

Técnico em Logística

**Adriano Peres**  
**Érica Pereira**  
**Keran Patricia Barbieri**

**Logística para Eventos: Abordagem, Considerações e  
Operacionalização**

**Araraquara**  
2016

**Adriano Peres**  
**Érica Pereira**  
**Keran Patricia Barbieri**

**Logística para Eventos: Abordagem, Considerações e  
Operacionalização**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a ETEC "Prof.<sup>a</sup> Anna de Oliveira Ferraz", do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, como requisito para a obtenção do título de Técnico em Logística sob a orientação do Professor Antônio Cláudio Gonçalves da Silva.

**Araraquara**  
**2016**

Adriano Peres  
Érica Pereira  
Keran Patricia Barbieri

## **Logística para Eventos: Abordagem, Considerações e Operacionalização**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Etec Profa. Anna de Oliveira Ferraz como exigência parcial para obtenção do título de **Técnico em Logística**, sob orientação dos professores Fernando Dresch Obregão e Emerson Aparecido Augusto.

Aprovado em \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 201\_\_\_\_.

Banca Examinadora:

---

Prof. Orientador: Antônio Cláudio Gonçalves da Silva

---

Prof. Avaliador: Fernando Dresch Obregão

---

Prof. Avaliador: Emerson Aparecido Augusto

Dedicamos esta obra aos nossos familiares.

## **AGRADECIMENTO**

À Deus, sem o qual não teríamos disposição sobrenatural para fazermos este trabalho;

O Prof. Antônio Cláudio nosso orientador, que com paciência e sinceridade nos ajudou a concluir este trabalho;

A Etec Prof.<sup>a</sup> Anna de Oliveira Ferraz, que através de seu corpo docente, disponibilizaram conhecimento apropriado, aguçaram nossos intelectos, a fim de que pudéssemos perceber a importância da área de estudo que escolhemos;

Ao professor Luiz Paioli, que sempre de forma atenciosa e objetiva, esclareceu nossas dúvidas, sem dúvidas um excelente profissional;

Às nossas famílias, mesmo que distantes, nunca deixaram de nos apoiar e incentivar a concluir os nossos objetivos e concretizar os nossos sonhos, prezando a honradez e o caráter acima de qualquer outro valor.

A supervisão de logística é o coração do evento, sem o qual o restante do processo não funciona.

Janaína Britto e Nena Fontes

## RESUMO

Será abordado neste trabalho de conclusão, a logística voltada exclusivamente para o setor de Eventos. Será apresentada a real necessidade de padronização de etapas e processos dentro do mesmo, pois tal atitude traz qualidade, perfeição e inovação de forma concisa, que são inerentes para tal objetivo. O trabalho visa mostrar também a utilização dos recursos logísticos estudados no decorrer do curso aliados à pesquisa específica no setor de eventos para, dessa forma, impulsionar e valorizar ainda mais o setor, aguçando a curiosidade dos incautos e incentivando os seus realizadores, tornando-o mais conhecido e desmistificado, e mostrando sua importância dentro do patamar financeiro, turístico e tecnológico de uma cidade ou país, e que através dele pode-se garantir um progresso contínuo para a comunidade. Esse trabalho mostra a necessidade de organização e planejamento de eventos de qualquer magnitude, pois sem essa atitude tornar-se-á mais difícil a realização do mesmo, além de ser mais difícil alcançar o sucesso desejado e o retorno esperado para seus patrocinadores. É trazida, primeiramente, uma introdução de forma cronológica, a fim de inserir o leitor na essência da Logística, e como ela era utilizada em seus primórdios, mesmo que dentro do conceito militar e de forma estratégica, sendo decisiva para vitória em batalhas. Tais atitudes encaixam perfeitamente no mundo atual não em forma de guerras, e sim de forma competitiva por empresas e empresários, onde alguns desses visionários buscam sobrepujar seus concorrentes, antevendo situações e percalços, e realizando-as de forma adequada e precisa, e, acima de tudo, com o mínimo de perdas e conseguindo o menor custo possível. É mostrada a evolução da Logística até os dias atuais, mais precisamente em meados do século XX, onde finalmente viu-se a importância da mesma no mundo dos negócios. Logo após, faz-se um adendo ao conceito de evento, baseado em estudo de especialistas no ramo, apresentando suas definições e aplicações, e tudo que o envolve, sem vinculá-lo exclusivamente à festas, como é pensado, e que também que a sua realização não funciona apenas dentro do segmento financeiro como forma de marketing e apresentação de produtos e marcas, mas seu sucesso também está atrelado ao progresso evolutivo e tecnológico de um lugar, cidade, estado ou país, além de apresentar as crenças, culturas e tradições locais, promovendo-as também. Seguirão padrões e processos pertinentes que buscam otimizar todo o conteúdo, desde seu planejamento, movimentação de pessoas, transporte, alocação e montagem até a sua realização e finalização, para conseguir, aliados à habilidade de seus organizadores, na conclusão do evento, o sucesso esperado, resultando no o intuito primordial de satisfazer as necessidades e desejos dos clientes, e obter o lucro financeiro almejado pelos empresários, minimizando gastos. Finalizando, haverá exemplos de grandes e conhecidos eventos em âmbito mundial e a sua realização, e a apresentação de números, estatísticas e indicadores, mostrando em quais pontos o evento fora bem sucedido e atingiu os objetivos desejados e em quais pontos o mesmo poderia melhorar, levantando questões da real importância da supervisão logística no setor de eventos e a formação de profissionais qualificados para tanto.

