

## **A LOGÍSTICA DE EVENTOS DA MAIOR FEIRA DE ARTESANATO DA AMÉRICA LATINA**

Renata Elaine Bassi<sup>1</sup>

Jade Pereira<sup>2</sup>

Marcos José Corrêa Bueno<sup>3</sup>

Celso Jacobavicius<sup>4</sup>

Artigo recebido em dezembro de 2016

### **RESUMO**

O artesanato está presente em nossas vidas, ao menos em lembranças de nossas avós costurando, tricotando ou bordando. Em momentos de crise, uma das possibilidades de se aumentar a renda é fazer e comercializar o artesanato. Para isso, existe a necessidade de se estar atualizados as novas técnicas e produtos. As feiras são um ótimo local para ter acesso a isso, assim como selecionar seus fornecedores. A Mega Artesanal, a maior feira de artesanato da América Latina é um evento destinado ao público que aprecia e trabalha com arte e artesanato em geral. O evento acontece há 10 anos, no São Paulo EXPO, reunindo mais de 300 expositores. O objetivo é demonstrar que a logística para organização desse tipo de evento deve beirar a perfeição, evitando-se as ocorrências falhas, pois a imagem das empresas participantes será prejudicada. Assim como os expositores, além de terem uma decoração para chamar atenção do público, terão que ter uma projeção de vendas perfeitas para que consigam atender a demanda perfeitamente.

**Palavras-chave:** Logística. Eventos. Artesanato. Resíduos. Demanda. Estoque.

### **ABSTRACT**

The handicraft is present in our lives, at least in memories of our grandmothers sewing, knitting or embroidering. In times of crisis, one of the possibilities to increase income is to make and sell crafts. For this, there needs to be updated new techniques and products. The fairs are a great place to have access to it, as well as select their suppliers. Mega Artesanal, the largest in Latin America crafts fair is an event for the public to appreciate and work with arts and crafts in general. The event takes place 10 years ago in São Paulo EXPO, bringing together more than 300 exhibitors. The logistics for organizing this type of event has to be perfect, and cannot experience failures, because the image of participating companies may be adversely affected. As exhibitors, and have a decoration to call public attention, will have to have a perfect projection of sales so they can meet the demand perfectly.

**Key words:** Logistics. Event. Handicraft. Demand. Stock.

<sup>1</sup> Graduanda de Tecnóloga em Logística na Fatec Zona Leste. E-mail: renata.bassi@fatec.sp.gov.br.

<sup>2</sup> Graduanda de Tecnóloga em Logística na Fatec Zona Leste. E-mail: jadepereira20@hotmail.com.

<sup>3</sup> Mestre em Engenharia da Produção na Universidade Paulista. E-mail: marcosjcbueno@gmail.com.

<sup>4</sup> Doutorando em Administração na ESEADE. E-mail: celso.jacobavicius@fatec.sp.gov.br.

## 1 INTRODUÇÃO

O uso do artesanato sempre esteve presente em nossas vidas, quem nunca viu sua avó costurando, tricotando ou bordando uma peça. Essas atividades que estão em nossas lembranças passam a fazer parte do cotidiano quando se deseja algo exclusivo ou de um custo menor.

Em momentos de crise econômica onde se precisa de uma renda extra para aumentar o orçamento, o artesanato entra com esse objetivo.

Muitas empresas de olho nesse mercado, cada vez mais se aperfeiçoam criando técnicas e produtos que facilitem a vida dos artesãos.

Uma maneira das empresas divulgarem os seus produtos é por meio de eventos destinados a um público específico, assim, as empresas apresentam seus novos suprimentos diretamente ao público alvo.

A Mega Artesanal é uma das maiores feiras de artesanato da América Latina, com dez anos de existência voltada ao público de artesãos ou amantes pela arte que buscam sempre inovações para o desenvolvimento dos trabalhos manuais.

Para o desenvolvimento deste evento se necessita de planejamento e perfeita organização para que tudo funcione perfeitamente, visto que a percepção do cliente é simultânea ao consumo.

