



Febrero 2018 - ISSN: 1696-8352

EXPOSITORES E O PLANEJAMENTO LOGÍSTICO DE PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS: UM ESTUDO DE CASO DA EDITORA E LIVRARIA UFSM NA FEIRA DO LIVRO DE PORTO ALEGRE

EXHIBITORS AND LOGISTIC PLANNING FOR EVENT PARTICIPATION: A CASE STUDY OF PUBLISHING AND BOOKSTORE UFSM AT THE FAIR OF THE BOOK OF PORTO ALEGRE

Shani Carvalho Ceretta¹
Gustavo de Souza Carvalho²
David Lorenzi Jr.³

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Shani Carvalho Ceretta, Gustavo de Souza Carvalho y David Lorenzi Jr. (2018): "Expositores e o planejamento logístico de participação em eventos: um estudo de caso da editora e livraria UFSM na Feira do livro de Porto Alegre", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (febrero 2018). En línea:
<http://www.eumed.net/2/rev/oel/2018/02/feira-livro-portoalegre.html>

4

Resumo: Este estudo buscou analisar e descrever os componentes do processo logístico envolvidos com a Editora e Livraria UFSM para participação na Feira do Livro de Porto Alegre, de maneira a caracterizar as fases pré, trans e pós-evento, identificar as dificuldades e desafios e propor possíveis melhorias ao processo logístico utilizado. Neste sentido, foi feita uma fundamentação teórica que aborda conceitos de logística, planejamento logístico, logística integrada e eventos literários. A pesquisa se caracteriza por ser um estudo de caso, de abordagem qualitativa e de natureza descritiva. Ao final do estudo foi possível identificar os elementos que envolvem o processo logístico nas fases pré, trans e pós-evento da Editora e Livraria UFSM, as dificuldades e desafios enfrentados e propor melhorias ao processo logístico utilizado de maneira a tornar mais eficiente e satisfatório.

Palavras-chave: Logística. Livrarias. Feiras do Livro. Evento literários

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Gestão de Organizações Públicas (PPGOP) da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Auxiliar em Administração – UFSM. E-mail: shaniceretta@gmail.com.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Gestão de Organizações Públicas (PPGOP) da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Técnico em artes gráficas – UFSM. E-mail: gustavodesouzacarvalho@gmail.com.

³ Professor do Departamento de Ciências Administrativas da UFSM e do Programa de Pós-Graduação em Gestão das Organizações Públicas (PPGOP) a Universidade Federal de Santa Maria. Email: daviorenzi@yahoo.com.br

Abstract: This study sought to analyze the components of the logistics process involved with the Publishing and Bookstore UFSM to participate in the Porto Alegre Book Fair, in order to characterize the pre, trans and post event events, identify difficulties and challenges and propose possible improvements to the logistics process used. In this sense a theoretical foundation was made that approaches concepts of logistics, logistics planning, integrated logistics and literary events. The research is characterized by being a case study, qualitative approach and descriptive nature. At the end of the study it was possible to identify the elements that involve the logistic process in the pre, trans and post-event phases of Publishing and Bookstore UFSM, the difficulties and challenges faced and propose improvements to the logistics process used in order to make it more efficient and satisfactory.

Keywords: Logistics. Bookstores. Book Fairs. Literary Event

1. INTRODUÇÃO

Para a promover e divulgar a Editora e Livraria da Universidade Federal de Santa Maria, um dos eventos mais importantes são as Feiras do Livro, pois é caracterizado por um espaço democrático e pelo empenho em promover a cultura e discussão, literatura em geral, formar leitores e divulgar os trabalhos de autores e editoras.

Uma das feiras mais importantes que a Editora e Livraria UFSM participa é a Feira do Livro de Porto Alegre, realizada desde sua primeira edição na Praça da Alfândega, Centro Histórico de Porto Alegre/RS. Trata-se de um dos eventos culturais mais importantes do Brasil, sendo reconhecida por sua programação cultural de entrada gratuita, organizada em prédios que circundam a Praça da Alfândega, vasta oferta de livros nacionais e estrangeiros.

Em 2017 ocorreu a 63ª edição da Feira do Livro de Porto Alegre, nos dias 1º a 19 de novembro de 2017, que contou com 91 expositores na área Geral, 13 na área Infantil e juvenil, cinco na área Internacional, além do estande que homenageou os Países Nórdicos, região homenageada na edição. Segundo a Câmara Riograndense do Livro (CRL), órgão organizador do evento, em entrevista concedida ao portal de notícias G1⁵, mais de 19 mil pessoas participaram das atividades da programação (público adulto).

Portanto, a realização de eventos é uma forma de promover a socialização de marcas e pessoas. Levando em consideração o volume de público, as atrações e toda a infraestrutura necessária, se faz importante um planejamento logístico bem estruturado. A partir disso, surge a necessidade de compreender a logística envolvida na concretização desses eventos. Sendo assim, a questão problema deste trabalho consiste em: Quais os componentes que caracterizam cada etapa do processo logístico de expositores como a Editora e Livraria UFSM para participação de eventos como a Feira do Livro de Porto Alegre?

Delimita-se o artigo a analisar os processos envolvidos com a Editora e Livraria UFSM para participação na Feira do Livro de Porto Alegre. Para responder a questão-problema, o presente artigo tem como objetivo geral: descrever os componentes do processo logístico que perpassam a Editora e Livraria UFSM para participação em feiras de livro, por meio de outros três objetivos específicos: a) caracterizar as fases pré, trans e pós-evento; b) identificar as dificuldades e desafios; c) propor possí-

⁵ Disponível em: <<https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/feira-do-livro-de-porto-alegre-fecha-com-queda-de-14-nas-vendas-menos-do-que-no-ano-passado.ghtml>>. Acesso em: 5 dez. 2017.

veis melhorias ao processo logístico utilizado. O Estudo se caracteriza por ser um estudo de caso, de abordagem qualitativa e de natureza descritiva.

O presente artigo está estruturado em quatro seções, além desta introdução. Na segunda seção, é apresentada a fundamentação teórica que pautou esse estudo, que aborda conceitos de logística, planejamento logístico, logística integrada e eventos literários. Na seção seguinte, são apresentados os procedimentos metodológicos utilizados no estudo. Na quarta seção, são analisados e discutidos os resultados e, por fim, as conclusões do trabalho.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 LOGÍSTICA

A palavra Logística, de forma etimológica, de acordo com o Dicionário Aurélio, vem do francês *logistique*, que tem como uma de suas definições a “parte da arte da guerra que trata do planejamento e da realização de: projeto e desenvolvimento, obtenção, armazenamento, transporte, distribuição, reparação, manutenção e evacuação de material para fins operativos ou administrativos”. Semelhante à definição apresentada, no *Oxford English Dictionary* “O braço da ciência militar relacionado com a procura, manutenção e transporte de materiais, pessoal e recursos”, de forma etimológica, *logistique* deriva de *loger* (colocar, alojar, habitar) e está relacionada com a palavra *lodge*, em inglês. O termo *logistics* apareceu na língua inglesa pela primeira vez no século XVII (WANKE, MARGALHÃES, 2011).

Conforme ressalta Castiglioni (2012), ao mencionar que a logística existe há bastante tempo, haja vista que ela estava presente no desenvolvimento das atividades militares e das necessidades resultantes das guerras, pois os líderes utilizavam essa ferramenta para planejar combates, foi dessa maneira que a logística ficou conhecida por muito tempo pela ligação com as atividades bélicas.

