




Resultados del proyecto de investigación Eventos y Metaverso


mayo 2023

ÍNDICE

- 01 – contexto, ficha técnica y metodología**
- 02 – resultados encuesta a asociados**
- 03 – resultados encuesta a clientes**
- 04 – resultados entrevistas**
- 05 – conclusiones**



Contexto, ficha técnica y metodología de la investigación



Eventos y metaverso contexto de la investigación

Resumen del proyecto

UNIR ha llevado a cabo una investigación en colaboración con AEVEA, la principal asociación del sector de la organización de eventos, con el objetivo de ahondar en el conocimiento del sector y la adaptación de los eventos a los nuevos entornos de interacción (metaverso/IA).

La investigación se ha desarrollado durante los meses de noviembre de 2022 a marzo de 2023 y ha consistido en el envío de dos cuestionarios de 25 preguntas a profesionales del ámbito de la organización de eventos y sus clientes. Los cuestionarios, anónimos, constaban de 25 preguntas tanto de carácter cuantitativo como cualitativo, así como abiertas y cerradas. La participación (72 encuestas recibidas) ha sido suficiente para poder obtener resultados representativos y conclusiones de valor sobre el objeto de la investigación.

Como complemento a dichas encuestas, se han llevado a cabo 4 entrevistas en profundidad a profesionales experimentados del sector, que han aportado detalle del presente y futuro de los eventos en los nuevos entornos experienciales y de interacción con los públicos.



Eventos y metaverso

ficha técnica y metodología



Públicos involucrados

- ✓ Empleados de agencias de eventos
- ✓ Clientes de agencias de eventos
- ✓ Managers de agencias de eventos



Alcance de la muestra

- ✓ 38 empleados de agencias
- ✓ 34 clientes de agencias
- ✓ 4 managers de agencias



Método de investigación

- ✓ Cuestionario online empleados
- ✓ Cuestionario online clientes
- ✓ Entrevista en profundidad managers



Periodo de recopilación

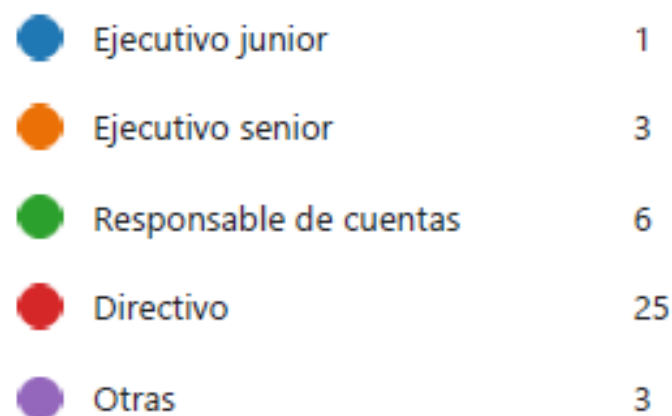
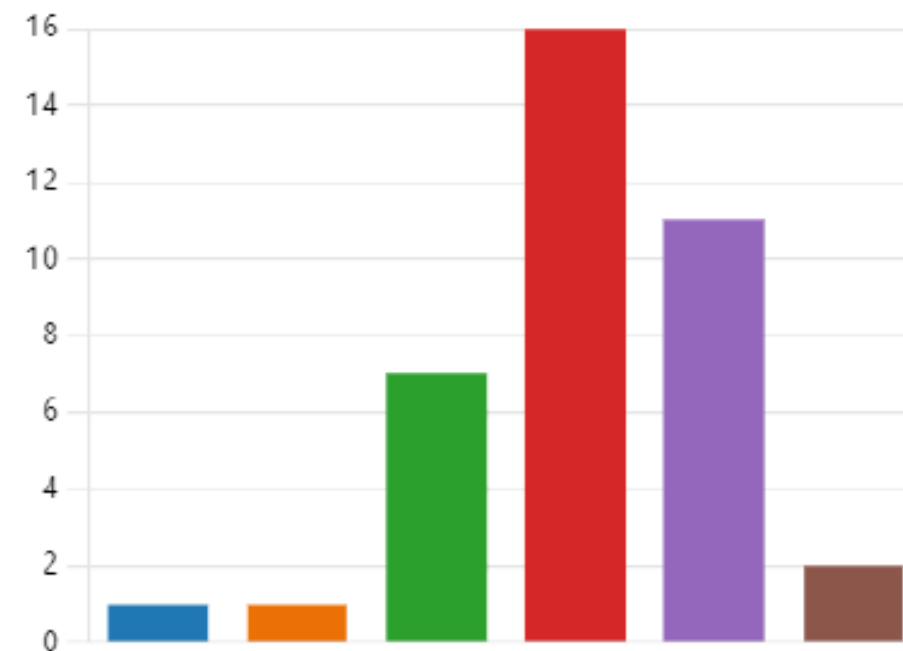
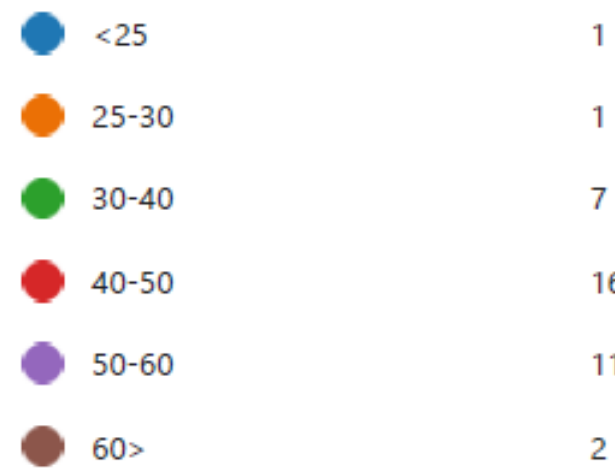
- ✓ Cuestionarios: del 05/12/22 al 08/02/23
- ✓ Entrevistas: del 20/02/23 al 20/03/23



