

CENTRO PAULA SOUZA
ETEC de Santa Isabel
MTEC – PI (NOVOTEC) Informática para internet

Adrian Patrício da Silva
Gabriel Ribeiro de Oliveira
Guilherme Dias de Oliveira
Wilker Oliveira dos Santos
Ysabela da Silva Souza

SHOWTIME: Empatia

Santa Isabel
2023

Adrian Patrício da Silva
Gabriel Ribeiro de Oliveira
Guilherme Dias de Oliveira
Wilker Oliveira dos Santos
Ysabela da Silva Souza

SHOWTIME: Empatia

Trabalho para obtenção parcial de menção apresentado ao Curso Técnico em MTEC-PI (NOVOTEC) – Informática para internet da Etec de Santa Isabel, orientado pelo Prof. Thiago Ribeiro de Melo como requisito parcial para obtenção da menção na matéria Usabilidade e Design de Interação.

Santa Isabel

2023

SUMÁRIO

1. DESK RESEARCH	4
1.1. Mercado de Ingressos no Brasil	4
1.2. Setor de eventos	4
1.3. Plataforma de venda de ingressos.....	4
1.4. Crescimento futuro no mercado de venda de ingressos.....	4
1.5. Estratégia de venda.....	5
1.6. Ingressos VIP	5
1.7. Pré-venda exclusiva	5
1.8. Descontos para Grupos	5
1.9. Pacotes Especiais	5
1.10. Visão geral sobre o mercado da Gamificação.....	6
1.11. Gamificação em e-commerce	6
2. BENCHMARKING	7
2.1. Spotify	7
2.2. SongPop	7
2.3. Tradiio	7
2.4. Eterno.....	7
2.5. AXS	8
2.6. Eventbrite.....	9
2.7. Ticketmaster.....	10
2.8. Ticket360.....	11
2.9. StubHub.....	12
3. ENTREVISTAS.....	14
3.1. Entrevista 1	14
3.2. Entrevista 2	14
3.3. Entrevista 3	15
4. INSIGHTS	17
5. REFERÊNCIAS.....	18

1. DESK RESEARCH

Pesquisa realizada em materiais diversos já existentes, que apesar de não serem capazes de responder perguntas específicas, podem trazer informações muito importantes.

1.1. Mercado de Ingressos no Brasil

Segundo o jornal de Brasília: O Brasil definitivamente voltou para a rota das turnês de artistas internacionais, o que, junto com os shows nacionais, tem movimentado o setor. Os gastos com a compra de ingressos para apresentações e festivais cresceram 939% no 3º trimestre deste ano, na comparação com o mesmo período do ano anterior, com um aumento de 552% na quantidade de transações.

O crescimento do setor também tem reflexos no consumo nos locais onde os shows são realizados. O Rock in Rio 2022, que ocorreu em setembro no Rio de Janeiro, movimentou não apenas o mercado da música, mas o consumo como um todo na cidade. Durante os dias em que o festival foi realizado, a quantidade de transações feitas na capital fluminense cresceu 32%, na comparação com os dias do Rock in Rio 2019 (última edição realizada antes da pandemia).

1.2. Setor de eventos

Segundo dados divulgados pela Associação Brasileira dos Promotores de Eventos (Abrape): com base em números do Ministério do Trabalho e Previdência, confirmam o impacto positivo do segmento em 2022. O consumo estimado no setor de eventos chegou a R\$ 101,39 bilhões, 8% acima do ano anterior. Com o suporte do Programa Emergencial de Retomada do Setor de Eventos (Perse), em vigor desde maio de 2021, o segmento mostrou resiliência e se tornou o grande vetor da economia nacional no cenário pós-crise.

1.3. Plataforma de venda de ingressos

As plataformas de venda de ingressos para shows musicais revolucionaram a forma como os ingressos são adquiridos e comercializados, trazendo vantagens tanto para os consumidores quanto para os organizadores de eventos.

1.4. Crescimento futuro no mercado de venda de ingressos

De acordo com a Mordor Intelligence: O mercado de ingressos para eventos on-line (doravante referido como o mercado estudado) foi avaliado em US \$ 28,49 bilhões em 2021 e deve atingir US \$ 94,92 bilhões até 2027, registrando um CAGR

de 7,52% durante o período de 2022-2027 (doravante, referido como o período de previsão).