Os conceitos gerenciais contemporâneos que agregam modernidade a logística dizem respeito às mudanças econômicas e tecnológicas, capazes de agregar valor de lugar, tempo, qualidade e de informação à cadeia produtiva, com as quais, torna o gerenciamento logístico cada vez mais eficiente e competitivo, de forma a colaborar para tornar cada vez mais eficaz as operações que compõem a logística (OLIVEIRA e CANDIDO, 2006).

Segundo Fleury *et al* (2000), pode se dizer que é um paradoxo a função da logística, haja vista que ela é uma das atividades econômicas mais antigas no mundo, no entanto possui um dos conceitos gerenciais mais modernos. Segundo o autor, desde o momento em que o ser humano abandonou a economia extrativista e passou a se dedicar a atividades produtivas organizadas, de maneira que a sua produção passou a ser especializada e com a troca dos excedentes com outros produtores, surgiram três importantes funções da logística: estoque, armazenagem e transporte. Seguindo o conceito, o estoque era formado pela produção em excesso ou ainda não consumida; a armazenagem veio na necessidade de garantir a sua integridade do item estocado; e por fim, o transporte para que o produto pudesse se deslocar de um lugar para outro. Dessa maneira, é possível afirmar que a função logística é muito antiga e sua origem é confundida com o princípio da atividade econômica organizada.

Ching (2001) destaca a importância que a logística tem em uma organização, pois ela é responsável por todo o fluxo operacional dentro e fora do estabelecimento. Desta maneira, inicia-se com a chegada de insumos, passa pela distribuição do produto e chega até o cliente final, viabilizando o reconhecimento de um propósito adequadamente planejado, organizado e controlado.

De acordo com Ballou (1993, p. 17), a logística “é responsável por diminuir o hiato entre a produção e a demanda, de modo que os consumidores tenham bens e serviços quando e onde quiserem e na condição física que desejar”. Já para Christopher (1997, p. 2), a logística “é o processo de gerenciar estrategicamente a aquisição, movimentação e armazenagem de materiais, peças e produtos acabados – e os fluxos de informações correlatas – através da organização e seus canais de marketing, de modo a poder maximizar as lucratividades presente e futura através do atendimento dos pedidos a baixo custo”.

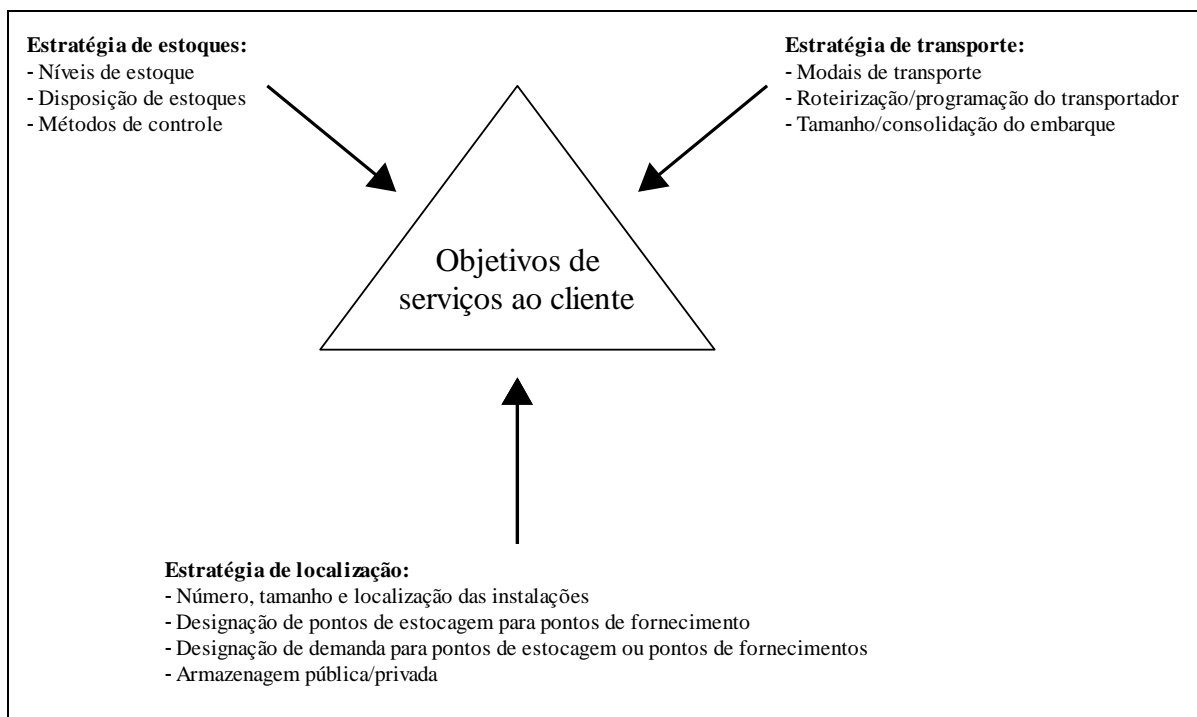
Portanto, a partir dos conceitos expostos, é possível definir a atividade logística, como o processo que visa que o consumidor final tenha o seu bem ou serviço quando e onde quiser, no menor tempo possível, com a maior qualidade, não deixando de lado a lucratividade resultante de um processo logístico eficiente.

2.2 PLANEJAMENTO LOGÍSTICO

Conforme as considerações anteriores, a premissa básica do sistema logístico diz respeito a assegurar que os bens ou serviços cheguem no instante e lugar exatos e na condição desejada, sendo este o objetivo central da logística.

Para que a premissa básica seja atendida, é preciso antes de tudo de um planejamento. Segundo Ballou (2006a), o planejamento logístico visa atender quatro questões: i) o nível de serviços oferecido aos clientes; ii) localização das instalações de centros de distribuição; iii) decisões de níveis de estoque e; iv) decisões de transportes que devem ser utilizados no desenvolvimento de todo o processo. Ainda, para o autor, os níveis de serviço ao cliente, a localização, o estoque e o transporte (Figura 1) são as principais áreas de planejamento e isso se deve a repercussão gerada pelas decisões que influenciam na lucratividade, no fluxo de caixa e no retorno sobre o investimento da empresa.

Figura 1 – Triângulo da tomada de decisões logísticas.



Fonte: (Ballou, 2006a, p. 54).

Portanto, percebe-se que as quatro áreas, ilustradas na Figura 1 são de suma importância para a empresa, tendo em vista que suas atribuições devem ser planejadas de forma integrada, de maneira que se possa obter um resultado operacional a partir das necessidades que o mercado exige de seus participantes (Ballou, 2006a). Dessa forma, é imprescindível que sejam coletadas informações do mercado no qual se está entrando e verificar suas demandas, pois são de significativa importância para o processo de planejamento logístico da empresa, do mesmo modo que deverá ser definida a maneira como serão utilizados os recursos, de modo a empregá-los de forma efetiva (GIACOBBO e CERETTA, 2003).

Segundo Wright *et al* (2000), ao ser implementada as estratégias logísticas e serem desenvolvidas as atividades, estarão sujeitas as alterações necessárias à medida que as condições ambientais ou organizacionais sofrerem transformações no ambiente interno ou externo. Segundo os autores, algumas modificações são difíceis de serem previstas: como de alguns fatores internos (quebra de veículos, incêndios em centros de distribuição, etc.) e fatores externos (interrupção de estradas, greves, mudança de rota etc.), de maneira a impedir que o proposto seja desenvolvimento de maneira efetiva e programado com o cliente.

