

REVISTA

ANO XXII / Nº 89 / DEZEMBRO 2020 – R\$ 19,90

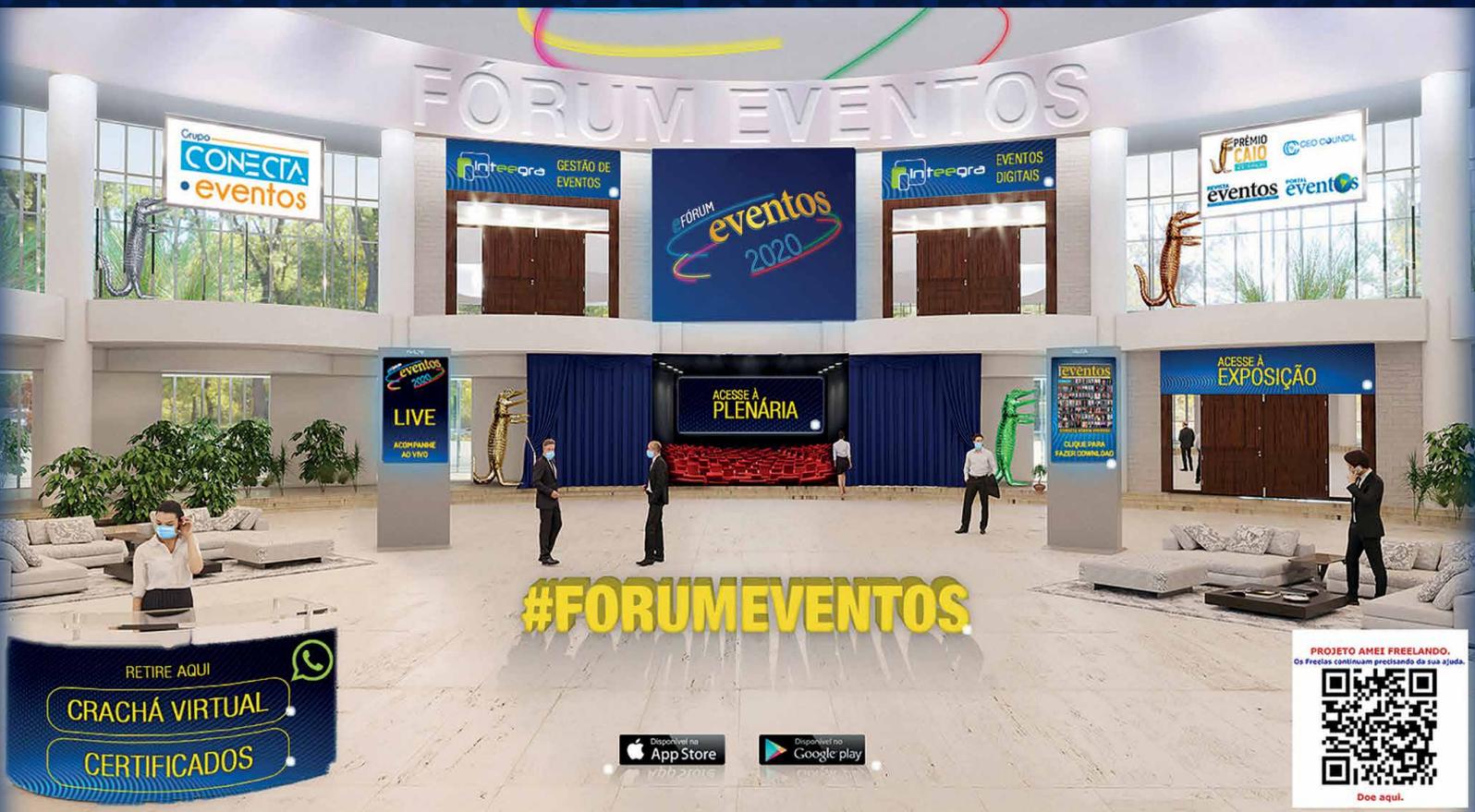
eventos

LIVE MARKETING - CONGRESSOS - FEIRAS - HOTELARIA - INCENTIVO

Grupo
CONECTA
• eventos

ESPECIAL

FÓRUM EVENTOS 2020



#FORUMEVENTOS

Disponível na
App Store

Disponível no
Google play





Em tempos de pandemia, segurança é tudo. Por isso, os protocolos adotados pelas companhias aéreas, hotéis, resorts, pousadas, bares, restaurantes e espaços para eventos são seguidos com rigor. Tudo para garantir o bem-estar e a segurança



O ESTADO DE SÃO PAULO ESTÁ PREPARADO PARA RECEBER TODO MUNDO.

de nossos visitantes e de todos os colaboradores. Siga os protocolos e conte sempre com a gente. Assista aos vídeos que preparamos para você e saiba mais em visitesaopaulo.com/protocolos.

*Aluguel de carro para seus clientes
darem uma movida para a praia,
serra ou cidade com segurança.*



MOVIDA.COM.BR
0800 606 8686

AMADEUS: GGCARMO
SABRE: MO

Imagens meramente ilustrativas.



é pra ser

mov(í)da

com saúde

mov(í)da

aluguel de carros

Só toma **pé na bunda** quem anda na **frente**

Toda empresa precisa ter gente que erra, não ter medo de errar e aprender com o erro (Bill Gates). O medo de errar compromete a inovação, impede que façamos o que precisa ser feito. O medo paralisa, congela, não permite que encaremos de frente o problema. Torna o problema muito maior do que realmente é. Ainda mais quando o problema é, realmente, muito grande.

Esse é o caso da Covid-19 e seu impacto na indústria de eventos e turismo. Um problema. Mas que, por sua enorme dimensão, precisa ser enfrentado, combatido. Negar o problema não é solução, é fuga à responsabilidade. Negar é caminhar a beira do precipício, sem coragem para dele se afastar.

O bicho é feio, e neste final de ano tivemos que enfrentá-lo duas vezes. A primeira, em outubro, com o eFórum Eventos e, depois, com o Prêmio Caio. O segundo, presencial, será reportado na edição 90 de Revista Eventos, mas o primeiro está nas páginas seguintes desta 89ª. edição da Revista. Nos dois, a certeza de sabermos o que precisava ser feito.

Em outubro, com um mercado ferido, marcado pelo abandono do Governo, com empresas temerosas de expor seus gestores e profissionais sedentos de encontrar caminhos, o eFórum Eventos foi a cátedra na qual pudemos mostrar novas soluções virtuais e apontar tendências nacionais e internacionais.

Em dezembro, a demonstração de nossa capacidade de realizar eventos seguros, eventos que não propaguem o vírus, eventos presenciais nos quais os participantes correm risco mitigado. A par de outros realizados no trimestre outubro/dezembro, de norte a sul do Brasil, o Prêmio Caio foi a prova do nonsense de quem mantém a proibição de realizar eventos.

Mas, o mais importante, em ambos os momentos, foi demonstrar nosso profundo respeito por nossos parceiros de ontem, de hoje e de sempre. E fizemos isso no decorrer de todo ano 2020, reunindo as comunidades, dando voz a cada uma delas, mesmo quando Governos se mantinham cegos e insensíveis à dor que causavam.

A luta continua, somos resilientes, vergamos mas não quebramos. E, um dia, o sol voltará a sorrir para nós e estaremos prontos para abraçar o belo futuro que merecemos.

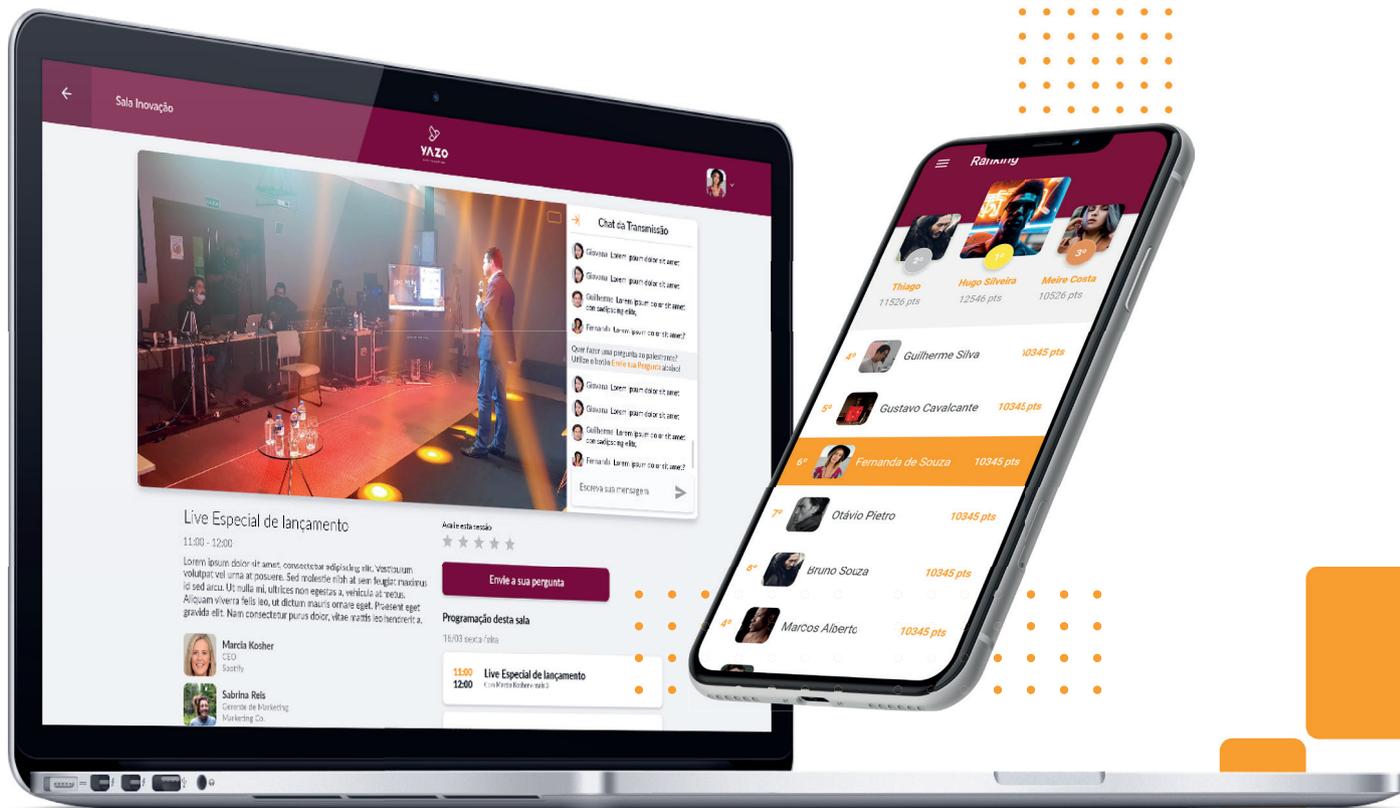
Juntos.

Sergio Junqueira Arantes, IP, CEM



SOLUÇÕES PARA EVENTOS E COMUNIDADES

Digitalize seu evento. Engaje sua audiência



Tenha uma plataforma de transmissão e um app de engajamento em seu evento

Gere leads para seus patrocinadores e ofereça uma área do expositor. Organize sua programação em salas de transmissão, ofereça certificação digital e promova o melhor engajamento digital do mercado.

Ligue agora 11 98984-9344



yazo.com.br



Curadoria_10



Abertura Fórum Eventos_12



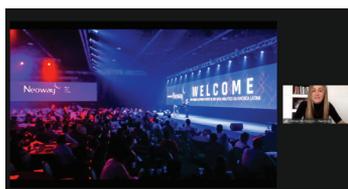
Conexão Internacional_18



Conteúdo de Eventos_24



Eventos de Adesão_26



Eventos Proprietários_30



Engajamento_32



Data Science e Gestão e Erro_34



Gig Economy e o futuro dos eventos_36



Travessia Insights_38



Diversidade_40



Feiras_42



Prêmio Caio_44

Live Academia

Uma série *online* criada pelos acadêmicos exclusivamente para expor, inspirar, aprofundar e debater assuntos da área de Eventos e Turismo relevantes e atuais para gerar *insights*, ações e *papers* na Academia e compartilhar com o mercado



#1. 28 OUT 2020 - "AGENDA 2030: ODS, TURISMO E O PACTO GLOBAL" COM ACADÊMICO MÁRCIO FAVILLA, EX-DIRETOR EXECUTIVO DA ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO (OMT);

#2. 11 NOV 2020 - "REGIONALIZAÇÃO E ROTAS INTEGRADAS NO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO"
COM ACADÊMICO MILTON ZUANAZZI, EX-SECRETÁRIO NACIONAL DE POLÍTICAS DE TURISMO DO MTUR

#3. 25 NOV 2020 - "A RETOMADA DOS EVENTOS E O TRANSPORTE AÉREO"
COM ACADÊMICO EDUARDO SANOVICZ, PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRAS DE EMPRESAS AÉREAS (ABEAR)

#4. 13 JAN 2021 - "PROCESSOS DE CLUSTERIZAÇÃO TURÍSTICA, EXPERIÊNCIAS INTERNACIONAIS E PROJETOS NACIONAIS"
COM ACADÊMICO E PROF. MARIO BENI E CONVIDADOS

#5. 27 JAN 2021 - "IMPLANTAÇÃO DO SISTEMA DE CONTAS SATÉLITES DE TURISMO E EVENTOS"
COM AS ACADÊMICAS ANYA RIBEIRO DE CARVALHO E ENID CAMARA DE VASCONCELOS E CONVIDADOS



1. Sergio Junqueira Arantes | 2. Goiaci A. Guimarães | 3. Roosevelt Hamam | 4. João De Simonl | 5. José Wagner Ferreira | 6. Mario Beni | 7. Chieko Aoki | 8. José Rafael Guagliardi | 9. Antonio Mauricio Dias | 10. Caio Luiz de Carvalho | 11. Armando de Campos Melo | 12. Eduardo Sanovicz | 13. Anya Ribeiro de Carvalho | 14. Guilherme Paulus | 16. Ibrahim Georges Tahtouh | 17. Margareth Pizzato | 18. Antônia Marisa Canton | 19. Raimundo Peres | 20. Carlos Alberto Júlio | 21. Mario Padovan | 22. Toni Sando | 23. José Guillermo Alcorta | 24. Vera Simão | 25. Roland de Bonadona | 26. Norton Leinhard | 27. Enid Câmara de Vasconcelos | 28. Roberto Pereira | 29. José Estevão Cocco | 30. Marcio Favilla | 31. Silvio de Barros II | 32. Gerard R. Jean Bourgeaiseau | 33. Anita Pires | 34. Adenauer Góes | 35. Romano Pansera | 36. Milton Zuanazzi | 37. Elza Tsumori | 38. Alexandre Sampaio | 39. Erica C. Drumond | 40. Virgílio de Carvalho

MANTENEDORES



APOIO INSTITUCIONAL



A construção do Fórum Eventos 2020



Entre negações e decisões baseadas em ideologias que sobrepõem qualquer lógica social ou econômica, o ano de 2020 é marcado pelos avanços e retrocessos da Comunicação.

