



E-BOOK

O Mercado de Eventos Associativos no Brasil



2ª EDIÇÃO | DEZEMBRO, 2024

>>> APRESENTAÇÃO

O mercado de eventos associativos no Brasil carrega em sua essência a força de um setor movido por causas e conhecimento. É dentro das associações e sociedades que a Ciência se desenvolve: fomentam a pesquisa, promovem o intercâmbio de saberes, publicam descobertas e reúnem os principais especialistas de suas áreas em eventos técnicos, científicos e mercadológicos.

Em 2019 coletamos os dados e em maio de 2020 lançamos a primeira edição da pesquisa O Mercado de Eventos Associativos no Brasil, que apresentou o retrato detalhado do setor em um momento da nossa história: os anos que antecederam a pandemia da COVID-19. Aquelas informações foram fundamentais para compreendermos como as associações se estruturavam e se comportavam antes do impacto sem precedentes que transformou o mundo.

No segundo semestre de 2024, lançamos a coleta de dados sobre os eventos realizados em 2023, apresentamos nesse E-Book os resultados já interpretados e quando possível correlacionados com a primeira edição.

A relevância dessa publicação está no ineditismo e acima de tudo na apresentação das mudanças, adaptações e inovações que surgiram no setor, trazendo panorama atualizado e necessário para todos que atuam nesse mercado.

Os dados aqui apresentados revelam o impacto das transformações recentes, oferecem subsídios valiosos para análises estratégicas e planejamento por meio de dados. Mais do que o diagnóstico, esta edição se propõe a ser uma ferramenta de entendimento do presente e projeção para o futuro, que serão estudados quinzenalmente na Plataforma Eventos Associativos.

A interpretação das informações pode ser ajustada aos seus interesses, seja você atuante dentro de associações, sociedades e sindicatos, em empresas organizadoras de eventos, enquanto patrocinador, expositor, fornecedor de produtos e serviços, captador de eventos, ou ainda como representante de governos, ONGs e agências.

Estamos construindo, com cada nova edição, base e série histórica de informações sólidas e consistentes, essenciais para o fortalecimento e a valorização do setor associativo no Brasil.

Que este material inspire reflexões, ações estratégicas e colaborações que impulsionem ainda mais esse mercado tão apaixonante.



OS AUTORES

Os nossos mais sinceros agradecimentos à UNEDESTINOS, à EMBRATUR e a 32 Visitors & Conventions Bureaus do Brasil (Atibaia, Balneário Camboriú, Bento Gonçalves, Bonito, Brasília, Búzios, Campinas, Campos do Jordão, Caxias do Sul, Ceará, Curitiba, Espírito Santo, Florianópolis, Goiânia, Gramado e Canela, Guarujá, Guarulhos, Foz do Iguaçu, Joinville, Maceió, Maringá, Natal, Petrópolis, Poços de Caldas, Porto Alegre, Rio de Janeiro, Salvador, Santos, São Paulo, Ubatuba, e Uberlândia), associados a UNEDESTINOS que se empenharam em maximizar o número de respostas para essa edição, assim como na divulgação durante todas as etapas.

E também a NEOPIX DMI que colaborou com a criação das peças promocionais; site, cards e e-mail marketings e a NOBOX, estúdio onde faremos a transmissão online ao vivo do Lançamento da Pesquisa.

Agradecimentos especiais aos Queridos Lyris Porto, Fabio Fernandes, Duda Oliveira e a super competente Keila Moreira e a sempre amiga e conselheira Vaniza Schuler.

RODRIGO CORDEIRO

Dedico este trabalho às minhas filhas Beatriz, Livia e Carolina, fontes inesgotáveis de inspiração e esperança para um futuro melhor. POR ELAS, PARA ELAS E SEMPRE COM ELAS! À minha Querida mãe, falecida em março de 2024, cujo legado será sempre levado adiante. Ao meu Pai Fernando Cordeiro, o meu primeiro grande Mestre da vida e dos eventos. E em especial aos Amigos de profissão, em suas mais variadas posições; entre clientes, fornecedores e pessoas do trade.

SERGIO JUNQUEIRA ARANTES

Na segunda edição deste e-book, gostaria de expressar minha profunda gratidão aos muitos parceiros, colegas e amigos que construí ao longo dos mais de 25 anos de minha trajetória na indústria de eventos e turismo. Cada colaboração, troca de ideias e experiência compartilhada foram fundamentais para o meu crescimento profissional e para a construção deste trabalho.

Sem o apoio, a confiança e o incentivo de todos vocês, esta jornada não teria sido tão enriquecedora ou inspiradora.

A todos, meu sincero agradecimento.

CONTEXTO

- A coleta das informações foi realizada no segundo semestre de 2024, questionando a respeito de dados de 2023.

METODOLOGIA

- A pesquisa foi feita via plataforma Survey Monkey, complementada por respostas obtidas via e-mail e telefone.
- Foram consultadas cerca de 500 associações, aqui está a compilação da resposta dada por 108 entidades associativas de todo Brasil.

SEGMENTOS

- Essas associações representam diversos setores da economia, entre médicas e não médicas.

PERGUNTAS

- Foram formuladas cerca de 68 perguntas a respeito das entidades, número e comportamentos dos associados, sobre os eventos, entre outros assuntos.

MARGEM DE ERRO

- Trabalhamos com médias, portanto pode haver bom descolamento das respostas individuais, por exemplo, entidades que promovem 1 evento e outra que promove acima de 100 gera média de 50.
- Considerando que não nos é claro o número Associações, Sociedades e Sindicatos que promovem eventos, mantivemos a média do ano de 2020, portanto a margem de erro da pesquisa é de 12%.

TEXTOS E INTERPRETAÇÕES

- O objetivo principal do E-Book é lhe dar o acesso completo aos dados obtidos já devidamente tabulados, em respeito às possíveis diversas variações de leituras e interpretações que essas mesmas informações podem ter optamos por não redigir textos com avaliações das respostas.
- Caso tenha interesse em conhecer essas informações mais a fundo, te convidamos para seguir a página de [@eventosassociativos](#) no Instagram por onde divulgaremos as datas das discussões dos principais tópicos da Pesquisa quinzenalmente a partir de janeiro de 2025.

DIMENSÕES DESSA PESQUISA

ENTIDADE

- Abrangência
- Estrutura
- Sede e Regionais
- Associados; Número, comportamentos e tendências
- Financeiro
- Tecnologias; CRM e gestão de associados

EVENTOS

- Números; quantidade, inscritos e visitantes
- Financeiro; orçamento, % por despesas e receitas
- Período; quando realizam ou não seus eventos
- Trabalhos técnicos
- Terceirizações
- Digital
- Mídias sociais
- Exposição Paralela; expositores, metro quadrado
- Pernoites; quantidade e forma de reserva
- Destinos considerados;

Trabalhar no mercado de eventos associativos é uma experiência fascinante e transformadora. É aqui que causas ganham força, ideias se concretizam e a ciência encontra espaço para avançar. Associações, sociedades e sindicatos desempenham papel fundamental em nosso desenvolvimento coletivo, reunindo saberes, fomentando debates e promovendo conexões que impactam diretamente a sociedade.

Quando coletávamos os dados da primeira edição da pesquisa O Mercado de Eventos Associativos no Brasil, no segundo semestre de 2019, não fazíamos ideia de que publicaríamos a fotografia de um momento tão relevante de nosso setor, a última compilação de informações no cenário pré-pandemia.

Já no Lançamento, realizado em maio de 2020, o mundo enfrentava momento de grande incerteza. A pandemia de COVID-19 transformava rapidamente a realidade de todos os setores em especial o de eventos.

Mudamos, nos reinventamos, aperfeiçoamos tudo aquilo que fazíamos, mas nesse período, não deu tempo de nos fundamentar em dados e informações coletivas, fizemos aquilo que nos parecia ser o correto.

Agora, com o lançamento desta segunda edição, temos a oportunidade de observar o setor em cenário completamente diferente: o mundo pós-pandemia. Este estudo evidencia a resiliência e a capacidade de inovação das associações e sociedades.

Esta publicação representa a força de um mercado que, mesmo diante das adversidades, se reinventou e encontrou novos caminhos para continuar cumprindo sua missão.

Que esta nova edição seja ferramenta valiosa para todos que atuam no setor de eventos associativos, fortalecendo nossa jornada coletiva e inspirando um futuro de ainda mais realizações.

Boa leitura!



Rodrigo Cordeiro

@rocordeiro

CEO da NESTY* Dados, Comunidades,
Digital e Conteúdo
Curador da Plataforma Eventos
Associativos

O Mercado de Eventos Associativos no Brasil: Um Retrato em Transformação

É com satisfação que apresentamos os resultados da 2ª Pesquisa “O Mercado de Eventos Associativos no Brasil”. Este estudo não apenas revela as tendências atuais, mas também oferece uma perspectiva comparativa com os dados obtidos na 1ª Pesquisa, realizada em um momento crucial: às vésperas da pandemia que transformou radicalmente o setor de eventos.

A indústria de eventos associativos desempenha um papel vital na economia e no desenvolvimento de diversas áreas do conhecimento e da inovação.

São nesses eventos que se consolidam parcerias, se disseminam saberes e se fomentam as transformações necessárias para o crescimento de instituições e profissionais. Entender o comportamento, os desafios e as oportunidades deste segmento são fundamentais para aqueles que atuam na gestão de eventos e para todos os stakeholders que impactam ou são impactados por essa indústria.

A pandemia nos obrigou a reimaginar a forma como nos conectamos e como realizamos eventos. Com isso, a comparação entre as duas pesquisas revela um mercado resiliente e em constante adaptação às novas tecnologias, às mudanças nos modelos de negócio e às demandas dos participantes. A transformação digital, a flexibilidade dos formatos e a busca por engajamento mais eficaz são alguns dos elementos-chave que emergem desta análise.

Esta publicação é, portanto, um guia essencial para compreender não apenas o cenário atual, mas também as tendências que moldarão o futuro dos eventos associativos. Mais do que números e gráficos, este e-book oferece insights estratégicos para agências, associações e profissionais que buscam se preparar para um mercado em evolução constante.

Que esta pesquisa inspire reflexões, inovações e ações que fortaleçam o setor de eventos associativos, reconhecendo sua relevância e potencial para o desenvolvimento do Brasil.

Boa leitura!



Sergio Junqueira Arantes,
CeGe, IP, CEM

@junqueirasergio

CEO

Grupo Conecta Eventos
Associativos

O Mercado de Eventos Associativos no Brasil: Conectando Estratégias e Resultados

O setor de eventos associativos tem um papel fundamental no fortalecimento de destinos turísticos, ao mesmo tempo em que impulsiona o desenvolvimento econômico e social das comunidades locais. Cada congresso, convenção ou encontro realizado carrega consigo um impacto que vai muito além dos números financeiros: ele promove o intercâmbio de conhecimento, o fortalecimento de redes profissionais e a geração de legados tangíveis e intangíveis para as cidades-sede.

A Unedestinos, como uma rede que conecta as Organizações de Visitors e Conventions Bureaus, reconhece a importância de compreender profundamente esse mercado dinâmico e desafiador. É por isso que nos orgulhamos de co-realizar a 2ª edição da pesquisa “O Mercado de Eventos Associativos no Brasil”. Este estudo é uma ferramenta essencial para identificar tendências, mapear desafios e oportunidades e oferecer dados concretos que orientem estratégias mais assertivas para o setor.

Os dados coletados e analisados nesta pesquisa reforçam nosso compromisso com a transparência e com a promoção de uma gestão eficiente e colaborativa. Trabalhamos para oferecer aos nossos associados informações valiosas que os ajudem a se posicionar de forma competitiva, ao mesmo tempo em que contribuimos para a projeção internacional do Brasil como destino estratégico para eventos associativos.

Agradecemos as parcerias da Nesty Dados, da Plataforma Eventos Associativos e do Grupo Conecta Eventos, assim como o apoio da Embratur, das Organizações de Visitors e Conventions Bureaus (Atibaia, Balneário Camboriú, Bento Gonçalves, Bonito, Brasília, Búzios, Campinas, Campos do Jordão, Caxias do Sul, Ceará, Curitiba, Espírito Santo, Florianópolis, Goiânia, Gramado e Canela, Guarujá, Guarulhos, Foz do Iguaçu, Joinville, Maceió, Maringá, Natal, Petrópolis, Poços de Caldas, Porto Alegre, Rio de Janeiro, Salvador, Santos, São Paulo, Ubatuba, e Uberlândia), bem como os patrocinadores Proalto, Neopix DMI e Sigotech que foram fundamentais. Este é mais um exemplo de que, quando somamos esforços, construímos um setor mais robusto, integrado e preparado para enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades de um mercado em constante transformação. Que esta publicação inspire novos debates, colaborações e, acima de tudo, ações concretas para impulsionar o nosso segmento.



Toni Sando

@tonisando

Presidente da
UNEDESTINOS

A Embratur atua estrategicamente na captação de eventos internacionais promovidos por associações profissionais, que geram impacto positivo no turismo e no desenvolvimento de diversos setores econômicos do Brasil. Ao atrair participantes de diversas diferentes regiões do mundo, esses eventos aumentam a visibilidade do país e incentivam o turismo, muitos estendem suas estadias para viagens de lazer com suas famílias, além do evento, fenômeno conhecido como bleisure (negócios mais lazer, em inglês). Esse ciclo, somado à excelente infraestrutura de cidades anfitriãs, contribui para o fortalecimento econômico regional e para o reconhecimento do Brasil como um destino profícuo para negócios e sede de eventos internacionais.

Entre os setores mais rentáveis impactados por eventos associativos no mundo, destacam-se a saúde, a tecnologia, as ciências, a educação e a indústria, segundo a ICCA (International Congress & Convention Association). Congressos e encontros profissionais nestas áreas geram investimentos diretos e indiretos, impulsionam inovações e conectam especialistas de alto nível, solidificando o papel do Brasil no cenário econômico global. Cada evento não apenas estimula o consumo local, mas também eleva o nível de competitividade e inovação dos setores estratégicos para o desenvolvimento do país.

Em 2023, o Brasil ficou em 1º lugar no ranking ICCA de organização de eventos internacionais na América Latina; 3º entre as Américas e no Top 20 do mundo, além de ser o único país latino a configurar nesse grupo de nações, confirmando a excelência dos trabalhos de organização e promoção de eventos internacionais no país. O Brasil destaca-se também no quesito diversidade, tendo neste ranking 26 cidades brasileiras que receberam eventos internacionais.

Nesse sentido, a pesquisa “O Mercado de Eventos Associativos no Brasil” é fundamental para direcionar Conventions & visitors bureaus, Secretarias e empresários do turismo na compreensão deste mercado e na captação estratégica de eventos desse setor, que movimenta cidades em diferentes regiões do Brasil, gerando ocupação hoteleira e benefícios econômicos. Obtendo dados sobre o comportamento das associações e o impacto de seus eventos, podemos direcionar nossos esforços de promoção para consolidar o país como destino preferencial para eventos associativos, fortalecendo a economia local e atraindo visibilidade internacional para nossos destinos.



Marcelo Freixo

@marcelofreixo

Presidente da
EMBRATUR

ENTIDADE

PÁG.
10 > Associados

PÁG.
14 > Estrutura

PÁG.
17 > Regionais

PÁG.
19 > Financeiro

PÁG.
22 > Tecnologia

EVENTOS

PÁG.
26 > Período

PÁG.
29 > Quantidade

PÁG.
34 > Financeiro

PÁG.
39 > Comunicação | Digital

PÁG.
43 > Exposição Paralela | Feira de Negócios

PÁG.
49 > Terceirações

PÁG.
54 > Destinos

>>>> ENTIDADES

Associados



QUANTIDADE

O número de associados continua a aumentar ou se mantém estável **(93%)**



QUADRO DE ASSOCIADOS

<500, **45%**
> 2.500, **18%**

Dentre as várias dimensões de nossa Pesquisa de Mercado iniciamos buscando entender a abrangência das entidades respondentes de nosso questionário, a resposta foi:

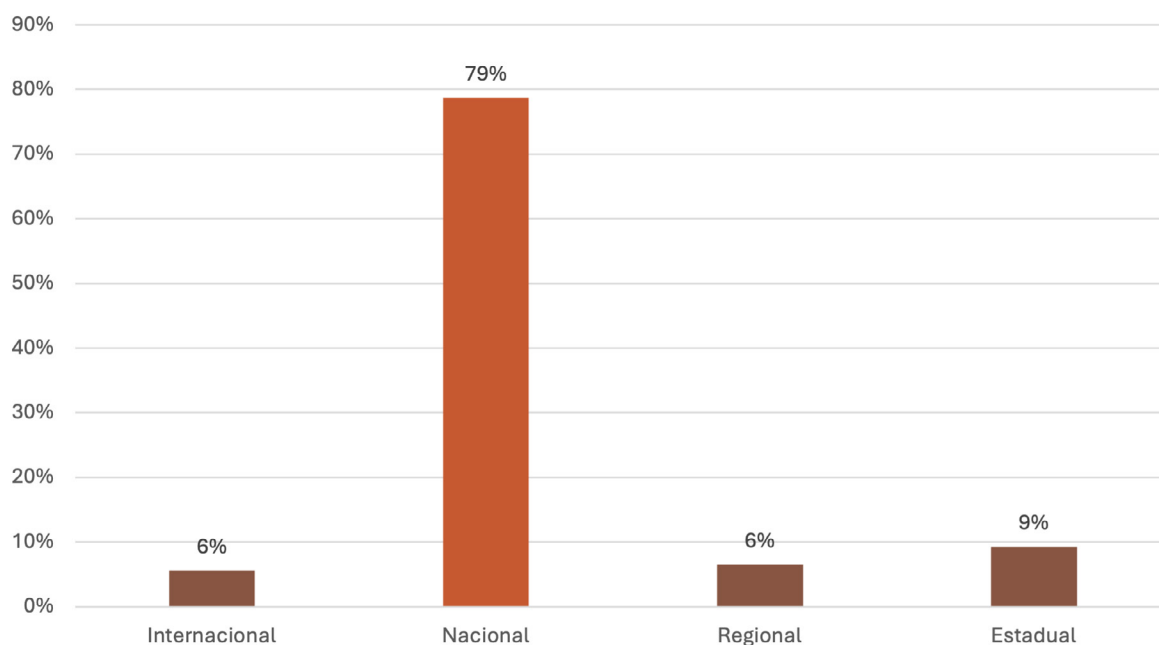


Gráfico 1: Qual a abrangência da sua entidade ?