O objetivo deste artigo, através da pesquisa exploratória, é observar como três empresas de segmentos distintos na área do artesanato, localizadas em estados diferentes, planejam e participam da Mega Artesanal.

## 2 REFERÊNCIAL TEÓRICO

Inicia-se o referencial teórico abordando a logística.

### 2.1 Logística

A logística surgiu durante a Segunda Guerra Mundial, através da estratégia usada para a distribuição de suprimentos para manutenção da guerra. Segundo Novaes (2007) após a Guerra o conceito de logística também abrangeu novos mercados como estratégias de

marketing de produtos diferenciados, possibilitando assim novas possibilidades para escoar os seus produtos.

Para Ballou (2007, p. 29) a gestão da logística empresarial passou a ser chamada de gerenciamento da cadeia de suprimentos que compreende o transporte, controle do estoque que se reproduzem várias vezes ao longo do canal no qual a matéria-prima é transformada em produtos acabados agregando valor ao consumidor.

As atividades logísticas estão normalmente ligadas aos materiais físicos necessários ao funcionamento de uma organização, destacando-se: a previsão de compra de materiais, o armazenamento, controle de estoque, movimentação dos materiais e a distribuição aos clientes (PEINADO E GRAEML, 2007).

## **2.2 Logística de Eventos**

Partindo do significado eventos como sendo uma grande concentração de pessoas, manifestando algum tipo de acontecimento público ou privado. Para Argano *et.al.* (2005) “esta manifestação requer uma integração entre sujeito e objeto”, ou seja, o sujeito são os patrocinadores, apoiadores, fornecedores e outros, já o objeto é a ação.

De acordo Kotler (2000) o planejamento apresenta uma sequência motivando os procedimentos estratégicos e suas possíveis etapas, na qual se inicia na missão e termina na implementação. Independentemente de o evento ser realizado por uma empresa ou uma pessoa física, existe um documento formalizado manifestando um desejo, uma necessidade e/ou expectativa.

Segundo Poit (2006) trabalhar com antecedência é uma das principais atitudes que necessitamos tomar. As fases conhecidas como pré-evento é a qual organiza um evento para executar todas as providências preparatórias necessárias para assegurar as melhores condições da sua realização sem que ocorram falhas.

A gestão de projetos objetiva planejamento, organização e coordenação. De acordo com Slack *et. al.* (2009, p. 144) nenhuma operação existe separada de outra, todas estão ligadas, essa rede de suprimentos inclui fornecedores dos fornecedores e clientes dos clientes e assim por diante.

A logística de eventos está exposta antes, durante e após o evento. De acordo com Galvão e Silva (2014, p. 9) apesar de ser pouco comentada, se caracteriza como o alicerce do

planejamento, estrutura da organização e da montagem de um evento. Assim, os serviços logísticos estão presentes desde a concepção do evento até a desmontagem e avaliação.

Para Clementes e Gildo (2013) utilizando a experiência histórica para promover o planejamento e as etapas do projeto, assim como a avaliação do pós-projeto na fase de encerramento, com o propósito de rever e avaliar o desempenho do projeto e identificar melhorias em projetos futuros é nessa fase que acontece a desmontagem e o armazenamento.

O encarregado pela logística de eventos deve zelar pela montagem, o armazenamento, o estoque, o fluxo de informação e materiais corresponda ao objetivo final do evento.

Segundo Sá e Sá (2009) os impactos que os eventos atuam sobre o meio independe da sua proporção, mas é seguro garantir que a dimensão poderá intervir na proporção do impacto, particularmente ao nível social, cultural, ambiental, político e econômico.

De acordo com Galvão e Silva (2014, p. 24) a definição do *layout* do evento é a divisão do espaço para cada setor do evento: recepção, credenciamento, disposição dos estandes, área de alimentação, localização dos banheiros, localização de entrada e saída, sala de imprensa, comunicação visual, entre outros.

De acordo com Galvão e Silva (2014, p. 49) a localização influencia totalmente na logística dos serviços a serem empreendidos, pois fator como via de acesso, meios de transporte, intensidade de tráfego, proximidade e facilidade para o público-alvo são muito relevantes para o planejamento de um evento.

