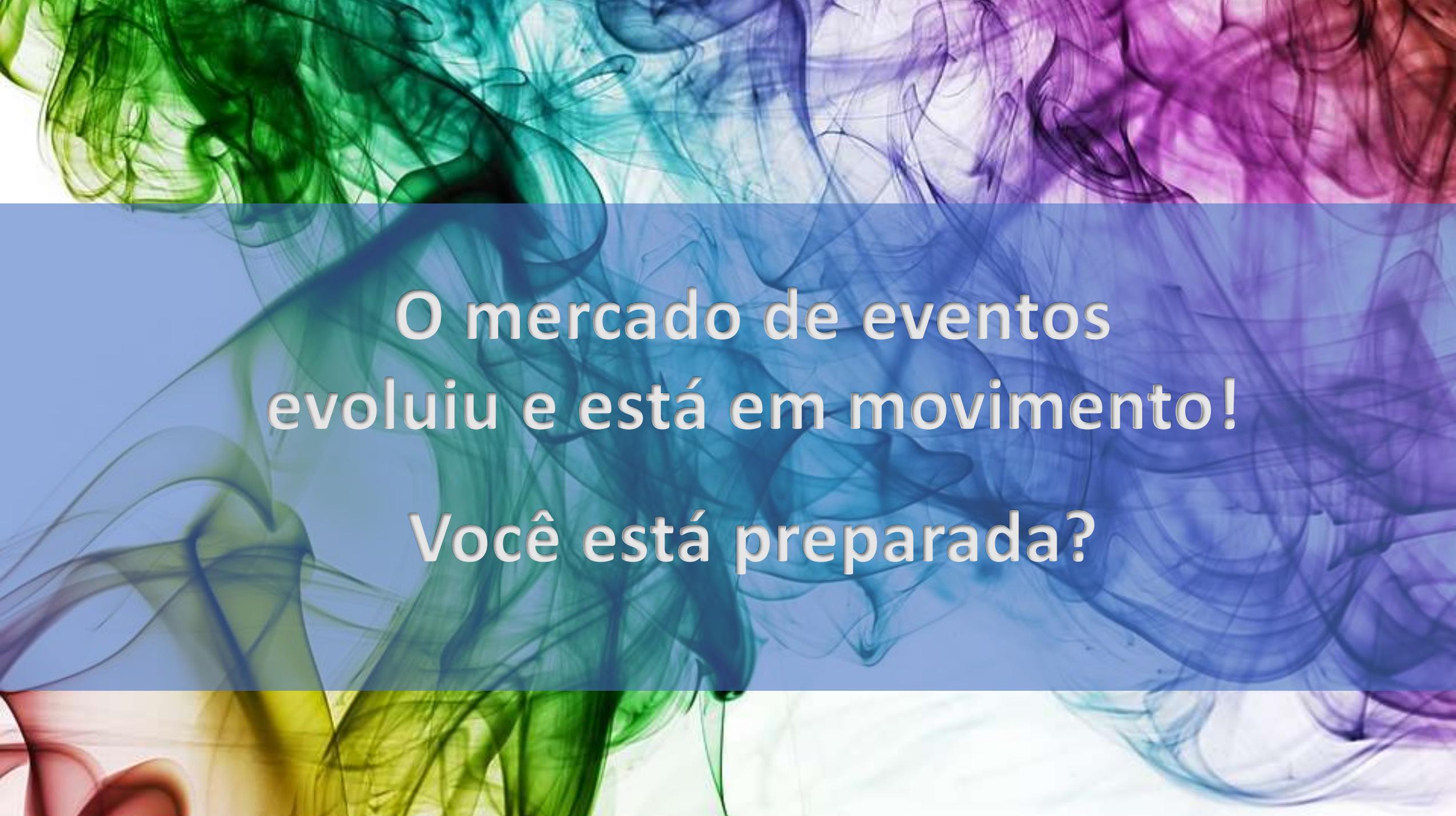


# Macrotendências, cenários e perspectivas do mercado de eventos brasileiro

*Vanessa Martín*  
Março/2019





O mercado de eventos  
evoluiu e está em movimento!

Você está preparada?

2019

# TECH TRENDS REPORT

12th Annual Edition

Emerging science and technology trends that will influence business, government, education, media and society in the coming year.



# KEY TAKEAWAYS

## ☑ The Big Nine

Apenas 9 empresas são as principais responsáveis pela esmagadora maioria dos aplicativos de pesquisa, financiamento, envolvimento governamental e voltadas ao consumidor

Google, Amazon, Microsoft, Apple, IBM and Facebook. In China it's the BAT: Baidu, Alibaba and Tencent.

# SOME KEY TAKEAWAYS

- ✓ The Big Nine
- ✓ **Voice search optimization (VSO)**

- Em 2019, 40% dos lares norte-americanos terão seus smart speakers
- Até 2020, as pessoas usarão a voz para metade de todas as suas pesquisas realizadas
- 25% dos usuários de smart speaker terão feito compras por voz

# SOME KEY TAKEAWAYS

- ✓ The Big Nine
- ✓ Voice search optimization (VSO)
- ✓ Personal Data Records (PDR)

Um único registro unificará todos os dados que criamos como resultado de nosso uso digital:

- **escola e trabalho** (diplomas, empregadores anteriores e atuais);
- **registros legais** (casamentos, divórcios, prisões);
- **registros financeiros** (hipotecas residenciais, pontuação de crédito, empréstimos, impostos);
- **viagens** (países visitados, vistos);
- **história de namoro** (aplicativos on-line);
- **saúde** (registros eletrônicos de saúde, resultados de triagem genética, hábitos de exercício);
- **e histórico de compras** (varejistas on-line, uso de cupons na loja).

# SOME KEY TAKEAWAYS

- ✓ The Big Nine
- ✓ Voice search optimization (VSO)
- ✓ Personal Data Records (PDR)
- ✓ **A privacidade morreu**

Só de estar vivo em 2019, geramos dados - intencionais e involuntários - que são extraídos, refinados, produzidos e monetizados.

As empresas que dependem de nossos dados têm novos desafios pela frente: como armazenar as vastas quantidades de dados que geramos, como protegê-los, como garantir que novos conjuntos de dados não sejam codificados com preconceito e práticas recomendadas para torná-los anônimos antes de compartilhar com terceiros festas

# SOME KEY TAKEAWAYS

- ✓ The Big Nine
- ✓ Voice search optimization (VSO)
- ✓ Personal Data Records (PDR)
- ✓ A privacidade morreu
- ✓ **Despreparo dos legisladores**

Em 2019, veremos propostas para novos marcos regulatórios.

No entanto, essas novas regras, regulamentos e políticas não conseguirão entender as implicações e consequências mais amplas deste novo cenário.

## Hospitality

Consumer-Grade AI Applications  
Ubiquitous Digital Assistants  
Bigger Role For Ambient Interfaces  
Deployable AI Versions of You  
Accountability and Trust  
AI Cloud  
Generating Virtual Environments From Short Videos  
Ambient Surveillance  
Real-Time Machine Learning  
Natural Language Understanding  
Machine Reading Comprehension  
General Reinforcement Learning Algorithm  
Machine Image Completion  
Predictive Machine Vision  
Much Faster Deep Learning  
Reinforcement Learning and Hierarchical RL  
Continuous Learning  
Multitask Learning  
Generative Adversarial Networks (GANs)  
New Generative Modeling Techniques  
Capsule Networks  
Probabilistic Programming Languages  
Automated Machine Learning (AutoML)  
Customized Machine Learning  
Bots  
Biometric Scanning

Voiceprints  
Gesture Recognition  
Personality Recognition  
Emotional Recognition  
Bone Recognition  
Behavioral Biometrics  
WiFi Recognition  
Ambient Tracking  
Synthetic Voices  
Persistent Recognition  
Bias in Recognition Technologies  
Security  
Privacy  
Data  
Drones (all)  
Drone Delivery  
Flying Taxis  
Car Interfaces Drive the Voice Assistant Wars  
Human-Machine Interfaces  
Personal Robots and Butlers  
Robot Abuse  
Social Tweaks to Social Network Algorithms  
Holograms  
360-degree Video  
Augmented Reality  
Virtual Reality  
Connected TVs

Streaming Social Video  
eSports  
VR For Marketing  
Extreme Weather Events  
Human Migration Patterns Shift  
Corporate Sustainability  
Bug Protein  
Cultivated Food and Beverage  
Cannabis Technologies  
Digital Addiction  
Interactive Mirrors  
Vaping and E-cigarettes  
Wearables  
Social Payments  
Smart Cities  
Smart City Initiatives  
Space Tourism  
Commercial Space Programs



# 19º Pesquisa Global de Entretenimento e Mídia 2018-2022

# E&M no Brasil deve movimentar U\$ 53 bilhões em 2022

19º Pesquisa Global de Entretenimento e  
Mídia 2018-2022

# Investimentos em novas tecnologias e modelos disruptivos....



Dependerão  
do propósito  
da empresa  
e da capacidade  
de adaptação  
às mudanças.

# Nova e diferente onda de convergência:



Entender  
o consumidor  
e colocá-lo  
no centro  
do negócio.

# TAKE AWAY



**Players  
devem rever  
o que fazem  
e como fazem:  
foco no  
consumidor**



# Mercado brasileiro de eventos 2016-2018

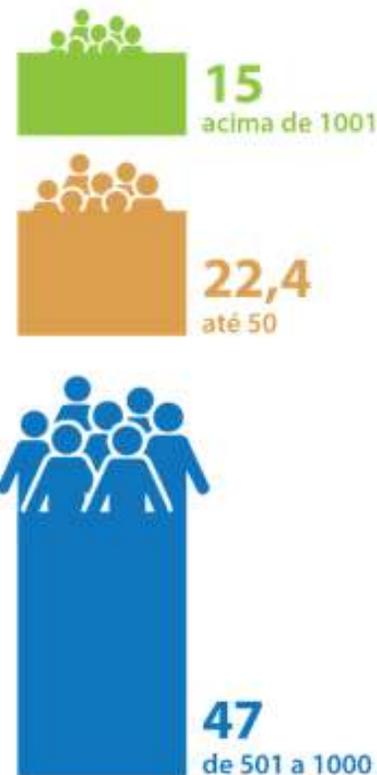


Perfil  
das empresas  
que participaram

## SEGMENTO DE ATUAÇÃO DA EMPRESA



## NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS

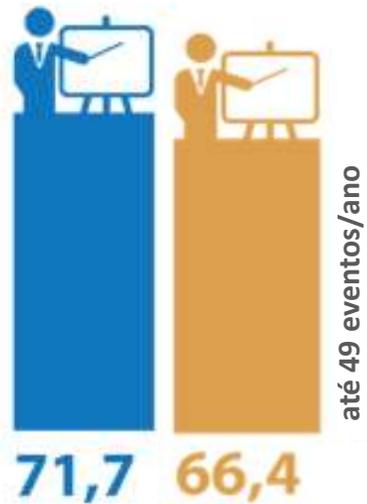


- ✓ Perfil abrangente
- ✓ Predominância da área de comércio
- ✓ Predominância eventos para todos os públicos.