1.5. Estratégia de venda

As estratégias de vendas de ingressos são métodos utilizados por empresas e organizadores de eventos para maximizar a venda de ingressos, atrair diferentes tipos de público e aumentar a receita. Aqui estão algumas estratégias comuns:

1.6. Ingressos VIP

Oferecer ingressos VIP é uma estratégia que busca atrair um público disposto a pagar mais por uma experiência premium. Isso pode incluir acesso a áreas exclusivas, encontros com artistas, brindes especiais, assentos privilegiados e outros benefícios que proporcionam uma experiência única. Essa estratégia é eficaz para eventos de grande porte e artistas renomados.

1.7. Pré-venda exclusiva

A pré-venda exclusiva envolve a oferta de ingressos a um grupo seleto de pessoas antes da venda geral. Isso pode ser feito para membros de clubes de fãs, assinantes de newsletters, seguidores em redes sociais ou titulares de cartões de crédito específicos. Essa estratégia cria um senso de exclusividade e antecipação, incentivando as pessoas a comprarem os ingressos antes que se esgotem.

1.8. Descontos para Grupos

Oferecer descontos para grupos é uma maneira de atrair pessoas que desejam comparecer a um evento juntas. Isso é especialmente eficaz para shows, peças teatrais e eventos esportivos. Ao comprar ingressos em grupo, os participantes podem economizar dinheiro, o que incentiva a compra de mais ingressos de uma só vez.

1.9. Pacotes Especiais

Oferecer pacotes especiais combina ingressos com outros produtos ou serviços relacionados. Por exemplo, um pacote pode incluir ingressos para um show, juntamente com uma refeição em um restaurante próximo. Isso cria uma experiência completa para os participantes e pode ser uma forma eficaz de atrair um público mais diversificado.

1.10. Visão geral sobre o mercado da Gamificação

O mercado global de gamificação, avaliado em US\$ 10,19 milhões em 2020, projeta atingir US\$ 38,42 milhões até 2026, com um crescimento anual composto de 25,10% durante 2021 a 2026. O aumento no número de smartphones e dispositivos móveis impulsionou esse crescimento, fornecendo uma base sólida. Além disso, os sistemas de gamificação estão sendo reconhecidos pelo seu papel em influenciar o comportamento humano para estimular inovação, produtividade e engajamento. Seu uso não se limita mais ao marketing, expandindo para áreas como crowdsourcing e outras aplicações avançadas.

1.11. Gamificação em e-commerce

Uma pesquisa de 2015 da Gartner mostrou que empresas que adotam a gamificação experimentam um crescimento de receita 250% maior em comparação com concorrentes que não usam essa estratégia. A gamificação, quando implementada adequadamente, melhora os processos operacionais e aumenta o envolvimento dos colaboradores com os objetivos da empresa. Isso não implica em criar algo novo, mas sim em aprimorar os processos existentes para melhorar o desempenho dos colaboradores.

2. BENCHMARKING

Plataformas relacionadas a música que implementam estratégias de gamificação:

2.1. Spotify

O Spotify utiliza gamificação para envolver os usuários, criando playlists personalizadas com base em suas preferências musicais e sugerindo novas músicas com base no que já ouviram. Isso gera satisfação ao descobrirem músicas novas. Além disso, a plataforma apresenta desafios sazonais, como listas de reprodução temáticas, e recompensas visuais, como distintivos, por completarem ações específicas, como ouvir certo número de músicas em um período de tempo. Isso promove o engajamento dos usuários.

2.2. SongPop

O SongPop é um jogo musical online onde os jogadores competem para adivinhar músicas ou artistas com base em clipes de áudio curtos. O jogo abrange várias categorias musicais e promove a competição, pontuação e gamificação. Jogadores desafiam amigos ou aleatórios, acumulam pontos e buscam aumentar seu ranking, sendo incentivados a melhorar através de respostas rápidas e precisas.

2.3. Tradiio

O Tradiio é uma plataforma que permite aos usuários descobrir músicas independentes e investir virtualmente em artistas emergentes. Os usuários recebem moedas virtuais para apoiar artistas, e se esses artistas ganham popularidade, os usuários recebem mais moedas como recompensa. Essa abordagem combina descoberta de música com elementos de investimento e gamificação, dando aos usuários a sensação de contribuir para a carreira de artistas e obtendo satisfação à medida que suas escolhas se mostram bem-sucedidas.

2.4. Eterno

O aplicativo Eterno combina streaming de música com jogos, permitindo que os usuários adivinhem músicas enquanto as ouvem em tempo real. Pontos são conquistados com base na precisão e rapidez das respostas, podendo ser utilizados para desbloquear recursos adicionais. Essa combinação de música e jogos proporciona uma experiência interativa e motivadora, incentivando os jogadores a aprimorarem suas habilidades musicais e competirem por pontuações mais altas com amigos.

