

O Estado da Indústria de Eventos e Turismo no Brasil 2017

escrito por Sergio Junqueira Arantes

fonte: <http://www.revistaeventos.com.br/Pesquisa/O-Estado-da-Industria-de-Eventos-e-Turismo-no-Brasil---2017/40511>

Adaptado por Eugênio Furtado.

O **Portal Eventos** ouviu 27 profissionais com larga experiência na indústria de eventos e turismo para saber o que aconteceu em 2016 e sua percepção do que vai acontecer nos próximos anos.

1. O que mais impactou a indústria de eventos nos últimos 12 meses?

Sem dúvida a crise política e econômica no Brasil impactou diretamente a indústria nacional de eventos em 2016, fazendo com que menos eventos fossem realizados ao longo do ano e com uma queda na participação e na verba direcionada aos eventos. No entanto, os Jogos Olímpicos Rio 2016 projetaram a imagem do Brasil no exterior como um país que sabe realizar eventos e esta oportunidade única vai ter implicações positivas nos próximos anos, além da movimentação econômica que já proporcionou durante os Jogos.

Sem dúvidas, o cenário político/econômico. 2016 foi um ano completamente atípico nesses campos e, assim como demais segmentos da economia, nosso mercado também foi afetado. Os mais ágeis sobreviveram, alguns ficaram pelo caminho mas pouco, muito poucos, tem o que comemorar nesse ano que passou. Ciclos de crise, quando encerrados, tem um impacto positivo no mercado, na medida que apenas aqueles mais qualificados seguem no jogo - é uma receita dura para trazer como consequência uma maior profissionalização.

Acreditamos que o que mais tem impactado a indústria de eventos é o **digital**. Diariamente nos deparamos com um grande fluxo de informações e vemos a necessidade de dar voz aos consumidores. O compartilhamento tem ganhado cada vez mais espaço e a conexão on e off é essencial para bons resultados. O que mais gosto na indústria de evento é a dinâmica que ela traz, que nunca é a mesma, sempre há uma nova expectativa, um novo desafio, uma maneira de se aprimorar. Além disso, as coisas acontecem ao vivo e a resposta do público é imediata. É uma indústria que nos permite trazer coisas novas e nos exige cada vez mais. Estamos sempre em busca de novos formatos, novas ativações, novas histórias.

2. Quais as perspectivas da indústria no biênio 2017/18?

ARMANDO CAMPOS MELO - As expectativas para o setor em 2017 e 18 são as mais positivas. Espera-se um ano de recuperação da economia, proporcionando aos diversos mercados, crescimento e desenvolvimento com novos produtos e novas tecnologias sendo apresentados, além da melhoria no ambiente de negócios e propício para grandes realizações. O Brasil está se apresentando nos mercados internacionais como uma oportunidade especial, isto aparecerá nas feiras de negócios. Consideramos ainda a inclusão de novas feiras no calendário no sentido de atender novas tecnologias em



implantação.

Com baixo otimismo, acredito na retomada do crescimento, de uma forma lenta e gradual. Estamos em um segmento que sobrevive mesmo em tempos de crise: **as empresas PRECISAM promover na crise**, para sobreviver. Isso significa que, mesmo com verbas menores e concorrências mais acirradas, o investimento em nosso setor continua.

Um ajuste drástico nos custos, a busca por novas alternativas de trabalho e a disputa mais acirrada com novas opções de relacionamento entre pessoas e empresas colocadas pelos meios eletrônicos.

4. O que você gosta mais na indústria de eventos?

O que mais me interessa na indústria de evento é o fato de ser extremamente versátil e multifacetada. Quando desenvolvemos um projeto precisamos de conhecimento nas mais diferentes áreas. Comunicação, marketing, tecnologia, música, moda, cenografia, entretenimento, logística, finanças, entre diversas outras. Áreas que se fundem e precisam estar perfeitamente em sintonia e em harmonia para que possamos alcançar os resultados desejados. Criar uma amarração, um enredo, contar uma história e atingir o público e os objetivos do cliente é uma verdadeira arte. É uma busca incessante por “aquele momento”, pela fagulha de perfeição que cria momentos únicos e inesquecíveis.

Trata-se de uma indústria que promove experiências e causa impacto positivo na vida das pessoas, além do fato de ajudar a compartilhar conhecimento e inovação.

A indústria de eventos é apaixonante porque cada evento é único e a excelência é infinita. Cada evento exige forte coordenação, criatividade, personalização, cuidados com o perfeito funcionamento de muitos detalhes, capacidade de prevenção de eventuais situações de risco assim como de solução imediata, bem como ter olhar e interesse ampliado para diferentes setores como artes, cultura, culinária, design e outros que contribuem para que o evento não seja igual do mesmo, apesar de serem similares. O dinamismo da equipe de eventos é muito especial e inspirador porque são profissionais que compartilham intensamente das expectativas e do sucesso de cada evento dos clientes, perguntando, executando, fazendo recomendações e convivendo todos os momentos de dedicação com os responsáveis pelo evento.