Para Martin (2003, p. 88) o pavilhão de exposição pela distinta demanda que as feiras e exposições recebem, esta estrutura gera vasta atividade econômica para cidade onde se instala são espaços que interessam demasiadamente os poderes públicos locais.

Segundo Saraiva (2013) em 2012 o mercado de feiras e eventos de negócios movimentava mais de R\$ 20 bilhões ao ano, no Brasil. Somente a Região Metropolitana de São Paulo movimentava de R\$16 bilhões anuais em bens e serviços.

Para realização de feiras e exposições, o expositor loca um espaço/uma metragem de “chão” na feira ou pavilhão de exposições para a montagem de estandes onde devem ser informados quanto os prazos, horários, funcionamento, início, desmontagem e retirada dos materiais utilizados.

De acordo com Duarte (2009) uma questão que não deve ser esquecida num evento é a decoração do local, afinal um evento é uma forma de comunicar e a imagem também se

comunica, devendo ser bastante aproveitada numa perspectiva comercial de grande impacto para o público.

Segundo Zanella (2003) os espaços para eventos devem ofertar instalações que possibilitem a realização de diversas atividades, espaços amplos, facilidade de acesso e locomoção de pessoas e veículos, meios de comunicação, área segura e muitos outros itens que devem ser considerados em relação aos espaços para eventos.

### **2.3 Artesanato**

De acordo com Chaves (2014) o artesanato foi à primeira forma de produção indústria. Teve início na Idade Média com o renascimento comercial e urbano, onde o produtor em casa, sozinho ou com a família realizava todas as etapas da produção. A manufatura resultou a ampliação do consumo, com isso houve um aumento na produção e o comerciante começou a dedicar-se à produção industrial. O fabricante distribuía a matéria-prima e o artesão recebia pelo produto produzido. Com o surgimento das fábricas, a produtividade aumento e cada trabalhador passaram a realizar uma etapa da produção.

O programa do Artesanato Brasileiro – PAB está vinculado ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, conforme Decreto nº 1.508 de 31 de maio de 1995. O principal objetivo é a geração de trabalho e renda, melhoria do nível cultural, profissional, social e econômico do artesão brasileiro.

De acordo com o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (2012, p. 10) o foco da promoção comercial é identificar espaços adequados para divulgar e comercializar os produtos artesanais, participar de feiras, mostras e eventos nacionais e internacionais.

Segundo o Portal Brasil (2015) em todo país cerca de 8,5 milhões de brasileiros fazem do artesanato seu negócio, de acordo com o IBGE instituto brasileiro de geografia e estatística, movimentando mais de R\$ 50 bilhões por ano em 2014.

Pesquisa realizada pelo SEBRAE em 2013 com 1,3 mil artesãos, 60% dos participantes mostra o artesanato como principal renda, 66% remuneram seus colaboradores com base na produção; 41% ensino médio completo; 20% ensino fundamental completo e 20% ensino superior completo (PORTAL BRASIL, 2015).

## 2.4 Demanda

A demanda é a necessidade, a solicitação de algo. De acordo com Slack *et. al.* (2009, p. 317) a sequência das decisões de planejamento e controle de capacidade tende a previsões de demanda de pouca probabilidade de ser correta e constante e antes de se tomar qualquer decisão deve-se ter uma ideia quantitativa tanto da capacidade quanto de demanda. Afinal sem uma estimativa da demanda futura não é possível planejar eventos futuros, somente responde-los.

Sendo inadequada essa política de atender a demanda quando ocorrer. De acordo com Slack *et. al.* (2009, p. 355) os estoques geram custos e algumas vezes empatam consideravelmente o capital, como mantê-lo representa um risco de tornar obsoletos. Por outro lado, proporcionam a segurança da empresa poder atender prontamente a demanda.

Para Peinado e Graeml (2007, p. 330) a previsão de demanda baseada em eventos anteriores aponta maiores ou menores variações, dependendo principalmente do tipo de produto que se é trabalhado e dos fatores que influenciaram o desempenho da demanda passada.