Plataformas relacionadas a venda de ingressos online:

2.5. AXS

A AXS é outra plataforma de venda de ingressos que oferece uma experiência integrada para os compradores. Ela permite que os fãs comprem ingressos, escolham assentos e até mesmo reservem lugares em locais específicos. A AXS também oferece recursos como ingressos móveis e a capacidade de adicionar ingressos a carteiras digitais.

Vantagens e desvantagens da plataforma de venda de ingressos online AXS:

Vantagens da AXS

- **Integração com locais:** A AXS muitas vezes tem parcerias com locais de eventos, permitindo uma experiência de compra de ingressos mais integrada e informações detalhadas sobre os assentos disponíveis.
- **Seleção de assentos:** A plataforma permite que os compradores escolham assentos específicos, o que proporciona uma experiência personalizada e maior controle sobre a experiência do evento.
- **Ingressos móveis:** A AXS oferece opções de ingressos móveis, o que significa que os compradores podem ter seus ingressos em seus dispositivos móveis, tornando o processo mais conveniente e ecológico.
- **Reservas de lugares:** Em alguns locais, a AXS oferece a capacidade de reservar assentos para eventos futuros, permitindo que os fãs garantam seus lugares antes que os ingressos estejam à venda.

Desvantagens da AXS

- **Taxas:** Assim como outras plataformas, a AXS também cobra taxas de serviço, o que pode aumentar o custo total do ingresso para os compradores.
- **Disponibilidade limitada:** A disponibilidade de ingressos na AXS pode depender das parcerias que a plataforma possui com locais específicos. Isso pode limitar a variedade de eventos disponíveis.
- **Experiência variada:** A experiência do usuário na plataforma pode variar dependendo do local e das parcerias. Alguns usuários podem encontrar a interface mais intuitiva do que outros.

- **Preços de revenda:** Em alguns casos, os ingressos listados na AXS podem estar disponíveis por preços mais altos do que o preço de face original, devido à revenda.

2.6. Eventbrite

A Eventbrite é uma plataforma versátil que permite que organizadores de eventos criem páginas personalizadas para seus eventos e vendam ingressos online. Ela é frequentemente usada para eventos menores, como workshops, seminários e festas. A Eventbrite oferece ferramentas de promoção, gerenciamento de participantes e integração de pagamento, tornando mais fácil para os organizadores planejarem e executarem eventos de sucesso.

Vantagens e desvantagens da plataforma de venda de ingressos online Eventbrite:

Vantagens do Eventbrite

- **Acessível para eventos pequenos:** É uma excelente opção para eventos de menor porte, como workshops, conferências e eventos culturais, onde os organizadores podem criar páginas personalizadas e gerenciar as vendas de ingressos.
- **Personalização:** Os organizadores podem personalizar páginas de eventos com informações detalhadas, imagens e opções de ingressos, criando uma experiência única para os participantes.
- **Ferramentas de promoção:** O Eventbrite oferece ferramentas para promover eventos, como a capacidade de compartilhar nas redes sociais e integrar widgets de inscrição em sites.
- **Gerenciamento de participantes:** Os organizadores podem controlar o número de participantes, enviar lembretes por e-mail e coletar informações dos inscritos.

Desvantagens do Eventbrite

- **Taxas:** Embora ofereça um plano gratuito, o Eventbrite cobra taxas por transação e taxas de processamento de pagamentos, o que pode aumentar o custo para os organizadores e/ou participantes.

- **Limitado para grandes eventos:** Para eventos maiores, que requerem gestão complexa de ingressos, assentos e logística, o Eventbrite pode não ser tão adequado quanto outras plataformas especializadas.
- **Não focado em revenda:** Ao contrário de algumas outras plataformas, o Eventbrite não é voltado para a revenda de ingressos, o que pode limitar suas opções para eventos esgotados.
- **Visibilidade limitada:** Em comparação com plataformas mais amplas, eventos no Eventbrite podem ter menor visibilidade, o que pode exigir um esforço extra de marketing por parte dos organizadores.
- **Customização limitada em planos gratuitos:** Embora ofereça personalização, os recursos mais avançados geralmente estão disponíveis em planos pagos.