Gostamos de estar próximos ao consumidor. Mais do que um evento, sentimos necessidade de nos conectarmos com nossos clientes, entregando experiências únicas com agilidade, tato, preço justo e excelência. A expectativa dos clientes de medir a efetividade dos eventos com a mesma métrica de outras ferramentas. Experiência é mais pessoal. É diferente de um comercial de TV e logo deve ser avaliado de maneira diferente. Devemos entender que ferramentas diferentes trazem significados diferentes... é a velha questão sobre o que é mais importante, um número total ou um engajamento real e perene.

5. Qual é o maior problema de nossa indústria?

Acredito que ainda seja o entendimento do cliente da importância da ferramenta eventos como estratégia de negócios e

resultado. Somos uma ferramenta forte de relacionamento, vendas e fidelização.

Acredito que seja a **capacitação** de profissionais. As empresas ainda consideram a realização de eventos como complemento e não como atividade importante para o seu negócio, correndo o risco de ser eliminado em tempos de crise. Buscam outros meios de comunicação e de interação com o mercado, clientes e equipes, com consequente redução de profissionais e de investimento na atividade, como um todo.

6. Qual o desafio mais significativo que acredita irá enfrentar nos próximos anos?

Creio que será a promoção, o marketing, a publicidade e propaganda. Com o país ainda vivendo uma crise financeira, fiscal e até mesmo uma indefinição no campo da política, os recursos para este setor que exerce papel fundamental no turismo costumam influenciar. Mais do que nunca será preciso inovar, sermos criativos e buscar alternativas inteligentes para mobilização e deslocamento das pessoas.

7. Profissionais de eventos devem prestar atenção extra para as questões sociais, sustentabilidade, segurança etc.?

Todo profissional de eventos deve ser um defensor do mercado e da empresa em que trabalha. E dessa forma é inevitável e essencial que esteja atualizado e seguindo as práticas fundamentais do nosso segmento. Dentro delas duas em especial são segurança e sustentabilidade. Fatores que são decisivos no momento em que clientes escolhem os seus fornecedores no mundo contemporâneo e que são extremamente importantes para garantir uma entrega de sucesso. Ter certeza que todas as normas e cuidados estão sendo cumpridos e que cada evento tenha ramificações que contribuam para a sociedade e para o planeta como um todo, demonstra a diferença entre um profissional ultrapassado e outro que está pronto para os desafios futuros.

8. Qual será a próxima "grande sacada" em eventos?

Ir até o consumidor final. Fugir dos modelos tradicionais para criar um ambiente atrativo e de interação entre público e quem vende, seja produtos, serviços ou conhecimento.

Descobrir como o evento deve se inserir em um contexto amplo de comunicação, onde o público-alvo não consome mais informações de forma fragmentada, em um modelo que remete ao pensamento industrial. Em outras palavras, descobrir a melhor forma de usar o evento como ferramenta dentro de um contexto de pensamento digital.

O desenvolvimento de eventos internos nas grandes empresas e nas empresas internacionais, por parte dos clientes. A seriedade no cuidado de toda a documentação legal, na produção da montagem e na segurança, por parte das montadoras e produtoras. O comprometimento com os resultados, por parte das organizadoras. A integração dos setores envolvidos e dos formadores de opinião, associações e sindicatos, entre si e junto a prefeitura e governo.

9. Que inovações tecnológicas você acredita que irão impactar a indústria nos próximos anos?

O virtual que em muitos casos poderá substituir o presencial, derrubando barreiras de tempo e espaço e barateando algumas linhas que historicamente pesam nos bolsos de nossos clientes. Já é nossa realidade poder ter um palestrante a milhares de quilômetros de distância, atingindo com sucesso o nosso público final, sem os altos custos de passagem, hospedagem e alimentação. O lançamento de produtos em uma realidade virtual em que se pode ter uma experiência completa, imersiva e totalmente interativa. Entre outros diversos casos que já estão ao alcance de nossas mãos.

10. Que novas competências devem aprender os profissionais de eventos?

As competências primordiais e necessárias a um profissional de eventos são a capacidade de planejar, organizar, ordenar, dirigir e comunicar com excelência, com a definição de metas claras para o alcance dos objetivos, tanto no aspecto quantitativo como qualitativo, sem perder de vista o foco no público-alvo que o evento visa atingir. A ousadia e a criatividade fazem a diferença.

Aprender e entender as novas tecnologias e como usá-las da melhor maneira e atingindo um maior número de pessoas.

Relação interpessoal. Cremos que os indivíduos são únicos e tem suas características e personalidades, por isso, é essencial conhecer e entender o público com quem se lida.