Já para Heikkilä (2002) é preciso que haja o desenvolvimento de um sistema de serviços capaz de atender as necessidades dos clientes e tornar mais fluida a estruturação de um planejamento logístico e, dessa forma, a empresa terá maior facilidade para mensurar o nível de serviço oferecido ao cliente de maneira a não comprometer a sua lucratividade.

Assim, segundo Giacobbo e Ceretta (2003) os gestores deverão elaborar planejamentos logísticos eficientes e flexíveis de maneira que sejam previstos ajustes no decorrer do processo para

que atendam de forma efetiva caso algum evento externo aconteça, de maneira a evitar desconforto junto aos clientes e distribuidores pelas ações planejadas não terem sido cumpridas.

2.3 LOGÍSTICA INTEGRADA

Dentre os aspectos importantes e motivadores para a análise proposta no trabalho está a logística integrada, seu conceito possui dois pilares centrais: nível de serviço e custo total. O nível de serviço tem relação com a criação de valor para o produto ou serviço oferecido. O custo total diz respeito ao alcance e manutenção do serviço, que deve ser o menor possível ao longo do processo (GUERREIRO, BIO, MENDEL, 2011).

A logística integrada tem papel importante na criação de valor para o cliente, haja vista que suas operações estão relacionadas com planejamento e controle de produção, movimentação de materiais, embalagem, armazenagem e expedição, distribuição física, transporte e sistemas de comunicação que, realizadas de modo sincronizado, de maneira a fazer com que as empresas agreguem valor aos serviços oferecidos aos clientes (STOCK *et al*, 1999; BALLOU, 2001). Portanto, a logística deve ser pensada de maneira estratégica com o objetivo de se obter vantagem competitiva frente aos concorrentes.

O serviço ao cliente representa o principal papel da logística integrada no cumprimento do conceito de marketing, já a satisfação do cliente é alcançada quando ocorre à criação de valor ao cliente e seus desejos são atendidos por meio dos quesitos qualidade e disponibilidade. Os elementos que compõem a criação de valor são tempo, lugar, posse e forma, sendo que o tempo e o lugar são controlados pela logística por meio de atividades relacionadas ao transporte, fluxos de informação e de estoques. (BALLOU, 2006a; MENTZER *et al.*, 2001; BOWERSOX, *et al.*, 2006). A seguir serão analisados quais os processos logísticos que perpassam os eventos literários.

2.4 EVENTOS LITERÁRIOS

Inicialmente, antes de se adentrar ao que se compreende como evento literário, faz-se necessário uma conceituação sobre o que é um evento. Vários autores dissertaram a respeito e com propósitos distintos, conforme se observa na sequência:

Quadro 1 – Conceitos de evento para diferentes viéses.

Autor/Ano	Viés	Conceito
Giácomo (1993)	Marketing	"O evento enquanto <i>mix</i> de comunicação tem como objetivo minimizar esforços, fazendo uso da capacidade sinérgica do qual dispõe o poder expressivo no intuito de engajar pessoas numa ideia ou ação".
Meirelles (1999)	Relações públicas	"Evento é um instrumento institucional e promocional, utilizado na comunicação dirigida, com a finalidade de criar conceito e estabelecer a imagem de organizações, produtos, serviços, ideias e pessoas, por meio de acontecimento previamente pré-planejado, a ocorrer em um único espaço

		com a aproximação entre os participantes, quer seja física, quer seja por meio de recursos da tecnologia".
Matias (2001)	Turismo	<p>"Ação do profissional mediante pesquisa, planejamento, organização, coordenação, controle e implantação de um projeto, visando atingir seu público-alvo com medidas concretas e resultados projetados".</p> <p>"Conjunto de atividades profissionais desenvolvidas com o objetivo de alcançar o seu público-alvo pelo lançamento de produtos, apresentação de uma pessoa, empresa ou entidade, visando estabelecer o seu conceito ou recuperar a sua imagem".</p> <p>"Soma de ações previamente planejadas com o objetivo de alcançar resultados definidos perante seu público-alvo".</p>

Fonte: elaborado pelos autores (2017).

Percebe-se aqui a abrangência de interesses e a dinamicidade que os eventos podem vir a proporcionar, independente disso, é inerente que os eventos têm a capacidade de interlocução entre pessoas de diferentes grupos e empresas por um objetivo comum.

Segundo Giacaglia (2008) e Coutinho (2010), os eventos comerciais e institucionais podem ser classificados de acordo com sua finalidade (institucionais, comerciais, científicos, culturais ou sociais), porte (pequeno, médio ou grande), área de abrangência (local, regional, nacional ou internacional), público-alvo (geral, dirigido ou específico), âmbito (externo ou interno), periodicidade (fixa, móvel ou esporádica) e nível de participação (financiamento próprio ou patrocínio). Ademais, de acordo com suas características e singularidades, adquirem distintas tipologias, como: congressos (programação centrada em determinada área/tema); *roadshows* (eventos itinerantes e de mesmo conteúdo); eventos culturais; desportivos; sociais; *workshops* (cursos intensivos ou grupos experimentais); convenções de vendas; exposições; salões; feiras entre outros. Como propósito deste trabalho, nos adentraremos um pouco mais a respeito das feiras.

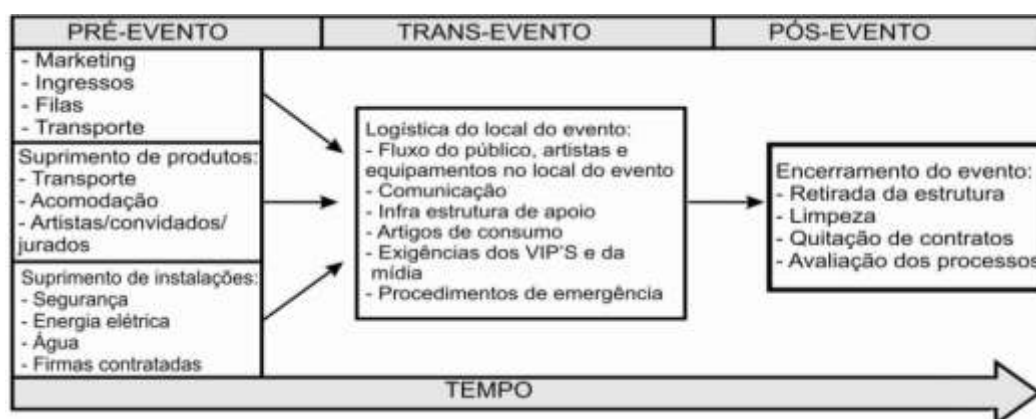
Conforme Coutinho, pode-se compreender eventos do tipo feiras como:

"iniciativa de uma ou várias empresas que se associam para divulgar e promover seus produtos, técnicas e serviços, visando à comercialização. A finalidade principal da feira é, em última instância, a conquista de mercado, isto é, o aumento da demanda pelos produtos em exposição" (2010, p.18).