Enquanto o setor público continua a comprovar a sua total incapacidade de compreender as demandas do setor produtivo e se comunicar com ele, a distância física criou e reforçou novas formas de nos comunicarmos.

Dentro do setor de eventos, o digital já era uma demanda e o híbrido já era tendência!

Estes novos formatos nunca substituirão o presencial, mas garantirão a perenidade do conteúdo, manterão a comunidade ativa e engajada, fortalecerão a concretização de negócios além do tempo do evento presencial, afinal o ano tem 365 dias e cada evento dura em média apenas 3 dias.

No artigo que publiquei em meu Blog no Portal Eventos no dia 16/03/2020, afirmei que mediante algumas condições, poderíamos ser um dos setores mais impactados, mas que “podemos ser aquele que mais rápido sairá dessa situação, comprovadamente não há nada mais efetivo para vendas que participar de eventos e tamanha retração não poderá durar muito tempo”.

Não retornamos pela incapacidade de governos notarem a importância de nosso

setor para a transformação de seu próprio Município, Estado ou até mesmo País.

Faço essa afirmação por comparações justas com setores próximos já abertos, que reúnem boa quantidade de pessoas dentro de espaços fechados ou até mesmo abertos, cujos protocolos são brandos comparados aos quais já nos comprovamos capazes de atender visando a saúde de todos.

É claro que esse olhar não é uma afirmação que todos os tipos de eventos voltariam imediatamente, mas sim que o setor de eventos exige atenção, cuidado e respeito.

A permissão para a retomada dos eventos não garante a realização, pois essa depende da decisão do promotor, de público e de investimento, mas esses são problemas dos promotores e não de governos, a quem deveria competir estimular todos os setores produtivos cobrando a implementação dos protocolos.

Mas também é fato que a nossa Comunicação precisa melhorar!

A nossa multiplicidade nos atrapalha, atuamos em diversos nichos, cada qual representado por sua própria Associação. E essas nem sempre representam os interesses de seus associados e nem falam com seus pares, é cada um por si. Maior convergência aconteceu durante a Pandemia.

Enquanto empresários olhamos por nós e pelos nossos, mas pouco pelo setor que representamos, precisamos praticar o mercado que almejamos, o construindo no coletivo.

Os números (impacto econômico, empregos, impostos, entre outros) não podem ser apresentados de forma fracionada, apenas os setores que comprovam organização e protagonismo gozam de boa conversa com o Poder Público e alguma capacidade de articulação.

Devemos aproveitar o momento para planejar a nossa reorganização e estar preparados para uma possível nova grande crise, apesar de não desejarmos, ela pode ocorrer.

Até pouco tempo atrás os principais eventos de conteúdo de cada setor eram promovidos por associações ou sociedades. Logo após, as empresas passaram a assumir parte desse protagonismo que agora também é ocupado por pessoas que comprovam capacidade de reunir grupos ao seu redor, alguns dos quais influenciadores digitais.

Eventos de conteúdo devem primar em garantir a completa satisfação de todos os seus públicos.

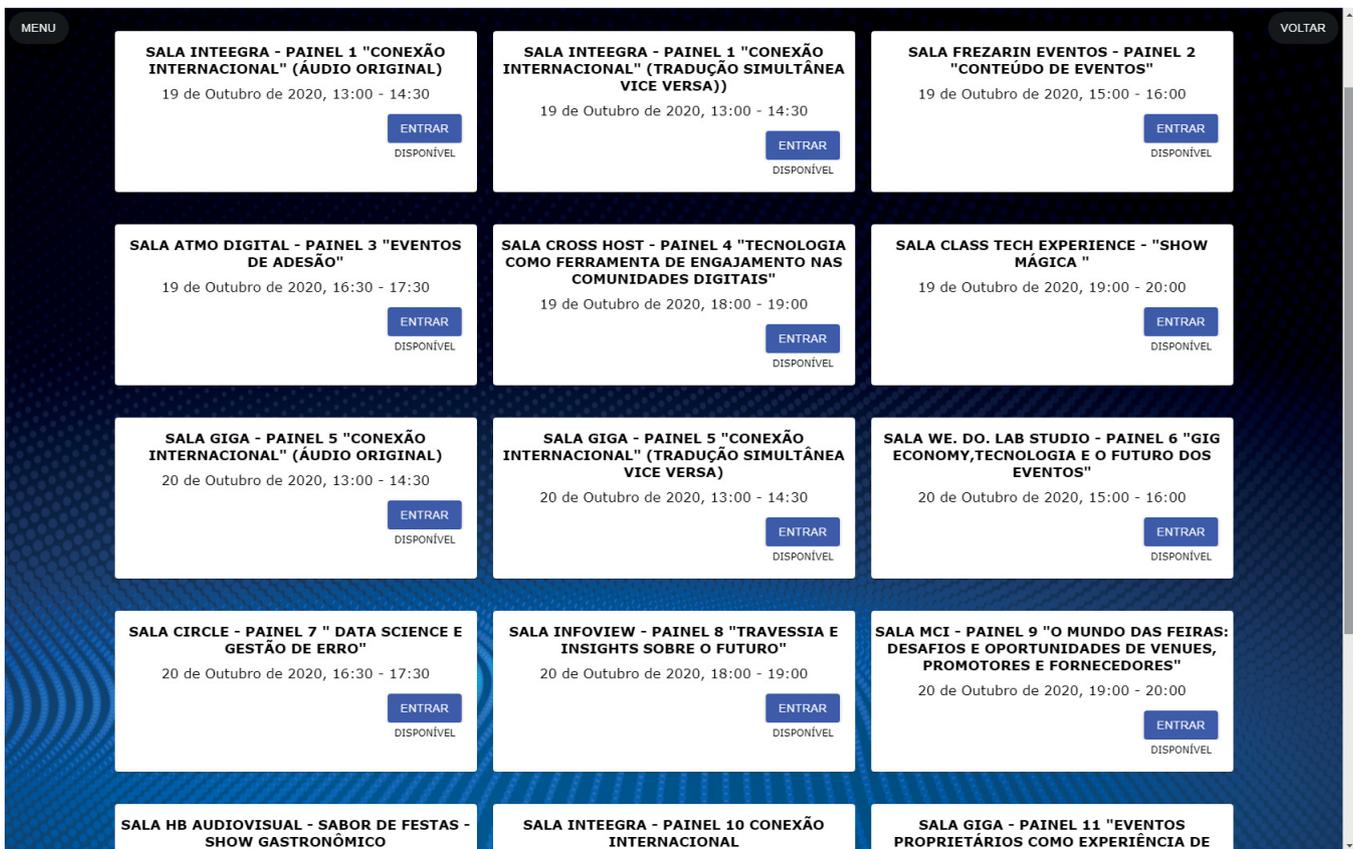
O crescimento sustentável de um evento acontece quando seus promotores sabem aquilo que seu público deseja, que estratificam os públicos que já frequentam e os quais desejam atrair os classificando entre Core, Adjacente e Incipiente.

Não há mais espaço para eventos que repetem temas e palestrantes mudando apenas a abordagem.

Até pouco tempo atrás era normal entendermos que a programação de eventos poderia ser concebida por um pequeno grupo a partir de suas próprias opiniões e convicções, agora não mais!

Rodrigo Cordeiro foi o curador do Fórum Eventos 2020





Por mais antenados e conectados que estejam, um grupo de 10 pessoas nunca saberá com tanta propriedade o que 5.000 membros de uma mesma associação ou comunidade desejam assistir, seja quanto aos temas ou quanto aos convidados.

Começamos a montar a grade de programação do FÓRUM EVENTOS 2020 ainda no final do ano de 2019, naquele momento entendíamos que o evento seria presencial.

Acredito que o futuro dos eventos é ciência de dados!

Iniciamos então o trabalho de curadoria da programação do Fórum Eventos 2020 buscando extrair e obter dados, a saber:

Diante da *mailing list*, qualificamos os públicos diante dos setores representados e mapeamos os possíveis interesses de conteúdo.

Disparamos pesquisa para toda base

do CEO Council, movimento desenvolvido pelo Grupo Conecta Eventos, promotor do Fórum Eventos, com os executivos de eventos de grandes empresas, os questionando quanto ao que gostariam de assistir (tema e palestrantes).

A partir das respostas, agrupamos o conteúdo em blocos classificando dentro dos públicos e logo após partimos para definir os nomes. Diante da amplitude de temas dentro de nossos múltiplos setores, optamos por encontrar excelentes âncoras considerados referência naquilo que fazem cuja função seria moderar e indicar pessoas para participar de seus painéis.

O pressuposto? Que tivéssemos conteúdo genial apresentado por pessoas que pouco falaram nos eventos do *trade*. Queríamos entender como os cases de sucesso são criados, planejados e realizados.

Definimos ainda que diante das consequências globais da crise provocada pela Pandemia em nosso setor deveria-

mos ouvir as experiências internacionais. Assim, a grade da programação iniciava com painel internacional seguida pelos painéis nacionais.

Diante da distribuição dos temas mantivemos boa quantidade de público durante todas as atividades. Ótimas apresentações e bons debates.

Pela forma que concebemos a programação, a partir de pesquisa e conhecendo os nossos públicos, pudemos mantê-la mesmo quando o presencial se tornou online, mudou apenas a abordagem dentro dos painéis contemplando discussões deste novo momento.

Fica o prazer de ter colaborado com o Fórum Eventos 2020, a satisfação de encontrar os Amigos mesmo que virtualmente, de trazer novos protagonistas para esse grupo, abrir a mente para entender tudo que há de novo e acima de tudo criarmos movimentos que melhorem esse nosso setor.



Apesar de tudo, um eFórum vibrante, diverso, dinâmico e participativo

É importante ouvir nossas comunidades. O que eles queriam saber, quais suas preocupações, quem gostariam de ouvir, como ser mais assertivo e por que participar

Quando encerramos a edição 2019 do Fórum Eventos, a repercussão e a Pesquisa de Satisfação realizada com participantes e patrocinadores do evento, demonstraram que tínhamos alcançado nossos objetivos, e mais importante, os dos participantes e dos parceiros/patrocinadores. Em sua 8ª edição, éramos o maior e mais importante da indústria de eventos nacional.

Mas também percebíamos que os tempos estavam mudando, velhos paradigmas estavam sendo abandonados, não mais fazia sentido criar um evento sozinho ou numa mesa de 10 iluminados, não mais fazia sentido apenas se comunicar com o seu público durante o evento.

A comunicação deve acontecer durante, mas principalmente antes e depois do evento. Ela deve ser permanente. Os participantes do evento devem se transformar em comunidades em permanente atividade, interagindo, recebendo informações e dando feedback. Dessa forma, também os patrocinadores estariam em constante contato com seu público-alvo.

Dessa forma, nossa primeira preocupação foi identificar e cadastrar qual era

nossa comunidade, ou quais eram nossas comunidades. Cadastrá-la e manter contato com todos e cada um.

Nesse ponto, identificamos a necessidade de termos um curador, um profissional da indústria, com expertise na construção de congressos, ou seja, eventos que envolvam comunidades.

Rodrigo Cordeiro, que acabara de conquistar seu terceiro Grand Prix Prêmio Caio, com uma trajetória de duas décadas realizando congressos na Acqua e depois na MCI, um estudioso da matéria com larga interlocução internacional, era a pessoa certa e tivemos a felicidade que tenha aceitado o desafio.

De prima, ouvir nossas comunidades. O que eles queriam saber (temas), quais suas preocupações (problemas), quem gostariam de ouvir (palestrantes), como ser mais assertivo (painéis) e por que participar (estar juntos). Centenas de sugestões foram colhidas, agrupadas, qualificadas num enorme quebra-cabeça, até definirmos o perfil de cada painel e a composição final de uma grade que harmonizasse os diversos interesses, num balanço que mantivesse a atenção dos participantes nos dois dias do evento.

Para cada painel, um âncora foi convidado. Um time de grandes especialistas: **Denis Bevacqua**, diretor da RD Summit; **Flávio Tavares**, fundador da WTM Conference; **Lucas Schwitzer**, fundador da Empreenda Brasil; **Ney Neto**, diretor de inovação da MCI Brasil; **Rodrigo Cordeiro**; **Ronaldo Ferreira Junior**, MDI Mestre Diversidade Inclusiva e **Vanessa Martin**, expert em Tecnologia para Eventos.