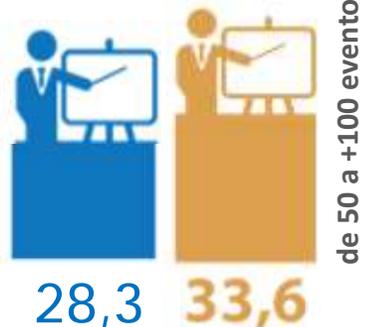
## Perfil empresa

### QUANTIDADE DE EVENTOS PLANEJADOS



2016

2018



### QUANTIDADE E TAMANHO DE EVENTOS REALIZADOS



- ✓ Predominância - eventos de até 499 pessoas (94%)
- ✓ Cerca de 10% realizam eventos superiores a 3.500 pessoas

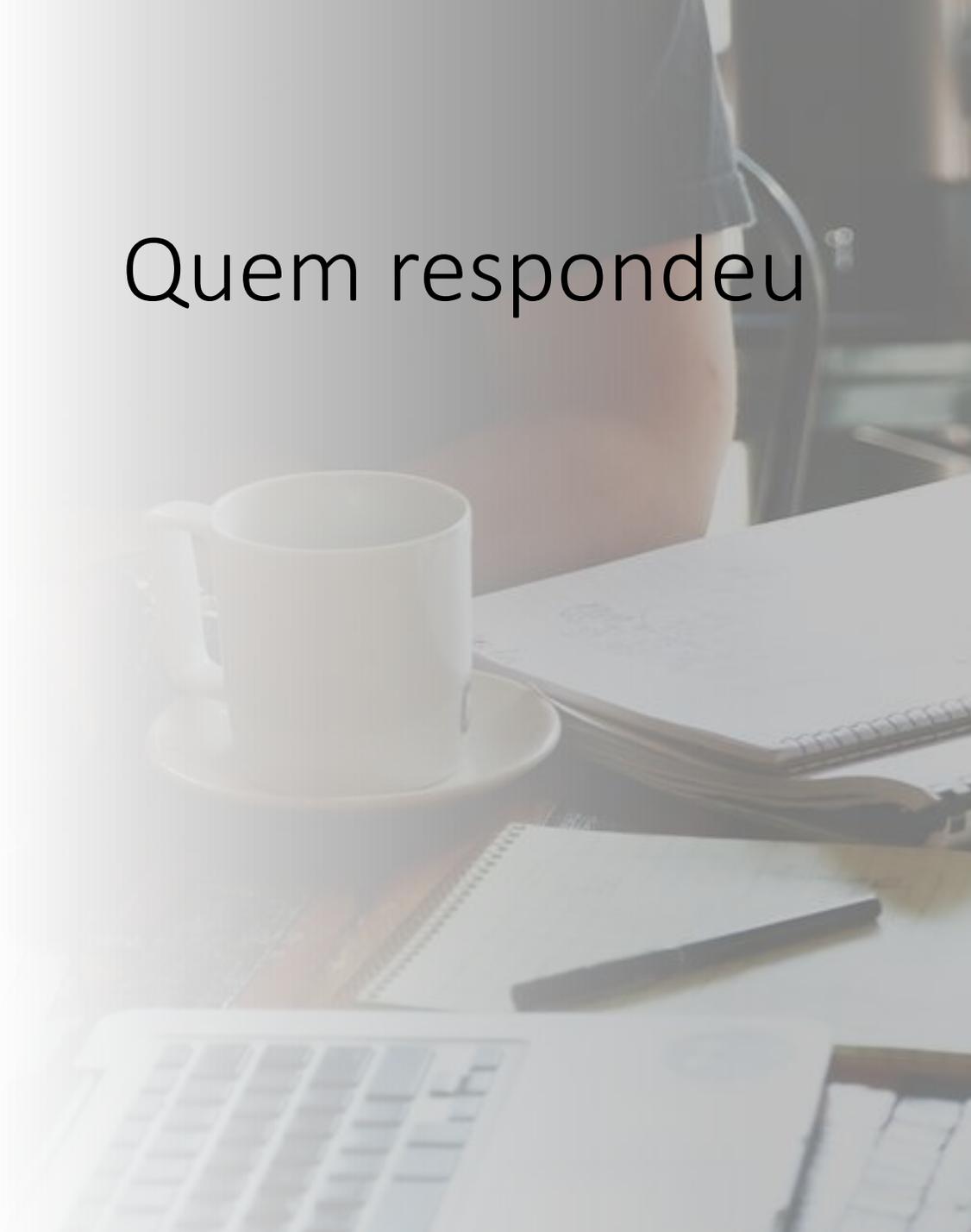
Múltiplas respostas

## TECNOLOGIAS E/OU INOVAÇÕES JÁ FORAM UTILIZADAS (%)



- ☑ Destaque absoluto da relevância dos aplicativos para o setor de eventos

Quem respondeu



## PERFIL DOS ENTREVISTADOS (%)

2016

2018

### EXPERIÊNCIA COM EVENTOS



- ☑ Equipes responsáveis pelos eventos cada vez mais experientes

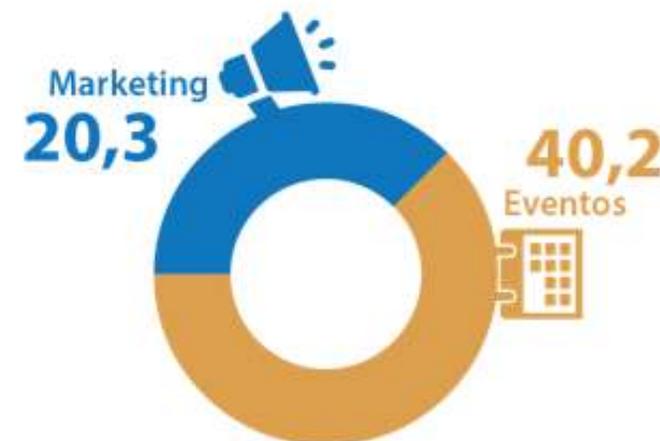
- ☑ Crescimento da realização dos eventos por equipes internas