**Palavras-chave:** Logística. Eventos. Inovação. Padronização. Supervisão.

## ABSTRACT

Will be addressed in this concluding work focused logistics exclusively for the events industry. You will see the real need for standardization of steps and processes within the same as this attitude brings quality, perfection and innovation concisely, which are inherent to this goal. The work also aims to show the use of logistical resources studied during the allies course the specific research in the field events to thus boost r further enhance the sector, whetting the curiosity of the unwary and encouraging their directors, making it best known and demystified, and showing its importance within the financial, tourist and technological level of a city or country, and through it we can ensure continued progress for the community. This work shows the need for organization and planning of any magnitude events, because without this attitude will become more difficult to achieve the same, and is more difficult to achieve the desired success and the expected return to their sponsors. It is brought, first, an introduction chronologically in order to insert the reader the essence of logistics, and how it was used in its infancy, even within the military concept and strategically, being decisive for victory in battle. Such attitudes fit perfectly in today's world not in the form of wars, but competitively for companies and entrepreneurs, where some of these visionaries seek to outdo their competitors, anticipating situations and mishaps, and performing them properly and accurately, and above all with minimal losses and achieving the lowest possible cost. Shown is the development of logistics to the present day, more precisely in the middle of the twentieth century, which finally saw the importance of it in the business worlds. Soon after, it is an addendum to the event concept, based on a study of experts in the field, with their definitions and applications, and everything that surrounds it, without linking it exclusively to the parties, as is thought, and also that its realization does not work only in the financial sector as a way of marketing and presentation of products and brands, but its success is also linked to the evolution and technological progress of a place, city, state or country, in addition to presenting the beliefs, cultures and traditions sites promoting them as well. Follow relevant standards and processes that seek to optimize all content, from its planning, movement of people, transportation, allocation and assembly to its realization and completion, to achieve, together with the ability of the organizers at the conclusion of the event, the expected success resulting in the primary objective of satisfying the needs and desires of customers, and obtain financial gain sought by entrepreneurs, minimizing expenses. Finally, there will be examples of large and known events worldwide and its implementation, and the presentation of numbers, statistics and indicators, showing which point the event was successful and achieved the desired goals and points at which it could improve, raising real issues importance of supervision logistics in the field events and the training of qualified professionals to do so.

**Keywords:** Logistics. Events. Innovation. Standardization. Supervision.

## Lista de Figuras

<b>Figura 1</b> – O cerco de Alésia .....	10
<b>Figura 2</b> – Fatores que dificultam a logística dos jogos .....	22
<b>Figura 3</b> – Logística dos Correios.....	24
<b>Figura 4</b> – Logística Mobiliária.....	25

## Lista de Fotos

<b>Foto 1 – Aeroporto de Viracopos</b> .....	21
--	----

# SUMÁRIO

<b>Introdução</b> .....	<b>08</b>
<b>1 História da Logística</b> .....	<b>09</b>
<b>2 Eventos</b> .....	<b>13</b>
2.1 Conceito de Eventos.....	13
<b>3 Logística para Eventos</b> .....	<b>15</b>
3.1 A organização do evento .....	16
3.2 Supervisão Logística.....	16
3.2.1 Recursos Físicos .....	17
3.2.2 Recursos Materiais .....	18
3.2.3 Recursos Humanos .....	18
3.2.4 Área de secretaria.....	19
<b>4 Exemplos de Eventos</b> .....	<b>19</b>
4.1 <i>Lollapalooza</i> .....	19
4.2 Logística das Olimpíadas 2016.....	21
4.2.1 Número de Logística dos jogos.....	25
<b>Conclusão</b> .....	<b>26</b>
<b>Referências</b> .....	<b>27</b>

## INTRODUÇÃO

No decorrer dos séculos, a Logística demonstrou-se fundamental para a sociedade de tal modo que hoje é tratada como tema de estudo. Desde a era mitológica até o surgimento do homo sapiens através de sua jornada diária, usou de planejamento para suprir suas necessidades, desde caçar um animal selvagem para obtenção de comida até a construção de moradias. Percebeu-se mesmo que tardiamente, que a Logística, de início, atrelada apenas às estratégias militares, era eficiente principalmente no meio produtivo, impulsionada desde a Revolução Industrial, e que foi aperfeiçoada por gerações até se chegar ao patamar atual, onde a mesma é denominada essencial para o sucesso e obtenção de resultado e conquistas no mercado.

O objetivo deste trabalho é utilizar a Logística direcionando-a para o setor de eventos, aplicando seus processos e premissas, buscando através dos conhecimentos adquiridos.

No primeiro capítulo é contada de forma breve a história da Logística e sua aplicação inicial. No segundo será aplicado o conceito de evento. No terceiro capítulo a logística será voltada totalmente para o setor de eventos, tema deste trabalho.

No quarto capítulo serão abordados exemplos de eventos que tiveram ou terão supervisão logística. É mencionado eventos distintos onde são aplicados as técnicas de logística para eventos.

O famoso evento musical *Lollapalooza*, reúne milhares de pessoas ao redor do mundo em busca de diversão e entretenimento; Eventos de animes e sua celebração, reunindo pessoas de culturas diferentes; Os Jogos Olímpicos do Rio 2016 serão um marco na história da logística de eventos do país e um megaevento esportivo que mobilizará milhões de pessoas de diferentes países e culturas, que estarão confraternizando entre si a paixão pelo esporte.

Os Correios foram escolhidos como operador logístico para realizar a maior operação logística não militar do mundo, será preciso muita dedicação, organização e trabalho para a realização dos jogos.

Livros técnicos e uma pesquisa acurada foram às metodologias.

# 1. HISTÓRIA DA LOGÍSTICA

O exército Persa em 481 a.C. foi o primeiro a utilizar grande frota de navios de transportes em uma expedição contra os gregos, com planejamento logístico.