Estava quase tudo pronto para nos dias 28 e 29 de abril realizarmos um Fórum Eventos sensacional, presencial. As inscrições em pleno andamento, com sucesso. O programa de hosted buyers renunciando exitoso. Os parceiros animados para mais um ano em que teriam oportunidade de mostrar a qualidade de seu trabalho. Os últimos patrocínios sendo fechados. Voávamos em céu de brigaideiro. Toda indústria acreditava que 2020 seria um grande ano, crescimentos de 30-50% não pareciam fora da realidade.

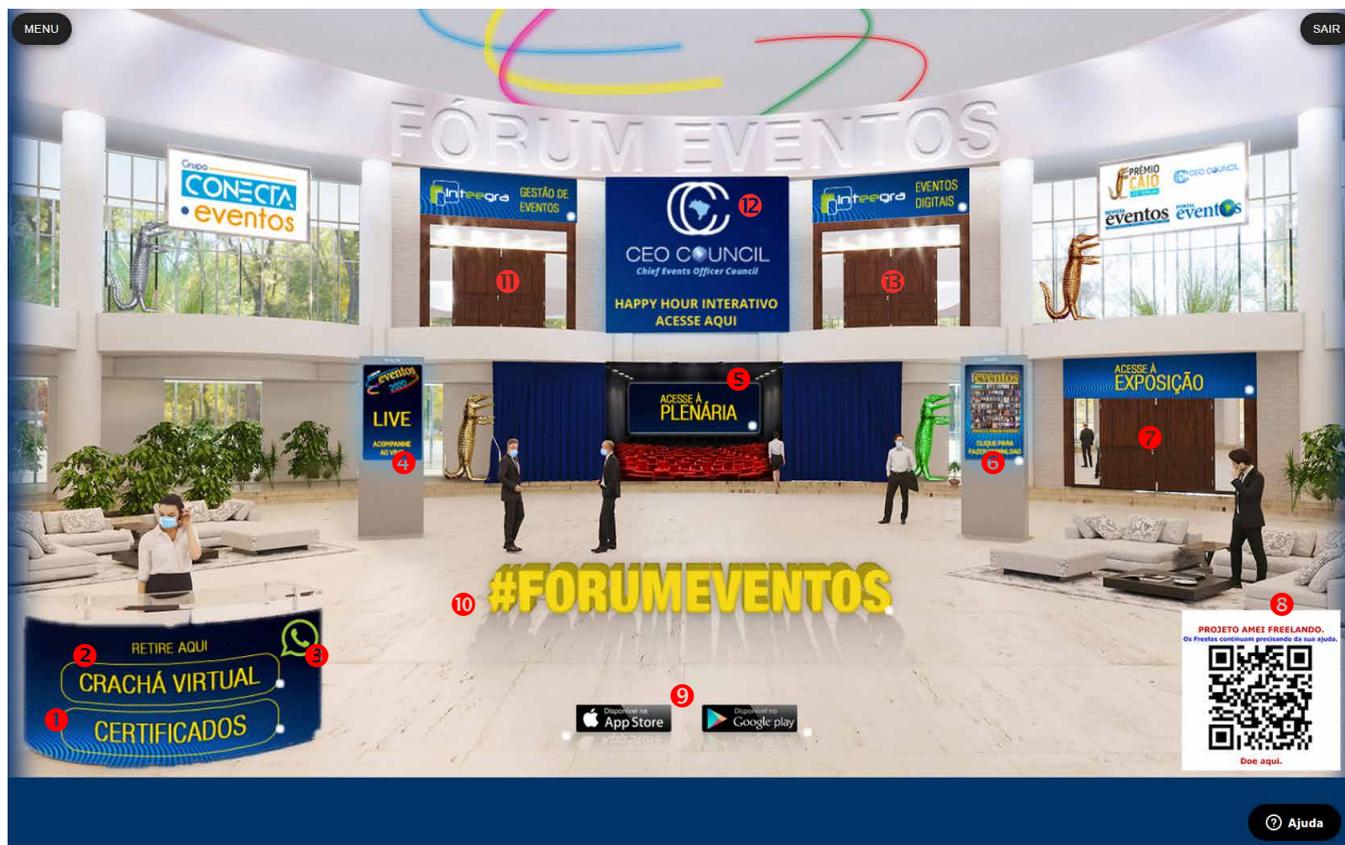
Estávamos no começo de março, quando ventos vindos do Oriente começaram a prenunciar tempos difíceis e logo em seguida, uma verdadeira tempestade. Apesar da gravidade da situação, todos pensavam ser uma chuva de verão, forte, mas passageira. Foi quando adiamos o Fórum para julho. Em dois meses, tudo teria voltado ao normal e todos voltariam a trabalhar.

Não foi o que aconteceu. Transferimos o evento para o final de setembro. Seis meses sem eventos, sem ajuda do Governo no nível necessário, milhões desempregados, milhares de empresas fechadas. As que resistiram, sem condições de apoiar um evento. Todo esforço, na sobrevivência.

As grandes empresas corporativas preocupadas com a saúde de seus colaboradores, proibiam a participação em eventos. O cerco se fechava: insegurança jurídica sobre autorização para

GRAND HALL DA PLATAFORMA FÓRUM EVENTOS 2020

1. Emissão online de Certificados
 2. Emissão online de Crachás
 3. Fale conosco
 4. Acesso às lives do Conecta Fórum Eventos
 5. Acesso à plenária com os 16 painéis
 6. Link para edição 88 da Revista Eventos
 7. Acesso à Exposição
 8. Projeto AMEI – doação
 9. Links para App Conecta Eventos
 10. Repercussão nas redes sociais
- SEGUNDO ANDAR
11. Sala Virtual da Inteegra
 12. Link para acesso ao Zoom nos dias de live
 13. Sala Virtual da Inteegra





ESTANDE DO GRUPO CONECTA EVENTOS (Pavilhão 7)

1. Fale Conosco – via WhatsApp
2. Imagem com link para site Prêmio Caio
3. Testeira
4. Capa Revista Eventos 88, com link para Portal Eventos
5. Link para vídeo Prêmio Caio
6. Link para vídeo Fórum Eventos.

realizar eventos presenciais; parceiros e patrocinadores sem condições de apoiar e a quase certeza da não participação do público-alvo. Em setembro, o Fórum Eventos presencial era inviável.

A única alternativa era fazê-lo online. Uma decisão difícil. Todo universo de nossa atuação pressupunha que os eventos devem ser presenciais. Essa era, e ainda é, nossa crença. Tínhamos, e ainda temos, e demonstramos com a realização do Prêmio Caio em dezembro, total condição de realizar um evento absolutamente seguro, garantindo que seus participantes não seriam contaminados no evento. Mas, não era o que o Governo e as empresas achavam.

O online era a única alternativa. A edição 2020 do Fórum Eventos poderia ter sido cancelada, mas, mais do que nunca era necessário manter a comunidade unida e muni-la de informações sobre as perspectivas e tendências para os próximos anos.

19 a 21 de outubro. Decidido que seria online, aonde o eFórum seria ancorado? Pesquisamos as principais plataformas disponíveis e a que nos pareceu mais adequada e confiável foi a **Integra**. A única em condições de receber todo conteúdo, sejam os painéis, sejam os estandes, com excelência no atendimento dos participantes.

Na proposta inicial, não haveria palestrantes internacionais, mas consideran-

do a nova realidade que vivemos, saber o que o resto do mundo estava pensando, fazendo e planejando se tornou uma prioridade. Por isso, os três dias do eFórum abriram com um painel com os maiores especialistas do mundo. Foi um trabalho insano, em conjunto com o curador Rodrigo Cordeiro, mas cujo excelente resultado pode ser avaliado nos painéis 1, 5 e 10 que reuniram 11 experts dos quatro continentes.

No online, momentos de entretenimento são importantes. Os três dias do evento, encerraram com shows de mágica, gastronomia e música. Ao final do primeiro dia de palestras, assistimos à mágica de **Issao Imamura**, que se ancorou nas criações da Class Tech Experience. No final do segundo dia, uma Aula de Gastronomia. E encerrando o último dia de evento, uma performance ao vivo do cantor **Simoninha**.

Ao adentrar na plataforma da Integra, os participantes deparavam com um amplo Hall que lhes proporcionava diversas opções, desde visualizar a última edição da Revista Eventos, fazer uma doação para profissionais necessitados através do Projeto AMEI, um balcão para solicitar seu Certificado, seu Crachá e informações, duas salas com soluções oferecidas pela Integra, o portão de acesso à Exposição e, finalmente, as cortinas de acesso às plenárias. Em letras caixa, o termo #FórumEventos dava acesso à re-

percussão do eFórum nas redes sociais e ainda links de acesso ao aplicativo Conecta Eventos. Tudo muito clean e de fácil navegação e compreensão.

Falando no App, o **Conecta Eventos** é um produto desenvolvido pela Yazo, uma empresa que nasceu no 1º Hacktown realizado pelo Fórum Eventos em 2014 e que hoje é um grande sucesso. Baixado por centenas de participantes, o app Conecta Eventos, além de toda programação do Fórum, dados dos participantes e palestrantes, repercussão nas mídias sociais, gamification e um Quizz com questões que buscaram valorizar aspectos do evento e da participação de seus patrocinadores. Trata-se de um app de uso contínuo do Grupo Conecta Eventos, tendo sido usado em dezembro no Prêmio Caio e que continua disponível e muito útil para a comunidade de eventos e turismo.

Além de todo conteúdo dos painéis, o eFórum Eventos buscou atender outra inquietação dos gestores de eventos. Acostumados com os eventos presenciais, conheciam seus segredos, sabiam os melhores caminhos, quem melhor poderiam atendê-los. No online, era um mundo desconhecido. O que, como e com quem fazer eram uma incógnita. Para ajudá-los a dirimir estas inquietudes, convidamos 13 empresas para apresentarem suas soluções técnicas e visuais. Além da própria Integra, Atmo

Pavilhão Centros de Convenções



Pavilhão de Tecnologia



Pavilhão Resorts 1



Pavilhão Resorts 2



APP repercute redes sociais



“AS GRANDES EMPRESAS CORPORATIVAS PREOCUPADAS COM A SAÚDE DE SEUS COLABORADORES, PROIBIAM A PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS”

Pavilhão Destinos Nacionais



Pavilhão Agências Corporativas



Pavilhão Serviços para Eventos



Pavilhão Foz do Iguaçu



Digital, Circle Martech, Class Produções, Cross Host, Frezarin Eventos, Giga Eventos, HB Audivisual, Hoffmann, Infoview, MCI Brasil, PlayCorp e We.Do.Lab.

Foi uma experiência ímpar trabalhar num único evento com uma dezena de diferentes fornecedores de soluções técnicas e visuais. Foram selecionados os melhores de toda indústria e o resultado foi estupendo. Além de apresentarem muitas novidades, a permanente mudança de cenários e apelos visuais dava um descanso para os olhos e mente dos

participantes ao longo das 20 horas do eFórum Eventos.

Outra conquista do **eFórum** foi o grande apoio recebido de parceiros e patrocinadores, que pode ser avaliado nos **oito pavilhões de exposições**, abrangendo os principais segmentos da indústria: centro de convenções, hotelaria, agências corporativas, fornecedores, tecnologia e destinos, reunindo 40 expositores. Um destaque para Foz do Iguaçu, que reservou para si **um pavilhão exclusivo**, apresentando o melhor de sua infra-

estrutura. Outro destaque para os estandes com visual clean muito bonito, que possibilitaram link para vídeos, download de brochuras e atendimento online via WhatsApp.

Resumindo, **Sergio Junqueira Arantes**, diretor do eFórum Eventos, diz “acreditar ter sido um sucesso, conquistando uma plateia de mais de 500 profissionais, reunindo 20 empresas parceiras e mais de 40 expositores, em 20 horas de programação, com 11 palestrantes internacionais e 44 nacionais”.



Acesso à Hall
Fórum Eventos

ESTANDE DO COSTÃO DO SANTINHO (Pavilhão 4)

1. Fale Conosco – via WhatsApp
2. Testeira com link para site do resort
3. Link para vídeo
4. Link para novos vídeos





**A gente consegue
achar uma agulha
em um palheiro,
por isso a gente
consegue encontrar
a melhor opção
para o seu negócio.**

Uma ferramenta completa para pesquisa do trade publicitário desenvolvida para gerar presença e visibilidade de agências, veículos e fornecedores para os clientes e anunciantes.

Seja encontrado, seja visto! Marque Presença!
A LupeWeb é o buscador online mais preciso para o seu job.

Bons Negócios é aqui!
Visibilidade para quem anuncia.
Praticidade e Agilidade para quem pesquisa.

 **LUPE
WEB**



WWW.LUPEWEB.COM.BR



O futuro na visão de 15 especialistas internacionais



Ana María Viscasillas



Cathy Breden



Miguel Naranjo



Elza Tsumori

O eFórum Eventos 2020 começou com uma discussão enriquecedora sobre os desafios e oportunidades que virão depois da pandemia. Cada profissional e especialista têm uma ótica sobre o momento que vivemos e trazer esses insights e saber o que pensam as principais cabeças da indústria de eventos no mundo é muito importante para o nosso mercado.

2020 foi um ano disruptivo, em que o mundo saiu de seu eixo, e os eventos foram altamente impactados, deixando um rastro de perplexidades sobre o seu futuro, seus impactos econômicos/educacionais e na geração de empregos.

Para nos ajudar a elucidar estas questões o eFórum Eventos convidou alguns dos principais palestrantes do mundo, vários deles presidentes de importantes entidades internacionais. Vejamos o que eles dizem.