Diante de tamanha mudança de comportamento de sociedade, havia dúvida se o número de associados continuava a crescer, se vinha se mantendo ou se está diminuindo e com bastante otimismo comprovamos que 93% estão aumentando ou mantendo com suas ações.

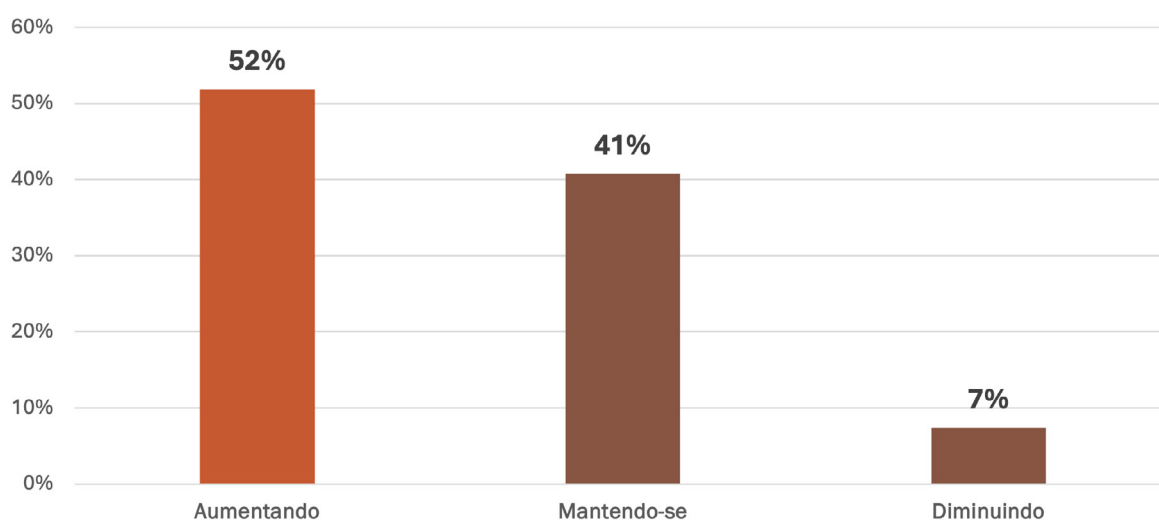


Gráfico 2: O número de associados está ...

Buscando entender as novidades e as ações que estão sendo trabalhadas junto aos associados para evitar a evasão, apresentamos abaixo as palavras mais citadas, avaliando as respostas em detalhes temos ações de regulação e representatividade institucional junto ao Governo, construção de Plataforma de Conhecimento, aumento do número de eventos realizados e novas formas de comunicar e divulgar o que as entidades fazem.



Partindo agora para o aspecto quantitativo, questionamos o número de associados das entidades respondentes:

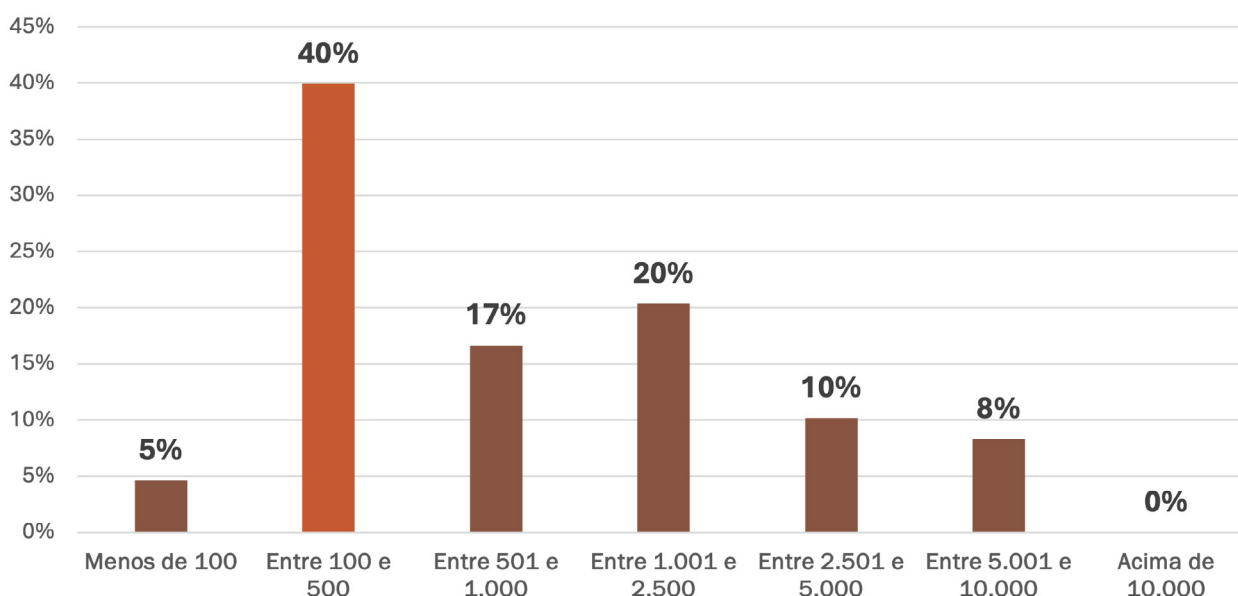


Gráfico 3: Quantos associados a sua entidade congrega ?

Pesquisamos então o perfil desses associados, entre Pessoa Física e Jurídica.

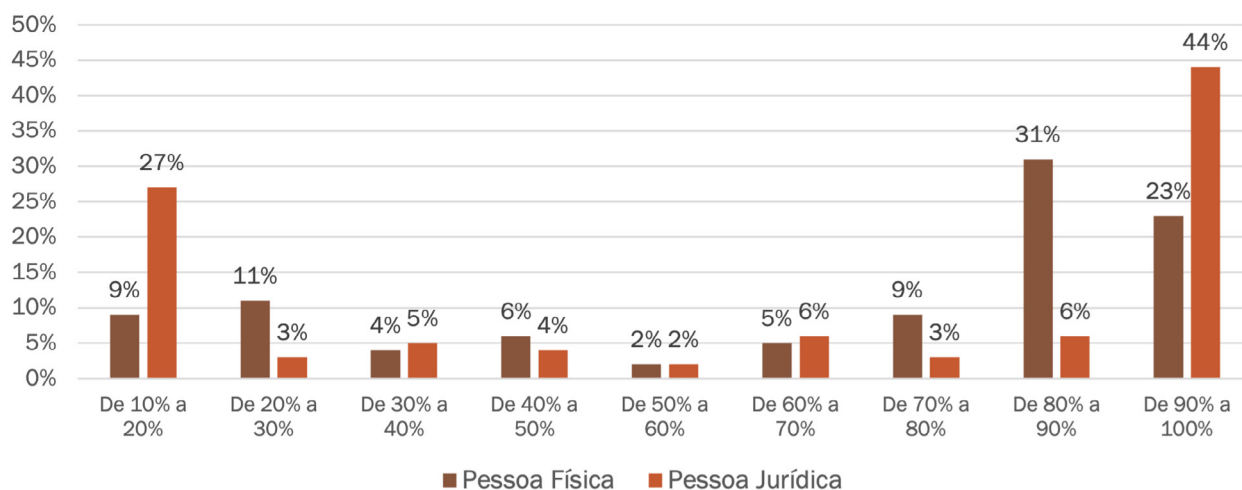


Gráfico 4: Qual percentual de associados são ?

>>>> **ENTIDADES**

Estrutura



SÃO PAULO

É a cidade que onde está a Sede de **65%** das associações.



QUADRO DE FUNCIONÁRIOS

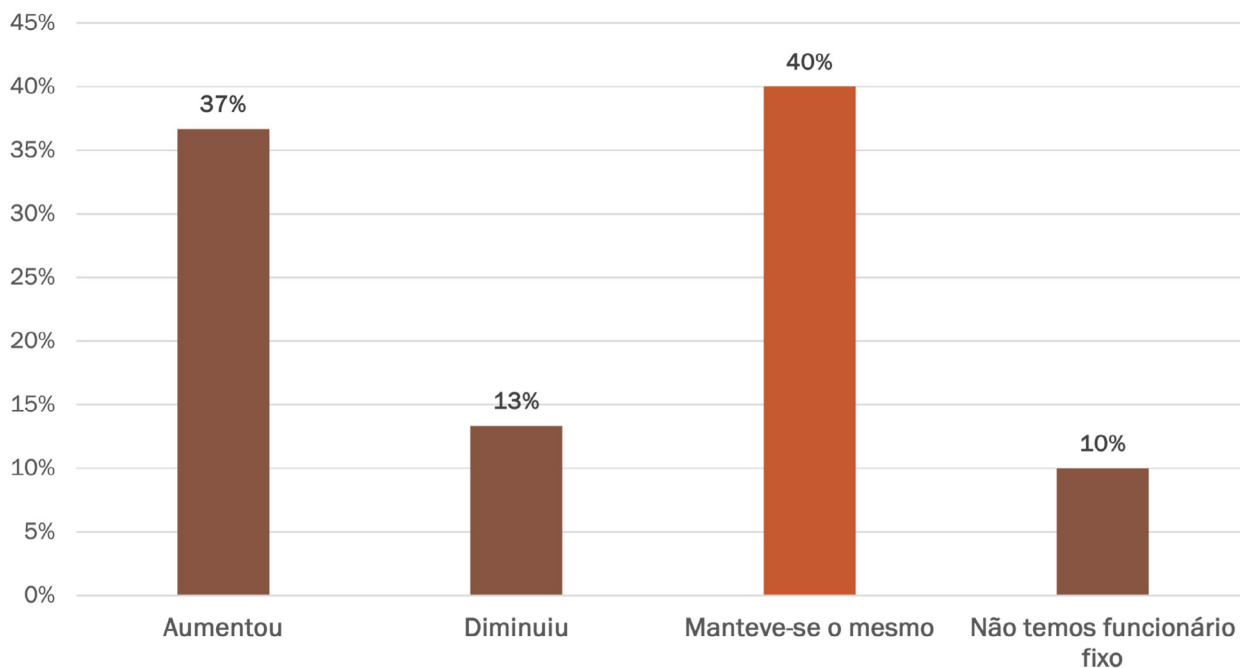
As associações continuam aumentando ou mantendo **(74%)** os funcionários do Departamento de Eventos.

A escolha da sede de uma associação é uma decisão estratégica que depende de diversos de fatores. Destacam-se:

1. **Proximidade com os Associados:** Localizar-se em região de fácil acesso para a maioria dos associados é crucial para facilitar a comunicação, o engajamento e a participação em reuniões e eventos.
2. **Relevância Geográfica e Estratégica:** Muitas associações optam por cidades que sejam centros econômicos, políticos ou culturais, garantindo maior visibilidade e conexão com parceiros estratégicos e órgãos governamentais.
3. **Infraestrutura e Acessibilidade:** A disponibilidade de infraestrutura adequada, como transporte, acomodações e serviços tecnológicos, é essencial para a realização de atividades administrativas e eventos.
4. **Custos Operacionais:** O custo de manutenção de uma sede, incluindo aluguel, salários e outros gastos administrativos, é fator decisivo.
5. **Benefícios Fiscais e Incentivos:** Algumas cidades ou estados oferecem incentivos fiscais ou outras vantagens para atrair organização.
6. **Identidade e Missão da Associação:** O local da sede pode refletir a identidade e os valores da associação. Por exemplo, uma entidade focada em meio ambiente pode optar por uma sede em uma região com forte conexão ambiental.
7. **Parcerias e Redes:** A proximidade de parceiros estratégicos, universidades, empresas e outras organizações relevantes para a missão da associação pode ser determinante na escolha do local.
8. **Legislação Local:** As regulamentações locais para associações podem variar, tornando alguns lugares mais favoráveis do que outros para a instalação da sede.
9. **Histórico e Tradição:** Em alguns casos, a localização da sede pode ser definida com base no histórico ou na origem da associação, mantendo um vínculo simbólico com o local de fundação.

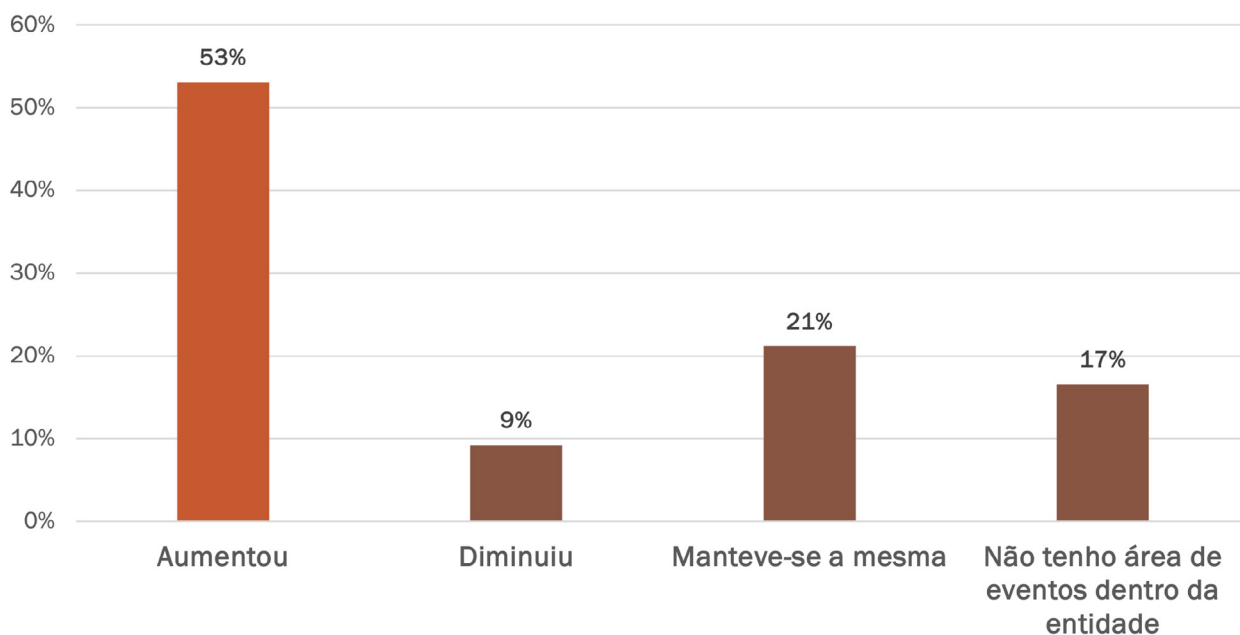
Buscando entender onde estão as cidades sede dessas associações, fica claro notar a predominância da cidade de **São Paulo**, com 65%, seguida por **Rio de Janeiro** e **Brasília**. Outras cidades são mencionadas nas respostas, porém com porcentual abaixo de 2%.

Partindo agora para outra dimensão da Pesquisa, buscamos identificar se as entidades estão aumentando, mantendo ou diminuindo os seus quadros de funcionários, o que pode impactar nas terceirizações feitas.



**Gráfico 5: Comparando com o período pré-pandemia,
como está o número de funcionários fixos de sua entidade ?**

Dentre esse número de funcionário buscamos agora entender especificamente sobre a área de eventos.



**Gráfico 6: E quanto à área de eventos de sua entidade,
como é a comparação entre o período pré-pandemia e o momento presente?**

>>>> **ENTIDADES**

Regionais



Enquanto 27% das entidades afirmam não ter regionais temos **16%** que contam com **16 ou mais**.

Parte da representatividade das Associações e Sociedades está em sua capacidade de atuar localmente, com isso, perguntamos para as entidades sobre o número de regionais que contam para promoverem as suas missões institucionais.

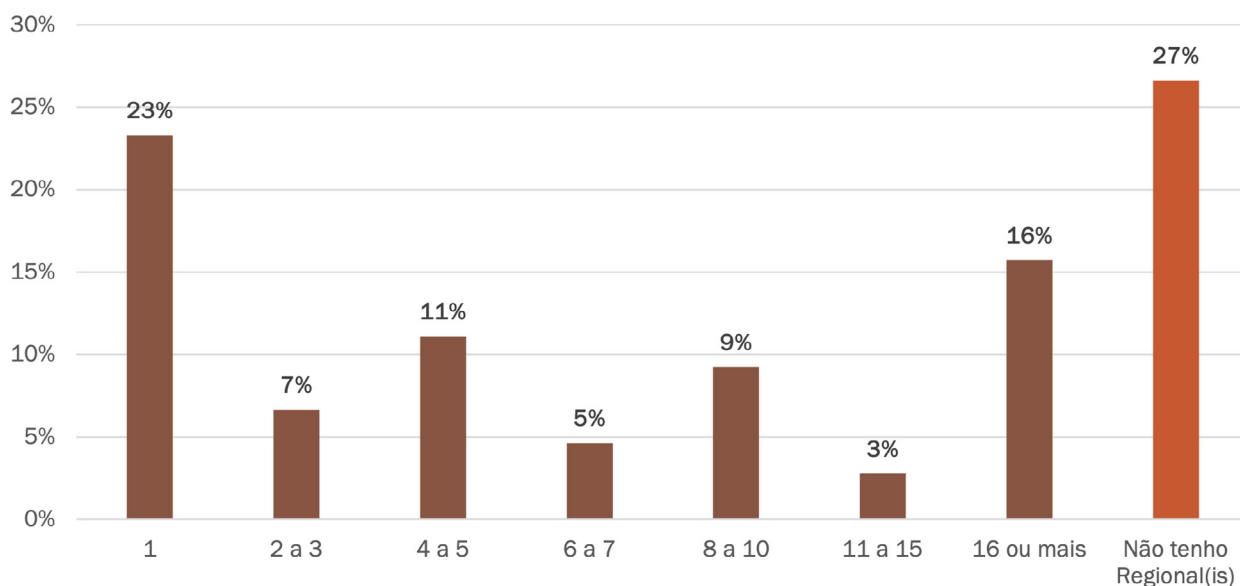


Gráfico 7: SOBRE A ENTIDADE | Quantas regionais sua entidade têm em atividade ?