A autora complementa que neste tipo de evento, os visitantes tem contato direto com os produtos expostos e por se caracterizarem geralmente como eventos de grande porte, tendem a ter periodicidade anual ou bienal e duração média de 15 dias. De acordo com os tipos de produtos ofertados, podem classificar-se como verticais ou setoriais – para apenas uma categoria de mercadoria, tecnologia ou serviço; ou horizontais – quando há variedade nas ofertas. Ainda, Matias (2013) complementa que as feiras podem se subdividir em comerciais, industriais e promocionais. Na primeira subdivisão, pretende-se promover e vender e, para tal, são expostos produtos acabados ao público em geral; no segundo tipo, os produtos encontram-se em estágio de transformação e o público-alvo é formado por provedores da indústria e comerciantes; e o último tipo é composto por serviços, equipamentos ou materiais relacionados à algum grupo profissional, portanto, tem um caráter dirigido.

Independente do evento, todos tratam-se de projetos com início, meio e fim que necessitam de um plano bem estruturado e uma variedade de profissionais que se inter-relacionam para obtenção do êxito e para minimizar os transtornos que possam envolver todas as fases. Ademais, de acordo com suas peculiaridades, cada evento terá características próprias, com tarefas e prazos distintos. Para fins desse estudo, será adotado o modelo proposto por Allen *et al* (*apud* STOCK, 2009), no qual subdivide os eventos em pré-evento, trans-evento e pós-evento. A seguir evidencia-se o modelo proposto pelo autor que compreende os componentes do sistema logístico de eventos:

Figura 2 – Componentes do sistema logístico de eventos.



Fonte: Allen *et al*, 2008 *apud* Stock, 2009.

A Figura 2 elucida os componentes das três fases dos eventos, de modo geral, trata-se de um modelo voltado para a realização dos eventos em sua totalidade. Para este estudo de caso, devemos compreender que nem todos elementos serão evidenciados, tendo em vista que a ampla estrutura de um evento como a Feira do Livro de Porto Alegre é de responsabilidade de uma comissão formada pelos agentes da Câmara Riograndense do Livro, portanto, a Editora e Livraria UFSM são apenas um dos seus expositores mas que, para compor este evento, necessita passar por esta sequência de etapas, porém com caracterizações menores e peculiares, ainda que seguindo uma série de normas impostas pelo regimento.

No Brasil, há centenas de eventos literários, tanto nas capitais estaduais como em municípios menores, os quais recebem diversas denominações, como: bienal do livro, semanas do livro, salões, festas literárias, feiras do livro etc. Independente da nomenclatura, em geral, trata-se de locais de debate, entretenimento, interlocução entre autores e leitores, comércio de livros e uma vasta agenda de atrações.

Conforme Earp (2005), o mercado editorial mundial edita anualmente um milhão de novos títulos, o que ocasiona um descompasso entre a desmedida oferta global e a limitada capacidade de absorção pelo consumidor individual. Ainda, por mais que existam inúmeros *best-sellers*, o mercado do livro não se comporta de forma maciça e, por isso, abarca clientelas segmentadas e nichos especializados. Neste sentido, o autor sintetiza:

“O problema fundamental do editor não é colocar o seu produto no mercado, mas encontrar o leitor certo para cada um de seus títulos. O problema fundamental do consumidor é encontrar os livros que o interessam em meio à multiplicidade de títulos produzidos. Juntando a oferta fácil com a demanda difícil, temos de fazer com que os editores e os compradores de livros se encontrem mutuamente.” (EARP, 2005, p. 18)

A partir do trecho supracitado, percebemos um dos papéis importantes que cabem aos eventos literários, que é promover esta conexão entre editores e consumidores, a partir de uma vasta quantidade de títulos e temáticas, que permita ao público ter contato em um único espaço com o que tem sido produzido globalmente. Ainda, contribuem para o incentivo à leitura e à construção do conhecimento, questões constantes e desafiadoras na sociedade atual, principalmente nos países de terceiro mundo (GONÇALVES e AZEVEDO, 2004). Ademais, Pardo (2014) complementa que as feiras permitem mensurar o estado dos campos editoriais, literários e culturais de um país, bem como o campo do poder político e econômico.

3. METODOLOGIA

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Este estudo se desenvolveu a fim de identificar quais são os processos logísticos que envolvem a participação da Editora e Livraria da UFSM em eventos literários como a Feira do Livro de Porto Alegre. Para tal, o trabalho classifica-se metodologicamente como um estudo de caso, de abordagem qualitativa e de natureza descritiva.

Os estudos qualitativos possuem como ponto de partida uma realidade que se deseja descobrir, compreender, construir ou interpretar a partir de múltiplas realidades subjetivas que são relativas ao contexto dos atores envolvidos. Por isso, o modo de investigação e habilidades do pesquisador é algo de grande importância. Em relação ao desenho da pesquisa, o aspecto qualitativo permite formatos abertos e flexíveis, os quais vão sendo construídos ao longo do trabalho de campo (HERNÁNDEZ SAMPIERE, 2013).

A natureza descritiva permite observar situações de modo a estabelecer padrões que podem vir a ocorrer novamente em circunstâncias semelhantes. Pode ser realizada de várias formas, dependendo do tipo de problema que está sendo investigado, como por meio de entrevistas, questionários, registros visuais etc. (WALLIMAN, 2015). Gil (2010) complementa que este tipo de objetivo de pesquisa tem por finalidade descrever as características de uma população ou fenômeno e estabelecer relações entre suas variáveis.

Optou-se pelo estudo de caso como método de pesquisa tendo em vista que este surge do anseio da compreensão sobre fenômenos sociais complexos, permitindo aos investigadores reterem uma visão holística sobre o “caso” (YIN, 2015). Ademais, é naturalmente muito comum em estudos da área administrativa, já que permite a compreensão de sobre indivíduos, grupos e organizações. A seguir apresenta-se o perfil da amostra para este estudo de caso.

3.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA

A Feira do Livro de Porto Alegre foi inaugurada em 1955, portanto em 2017 realizou sua 63ª edição. Conforme divulgado no portal *web* oficial, o evento é referência nacional pelo seu “caráter democrático e pela consistência de trabalho que desenvolve na área de promoção da literatura e da formação de leitores”⁶. A Câmara Riograndense do Livro é o órgão organizador do evento e o local de realização da feira, desde a primeira edição, se manteve na Praça da Alfândega, Centro Histórico de Porto Alegre/RS.

Ainda de acordo com informações do Portal, em 2006, foi reconhecida como um dos mais importantes eventos culturais brasileiros, recebendo uma medalha de Cavaleiro da Ordem do Mérito Cultural, outorgada pela Presidência da República. Além disso, é considerada a maior feira literária a céu aberto das Américas e, por isso, foi declarada em 2010 como Patrimônio Imaterial da Cidade de Porto Alegre, pelo Conselho do Patrimônio Histórico e Cultural da Capital⁷.

A Feira do Livro de Porto Alegre é dividida em três partes: área geral, com livros diversos, composta por livrarias, sebos, creditistas, editoras e distribuidores de livros; área internacional, formada somente por livreiros com livros de línguas distintas ao português; e área infantil e juvenil, constituída por livrarias que ofertam literatura voltada a este público. Ao todo, são mais de 130 associados à Câmara Riograndense do Livro, dos quais alguns oscilam sua participação no evento em alguns anos. Na 63ª edição, a área geral contava com 91 bancas; a área infantil e juvenil com 13 estandes; e a área internacional com 6 expositores, conforme Quadro 2, abaixo. Todo o ano, centenas de escritores, ilustradores contadores de histórias participam do evento mediante sessões de autógrafos, oficinas, mesas-redondas, palestras, programações artísticas etc. Para realização das programações, a feira conta com o apoio estrutural de alguns prédios públicos e privados que se localizam nas redondezas da Praça da Alfândega.

