

# **CORONAVIRUS (COVID-19) & PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS**

Documento preparado pela Força-Tarefa da  
FleishmanHillard global e Brasil

**ÚLTIMA ATUALIZAÇÃO EM: 10 DE MARÇO DE 2020**

# Sumário Executivo

## Cenário

À medida que o número de casos confirmados do novo coronavírus (Covid-19) aumenta globalmente – já está presente em todos os continentes e no **Brasil já são 30 casos confirmados** - aumentam as reações sobre a capacidade de reação global à doença. O vírus, que surgiu na China no fim de 2019 e já chegou a mais de 90 países segundo a OMS (Organização Mundial da Saúde), **ultrapassa o número de 3,5 mil mortes** e registra mais de **100 mil infectados**.

Além da interrupção das operações comerciais normais de muitas empresas, várias conferências e eventos importantes foram cancelados, incluindo o **SXSW**, maior evento de inovação e economia criativa do mundo, realizado há mais de 30 anos em Austin; o GSMA Mobile World Congress em Barcelona; o Global Marketing Summit (F8) do Facebook e a conferência de desenvolvedores da Huawei.

Outros eventos como a conferência Cybersecurity 2020 da RSA e a maratona de Tóquio estão acontecendo, mas sem a presença de várias marcas e / ou com um número reduzido de participantes. Todos os olhos também estão voltados para os **Jogos Olímpicos de Tóquio de 2020**, com as partes interessadas expressando vários graus de preocupação sobre a sua realização ou adiamento. O Comitê Olímpico Internacional estima um parecer final até maio.

Além disso, a U.S. Bureau of Consular Affairs e os EUA Os Centros de Controle de Doenças emitiram avisos de viagem para áreas de alto impacto, incluindo China, Coreia do Sul e Itália, o que afetou ainda mais o planejamento e a coordenação de eventos.

## O que você encontrará neste report

A FleishmanHillard tem ajudado clientes e colaboradores a navegar nesse cenário de incertezas e de rápida mudança. Independentemente de serem grandes conferências com mais de 10.000 participantes ou eventos com menos de 100 convidados, forneceremos insights acionáveis que podem ajudar a determinar a participação nesses eventos. Isso inclui:

- Considerações estratégicas
- Análise de Stakeholders
- Declarações de notáveis de marcas e empresas globais
- Aconselhamento inicial e recomendações

## Timeline

1

Em **dezembro de 2019**, as autoridades chinesas relatam o primeiro aglomerado de surtos à Organização Mundial da Saúde (OMS).

2

Em **janeiro de 2020**, a Organização Mundial da Saúde decreta o coronavírus como emergência de saúde pública de interesse internacional.

3

Em **fevereiro de 2020**, o número de casos em outros países ultrapassa os números na China, marcando uma evolução significativa na disseminação do vírus.

# Atualização dos Eventos

Amostra feita até 6 de março de 2020

## Eventos cancelados



GAME DEVELOPERS CONFERENCE



Facebook Global Marketing Summit

SEOUL FASHION WEEK



ASEAN Summit Las Vegas



International Trade Fair for Wines and Spirits

Google I/O

HIMSS 20  
Global Health Conference & Exhibition



## Eventos programados

Presenciais



TOKYO 2020



vmworld®



SAP SAPHIRENOW  
ASUG Annual Conference

Agora virtuais



Salesforce World Tour Sydney

AGILITY

Agility 2020 Conference

F8 Facebook Developer Conference



Adobe Summit

F8 Developer Conference

# Considerações estratégicas

## Informação confirmada

- Quantos casos estão confirmados no local do evento?
- Qual é a mais recente orientação e avaliação de risco das autoridades internacionais e nacionais de saúde?

## Impacto para o negócio

- Quão importante é o evento para o seu negócio?
- Qual a previsão de custo financeiro estimado com o cancelamento?
- Quem é o responsável pelos custos da viagem – participantes ou organizadores? É reembolsável?
- As companhias aéreas enviam insenções?
- Alguma das partes interessadas será afetada negativamente se você não sediar ou participar do evento? Isso prejudicará seu relacionamento comercial?