>>>> **ENTIDADES**

Financeiro



+ R\$ 1 MI

É o orçamento de **75%**
das entidades



**MENSALIDADE |
ANUIDADE**

é o principal item de
receita das associações

75% das entidades que responderam a Pesquisa afirmam que seus orçamentos anuais são iguais ou maiores que R\$ 1 milhão. Sendo que dessas, 55% afirmam que é maior que R\$ 2.5 milhões.

Já quando pensamos no outro extremo, apenas 6% das associações têm orçamento de até R\$ 250K.

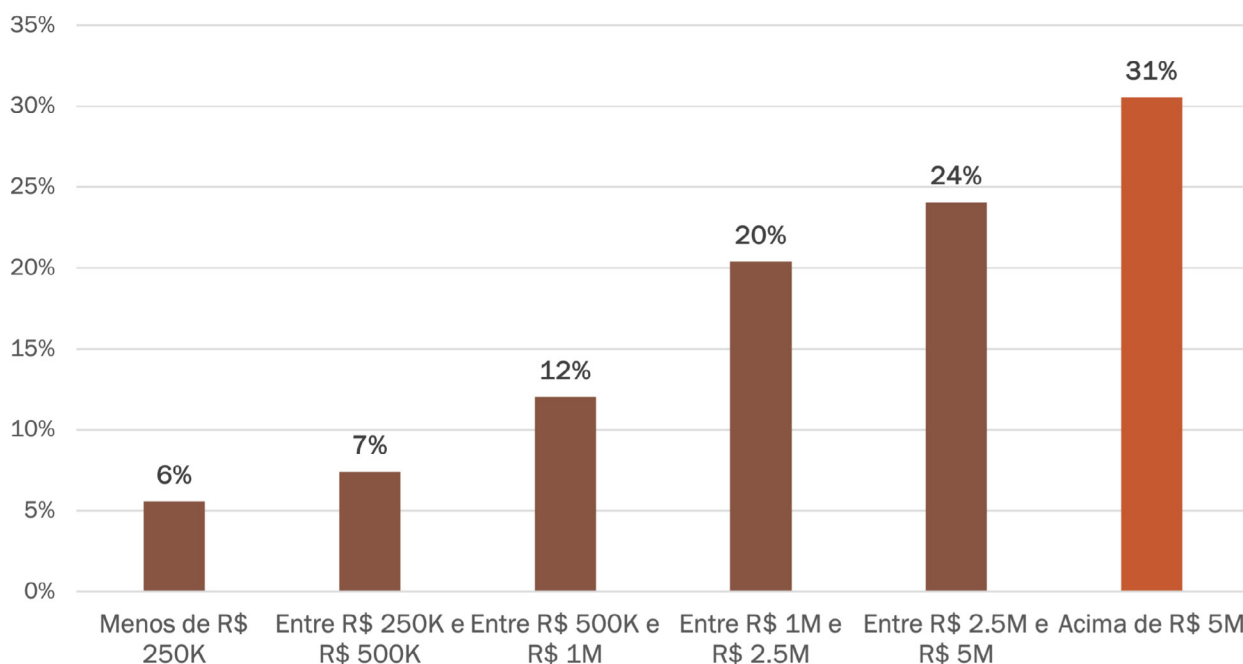


Gráfico 8: Qual foi o orçamento total de sua entidade em 2023 ?

Quando analisamos individualmente é o resultado dos eventos que parece representar o maior item de receitas das entidades associativas, porém quando somamos as 3 primeiras respostas comprovamos que são as mensalidades ou anuidades.

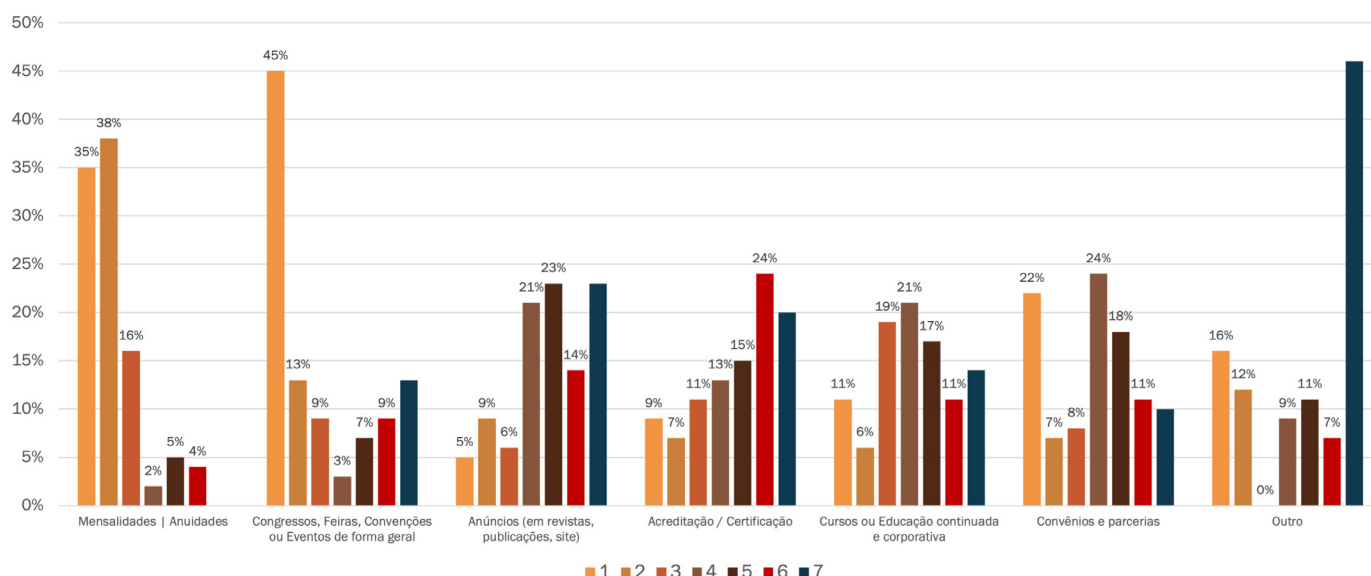


Gráfico 9: Quais as principais fontes de renda de sua entidade ?

Reforçando a importância das contribuições associativas, 90% dos respondentes afirmaram que pretendem continuar cobrando mensalidade ou anuidade nos próximos 5 anos.

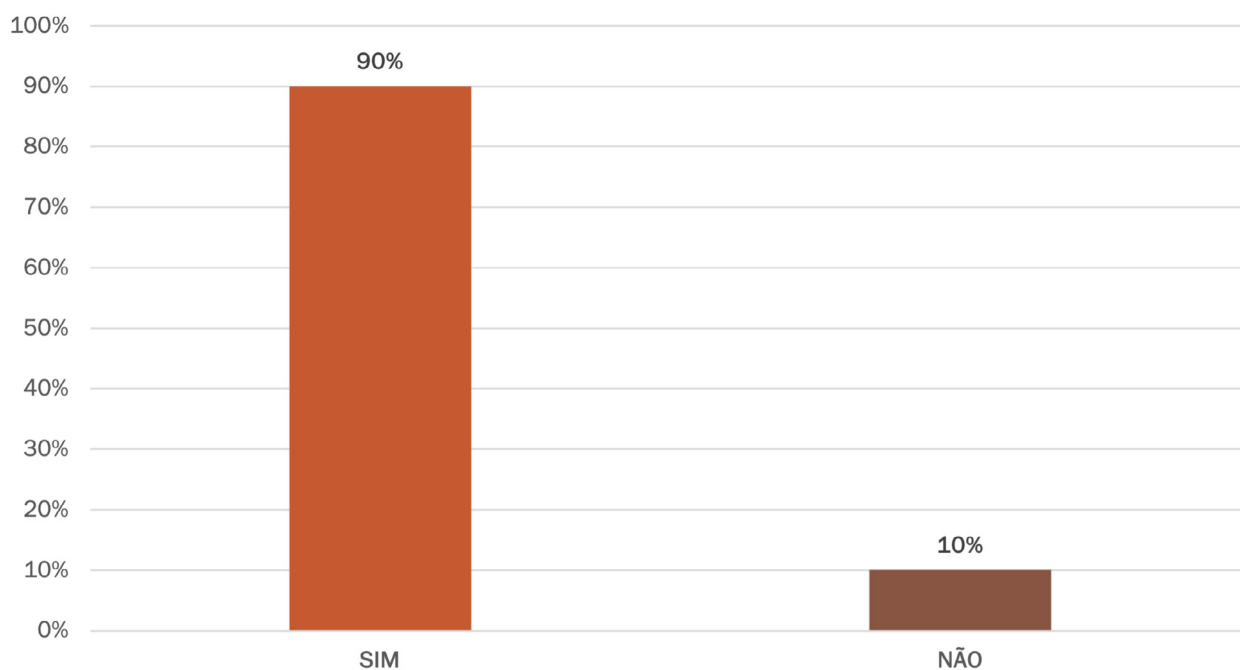


Gráfico 10: A sua entidade pretende continuar a cobrar mensalidades ou anuidades nos próximos 5 anos ?

>>>> **ENTIDADES**

Tecnologias

SISTEMA DE GESTÃO DE ASSOCIADOS

56% das entidades contratam ferramentas do mercado

39% desenvolveram as suas próprias ferramentas

CRM

39% das entidades utilizam ferramentas de CRM para gerenciar interações com os associados

Integrar tecnologia às associações é necessário para garantir a eficiência e relevância em mercado em constante transformação. Ferramentas de gestão de associados e sistemas de CRM (Customer Relationship Management) desempenham papel crucial ao centralizar informações, otimizar a comunicação e personalizar o relacionamento com os associados. Essas soluções permitem que as associações acompanhem o engajamento de forma precisa, automatizem tarefas administrativas e foquem em estratégias mais impactantes e customizadas.

Questionamos as associações a respeito da utilização dessas tecnologias e apresentamos abaixo os gráficos com as respostas.

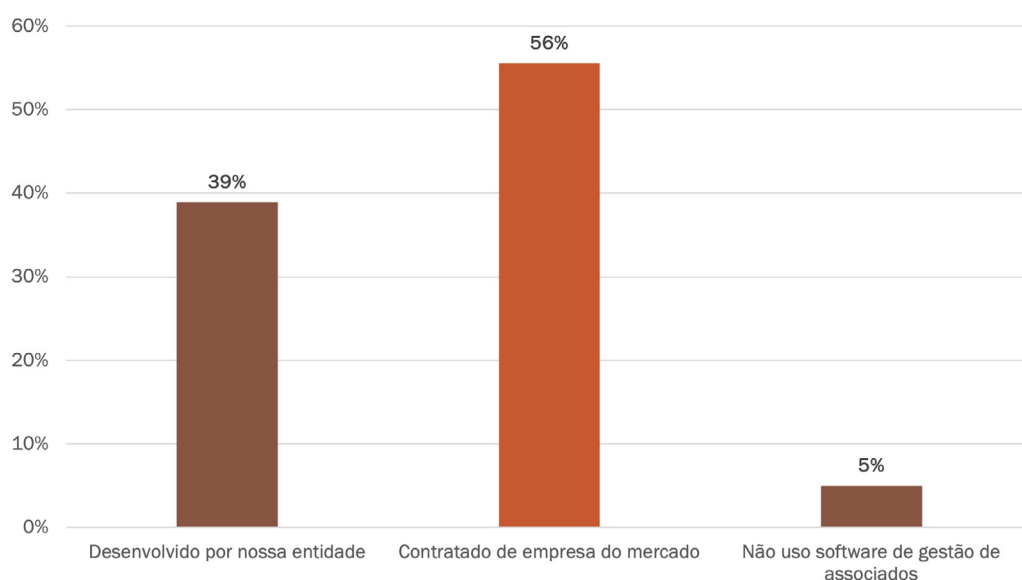


Gráfico 11: O sistema de gestão de associados foi desenvolvido por sua entidade ou contratado de empresa do mercado ?

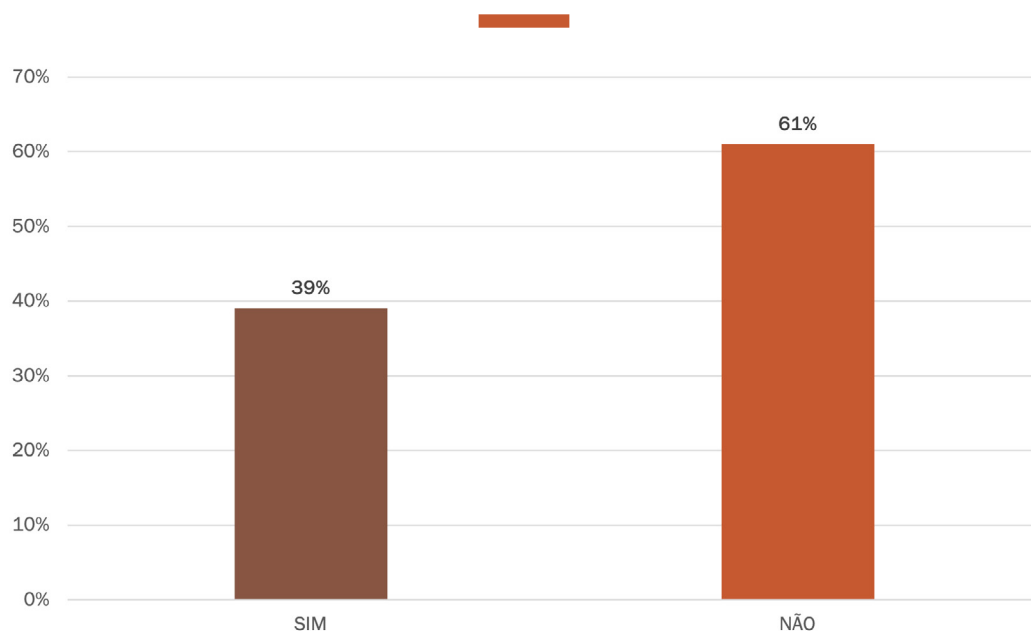


Gráfico 12: Utiliza ferramentas de CRM (Gestão de Relacionamento com o Cliente) para gerenciar interações com seus associados ?

Eventos

cei
PLATAFORMA
EVENTOS
ASSOCIATIVOS

2ª EDIÇÃO
DA PESQUISA:
**O MERCADO
DE EVENTOS
ASSOCIATIVO**



As associações brasileiras acontecem dentro de seus eventos !

É dentro dos eventos associativos que acontece o fortalecimento da representatividade e da coesão setorial, a atualização e a disseminação de conhecimento, o estímulo à inovação, o networking, a construção de parcerias, a geração de negócios e as oportunidades comerciais, o desenvolvimento das políticas públicas dentre tantos outros fatores.

Quanto são os brilhantes profissionais que hoje ocupam grandes cargos em empresas ou em Universidades que vimos crescer dentro das entidades de seus setores, atuando há 28 anos nesse mercado afirmo que é fantástico acompanhar a jornada de pessoas curiosas, que buscam investigar como podem colaborar para a construção dos avanços que julgam relevantes para o Mundo que vivemos.

Os eventos associativos desempenham papel fundamental no avanço da ciência, compilam o conhecimento e promovem o real encontro entre os grandes ícones de cada setor com os estudantes, é incrível ver o quanto esse ambiente se torna neutro para toda e qualquer discussão.

Não é só sobre o que acontece nas salas, mas também aquilo que acontece nos corredores, dentro dos estandes, nos almoços, jantares ou até mesmo nos bares.

E a riqueza desses encontros transformam e melhoram os destinos por onde passam, injetando grande volume de recursos no mercado local, nos mais variados setores além do número de empregos e oportunidades gerados.

Esse mercado vem se redesenhando a cada dia, há muito tempo reclamamos que nos faltam dados para a melhor decisão, humildemente espero que as respostas abaixo te permitam concluir aquilo que precisa, que te traga os insights para fundamentar melhor o mercado que atua ou que pretende atuar.

Chegou agora o momento da Pesquisa em que te apresentaremos os resultados para todas as perguntas feitas com o tema dos Eventos.

>>>> **EVENTO**

Período



OUTUBRO é o mês que as entidades mais realizam eventos.