Quadro 2 – Relação dos expositores presentes na 63ª Feira do Livro de Porto Alegre, por área e categoria.

⁶ Disponível em: <<http://www.feiradolivro-poa.com.br/a-feira/>>. Acesso em: 28 nov. 2017.

⁷ Disponível em: <http://www.camaradolivro.com.br/noticias_det.php?id=84>. Acesso em: 28 nov. 2017.

Área	Categoria	Expositores
Geral	Livrarias	Entrelinhas, Paulus, Ano Bom, Paulinas, Sebo Colossal, Palmarinca, Projeto Educacional, Rogil, Luz e Vida, Terceiro Mundo, Traça, Fogaça, Martins Livreiro, Erico Veríssimo, Província, Lazer, Beco dos Livros, Letras e Companhia, Cervo, Momento Cultural, Estação Cultura, Brik dos Livros, Concórdia, Ladeira Livros, Magia da Leitura, Mosaico, Livros de Negócios, Inovação Cultural, FERGS, Isasul, Chick, Cesma, Nova Roma, Aurora, Milenar, Mania de Ler, Jéferson da Silva Kohls e Cia, Vozes, Via Sapiens, Saraiva e Confraria Livros.
	Editoras com livros próprios	Sulina, Edipucrs, UFRGS, Belas Letras, UCS, Besouro Box, Martins Livreiro, Avenida, Unisinos, Leitura XXI, Grupo A, Bodigaya, Dublinense, AGE, Libretos e Metamorfose, Ulbra, Movimento, Moderna, Seicho-No-Ie, Talismã, Tomo Editorial e Edelbra.
	Editoras com livros de terceiros, distribuidores e creditistas	Recanto das Letras, BL Livros, A Página, Dom Quixote, Arte & Liter, Livros do Sul, Editora e Livraria UFSM , Artes e Ofícios, Pradense, J.L. Barbosa, Verbo Jurídico, Jardim dos Livros, Santucci, Pacheco, Mano Ciro, Paulo, Santa Ana, Ciranda de Livros, Rigel, AJR, Alternativa, Multilivro, PNC, Eurolivros
Infantil e Juvenil	Livrarias	SVB e Livraria Espaço Cultural
	Editoras com livros próprios	FTD
	Editoras com livros de terceiros, distribuidores e creditistas	Nunes Martins, Cassol, Pró Cultura, Nova Era, Fontoura, Ler e Saber, R.L., WCG, Ama Livros.
Internacional	-	Calle Corrientes, SBS, Livraria Francesa, Instituto Cervantes, Cirkula e Países Nórdicos.

Fonte: elaborado pelos autores (2017).

Dentre os associados, está a Editora e Livraria UFSM, as quais participam da Feira do Livro de Porto Alegre há mais de 20 anos. A Editora da Universidade Federal de Santa Maria foi fundada em outubro de 1981 e doze anos depois, decorrente da necessidade de um ponto de vendas para as publicações, criou a Livraria UFSM. Juntas, já percorreram várias feiras no Rio Grande do Sul, como a Feira do Livro de Santa Maria, a Feira do Livro FURG (em Rio Grande), a Feira do Livro de Cachoeira do Sul, a Feira do Livro de Palmeira das Missões, além de outras participações itinerantes em eventos acadêmicos. Sozinha, a Editora UFSM participa anualmente da Bienal Internacional do Livro, no Rio de Janeiro e em São Paulo, por meio de um estande coletivo da ABEU (Associação Brasileira de Editoras Universitárias), além de outras feiras pelo país nas quais a ABEU, por meio de parcerias com empresas locais, promove estandes coletivos com suas associadas.

A partir deste cenário, esta pesquisa tem como objetivo descrever o processo logístico desenvolvido pela Editora e Livraria UFSM para participação na Feira do livro de Porto Alegre. É preciso levar em consideração o vínculo deste órgão com uma instituição de ensino pública, fator que faz com que muitos processos tornem-se particulares e específicos neste tipo de organização.

Portanto, de um universo de mais de 130 associadas à Câmara Riograndense do Livro, a amostra deste estudo se restringe a uma associada que atua na Área Geral, pertencente à classe “editoras com livros de terceiros, distribuidores e creditistas” e que é vinculada a uma universidade

pública, sediada em município distinto ao da Feira. Nestas características, a Editora e Livraria UFSM é perfil único dentre às participantes. A seguir apresenta-se como foi realizada a coleta de dados.

3.3 TÉCNICA DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS

Como técnica de coleta de dados foram utilizadas a revisão de literatura e a entrevista. A revisão de literatura implica “detectar, consultar e obter a bibliografia e outros materiais úteis para os propósitos do estudo, dos quais são extraídos e sintetizados informação relevante e necessária para o problema de pesquisa” (HERNÁNDEZ SAMPIERE, 2013, p.76). Assim, este estudo iniciou-se com o levantamento de referencial teórico acerca dos temas de logística e um aprofundamento sobre planejamento logístico; e, para inserir-se no campo foco do estudo de caso, uma introdução às temáticas que envolvem eventos literários.

Em um segundo momento, foram realizadas entrevistas referentes aos processos e componentes do sistema de logística envolvidos desde a concepção, pré-evento, trans-evento e pós-evento Feira do Livro de Porto Alegre, vivenciados pelos servidores da Editora e Livraria UFSM. O roteiro de entrevistas foi baseado e adaptado a partir dos modelos propostos por Allen *et al* (2008, *apud* STOCK, 2009), Matias (2013) e Galvão (2014). As entrevistas estruturadas se deram por escrito, via e-mail, com os dois responsáveis pela organização: um pelo que compete à livraria e um pelas atribuições gerais e da editora. De acordo Yin, as entrevistas podem ser consideradas como fontes de grande relevância de evidência em estudos de caso, porém, deve ser ressaltado que as respostas obtidas são sujeitas à “problemas comuns de parcialidade, má lembrança e articulação pobre ou inexistente” (2015, p.117). Portanto, torna-se importante cruzar informações com respostas de outras pessoas ou outras fontes.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Esta seção aborda a compreensão sobre os processos logísticos que correspondem as fases pré-evento, trans-evento e pós-evento pelas quais a Editora e Livraria percorrem para participação com expositor durante na Feira do Livro de Porto Alegre. Deste modo, cada seção de perguntas buscou identificar os componentes referentes aos recursos humanos, espaço físico e infraestrutura, recursos materiais e fornecedores.

4.1 PRÉ-EVENTO

A fase pré-evento é de extrema importância e corresponde a aquela anterior ao início do evento, na qual é necessária a realização de um planejamento para evite contratempos durante o evento. Neste sentido, caso haja falhas, serão necessárias ações corretivas durante o trans-evento.

De acordo com os entrevistados, o pré-evento começa bem antes de o evento iniciar, em torno de 6 meses antes, conforme pode-se verificar:

“Primeiramente devemos realizar a inscrição que se dá mediante uma série de documentações, como notas fiscais que comprove que trabalhamos com várias editoras ao longo de todo o ano etc. Esse é um processo que se dá bem antes do período da feira, ainda no mês de maio/junho. Somente após o pagamento é que estamos habilitados a participar da Feira do Livro de Porto Alegre e, para tal, podemos identificar tudo que se faz necessário.” (entrevistada editora).