Ainda segundo o autor fatores decisivos que devem ser considerados para previsão da demanda são dentre outros a mudança das características de preço dos concorrentes, inflação, situação econômica do país, nível de desemprego, proximidade de período eleitoral.

## 2.5 Estoque

Para Moreira (2008, p. 447-448) entende como estoque qualquer quantidade de bens físicos, matérias-primas e componentes, conservados por algum tempo aguardando venda ou emissão. Cujas função é servir de proteção para quaisquer mudanças não previstas, seja no suprimento, na demanda ou tempo de espera.

Os estoques são essenciais para a gestão logística porque é impossível e impraticável produzir instantaneamente. Os estoques funcionais são como o “pulmão” entre oferta e demanda a fim de garantir aos clientes a disponibilidade dos produtos (BALLOU, 2007, p.33).

O dimensionamento do tamanho dos estoques está relacionado à quantidade de consumo em um determinado tempo. De acordo com Almeida (2008, p. 450) já a falta do estoque reflete em consequências econômicas como vendas perdidas ou a perda de imagem e

futuros negócios quando o material não está disponível ou demorar a ser entregue ao consumidor.

Não só a quantidade é essencial para suprir a demanda, mas a localização do seu estoque. Segundo Ballou (2007, p. 54) a localização geográfica dos pontos de estoque e de seus centros de abastecimento cria o esquema do plano logístico estabelecendo os caminhos pelos quais os produtos serão direcionados ao mercado.

### **3 MÉTODO**

Foi desenvolvida uma pesquisa bibliográfica e exploratória, em que se pretende compreender a logística de eventos dentro da maior feira de artesanato da América Latina.

A pesquisa bibliográfica visa interpretar os conceitos de logística de eventos, demanda e estoque. A pesquisa envolveu uma visita técnica à Mega Artesanal 2016 e aos estandes das empresas Arte Madeira Joinville, Arte Fácil Artesanato e Mansão das Artes.

A pesquisa exploratória definida por Gil (2002), objetiva propiciar uma maior experiência com o problema, com vista de ser mais esclarecedor ou de construir suposições. Podendo envolver soldagem e entrevistas com pessoas relacionadas ao problema pesquisado.

O estudo de caso consiste numa verificação detalhada de episódios reais e específicos, em que se explora a organização como um todo, contendo apenas um ou poucos episódios (BRYMAN, 1989).

Para Vergara e Branco (2000) o estudo de caso é localizado a uma ou poucas unidades, entendidas como uma pessoa, uma família, um produto, uma empresa, um órgão público, uma comunidade ou mesmo um país, tendo caráter complexo e detalhado.

A maior finalidade do estudo de caso é observada nas pesquisas exploratórias. Por sua compreensão é recomendável na investigação sobre temas complexos (GIL, 2002).

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Adotaram-se as análises e as discussões por meio da avaliação de multicascos.

### 4.1 WR São Paulo

A WR São Paulo Feiras e Congressos iniciou as suas atividades no setor de arte, artesanato e artes manuais em 2003 com o início da Artesanal, desde o começo mostrou enorme potencial deste segmento econômico e se tornou Mega Artesanal após três anos.

De acordo com a WR São Paulo (2016) a Mega Artesanal se consagrou como a maior e mais importante feira da América Latina especializada no setor de produtos e técnicas de arte e artesanato, reunindo indústrias, lojas, ateliês, escolas de arte e artesãos apresentando lançamentos, inovações e tendências através de cursos e demonstrações.

De acordo com Saraiva (2013) em 2012 a WR São Paulo investiu R\$ 2 milhões no aluguel de pavilhões e serviços de terceiros, sendo que a empresa faturou R\$ 5,2 milhões.

Normalmente a Mega Artesanal é realizada no mês de julho, no São Paulo Expo localizado na Rodovia dos Imigrantes, Km 1,5 em São Paulo, ocupa o espaço de 29 mil m<sup>2</sup>, com 333 expositores, cerca de mais de 5.000 pessoas trabalham em toda feira e a média de público é 100 mil pessoas para os dias do evento.