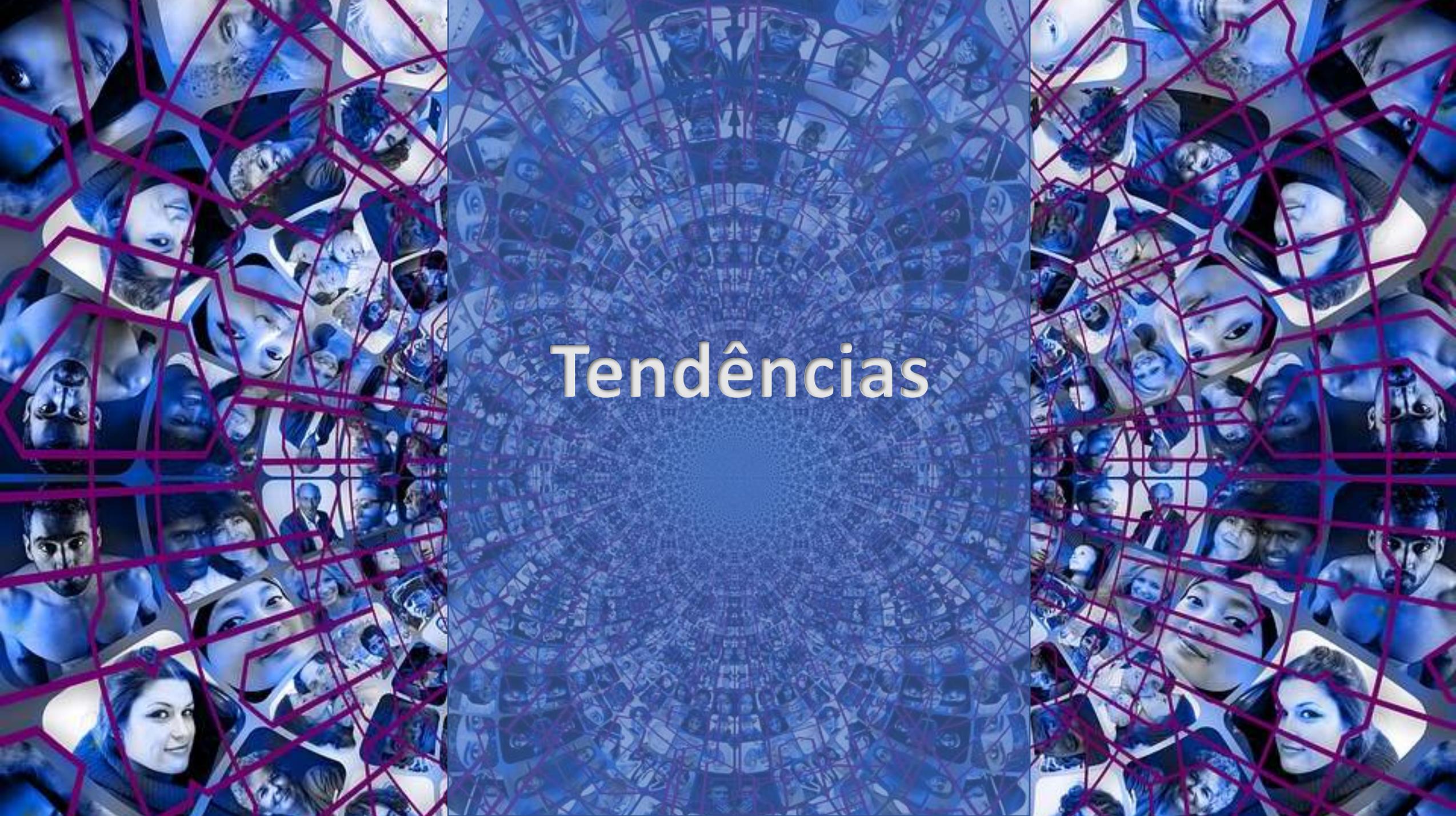
## RESPONSÁVEL PELOS EVENTOS NA EMPRESA



2016  
2018

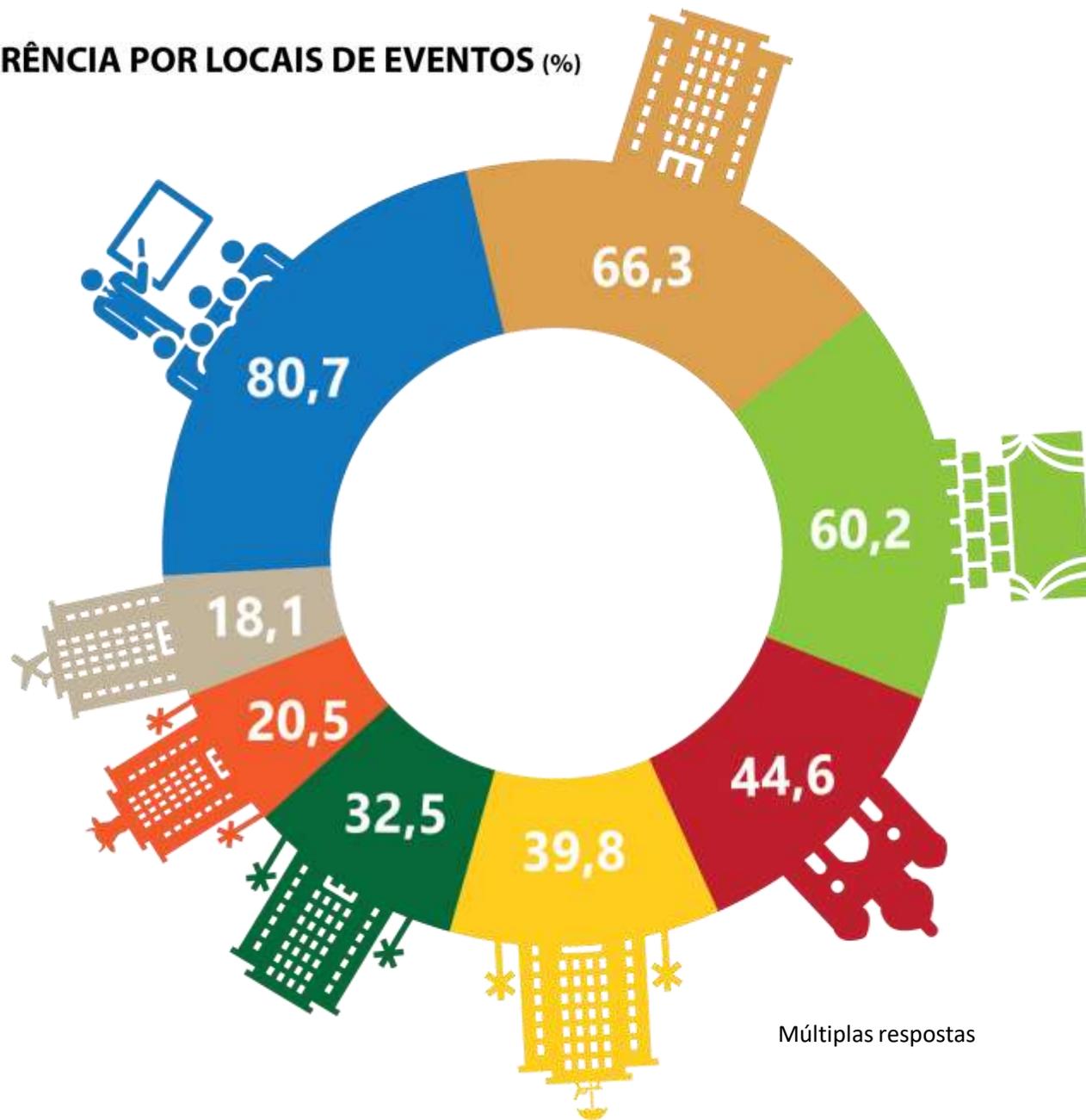
## ÁREA DE ATUAÇÃO NA EMPRESA





# Tendências

## PREFERÊNCIA POR LOCAIS DE EVENTOS (%)



## Tendências

- Hotel / resorts são os locais mais utilizados
- Destaque para os espaços alternativos

Espaço para Eventos

Hotel na cidade

Centro de Convenções

Espaço Alternativo

Resort de Praia

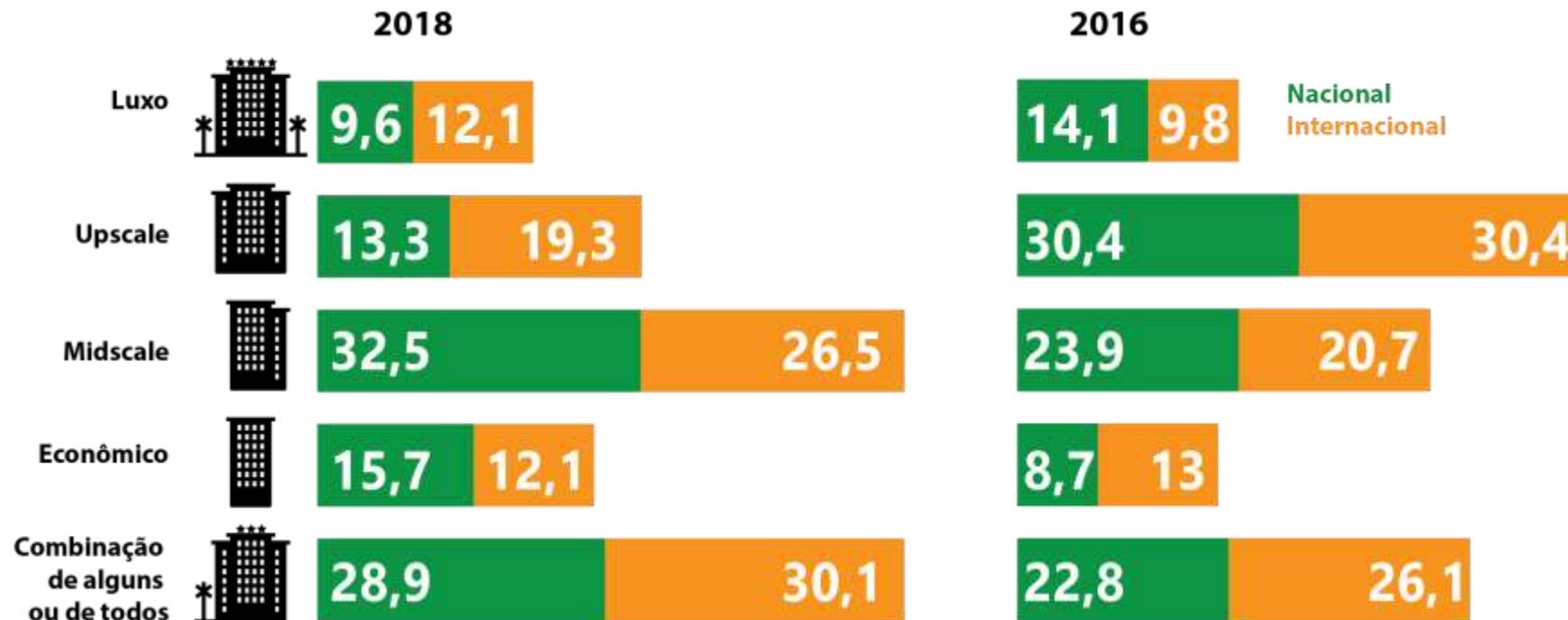
Resort Urbano

Hotel rural

Hotel acerca de aeroporto

## Tendências

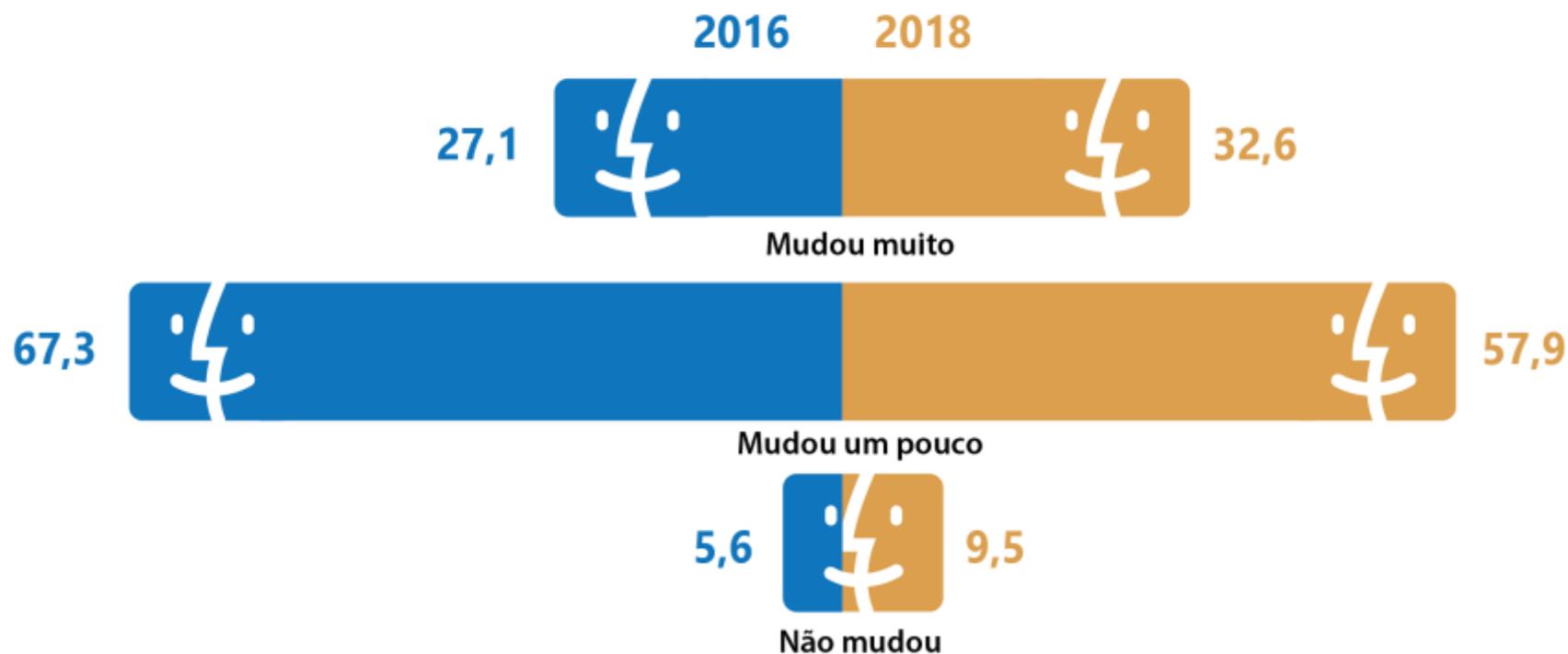
### TIPO DE HOTEL ESCOLHIDO (%)



- ✓ Crescimento da preferência pelas opções mais acessíveis no Brasil e exterior
- ✓ No internacional, a categoria luxo aumentou 23%