Verifica-se que esta periodicidade refere-se a uma fase burocrática e, por isso, necessita de tamanha antecedência, já que os organizadores do evento necessitam saber qual será a quantidade de recurso que entrará por meio das inscrições, bem como qual o espaço físico necessário para que todos os expositores fiquem instalados adequadamente. A partir do exposto, percebe-se que há um planejamento prévio, o qual foi desenvolvido basicamente via experiência em feiras de livros anteriores. Vários autores abordam esta temática, no sentido de explanar a importância de planejar-se, de modo a minimizar transtornos inesperados, conforme é possível identificar no conceito traçado por Zitta: “planejamento é o processo desenvolvido para alcançar uma situação desejada, de modo mais eficiente e efetivo, com a menor concentração de esforços pela empresa. O processo planejar envolve salutar modo de pensar” (2009, p. 224).

Posterior a este prazo, os mesmos informam que as demais atividades começam a ser preparadas com dois meses de antecedência ao início do evento. Estas atividades correspondem aos processos: pedidos reposição de livros às editoras; conferência de estoque de suprimentos de expediente; necessidade de reformas nas instalações (estande); solicitação de máquinas de cartão; conferência da validade do extintor de incêndio; identificação e escala da equipe de vendas; confecção de memorandos de transporte das instalações, caixas de livros e materiais de expediente e materiais permanentes (para utilização fora dos limites da universidade); solicitação de diárias etc.

A respeito dos recursos humanos necessários, foram solicitadas as competências evidenciadas para a formação da equipe de vendas, dos quais se constatou características como responsabilidade, atenção, agilidade, presteza, organização, boa comunicação, pró-atividade e simpatia. Esses atributos evidenciam que é necessária uma equipe comprometida e que possa ter capacidade de atender aos possíveis problemas que venham a acontecer no decorrer do evento. Ademais, o atributo simpatia remete à forma de tratamento com os clientes, de modo que se sintam à vontade ao frequentar o estande.

O processo de seleção da equipe de vendas é realizado com a equipe interna, de acordo com os critérios a seguir, elencados por ordem de preferência: (i) experiência com atendimento e vendas; (ii) disponibilidade e interesse de participação durante o período; (iii) responsabilidade; e (iv) conhecimento prévio do acervo. Caso não haja quantidade de servidores necessária, é facultado o interesse dos bolsistas da editora e livraria em participar. A equipe necessária corresponde há duas pessoas todo o tempo, portanto, podem ser realizados revezamentos de equipes. As mesmas são montadas de acordo com a disponibilidade de cada integrante e o conhecimento prévio em feiras anteriores.

Com relação aos recursos humanos, percebe-se que há uma preocupação por selecionar e encaminhar uma equipe de vendas tenha conhecimento sobre a empresa e os produtos oferecidos, bem como características pessoais que corroborem para uma boa imagem da empresa a qual estão representando. De acordo com o Manual de Feiras e Exposições do SEBRAE (2008), as pessoas que realizam o atendimento junto aos clientes devem ser profissionais bem selecionados, treinados, orientados e com informações suficientes para a realização de um atendimento adequado. Além disso, devem ser disciplinados quanto ao horário de abertura do evento e no estande deve ter uma pessoa com poder de decisão. A partir disso, foi elencado alguns atributos necessários para os profissionais de feiras: ter experiência, gostar e estar motivado para a realização das tarefas, ser responsável, ter boa aparência e vestir-se adequadamente, ter bons conhecimentos técnicos e comerciais, boa memorização, saber comunicar-se com clareza e objetividade, entre outros.

Em relação ao treinamento da equipe, a entrevistada da livraria informa que “não é necessário treinamento, pois são pessoas que já conhecem a rotina de trabalho com a venda de livros”, mas complementa que, caso necessário, o mesmo será dado concomitantemente ao evento. Neste sentido, a outra entrevistada destaca que sempre são formadas duplas em que conste ao menos uma pessoa que domine o funcionamento da feira e, portanto, já tenha experiência. Assim, o treinamento é realizado durante o evento por meio de observação e repasse de algumas dicas do mais experiente ao menos experiente. Ainda complementa sobre possíveis melhorias nos processos:

“Nós somos bem abertos às críticas e sugestões de melhoria dos processos, então às vezes uma pessoa sem experiência vem com novas propostas de arranjo que não tinham sido pensadas e são incorporadas. Às vezes são sugeridas coisas que já tentamos e não deu certo, então continuamos do modo como estávamos operando.” (entrevistada editora)

Conforme esta afirmação percebe-se que os processos estão sempre em constante aperfeiçoamento, o que pode vir tanto de fontes internas, quanto externas. A respeito das tarefas realizadas pré-evento, as equipes de vendas já participam desse processo antes de se deslocarem para a feira, período em que é possível maior aprofundamento sobre o acervo a ser oferecido aos clientes. Assim, foram listadas a relação de tarefas realizadas com 15 a 20 dias de antecedência à feira: realizar a listagem dos itens (livros e materiais de expediente) a serem encaminhados e realizar a separação, inserção de preço e encaixotamento; e providenciar troco em dinheiro.

Sobre o processo de seleção dos produtos (livros) a serem encaminhados para a feira, com relação à variabilidade e quantidade enviada, observou-se que esta atividade é realizada baseada em experiências de feiras realizadas anteriormente. Cabe aqui o alerta exposto por uma das entrevistadas: cada feira tem sua particularidade, é preciso conhecer o público-alvo do evento e identificar o nicho a ser atendido. Neste sentido e baseado na caracterização como livraria e editora universitárias, a Editora e Livraria UFSM optam por encaminhar um acervo que abranja livros técnicos, didáticos e científicos de variadas áreas do conhecimento, primando pelos últimos lançamentos e aqueles com maior potencial de venda. Assim, títulos, áreas e quantidades enviadas e vendidas em anos anteriores são examinados para formar o *mix* de títulos da próxima feira. A quantidade é estabelecida a partir da capacidade do estande, o qual foi informado que acomoda em torno de 2400 unidades de

livros (em torno de 70 caixas médias), logo, preza-se pela maior variabilidade e menor estoque de títulos repetidos.

A respeito dos modais de transporte para envio dos materiais, o mesmo é realizado mediante equipe de transporte interna da instituição de ensino, a partir de solicitação prévia via memorando. Estes realizam a coleta, transporte, montagem/desmontagem e entregas no local onde o estande estará alocado. Os materiais costumam ser enviados em dois momentos distintos: o primeiro refere-se ao envio do estande, quando o mesmo será montado e a rede elétrica será instalada, o qual ocorre em torno de 4 a 5 dias antes do início da feira; e o segundo, quando são enviadas as caixas de livros e materiais de expediente, atividade realizada no dia imediatamente anterior ao início do evento. Já a equipe de vendas geralmente utiliza transporte coletivo intermunicipal e realiza este deslocamento dois dias antes ao evento começar.

Assim, no dia anterior ao início da feira é realizada a organização do estande, onde as tarefas de separação dos livros por temática é realizada e disposta de modo ordenado para fácil acesso durante os dias do evento. As atividades pré-evento findam neste momento. A seguir será analisado o processo trans-evento.