2.7. Ticketmaster

A Ticketmaster é uma das maiores e mais reconhecidas plataformas de venda de ingressos. Ela oferece ingressos para uma ampla variedade de eventos, incluindo shows, esportes, teatro e muito mais. A Ticketmaster é conhecida por sua ampla rede de distribuição e parcerias com locais de eventos, permitindo que os compradores encontrem ingressos para eventos populares e obtenham informações detalhadas sobre assentos disponíveis.

Vantagens e desvantagens da plataforma de venda de ingressos online Ticketmaster:

2.8. Vantagens da Ticketmaster

- **Variedade de eventos:** A Ticketmaster oferece ingressos para uma ampla gama de eventos, desde shows e esportes até teatro e eventos ao vivo, proporcionando aos compradores uma ampla seleção.
- **Ampla rede de locais:** A Ticketmaster tem parcerias com muitos locais de eventos em todo o mundo, o que aumenta a disponibilidade de ingressos para diferentes eventos e locais.
- **Escolha de assentos:** A plataforma permite que os compradores escolham assentos específicos de acordo com a disponibilidade, oferecendo uma experiência personalizada.

- **Informações detalhadas:** Os compradores podem obter informações detalhadas sobre os eventos, incluindo mapas de assentos, informações do local e horários.
- **Compras online e móveis:** A Ticketmaster oferece a conveniência de comprar ingressos online ou através de dispositivos móveis, permitindo que os compradores adquiram ingressos a qualquer momento e de qualquer lugar.

Desvantagens da Ticketmaster

- **Taxas de serviço:** A Ticketmaster é frequentemente criticada por suas taxas de serviço, que podem aumentar consideravelmente o preço final dos ingressos.
- **Escalpelamento de ingressos:** Eventos populares muitas vezes enfrentam problemas de escalpelamento, onde ingressos são comprados em grande quantidade para revenda a preços mais altos.
- **Revenda por terceiros:** A Ticketmaster permite a revenda de ingressos, mas isso também pode levar a preços inflacionados em sua plataforma de revenda oficial.
- **Processo de compra complexo:** Algumas pessoas acham o processo de compra de ingressos na Ticketmaster complexo ou confuso, especialmente durante vendas concorridas.
- **Atendimento ao cliente:** Algumas críticas foram feitas sobre o atendimento ao cliente da Ticketmaster em relação a problemas de compra, reembolsos e outras questões.

2.8. Ticket360

A Ticket360 é uma plataforma brasileira de venda de ingressos online, conhecida por atender a diversos tipos de eventos no Brasil. A plataforma é especialmente popular para shows, festas, baladas e eventos culturais locais.

Vantagens e desvantagens da plataforma de venda de ingressos online Ticket360:

Vantagens da Ticket360

- **Eventos Diversificados:** A Ticket360 abrange uma variedade de eventos, incluindo shows, festas, baladas e eventos esportivos, proporcionando opções para diferentes interesses.

- **Foco no Mercado Brasileiro:** A plataforma é direcionada ao público brasileiro, o que pode resultar em uma experiência mais ajustada às preferências e necessidades locais.
- **Informações em Português:** As informações sobre eventos, ingressos e detalhes do local são fornecidas em português, tornando a plataforma mais acessível para os compradores locais.
- **Compra Online Conveniente:** A Ticket360 oferece a conveniência de comprar ingressos online, permitindo que os interessados adquiram ingressos a qualquer momento.

Desvantagens da Ticket360

- **Variedade Limitada de Eventos:** Em comparação com plataformas maiores, a Ticket360 pode ter uma variedade mais limitada de eventos, especialmente em relação a eventos internacionais ou de grande porte.
- **Taxas de Serviço:** Assim como outras plataformas, a Ticket360 também cobra taxas de serviço, que podem aumentar o custo final dos ingressos.
- **Atendimento ao Cliente:** Algumas críticas foram feitas em relação ao atendimento ao cliente da Ticket360, especialmente em situações de problemas com ingressos ou compras.
- **Visibilidade Limitada:** A plataforma pode ter visibilidade limitada para eventos de grande alcance, o que pode exigir um esforço extra de marketing por parte dos organizadores.
- **Recursos Limitados para Grandes Eventos:** Para eventos de grande escala que requerem gerenciamento complexo de ingressos e logística, a Ticket360 pode não ser tão adequada quanto plataformas mais especializadas.

2.9. StubHub

A StubHub é conhecida por ser uma plataforma de revenda de ingressos, onde os compradores podem encontrar ingressos para eventos esgotados ou populares. Ela conecta vendedores individuais aos compradores, permitindo que as pessoas comprem e vendam ingressos de maneira segura. A StubHub é frequentemente usada para eventos esportivos, shows e outras apresentações ao vivo.