MAIORES EVENTOS
Outubro, maio e novembro



DEMAIS EVENTOS
Outubro, agosto e setembro



NÃO REALIZAM EVENTOS
Janeiro, fevereiro e dezembro

Chegamos agora em um tópico super relevante para todas aquelas entidades que promovem eventos, que é determinar o melhor momento do ano para realizarem os seus maiores eventos. Esse comportamento do gráfico abaixo é muito parecido com a primeira edição de nossa pesquisa, agora outubro assume o primeiro lugar, antes era setembro, enquanto maio cai para a segunda posição

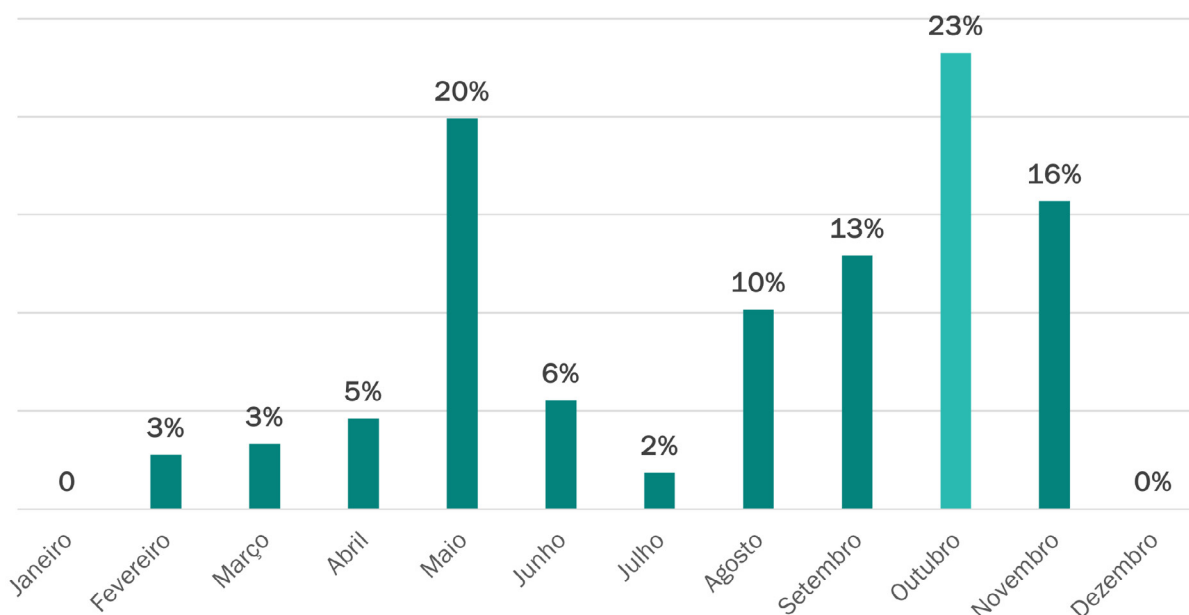


Gráfico 13: Qual o mês de seu maior evento ?

Já quando estendemos o horizonte das respostas e em vez de tentar entender apenas quando realizam os seus maiores eventos mas também os meses que mais realizam eventos, o comportamento passa a ser um pouco diferente.

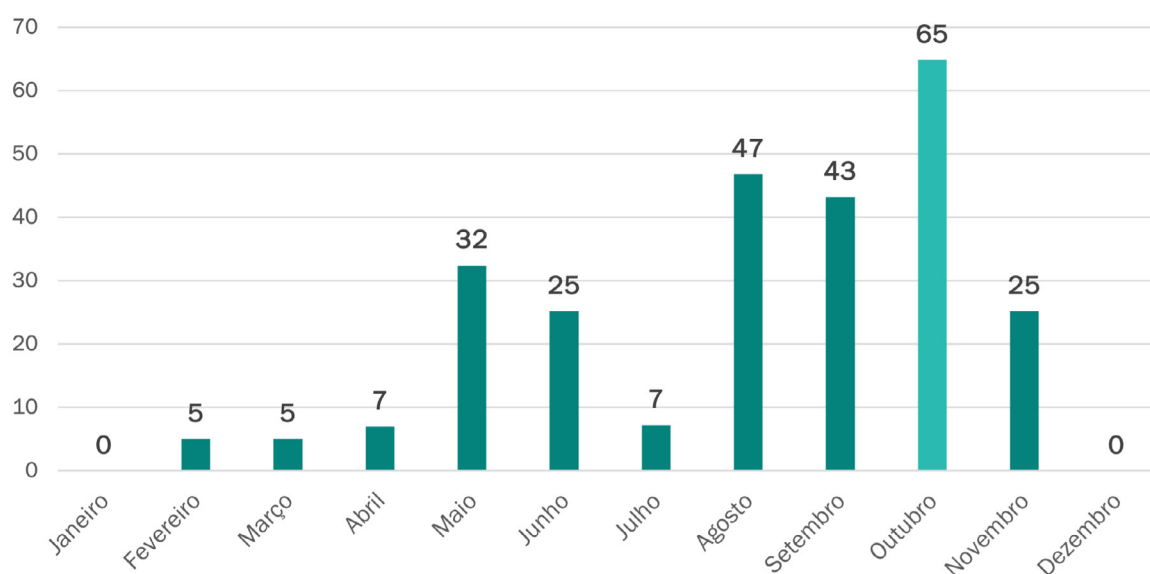


Gráfico 14: Quais os 3 meses que sua associação MAIS realiza eventos ?
A resposta é em quantidade e não porcentual.

E quando perguntamos os meses que as entidades não realizam eventos, assim como informado anteriormente.

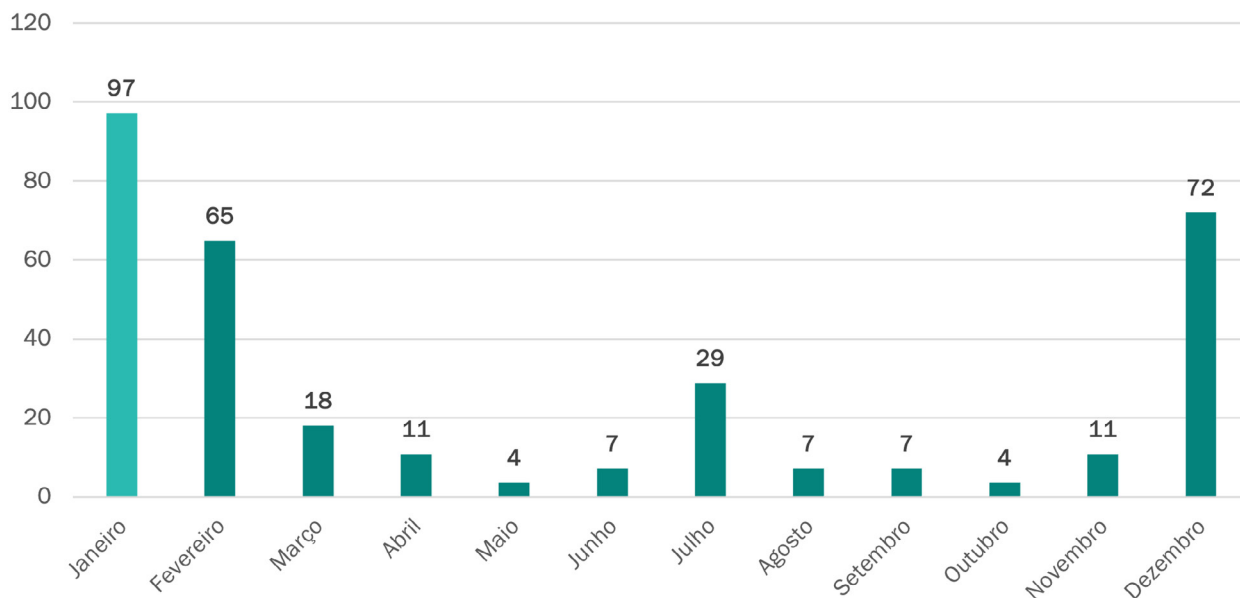


Gráfico 15: Em quais meses sua associação NÃO realiza eventos ?
A resposta é em quantidade e não porcentual.

>>>> **EVENTO**

Quantidade



**NÚMERO MÉDIO DE EVENTOS
POR ENTIDADE POR ANO**
20



EVENTOS

> 10 eventos, **33%**
Entre 1 e 5 eventos, **40%**



MAIOR EVENTO

> 1000 inscritos, **70%**
+ Participantes que a edição
anterior **93%**
Projetam crescimento para
a edição seguinte **96%**

Eventos internacionais, nacionais, temáticos, regionais, reuniões são atividades de grande relevância na existência e no funcionamento das associações.

67% das entidades consultadas promovem entre 1 e 10 eventos por ano, de todo modo chama a atenção a quantidade de associações que promovem mais de 100 eventos por ano, número que não apareceu na primeira edição de nossa Pesquisa.

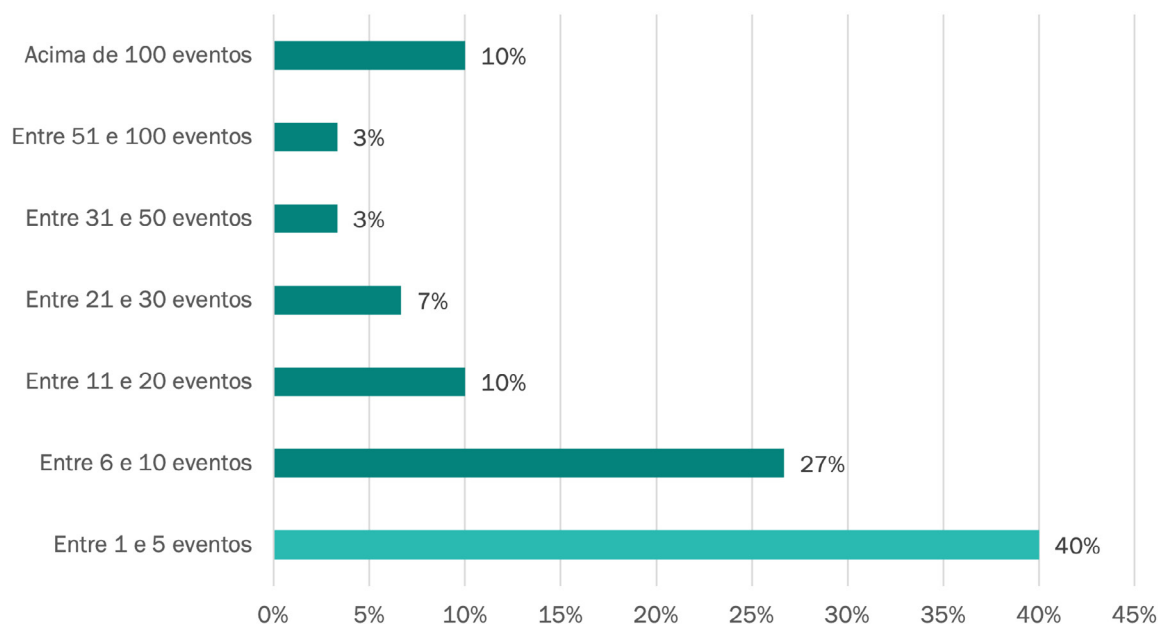
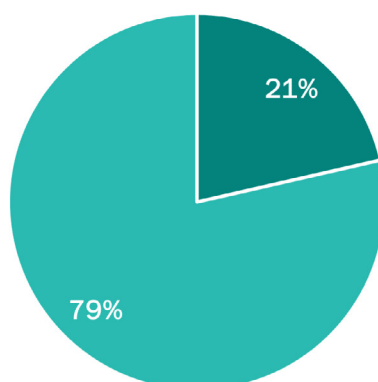


Gráfico 16: Quantos eventos promovem por ano ?

O fato de realizarem mais de um evento por ano pode torná-los complementares ou concorrentes, em especial quanto ao público e aos patrocinadores que financiam os projetos. Essa foi a pergunta seguinte, veja as respostas:



- O público de potenciais inscritos e investidores concorrem entre si.
- O público de potenciais inscritos e investidores se complementam.

Gráfico 17: Considerando a promoção de mais de um evento ao ano, no que diz respeito ao público de potenciais inscritos e investidores (patrocinadores e expositores), pode-se dizer que:

As respostas dadas pelas entidades nessa Pesquisa comprovam que muitas se utilizam de salas simultâneas, de todo modo, buscamos entender qual a capacidade das plenárias que precisam para realizar seus eventos.

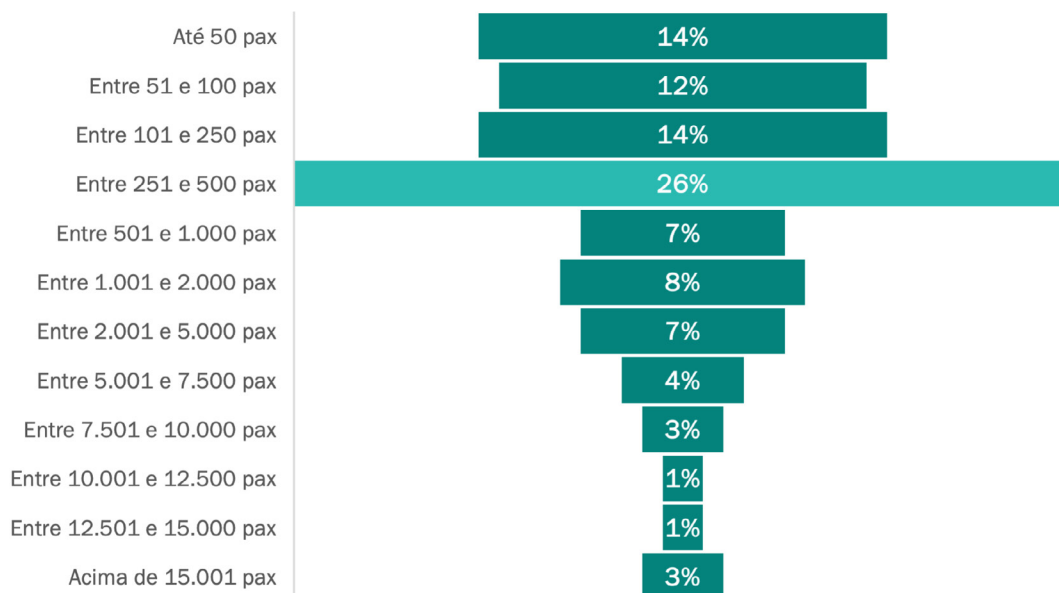


Gráfico 18: Indique quantos eventos sua entidade realiza anualmente que necessitam de uma sala plenária principal com a capacidade abaixo (formato auditório).

Partimos então para entender qual é o número de participantes do maior evento realizado no ano de 2023.

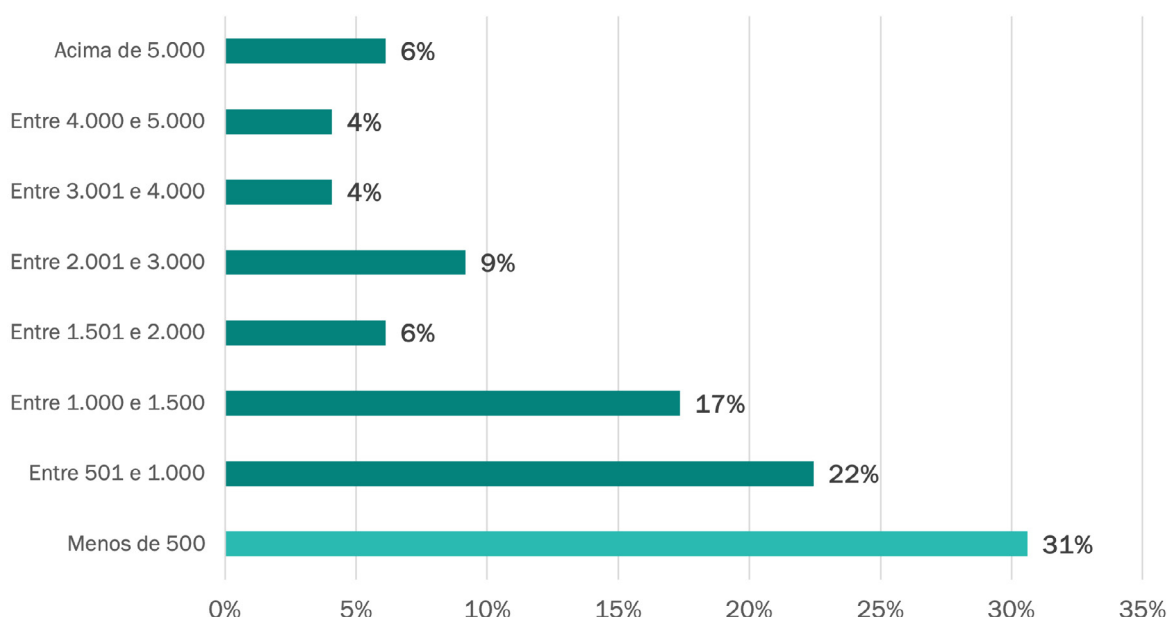


Gráfico 19: Qual o número de participantes de seu maior Congresso em 2023 ?

Importante também entendermos a série histórica, para isso perguntamos para as associações se os seus eventos de 2023 foram maiores ou menores que as edições anteriores.

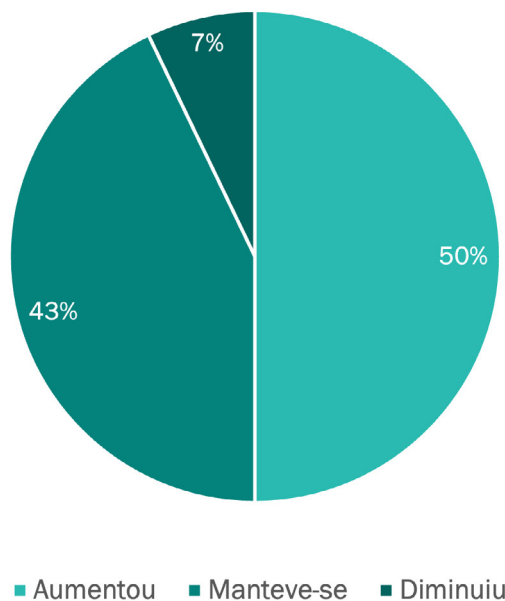


Gráfico 20: Em relação ao número de participantes, como se compara seu maior Congresso de 2023 em relação à edição anterior ?

