.



Figura 05: Componentes logísticos do Recife Antigo do Coração.

Fonte: A pesquisa (2016)

Vale ressaltar que a prefeitura atua apenas como promotora e integradora da ideia e lida diretamente com questões logísticas referentes a alocação de local, fechamento de datas e ruas e atividade de marketing. O fechamento se faz necessário para que carros não transitem na localidade durante o evento. Os agentes de trânsito são responsáveis por administrar o entorno do evento, realizando todos os bloqueios de ruas, informando e guiando as pessoas para rotas alternativas. Para as demais atividades, quais sejam, demarcação, colocação e sinalização da ciclofaixa em torno da cidade, montagem e retirada de materiais que acontece ao final da tarde dos domingos ou na madrugada anterior e posterior ao evento (estes prescindem de mobilidade rápida devido ao fluxo intenso de carros durante os dias de semana) são contratadas empresas privadas. Salienta-se que quando ocorrem desvios nas rotas tradicionais de fluxo das ruas a prefeitura da cidade trata de notificar a ocorrência deste, a sua causa e a nova rota, por meio de mídias sociais.

O processo de implementação dos três palcos (Marco Zero, Praça do Arsenal e Rua da Moeda), também se dá por meio de empresa contratada. A empresa responsável pela



distribuição e montagem dos toldos também realiza a montagem no dia do evento antes da sua iniciação e retirada ao fim da tarde, o número de toldos pode variar de acordo com a edição do evento, porém na maioria das vezes são de dez a doze toldos, localizados e distribuídos entre as ruas. A Ferinha do Bem conta com a participação de ONGs cadastradas no site da prefeitura, sendo sua montagem e desmontagem de responsabilidade destas, as quais usam os toldos do evento. A feira do Bom Jesus que acontece todos os fins de semana é de total responsabilidade dos artesãos. Além dos funcionários da Secretaria de Turismo e Lazer o evento conta com a participação de voluntários que trabalham auxiliando no acompanhamento e desenvolvimento das várias atividades, que ocorrem simultaneamente nos diferentes polos.

Existe ainda a preocupação com alguns fatores externos que ocorrem ao mesmo tempo do evento e afetam diretamente a logística, tais como: corridas, passeatas, protestos, entre outros. Tais fatores podem dificultar a chegada de materiais, infraestrutura e participantes no local do evento, devendo, assim, haver uma maior atenção para todos os aspectos logísticos, o planejamento de rotas alternativas e divulgação dessas informações para os participantes. Todos esses processos por mais simples que sejam, podem ser classificados como processos logísticos dentro do evento. Também existem fatores que não conseguimos detectar facilmente se observarmos por meio de uma ótica tradicional. Como já discutido diferente da logística tradicional, a logística de eventos não se apresenta na forma de um processo contínuo, em cada caso será desenvolvido um projeto e este terá procedimentos dependentes de logística (Zanini, 2012). De acordo com Chavez, Moreira e Costa (2010, p.1) “a abordagem da logística a setores não tradicionais exige abordagem diferente e especializada”, uma vez que ela precisará obter um melhor desempenho em um sistema com três fatores: o objetivo da empresa que está prestando serviço, a expectativa do usuário e o objetivo dos organizadores. Além disso, pode haver o surgimento ou ligamento de atividade que devem ser definidas no planejamento do evento e desempenhadas pelo e com pessoal de logística, como: análise de fatores climáticos, escolha do local certo, escolha da data certa, planejamento de segurança, suporte a saúde, limpeza do local, conforto dos participantes, qualidade técnica (qualidade do som no evento, por exemplo), *layout* do evento, programação. Uma ferramenta que é utilizada na logística militar e de negócio que também se apresenta na logística de evento é o desenvolvimento de cronogramas e mapeamento do local (Allen *et. al.*, 2008).