Vantagens e desvantagens da plataforma de venda de ingressos online StubHub:

Vantagens do StubHub

- **Acesso a Ingressos Esgotados ou Difíceis de Encontrar:** O StubHub é conhecido por oferecer ingressos para eventos esgotados, populares ou difíceis de encontrar em outros lugares.
- **Variedade de Eventos:** A plataforma abrange uma ampla variedade de eventos, desde shows e eventos esportivos até espetáculos teatrais e outros entretenimentos ao vivo.
- **Escolha de Assentos:** Os compradores podem escolher assentos específicos com base na disponibilidade, o que proporciona uma experiência personalizada.
- **Flexibilidade de Preços:** O StubHub permite que vendedores definam seus próprios preços de revenda, o que pode levar a oportunidades de encontrar ingressos a preços mais acessíveis.
- **Opções de Venda para Indivíduos:** Além da compra, o StubHub oferece a oportunidade para indivíduos revenderem seus próprios ingressos de forma segura.

Desvantagens do StubHub

- **Preços Inflacionados:** Os preços dos ingressos no StubHub muitas vezes são mais altos do que o preço original de face, devido à natureza da revenda.
- **Taxas:** O StubHub cobra taxas tanto dos compradores quanto dos vendedores, o que pode aumentar consideravelmente o custo final do ingresso.
- **Risco de Falsificação:** Como uma plataforma de revenda, há um risco potencial de ingressos falsificados. É importante comprar de vendedores confiáveis e verificar a autenticidade.
- **Concorrência por Ingressos:** Eventos populares podem atrair muitos compradores, o que pode levar a uma competição acirrada pelos ingressos disponíveis.
- **Dependência de Vendedores Individuais:** A qualidade da experiência pode depender da honestidade e confiabilidade dos vendedores individuais.
- **Disponibilidade Variável:** A disponibilidade de ingressos no StubHub pode ser limitada para alguns eventos ou locais específicos.

3. ENTREVISTAS

Nome:

Idade:

1. Com qual frequência você escuta música?
2. Você tem vontade de saber mais sobre shows de música?
3. Quais são os cantores que você mais gosta?
4. Você já teve alguma experiência com algum tipo de show?
5. Quais são as suas experiências musicais e estilos favoritos?
6. Qual sua experiência com compras de ingressos online?
7. O que você acha de uma plataforma onde, além de conhecer mais sobre o seu cantor ou banda favorita, você poderá ganhar cupons de descontos para comprar ingressos em diversas casas de shows, através de jogos e desafios que deixam a plataforma intuitiva e divertida?

3.1. Entrevista 1

Nome: Júlia.

Idade: 20 anos.

1. Eu escuto música praticamente todos os dias, é como eu esvazio a mente.
2. Com certeza! Shows são demais, adoraria saber mais sobre eles.
3. Ah, curto muito o Travis Scott, mas também sou fã do Arctic Monkeys.
4. Já fui em alguns shows de rock, é sempre uma energia incrível!
5. Rock e rap são meus estilos favorito, mas gosto também de indie.
6. Compro ingressos online normalmente, é bem mais prático
7. Uma ótima ideia! Unir música, jogos e ingressos é a ideia perfeita.

3.2. Entrevista 2

Nome: Edson.

Idade: 37 anos .

1. Música é parte da minha rotina, sempre estou ouvindo algo, principalmente sertanejo, pagode e samba.
2. Adoro saber mais sobre os shows desses gêneros então teria vontade sim.
3. Sou fã do Jorge & Mateus e do Zeca Pagodinho, eles cantam muito bem.
4. Já tive várias experiências em shows desses estilos, sempre animados.
5. Minhas preferências são sertanejas, pagode e samba, a batida é ótima.
6. Já comprei ingressos online algumas vezes, é mais prático quando tem algum show legal.
7. A ideia da plataforma é interessante, misturar música, jogos e ingressos parece divertido!

3.3. Entrevista 3

Nome: Benedita.

Idade: 41 anos.

1. Todos os dias.
2. Sim, tenho interesse.
3. Eu gosto de MPB, pop e rock nacional, e também de bandas mais antigas.
4. Eu vou bastante a shows! Gosto bastante de shows e artistas nacionais, principalmente a interação com o artista e com o público. Teve alguns shows que eu fui e que eu não gostei muito; a música é boa, mas é a mesma coisa de você colocar a música pra rolar no Spotify. A interação com os artistas e com o público é melhor e mais interessante.
5. Eu escuto de tudo um pouco, não gosto muito de ouvir funk porque não é da minha área. Eu não entendo, pra mim as batidas são um pouco aceleradas demais, e eu gosto de música um pouco mais tranquilinha.