A logística não se limita apenas ao transporte, mas também ao suporte, preparativos administrativos, reconhecimentos e inteligência envolvidos em movimentação e sustentação na produção ou prestação de serviço.

“Aquele que se empenha a resolver as dificuldades, resolve-as antes que elas surjam. Aquele que se ultrapassa a vencer os inimigos triunfa antes que as suas ameaças se concretizem.” (SUN TZU, século IV a.C. )

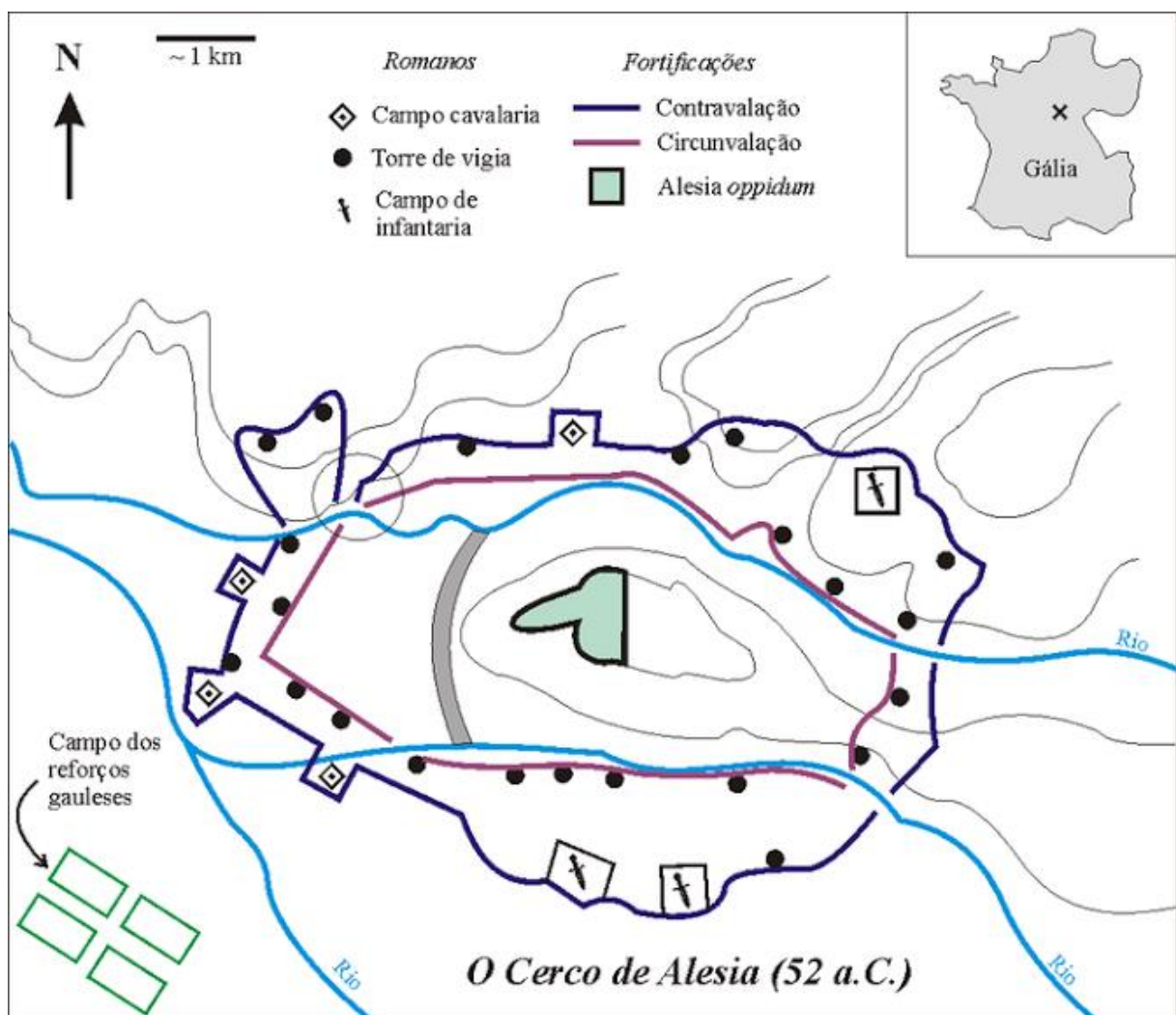
Entende-se que sua origem remete as organizações militares que montavam um planejamento estratégico que incluía analisar como destruir a resistência das cidades a serem atacadas, comprar mantimentos, armazená-los e conservá-los em pontos estratégicos ao trajeto das tropas, planejar tempo de deslocamento e distância a serem alcançadas diariamente e desenvolver novas armas de combate.

“Os que ignoram as condições geográficas – montanhas e florestas, desfiladeiros perigosos, pântanos e lamaçais – não podem conduzir a marcha de um exército.” (SUN TZU, século IV a.C.)

Alexandre – O Grande – foi um dos primeiros a utilizar as estratégias logísticas, com um exército de 35.000 homens combateu 60.000 homens, perdendo apenas 110 homens. Criou o mais móvel e rápido exército da época, com a ajuda de engenheiros mapeava toda a região de combate a fim de conhecer o caminho, dificuldades geográficas e climáticas que seu exército enfrentaria. Observava o inimigo identificando suas habilidades e fraquezas.

Júlio César conquista a Gália investindo o tabuleiro de guerra a seu favor e encurralou o exército celta, quando engenhosamente criou um formidável cerco com duas linhas de defesa na base da montanha onde se localizava a cidadela,

sendo uma linha contra Alesia e a outra protegendo sua retaguarda. Comandando 50 mil legionários e seus auxiliares germanos, aproveitou-se da madeira da região e rapidamente cercou todo o platô da cidade, linhas de muros e torres estendiam por 16 quilômetros. Percebendo que possíveis reforços das demais tribos gaulesas pudessem aparecer em socorro dos encurralados, a construção de uma segunda linha de defesa foi ordenada, com 24 quilômetros atrás da primeira linha e voltada para o lado oposto ao das muralhas da cidade sitiada, permanecendo o exército romano entre as duas linhas.