Dentre esses processos Allen *et. al.* (2008) observa a necessidade da existência de um gerente de logística, quanto maior o evento maior esta necessidade, pois ele será o responsável por unir todas as áreas. Outros aspectos em que a logística encontra-se envolvida são as negociações com empresas contratadas, o estabelecimento de acordos referente a prazos, a identificação de riscos, lacunas e dúvidas na elaboração do plano de emergência, o plano de contingência, bem como, planos alternativos. Sempre há possibilidade de ocorrer situações não planejadas, mas, uma comunicação eficiente, flexibilidade e resiliência de todos envolvidos na situação pode minimizar tal probabilidade. Por isso é importante escolher bem todos que irão de alguma forma prestar algum serviço dentro do evento, podendo assim, favorecer a resposta a imprevistos (Allen *et. al.*, 2008; Ahmar, Ahmar & Garcia, 2014).

Seja no projeto ou em qualquer outra fase de um evento a logística é uma atividade que permeia todos os processos envolvidos e merece atenção por sua importância na execução destes. Segundo Ahmar *et. al.* (2014, p.150) “a excelência na realização de um evento começa pelo planejamento de um esquema logístico capaz de alinhar os planos e integrar os objetivos traçados pelas diversas áreas envolvidas”. A logística é quem vai permitir que o evento seja seguro, que as pessoas cheguem ao local do evento e que o evento ocorra. Além disso, o desempenho da logística influencia diretamente a avaliação do participante sobre evento. Em essência Barbosa, Sanson, Scavarda (2014, p.8) afirmam que “a supervisão logística é o coração do evento, sem o qual o restante do processo não funciona”. A avaliação final do



plano de logística ocorre quando se tem a percepção que o evento foi um sucesso e o fluxo de suprimentos e operações durante ele foi descomplicado (Allen *et. al.* 2008). De modo geral podemos dizer que trabalhar com eventos requer: reconhecer que o evento é um momento único, cheio de diversidades e particularidades, requer atenção em pequenos detalhes, esforço para fazer que tudo ocorra de maneira certa, trabalhar como comprometimento, flexibilidade, determinação e resiliência (Ahmar *et. al.*, 20014).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo buscou descrever as atividades logísticas envolvidas no processo de planejamento e execução do Recife Antigo de Coração. Pode-se perceber que a logística está presente em todas as fases do evento, sendo mais representada em toda a parte do pré-evento, ou seja, no planejamento do evento. Um bom planejamento e execução das atividades nessa etapa permite o sucesso do evento, já um mal planejamento dessa etapa, principalmente em ciclos festivos, como Carnaval, São João, Natal e Final de Ano, pode comprometer seu andamento e até mesmo sua realização. Durante a realização do evento os processos logísticos diminuem e, muitas vezes, ficam nítidos apenas com a ocorrência de um problema, porém um erro pode acarretar em seu fracasso e, até mesmo, no término imediato. Como analisado, no pós-evento a logística fica responsável pela retirada de toda a infraestrutura, ela é responsável por deixar o ambiente como era antes de ocorrer o evento, aqui não há riscos para determinar se um evento será sucesso ou fracasso, porém analisar o sistema, a estratégia da logística do evento nessa etapa, torna-se crucial para que erros não sejam cometidos em outro evento e para que a mobilidade no local não seja afetada.

Este estudo ainda identificou os processos logísticos existentes no Recife Antigo de Coração como a atividade de marketing, o transporte de consumidores e artistas, suprimentos de infraestrutura entre outras atividades. Além de que tornou-se explícitos alguns processos logísticos presentes na execução de um evento, já que se observação sob uma ótica da logística tradicional, processos como avaliação de clima, escolha de datas e local pra realização de um evento, participação ativa na elaboração de planejamento de plano de emergência e programação podem não ser identificados como de responsabilidade da logística. Por meio da identificação de todos esses processos, pode-se trazer evidências de como a logística pode ser importante na elaboração e execução de eventos.

Dessa maneira, na elaboração do trabalho, vale salientar alguns pontos que fizeram com que este estudo tivesse algumas limitações. Primeiramente, a pesquisa foi feita a partir de um único evento, não podendo se expandir sobre outras realidades. O acesso a algumas informações foi limitado, uma vez que alguns processos logísticos são de responsabilidade de empresas privadas, não podendo serem estudados com maior detalhamento no âmbito desta investigação. Além disso, não houve escopo para um aprofundamento nos processos desenvolvidos pelas empresas licitadas.