Imaginando o futuro do turismo e das reuniões é preciso refletir e estudar todos os mercados. A transição entre 2020 e 2023 precisa ser revista para voltar ao crescimento progressivo. Para **Silvana Biagiotti** (Argentina), presiden-

te do CVBx Latam, a tendência de consumo pode ter mudanças significativas. *“As reuniões digitais estarão em alta. O streaming traz oportunidades de um público maior e com mais acessibilidade. Em 2023 queremos chegar faturando de maneira fortalecida, tanto na questão de preços, mas também na entrega dos serviços. Os custos que antes pagávamos para congressos por “metro quadrado” tiveram um impacto econômico significativo. Com isso fica a reflexão: as plataformas virtuais se consolidaram de maneira fundamental para a evolução desse mercado. Temos também que pensar em um processo de economia circular e não economia linear, visto que o mercado pensa na integração entre os setores”,* enfatiza Biagiotti.

Para **Eduardo Chaillo** (México), Building Global Bridges within the Meetings & Tourism Industries in Maritz Global Events, será necessário fazer um processo de muito planejamento para que as viagens aconteçam para a realização dos eventos. *“Acredito que o futuro dos eventos será de forma digital, para engajar e conectar pessoas. A tecnologia traz vantagens com o digital para uma*

Eventos e turismo só voltam ao normal em 2023, mas terão crescimento já a partir do ano que vem



network que engloba mais pessoas e consequentemente mais oportunidades. Precisamos estudar designers que ajudem o cliente a definir os processos que eles querem realizar”, comenta Chaillo.

Outro ponto levantado por **Sherrif Karamat** (EUA), presidente da *Professional Convention Management Association* (PCMA), foi as oportunidades de novas lideranças de mercado na área de eventos. O executivo acredita que é necessário novos modelos de valores e a crise acaba ajudando nas novas oportunidades. “A Covid-19 serviu como um acelerador de tendências que já estavam acontecendo. Nossa indústria estava atrasada com relação à evolução e, claro, que o futuro tem que ser colocado a prova e revisto”, salienta Karamat.

O futuro é híbrido e não há projeção futura sem história. O espaço virtual acaba dificultando essa consciência do todo e das situações vividas antes da pandemia. “Tudo tem a ver com conteúdo, seja no digital ou no presencial. Há diversas maneiras de consumo de conteúdo e percebemos, em uma pesquisa, que

63% das pessoas tiram um tempo para participar de um evento digital, o que considero diferente de uma presencial”, explica **Ori Lahav** (Israel), presidente da *International Association of Professional Congress Organizers* (IAPCO). Ele ainda diz que o futuro está incerto porque não há uma definição. “Inclusive quando falamos de investimentos com reuniões virtuais. Muitos, nas nossas pesquisas, acreditam que as reuniões presenciais ainda são as mais interessantes em geração de valor. A medida de sucesso e a educação do novo mercado depende dos nossos planejamentos”, enfatiza Lahav.

“QUANDO EXPOSTOS A ESTA MENSAGEM, NOSSOS POLÍTICOS SE ENCHEM DE ÂNIMO EM LUTAR PELO RETORNO DO NOSSO MERCADO”



Ori Lahav



Oscar Cerezales



Rod Davidson



Sherrif Karamat

No painel, a necessidade do otimismo para o futuro do mercado também foi colocada em pauta. Todos os participantes colocaram em evidência a necessidade de unir forças para que o mercado volte ao normal após 2021. *“Estamos com uma atitude defensiva esse ano por conta da pandemia, mas em 2021 já vamos estar unidos de mais conhecimento para ter estratégias mais fortes e consolidadas. Conectividade junto aos eventos presenciais ganharão força. Pensamos que em 2022 já vamos contar com 80% de conectividade para esse mercado”*, conclui **Ana Maria Viscasillas** (Porto Rico), vice-presidente da *Federación de Entidades Organizadoras de Congresos y Afines de América Latina* (COCAL).

Ainda pensando nas mudanças, com a diversidade e a extensão dos eventos que temos no mercado, foi observada uma fragmentação do setor durante a pandemia. Essa nova tendência tem que ser estudada a fundo para que tudo flua e cresça. *“Apesar das incertezas, observamos a necessidade de colaborar de forma conjunta para um estudo sobre as novas realidades. Com ações pontuais, decidimos levar relevância, visibilidade, informações e conteúdo. A Câmara Brasileira da Indústria de Eventos surgiu para ganhar novas definições, de caráter transversal para fortalecer nossa cadeia de valores pós-pandemia. Como oportunidade foi identificado também o destaque dos valores como uma atividade que não se baseia somente no preço. É necessário pensar, redesenhar e reinventar para crescer”*, comenta **Elza Tsumori**, presidente da Câmara Brasileira da Indústria de Eventos.

As tendências também podem ser revistas para a retomada do mercado. Para **Kai Hattendorf** (França), presidente da

The Global Association of the Exhibitions Industry (UFI) e do Joint Meetings Industry Council (JMIC) a indústria de eventos precisa estudar outros mercados para observar o que pode ser reaberto ou não. *“A segurança precisa ser vista como uma oportunidade. Agregar elementos digitais é importante, mas não significa que precisamos substituir o “face to face”. Os eventos presenciais vão voltar e é somente uma questão de tempo”*, exemplifica Hattendorf.

Na indústria de eventos, a infraestrutura humana é primordial. Segundo **Rob Davidson** (Inglaterra), diretor da Mice Knowledge, sem as pessoas não têm como ter sucesso no mercado e é importante entender como elas estavam contribuindo antes da pandemia. *“Oportunidades e empregos estavam crescendo na área de eventos até o mundo parar por conta da pandemia. Observamos mais profissionalismo, competência e garantias para atender as necessidades”*, diz. Para Davidson, o cenário a partir de 2021 será promissor até pelas carreiras que virão com as mudanças.

O conhecimento tem um papel único nos hábitos do consumidor e ele está totalmente atrelado ao entendimento econômico de recessão que vivemos. O mercado atual acaba passando por uma reorganização inevitável e necessária. *“A economia vai ter um novo formato e vamos precisar enxergar a velocidade que os setores vão ser retomados. Em algum momento o mercado voltará a ter eventos presenciais e para isso é inevitável ter consolidação no mercado e desafios com mudanças extremamente transformadoras”*, explica **Oscar Cerezales** (Cingapura), *Global Executive Presidente Corporate Division do MCI Group*.

O painel também lembrou que a indústria de turismo tinha um crescimento interessante antes da pandemia e foi um dos setores mais atingidos diretamente com a quarentena. **Helena Bononi** (EUA) vice-presidente do *World Travel & Tourism Council* (WTTC), comenta que nos últimos cinco anos a indústria de turismo gerou mais de 330 milhões de novos empregos no mundo. *“As viagens são os melhores aliados dos Governos para criar empregos. Esse ano, 130 milhões de empregos foram perdidos com 39% de perda de receita. A recuperação precisa ser em conjunto para que tudo comece a voltar ao normal, mas com segurança”*, diz Bononi.

Segundo **Jennifer Glynn** (EUA), diretora da *Global Communications & Events at Stryker Neurovascular*, possivelmente, o turismo só volte ao normal em 2023 apesar de ter um aumento já a partir do ano que vem. *“As viagens vão ter mais focos locais, até pela segurança exigida na saúde. Todos os setores vão colocar a segurança das empresas e seus clientes como foco principal. O mercado vai seguir progressivamente, mas temos que ter atenção a recuperação da pandemia”*, explica.

Para **Cathy Breden** (EUA), vice-presidente e COO da *International Association of Exhibitions and Events* (IAEE) e CEO do *Center for Exhibition Industry Research Foundation* (CEIR), é necessário estar melhor preparado para 2023, que é o ano da possível retomada e estabilização do mercado. Os organizadores têm que definir o que será presencial e o que será digital. *“Temos que observar o impacto comercial que não vai desaparecer rapidamente. Os eventos híbridos também são caros, apesar de nem todos terem*



Helena Bononi



Jennifer Glynn



Kai Hattendorf



Silvana Biagiotti

essa consciência. O impacto financeiro pós-pandemia é evidente e precisamos ser cautelosos nos próximos passos”, alerta.

Por fim, foi enfatizada a importância da sustentabilidade junto a cooperação. Não só no mercado em baixa, mas também para a contribuição do futuro e seu crescimento. Na Conexão Internacional ainda se discutiu e analisou que para a retomada do mercado será necessário conectar todos os interessados nos eventos, sejam organizadores ou público. Entender o crescimento financeiro, de marca e de engajamento que será necessário rever e reestruturar nos próximos anos. Com a pandemia é importante fazer com que o setor de eventos tenha uma importância sustentável que seja mais resistente a impactos futuros. De acordo com **Miguel Naranjo** (Alemanha), da *United Nations Framework Convention on Climate Change* (UNFCCC), as negociações climáticas

devem trabalhar juntas com as questões sociais e de negócios. “É necessário integrar internamente a parte sustentável em toda a realização das operações das empresas. São necessárias diversas iniciativas em todos esses setores, para que negócios andem em conjunto diretamente com a questão da sustentabilidade com muita colaboração. Estou seguro de que o setor de eventos vai se recuperar e dependemos da capacidade de juntar pessoas em prol dessas novas negociações”, explica Naranjo.

A pandemia fez com que a indústria de eventos e turismo tivesse uma queda, porém o foco para projetos em 2021 é evidente já com projeções para 2022 e 2023. Os eventos presenciais vão voltar em algum momento, mas as empresas precisam entender quais serão os desafios que virão. Os destinos considerados seguros vão ser impactados de acordo com as evidências da pandemia.

Condensamos nessa reportagem três painéis realizados nos dias 19, 20 e 21 de outubro. O QR Code ao lado dá acesso à plataforma do eFórum Eventos. Na primeira vez que for acessar a Plataforma precisará se identificar. Estando na Plataforma, as palestras estão na Plenária (no fundo). Procure os painéis 1, 5 e 10



polly
feiras & eventos

Tudo 
aqui!

Buffet,
Recepcionista
Fotografia
vídeo
e muito mais...

(11) 2304-6910

www.pollyestudios.com.br



BRAND
EXPERIENCE

CRIATIVIDADE
E INOVAÇÃO

INTELIGÊNCIA
DE MERCADO

MARKETING
INTERATIVO

ARQUITETURA
PROMOCIONAL

PROJETOS ESPECIAIS
E PROPRIETÁRIOS



Com o ritmo que o seu negócio merece.



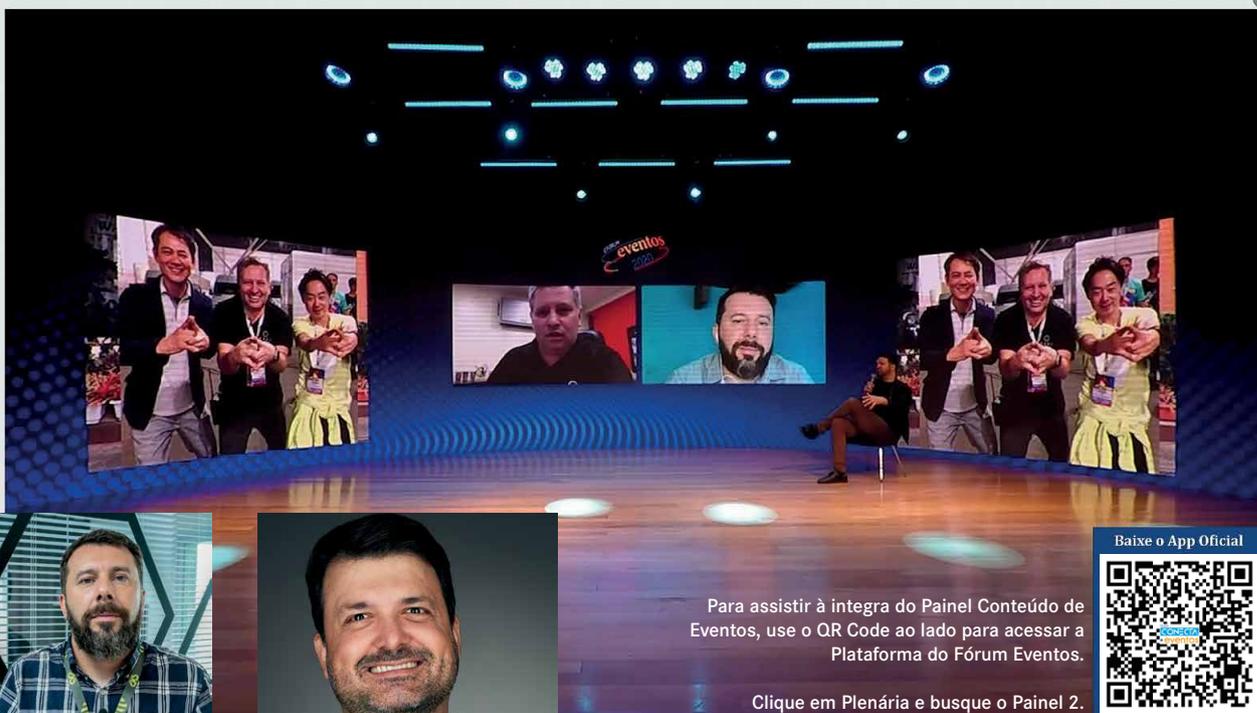
Business e Marketing



www.hathorbm.com.br



As tendências de interesse se reinventam



Daniel Klein



Flávio Tavares

O primeiro painel após a abertura do eFórum Eventos 2020 deu um panorama geral sobre os conteúdos dos eventos que trazem um movimento para quem participa. É essencial observar quem inspira e o que pensam alguns dos grandes mestres da indústria de eventos.