## Tendências

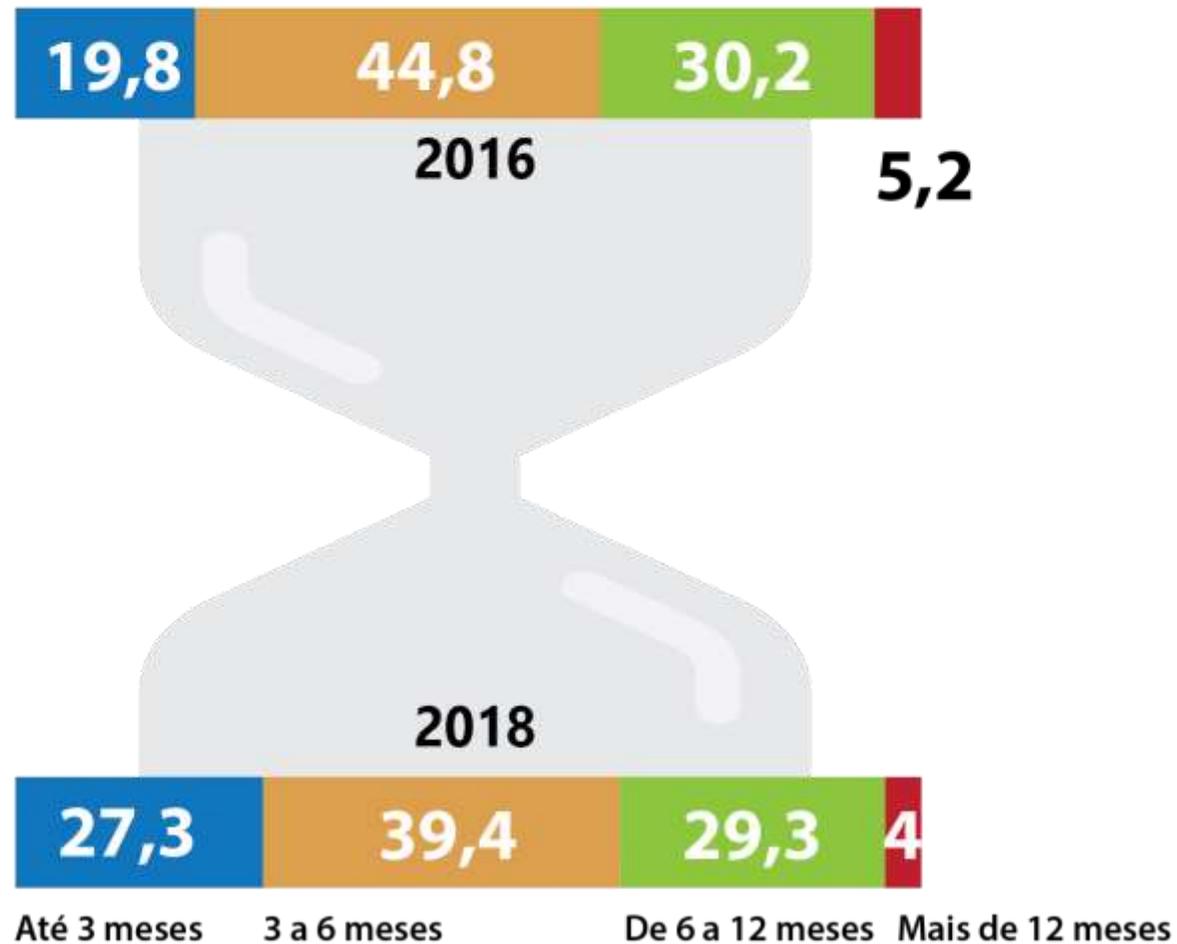
### MUDANÇAS OBSERVADAS NO PERFIL DOS EVENTOS AGORA OU NO FUTURO PRÓXIMO (%)



- Mercado atento para mudanças no perfil dos eventos

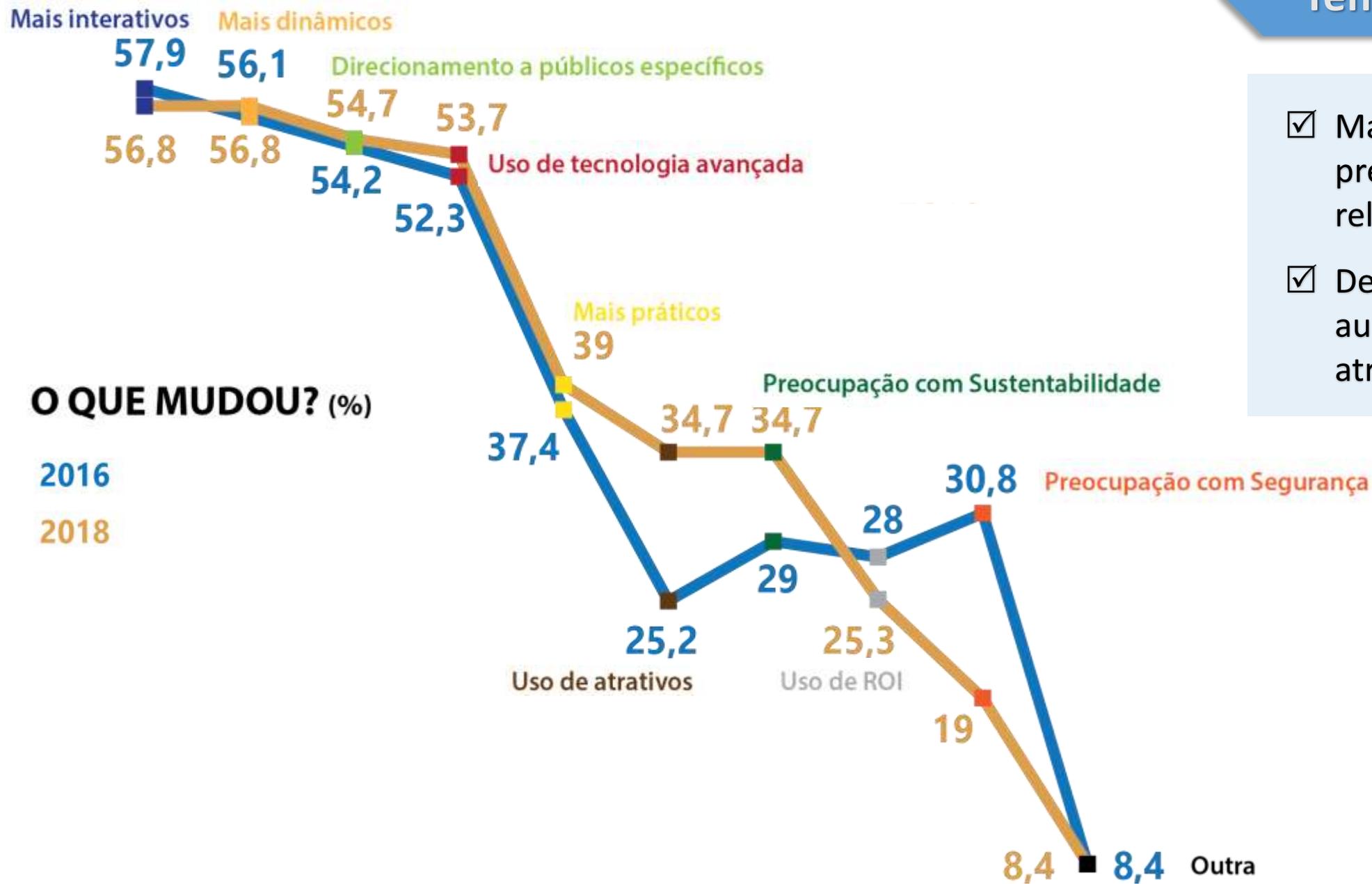
## Tendências

### TEMPO MÍNIMO PARA PLANEJAMENTO DE UM EVENTO DE GRANDE PORTE (%)



- ☑ Redução significativa do tempo gasto no planejamento de eventos de grande porte

## Tendências



- ☑ Manutenção da precedência das relevâncias
- ☑ Destaque para aumento no uso de atrativos

## Tendências

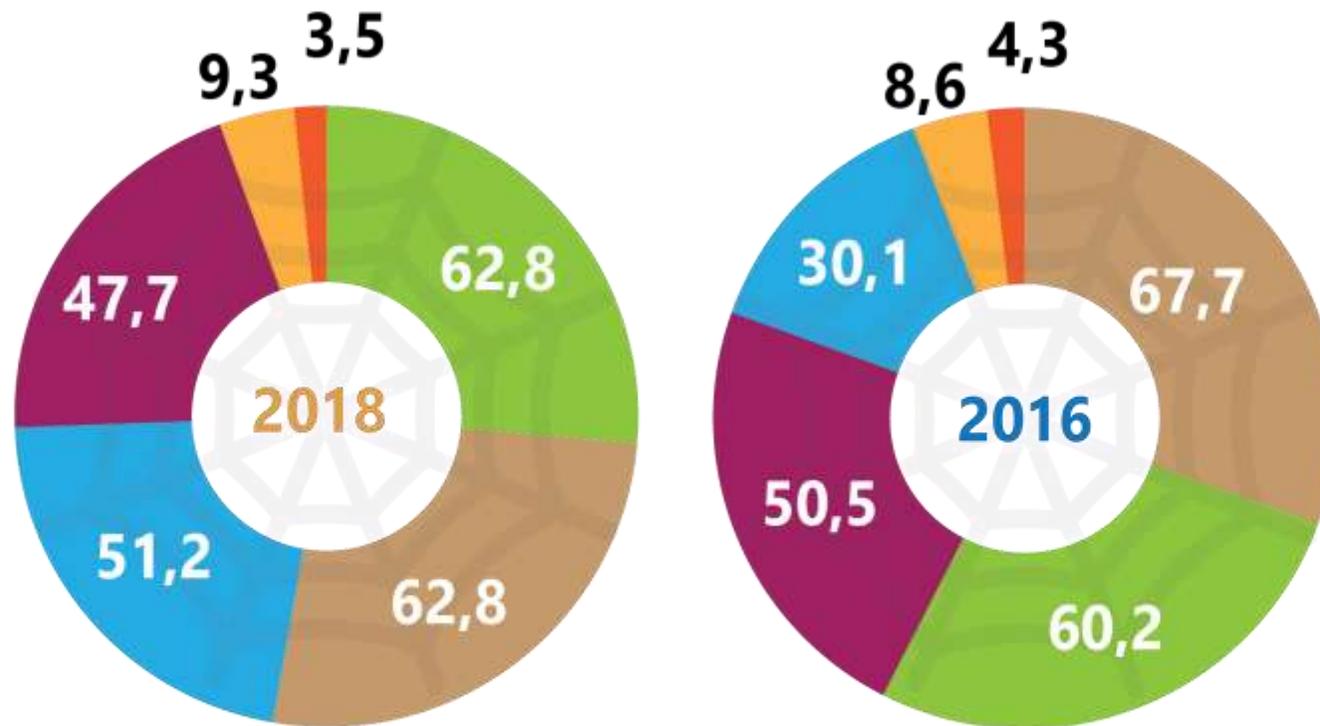
- Pequeno aumento na flexibilidade da decisão local