Júlio César ascendeu com um dos principais líderes romanos, sendo o mais famoso e emblemático de todos.

Napoleão Bonaparte aperfeiçoou estratégias de guerra, modificando conceitos teóricos e implementando mudanças estruturais no seu exército. Possuía

rapidez de adaptação mesmo em cenários desfavoráveis. Seu exército com a melhor artilharia da Europa, era organizada em pequenas unidades, coordenadas sob seu comando direto, situação ideal para respostas flexíveis em batalha. A unidade operava independentemente, com sua própria artilharia e cavalaria, sustentando-se da terra e sem comboios de suprimentos, o que proporcionava a elas um avanço dos soldados que era de linha para um movimento em colunas. Isto permitiu que eles passassem em terrenos irregulares com mais facilidade e entrassem rapidamente em formação de combate. Rapidez, leveza e agilidade resultaram em grandes vitórias para Napoleão.

Um pouco à frente, no século XX, a logística passa a ser examinada sob o prisma acadêmico, em seu artigo, *Report on the Industrial Commission on the Distribution of Farm Products*, John Crowe trata dos custos e fatores que afetavam a distribuição dos produtos agrícolas.

Arch Shaw em seu artigo *An Approach to Business Problems* aborda os aspectos estratégicos da logística em 1916, no mesmo ano, L.D.H. Weld introduziu os conceitos de utilidade de marketing (momento, lugar, posse) e de canais de distribuição.

Em 1927, Ralf Borsodi, em sua obra *The Distribution Age*, define o termo, logística, conforme utilizado hoje, mas é durante a Segunda Guerra Mundial que a logística ganha impulso e evolui a partir deste fato histórico o setor passa a ter refinamento e melhor infraestrutura.

Durante a Segunda Guerra Mundial a logística tem um impulso em evolução e refinamento.

Na década de 50 as empresas começaram a enfatizar a satisfação do cliente no lucro. O serviço ao cliente tornou-se mais tarde a pedra fundamental da administração da logística. O conceito de análise de custo total na área de logística é introduzido em um artigo publicado pela *Harvard Business School*.

No início dos anos 60, as faculdades dos Estados de Michigan e Ohio são as primeiras universidades a ministrar cursos de graduação em logística, devidamente reconhecidos pelo Governo Americano. Na mesma década é criado o *National Council of Physical Distribution Management*, mais tarde mudado para *Council of Logistics Management*, primeira organização a congregar profissionais de logística em todas as áreas com o propósito de educação e treinamento.

Em 1976 é publicado um estudo de CLM identificando os componentes do custo de manutenção dos estoques e apresentando uma metodologia para o seu cálculo.

Na década de 80 houve grande aumento na utilização de computadores na administração da logística.

No Brasil, a logística teve início na década de 70 com a doação das técnicas pelos setores automobilísticos e de energia elétrica, foram trazidos do Japão sistemas modernos de logística integrada e desenvolvidos pela Toyota: o *Just in Time* e o *Kanban*. Em seu planejamento a logística adota dinâmica de novas tecnologias, parcerias, alianças e visão futura de curtos, médios e longos prazos.

Em 1977 são criadas a ABAM – Associação Brasileira de Administração de Materiais e a ABMM – Associação Brasileira de Movimentação e Materiais, em 1979 é criado o IMAM – Instituto de Movimentação e Armazenagem de Materiais.

Surge o primeiro grupo de Estudo de Logística em 1980, criando as primeiras definições e diretrizes para diferenciar Transportes de Distribuição e de Logística.

E em 1984 a ABRAS – Associação Brasileira de Supermercados cria um departamento de logística para discutir e analisar as relações entre fornecedores e supermercados, é desenvolvido o Palite padrão Brasileiro e o projeto do Veículo Urbano de Carga.

Em 1988 é criada a ASLOG – Associação Brasileira de Logística e é instalado o primeiro Operador Logístico no Brasil (Brasildock's).

Foi na década de 90 que a logística tomou forma dentro das empresas brasileiras por meio da abertura do mercado internacional e fatores como estabilidade econômica, evolução da tecnologia da informação no desenvolvimento de software, a privatização de rodovias, portos, ferrovias e empresas públicas impulsionaram sua implantação no país.

Com a estabilização da economia com o plano Real em 1994, o foco na administração dos custos dobraram, através da evolução da microinformática e Tecnologia de Informação foram desenvolvidos softwares para gerenciamento de armazéns como o WMS – *Warehouse Management System*, código de barras e sistemas para Roteirização de entregas.

Hoje a logística é utilizada em diversos segmentos e setores, inclusive no setor que mais cresce no Brasil, o setor de eventos.

## **2. EVENTOS**

A busca por velocidade, melhorias contínuas e eficácia em inúmeros sentidos e segmentos da sociedade é cada vez maior, com auxílio da tecnologia como instrumento em todas as suas atividades, inclusive dentro das empresas, passando por todos os departamentos, em destaque de departamento de marketing.

O evento é uma ferramenta de marketing, que se destaca com ação concreta e resultados positivos permanentes, onde existem atividades sistêmicas de criação de imagem e da qualidade de empreendimentos e empreendedores.

### 2.1 Conceito de evento

De acordo com BRITTO E FONTES (2002) o evento é muito mais que um acontecimento de sucesso, festa, linguagem de comunicação, atividade de relações públicas ou mesmo estratégias de marketing; o evento é a soma de esforços e ações planejadas com o objetivo de alcançar resultados definidos junto ao seu público-alvo.