O painel mediado por **Flávio Tavares** (WTW Conference), contou com a presença de Daniel Klein, (Agência DKS) e Juliano Aniteli (Maru Division). Idealizadores de grandes eventos como o Réveillon na Avenida Paulista, Virada Cultural de São Paulo e Anime Friends.

A programação organizada e democratizada é um dos pontos altos de um bom evento. **Daniel Klein** comenta que a “Virada Cultural”, já é um evento de expressão em São Paulo e trouxe um conteúdo para agregar com ideias e união com a sociedade. “Nós que fazemos

eventos temos que pensar nesse universo de pessoas. Verificar as tendências de consumo que se reinventam sempre. Os desafios dos conteúdos são juntar muitas ideias com a técnica e produção. A democratização é muito importante», diz.

O debate sobre os eventos digitais versus físicos também foi tema com relação ao conteúdo. **Juliano Aniteli** diz que é importante conectar todo mundo em um único objetivo e muitas vezes isso precisa ser presencial.

O Anime Friends, um evento já bastante consolidado, precisa ser presencial pelo objetivo de reunir os amigos que amam o universo do evento. “Perdemos de 5 a 6 dias só para a logística quando trazemos os atores e cantores do Japão. Sabemos o quanto é difícil esse processo. É muito gratificante atender um público de 7 anos até 70 anos de idade e essa participação presencial acaba sendo importante”, explica Aniteli.

O desafio dos conteúdos é juntar muitas ideias com a técnica e a produção

As proporções dos cachês também foi um tema discutido no painel para que os eventos aconteçam de maneira majestosa. O mercado quer a retomada dessas oportunidades e observam que, a partir de 2021 as mudanças virão, até pelo dinamismo do mercado que vai voltar a aquecer.

O Painel **Conteúdo de Eventos** foi produzido e transmitido através da plataforma digital **Frezarin Eventos**, diretamente de seus estúdios em **Londrina/PR**.

SÓ QUEM TEM EXPERTISE PODE SER COMPLETO...



Soluções Integradas de Comunicação e Marketing

Desenvolvemos ferramentas e estratégias de comunicação e marketing para gerar resultados efetivos.

- + Planejamento, Criatividade e Tecnologia.
- + Inteligência em Comunicação.

Somos especialistas em performance.

HBM. Conectando e Inspirando marcas e pessoas. Sempre.



grupohbm.com.br

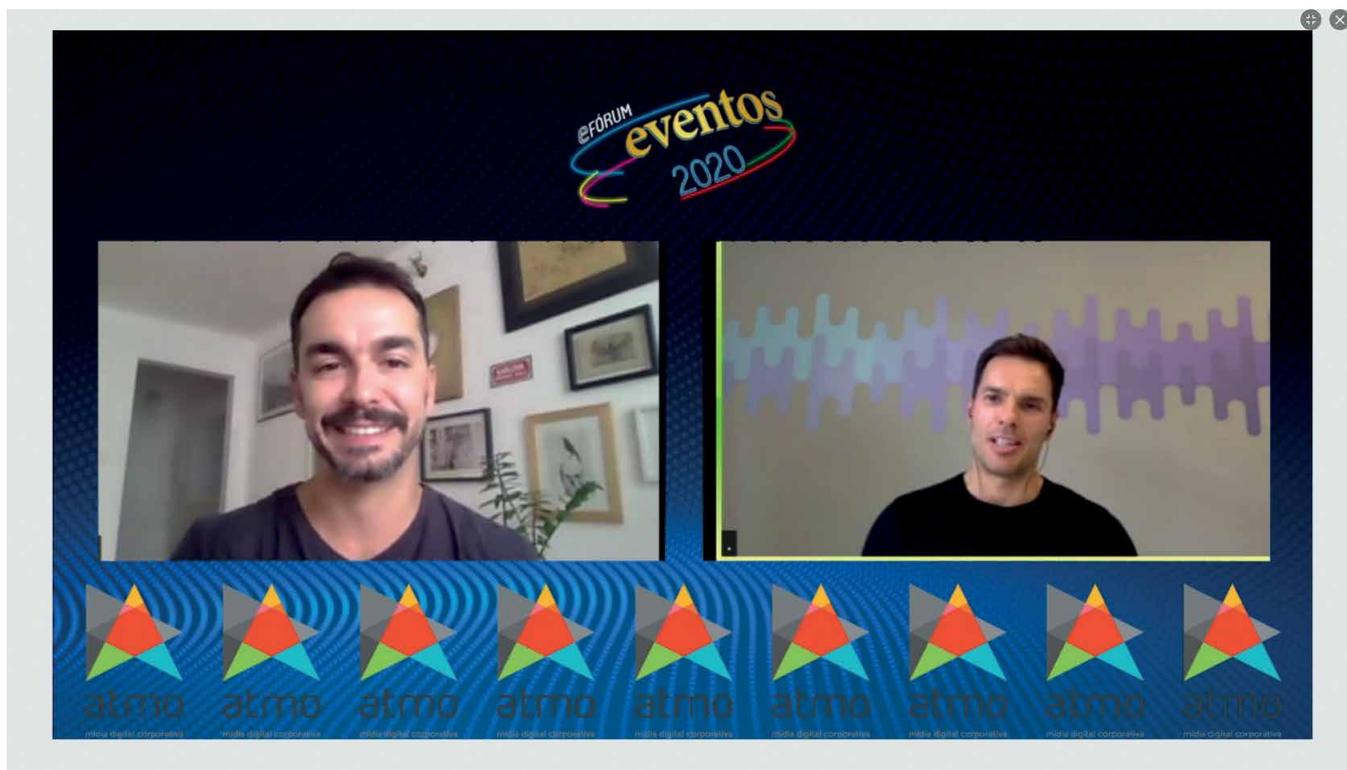
grupo

HBM

comunicação & marketing



Proporcionar experiência ao participante



O planejamento é muito importante, não dá para renunciar às planilhas

Em menos de 5 meses, o mundo dos eventos evoluiu na transformação digital. A usabilidade, as plataformas e as oportunidades começaram a surgir de maneira híbrida. Mas, como ter certeza de que o público vai aderir ao seu evento?

O painel mediado por Denis Bevacqua (RD Summit) contou com as presenças de Katia Lattufe (Sympla) e Luis Gustavo Zagonel (Warung Day Festival) e trouxe os desafios para adesão e planejamento dos eventos. Principalmente na nova realidade, pós-pandemia.

Montar uma estratégia para conseguir adesão em eventos é a metade do caminho para uma receita do sucesso. Para **Denis Bevacqua**, ter um público fiel aos eventos é muito importante, visto que com a demanda de oportunidades gratuitas e, muitas vezes, digital essa adesão costuma ser um grande desafio para os organizadores.

A estratégia de precificação é o “pulo do gato” na adesão dos eventos. Para **Katia Lattufe** o equilíbrio da precificação começa a ser analisado quando se entende qual é o valor subjetivo daquela adesão. “*Temos que ver o que estamos entregando desse valor que estamos cobrando. Se o planejamento foi feito e há uma planilha de expectativa de receita, é importante fazer contas de arrecadação. Acredito que seja fundamental entender o poder aquisitivo do público e até verificar o histórico, caso tenham experiências anteriores*”, explica.

Para **Luis Gustavo Zagonel**, a venda de ingressos para um evento é baseada em diversos fatores, muito mais que vender, é necessário agregar experiências. “*O público tem que entender que a experiência é que vale o preço. Muitas atrações que trazemos são internacionais e ainda levando em consideração conversão de moedas e os devidos impostos.*”



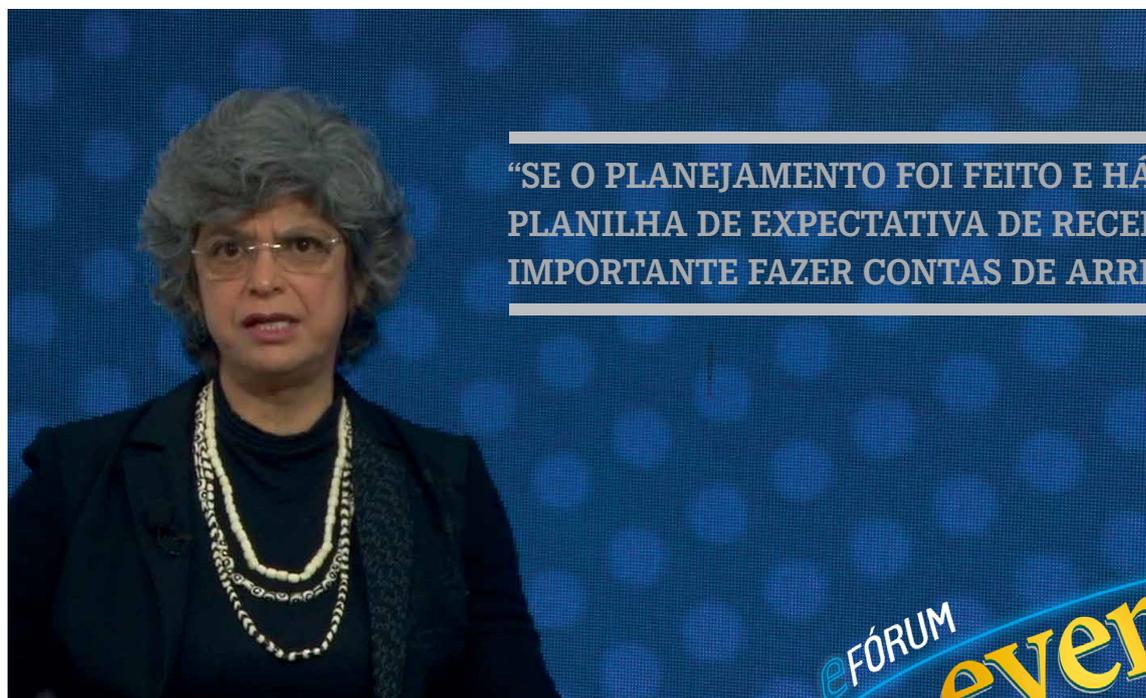
Denis Braguini Bevacqua



Katia Lattufe



Luis Gustavo Zagonel



Katia Lattufe



É necessário avaliar cada detalhe na hora de precificar. O planejamento é muito importante e não dá para renunciar às planilhas”, diz.

O painel ainda discutiu a importância das pesquisas com relação à época do ano para realizar um evento, público-alvo e, também, o tipo de atração e demais demandas. A concorrência também deve ser avaliada com carinho, para a definição da adesão e sucesso dos eventos.

O Painel **Eventos de Adesão** foi produzido e transmitido através da plataforma digital **ATMO Digital**.

Para assistir à íntegra do Painel Eventos de Adesão, use o QR Code ao lado para acessar a Plataforma do Fórum Eventos.



Clique em Plenária e busque o Painel 3.





EXPO CENTER NORTE

Centro de exposições e convenções

*FAÇA SEU EVENTO PRESENCIAL OU REMOTO
COM A GENTE, E VEJA COMO ELE
SE TRANSFORMA EM UMA EXPERIÊNCIA.*

EXPOCENTERNORTE.COM.BR

  /EXPOCENTERNORTE

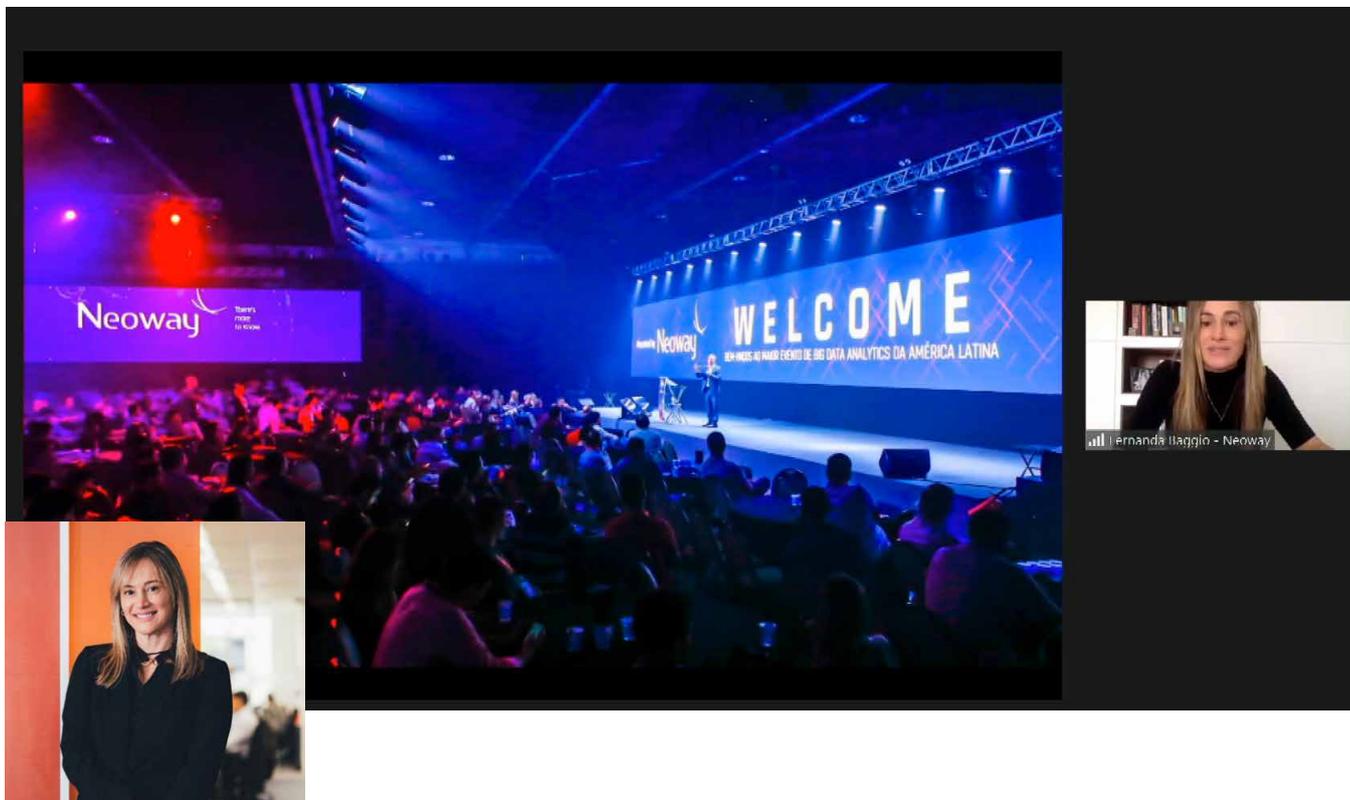
 11 94474 6204

**INOVAR É A
MELHOR EXPERIÊNCIA**

*O EXPO QUE VOCÊ
CONHECE ESTÁ
PRONTO PARA NOVOS
TEMPOS COM AINDA
MAIS SEGURANÇA
E INOVAÇÃO.*



Eventos proprietários como experiência de marca



Fernanda Baggio

Não só uma feira, mas uma jornada com começo, meio e continuação

A importância de gerar experiência do consumidor com a marca está levando muitas empresas a investirem em eventos proprietários. Mas, o que significa isso? O painel mediado por Lucas Schwitzer (Empreende Brazil Conference) contou com a presença de Diego Vidal (UIA2021 Rio Expo) e Fernanda Baggio (Neoway) para analisar e trazer cases de sucesso sobre esse novo cenário.