resultados de la encuesta a asociados



Eventos y metaverso resultados encuesta asociados



Perfiles senior

El 76% de los encuestados tienen perfiles senior con más de 15 años de experiencia profesional



experimentados

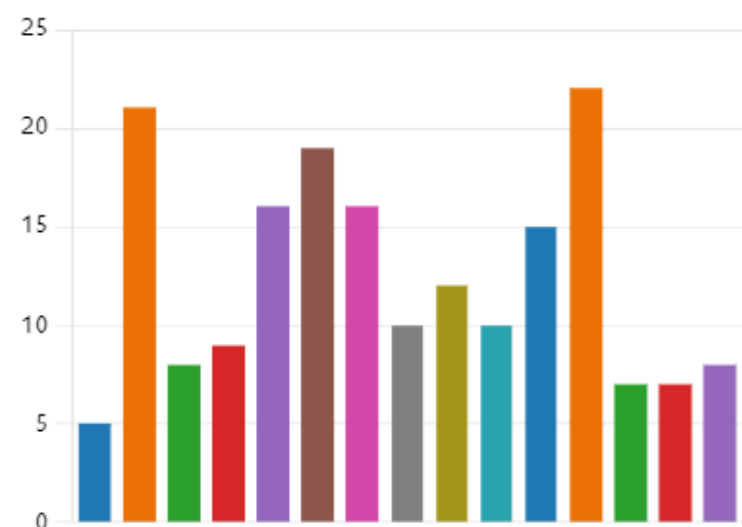
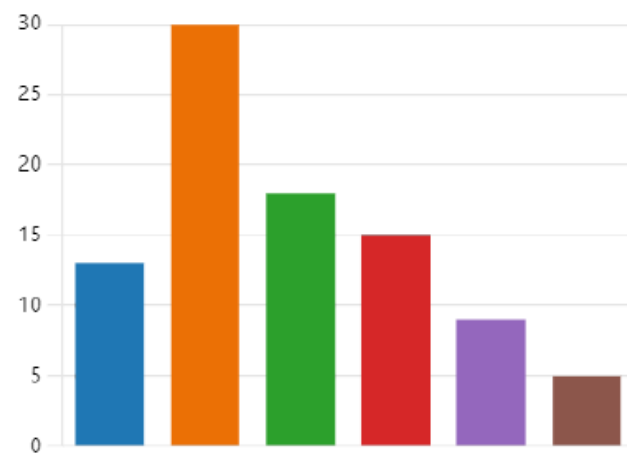
El 90% de ellos han implementado eventos con clientes donde ha utilizado alguna herramienta/tecnología de inteligencia artificial

Eventos y metaverso

resultados encuesta asociados

● Agricultura-Ganadería	5
● Alimentación y Bebidas	21
● Construcción	8
● Educación	9
● Energía	16
● Farmacéutico	19
● Hostelería / Restauración / Turis...	16
● Medios de Comunicación	10
● Salud	12
● Servicios Públicos	10
● Servicios Financieros	15
● Telecomunicaciones	22
● Textil	7
● Transporte	7
● Otras	8

● Eventos culturales	13
● Eventos empresariales	30
● Eventos institucionales	18
● Eventos deportivos	15
● Eventos asociativos	9
● Otras	5



● <15
● 15-50
● 50-100
● 100>



Eventos y sectores

Los encuestados son profesionales que realizan eventos de distintos tipos y en distintos sectores



Pymes y grandes

Están representadas las opiniones tanto de las PYMES como de grandes empresas del sector

Eventos y metaverso

resultados encuesta asociados

¿Ha implementado algún evento con algún cliente donde ha utilizado alguna herramienta/tecnología de inteligencia artificial? (NFC, pantallas interactivas, realidad virtual, aplicaciones móviles, software específico...)