### ESCOLHA DO FORNECEDOR OBEDECE A ALINHAMENTO INTERNACIONAL DETERMINADO PELA MATRIZ (%)



2018  
2016

### USO DA INTERNET NA ORGANIZAÇÃO/CONTRATAÇÃO DOS EVENTOS (%)

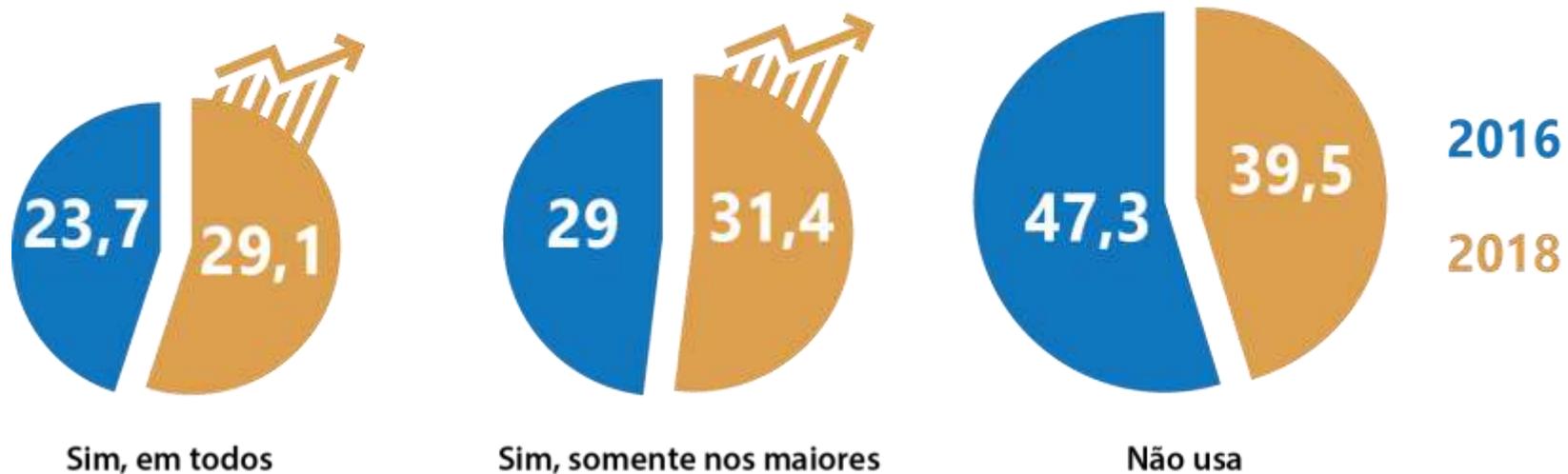


Pesquisa de mercadoria e fornecedores potenciais  
Compra de mercadorias e serviços  
Comunicar as regras do evento para os participantes  
Gestão do evento  
Não uso a Internet em meus eventos  
Outras

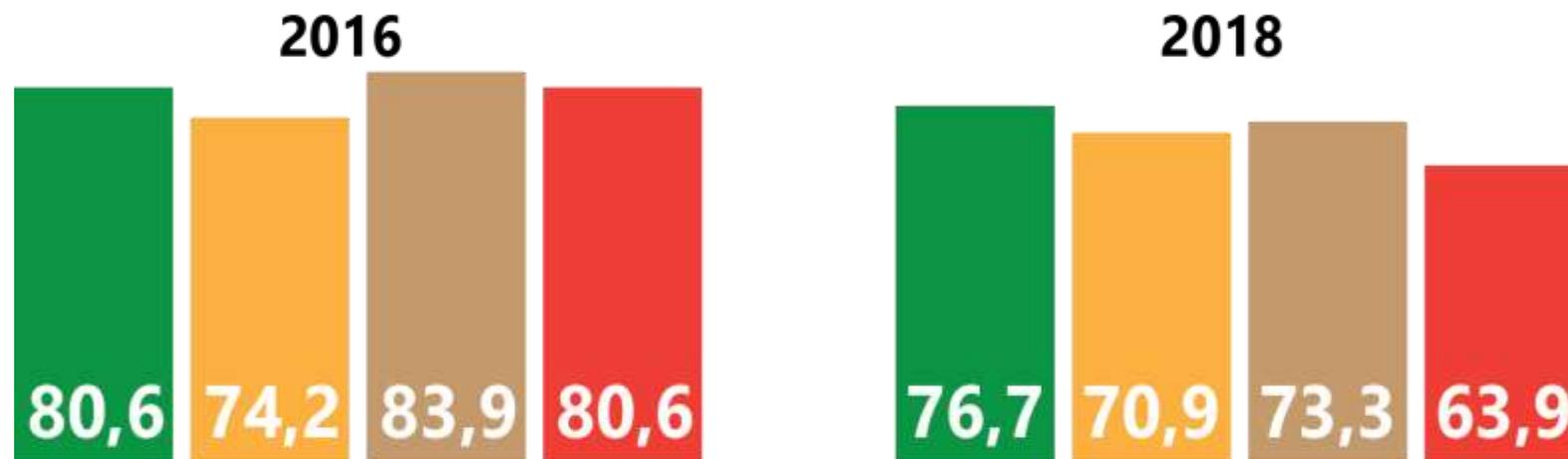
- ☑ Crescimento significativo da importância da presença online dos fornecedores

- Forte crescimento do ROI/ROO pelos clientes

### USO DO ROI/ROO NOS EVENTOS (%)



### FERRAMENTAS DE AVALIAÇÃO DO ROI/ROO DOS EVENTOS NO BRASIL NOS PRÓXIMOS 5 ANOS (%)



Redes sociais usadas para avaliar o retorno do investimento

Frequência da avaliação da absorção do conteúdo pós-eventos

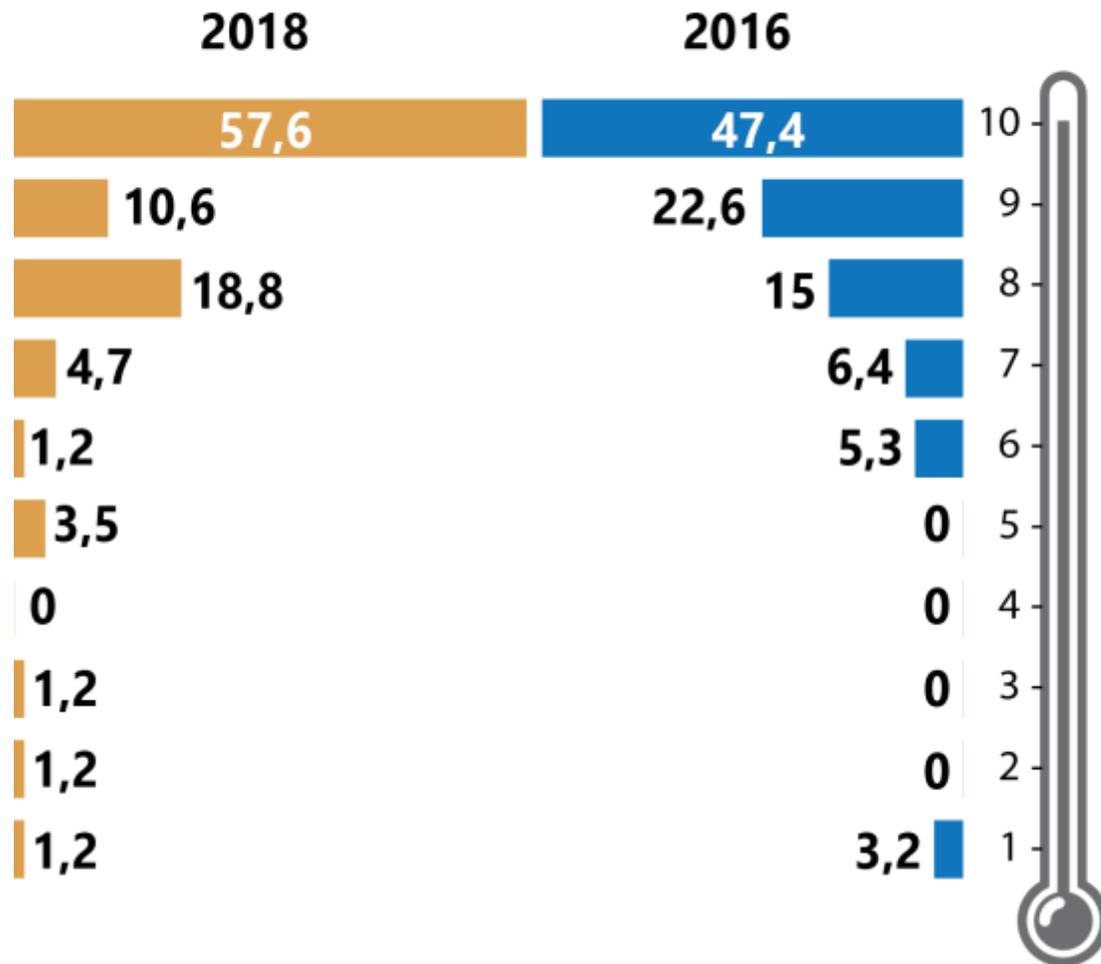
Utilização de ferramentas mais eficazes para medir o impacto dos eventos nos negócios