A **Fernanda Baggio** explicou a necessidade de uma experiência inovadora com base em cases de sucesso e lançamentos de produtos com análise de dados. *“O grande objetivo começa sendo a experiência, mas percebemos que*

reforçar a marca nos eventos e observar a fidelidade do evento proprietário traz a liderança no segmento. É gratificante agregar esses valores”, diz Baggio.

O painel também trouxe o exemplo da “UIA2021 Rio Expo”, como um case que aconteceria no Boulevard Olímpico do Rio de Janeiro de 18 a 22 de julho deste ano. Mas, foi remanejado em razão da pandemia. Algumas áreas foram pensadas como a área de conhecimento, networking, a loja conceito em casa shopping, revista e até aplicativo. Mas, a pandemia veio e tudo teve que mudar.

Neste contexto, o que fazer com uma feira que tem que ser presencial, mas que não pode acontecer, mesmo com

Lucas Schweitzer



eFÓRUM
eventos
2020



80% do público já confirmado? “*Decidimos adiar a Expo por um ano. Mas, pensamos em insights importantes como a qualificação da equipe de trabalho, evento digital, transformação do projeto em uma jornada, alinhamento com clientes e parceiros e claro, a entrega de dados*”, explica **Diego Vidal**.

“*Pensamos em pré-eventos que acontecerão de janeiro de 2021 até a data do evento presencial, em julho, para utilizar as opções digitais como uma forma de agregar aos patrocinadores e clientes. A ideia é vender não só uma feira, mas uma jornada que tem começo, meio e continuação. Esse foi o legado que aprendemos com a pandemia*”, enfatiza Vidal.

Lucas Schweitzer também trouxe um pouco de sua trajetória com a Empreende Brazil Conference e salientou a importância de não só entregar conteúdo, mas também experiência que faz a diferença para o público. “*Potencializar a marca é fundamental. Fizemos estudos para conhecer nosso público e observamos a predominância feminina e madura nos dados colhidos. Também analisamos a consolidação da nossa marca junto aos nossos parceiros e players. Tudo isso contribui para se adequar ao mercado*”, conclui Schweitzer.

No período pós-pandemia, o relacionamento e engajamento entre marcas e patrocinadores vão ter novas oportuni-

dades para os eventos proprietários. As parcerias vão se consolidar e a inovação continuará sendo fundamental para diversos modelos de negócios que estão se reinventando com a crise.

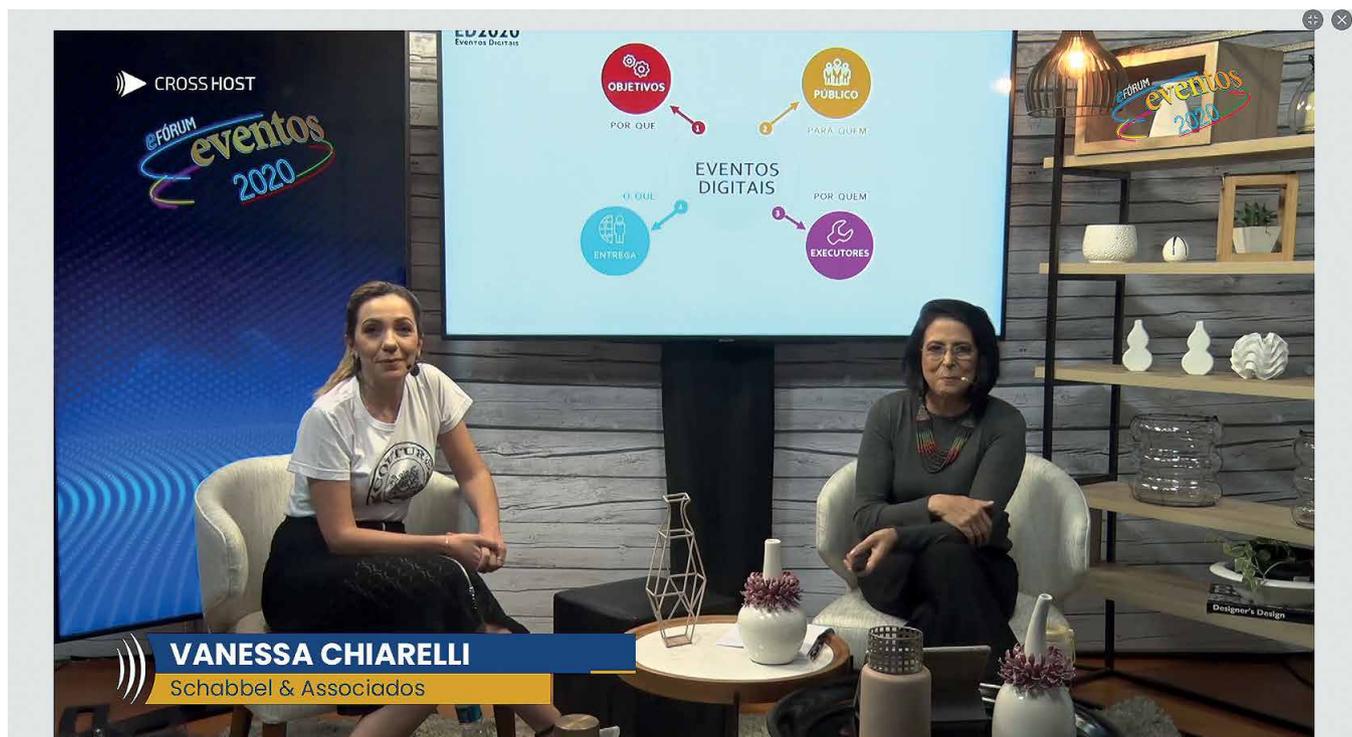
O Painel **Eventos Proprietários como Experiência de Marca** foi transmitido pela plataforma digital da **Giga Soluções Audiovisuais**.

Para assistir à íntegra do Painel Eventos Proprietários, use o QR Code ao lado para acessar a Plataforma do Fórum Eventos.

Clique em Plenária e busque o Painel 11



Os Eventos e o Design Thinking



Vanessa Chiarelli

“As cinco principais fases para a realização são: entender, definir, idealizar e prototipar o cliente”

Para animar os participantes da jornada do eFórum Eventos, a transmissão da palestra iniciou com o pocket show de uma banda de rock oferecida pela Cross Host.

Como as ferramentas tecnológicas ajudam a transformar em fator positivo um evento? O painel mediado por **Vanessa Martin** (VM Consultoria) contou com as presenças de **Vanessa Chiarelli** (Schabbel & Associados) e **Salomão Lopes** (Clever Company Brasil) trouxe para o evento um debate prático de como ferramentas e metodologias ajudam no dia a dia dos eventos.

Segundo, Salomão Lopes o conhecimento do público do evento é essencial para entregar respostas e decisões

assertivas. Assim como em diversos setores, o “Design Thinking” pode ser um caminho ideal para os eventos. Basicamente essa prática é um conjunto de ideias para abordar problemas, relacionados a futuras aquisições de informações, análise de conhecimento e propostas de soluções. “*As cinco principais fases para a realização são: entender, definir, idealizar e prototipar o cliente*”, explica.

Durante o painel foi abordado a ferramenta de “Live Persona” que traz informações demográficas, necessidades, dores, sentimentos e diversos dados que podem nortear um objetivo ou público de um evento.

O painel ainda contou com uma enquete de pesquisa especial com o perfil do

Salomão Lopes



SALOMÃO LOPES NETO
Clever Company Brasil

Para assistir à íntegra do Painel Engajamento nas Comunidades Digitais, use o QR Code ao lado para acessar a Plataforma do Fórum Eventos.

Clique em Plenária e busque o Painel 4. #EUNOFORUM

público participante do eFórum Eventos, no qual tive resultados sobre quais atividades têm mais engajamento para o público de eventos.

Veja os resultados: 44% acreditam nas Live e Q&A, 38% no compartilhamento em redes sociais, 11% nos breakout rooms e 5% nas atividades de realidade aumentada como formas de engajar mais em um evento.

O painel **Tecnologia como ferramenta de engajamento nas comunidades digitais** foi transmitido através da plataforma digital **Cross Host**.



Data Events Organizer



Os eventos tendem a se tornar jornadas. É plausível o aumento da vida útil de todos os tipos de eventos. O ponto chave é que a geração de Dados se transforma em ações que agregam.

Segundo **Leandro Romualdo**, da IBM, os Dados são ativos usados de diversas formas para agregar valor. “Mais do que conhecer melhor cada tipo de consumidor é muito importante pensar neles com segurança. Sendo essencial analisar a aquisição do Dado, o armazenamento e, depois disso, verificar como usá-lo da melhor maneira”, comenta.

No painel, os participantes discutiram ainda a importância de garantir a integridade e entender o comportamento do Dado apresentado. Para **Alessandro Lopes**, que atua no MKTBank, instituição financeira disruptiva, foi preciso analisar muitos Dados para entender o mercado e

Agências precisarão agregar mais valor para entender o que os Dados estão falando

entrar nesse nicho específico.

No caso dele, ao analisar o mercado de marketing foi possível enxergar a necessidade de uma tratativa com relação a crédito, serviços bancários e o relacionamento atual das pessoas com bancos tradicionais. “É importante agregar produto de valor direcionado a esse segmento e players. A realização de um evento é difícil de provar para um banco tradicional. Envolve contrato, marca, fornecedores e o capital para fazer o evento é complexo. Hoje com a pandemia observamos eventos com muito valor agregado e que precisam de um capital de giro mais eficaz e rápido”, explicou Lopes.

Outros pontos discutidos no painel, foram as questões relacionadas ao público-alvo que um Dado bem analisado pode levar. Para **Renato Orenszejn**, da ABCasa, é necessário analisar tudo:



Alessandro Lopes



Christiane Borges Santos



Leandro Romualdo da Silva



Renato Orensztajn

preço, mercado, consumidor e produto. “Se não fizer as adaptações dos produtos de acordo com os Dados apresentados na análise, a pessoa morre na linha do tempo”, enfatiza.

LGPD: Lei Geral de Proteção de Dados

Para **Fabiana Schaeffer**, da Netza, todos os profissionais de agências vão ter que ativar seus lados de “pesquisadores” para analisar os Dados e ver os motivos das mudanças do mercado. “As

agências precisarão agregar cada vez mais valor no futuro. Ir atrás de muitos insights para entender o que os Dados estão falando. Não somente orgânico, mas também verificando cada um com coerência”, comenta Fabiana.

Pensando nessa premissa, do que pode e o que não pode, **Leandro Romualdo** comentou que a LGPD chegou para mudanças sistêmicas que serão moldadas para atender as necessidades atuais. Termo de Aceite, definição para que o Dado será usado e uma série de fatores

que precisam ser atendidos estarão sempre em pauta com a nova lei. “*Acredito também que seja uma oportunidade de o cliente confiar na empresa e validar o seu negócio de maneira transparente. Hoje somente com transparência e segurança se agrega ao negócio*”, exemplifica Leandro.

O Painel **Data Science** foi transmitido pela plataforma digital da Martech Circle.

“COM A PANDEMIA OBSERVAMOS EVENTOS COM MUITO VALOR AGREGADO E QUE PRECISAM DE UM CAPITAL DE GIRO MAIS EFICAZ E RÁPIDO”

Alessandro Lopes

Para assistir à íntegra do Painel Data Science, use o QR Code ao lado para acessar a Plataforma do Fórum Eventos.

Clique em Plenária e busque o Painel 7.



O futuro do evento e suas novas formas de trabalho



eFÓRUM
eventos
2020

O teletrabalho possibilita o melhor uso do tempo e aumenta o rendimento

O mercado de evento está constantemente se adaptando às realidades que são aplicadas no dia a dia. Com a pandemia da Covid-19, os eventos presenciais foram cancelados, mas a tendência da Gig Economy tem ganhado frente com um novo modelo de trabalho ativo.

Na palestra sobre o tema *O futuro do evento e suas novas formas de trabalho*, o mediador do painel, **Ney Neto**, diretor da MCI Group, salientou a necessidade do mercado de nicho se adaptar às novas tendências e abrir oportunidades para uma mão de obra que necessita entrar neste ramo.