Já quando questionamos sobre a edição seguinte, podemos notar o otimismo dos respondentes quanto às projeções:

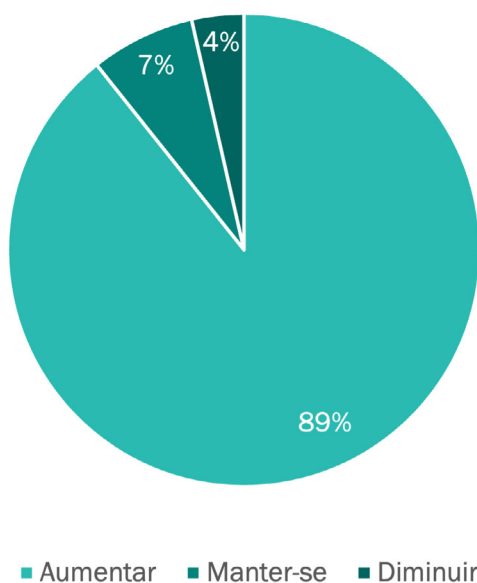


Gráfico 21: Qual a sua projeção para a próxima edição desse Congresso ?

O Brasil é um País cada vez mais procurado por pesquisadores e empresas internacionais e isso reflete diretamente no perfil dos participantes dos eventos associativos promovidos.

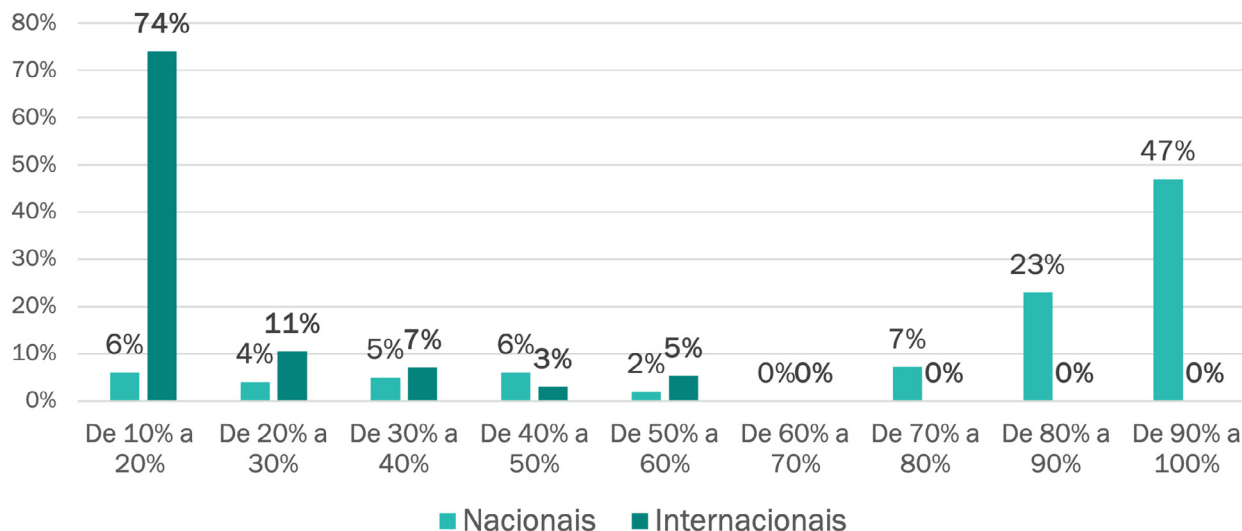


Gráfico 22: Em seu(s) evento(s), como está dividida a porcentagem de participação de público nacional e internacional?

Questionamos ainda a procedência dos participantes internacionais e os países mais citados foram:

- **Estados Unidos**
- **Canadá**
- **Argentina**
- **Portugal**
- **Espanha**
- **China**
- **Chile**

>>>> **EVENTO**

Financeiro



PATROCÍNIOS

É a maior fonte de receitas dos eventos.



CUSTO

Local, Infraestrutura e Alimentos e Bebidas representam os principais itens de custos dos eventos.

Na primeira edição de nossa Pesquisa, 56% das entidades respondentes informaram que o orçamento de seus eventos correspondia a menos de R\$ 1 milhão, já nessa segunda edição existe uma queda brusca e passa para 27%. Já do outro lado, aquelas que investiram mais de R\$ 5 milhões, na primeira edição correspondia a apenas 16% e agora 28%, o que demonstra a força com que esse tipo de evento retomou pós-pandemia.

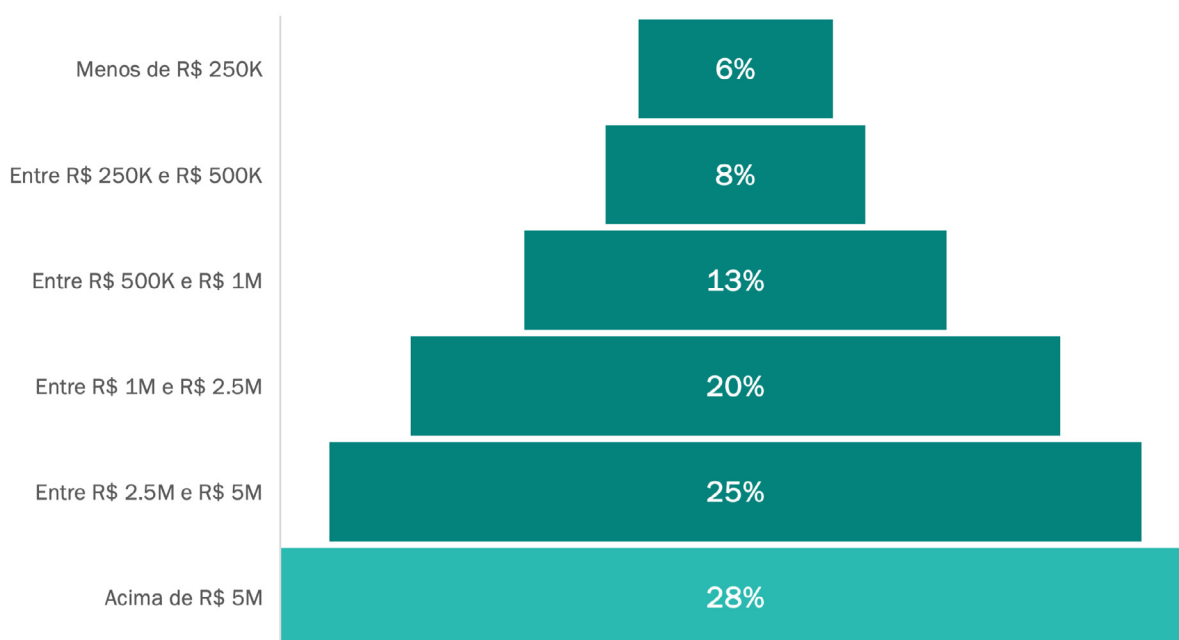


Gráfico 23: Qual o orçamento total somando TODOS os eventos que realizou em 2023 ?

Vamos agora passar para o horizonte das receitas, o quanto faturam as entidades associativas com os eventos que promovem.

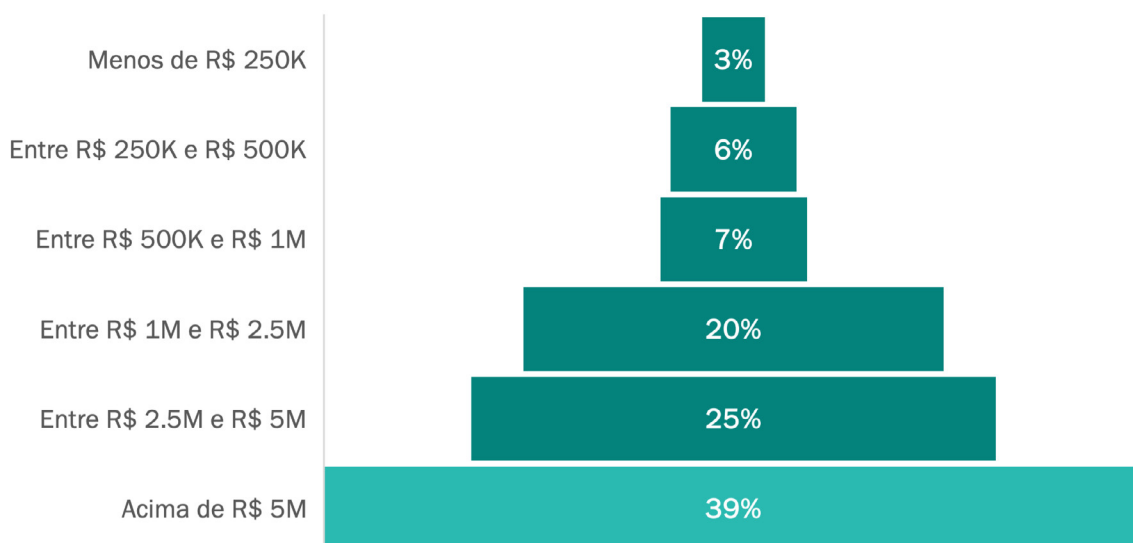


Gráfico 24: Qual o faturamento total somando TODOS os eventos que realizou em 2023?

Diante da magnitude que os eventos passam a tomar e também levando em conta a inflação do período e os novos custos praticados no mercado, 52% das entidades afirmam que o orçamento de 2023 foi maior que a edição anterior.

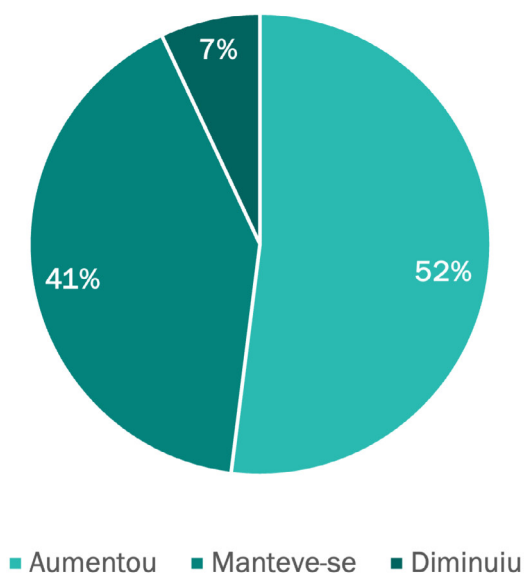


Gráfico 25: Comparando o orçamento de 2023 com a edição anterior ?

Questionamos então se a tendência para o ano de 2024 seria de ampliação ou redução de investimentos, abaixo a resposta.

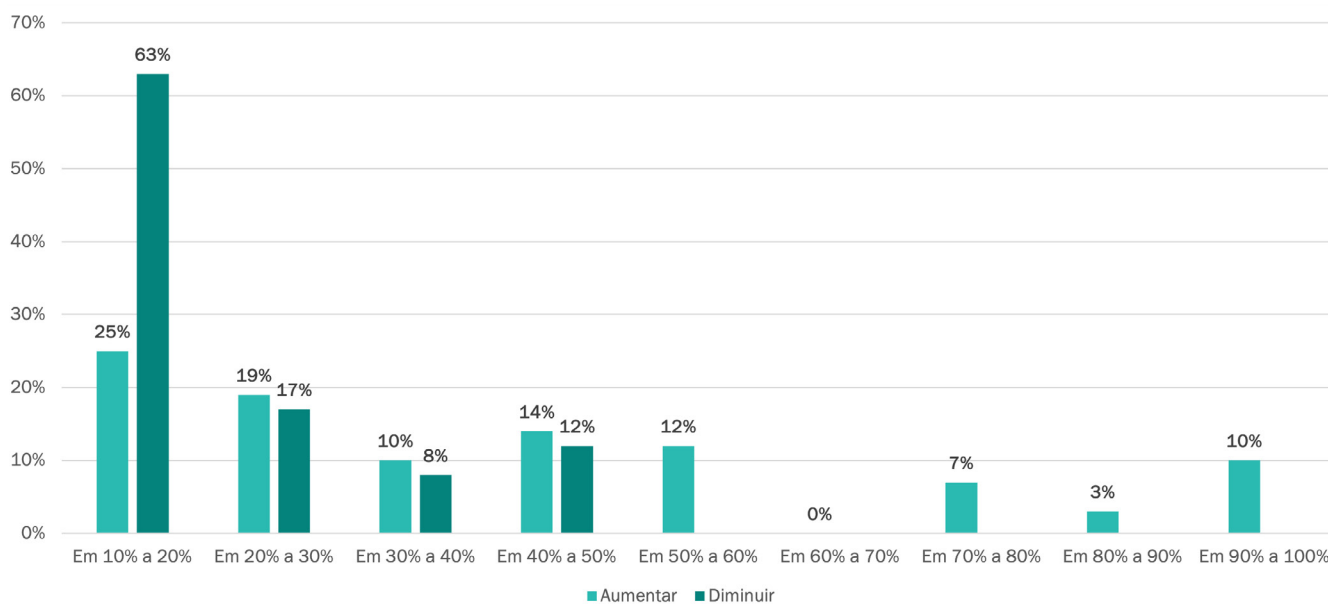


Gráfico 26: A previsão de quanto gastará com os eventos a serem realizados em 2024 é:

Entendo que os dois dados abaixo correspondem ao melhor benchmarking que essa pesquisa nos oferece, sendo o primeiro a composição média das receitas e a segunda a composição média dos custos dos eventos associativos, recomendo o exercício de analisarem com o de sua entidade, certamente encontrarão boa fonte de dados para efetuarem os seus estudos.

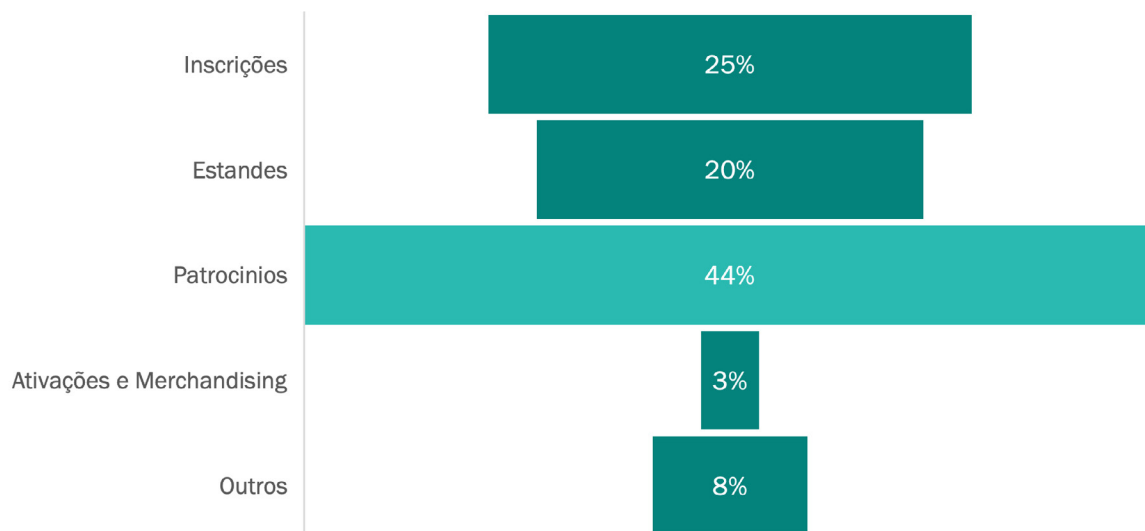


Gráfico 27: Em seu maior evento, qual a participação percentual no faturamento gerado por ?

Considerando a relevância dessa resposta, trago abaixo o quadro comparativo com o resultado obtido na primeira edição da Pesquisa:

	1ª EDIÇÃO, 2020	2ª EDIÇÃO, 2024
INSCRIÇÕES	23%	25%
ESTANDES	26%	20%
PATROCÍNIOS	46%	44%
ATIVAÇÕES E MERCHANDISING	2%	3%
OUTROS	3%	8%

Tentando analisar pouco mais a fundo esse quadro comparativo:

- **INSCRIÇÕES:** Logo na retomada dos eventos, diante do volume de conteúdo gerado nesse período, houve sensível queda na venda de inscrições, porém esse quadro já comprova que esse período se passou e as pessoas voltam a buscar os eventos associativos como forma de disseminar e obter o conhecimento e fazer networking.
- **ESTANDES:** Analisando com mais profundidade as respostas obtidas, conseguimos ver que as entidades cujos Congressos são maiores que as Feiras contam com diminuição da representação do percentual do montante obtido com os estandes, já as associações com Feiras relevantes o percentual oriundo dessa fonte de receitas cresceu, o que comprova aquilo que vem se constatando dentro dos Pavilhões, Feiras quase sempre cheias tanto de expositores quanto de visitantes.

- **PATROCÍNIOS:** Ligeira diminuição, porém analisando mais a fundo corresponde a transferência de parte das respostas para OUTROS, será explicado mais abaixo.
- **ATIVAÇÕES E MERCHANDISING:** Pequena mudança que pode nos sugerir a tentativa de identificação de novas formas de receitas.
- **OUTROS:** Temos um expressivo aumento aqui, parte das entidades passam a mencionar convênios como item que corresponde a mais que 50% da receita.