O evento pode ser utilizado como:

- Veículo de comunicação que ocorre num determinado espaço e tempo promove produtos e serviços, apresentação de pessoas, empresas e entidades, visando estabelecer um conceito, recuperar sua imagem ou aproximar pessoas;
- Estratégia de marketing que constitui levar o produto ou serviço certo ao consumidor certo no tempo e lugar certo.

Tornou-se um instrumento no processo de comunicação com o público-alvo, sendo inserido no planejamento de grandes, médias e pequenas empresas.

“Planejar estrategicamente é criar condições para que as organizações decidam rapidamente diante das oportunidades e ameaças, otimizando as vantagens competitivas em relação ao ambiente concorrencial em que atuam.” (CANTON, 2002)

Para CARNEIRO e FONTES (1997) o evento, considerado como estratégia de promoção dentro do marketing, tem analisados a satisfação das necessidades dos clientes, e o processo social de demanda de desejos, o planejamento de oferta de produtos e o gerenciamento estratégico estrutural, funcional e de marketing que pressupõe a concretização em si da interação mercadológica ou instiga e apresenta uma inovação e discussão inédita.

Assim como outros setores, o de eventos possui classificação sendo ela, por:

- Categoria institucional, promocional ou mercadológica;
- Categoria por área de interesse artístico, científico, cultural, educativo, cívico, político, governamental, empresarial, lazer, social, desportivo, religioso, beneficente, turístico;
- Classificação por localização;
- Classificação por características estruturais pequeno, médio e grande porte, pela data fixa, móvel ou esporádica e pelo perfil geral, dirigido ou específico.
- Classificação por espacialidade: eventos internos ou externos
- Classificação por tipologia: programas de visitas, exposições, encontros técnicos e científicos, encontros de convivência, cerimônias, eventos competitivos, inaugurações, lançamentos, excursões, desfiles entre outros.

Toda essa gama de eventos necessita de planejamento, inclusive no setor logístico, para que o mesmo seja realizado com sucesso, deixando na memória de seus viventes o melhor sentimento possível, como é bom participar e se recordar de um evento bem sucedido, com experiências maravilhosas, não é mesmo?

O próximo capítulo mostrará o que estar por trás de eventos bem sucedidos e outros nem tão bem sucedidos assim.

### **3. LOGÍSTICA PARA EVENTOS**

Os eventos estão diretamente ligados ao Turismo, precisamente como cumpridor do papel econômico que envolve investimentos ou modernizações em construções como aeroportos, hotéis, quadras poliesportivas, teatros, estádios, centro de convenções, lojas, shoppings, restaurantes, casas de diversões, entre outros. Esses investimentos e modernizações estão ligados à característica de cada evento, o seu diferencial, seja ele cultural, social ou econômico.

O calendário de eventos oficial do Brasil é editado pela EMBRATUR (Instituto Brasileiro de Turismo), os principais eventos nacionais estão nele registrados. A captação desses eventos consiste em conquistar ou atraí-los para a região ou cidade e conseqüentemente com eles trazer o seu público alvo, mas para que o evento aconteça, fatores como ter o real conhecimento das condições do núcleo para sediar o evento, os tipos de eventos que podem ser realizados e a estratégia para a captação do evento são cruciais, bem como as atrações turísticas que envolvem os traços culturais e sociais, o clima, as belezas naturais e os equipamentos de lazer. Tudo deve ser premeditado independente do tamanho do evento, as atividades turísticas previstas, aspectos naturais, disponibilidade de tempo útil, acontecimentos cívicos ou religiosos, aspectos econômico-financeiro, conveniências dos centros de convenções, interesse da entidade promotora e dos seus componentes, empenho do governo.

Pensando em eventos de médio e grande porte, devem ser considerados aspectos à época, melhor data levando em conta o fluxo de turistas, ao local que comporte a estrutura, à temática valorizando a cultura do local escolhido.

A logística para eventos acompanha todo esse planejamento, desde a escolha do local, montagem e desmontagem da estrutura, transporte de

equipamentos, fornecedores envolvidos, bem como a divulgação e retorno do evento.

Ao planejar o evento determina-se o que deve ser feito, qual o objetivo, a definição do seu formato, suas estratégias e sua viabilidade econômica e financeira. Como deve ser feito, quais as estratégias operacionais para a organização e implantação do evento que o torne de grande sucesso. Para quem deve ser feito, o público que se pretende atingir, quem deve se sensibilizar e para quem estarão direcionando os esforços de promoção, distribuição, para garantir o pleno consumo. Com a finalidade de atender as necessidades, originando a idealização do evento como estratégia de mercado.

### 3.1 A organização do evento

O evento deve ser supervisionado ou coordenado de modo geral por um responsável que delega as demais funções (coordenação setorial) envolvidas no planejamento. Este profissional estará munido de todas as informações, desde local, datas, convidados, informações administrativas, compras, vendas, captação de receitas até a supervisão logística.

### 3.2 Supervisão Logística

Sendo o alicerce do evento, a supervisão logística tem a função de planejar, organizar e gerenciar os recursos físicos, materiais, sejam de manutenção e apoio, ou de segurança e recursos humanos necessários à realização do evento.

### 3.2.1 Recursos Físicos

Estão relacionados à infraestrutura física, como por exemplo:

- O espaço destinado ao evento fechado: será necessário o mapeamento de todo o local onde poderão ser posicionados os equipamentos de som, buffet, formação e composição das mesas, decoração, espaço para dança, tendo como exemplo um casamento.
- O espaço destinado ao evento aberto: assim como em eventos fechados todo o local deve ser mapeado, levando em consideração o melhor posicionamento dos equipamentos de sonorização e formação das mesas caso haja.
- O evento deve ser supervisionado ou coordenado de modo geral por um responsável que delega as demais funções (coordenação setorial) envolvidas no planejamento. Este profissional estará munido de todas as informações, desde local, datas, convidados, informações administrativas, compras, vendas, captação de receitas até a supervisão logística.