Utilización de IA

El 85% confirma haber utilizado tecnologías de inteligencia artificial, pero el 65% de ellos no ha medido su eficacia.



Herramientas diversas

El 63% ha utilizado herramientas de realidad virtual en los eventos. También aplicaciones móviles para diferentes usos

Eventos y metaverso resultados encuesta asociados



Medición escasa

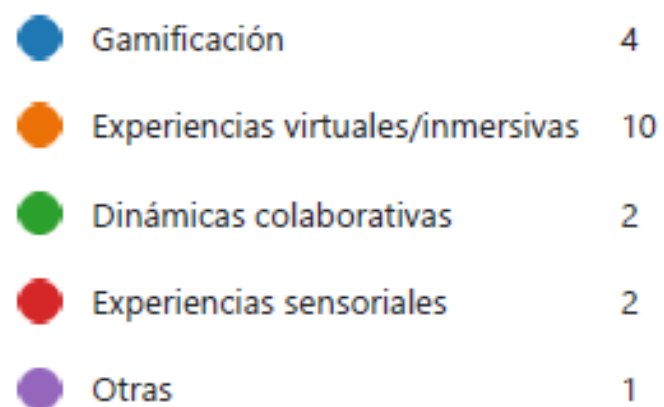
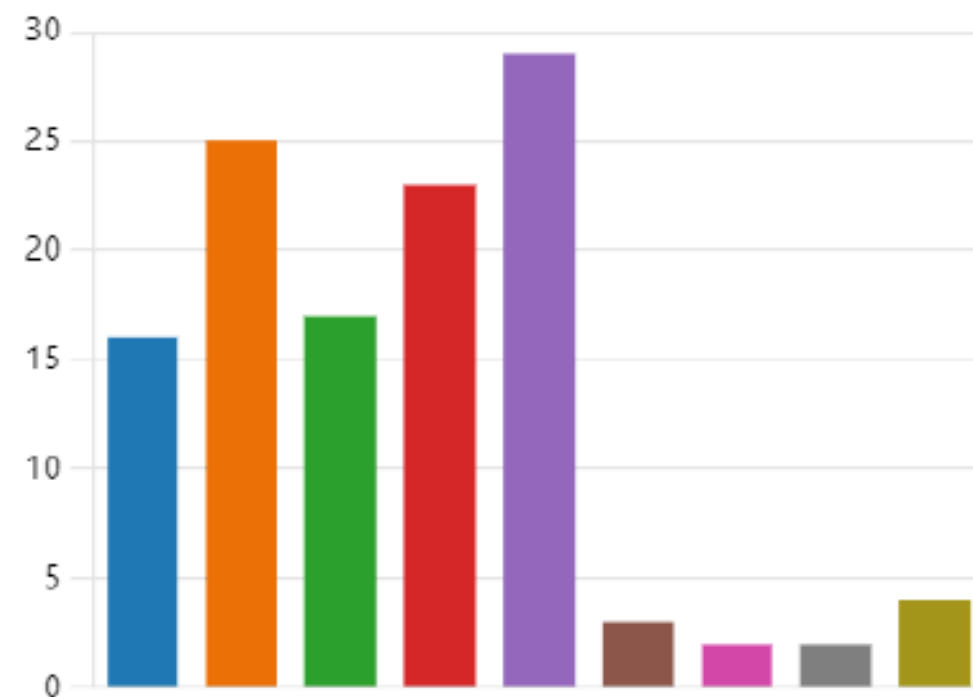
El 35% confirma haber utilizado un método de medición para ver la eficacia de las tecnologías utilizadas



Herramientas diversas

Se utilizan distintos métodos para medir diferentes KPI > participación, métricas digitales, encuestas, dashboard...

Eventos y metaverso resultados encuesta asociados



Eventos virtuales

El 95% ha realizado eventos virtuales, destacando roadshows, presentaciones de producto y entregas de premios



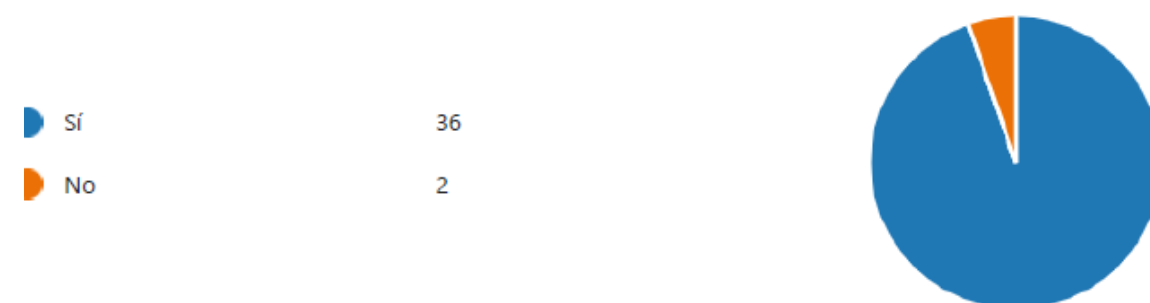
Inteligencia artificial

El 50% indica haber realizado eventos utilizando IA, destacando las experiencias inmersivas y la gamificación

