

Início ▾ NEGÓCIOS ▾ Mercado ▾ Eventos associativos ganham força e veem cenário otimista para 2025

Mercado

Eventos associativos ganham força e veem cenário otimista para 2025

17/12/2024 Por Lucas Barbosa



Na manhã de hoje (17), a Unedestinos apresentou, durante coletiva de imprensa, a segunda edição da pesquisa *O Mercado de Eventos Associativos no Brasil*. O evento contou com as participações de **Toni Sando**, presidente da entidade; Cíntia Hayashi, coordenadora de Captação de Eventos Internacionais da Embratur (Agência Brasileira de Promoção Internacional de Turismo); e Rodrigo Cordeiro, CEO da Plataforma Eventos Associativos e coordenador do levantamento.

“Esta pesquisa é fundamental para obtermos informações e estatísticas sobre os eventos, direcionando os *convention bureaus* e demais entidades que atuam no segmento para tomadas de decisão mais assertivas, além de trazer maior visibilidade para o nosso país enquanto destino relevante”, afirmou Cíntia.

O levantamento, que analisou dados de 2023, mapeia tendências, desafios e oportunidades do mercado de eventos associativos no Brasil. “Havia muitas dúvidas sobre a recuperação do setor nos últimos anos. Passados 2021 e 2022, as pessoas voltaram a buscar as entidades que representam seus segmentos. O setor está otimista, esperando crescimento e prosperidade nos próximos anos”, destacou Cordeiro.

LEIA TAMBÉM



Prepare-se, vem mais imposto por aí



Retrospectiva 2024: um gigante vende ativos no Brasil



Holiday Inn Parque Anhembi anuncia iniciativa para refugiados e imigrantes

Segundo o executivo, a maioria das entidades realiza, em média, 20 eventos por ano, com cerca de 1,7 mil associados por organização. “O número médio de participantes por evento é de 1,3 mil, enquanto o de expositores chega a 202”, complementou Cordeiro. A pesquisa também apontou que outubro, juntamente com maio e novembro, é o período em que as entidades mais realizam eventos.

“Cerca de 10% das entidades afirmaram que realizam mais de 100 eventos anualmente, enquanto as que organizam até 10 eventos representam 67%. No caso do primeiro grupo, percebemos que são organizações focadas em captar eventos internacionais para engajar suas comunidades”, analisou Cordeiro. Ele destacou ainda que os patrocínios são, atualmente, a principal fonte de receita dos eventos.

Outros dados

Durante a apresentação, Cordeiro ressaltou que 90% das associações estão presentes nas mídias sociais, com o Instagram sendo a mais utilizada para divulgação. Entre as principais plataformas de comunicação digital utilizadas nos eventos, o YouTube é a mais relevante para a transmissão de conteúdos, com 43%.

Já o WhatsApp é a principal ferramenta de interação com os associados, sendo usada por 69% das entidades. Além disso, 68% das organizações não trabalham a comunicação de seu principal evento entre as edições.

“Outro *insight* importante: os dados mostram que 43% dos destinos são escolhidos com base na disponibilidade de espaço e rede hoteleira compatível”, explicou Cordeiro. Esse dado surge como uma informação importante para o setor hoteleiro, que pode captar essa demanda por meio da criação de novos atrativos, mudanças na precificação, entre outros ajustes.

Entre as cidades brasileiras mais mencionadas como sede dos próximos grandes eventos estão São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília e Campinas (SP). “O cenário é muito positivo para o próximo ano, com grande demanda por espaços de convenções em hotéis. O objetivo deste estudo é fornecer uma análise clara de como captar essa movimentação”, completou Cordeiro.

“Muitos eventos precisarão de grandes centros de convenções, e os hotéis têm capacidade para atender a essa demanda. Nosso trabalho tem sido integrar os *convention bureaus* e empreendimentos hoteleiros de forma mais profissionalizada, com especialistas negociando diretamente com as propriedades. É um trabalho conjunto, que envolve todo o trade. De modo geral, estamos bastante otimistas”, finalizou Sando.

(* *Crédito da foto: Divulgação*)