Secretária de Eventos – neste local são reunidos todos os participantes e equipe de recepção que tem como tarefa recepcionar os participantes, o público em geral, controlar a presença de ambos, registrar inscrições, atualizar cadastros já realizados, entregar o material do evento para divulgação e identificação.

Sala *Vip* – onde são recebidos convidados especiais, palestrantes e personalidades.

Sala de Imprensa – local reservado exclusivamente para atender à empresa. Deverá ser equipado com ar condicionado, impressoras e internet.

Sala de Comissão Técnica – onde são discutidos, votados e aprovados aspectos da programação geral do evento.

Sala de Segurança – local que serve de apoio aos membros e equipamentos de segurança.

Sala Médica ou Ambulatório – eventos com mais de cem pessoas, de acordo com a legislação, devem reservar um local para atendimento médico.

Cabine de som – local dos painéis de comando de som e luz.

Sala de armazenamento de equipamentos – onde a empresa contratada poderá armazenar equipamentos de vídeo, iluminação, sonorização, entre outros. Este local deverá ser seguro e discreto, com ventilação adequada aos equipamentos eletrônicos – local providenciado pela supervisão logística.

Sala de videoconferência – sala utilizada quando o tema central deve ser discutido com pessoas de outras localidades.

### 3.2.2 Recursos Materiais

De total responsabilidade da supervisão logística, os mais comuns são:

- Equipamentos de som, luz, vídeo e aparelhos de comunicação;
- Computadores;
- Filmadoras;
- Projetor de slides;
- Microfones de pé, de mesa e lapela;
- Painéis eletrônicos;
- Outros.

### 3.2.3 Recursos Humanos

Constituem-se nas pessoas locadas na secretaria, por exemplo, profissionais de manutenção, apoio, segurança, recepção, segurança, manobristas, coordenador de *buffet*, limpeza.

### 3.2.4 Área de secretaria

Local onde são elaborados os documentos, avisos, publicações, confecção de certificados, convites, entre outros. Possui também responsabilidade junto à outros setores como manutenção, segurança, limpeza e apoio.

Estes foram alguns setores que podem estar sob a supervisão de um profissional de logística em um evento.

O próximo capítulo trará exemplos de eventos já realizados e eventos futuros, destacando acertos e erros na supervisão logística.

## 4. EXEMPLOS DE EVENTOS – LOGÍSTICA PARA EVENTOS

Para que um evento seja bem sucedido, sua infraestrutura deve ser pensada com base em atingir total satisfação dos participantes do mesmo. A logística para eventos é a principal responsável pelo seu acontecimento que deve ser realizado não apenas com eficiência, mas também com eficácia.

Segue exemplos se eventos e o que abrange a logística de eventos:

### 4.1 *Lollapalooza*

O comparativo entre duas edições de um dos maiores festivais de música já realizados no Brasil, mostra erros que novamente foram cometidos, ambas edições 2014 e 2015, foram sediadas em Interlagos, por proporcionar amplo espaço, porém isso dificultou o acesso aos palcos, que por sua vez foram instalados nas extremidades do local, chegando a uma distância de 2,5 km, um do outro. A distância geográfica do evento dificultou a chegada dos participantes. Falta de máquinas de cartão e preços acima do limite aceitável também marcaram as edições.

Na 3º edição em 2014 houve lentidão e superlotação nas praças de alimentação – *Chef's Stage* - e banheiros, problema solucionado na 4º edição em 2015. Na 4º edição a falta de máquinas de cartão e preços exorbitantes também existia, bem como a necessidade do festival de comportar o maior número de pessoas possível, o que não agradou muito.

Na 5º edição em 2016 foi necessário contratar uma empresa de logística, a Movicarga, responsável por toda logística dos shows dos Rolling Stones.

“No total, serão 18 dias de operação, 38 empilhadeiras e mais de 90 profissionais envolvidos direta e indiretamente, em uma operação caracterizada pela perfeição e precisão. Somente para a produção do show, serão direcionadas 24 empilhadeiras, com o objetivo de finalizar os preparativos para o show, trabalhando intensamente nos dias dos shows”, explica o diretor-geral do Grupo Movicarga, Guilherme Osório.

De acordo com uma reportagem feita por Patrícia Teixeira, do G1 Campinas e Região os equipamentos, estrutura de palcos, som, iluminação e alguns instrumentos das bandas que se apresentaram no evento foram transportados por sete aviões ao Aeroporto Internacional de Viracopos. Para transportar essa carga até o Autódromo de Interlagos, foram necessárias dezessete carretas lotadas.



Foto: Aeroporto de Viracopos – por Matheus Fonseca

## 4.2 Logística das Olimpíadas 2016

Neste ano de 2016 o Brasil está se preparando para realizar o maior evento esportivo do mundo, as Olimpíadas, com isso vem às dificuldades e as características do planejamento logístico que devem ser seguidos.

Segundo Minis et al. (2006) as características para um bom planejamento logístico se dão por meios de:

**Caráter transitório:** onde o planejamento é iniciado com mais de um ano de antecedência, e após o termino de duas semanas de operação é inteiramente desfeita;

**Dimensão:** milhões de pessoas que participam e assistem o evento;

**Diversidade e intensidade da demanda:** são os materiais necessários para a realização do evento, existe pouco conhecimento sobre as quantidades e distribuição destes materiais;

**Cronograma fixo:** as datas de início e encerramento das olimpíadas, assim como a programação toda dos jogos, são definidas com muita antecedência e não podem ser alterados.