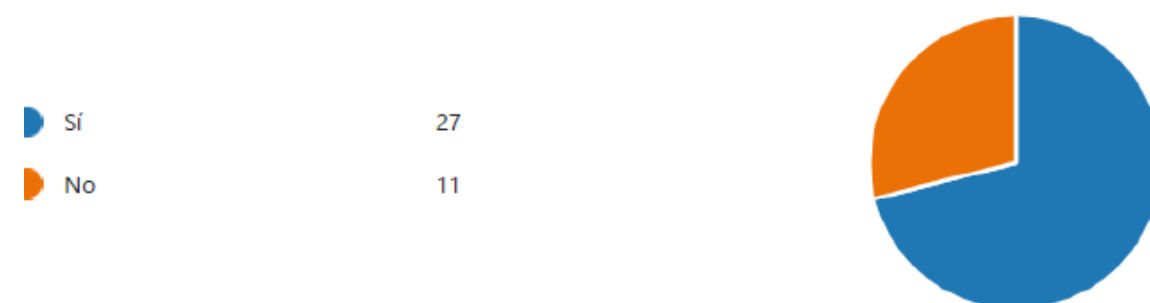
Eventos y metaverso

resultados encuesta asociados

¿Sabe de qué trata el metaverso?



¿Considera que el metaverso o los escenarios virtuales son útiles para llevar a cabo eventos?



¿Los clientes le han demandado realizar un evento en el Metaverso?



Conocen el metaverso

El 95% sabe lo que es el metaverso y el 71% considera que es un escenario útil para llevar a cabo eventos



Inteligencia artificial

Solo un 13% indica que los clientes han solicitado hacer un evento en el metaverso, en concreto, presentaciones de productos, exposiciones y ferias virtuales.

Eventos y metaverso

resultados encuesta asociados



Razones por las que consideran el metaverso un escenario útil para organizar eventos

A pesar de estar en una fase inicial, las posibilidades de interactividad y experiencias de marca que ofrece el metaverso son enormes.

Abren la posibilidad de incrementar el número de participantes a nivel mundial. Experimentar algo distinto.

Abren las puertas a una nueva propuesta experiencial y desconocida para casi todos y se acerca a las nuevas generaciones de asistentes a los eventos.

Algo nuevo y siempre hay que buscar lo novedoso para seguir sorprendiendo.

Aumentan la realidad del asistente virtual.

Complemento a la experiencia presencial y grandes posibilidades para eventos digitales.

Credibilidad.

Creo que el metaverso puede ser un complemento interesante para los eventos. Seguramente habrá una tipología de eventos que se desarrollen íntegramente en el metaverso, pero creo que una de las funciones principales de los eventos que es el networking y la interacción y el contacto con otras personas, no será ni igual de eficaz ni la misma experiencia. Personalmente, lo percibo más como un complemento para incentivar el propio evento presencial.

El evento, por definición es un acto presencial en el que intervienen los cinco sentidos tanto de emisor como de receptor. El metaverso no.

En nuestro caso, la mayoría de clientes buscan el contacto humano y las relaciones interpersonales.

Es un buen soporte, un medio, no un fin.

Es un paso hacia el futuro y plantea nuevas opciones a lo que ya tenemos hoy.

Es una manera de digitalización e innovación.

Es una manera de que el sector esté a la vanguardia, no podemos obviar la entrada de estas tecnologías tan disruptivas.

Es una nueva forma de participación e interrelación enfocada a un nuevo tipo de público (edad, gustos, etc).

Forma disruptiva de atraer la atención del target.

La clave de los eventos es la presencialidad y todo lo que ello implica.

La Realidad Virtual y Aumentada han llegado para revolucionar el mercado de manera transversal, afectando a todos los sectores y todos los puestos de trabajo, configurando lo que será el nuevo Internet.

Las posibilidades que tiene desde el punto de vista creativo son muy buenas.

Llegada a más asistentes y apariencia interesante para ciertos perfiles.

Lo veo como una "moda" que pasará como pasó Facebook o como tantos otros elementos que venían para cambiar el orden casi mundial y pasaron a ser un "entretenimiento" más.

Los eventos siempre están asociados a todo lo novedoso y tecnológico.

