



## Unedestinos revela Estudo realizado com mais de 500 associações mostra que setor está otimista e com resultados crescentes



Qual é o panorama para os eventos associativos no Brasil?

A Unedestinos, junto à Nesty Digital, Plataforma de Eventos Associativos e o Grupo Conecta Eventos, com o apoio da Embratur, apresentou hoje a 2ª edição da Pesquisa “O Mercado de Eventos Associativos no Brasil”. Realizado com mais de 500 associações, o levantamento mostra que o setor está otimista e com números crescentes, tendência que deve se manter nos próximos anos.

“Grande parte da ciência do Brasil acontece nos eventos associativos. É neles que o networking é realizado, onde a pesquisa é apresentada. Este estudo foi fundamental para compreender a evolução do mercado no período pós-pandemia, oferecendo insights importantes para o fortalecimento do setor”, destaca o CEO da Nesty Digital e da Plataforma de Eventos Associativos, Rodrigo Cordeiro. Ele também passa a assumir a função de consultor técnico da Unedestinos.

“Este é um mercado que interessa a muita gente, não só aos CVBs, mas também aos organizadores de eventos e outros profissionais do setor”, comenta o presidente da Unedestinos, **Toni Sando**.

A coordenadora de Captação de Eventos Internacionais da Embratur, Cintia Hayashi, também destaca a importância do estudo. “Hoje a Embratur foca na captação de eventos internacionais promovidos por associações profissionais, que são o tema dessa pesquisa. Elas geram um impacto econômico no Turismo e também em diversos outros setores. Nosso objetivo é fortalecer, por meio de promoção assertiva, nossos destinos, mostrando que eles têm infraestrutura, experiência em eventos, diversidade e cultura”.

“Vale destacar que, em 2023, Brasil ocupou o primeiro lugar no ranking de países que mais realizaram congressos na América Latina, de acordo com a Associação Internacional de Congressos e Convenções (Icca). Também foi o único país latino-americano no top 20 e, com todo esse trabalho de dados da pesquisa, queremos manter o País no topo. Para a Embratur, esses dados permitem direcionar esforços para consolidar o Brasil como destino para captação de eventos e trazer mais visibilidade para o Brasil”, destaca Cintia.

### Confira, abaixo, as principais tendências apresentadas pelo estudo:

Principal fonte de receita das associações

Mensalidade/Anuidade, seguida pelo resultado de congressos e feiras.

De acordo com o estudo, a diferença é pequena. Individualmente, foi o resultado de congressos e feiras que teve o maior número de menções, mas quando somamos os três mais relevantes, a principal fonte fica com mensalidade/anuidade;

Além disso, 90% dos associados afirmam que continuarão cobrando mensalidade /anuidade nos próximos cinco anos.

Mês em que as entidades realizam mais eventos

Outubro é o mês que as entidades mais realizam eventos;

Os maiores eventos são realizados em maio, outubro e novembro;

Os demais eventos acontecem em outubro, agosto e setembro;

Associações não realizam eventos nos meses de janeiro, dezembro e fevereiro.

Cidades brasileiras mais mencionadas para sediar grandes eventos

As cidades brasileiras mais mencionadas como sede dos próximos grandes eventos das entidades são:

São Paulo;

Rio de Janeiro;

Brasília;

Campinas.

“Vemos um cenário positivo em São Paulo, considerando que os espaços de eventos e centros convenções de hotéis já têm a agenda intensa para o ano que vem. Muito espaços, aliás, não têm mais agenda para receber feiras. Fazendo uma leitura clara de quais são as tendências para esses eventos e os tipos de profissionais que estão demandando a realização deles, não só em São Paulo, como no Brasil todo, podemos ter uma compreensão melhor. Os hotéis ligados à Unedestinos têm relevância nesse trabalho e muitos desses eventos não precisam de grandes centros de convenções. Os hotéis conseguem atender a essa demanda”, complementa **Toni Sando**.

Apenas 17% das entidades realizaram eventos fora do Brasil nos últimos cinco anos e os destinos mais citados foram:

Miami;

Buenos Aires;

Paris;

Toronto

Orçamento médio das associações

O orçamento médio das associações é de R\$ 2.918.981;

O orçamento médio dos eventos é de R\$ 2.830.000;

Em média, são realizados 20 eventos por ano;

O número médio de participantes no maior evento é de 1.850 pessoas;

A média de visitantes nos eventos é de 1.315 pessoas, enquanto a média de expositores é de 202 (em evento de até 100 estandes, a média é de 53 expositores)

O estudo também mostra que, pela primeira vez, 10% das associações e entidades realizam mais de 100 eventos;

67% das entidades, por sua vez, realizam até dez eventos por ano.

Destinos dos eventos

O levantamento mostra que a maior parte das captações continuam sendo presenciais;

43% dos destinos são escolhidos mediante a disponibilidade de espaço e rede hoteleira compatível;

Além disso, 51% dos destinos são escolhidos pela diretoria nacional das associações.

“Aqui temos um quadro interessante: apesar de as captações serem presenciais e da oportunidade de os destinos se apresentarem, 51% dos eventos estão sendo escolhidos pela diretoria nacional. Durante muito tempo, as entidades decidiam isso em assembleias, em um momento de calor, e depois, quando visitavam o destino, descobriam que não havia estrutura nele. Isso fez com que a decisão passasse a ser tomada pela diretoria nacional, dando mais objetividade ao processo”, destaca Rodrigo Cordeiro.

53% das entidades afirmam que seus eventos são itinerantes e, dentre elas, 12% pretendem mudar para sede fixa. “É fundamental que se mantenha a itinerância dos eventos, evitando a sua concentração em um único destino. Eventos itinerantes promovem o Turismo e levam conhecimento a diversas partes do Brasil”, comenta Cordeiro.

### Entidades não trabalham a comunicação do evento entre as edições

A pesquisa revela ainda que 68% das entidades não trabalham a comunicação do evento entre as edições, o que, de acordo com Rodrigo Cordeiro, é um item que merece atenção.

“É preciso trabalhar o tempo entre o fim de um evento e a sua próxima edição. As entidades que não fazem isso estão agindo como se tivessem desligado um disjuntor e depois de um tempo quisessem religá-lo. Neste gap há uma oportunidade de ganho que está sendo pouco aproveitada”.

Ainda segundo o estudo, 87% das entidades afirmam que não rentabilizam por meio da tecnologias.

### Mídias sociais mais utilizadas na comunicação digital

90% das associações estão presentes nas mídias sociais, sendo as principais:

Facebook (73%);

Instagram (90%);

LinkedIn (70%)

Fonte: **Panrotas**