## *Os fatores que devem influenciar sua tomada de decisão*

- ***Mantenha o foco nos públicos***– é essencial entender as diversas necessidades e preocupações, às vezes conflitantes, das principais partes interessadas.
- ***Confie nas informações oficiais***– Organização Mundial da Saúde, os Centros de Controle de Doenças e outras autoridades de saúde oficiais podem contar com as orientações mais precisas e atualizadas sobre como empresas e indivíduos podem prevenir infecções.
- ***Alinhe com seus valores***– os valores são elementos críticos da tomada de decisão, particularmente em uma crise. Atue com objetivo e demonstre empatia e responsabilidade como uma maneira de reconhecer o impacto de suas decisões nos resultados econômicos e de saúde.
- ***Reconheça o potencial crítico***- Opositores, concorrentes ou grupos de interesses especiais podem procurar tirar proveito da situação para impactar negativamente seus negócios ou sua reputação.

## Valores & Propósito

- Qual é o objetivo da sua organização e quais valores ela defende?
- Como esses valores se cruzam com os desafios impostos por essa situação?
- A decisão está alinhada com seus valores e propósitos?

## Necessidades dos públicos

- Quais são as preocupações imediatas dos stakeholders em sediar ou participar do evento?
- Como está se comunicando com esses públicos e com qual frequência?
- É provável que os participantes do evento cheguem de - ou tenham viajado recentemente para - áreas impactadas severamente?

# Análises por stakeholder

**Grandes expectativas.** Cada grupo de stakeholder, de colaboradores a parceiros externos e gestores públicos, terá preocupações únicas sobre as decisões da companhia em sediar/ou participar de eventos durante o período de disseminação do vírus. Incertezas e fake news que circulam diariamente criaram clima de temor e sensacionalismo que apenas uma comunicação efetiva e no momento preciso endereçará com sucesso as diversas necessidades.

## Colaboradores

- Mudança nas políticas de viagens
- Possibilidade de trabalho flexível
- Informações sobre benefícios médicos relevantes

## Parceiros comerciais

- Potencial de perda de receita
- Atraso na cadeia de suprimentos e logística
- Escassez de inventário
- Interrupção na fabricação e produção
- Aumentos de preço inesperados

## Consumidores/Clientes

- Preocupação disseminação e transmissão
- Possível implicação de saúde
- Solicitação de histórico de viagens de outros participantes
- Informações sobre saúde e segurança

## Gestor público

- Atualizações da OMS e de outros órgãos de saúde
- Alterações nas proibições de viagens e limitações às viagens não essenciais
- Queda na reputação e na economia
- Críticas sobre contenção e resposta

## Investidores

- Volatilidade no mercado de ações
- Potenciais perdas em investimentos
- Mudanças de comportamento de investidor, avesso ao risco
- Queda na reputação

# Análise de eventos

Organizações do mundo todo, especialmente companhias de tecnologia, divulgaram orientações aos colaboradores e recursos para gerenciar os riscos associados ao Coronavírus, principalmente em relação a viagens para conferências do setor. Apple, Amazon, Facebook, Google, L'Oréal, Nestlé, entre outras empresas, implementaram restrições de viagens aos colaboradores.

Dada essas restrições de viagens, no entanto, apenas algumas conferências de tecnologia foram oficialmente canceladas ou transmitidas apenas online. Muitos eventos do setor planejados para o verão de 2020 ou no decorrer do ano continuam permitindo agendamento.

## ***Considerações e recomendações para transformar os eventos em virtuais***

- **A conferência Agility 2020 da F5 foi recentemente cancelada com a intenção de organizar um evento virtual em breve. Como parte da comunicação aos participantes, a companhia divulgou um documento com perguntas e respostas sobre reembolsos e a conferência virtual.**  
Nesse momento, a empresa não divulgou nenhuma informação sobre a logística do evento virtual. Não é necessário ter todos os detalhes do evento virtual confirmado para comunicar a mudança de um evento presencial para online.
- **Matérias na imprensa focadas em boas práticas e precauções para sediar eventos aumentam.**  
Considerando o número de fontes e organizações governamentais que continuam a oferecer orientações, empresas deveriam revisar suas diretrizes e comunicações aos funcionários para eventos planejados para que todos os materiais mencionem precauções atualizadas. Nesse caso, é preferível pecar pela super comunicação no lugar de deixar os colaboradores e participantes sem clareza sobre o que fazer quanto aos eventos planejados.
- **Nas redes sociais e blogs, desenvolvedores expressam decepção com o cancelamento da conferência do Facebook. Porém, o Facebook deixou em aberto opções para realizar um evento virtual junto a encontros realizados localmente para compensar o cancelamento.**  
É importante considerar a reação da audiência para o cancelamento e garantir que a comunicação está adequada para oferecer métodos alternativos para convencer os convidados.