4.2 TRANS-EVENTO

A fase trans-evento inicia no dia de abertura da feira e finda em seu último dia, esse período costuma durar em torno de 16 dias.

Conforme as entrevistadas, neste período as atividades diárias são: abertura (com a exposição externa do acervo), atendimento, transações mercadológicas, solicitações de reposições e fechamento (recolhimento do acervo). No entanto, as mesmas destacam que devido à distância, são realizadas poucas reposições, entre 3 a 4 em todo o período, as quais são realizadas por meio de “carona” de veículos oficiais que estão realizando o deslocamento Santa Maria – Porto Alegre no período, logo, não há uma periodicidade de reposições, o que ocasiona ausência de estoque de produtos.

Com relação ao controle do material enviado à feira, constatou-se que o mesmo se realiza de modo simplificado: para o transporte, as caixas são sinalizadas com etiquetas numeradas as quais indicam quantidade e conteúdo; já os livros são listados em uma planilha eletrônica onde constam informações como título, editora, ISBN, quantidade enviada, preço de capa e desconto aplicado. Conforme as vendas vão sendo realizadas, os livros recebem uma marcação – o que indica que não consta mais no acervo. Já o armazenamento dos livros e materiais de expediente no período trans-evento ocorre nos limites do estande e dos baús externos. Portanto, faz-se necessário como recursos tecnológicos apenas as máquinas de cartão de crédito e um notebook. Conforme as entrevistadas, em relação a utilização de *softwares* de auxílio, foi informado que no momento se restringe às planilhas eletrônicas, no entanto, em anos anteriores era utilizada uma cópia do *software* que consta na loja física, o que permitia a realização de pesquisas por vários campos dos livros – como autor ou estoque na loja – o que possibilitava trabalhar com encomendas.

Quanto a estrutura física, trata-se de um estante desmontável com dimensão aproximada de 4m² e três baús de exposição com rodas, conforme a Figura 3.

Figura 3 – Estande da Editora e Livraria UFSM.



Fonte: arquivo Editora UFSM. Projeto desenvolvido por Lineas Studio Arquiteturas (2008).

As entrevistadas consideram que a estrutura poderia ser mais ampla para que coubesse maior quantidade de estoque. No entanto, complementam que devido à padronização de espaços em algumas feiras, não há muitos recursos para que o espaço possa ser ampliado. Deste modo, o principal desafio explanado relacionado à estrutura refere-se à acomodação dos livros de forma organizada ao máximo para que mais quantidades possam ser enviadas, não comprometendo o fluxo interno da equipe de vendas.

Quanto aos procedimentos de segurança durante o evento, o estande conta com gaveta para troco devidamente chaveada. Além disso, há segurança diurna e noturna particular e policiamento intensivo – de responsabilidade da organização do evento. No entanto, as respondentes complementam que em feiras a céu aberto, como ocorre na Feira do Livro de Porto Alegre, todos os expositores precisam recolher diariamente os livros expostos e as bancas devem ser fechadas com cadeados ou chave. Por mais que a organização disponha de segurança constante, o amplo espaço aberto necessita que cada expositor resguarde seus pertences.

No que tange a limpeza, foi informado, conforme Manual do Expositor, que cada associado é responsável pelos entornos do seu estande, prezando pela limpeza e pelo fluxo do público, portanto, aqueles que não cumprirem esta normativa podem ser multados pela comissão organizadora.

Quanto às questões relativas ao transporte, hospedagem e alimentação da equipe durante o evento, foi informado que cada integrante recebe um valor de diária e auxílio deslocamento para representar a Editora e Livraria UFSM no estande, logo, cada membro tem livre escolha sobre onde se

hospedar e realizar as refeições, assim como o modo de se deslocar de acordo com os limites do valor recebido para que não acarrete em despesas extras à equipe. A seguir, decorrem as atividades realizadas no período pós-evento.

4.3 PÓS-EVENTO

A fase pós-evento compreende as atividades realizadas imediatamente após o término da feira. Conforme informa a entrevistada da livraria:

“Esse é o momento em que se faz necessário a alocação dos livros nas caixas para retorno para Santa Maria. Como não temos local para depósito das caixas em Porto Alegre, isso faz com que tenhamos que aguardar o transporte chegar de Santa Maria para iniciar o processo de encaixotamento. Posteriormente a isso, há o deslocamento de suprimentos e das instalações de Porto Alegre para Santa Maria, que ocorre por meio do transporte oficial [da universidade] e dos funcionários via ônibus de linha [intermunicipal]. Os materiais chegam na editora e na livraria no dia posterior, quando é necessário realizar a conferência para que se possa fazer os devidos acertos.

Assim, esta fase perpassa conferências do estoque que retornou com aquele enviado primeiramente somado com as reposições; posterior a isso, realizadas as prestações de contas aos fornecedores (editoras), bem como emissão de notas fiscais, etc. A realização destas tarefas, as entrevistadas informaram perdurar em torno de cinco dias. Além disso, é realizada uma avaliação do evento em geral em que se levam em conta aspectos financeiros, desafios percorridos e ganho de imagem, visando extrair o retorno obtido para a instituição e órgão específicos.

5. CONCLUSÕES

A partir do conceito de eventos, entende-se que estes acontecem com objetivo principal de unir público-alvo e empresas por meio de uma ideia ou ação de interesse mútuo. E para que os eventos se concretizem, faz-se necessário a pesquisa, planejamento, organização, controle e implantação de um projeto. São partes de extrema relevância em todas as áreas os serviços logísticos, tendo em vista que estes envolvem decisões a respeito dos recursos humanos e materiais, dos fornecedores e do espaço físico necessários, com o propósito de bem atender as exigências dos clientes.

Neste sentido, os resultados deste estudo buscaram compreender quais os elementos que envolvem o processo logístico nas fases pré, trans e pós-evento da Editora e Livraria UFSM para que tenham uma efetiva participação como expositores em eventos como a Feira do Livro de Porto Alegre.

Deste modo, identificou-se que a fase pré-evento pode ser compreendida como uma das mais importantes, tendo em vista que as ações e decisões tomadas neste momento são relevantes

para o sucesso no evento, evitando possíveis contratemplos. Constatou-se que este período inicia-se muito antes do evento, desde o período mais burocrático referente às inscrições. Além disso, envolve atividades como reposição de livros, consertos, solicitações via memorandos, conferência de materiais de expediente, seleção da equipe de vendas e solicitação de diárias, seleção do acervo a ser oferecido aos clientes, entre outras tarefas.

Já a segunda fase, chamada trans-evento, trata-se de um período em que ocorrem atividades repetitivas, mas de grande reponsabilidade, já que é o momento em que tudo o que foi planejado previamente deve ocorrer da forma mais branda possível, no entanto, caso ocorram percalços, evidencia-se a relevância de ter uma equipe bem preparada para buscar soluções. Assim, essa fase é marcada pelas atividades diárias de exposição, atendimento, transações mercadológicas, controle, manutenção da organização e reposições etc. Evidencia-se, aqui, no que tange o transporte, hospedagem e alimentação, que cada integrante da equipe de vendas é responsável por definir o mais adequado para si, a partir dos valores de diária recebidos.

A última fase, pós-evento, é a que compreende o menor tempo de realização, momento de retornar, realizar conferências, prestações de contas e avaliação geral dos retornos, desafios e ganhos de imagem, visando melhorias para os próximos eventos que virão.