De acordo Duarte (2009) o evento não deve só dar importância ao público-alvo, mas também expositores, convidados especiais, autoridades, fornecedores, comunicação social, etc. Na Mega Artesanal o acesso é restrito para crianças maiores de 12 anos de idade.

Em 2016, os ingressos para entrada na feira eram adquiridos antecipadamente em algumas lojas credenciadas, através do site e pessoalmente no dia do evento, pelo valor de R\$ 20,00, onde estudantes e maiores de 60 anos pagam metade do valor.

Para facilitar a locomoção dos visitantes o evento disponibiliza o transporte gratuito através de Vans que fazem o trajeto da estação de metrô Jabaquara até o evento.

Os locais ocupados pelas empresas na feira são reservados automaticamente para o ano seguinte e a venda dos espaços começa no mês de setembro. Os espaços só são disponibilizados para novos clientes por uma comunicação formal de desistência, sendo que o índice de renovação é de aproximadamente 90% dos contratos de um ano para outro.

A feira é segmentada em cinco áreas distintas: Pátio das Indústrias (fabricantes, importadores e distribuidores); Paço do Comércio (lojas e representantes comerciais), Espaço Ateliê (escolas e ateliês de diversas técnicas), Espaço *Patchwork* (escolas e ateliês especializados em *patchwork*) e Praça do Artesão (artesanato, arte e artes manuais).

Em 2016 a Mega Artesanal completou 10 anos, essa edição foi realizada nos dias 12 a 17 de julho. Conforme a Figura 1 demonstra o *layout* da 10ª edição da Mega Artesanal.



Figura 1 - *Layout* da Mega Artesanal 2016.  
Fonte: WR São Paulo, adaptado pelos Autores (2016).

Os expositores devem, obrigatoriamente, expor e vender produtos, dar cursos e fazer demonstrações de itens estritamente ligados com o objetivo da feira e todos são selecionados pela equipe organizadora do evento que adota critérios de aceitar ou não sua participação.

Após a realização de cada edição, a equipe da WR São Paulo analisa os prós e contras e estuda a melhor maneira de fazer com que o evento mantenha seu alto nível de excelência e que continue a ser a principal ferramenta de negócios do mercado que atua. Com objetivo que a edição atual seja sempre melhor que a anterior, atendendo as solicitações de expositores com relação ao tamanho e localização dos estandes.

A WR São Paulo disponibiliza dois tipos de estandes, o básico feito pelas montadoras oficiais contratadas e o Especial que após ser analisado e aprovado é montado por conta do expositor.

A reposição de produtos é feita diariamente dentro de um período pré-estabelecido fora do horário da feira. Durante o evento é proibido à movimentação de produtos.

Os organizadores da Mega Artesanal sempre alertam os participantes da feira à necessidade de reciclar os materiais usados na montagem dos estandes, nos cursos, demonstrações e na praça de alimentação, como também no consumo de energia. Normalmente há a coleta seletiva de tais resíduos, mas sem quantificação.

De acordo com a Figura 2, mostra a vista superior de uma parte da feira antes da inauguração.



Figura 2 – Mega Artesanal 2016.  
Fonte: WR São Paulo (2016).

## 4.2 Arte Madeira Joinville

A Arte Madeira Joinville surgiu em meados de 2009 e atua com diversos artigos e suprimentos para o desenvolvimento artesanal abastecendo diversas lojas do país. Localizada em Joinville – Santa Catarina participa da Mega Artesanal há três anos.

Como participa de outras exposições, desde o início do ano a empresa já trabalha o planejamento da decoração e da criação de peças novas para serem lançadas na Mega Artesanal.

A previsão de venda para a Mega Artesanal está baseada nas edições anteriores, um planejamento de produção e venda com margem de retorno de 30%. Para o estoque, é locado um caminhão para armazenar os produtos para fazer a reposição em todos os dias do evento.

Conforme a Figura 3, a decoração da Arte Madeira Joinville foi feita com a reutilização de pallets no lugar das vitrines de vidro. Uma maneira de preservar o meio ambiente reutilizando um material que iria ser descartado.