## **Eventos virtuais**

Conferências virtuais ou online estão em alta. Eventos, como o [Remote Work Summit 2020](#), são exemplos exclusivamente online que podem facilitar mais de 9 mil participantes de mais de 40 países. Google's [I/O annual developer event](#) inclui uma opção online na qual visitantes podem ver keynotes ou apresentações. A conferência do Facebook para desenvolvedores, [F8](#), abriu os sistemas para sediar outros eventos virtuais, com conteúdo ao vivo e em vídeo.

## **Plataformas para eventos virtuais**

Plataformas para eventos virtuais como a [6Connex](#) permitem que empresas realizem variedade de eventos, de virtuais, programas de aprendizagem a shows comerciais.

Adicionar valor aos eventos virtuais é a chave. Considere conteúdo especial como e-books ou *whitepapers* para participantes fazerem download. Sistema para agendamento online ou oportunidades de encontros virtuais. Promova interações entre setores com opções para chats, como ao vivo, Q&A, publicidade para patrocinadores.

# Conselhos e recomendações

Comunicação proativa e clara é essencial para ajudar os *stakeholders* a entenderem como as organizações estão planejando lidar com o surto de Coronavírus – tenham ou não sido impactadas no momento.

Para a maioria, isso significa decidir como avançar em eventos internos, próprios ou do setor. Calcular com precisão o risco associado ao seu evento em relação a cancelar deve estar entre suas prioridades se seu evento acontece no primeiro ou no Segundo trimestre de 2020.

## ***Definição e comunicação da política da empresa para eventos próprios e do setor***

- **Avalie se deve ou não cancelar um evento com base em considerações importantes, incluindo:**
  - Existe um número significativo de participantes / expositores de áreas afetadas, e impossibilitados de viajar?
  - O evento acontece em uma área impactada?
  - A empresa ficará exposta à responsabilidade se o evento for executado?
- **Revise a apólice de seguro de cancelamento, já que muitas seguradoras estão excluindo o Coronavírus dos termos de cobertura.**
- **Oriente os colaboradores via canais internos sobre os limites para participar em eventos do setor:**
  - Desencorajando participação em eventos que reúna mais de um certo número de pessoas
  - Restringindo participação em eventos de uma área específica
- **Se seu evento está mercado para os próximos três meses, pense em uma oferta virtual consistente para aqueles que não poderão viajar**
- **Faça o alinhamento em uma estratégia ampla de canais (incluindo redes sociais, intranet, imprensa e mídia) para garantir que todos os stakeholders estejam informados sobre qualquer alteração relacionada aos eventos da empresa**

## Declarações de companhias notáveis



“A saúde dos IBMers continua sendo nossa principal preocupação enquanto monitoramos os próximos eventos e viagens relacionadas ao Novel Coronavirus (COVID-19). Como resultado, nós estamos cancelando nossa participação deste ano na conferência RSA, realizada de 24 a 28 de fevereiro em São Francisco”



“Com muita cautela, nós cancelamos nosso Global Marketing Summit devido a evolução dos riscos à saúde pública relacionadas ao Coronavírus”



“O bem-estar dos nossos colaboradores e comunidades é a nossa prioridade número um, e com muita cautela, nós decidimos fazer nosso pontapé inicial da equipe global de vendas em uma experiência virtual para garantir que reunimos nosso time da maneira mais segura possível”

A **FleishmanHillard Brasil** desenvolveu uma força-tarefa para monitorar as necessidades de nossos clientes e parceiros sobre o avanço global do coronavírus.

Este grupo se reúne regularmente e pode auxiliar a sua empresa ou lideranças com aconselhamento estratégico e construção de reputação para diferentes necessidades e ramos de atuação, como Turismo, Agronegócio, Alimentos, entre outros.

Nosso time de especialistas está disponível para auxiliá-lo. Mande sua dúvida para [diretores@fleishman.com.br](mailto:diretores@fleishman.com.br)



# Patrícia Marins

General Manager FH Brasil

*patricia.marins@fleishman.com.br*

# OBRIGADA!



[/fleishmanhillard-brazil](#)



[@fleishman\\_br](#)



[@FleishmanBR](#)