No me parece un escenario adecuado para todos los target. Creo que hay cierto tipo de target que prefiere las experiencias mucho más personales y cercanas. Además todavía queda mucho por desarrollar para que la experiencia sea cercana a la realidad.

Otras vías de interacción entre marca y usuario.

Por la interactividad y el diseño de los espacios 100% personalizables.

Porque aún no estamos preparados para ello, como consecuencia del Covid, el simple hecho del teletrabajo que parecía la panacea no ha cuajado. Estando de nuevo en el contacto, los equipos quieren y les gusta verse. El Metaverso, para algo muy puntual podría funcionar a día de hoy.

Porque a través de la realidad virtual se conecta a personas formando agrupaciones e interacciones entre ellos que generan dinámicas y resultados, que es el fin último de cualquier evento presencial.

Porque da una mayor flexibilidad al evento. Permite una conectividad mayor quitando las barreras físicas de la conectividad, y permite generar un contenido diferente al evento físico.

Puede ir en consonancia con eventos presenciales y multiplicar exponencialmente la difusión del evento.

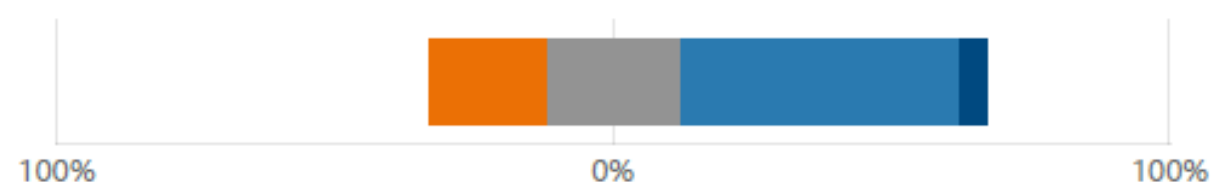
Pueden ser útiles pero los eventos virtuales hoy en día no son rentables.

Puedes abarcar mucho más público.

Eventos y metaverso resultados encuesta asociados

■ Muy negativamente
 ■ Negativamente
 ■ No nos afectará
 ■ Positivamente
 ■ Muy positivamente

Seleccione una:



¿El personal de la empresa / agencia conoce lo que es el metaverso?

■ Sí 32
■ No 6



¿El personal de la agencia tiene formación específica para la implementación de eventos en el metaverso?

■ Sí 9
■ No 29



Impacto en el negocio

Más del 50% considera que la popularización de eventos en escenarios virtuales impacta positivamente en el negocio y a medio plazo también lo hará.



Formación

El 84% del personal de empresas de eventos conoce lo que es el metaverso pero solo el 23% tiene formación para implementar eventos en este entorno. No obstante, el 42% de las agencias tiene previsto realizar formaciones al respecto.