Em relação às dificuldades e desafios pelos quais a Editora e Livraria UFSM perpassam, verifica-se a limitação de espaço do estande, que impede que o acervo enviado seja mais variado e que sejam encaminhadas unidades repetidas para estoque. Outro aspecto refere-se às limitadas reposições, o que faz com que demore ou impeça que os pedidos dos clientes sejam atendidos, caso não haja o livro à disposição. Um terceiro obstáculo encontra-se na ausência de um *software* que contemple informações completas sobre as obras que estão expostas e sobre aquelas que estão em estoque na livraria e editora, o que faz com que as informações a respeito do acervo sejam limitadas aos títulos, dificultando a busca por outras partes dos livros pelas quais os clientes solicitam temas ou informações.

A partir disso, propõem-se como melhorias a realização de treinamento prévio dos integrantes da equipe de vendas menos experientes, para que possam desempenhar um atendimento de melhor qualidade e mais eficiente; estabelecer parcerias com outros expositores da região de Santa Maria que estejam participando do evento, para possam ser realizadas maior quantidade de reposições, minimizando o custo de frete para ambos; instalação do mesmo *software* utilizado nas lojas físicas em um notebook a ser utilizado no evento para que se possa ter informações mais completas das obras ou ainda, solicitar ao desenvolvedor, planilha com informações completas dos produtos cadastrados para que possa ser realizada a consulta durante o evento; e por fim, com relação ao problema de estoque, estabelecer parceria com a Editora da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, co-irmã da Editora e Livraria UFSM, de modo que possa ser emprestado local para armazenamento de estoque.

Este artigo limitou-se a analisar os processos envolvidos com a Editora e Livraria UFSM para participação na Feira do Livro de Porto Alegre. Portanto, obteve-se uma visão restrita a respeito procedimentos que envolvem este expositor, bem como suas dificuldades e desafios. Sugere-se que esta pesquisa seja ampliada, de modo a conhecer como se caracteriza os mesmos processos por

outras empresas de cidades distintas a Porto Alegre e que expõem nesta mesma feira, de modo que possam ser evidenciadas etapas mais simplificadas e desafios já superados, para troca experiências entre os envolvidos, objetivando resultados mais eficientes e satisfatórios

REFERÊNCIAS

BALLOU, R. H. **Logística empresarial**: transportes, administração de materiais e distribuição física. São Paulo: Atlas, 1993.

_____. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos**: planejamento, organização e logística empresarial. 4 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

_____. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos**: logística empresarial. Porto Alegre: Bookman, 2006a.

BOWERSOX, D. J.; CLOSS, D. J.; COOPER, M. B. **Gestão Logística de Cadeia de Suprimentos**. São Paulo: Bookman, 2006.

CÂNDIDO, G. A.; OLIVEIRA, V. M. de. **Gerenciamento logístico**: o caso de uma indústria de alimentos. ENEGEP, Fortaleza, p. 01-09, Out., 2006.

CASTIGLIONI, J. A. de M. **Logística Operacional**: Guia Prático. 2 Ed. São Paulo: Érica, 2009.

CHING, H. Y. **Gestão de estoques na cadeia de logística integrada** - supply chain. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

CHRISTOPHER, M. **Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos**: estratégias para redução de custos e melhoria dos serviços. São Paulo: Pioneira, 1997.

COUTINHO, H. R. M. **Organização de eventos**. Manaus: Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, 2010.

EARP, F. S. **A economia da cadeia produtiva do livro**. Rio de Janeiro, BNDS, 2005.

FLEURY, P. F.; WANKE, P.; FIGUEIREDO, K. F. (Org.). **Logística empresarial**: a perspectiva brasileira. São Paulo: Atlas, 2000.

GALVÃO, A. L. B.; SILVA, G. C. da.. **Serviços logísticos**: organização e montagem de eventos. São Paulo: Érica, 2014.

GIACOBO, F.; CERETTA, P. S. Planejamento logístico: uma ferramenta para o aprimoramento do nível de serviço. In: **VI Semead**. São Paulo: FEA/USP, 2003. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/267950288_V_V_I_I_S_PLANEJAMENTO_LOGISTICO_UMA_FERRAMENTA_PARA_O_APRIMORAMENTO_DO_NIVEL_DE_SERVICO>. Acesso em: 23 nov. 2017.

GIÁCOMO, C. **Tudo acaba em festa**: evento, líder de opinião, motivação e público. São Paulo: Editora Página Aberta, 1993.

GIACAGLIA, M. C. **Organização de Eventos**: teoria e prática. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GONÇALVES, E. M.; AZEVEDO, A. B. de. **A Bienal do Livro na Mídia - Mercado ou Cultura?**. In: IV Encontro dos Grupos de Pesquisa da INTERCOM, 2004, Porto Alegre - RS, 2004.

GUERREIRO, R.; BIO, S. R.; MENDEL, S. F. Logística integrada, gestão da cadeia de suprimentos e mensuração de custos e resultados logísticos: um estudo com empresas brasileiras. **Advances in Scientific and Applied Accounting**, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 73-100, 2011. Disponível em: <<http://asaaccounting.info/asaa/article/download/39/32>>. Acesso em: 05 nov. 2017.

HEIKKILÄ, Jussi. From supply to demand chain management: efficiency and customer satisfaction. **Journal of Operations Management**. V. 20, pp. 747-767, 2002. Disponível em: <http://www.thefightside.com/uploads/3/7/9/5/37958949/from_supply_to_demand_chain_management.pdf>. Acesso em: 05 nov. 2017.

HERNÁNDEZ SAMPIERE, R. **Metodologia de pesquisa**. 5 ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

MATIAS, M. **Organização de eventos: procedimentos e técnicas**. 6 ed. Barueri: Manole, 2013.

MEIRELLES, G. F. **Tudo sobre eventos**. São Paulo: STS, 1999.

MENTZER, J. T.; KEEBLER, J. S.; NIX, N. W.; SMITH, C. D.; ZACHARIA, Z. G. Defining Supply Chain Management. **Journal of Business Logistics**, v. 22, n. 2, p. 1–25, 2001. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/j.2158-1592.2001.tb00001.x/epdf>>. Acesso em: 05 nov. 2017.

PARDO, C. V. As feiras internacionais do livro como espaço de diplomacia cultural. **Revista Brasil Brasil**, p. 134 a 154. nº 50, ano 27, 2014.

SEBRAE. **Manual de Feiras e Exposições**. 2008.

STOCK, G.; GREIS, N P.; KASARDA, J. D. Logistics, strategy and structure: a conceptual framework. **International journal of physical distribution**, MCB University Press, v. 29, n. 4, p.224-239, 1999. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/237679785_Logistics_Strategy_and_Structure_A_Conceptual_Framework>. Acesso em: 05 nov. 2017.

STOCK, L. T.. **Logística Integrada em Eventos: um estudo de caso do Festival de Dança de Joinville/SC**. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria). Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, 2009.

WALLIMAN, N. **Métodos de pesquisa**. São Paulo: Saraiva, 2015.

WANKE, P. F.; MAGALHÃES, A. **Logística para micro e pequenas empresas**. São Paulo: Atlas, 2011.

WRIGHT, P.; KROLL, M. J.; PARNELL, J. **Administração estratégica: conceitos**. São Paulo: Atlas, 2000.

YIN, R. K.. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

ZITTA, C. **Organização de eventos: da ideia à realidade**. Brasília: Senac, 2009.