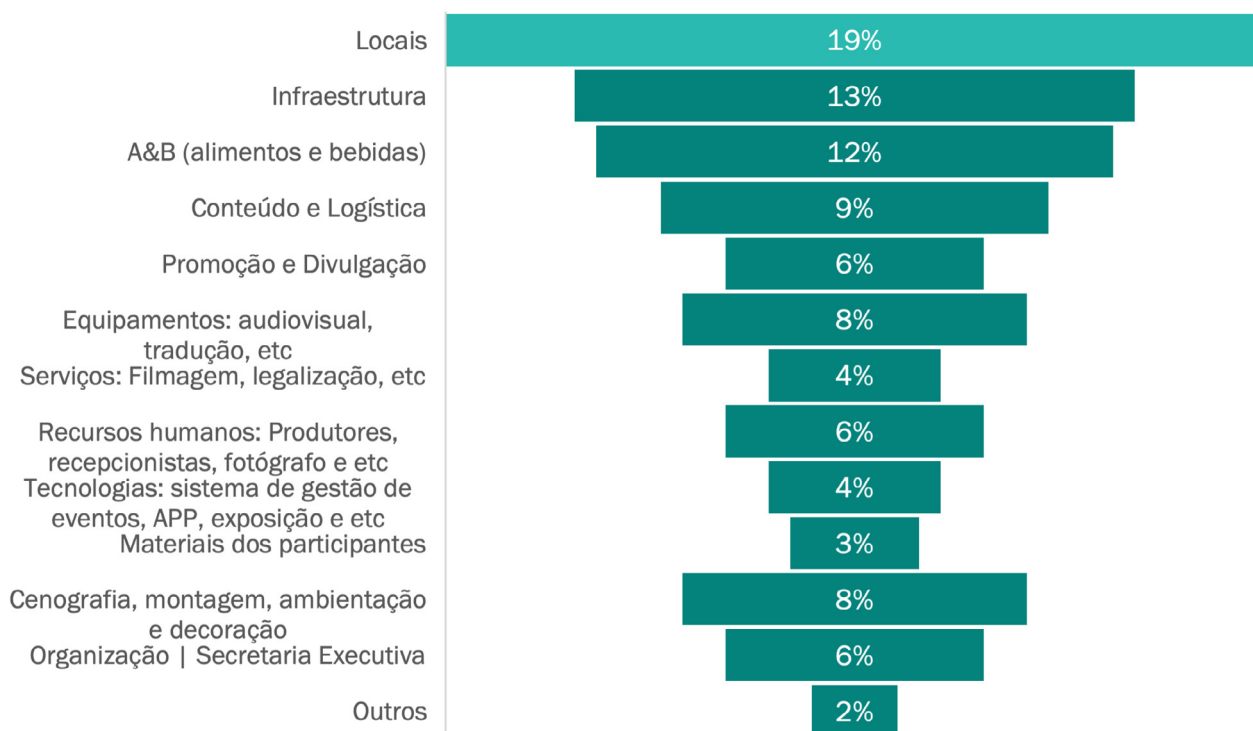


Gráfico 28: Qual a participação nas despesas de cada um dos seguintes itens na composição de seu budget ?

>>>> **EVENTO**

Comunicação / Digital

MÍDIAS SOCIAIS

100% presentes



Instagram, **90%**

Facebook, **73%**

Linkedin, **70%**

X, **17%**

TECNOLOGIAS



Conteúdos, **Youtube**

Contato com associados,

Whatsapp

PERÍODO ENTRE EVENTOS



Aumentar o número, **52%**

Diminuir o número, **8%**

Entendo que esse seja um dos tópicos que mais mudaram ao longo de todo esse período, a capacidade de disseminar conteúdos e informações que as redes sociais trouxeram aumentou muito a velocidade que conseguimos fazer com que as informações cheguem para o nosso público.

De todo modo, algumas mudanças são sentidas entre as duas edições de nossa Pesquisa:

O Instagram passa a ser a rede mais utilizada (+11%), seguida pelo Facebook (-18%), mas já com o LinkedIn (+6%) logo atrás.

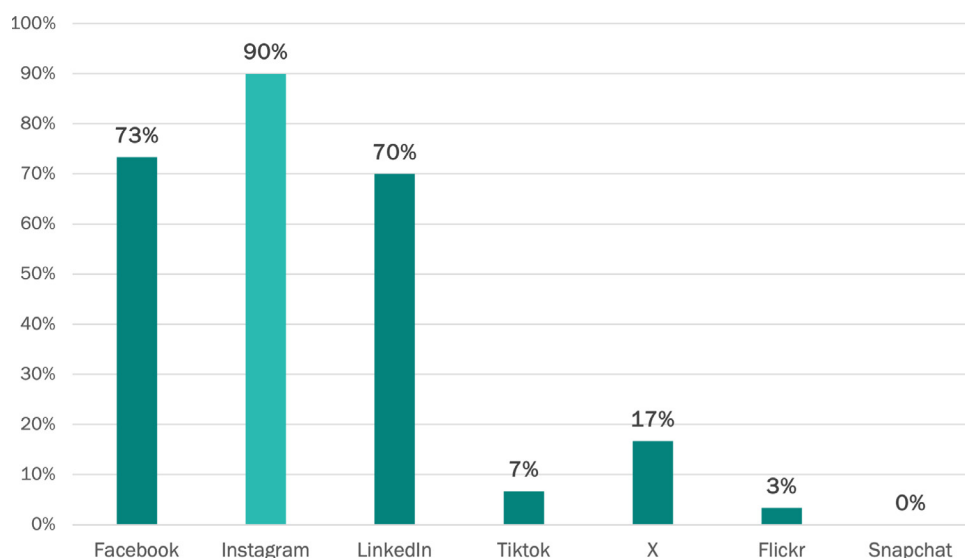


Gráfico 29: A sua entidade é ativa nas redes sociais ?

Ao longo de todo período da Pandemia especialistas do mercado afirmavam que os eventos voltariam no formato Phygital (físico + digital), o que significa estender a jornada e aumentar a vida útil, por isso, buscamos entender como o período entre os eventos costuma ser trabalhado.

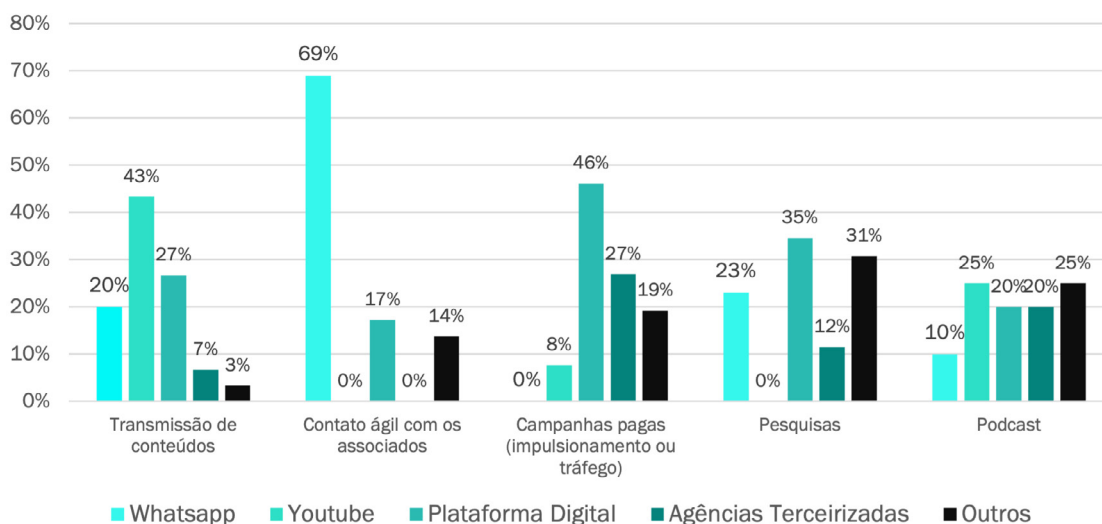


Gráfico 30: Quais tecnologias ou ferramentas que usam para as atividades listadas:

Porém por mais que muitas se utilizem das mais variadas formas de tecnologias de engajamento de comunidades, fato é que esse ainda não é um item com o qual as associações conseguem se rentabilizar, apenas 13% afirmam que sim.

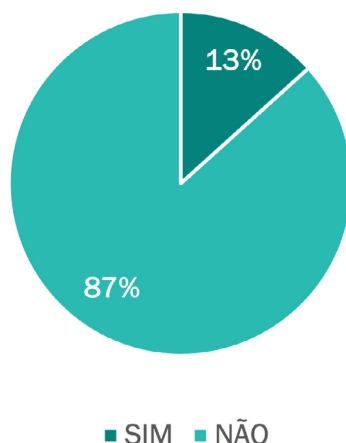


Gráfico 31: A sua entidade consegue se rentabilizar com alguma dessas tecnologias mencionadas acima ?

Além de rentabilizar é importante entender se o conceito de cauda longa vem sendo realmente implementado pelas associações na gestão de seus eventos, não mais permitindo que o último dia signifique efetivamente o fim, mas já se tornando o elo de ligação com o lançamento do próximo mantendo a comunidade engajada.

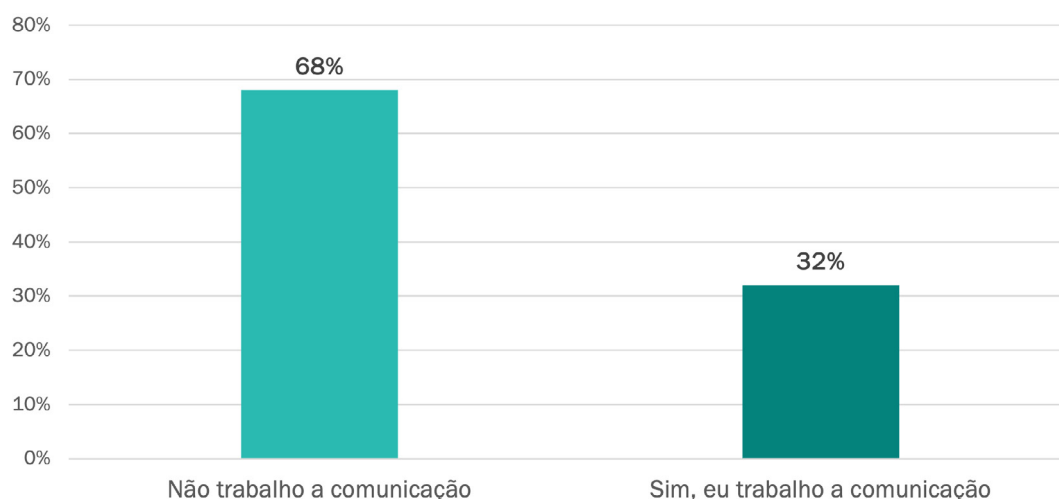


Gráfico 32: Como trabalha a comunicação do seu MAIOR evento no período entre o fim da edição corrente e o início da campanha do próximo, buscando manter a sua comunidade engajada ?

Outro dado que julgamos importante entender é com relação a produção acadêmica e científica nos eventos associativos, diante da multiplicação dos eventos poderíamos estar correndo o risco de ocorrer diminuição diante da maior pulverização, mas 92% das associações respondentes afirmaram que vem aumentando ou pelo menos se mantendo.

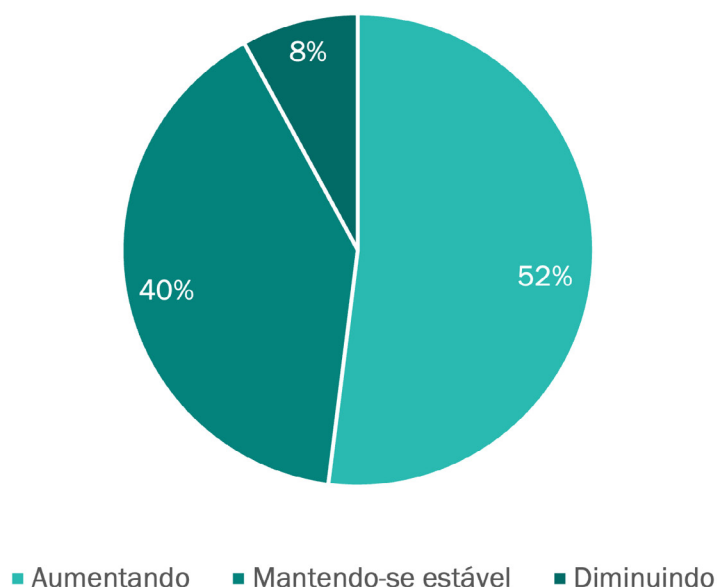


Gráfico 33: O número de trabalhos técnicos ou temas livres (como costuma ser chamado nas entidades médicas) vem ?

>>>> **EVENTO**

Exposição Paralela

Feira de Negócios



94% REALIZAM

Até 1.000 m², **24%**

Acima de 10.000 m², **19%**



NÚMERO DE EXPOSITORES

Menos que 50, **18%**

Entre 51 e 250, **52%**

Acima de 251, **30%**

Aumentou comparado à
última edição, **75%**



VISITANTES

Entre 100 e 2.500, **25%**

Entre 2.501 e 5.000, **19%**

Entre 5.001 e 10.000, **17%**

Acima de 25.000, **24%**



TENDÊNCIAS

Número de expositores aumentar
na edição seguinte, **66%**

Número de visitantes crescer na
edição seguinte, **86%**

Nas entidades associativas costuma-se ter a Exposição Técnica Paralela ou a Feira de Negócios. Costuma-se entender por Exposição aquelas cujo número de estandes e o porte ainda é pequeno.

A venda dos estandes em si também são excelente fonte de receitas conforme vimos no capítulo Financeiro, mas além disso, costuma ser o local de encontro entre empresas fabricantes de produtos, prestadores de serviços, intermediadores de negócios, financiadores, entidades do terceiro setor, entre outros.

E hoje em dia, costuma também ser a forma de aproximação dos eventos com outros públicos-alvo congêneres, pois ao abrirem espaço para a visita acaba convencendo que outros grupos venham, conheçam e possivelmente se interessem e inscrevam-se nas edições seguintes.

Nesse Capítulo a ideia é entendermos o tamanho da Feira / Exposição, número de visitantes e de expositores, sempre comparando com a anterior e projetando a próxima.

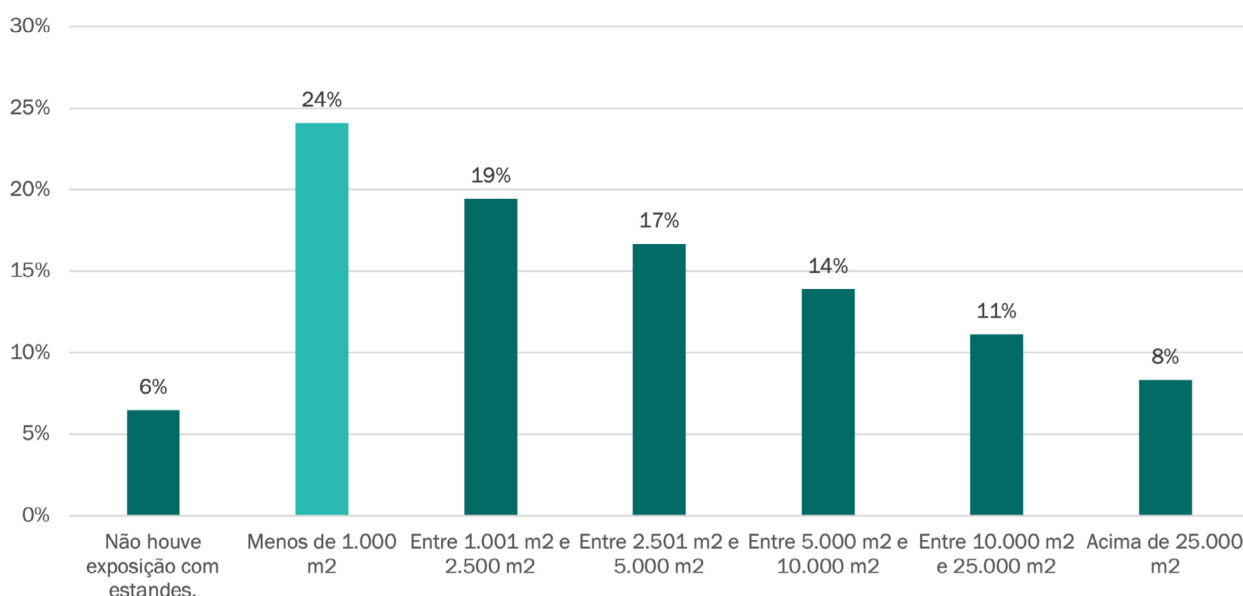


Gráfico 34: Quantos metros quadrados teve a sua última grande Exposição / Feira de Negócios ?

Já tentando entender a dimensão do número de expositores dessas Exposições ou Feiras de Negócios, encontramos os seguintes percentuais:

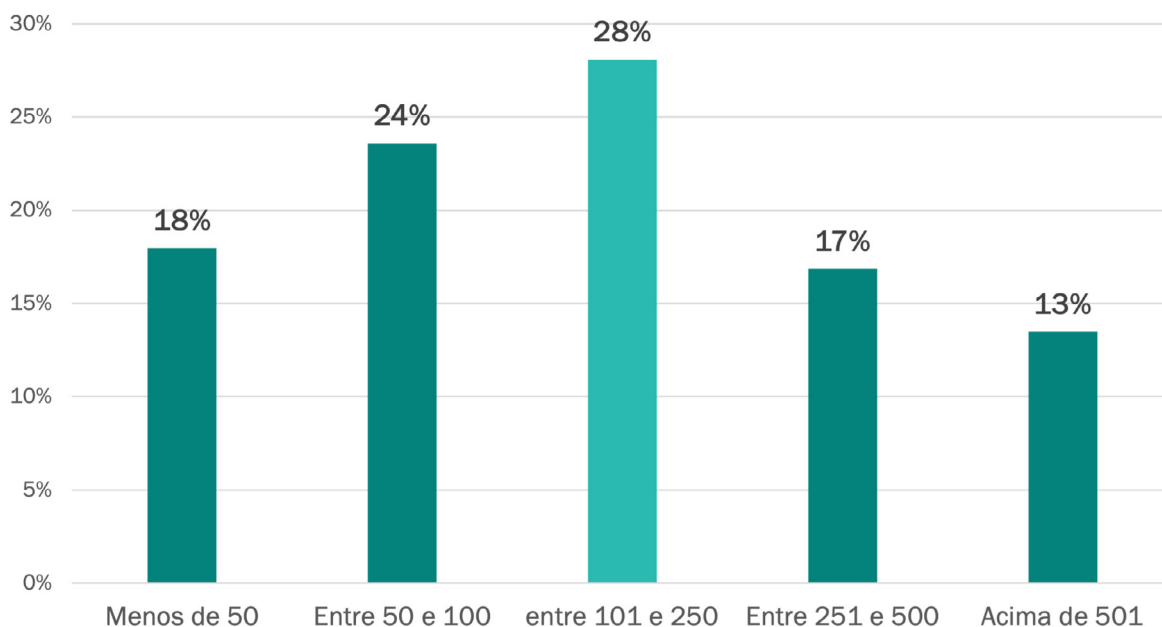


Gráfico 35: Qual a quantidade de expositores em sua grande Exposição ?