Para elaboração de estudos futuros, aconselha-se a realização de pesquisas em eventos com diferentes tipologias, porte e/ou classificação, identificando-se assim diferentes processos logísticos. Estudos que almejem entender qual a influência que outros eventos que ocorrem simultaneamente ao Recife Antigo de Coração podem causar aos processos logísticos deste, bem como, mensurar como a estratégia logística pode acarretar o sucesso ou fracasso de um evento também podem contribuir para avanços neste campo de conhecimento.

REFERÊNCIAS

Ahmar; M. V., Ahmar, N., & Garcia, M. G. (2014). Logística nas empresas: fonte de inovação e vantagem competitivas. *Revista da ESPM*. (2a edição).



- Allen, J., O'Toole, W., McDonnell, I., & Haris, R. (2003). *Organização e gestão de eventos*. (3a ed.) Rio de Janeiro: ELSEVIER.
- Anjos, S. J. G.; Stock, L. T. (2009). Logística integrada em eventos: El caso del Festival de Danza de Joinville (SC) - Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, v. 18, (pp. 302-317).
- Associação brasileira de empresas de eventos. (2014). Recuperado em 27 outubro 2014, de <http://www.abeoc.org.br/2014/10/riomar-lanca-book-de-eventos-atendendo-altademanda-do-setor-em-pernambuco/>
- Associação brasileira de empresas de eventos. (2014). Recuperado em 31 agosto 2015, de <http://www.abeoc.org.br/2014/10/ii-dimensionamento-economico-da-industria-de-eventos-no-brasil/>
- Ballou, R. H. (2006). *Gerenciamento da cadeia de suprimentos/logística empresarial*. (5a ed.) Porto Alegre, RS: Bookman.
- Barbosa, F. S., Sanson, M. S., & Scavarda, A. J. (2014). Processo Logístico de Shows em Festas Regionais: o caso da Festa Nacional do Pinhão de Lages/SC. In: *XI Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo - ANPTUR*, Fortaleza.
- Bispo, M. S., & Godoy, A. S. (2014). A etnometodologia enquanto caminho teórico-metodológico para investigação da aprendizagem nas organizações. *Revista de Administração da UNIMEP*, 12(2), 108-135.
- Chavez, D. T. C., Moreira, D. R., & Costa, J. dos S. (2010). A logística no setor de eventos: Aplicação de uma abordagem sistêmica da logística na indústria de suporte operacional do setor de eventos. In: *62º Reunião Anual da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência*.
- Coulon, A. (2005). *La Etnometodología*. (3a ed.) Madrid: Cátedra.
- Creswell, J. W. (2010). *Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto*. Porto Alegre: Artmed.
- Denzin, N., & Lincoln, Y. S. (2005). *The Sage handbook of qualitative research*. (3rd ed.) London: Sage.
- Francis, D., & Hester, S. (2004). *An Invitation to Ethnomethodology: language, society and interaction*. London: Sage.
- Garfinkel, H. (2006). *Studios en Etnometodología*. Barcelona: Anthropos.
- Getz, D. (1997). *Event management and event tourism*. Cognizant Communications, Nova York.
- Getz, D. (2005). *Event management and event tourism*. (2nd ed.) Cognizant Communications, Nova York.
- Laville, C., & Dionne, J. (1999). *A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas*. Porto Alegre: Artes Médicas; Belo Horizonte: UFMG.
- Martin, V. (2008). *Manual Prático de Eventos*. São Paulo: Atlas.
- Matias, M. (2001). *Organização de eventos: procedimentos e técnicas*. São Paulo: Manole.
- Matias, M. (2010). *Organização de eventos: procedimentos e técnicas*. (5a ed.) Barueri: Manole.
- Melo, F. P., Neto. (2007). *Marketing esportivo*. São Paulo: Contexto.
- Moresi, E. (Org.). (2004). *Metodologia da Pesquisa*. Brasília: Universidade Católica de Brasília.
- Stock, L. T. (2009). *O Processo Logístico de Eventos: um estudo de caso do Instituto Festival de Dança de Joinville-SC*. Santa Catarina.
- Ten Have, P. (2004). *Understanding Qualitative Research and Ethnomethodology*. London: Sage.
- Zanini, E. (2012). *Logística Nova Mente: Logística de serviços e eventos*. São Paulo: Biblioteca24horas, Seven System Internacional.