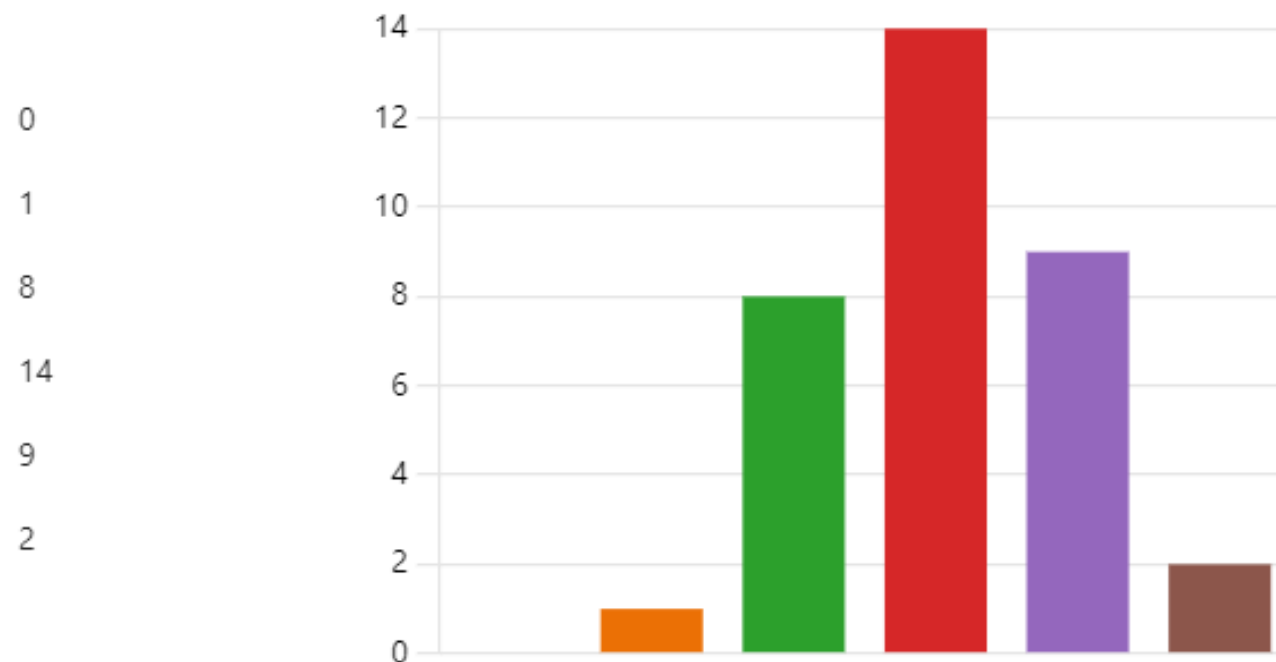


resultados de la encuesta a clientes



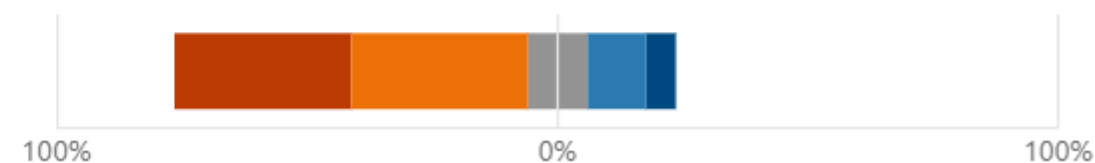
Eventos y metaverso resultados encuesta clientes

- <25
- 25-30
- 30-40
- 40-50
- 50-60
- 60>



- Semanalmente
- Mensualmente
- Trimestralmente
- Semestralmente
- Anualmente

Seleccione una



Perfiles senior

El 65% de los encuestados tienen perfiles senior directivos y mandos intermedios con más de 20 años de experiencia profesional

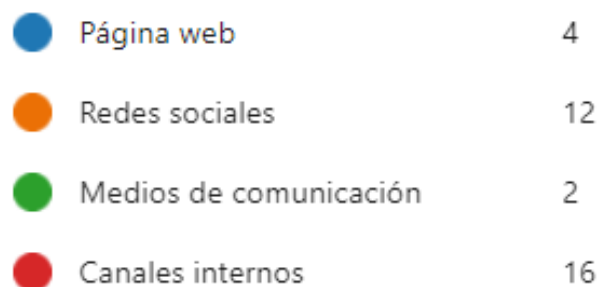
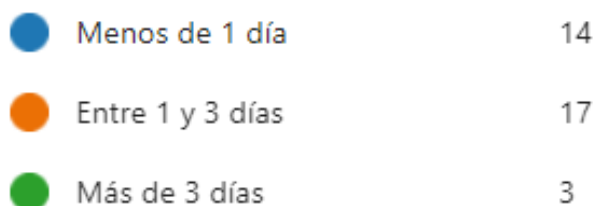


Grandes empresas

El 88% de ellos pertenecen a empresas con más de 100 empleados y que realizan eventos con mucha frecuencia (el 35% semanal y otro 35% mensual)

Eventos y metaverso

resultados encuesta clientes



Tipos de eventos

El 80% de las empresas realizan tanto eventos internos como externos y de entre 1 y 3 días de duración.



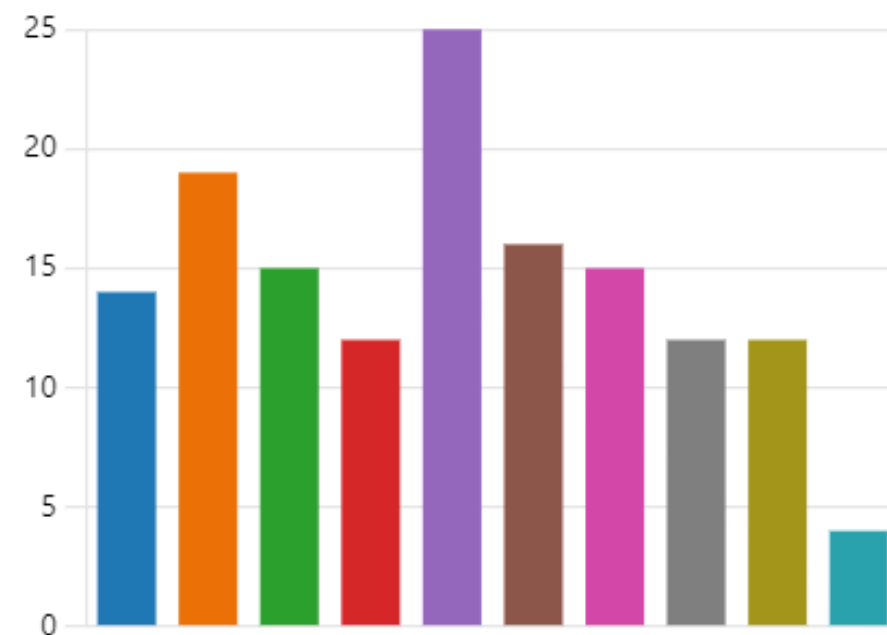
Herramientas digitales

La mitad (56%) de los eventos incluyen inscripción digital y menos de la mitad (47%) utilizan medios digitales para publicitar los eventos.