**Grande impacto de erro:** eventos deste porte não admitem erros, assim não dando tempo para treinar outras equipes, e implicando em transtornos quando acontecem.

**Equipe mista e inexperiente:** normalmente a mão-de-obra utilizada nos jogos são inexperiente para esse tipo de evento de grande porte e contratada a poucos dias do início do evento e grande parte são voluntários.

**Necessidade de integração:** é preciso atender com precisão todos que fazem parte do evento desde a comissão até o público.



Figura 2 – Fatores que dificultam a logística dos jogos  
Fonte: ILOS (adaptado de Minis et al. (2006))

Os correios foram escolhidos para operar as atividades logísticas do evento, como nos jogos Pan-Americanos de 2007 onde também organizou estas atividades, a experiência que foi adquirida contribuiu para a escolha da empresa para a organização do megaevento. Porém esse desafio será ainda maior.

O vice-presidente da empresa José Furian Filho, disponibilizou para o público o planejamento das atividades e qual será a função da empresa nos jogos.

Para atender aproximadamente 15.000 atletas olímpicos e paraolímpicos de 200 países, serão movimentados mais de 30 milhões de itens, como, aparelhos esportivos, malas dos participantes, equipamentos de televisão e moveis dos locais de competição e não competição. Além da distribuição dos 7,5 milhões de ingressos, mais de 8.600 amostras de antidoping entre os locais e os laboratórios de análises, 5.000 medalhas e 500 armas de fogo.

O orçamento previsto disponibilizado para os Correios é de 180 milhões de reais para a operação Rio 2016, que terá aproximadamente 2.600 pessoas, 170 caminhões e 2.000 equipamentos de movimentação de cargas. Para armazenar os itens, serão 100.000 m<sup>2</sup> no total, sendo que 75.000 m<sup>2</sup> no Main Distribuiton Center (MDC) localizado em Duque de Caxias. Na Barra da Tijuca estará o centro de comando logístico, bairro onde ocorrerá o maior número de competições e está localizado o Parque dos Atletas. A operação não será apenas no Rio de Janeiro.

Algumas cidades como Belo Horizonte, Manaus, Brasília, São Paulo e Salvador também estão na operação logística por sediarem jogos de futebol.

O planejamento das olimpíadas começou em 2014 e terminará em 2017 com a desmontagem completa das estruturas. Em 2012 uma equipe dos Correios esteve nos jogos em Londres, com a finalidade de se preparar para esse tipo de evento que seria de sua responsabilidade anos depois. Essa equipe esteve na Copa do Mundo de 2014, realizada no Brasil, buscando mais experiência para a realização desse megaevento e se preparar para evitar falhas.

Com a realização deste evento os Correios deixarão de serem vistos apenas como entregadores de cartas e serão reconhecidos como uma grande empresa de logística do país.



Figura 3 – Logística dos Correios  
Fonte: Brasil 2016.

#### 4.2.1 Números da Logística dos Jogos.

A operação vai utilizar 1.500 trabalhadores para receber, transportar e distribuir cerca de 30 milhões de itens. Cerca de 980 mil desses itens são equipamentos esportivos, os jogos Olímpicos utilizarão 840 bolas de basquete, 2.931 bolas de futebol e 25 mil bolinhas de tênis. Para o goalball para deficientes visuais, serão utilizadas 2.300 vendas. Todos os equipamentos serão armazenados nas duas unidades da operação, em Duque de Caxias e na Barra da Tijuca, sendo que a unidade da Barra servirá exclusivamente para a mobília da Vila Olímpica.

A Vila Olímpica receberá cerca de 15.000 mil atletas para os jogos Olímpicos e 8.000 para os jogos Paraolímpicos, os apartamentos da Vila serão equipados com mais de 34 mil camas, 100 mil cadeiras e 19.300 mil Tvs. A áreas de convivência receberão cerca de 24 mil sofás.