A palestra contou com participação de **Ronaldo Passarelli**, da empresa RP Light, com 32 anos de experiência em entretenimento, **Hugo Rodrigues**, da On

Projeções, há 35 anos à frente da empresa. Além de também ter dado espaço para **Felipe Gonzalez**, consultor em inovação da Unicef e **Christiane Borges Santos**, professora do Instituto Federal de Goiás, trazendo uma vertente entre o setor público e privado.

Segundo, Ronaldo Passarelli, a mão de obra na RP Light muitas vezes atua externa e sem horários fixos. Para ele, o home office contribui para a área financeira e alguns setores mais internos. *“De fato é um ganho para a empresa e para a vida das pessoas. Nosso maior benefício hoje é o Tempo. O rendimento acaba sendo muito superior com as pessoas optando pelo teletrabalho. Isso foi um grande aprendizado na pandemia”*, explica.

Outro ponto importante discutido na palestra, foi como o setor privado conse-



Ney Neto



Hugo Rodrigues



Felipe Gonzalez



Ronaldo Passarelli

que ser mais inclusivo no aspecto social quando falamos em mercado de trabalho.

Felipe Gonzalez, comentou que a Unicef tem uma iniciativa de “Generation Limite”, no qual os jovens acabam tendo uma trajetória de sucesso na escola até uma transição positiva ao mercado de trabalho. *“Nesse processo econômico de 1930 a 1980, tivemos um crescimento da indústria, por conta da baixa aceleração tecnológica. De 1980 a 2020 a economia do conhecimento começou a desequilibrar a questão humanitária, visto a tendência da tecnologia avançar continuamente”*, explicou.

Levando em consideração a premissa de juntar Governo, Nações Unidas e o setor privado é essencial que a capacitação ajude na economia e ao mesmo tempo quebre essa barreira social. O mercado de eventos trabalha forte nessa transformação. Dar uma utilização melhor ao tempo, mas também entender o que é um trabalho precário e o que é realmente teletrabalho com oportunidades reais.

A autonomia empreendedora é muito importante para que as perspectivas sejam adequadas. Sendo essencial que o profissional também possa explorar quanto é sua expectativa de receita hora/homem.

O painel ***O futuro do evento e suas novas formas de trabalho*** foi transmitido pela plataforma digital **WE.DO.LAB**.



Para assistir à íntegra do Painel Eventos Proprietários, use o QR Code ao lado para acessar a Plataforma do Fórum Eventos.



Clique em Plenária e busque o Painel 6

Travessia e Insights sobre o futuro



Igor Tobias



Claudia Toledo



Wilson Ferreira Jr.



Ronaldo Ferreira Jr.

A mudança precisa começar de dentro

O painel foi transmitido direto do Costão do Santinho Resort, localizado em Florianópolis. **Rubens Régis**, diretor do resort apresentou ao vivo a estrutura que o hotel preparou para realização de eventos com protocolos seguros.

Com a situação de crise e a forma de fazer eventos, é necessário repensar tudo. Esse é um dos insights abordados no painel mediado por **Ronaldo Ferreira Jr.**, da u.ma Diversidade Criativa, com participação de **Wilson Ferreira Jr.**, da Spice Live e **Claudia Toledo**, da Toledo Comunicação. O painel teve como âncora, **Igor Tobias**, presidente da MCI Group.

Segundo Claudia Toledo, um cliente bom deve dar lucro. Essa nova tendência que vivemos obriga as empresas a se reinventar e rever a relação entre empresa e cliente. *“Às vezes é melhor dar um passo para trás para não se prejudicar. É preciso observar com cautela se é um cliente fiel e habitual que vale essa relação. O cliente precisa acreditar na sua*

estrutura e em seus profissionais. São eles que devem estar em evidência”, diz Claudia.

Nesse contexto há ainda ferramentas tecnológicas que mantêm relações saudáveis entre empresa e cliente. Junto com a confiança é importante mostrar os dados, os resultados e essa conectividade para ter sucesso.

Cada vez mais é necessário como gestor entender que a mudança começa de dentro. O dono do negócio precisa acreditar mais no futuro do que o cliente ou qualquer seguidor ou fornecedor. *“A insegurança em uma relação de negócio acaba gerando egoísmo. Se sentir seguro é fundamental para entender e aceitar os desdobramentos do negócio. Não controlamos os fatos, mas controlamos a forma que reagimos perante a eles”*, explica Ronaldo Ferreira Jr.

Outros insights comentados no painel foram a cultura de transparência, com a necessidade de rever contratos e ser flexível durante os momentos de crise, e também a questão da proatividade jun-



Rubens Régis



to ao planejamento. Wilson Ferreira Jr comenta que a postura do líder em um momento de crise é muito importante. “*A falta de educação e planejamento é evidente no Brasil. Neste momento inédito e desafiador, precisamos respirar, sentar e planejar*”, salienta.

Ainda foram discutidos no painel a transformação da agência em um hub de inteligência, a preparação para o futuro e o lembrete que: outras crises e mudanças virão e fazem parte do mercado.

O painel **Travessia e Insights Sobre o Futuro** foi transmitido pela plataforma digital **Infoview**.

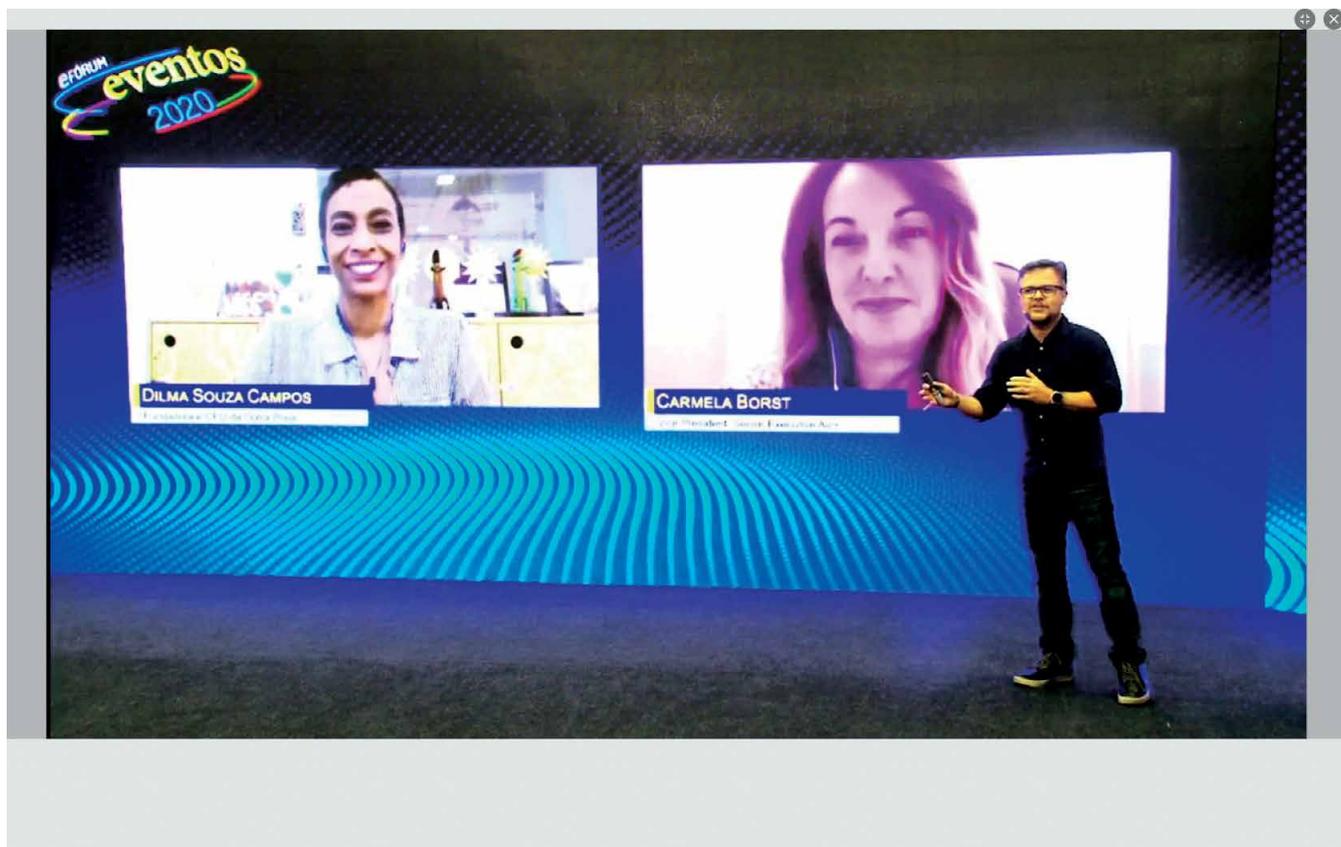
eFÓRUM
eventos
2020

Para assistir à íntegra do Painel Eventos Proprietários, use o QR Code ao lado para acessar a Plataforma do Fórum Eventos.



Clique em Plenária e busque o Painel 8

Diversidade, Inclusão e Longevidade



Como a diversidade, inclusão e a longevidade devem ser tratados pelo setor de eventos e turismo? Você enxerga que o mundo corporativo traz estratégias e inovações que englobem essas minorias?

O painel mediado por Ronaldo Ferreira Jr. (MDI Mestre Diversidade Inclusiva) contou com as presenças de Dilma Campos (Outra Praia) e Carmela Borst (AON).

O mundo mudou e começou a enxergar a diversidade como uma oportunidade de soma e evolução nos mercados emergentes. Pesquisas mostram que as empresas que abrem espaço para diversidade avançam com mais facilidade.

Ronaldo Ferreira Jr. acredita que para tomar as melhores decisões em um

mercado é necessário dar abertura para a segurança dessas pessoas que fazem parte das minorias. *“Quando a pessoa se reconhece, ela se inclui. Isso é fundamental para que haja uma contribuição não só para o mundo corporativo, mas para a vida da pessoa em questão. Há uma soma de mudanças e contribuições positivas”*, diz.

Os vieses inconscientes que todas as pessoas têm acabam comandando as diversas tomadas de decisões. O preconceito incorporado durante toda a vida acaba por afetar ações e julgamentos sem que as pessoas prestem a atenção ou achem que isso seja um problema. Segundo, **Dilma Campos** é importante admitir esse comportamento e verificar

Cada geração tem um papel diferente nas organizações, é importante integrá-las



Dilma Campos



Carmela Borst



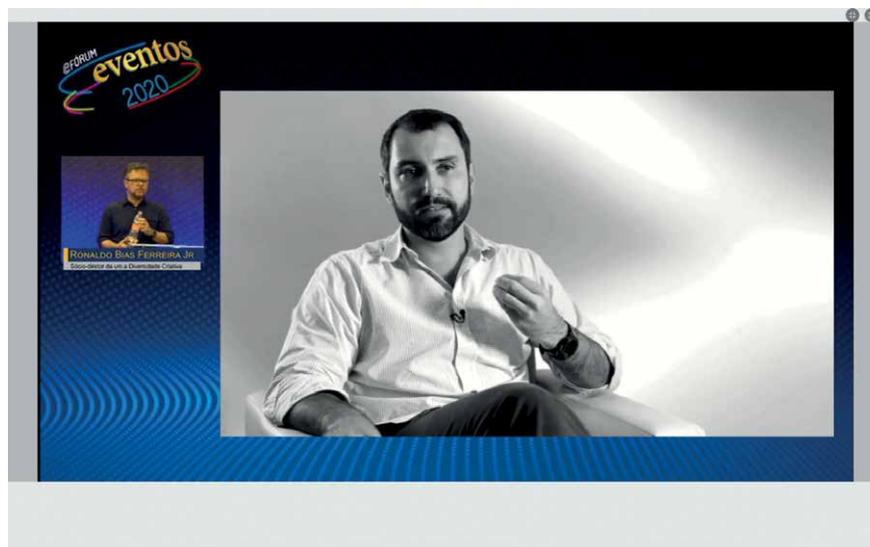
Ronaldo Ferreira Jr.

como os vieses reagem perante a vida. *“É necessário olhar o outro de maneira diferente e repensar esses pré-julgamentos. Se a gente aceita que temos essa condição, é mais fácil combatê-la. Não é porque a pessoa não parece com a maioria que ela não serve para um cargo, por exemplo”*, explica.

Atualmente, cinco gerações ocupam o espaço nas organizações. São elas: Tradicionalistas, Boomers, Gen X, Millennials e Gen Z. É interessante observar que esse ambiente social pode se potencializar com tanta diversidade. Para **Carmela Borst**, é interessante observar as motivações por trás das multigerações e fazer um paralelo entre o mundo físico e o mundo digital que estamos vivendo atualmente. *“O futuro do trabalho durante e pós-pandemia está mostrando aos jovens a necessidade de integrar os Tradicionalistas e Boomers para essa adaptação tecnológica e digital. Assim, tudo pode ir além do estereótipo e dos possíveis rótulos. Até porque cada geração tem um papel diferente nas organizações”*, comenta Carmela.

O painel conclui que a inovação não existe sem diversidade e criatividade. No mercado de eventos, as iniciativas de geração de empregos seguem em perspectiva, mas abrindo viés e oportunidades para inovar e se reinventar constantemente.

O painel **Diversidade, Inclusão e Longevidade** foi transmitido pela plataforma digital da **Hoffmann Brasil**.



eFÓRUM
eventos
2020

Para assistir à íntegra do
Painel Eventos Proprietários,
use o QR Code ao lado para
acessar a Plataforma do
Fórum Eventos.