Eventos y metaverso

resultados encuesta clientes

Ruedas de prensa	14
Presentaciones de producto	19
Congresos	15
Entregas de premios	12
Convenciones (internas)	25
Activación de stands	16
Road shows	15
Viajes de incentivo	12
Seminarios	12
Otras	4



Digitales	16
Analógicos	0
Ambos	18



Variedad de eventos

Las empresas realizan muy diversos eventos pero destacan las convenciones internas y las presentaciones de producto.



Canales de comunicación

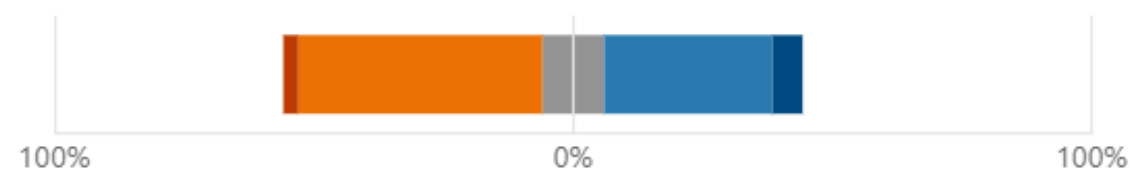
Todas las organizaciones descartan utilizar medios analógicos para comunicarse con los públicos de los eventos

Eventos y metaverso

resultados encuesta clientes

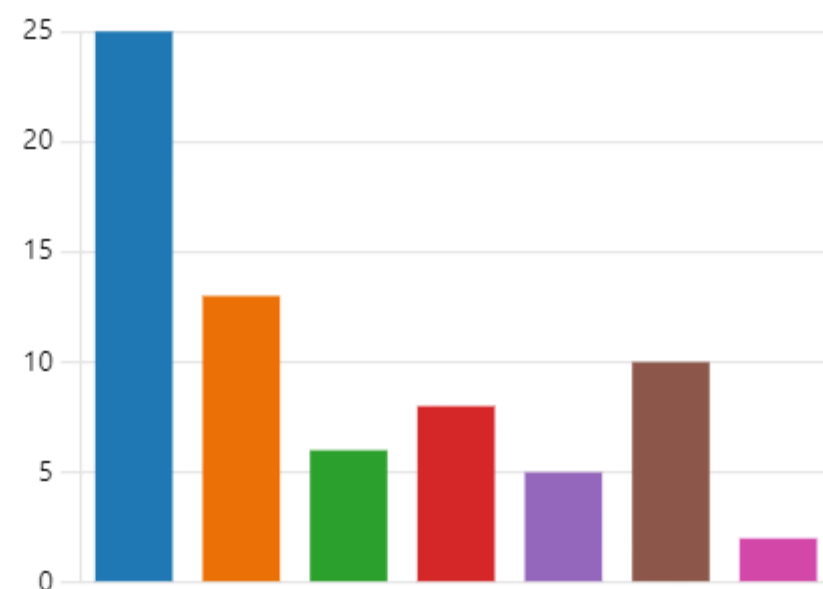
■ Nada útil ■ Poco útil ■ No es útil ■ Algo útil ■ Muy útil

Seleccione uno



- Clientes
- Empleados
- Accionistas
- Distribuidores
- Proveedores
- Instituciones
- Otras

25
13
6
8
5
10
2



Uso de IA / metaverso

El 62% considera poco o nada útil utilizar la inteligencia artificial en los eventos y/o realizar eventos en el metaverso.



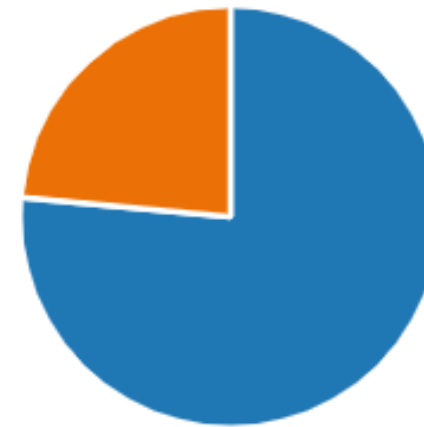
Metaverso y públicos

Las empresas creen que el público más adecuado para realizar eventos en el metaverso son los clientes, seguido de los empleados.

Eventos y metaverso

resultados encuesta clientes

● Sí 26
● No 8



Eventos en metaverso

Ninguna de las organizaciones ha realizado un evento en el metaverso.