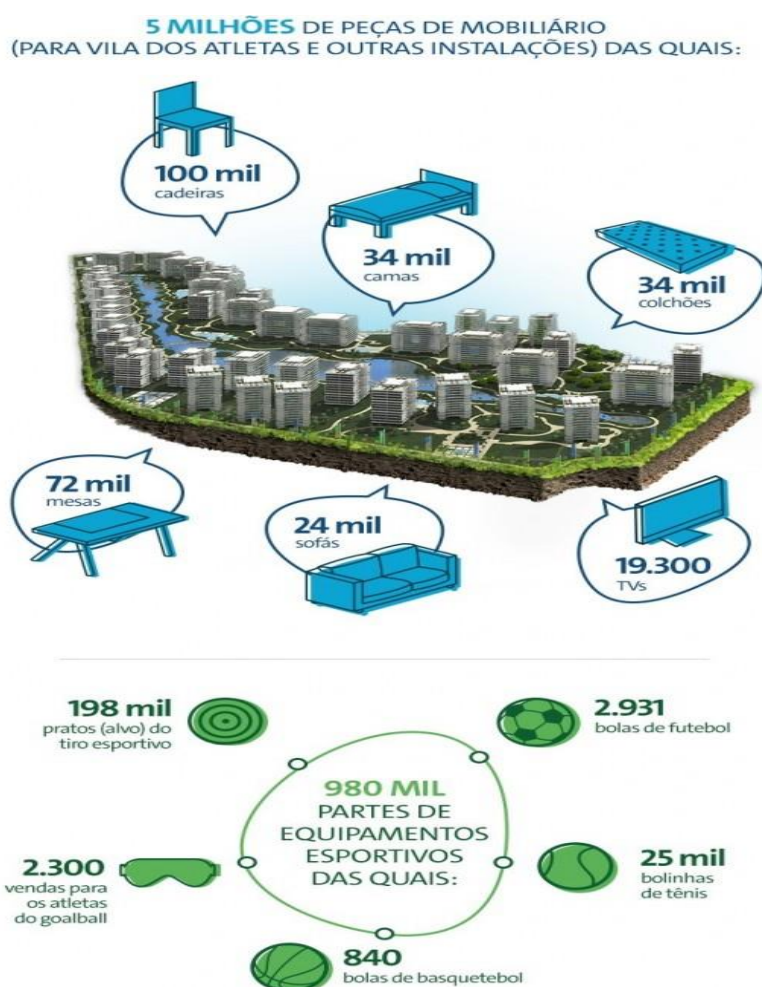


Figura 4 – Logística Mobiliária  
Fonte: Brasil 2016.

## CONCLUSÃO

Concluimos da forma mais clara possível que utilização da Logística voltada para a realização de eventos, desde seu planejamento, passando para a sua execução e finalização, conforme os conhecimentos adquiridos, obtendo a excelência proposta para esses fins, já que não existem tantos artigos e livros que façam observações sobre o tema do proposto.

Após citar a Logística e seus primórdios com o intuito de inserir o leitor no assunto proposto, mostrando a importância da Logística e sua utilização no mundo contemporâneo, mesmo que não tratada anteriormente como objeto de estudo. Com a evolução da tecnologia, foi percebido que a mesma tinha um papel fundamental para a realização de um trabalho com perfeição, agregando qualidade e minimizando custos. Uma *timeline* busca mostrar tal avanço.

No Capítulo 2, o leitor é convidado a entender o conceito de evento e sua utilização, familiarizando-o com os conceitos e ideias do mesmo, com citações de renomadas autoridades sobre o assunto.

O Capítulo 3 fala sobre o assunto chave deste trabalho: Logística para eventos; Mostra a importância dos eventos para uma localidade, aliada ao turismo, contribuindo para a evolução e aumento de infraestrutura da mesma, com projetos que servirão em longo prazo, ou seja, não somente para o evento em si. Também visa valorizar a cultura local e preservação dos recursos naturais e atrações turísticas, buscando em conjunto com a comunidade, a melhor forma de viabilizar e realizar o evento, sem prejudicar o andamento da cidade ou país em questão, e oferecer alternativas sustentáveis para tal.

O Capítulo 4 mostra exemplos de dois eventos distintos e toda a logística envolvida, desde o transporte, movimentação, armazenamento de materiais, custos envolvidos, além dos fatores positivos e negativos para sua realização, de modo a satisfazer os interesses dos clientes envolvidos.

## REFERÊNCIAS

BRITTO, Janaína; FONTES, Nena. Estratégias para Eventos: uma ótica de marketing e do turismo. São Paulo: Aleph, 2002.

CANTON, A.M. Eventos: ferramenta de sustentação para as organizações do terceiro setor. São Paulo: Roca, 2002.

CARNEIRO, J.B.C.&FONTES, N.D. Turismo e eventos: Instrumento de promoção e Estratégia de Marketing. Turismo em Análise. São Paulo, ECA-USP, v.8, n.1, p.65 – 74, 1997.

FILHO, Armando Oscar Cavanha. **Logística: Novos Modelos**. 2.ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001os:

LARRANAGA, Félix Alfredo. **A Gestão Logística Global**. 3.ed. São Paulo: Aduaneiras , 2003.

MINIS , I.; PARASCHI , M.; TZIMOURTAS, A. The design of logistics operations for the Olympic Games. International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, v.36, n.8, p. 621-642, 2006.

Disponível em: **História da Logística**

<<http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/historia-da-logistica/24829/>>Acesso em: 30 set. 2015.

Disponível em: Alésia, 52 a.C.: **Júlio César conquista a Gália**

< <http://www.museudeimagens.com.br/alesia-cesar-conquista-galia/> > Acesso em: 25 out 2015

Disponível em: **Estadão – Cultura Música**

<<http://cultura.estadao.com.br/noticias/musica,lollapalooza-abre-com-logistica-inadequada,1149881>>Acesso em 10 mai 2016.

Disponível em: **CPTM - Companhia Paulista de Trens Metropolitanos**

Metropolitanos<<http://www.cptm.sp.gov.br/noticias/Pages/Lollapalooza-2016-transporte-sobre->

[trilhos-%C3%A9-a-melhor-op%C3%A7%C3%A3o-para-ir-ao-festival.aspx](#)> Acesso em 10 mai 2016.

Disponível em: **505indie**

<<http://www.505indie.com.br/festivais-no-br/lollapalooza-2/lollapalooza-2015-acerta-na-direcao-artistica-erra-na-ganancia-e-empata-na-logistica/>> Acesso em 10 mai 2016.

Disponível em: **Movicarga**

<<http://www.movicarga.com.br/movicarga-e-contratada-para-os-dois-maiores-eventos-de-2016-no-primeiro-trimestre/>> Acesso em 10 mai 2016.

Disponível em: **G1 – Estrutura para Lollapalooza**

<<http://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/noticia/2016/03/estrutura-para-lollapalooza-e-outros-eventos-mudam-rotina-de-viracopos.html>> Acesso em 10 mai 2016.

Minis , I.; Paraschi , M.; Tzimourtas , A. The design of logistics operations for the Olympic Games. International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, v.36, n.8, p. 621-642, 2006.

<http://www.ilos.com.br/web/a-logistica-nos-jogos-olimpicos-rio-2016/> .Acesso em 08 mai 2016.

<http://www.bloglogistica.com.br> . Acesso em 08 maio 2016.