Figura 3 – Estande Arte Madeira Joinville no primeiro dia aberto aos consumidores.  
Fonte: Autores (2016).

As demandas pós Mega Artesanal sempre aumentavam, mas excepcionalmente esse ano apresentou estagnação.

## 4.3 Arte Fácil Artesanato

A Arte Fácil Artesanato surgiu em fevereiro de 1996, atua com diversos artigos e suprimentos para o *scrapbook*. Está localizada em Belo Horizonte – MG e participou de todas as edições da Mega Artesanal.

Em meados de outubro a Artes Fácil Artesanato fecha o contrato de locação do espaço na Mega Artesanal e no início do ano começam a pensar na produção e na decoração do evento.

A previsão de vendas é feita de acordo com as vendas dos últimos anos, mas sempre fazendo uma projeção a mais. As mercadorias são enviadas por transportadoras e ficam estocadas no próprio estande.

Conforme a Figura 4, as peças decoradas ficam no alto, enquanto as comercializadas ficam de fácil acesso aos consumidores.



Figura 4 – Estande Arte Fácil Artesanato no primeiro dia aberto aos consumidores.  
Fonte: Autores (2016).

Nessa edição da Mega Artesanal a demanda foi abaixo da projeção, já o pós-feira as vendas aumentam em torno de 20%.

#### **4.4 Mansão das Artes**

A Mansão das Artes surgiu em 2001 na cidade de São Paulo, com objetivo de ser líder dentre as empresas que oferecem produtos para artesanato em geral. Atualmente a loja física disponibiliza mais de 5.000 itens.

Participa da Mega Artesanal há quatro anos. O planejamento sobre a feira é feito 60 dias antes do evento, sendo que nos últimos 30 dias são produzidas as peças a serem expostas como demonstração dos produtos comercializados.

A Mansão das Artes não faz previsão de vendas, levam os itens de lançamento, os mais vendidos da loja física e os itens de menor volume que estão no estoque. A reposição dos itens é feita em todos os dias do evento, já que a loja e o estoque ficam em São Paulo.

De acordo com a Figura 5, nas vitrines ficam expostas as peças já decoradas por professores da própria loja, dentro do estande são comercializados todos os itens para que o cliente consiga reproduzir a peça. Ainda conta com a ajuda de professores que orientam e tiram dúvidas dos clientes.



Figura 5 – Estande da Mansão das Artes no primeiro dia aberto ao público.  
Fonte: Autores (2016).

As vendas pós Mega Artesanal aumentaram em cerca de 15%.

## 5 CONSIDERAÇÕES

O ramo do artesanato movimenta mais de 50 bilhões por ano, o que faz com que várias empresas queiram investir nesse segmento.

O evento da Mega Artesanal é uma maneira de fazer a ligação entre várias empresas de segmentos distintos com o público do evento sejam patrocinadores, apoiadores, fornecedores e outros, dando a oportunidade para que se possam conquistar novos clientes.

A setorização é algo muito interessante, assim o público se dirige especificamente ao local que mais lhe agrada, não precisando andar por toda a feira para encontrar o que deseja.

O planejamento e a realização desse evento estão fortemente ligados a marcas das empresas participantes da feira. Sendo assim, a Logística de Eventos é altamente responsável pela imagem, qualquer erro acarreta um grande impacto negativo à marca, já que o serviço é simultâneo e a percepção do cliente é muito intensa.

A decoração é uma forma de chamar atenção do público para sua marca e a utilização de materiais recicláveis como no caso da Arte Madeira Joinville é uma forma de demonstrar a preocupação com a sustentabilidade.

Além disso, as empresas necessitam de ter uma projeção da demanda, qual o nível do estoque necessário para um bom funcionamento do evento. Se for alto em um determinado item, poderá ocorrer um custo de capital desnecessário e empatar a mercadoria, se for baixo, não atenderá a demanda e por sua vez perderá um cliente, que buscará no seu concorrente, seu fornecedor.