Agora fazendo a comparação da edição anterior, 75% das entidades afirmaram que as suas exposições contam com maior número de expositores:

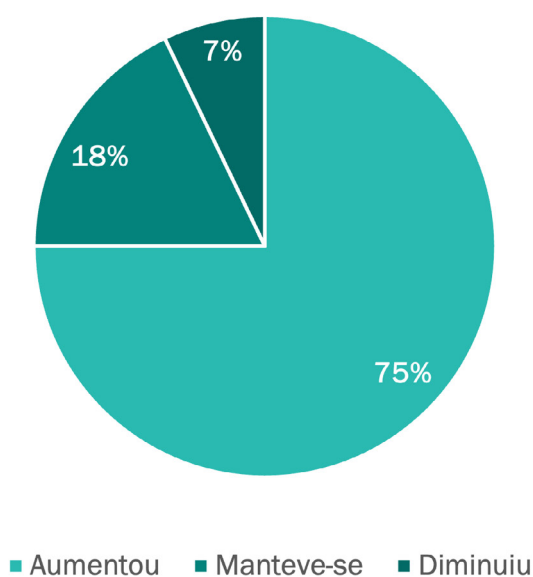


Gráfico 36: Em relação ao número de expositores, como se compara sua última grande exposição em relação à edição anterior ?

Buscando aprofundar o entendimento dessa pergunta, tentamos fazer a comparação do número Pré Pandemia com o Pós-Pandemia, em sua última versão, na pergunta anterior não era possível afirmar que o evento tinha acontecido antes da Pandemia.

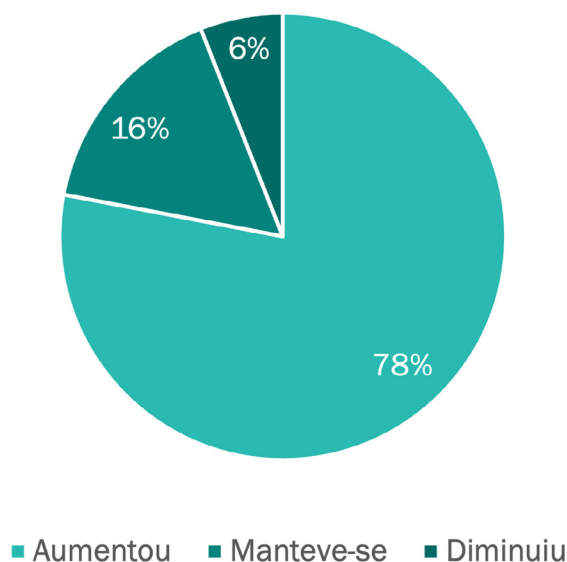


Gráfico 37: E quando compara a sua última grande exposição realizada PÓS-Pandemia comparada ao número de expositores que tinha PRÉ-Pandemia ?

Buscando obter a projeção da próxima grande exposição, a expectativa é positiva:

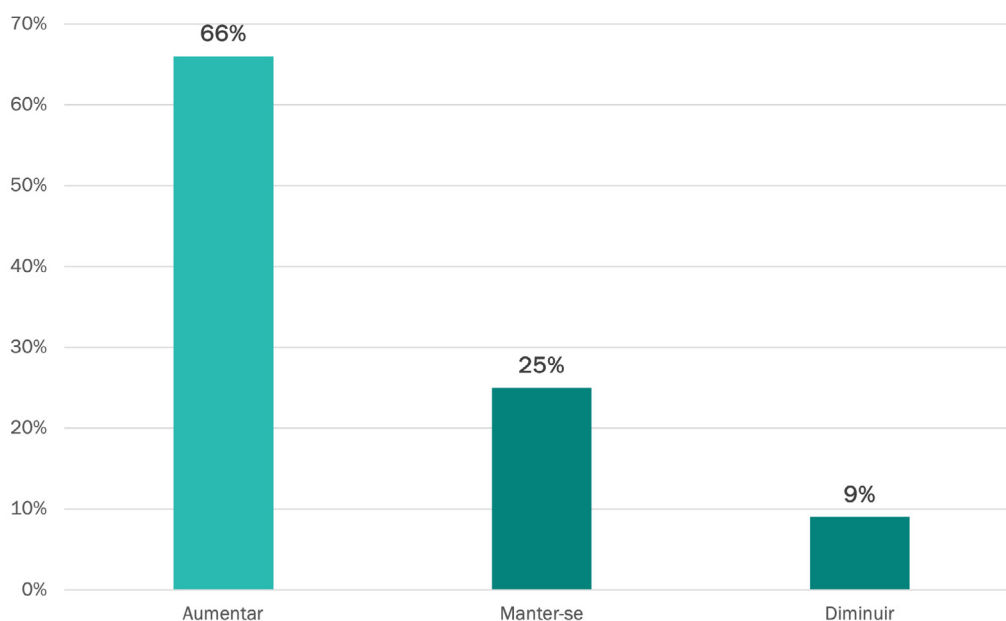


Gráfico 38: E a projeção para o número de expositores em sua próxima Grande Exposição é ?

Essas tendências de crescimento também se confirmam quanto ao número de visitantes da última Grande Exposição e idem quando pedimos que comparassem com a última Grande Exposição e já projetando a próxima.

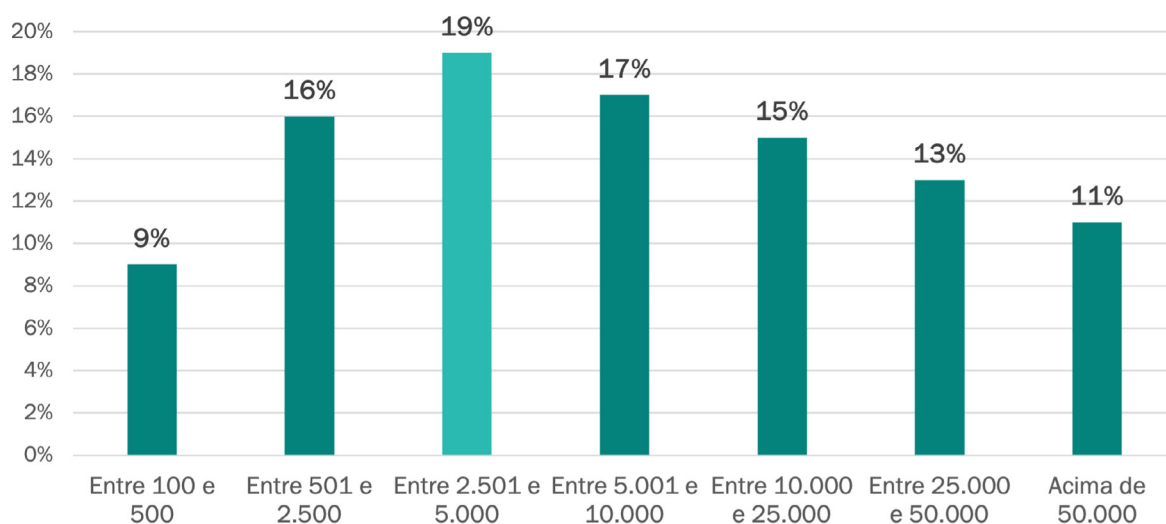


Gráfico 39: Qual o número de visitantes em sua última grande Exposição ou Feira ?

Todos os indicadores das exposições e feiras são positivos, o mesmo acontece quando questionamos os números de visitantes entre as duas últimas edições.

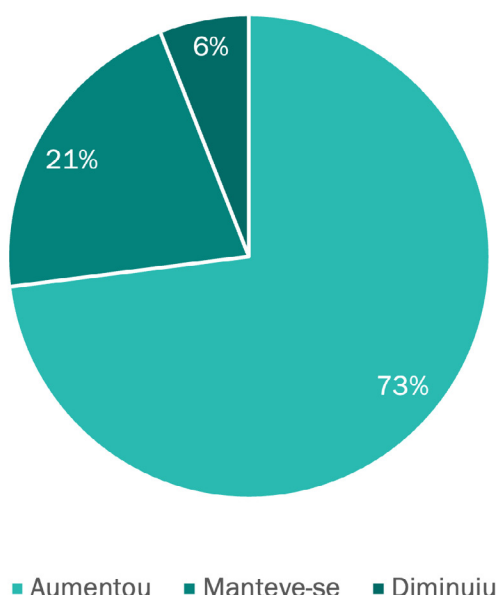


Gráfico 40: Em relação ao número de visitantes da última edição de sua exposição, como se compara a penúltima?

E ainda, a projeção para a próxima edição também é de aumento de visitantes, 97% das entidades afirmam que crescerá ou pelo menos se manterá.

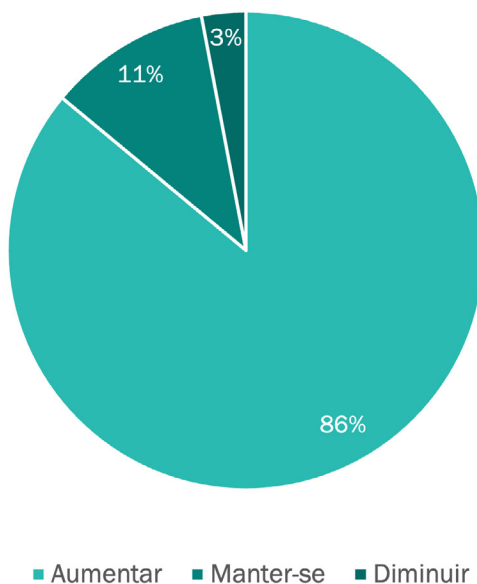


Gráfico 41: Qual a projeção de visitantes para a próxima edição desse mesmo evento ?

>>>> **EVENTO**

Terceirizações



A terceirização completa da organização passa a prevalecer seguida por Departamento de Eventos Internos.



AGÊNCIAS DE VIAGENS

Representa uma ampla diminuição comparado à primeira edição, apenas **24%** dos respondentes mencionaram terceirizar.



SATISFAÇÃO

Terceirização completa dos eventos é o item melhor avaliado.

Item melhor avaliado nas empresas organizadoras é a **Gestão**.

Esse é um tópico muito curioso dessa pesquisa, a Pandemia provocou modificações nas estruturas das entidades associativas. O mesmo ocorreu com todo mercado tanto de organização quanto de viagens, que antigamente correspondiam aos itens que mais eram terceirizados. Pudemos constatar que a terceirização completa dos eventos passa a ser o item com maior volume de respostas, chama a atenção o crescimento do Departamento de Eventos Interno e a não terceirização de nenhum serviço, que juntas passam a corresponder 19%.

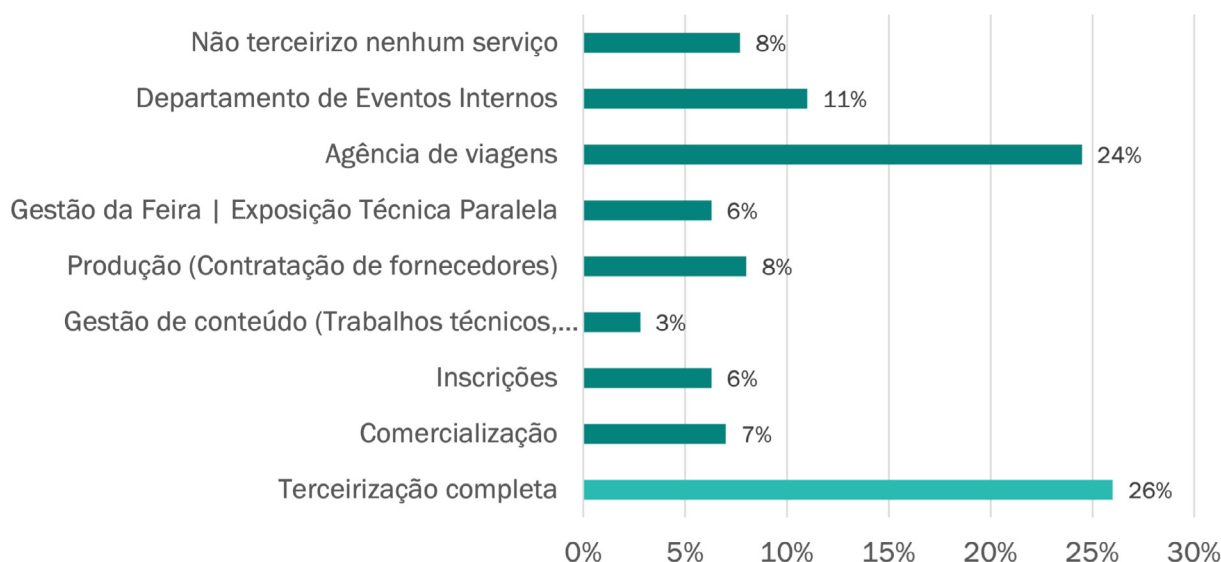


Gráfico 42: Qual(is) do(s) seguinte(s) serviço(s) a sua entidade terceira em seus eventos ?

Já no gráfico abaixo, apresentamos o nível de satisfação com as terceirizações feitas:

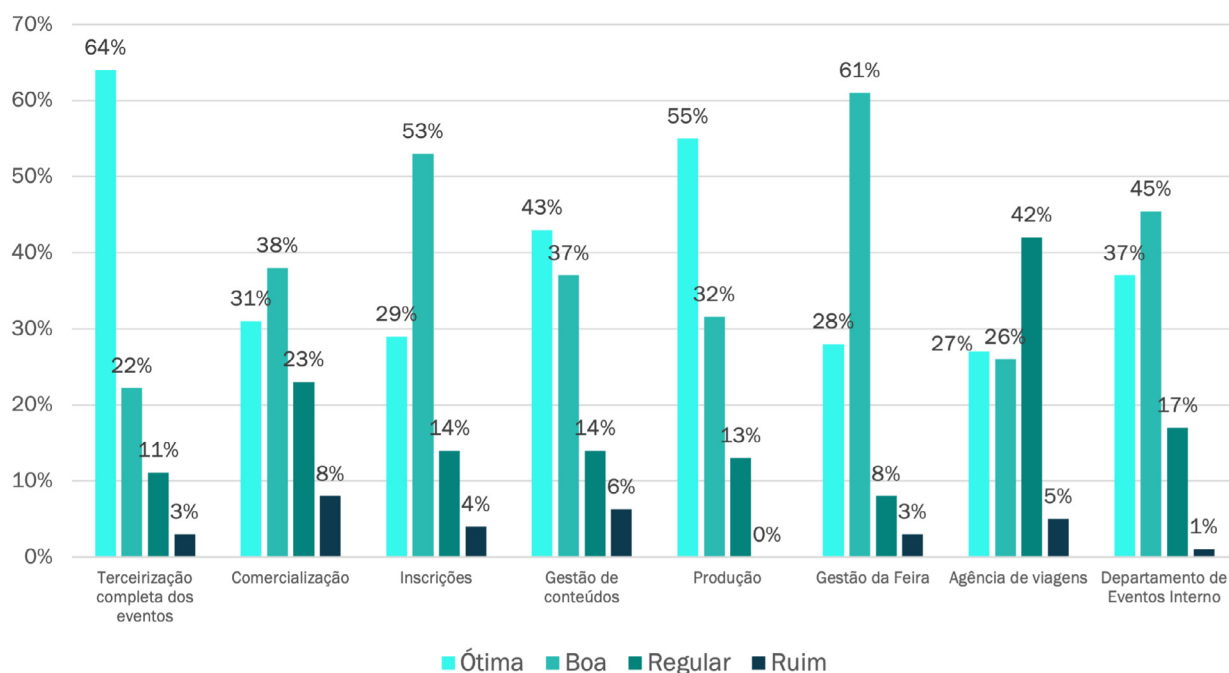


Gráfico 43: Qual sua avaliação dos serviços terceirizados que costuma contratar ?

Diante da gama dos possíveis serviços prestados pelos organizadores de eventos, questionamos quais os tipos de eventos que costumam terceirizar. 32% das entidades afirmaram terceirizar todos os seus eventos, seguido de “apenas os eventos nacionais” que atingiu 29% das respostas.

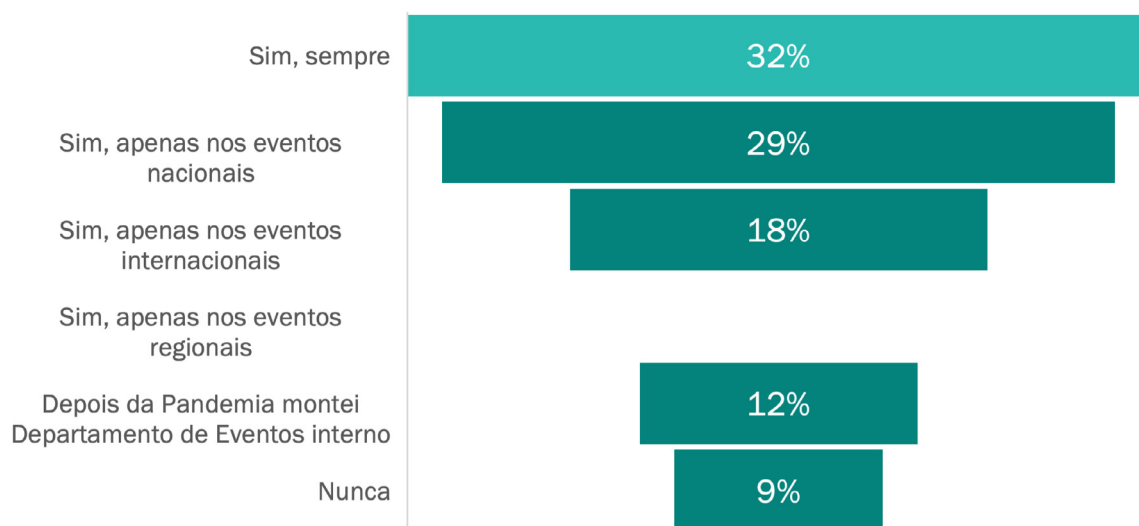


Gráfico 44: Seus eventos são executados por organizadores contratados para este fim ?