Expectativas

El 75% de las empresas consideran que la experiencia en entornos virtuales puede ser complementaria a la presencialidad y mejorarla.



resultados de la entrevista a managers





Utilidad de la inteligencia artificial y herramientas

Los entrevistados reconocen la utilidad del uso de la IA y destacan las posibilidades que ofrece para optimizar recursos dentro de las organizaciones, mejorar la calidad y eficiencia en la organización de eventos y mejorar la experiencia del asistente. También su uso en el análisis de datos para evaluar el impacto de los eventos, el customer journey e incluso la optimización en tiempo real. Reconocen que es necesario innovar en el sector y que los clientes demandan competencia en ello. Por último señalan la IA como complemento al equipo humano en los eventos.

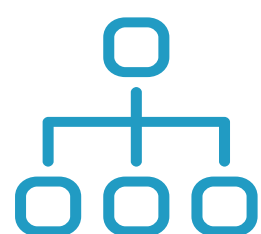


Falta de conocimiento técnico

Los entrevistados reconocen falta de formación en estas herramientas pero indican que sus empleados sí están informados y muchos han probado a utilizar herramientas como Chat-GPT, StableDiffusion o Midjourney. Además, mencionan que sería necesario dar formación a los perfiles técnicos.



Creo que **es posible mejorar la experiencia del usuario a través de la IA.** Un par de ejemplos: los **asistentes virtuales** cada vez mantienen conversaciones más relevantes y útiles con el público y la **cartelería digital inteligente** permite mostrar determinados contenidos a determinado perfil de usuario. Son dos avances que pueden mejorar la organización del evento, dando un mejor servicio y que los asistentes reciban un contenido personalizado y que les interpele, consiguiendo mayor impacto.



Tipos de organizaciones y posicionamiento

Los entrevistados creen que hay ligeras diferencias en cuanto al tamaño de las empresas del sector para que sean innovadoras y utilicen herramientas de IA al organizar eventos. Cuantos más perfiles formados, mejores ideas y ejecución. Mencionan también que las empresas grandes tienen más capacidad para organizar más eventos simultáneamente. Sobre posicionamiento, opinan que utilizar IA es una señal de innovación y liderazgo en el sector.

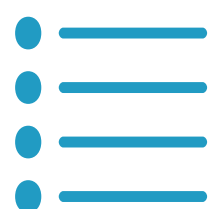


Experiencia en eventos en el metaverso

Los entrevistados tienen experiencia en la realización de proyectos en el metaverso, tanto internos como para clientes. Los aprendizajes principales de las experiencias han sido: necesidad de formación/soporte a los asistentes; potenciar el engagement con gamificación; dar continuidad a la experiencia para potenciar el recuerdo. Por otro lado, han detectado problemas para cargar simultáneamente muchos asistentes en un metaverso, así como limitaciones derivadas del software necesario. Por último, destacan la libertad del usuario para consumir el contenido y la UX como un reto.



Los eventos que más interesan son los híbridos. Es decir, **explotar las capacidades de los entornos inmersivos virtuales para acabar celebrando un evento presencial.** Un ejemplo sería crear un metaverso en Roblox para una marca de ropa donde los avatares juegan y diseñan su ropa virtual. Los asistentes que hayan participado recibirán un NFT que, a modo de carnet vip, les permitirá acceder a una “pop-up store” física y tener una gran experiencia de marca.



Protocolo en eventos virtuales/metaverso

Los entrevistados consideran que difiere el protocolo dependiendo del entorno.

Señalan que es relevante tomar en consideración cómo se van a registrar y cómo se van a mover los asistentes en el entorno virtual, así como darles indicaciones al respecto y sobre cómo interactuar con otros asistentes.

Por otro lado, destacan las opciones de privacidad como algo a tomar en consideración y de lo que es necesario informar a los asistentes.



conclusiones de la investigación



Eventos y metaverso

conclusiones más relevantes

Empresas organización eventos

- IA en eventos presenciales **SÍ** pero **no se mide su impacto** ✓
- IA en eventos virtuales **para generar experiencias inmersivas** ✓
- El metaverso es un escenario útil pero los **clientes todavía no lo demandan** ✓
- Apuestan por **eventos híbridos** y consideran que **aportan valor a la experiencia** ✓

Clientes

- ✓ **Utilizan herramientas digitales en sus eventos** (para facilitar inscripciones / promocionarlos)
- ✓ **La IA es poco útil en los eventos**
- ✓ **El metaverso no es un entorno de interés para realizar eventos**
- ✓ **La experiencia en entornos virtuales puede complementar a la presencial y mejorarla**

Eventos y metaverso futuro de la IA en los eventos



Mejora en la medición
del impacto



Eventos híbridos donde
la IA facilita experiencias
de valor



Eventos en el metaverso
a medio plazo, cuando
mejore la tecnología

muchas gracias.