Quando você vai pra shows, você compra ingressos onde?

Eu compro online.

Mas tem um site específico pra você comprar ingressos?

Depende muito do show, porque as casas de shows normalmente oferecem as parcerias. O Ticket 360 por exemplo, vende ingressos de shows pra alguns artistas, e tem outras plataformas pra casas de shows diferentes. Então mesmo que eu vá por exemplo num show, um dos últimos que eu fui foi o dos Titãs, eu tenho uma plataforma específica pra comprar o ingresso daquele show, eu não consigo comprar em outros lugares, eles já fazem esse direcionamento.

Mas o que você vai ver quando você vai comprar esses ingressos, o que você vê de útil no site ou no aplicativo?

Pra mim, o contexto de facilidade. Eu tenho acesso a aquele ingresso a qualquer momento sem precisar fazer a impressão ou andar com o ingresso, não correr o risco de eu chegar na porta e ter esquecido em casa.

Ah, então é tudo digital então?

Tudo digital.

7. A ideia é boa, só tem que ter um bom diferencial! Porque no meu caso, eu normalmente entro, compro o ingresso e saio; eu não volto mais, só acesso porque há indicações. Mas plataformas como a Ticket 360, eles sugerem a instalação do aplicativo para eu poder acessar o ingresso com maior facilidade. Uma vez que eu instalei o aplicativo, eles me mandam de tempos em tempos uns lembretes para shows relacionados àquela categoria que eu costumo procurar. Então assim, eu fui num show do Humberto Gessinger, ele já me indicou um show do Capital Inicial, e na sequência um show do Paralamas, e por aí vai, nessas vertentes. Então eles vão tanto para o contexto de indicar a compra de ingresso de artistas do mesmo ramo ou então para ingresso que vão acontecer naquela casa de shows que eu fui. Então eu comprei um par de ingressos para o Ha Ha House, um show de comédia que teve lá. Ele me indica um show de rock que vai ter depois, que não tem nada a ver com a comédia, mas só porque é no Ha Ha House. Então eu volto às vezes no aplicativo, mas é por conta desse contexto que ele me manda um lembrete. Não que eu lembre de abrir o app

4. INSIGHTS

- Enviar lembretes personalizados para os usuários;
- Títulos (para usuários) que vão mudando conforme a compra de ingressos;
- Desafios e missões;
- Sorteios e brindes;
- Integração com redes sociais;
- Criar uma seção de recomendações personalizadas com base no histórico de preferências musicais dos clientes, sugerindo shows que possam gostar;
- Missão diária. Exemplo: mande para 10 amigos e ganhe pontos para trocar por um cupom;
- Entrar em trends, engajar com influencers, fazer memes, etc;
- Oferecer pacotes especiais para grupos de amigos, incentivando a compra de ingressos em conjunto e proporcionando experiências mais sociais.

REFERÊNCIAS

<https://oniria.com.br/gamificacao-utilizada-por-40-porcento-das-empresas-da-fortune-1000-para-atingir-melhores->

<resultados/#:~:text=A%20GAMIFICA%C3%87%C3%83O%20N%C3%83O%20%C3%89%20ALGO,desempenhem%20melhor%20o%20seu%20papel.>

<https://www.mundodomarketing.com.br/61-dos-brasileiros-compram-mais-pela-internet-do-que-em-lojas-fisicas/#:~:text=Mesmo%20com%20a,no%20com%C3%A9rcio%20digital.>

<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/169644>

<https://www.qconcursos.com/questoes-de-concursos/questoes/84b4d7a0-05>

<https://www.bitrix24.com.br/amp/articles/7-dicas-e-tecnicas-de-estrategia-de-gamificacao-para-empresas.html>

https://edisiplinas.usp.br/pluginfile.php/4455428/mod_resource/content/1/Gamification.pdf

<https://jornaldebrasil.com.br/blogs-e-colunas/analice-nicola/retomada-de-shows-movimenta-mercado-e-gastos-com-ingressos-crescem-939/>

https://www.mercadoeventos.com.br/_destaque_/slideshow/consumo-estimado-no-setor-de-eventos-ultrapassa-os-r-100-bilhoes-em-2022/

<https://www.mordorintelligence.com/pt/industry-reports/global-online-event-ticketing-market-industry>