Opções de instrumentos amigáveis para avaliar o retorno de um evento

- ☑ Redes sociais são as ferramentas mais utilizadas para avaliação

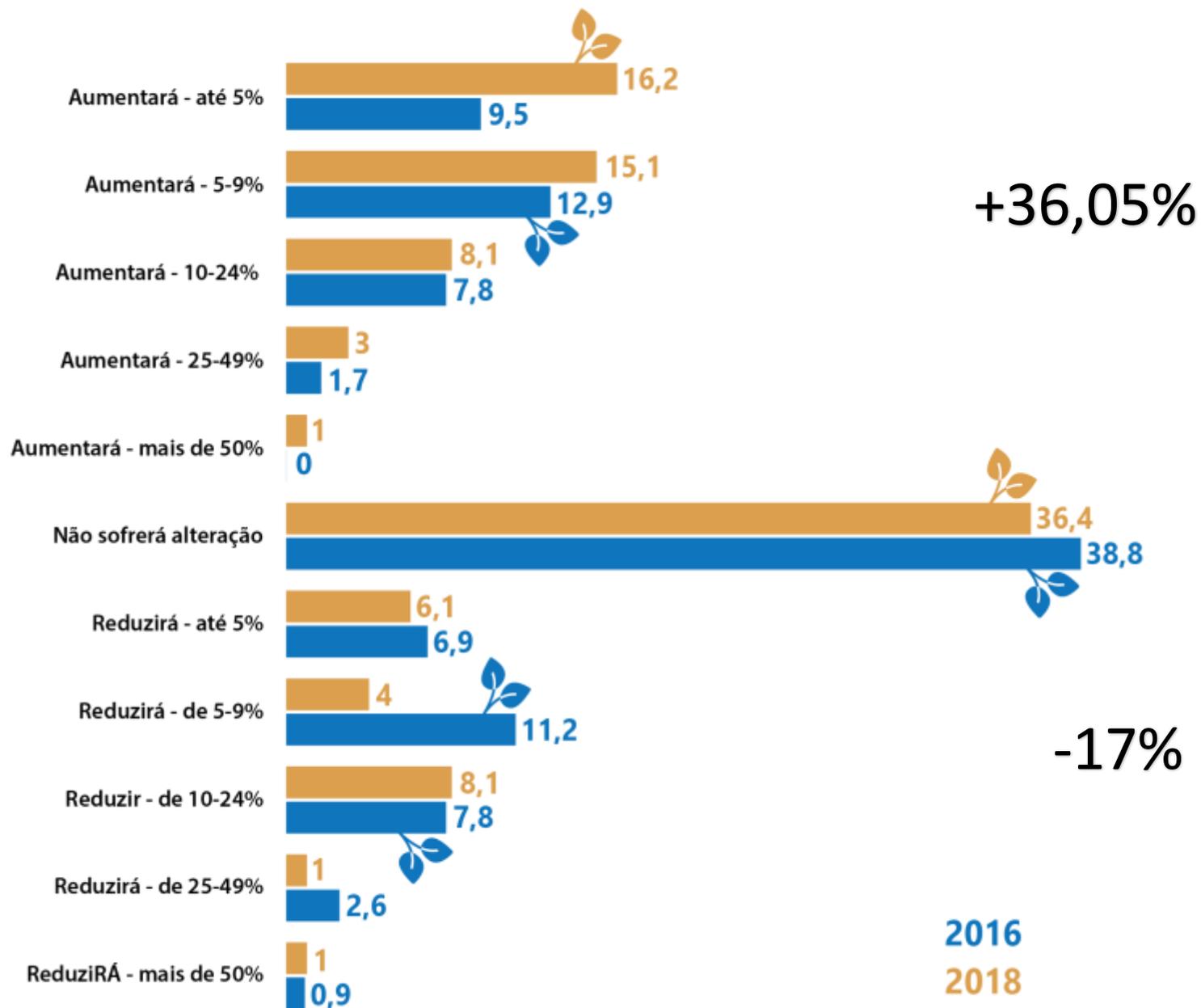
## Tendências

### IMPORTÂNCIA DO GERENCIAMENTO DE RISCO EM EVENTOS (%)



- Relevância da segurança para a maioria do mercado

## EXIGE OU FAZ ANÁLISE COMPLETA DA SUSTENTABILIDADE (%)



## Tendências

- ☑ Sustentabilidade é considerada relevante pelo mercado, mas não é unanimidade

## EXIGE OU FAZ ANÁLISE COMPLETA DA SUSTENTABILIDADE (%)

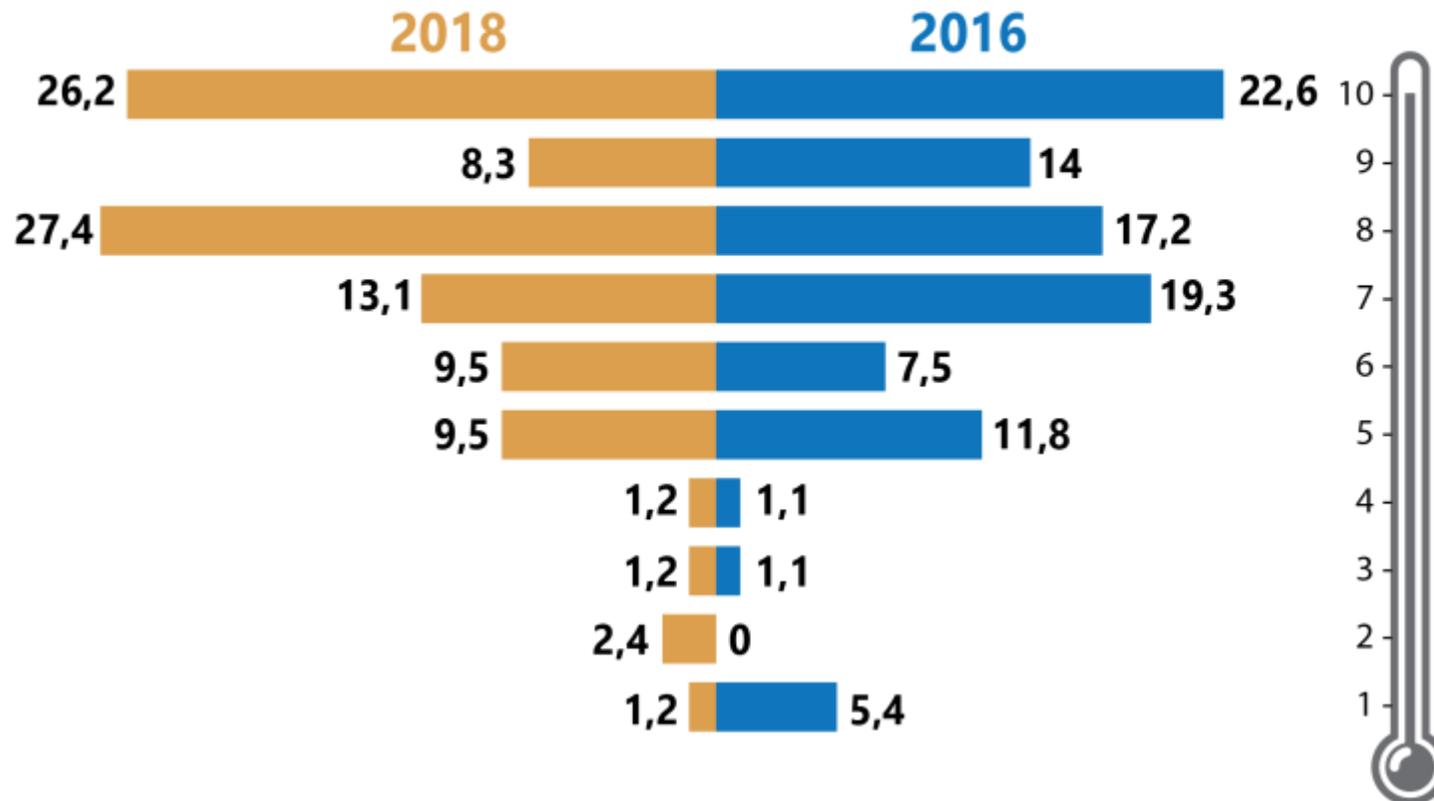


## Tendências

- Sustentabilidade é considerada relevante pelo mercado, mas não é unanimidade

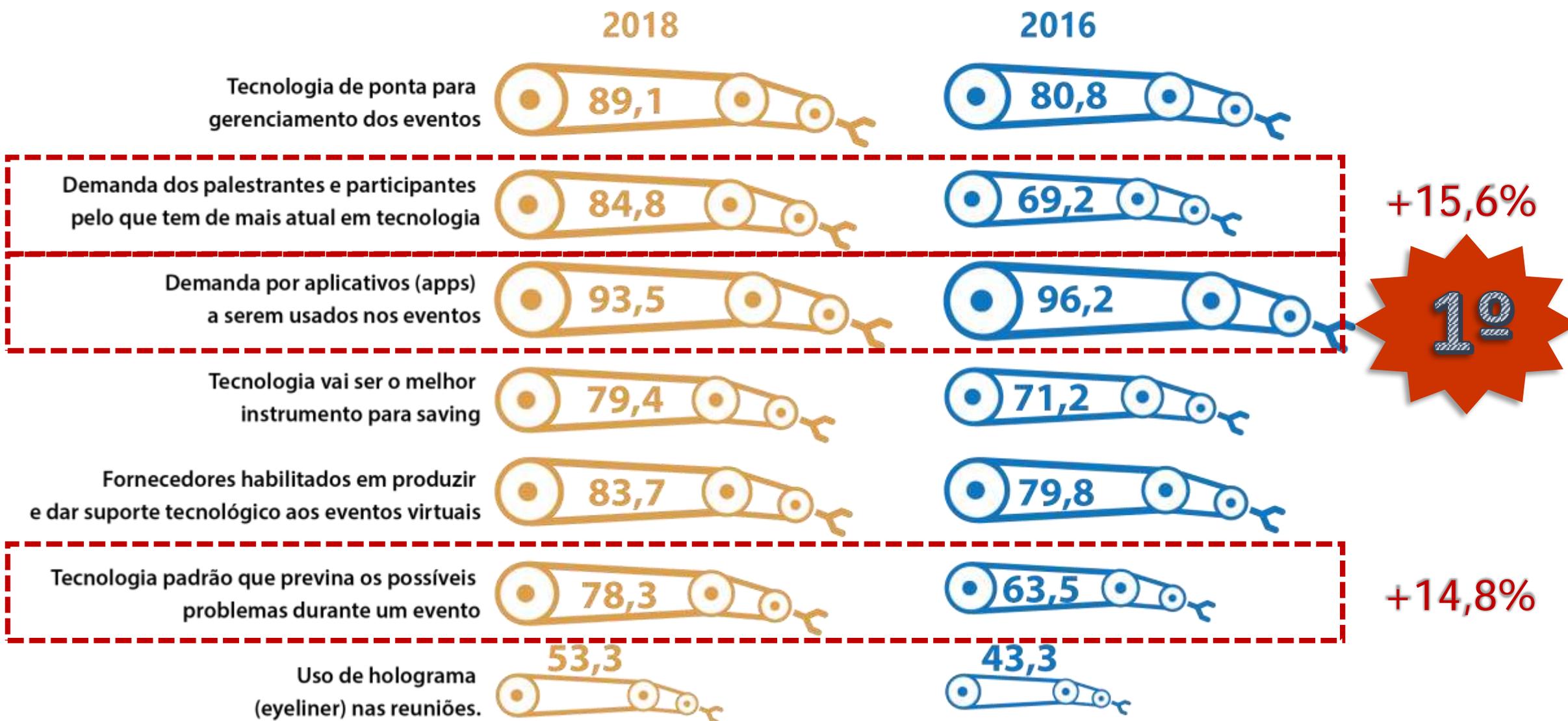
## Tendências

### IMPORTÂNCIA DO GERENCIAMENTO DA SUSTENTABILIDADE DE SEUS EVENTOS (%)



- Sustentabilidade é considerada relevante pelo mercado, mas não é unanimidade

## TENDÊNCIA DE USO DE TECNOLOGIA DE EVENTOS NOS PRÓXIMOS 5 ANOS (%)



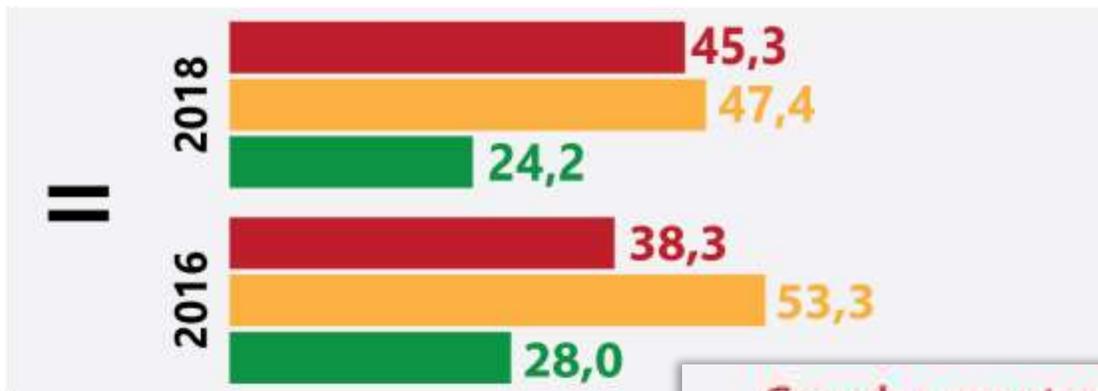
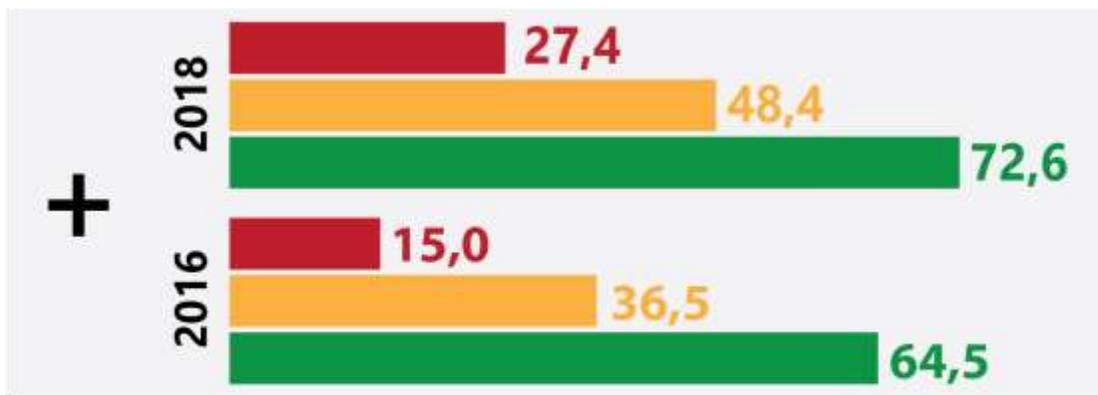
## Tendências

### CRITÉRIO DE ESCOLHA DO FORNECEDOR (%)

CRITÉRIO DE ESCOLHA DO FORNECEDOR (%)	2018				2016		
							
Deseja fornecedores que trazem novidades e respostas às demandas	88,0	10,9	0,0	1,1	88,5	11,5	0,0
Dá preferência a fornecedores que tragam respostas e novas sugestões	79,4	19,6	0,0	1,1	85,6	14,4	0,0