No caso da Arte Fácil Artesanato, a projeção é baseada em eventos anteriores, no caso específico desta empresa que participou de todos os eventos da Mega Artesanal, os itens comercializados são de pequenos volumes, o que são facilmente embalados e enviados de Belo Horizonte via transportadora para São Paulo e armazenados todos no próprio estande, sem terem que se preocuparem na reposição do estoque.

Já a Arte Madeira Joinville, participante das três últimas edições, faz a projeção baseada na última feira, alugando um caminhão para fazê-lo de estoque. Essa projeção de demanda deve ser bem avaliada para não serem transportados itens desnecessários e ao mesmo tempo não ter como atender ao público por falta de estoque.

No caso da Mansão das Artes, como o estoque é em São Paulo, mesmo local do evento, a empresa acaba por negligenciar a projeção de vendas. Abastecem todo o espaço do estande com peças de lançamento, as mais vendidas e as de menor volume. A falta de estudo dessa projeção incorre em custos desnecessários de movimentação de produtos.

Em um contexto geral, a WR São Paulo, através da Mega Artesanal, oferece oportunidades tanto para as empresas quanto para o público. Reúne em um só local vários fornecedores, aproximando os *players* dos contatos e das novas técnicas e produtos do segmento.

A localização desta feira em São Paulo, além de ser um dos grandes centros econômicos do Brasil, concentra também o encontro de artesãos de vários outros estados e países vizinhos fomentando o comércio e o turismo local.

## 6 REFERÊNCIAS

ARGANO, L.; BOLLO, A; SEGA, P.D.; VIVALDA, C. **Gli eventi culturali: ideazione progettazione, marketing, comunicazione.** Milano: Francoangeli, 2005.

BALLOU, R. H. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos/Logística empresarial.** 5. ed. São Paulo: Artmed, 2006.

BRYMAN, A. **Research methods and organization studies.** London: Routledge, 1989.

CHAVES, L. C. **A revolução industrial.** 2014. Disponível em <http://www.culturabrasil.pro.br/revolucaoindustrial.htm> . Acesso em 05/07/2016.

CLEMENTES, J. P.; GILDO, J. **Gestão de projetos.** Tradução da 5.ed. norte-americana. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

DUARTE, J.D.O. **Organização e gestão de eventos: métodos e técnicas e sua aplicação na actividade das empresas de eventos.** Monografia. Portugal: Universidade Fernando Pessoa, 2009.

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

KOTLER, P. **Administração de marketing: a edição do novo milênio.** São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2000.

MARTIN, V. **Manual prático de eventos.** São Paulo: Atlas, 2003.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR. **Programa do Artesanato Brasileiro - Base conceitual do artesanato Brasileiro.** Brasília: 2012.

NOVAES, A.G. **Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição: estratégia, operação e avaliação.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

PEINADO, J. GRAEML, A. R. **Administração da produção: operações industriais e de serviços**. Curitiba: Unicenp, 2007.

POIT, D.R. **Organização de eventos esportivos**. 4. ed. São Paulo: Phorte, 2006.

PORTAL BRASIL. **Artesanato contribui com desenvolvimento do turismo no país**. 2015. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/turismo/2015/03/artesanato-contribui-com-o-desenvolvimento-do-turismo-no-pais>. Acesso em 05/07/2016.

SÁ, D.; SÁ, D. de. **Sports Marketing: as novas regras do jogo**. Porto: IPAM, 2009.

SARAIVA, J. **Agenda lotada**. São Paulo, 2013. Disponível em: <http://www.valor.com.br/empresas/3374802/agenda-lotada#ixzz2noz1Vc48> . Acesso em 12/07/2016.

SLACK, N.; CHAMBERS, S.; JOHNSTON, R. **Administração da produção**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

VERGARA, S.; BRANCO, P.D. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2000.

WRSÃO PAULO. **Mega Artesanal 10 anos**. 2016. Disponível em: <http://www.wrsaopaulo.com.br/index.php/eventos/mega-artesanal> . Acesso em 02/07/2016.

ZANELLA, L.C. **Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização**. São Paulo: Atlas, 2003.