Clique em Plenária
e busque o Painel 12

O mundo das feiras: desafios e oportunidades para venues, promotores e fornecedores



O painel foi mediado por **Paulo Passos**, da Abrace com participação de Jorge Souza, da Couromoda, Marco Basso, da Informa Markets, Milena Palumbo, da GL Events, Paulo Ventura, do Expo Center Norte e Marcelo Soares, presidente da Abrace.

As expectativas para as feiras a partir de 2021, ainda vêm com a necessidade de ter a oportunidade de representar de forma presencial. As feiras físicas tiveram uma ruptura com a pandemia, e claro que o modelo digital veio para ficar e se consolidar. Porém, como um apoio para alguns setores.

Marco Basso comenta que “o modelo digital expande as fronteiras e abre portas para flexibilização. Mas, acredito que

não entrega todas as propostas de valor que se tem em um evento físico. É necessário pensar de forma coletiva como atuar e fazer mudanças no setor de feiras”.

Para **Milena Palumbo**, o mercado de feiras não vai ser igual, assim como outros nichos que foram impactados diretamente. “Estamos revendo as relações de fornecedores e clientes e reestruturando as condições contratuais. A relação de entendimento do negócio e desafio do outro está mais evidente no novo cenário”, diz.

Outro ponto abordado foi a questão que a grande oportunidade das feiras no futuro poderá estar nos processos de montagem. “Acredito que a montagem simples, bonita e mais eficiente pode atingir metas até em um dia de feira.

Um cliente para ver algo novo precisa abraçar alguns produtos e alguns mercados terão o apoio do digital, mas o presencial também é importante”, explica **Paulo Ventura**.

Para os empresários do setor, as mudanças também serão evidentes. Para o **Marcelo Soares**, os clientes vão querer um trabalho mais sério e com profissionais aptos e rápidos em suas funções. O grande desafio para o setor de montagens será não se tornar refém de possíveis oportunistas. “Sabemos que há falta de trabalho, mas é necessário avaliar a concorrência de maneira correta para não ter prejuízos. O setor vai começar a ser mais exigente com as oportunidades e optar por fusões que agreguem”, exemplifica.



Paulo Passos



Jorge Sousa



Milena Palumbo



Marcelo Soares



Marco Basso

No novo cenário, a tecnologia também veio para contribuir e agregar em todos os setores. Em eventos é evidente que se tem muitas vertentes. “Na feira encontramos as melhores oportunidades e devemos usar a tecnologia como aliada. Ela ainda é uma mídia presencial indispensável, mas é importante trazer algumas inovações tecnológicas”, explica **Jorge Souza**.

É essencial incluir as pessoas neste novo formato que está por vir e agregar o digital a convivência e relação humana.

O painel O Mundo das Feiras: Desafios e Oportunidades de Venues, Promotores e Fornecedores foi transmitido pela plataforma digital MCI Brasil/Class.

Para assistir à íntegra do Painel Eventos Proprietários, use o QR Code ao lado para acessar a Plataforma do Fórum Eventos.



Clique em Plenária e busque o Painel 9

G.A.M.E



🚑 Ambulância para eventos com equipe especializada.

🚑 Medicina ocupacional (PCMSO, exame admissional, exame demissional, retorno ao trabalho, mudança de função e PPR).

🚑 Terceirização de ambulatório médico para colégios, com montagem de posto médico e colocação de equipe especializada.



Rua Silva Teles, 1656
São Paulo - SP - CEP: 03026-000

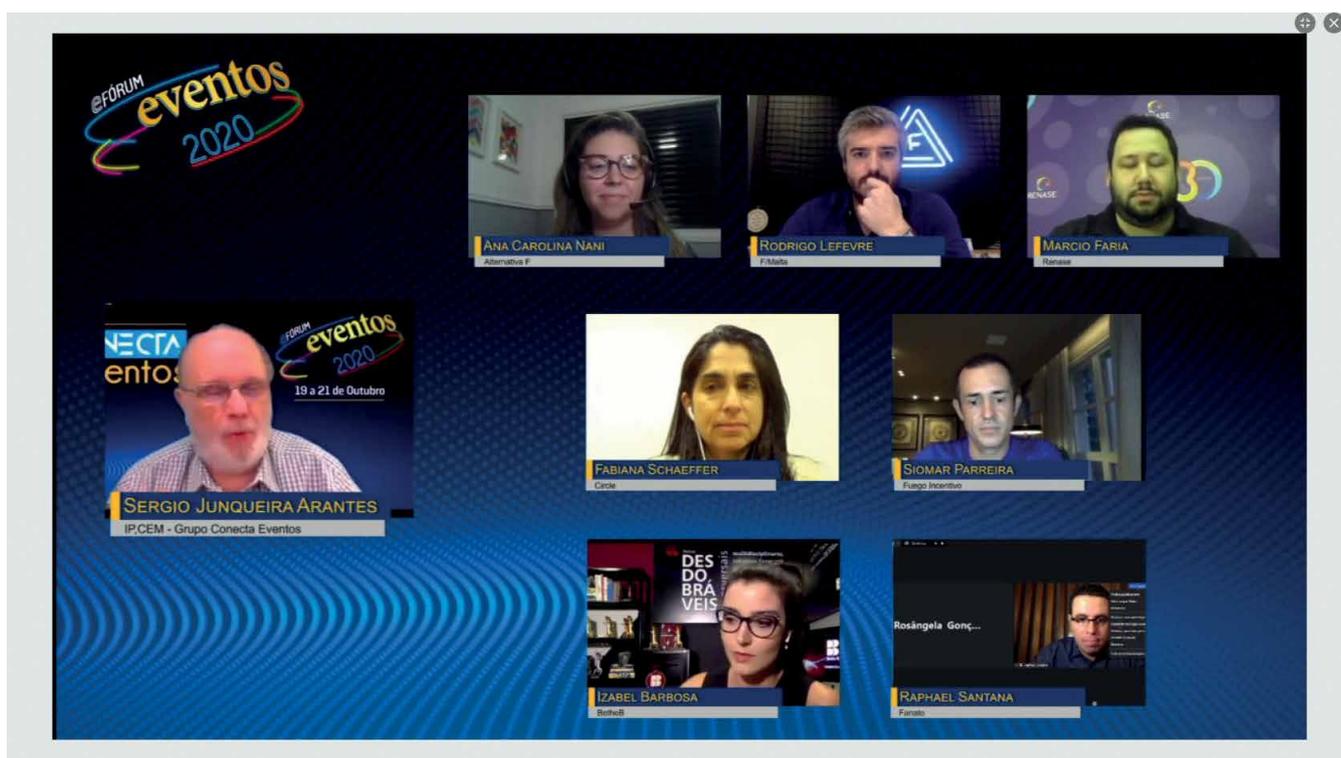


(11) 2693-5934 / 2692-7328
99275-4528 / 99626-3199



gameambulancias.com.br
contato@gameambulancias.com.br

Desafios e oportunidades na visão de vencedores do Prêmio Caio



“Quando damos de graça, a percepção dos clientes é de que nossos produtos não valem nada”

O painel mediado por Sergio Junqueira Arantes (Grupo Conecta Eventos) contou com as presenças de Ana Carolina Nani (Alternativa F), Fabiana Schaeffer (Circle); Izabel Barbosa (BethB); Marcio Faria (Renase). Raphael Santana (Fanato); Rodrigo Lefevre (F/ Malta) Siomar Parreira (Fuego Incentivo),

O formato híbrido é uma realidade que ainda está sendo descoberta com um grande peso no mercado. **Marcio Faria** explica que os eventos presenciais são muito fortes e é difícil de substituir, mas não significa que não precise criar expe-

riências efetivas. *“Não adianta ter uma produção muito antenada se o atendimento ainda não está totalmente dentro do novo cenário, por exemplo. Vamos ter que nos adaptar há mais produtos e soluções próprias. O embasamento e a experiência devem também andar juntos nesta adaptação”*, comenta.

Os valores dos eventos online também estão em evidência no momento que vivemos no mercado emergente dos eventos. Para **Ana Carolina Nani**, o valor é tudo aquilo que se destaca. *“De todas as oportunidades criadas no mercado, há muitos desafios para as adaptações. Estamos desbravando um*



Siomar Parreira



Ana Carolina Nani



Rodrigo Malta Lefèvre



Marcio Faria

eFÓRUM
eventos
2020



mundo totalmente novo e começamos a entender o que é o “valor” para um cliente ou colaborador. Os profissionais que buscavam rotatividade, começaram a enxergar a necessidade das parcerias e, também, de se fixar em algum momento. A aproximação e transformação estão muito mais evidentes para as questões financeiras. Claro que muitos ainda não entendem toda a estrutura e complexidade de um Webinar, mas estamos nos unindo para um caminho mais justo e produtivo”, enfatiza Ana Nani.

Sergio Junqueira, moderador do painel, reforçou as palavras de Ana Nani, lembrando Carl Anderson, “Devemos ter cuidado com a forma como promovemos o valor de nosso trabalho. Ninguém valoriza aquilo que recebe de graça! Preço justo estimula a venda, se a

marca dá suporte para uma identidade adequada. A avaliação da qualidade do produto é altamente influenciada pelo preço. Quando damos de graça, ancoramos a percepção dos clientes de que nossos produtos não valem nada”, ensina Carl Anderson.

A inovação, para muitos, começou assim que a pandemia estourou. **Siomar Parreira** comenta que logo que a quarentena começou, foi necessário verificar as plataformas para não ficar para trás. “É uma ilusão achar que um evento digital custa muito menos que um presencial. Um evento físico nunca será igual no digital, mas tudo é adaptável para as novas tendências. Às vezes é necessário fazer ativações simples, mas que nem sempre as pessoas enxergam de imediato”, diz.



Fabiana Schaeffer



Raphael Santana



Izabel Barbosa

Para **Rodrigo Lefevre**, o tempo hoje é muito importante quando se fala em valores no mercado. *“Para mim o Live Marketing é a diferença entre convidar para a festa e chamar alguém para dançar. Chamar para dançar é o que faz a diferença e otimiza o tempo. Estamos com muitas informações acessíveis e as pessoas buscam pela verdade. Uma boa ativação precisa ser atrelada a experiência. Ela faz toda a diferença”,* exemplifica.

O painel ainda abordou um fato importante: a zona de conforto não existe mais, tanto para as empresas, quanto para os clientes. Decisões rápidas e transformadoras são exigidas, mas sem renunciar ao planejamento. De acordo com **Fabiana Schaeffer**, a economia colaborativa é vital porque faz parte de um ecossistema produtivo. *“A cooperação é necessária. Precisamos ser assertivos na comunicação e nas ações como um todo. O contato com as pessoas deve ser mais humano e empático. Nós, como consumidores, exigimos esse*

mesmo tipo de comunicação aliando tecnologia ao contato humano”, afirma.

Izabel Barbosa comentou no painel que trouxe para os clientes uma plataforma de conteúdo para agregar em sua empresa. Segundo ela, não vale transpor um evento físico para uma sala digital. Mas, é necessário rapidez para fazer projetos que têm um DNA digital já pré-estabelecido. *“As fronteiras entre as disciplinas precisam ser quebradas e mais híbridas. Importante ter especialistas em diversos setores que precisam tirar projetos do papel para fazer acontecer”,* comenta.

A precificação dos eventos muda por várias razões e a Covid-19 acabou por despencar ainda mais essa premissa. O poder de barganha começou a mudar as políticas, com contratos mais flexíveis e adaptação de eventos e viagens. Ainda com os prejuízos de 2020, **Raphael Santana** diz que a demanda ficou repressada e a oferta não foi mais a mesma para muitas viagens e negociações de eventos. *“Os clientes querem flexi-*

bilidade no cancelamento. Não adianta mais ter um bom preço se não tem essa flexibilidade para o cliente. Os preços são escalonados e alguns acabam por segurar e inovar para não perder oportunidades”, comenta.

A conclusão é que a colaboração junto à inovação será fundamental para os planejamentos a partir de 2021. O mercado dos eventos vai ser modificado e vai voltar a ficar cada vez mais aquecido. A pergunta final que fica é: o que você está fazendo para agregar valor a ele?

O painel **Desafios e Oportunidades na Visão de Vencedores do Prêmio Caio** foi transmitido através da plataforma digital **Hoffmann Brasil**.

Para assistir à íntegra do Painel Eventos Proprietários, use o QR Code ao lado para acessar a Plataforma do Fórum Eventos.



Clique em Plenária e busque o Painel 13



Líder em soluções para **eventos digitais**

A mais completa suíte de tecnologias integradas para seu evento

Hall Virtual (Plataforma)

RSVP (Compliance LGPD)

Network entre participantes

Transmissão (Digitais e Estudios)

Gamificação

Enquete, Chat, Pesquisa e Quiz

Feiras Virtuais

Aplicativo

Régua de Comunicação (e-mail, SMS, whatsapp, push e feed)

Avatar

Gestão de Audiência

Integração com ERP e CRM

Business Intelligence (ROI, comportamento dos participantes, gestão financeira...)



Entre em contato!

+55 11 2908-0270

+55 11 99438-5953

rogerio@inteegra.com.br

www.inteegra.com.br

**CENTRO DE
CONVENÇÕES
REBOUÇAS**

**A DIFERENÇA
ENTRE UM
SIMPLES EVENTO...**

**E UM
ACONTECIMENTO
MEMORÁVEL.**



Atendimento acolhedor | Tradição | Localização privilegiada | Eventos para até 2.300 participantes



Centro de Convenções
Rebouças
H C F M U S P

Av. Rebouças, 600 – 05402-000 – São Paulo – SP
reboucas@hc.fm.usp.br – convencoesreboucas.com.br
facebook/centrodeconvencoesreboucas
Tel.: 55 (11) 3898-7850