A experiência e a qualificação do atendimento é um dos critérios de escolha	75,0	21,7	2,2	1,1	80,8	17,3	2,9
Ter profissionais com conhecimento no meu segmento de negócio	61,5	30,8	5,5	2,2	63,5	31,7	4,8
Poucos fornecedores aptos a lidar com inovações tecnológicas	38,9	45,6	13,3	2,2	37,5	46,2	18,3
Fornecedor tradicional, relação de confiança	37,4	51,7	11,0	0,0	33,0	58,3	9,7
Todos os eventos da minha empresa são normatizados, controlados e aferidos	34,8	43,5	18,5	3,3	43,3	38,5	18,3

- Clientes interessados em profissional proativo, experiente e focado em resultados

## TEREMOS NO BRASIL NOS PRÓXIMOS 5 ANOS... (%)



Grandes eventos  
Eventos médios  
Pequenos eventos

## Tendências

- Mercado mais otimista
- Expectativa para mais eventos de todos os portes

## Tendências

Foco total no cliente

### SERÁ TENDÊNCIA NOS EVENTOS DE PEQUENO E MÉDIO PORTE... (%)

2016		2018	
81,3	Abordagens mais dinâmicas	88,4	
81,1	Eventos mais focados	88,3	
77,6	Palestras mais dinâmicas	86,3	+ 8,7%
75,7	Maior interação com os clientes	85,1	+ 9,4%
80,4	Maior uso de tecnologia	84,2	
83	Mais direcionados a determinados públicos	84,2	
80,4	Foco no perfil dos participantes	84,0	
73,8	Integração de eventos virtuais com eventos presenciais	82,1	+ 8,3%
81,3	Rede social como suporte ao acesso de conteúdo e às discussões	79,8	

## Tendências

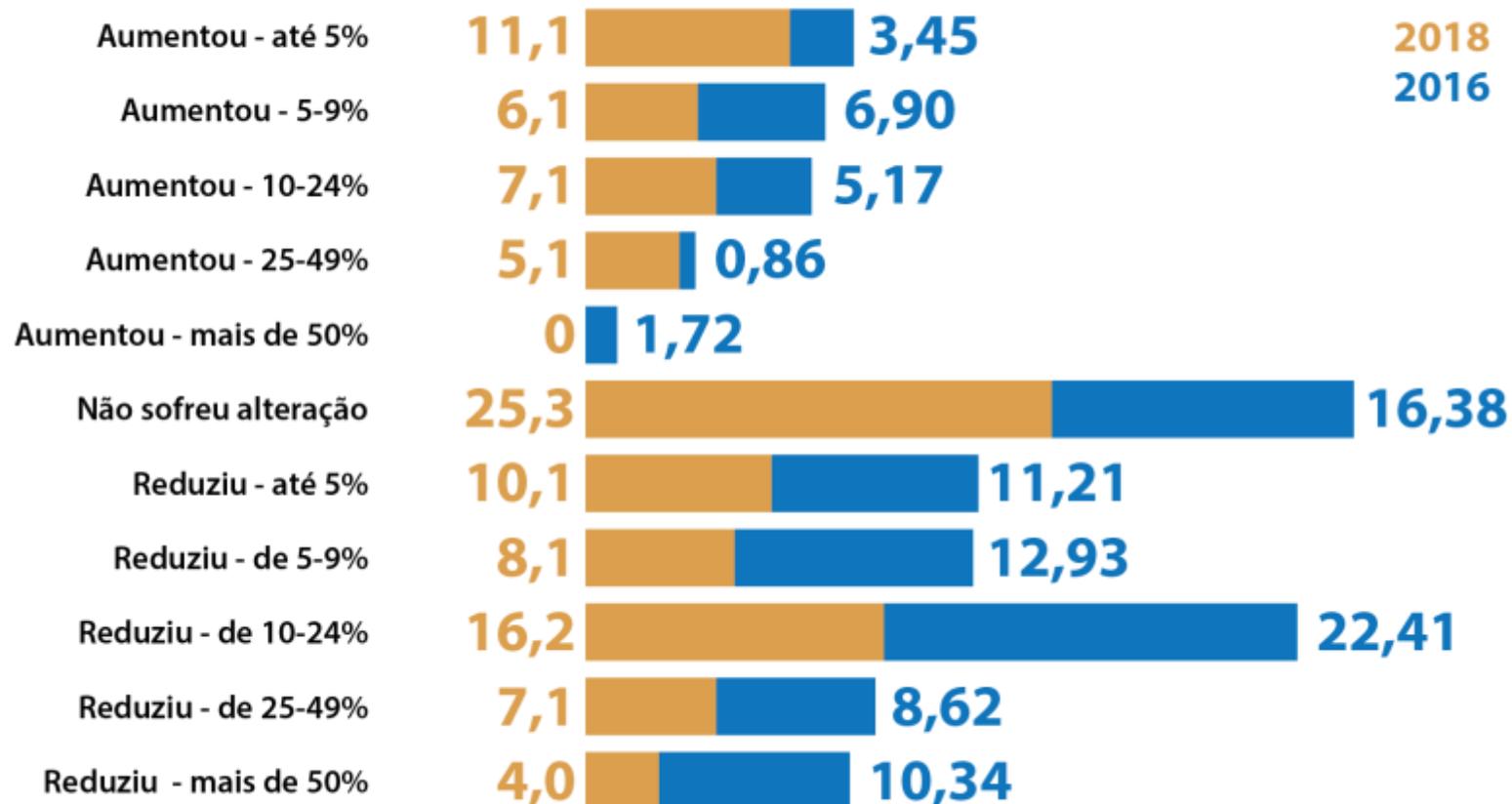
Foco total no cliente

### SERÁ TENDÊNCIA

### NOS EVENTOS DE GRANDE PORTE... (%)



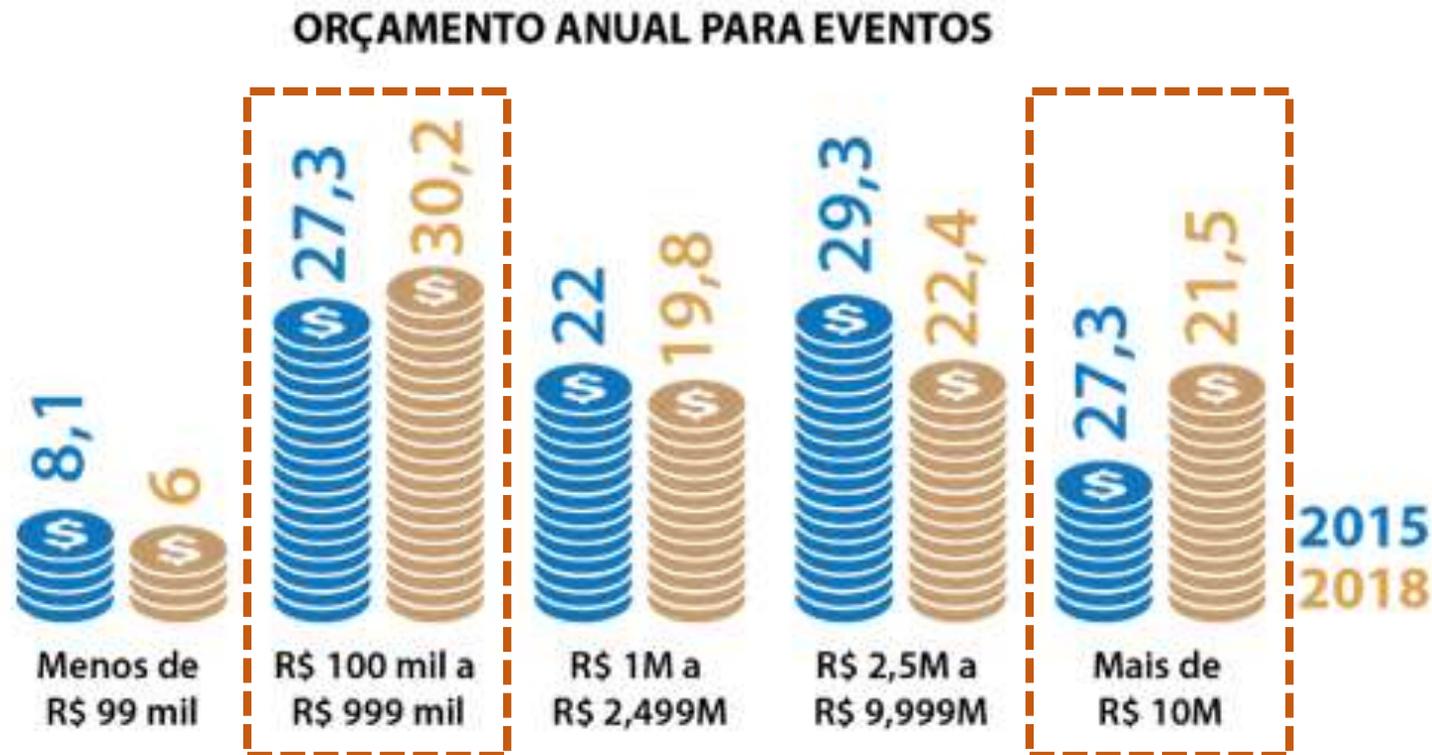
### ORÇAMENTO DE EVENTOS COMPARADO COM O ANO ANTERIOR (%)



- ☑ 1/3 das empresas aumentaram o orçamento em 2017
- ☑ Aumento de 62% nas respostas positivas de aumento de orçamento em 2019

## Tendências

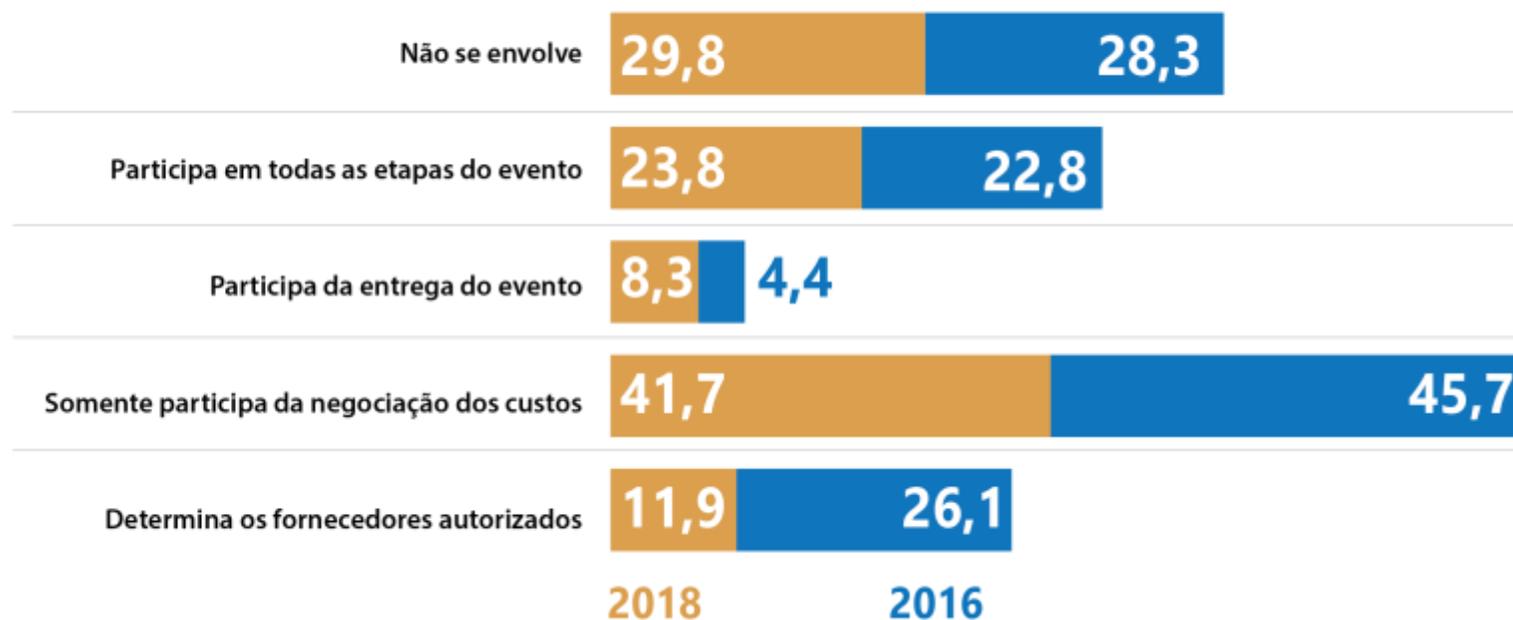
- ☑ Orçamento crescente para eventos de médio e grande porte



## Tendências

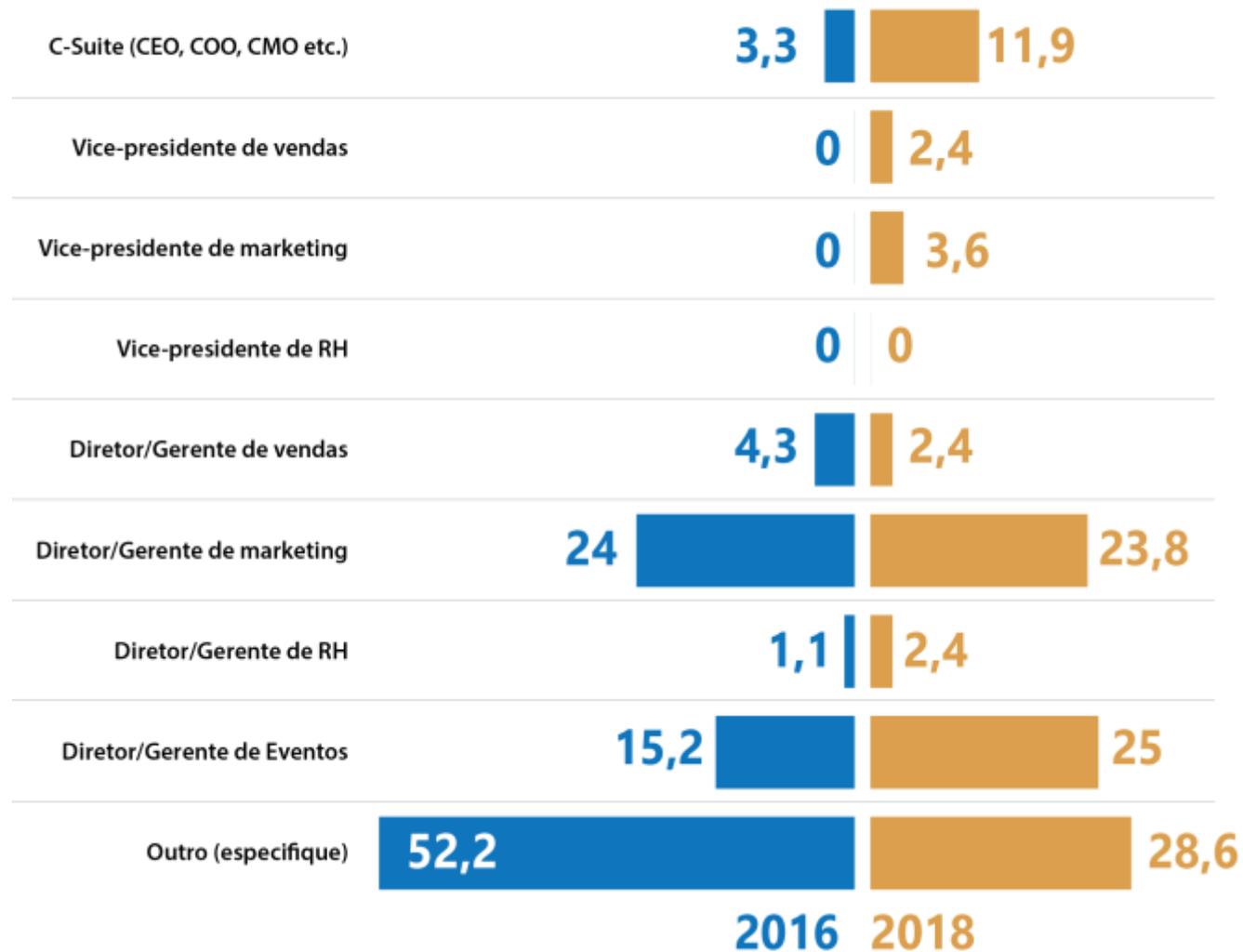
- ☑ Redução da influência do setor de Compras

### PARTICIPAÇÃO DO DEPARTAMENTO DE COMPRAS NA APROVAÇÃO DO EVENTO (%)



## Tendências

### RESPONSÁVEL PELAS NEGOCIAÇÕES DOS EVENTOS (%)



- ☑ Crescimento expressivo da relevância de eventos nas empresas em todos os C levels

## TAKE AWAY



- ✓ Preveem crescimento dos orçamentos e do # eventos
- ✓ Participantes demandam conteúdo mais específico.
- ✓ Contratantes mais experientes
- ✓ Mudanças no perfil dos eventos relacionadas com a demanda de inovações tecnológicas, maior interatividade, dinamismo e por eventos mais focados
- ✓ Transformações impulsionando a capacitação de todos os profissionais envolvidos

## TAKE AWAY



- ✓ "Para ter sucesso no futuro que está tomando forma, as empresas devem revisualizar todos os aspectos do que fazem e como fazem."
- ✓ "É ter, ou ter acesso à tecnologia certa e conteúdo excelente, que é entregue de maneira econômica para um público engajado que confia na marca."
- ✓ "Para aqueles capazes de executar com sucesso, as oportunidades são legendárias. "

Obriqada!

Vanessa Martin

[vanessa@vmconsultoriaemeventos.com.br](mailto:vanessa@vmconsultoriaemeventos.com.br)