Pedimos então que as entidades associativas avaliassem alguns tópicos dos serviços prestados pelas empresas organizadoras, dentre eventos: Criação, Inovação, Gestão, Comercialização, Negociação e gestão dos fornecedores, Resultado Financeiro e o Valor cobrado pela prestação do serviço.

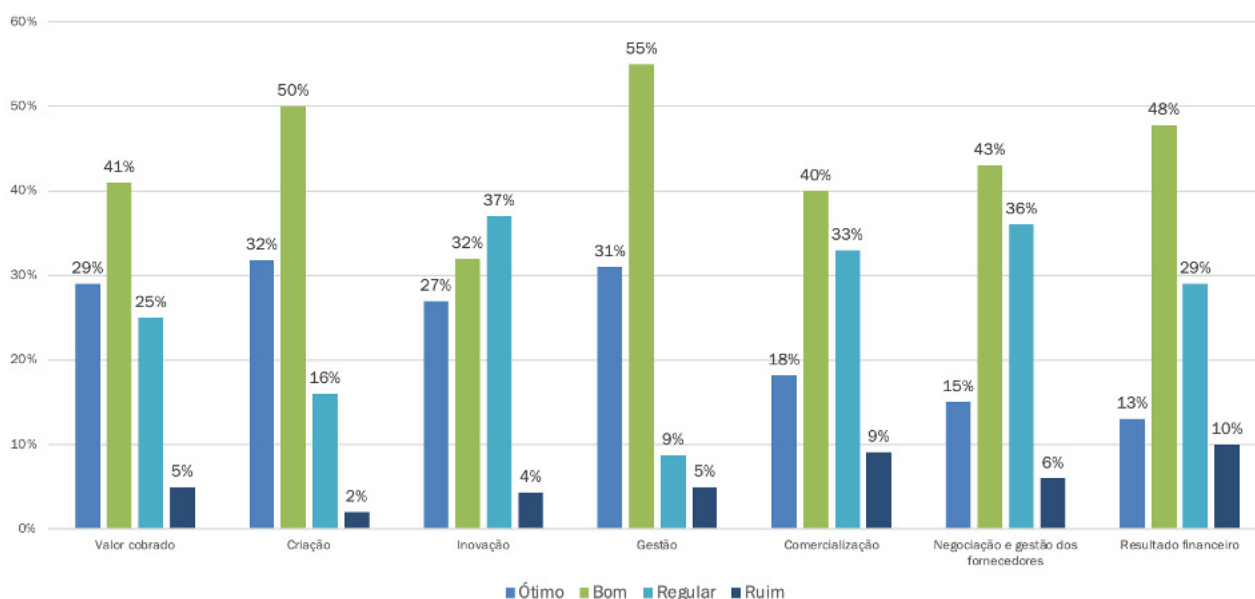


Gráfico 45: Como avalia as empresas organizadoras de eventos com quem já trabalhou ?

Estamos caminhando para o fim desse tópico, mas antes é relevante entender como as associações escolhem as empresas organizadoras ou os prestadores de serviços com quem pretendem trabalhar.

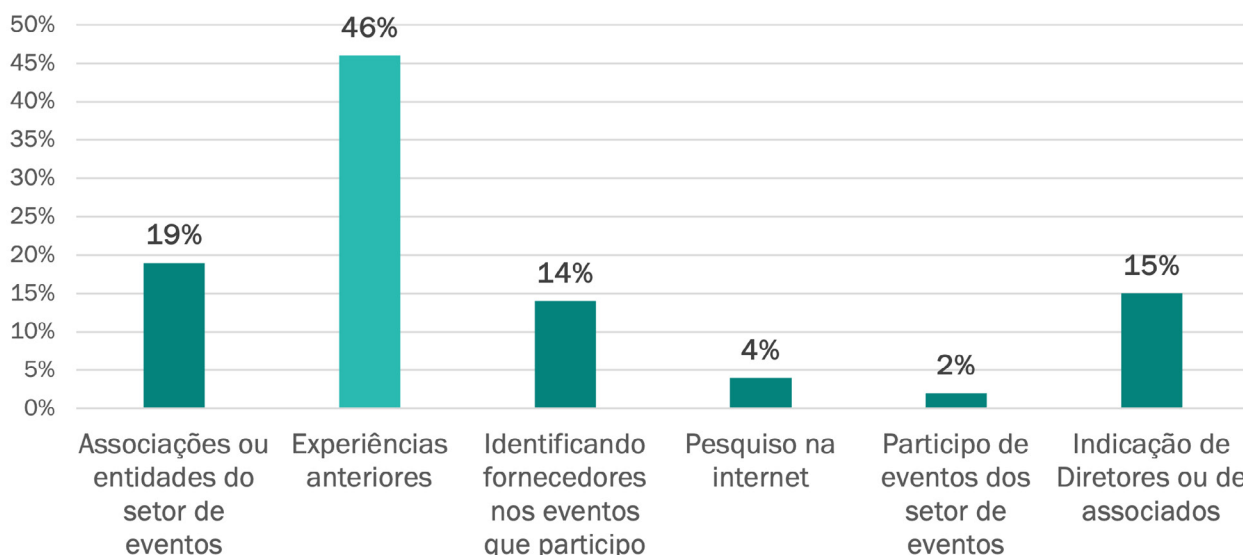


Gráfico 46: Como escolhe a empresa organizadora e os prestadores de serviços de seu evento ?

Boa parte dos eventos associativos é itinerante, passa pelos mais variados estados do Brasil e ao levarem os participantes, palestrantes e expositores movimentam todo setor hoteleiro do local. Costumam ser realizados em período de baixa temporada e por isso desempenham papel fundamental na manutenção da ocupação em taxas em viabilizem os empreendimentos turísticos.

Questionamos o número de pernoites gerados pelas entidades ao longo de todo ano de 2023 e a importância desse tipo de eventos é comprovado no gráfico abaixo.

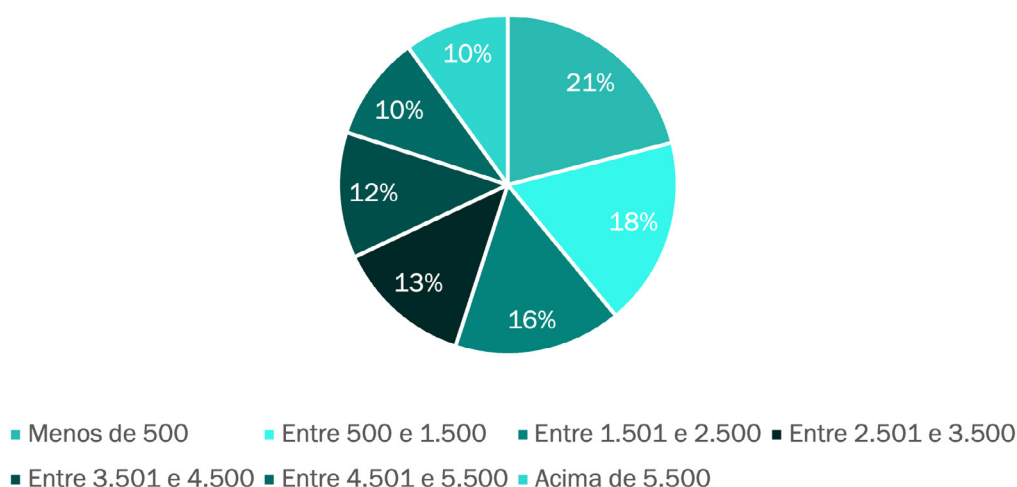


Gráfico 47: Qual a quantidade de pernoites (noites que os palestrantes, comissões, inscritos e expositores passam em hotéis ou outros meios de hospedagens) geradas por seus eventos em 2023 ?

De todo modo, os hotéis de 4 e 3 estrelas representam os mais utilizados, seguido por Resorts e hotéis de luxo.

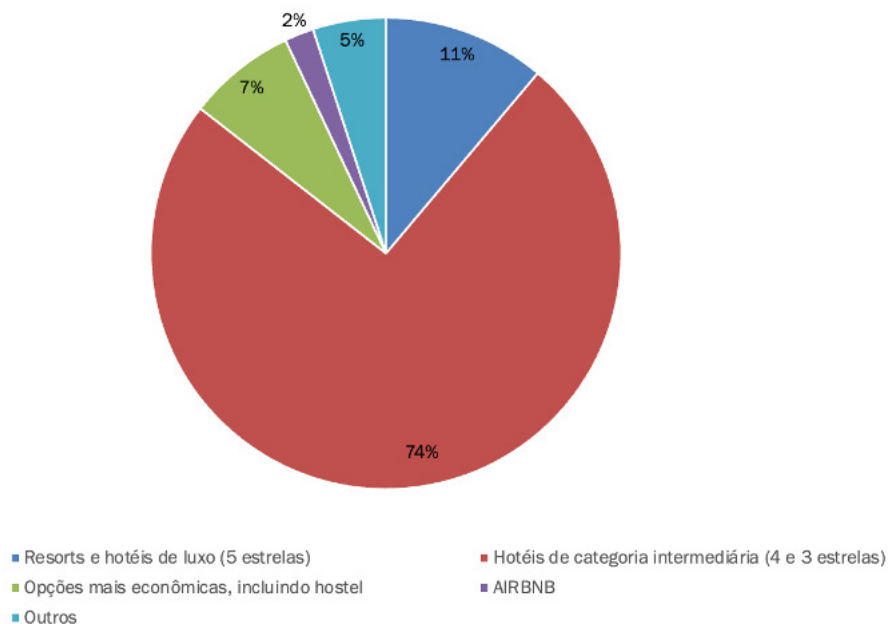


Gráfico 48: Que tipo de instalação os palestrantes e participantes utilizam nos eventos que promovem ?

Já a forma mais utilizada para fazer a venda dos apartamentos continua sendo via agência oficial de viagens.

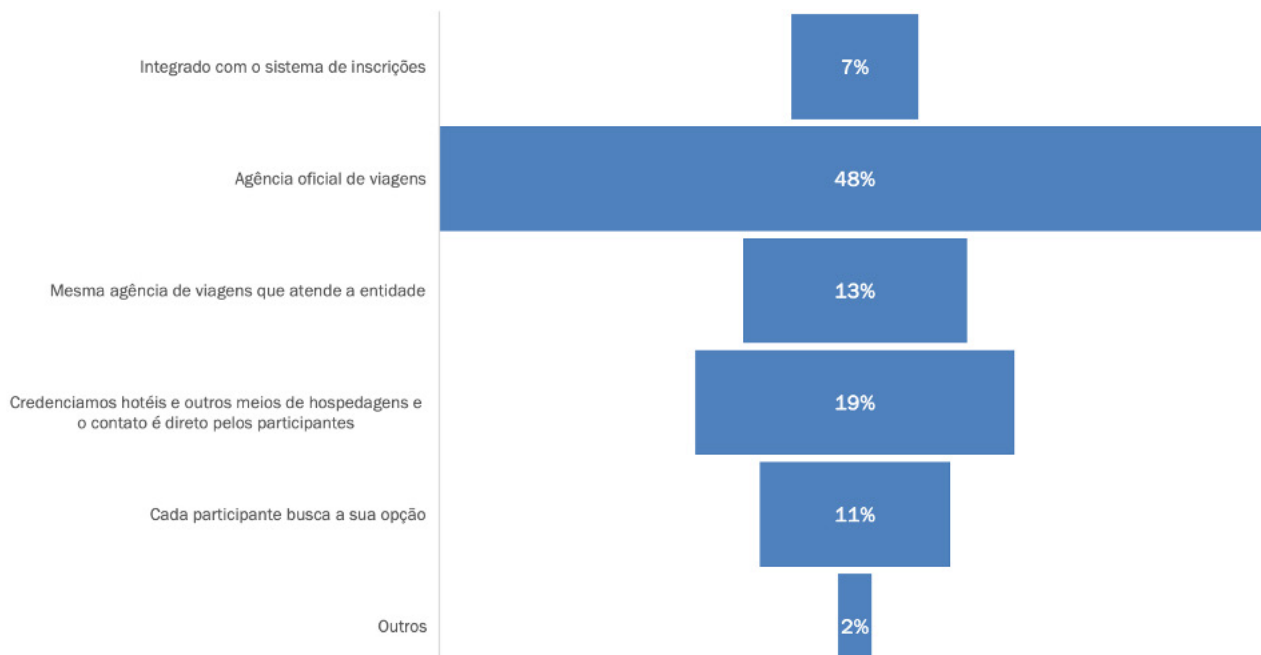


Gráfico 49: Como são efetuadas as reservas de hotéis para os participantes ?

>>>> **EVENTO**

Destinos



53% das entidades continuam realizando seus eventos de forma itinerantes, porém **12%** já considera passar para Sede Fixa.



São Paulo é a cidade brasileira mais mencionada como destino da próxima edição dos maiores eventos.



17% das entidades realizaram eventos fora do Brasil nos últimos 5 anos.



51% das entidades informam que os destinos são escolhidos pela Diretoria Nacional.



43% das entidades escolhem o destino que dispõe de espaço e rede hoteleira compatível, enquanto **26%** decidem mediante cortesia do Centro de Convenções ou garantia de aporte do Governo Estadual ou Municipal.

Diante do crescimento informado nos gráficos anteriores e a importância desse tipo de evento por onde passam, questionamos se costumam ser realizados em Sede Fixa ou se são itinerantes.

Os eventos itinerantes continuam a prevalecer, porém os eventos com sede fixa já representam 47% e isso pode estar relacionado a disponibilidade de espaço para realização, o destino ser relevante para o mercado / setor representado ou por fim que exige menor deslocamento do público para participar.

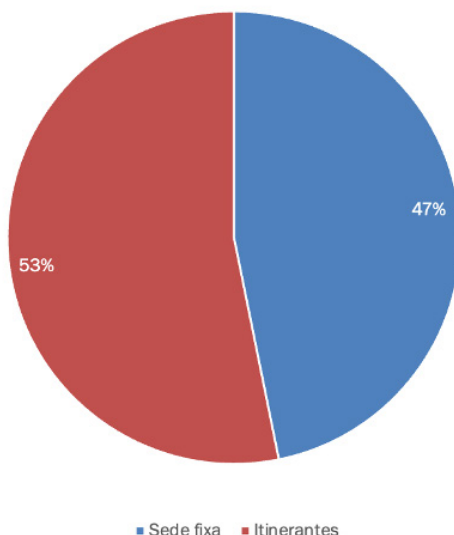


Gráfico 50: Os principais eventos de sua entidade são itinerantes ou têm sede fixa ?

E dentre as entidades que realizam seus eventos de forma itinerante, 88% afirmam que manterão a itinerância nos próximos 5 anos.

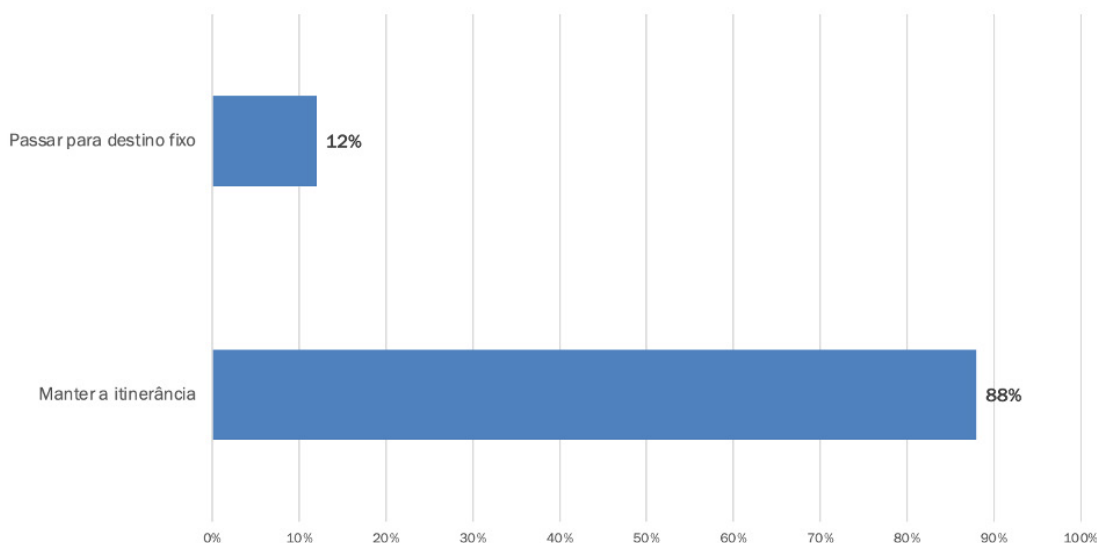


Gráfico 51: Considerando o horizonte de 5 anos, a tendência de sua entidade é manter a itinerância ou planeja passar a trabalhar com destino fixo ?

Os destinos brasileiros estão cada vez mais capacitados para receber os eventos associativos, questionamos onde está agendada a próxima edição e onde foram realizadas as últimas 3. Mencionamos abaixo apenas as 4 respostas que apareceram com maior intensidade.

PRÓXIMA EDIÇÃO	ÚLTIMA EDIÇÃO	PENÚLTIMA EDIÇÃO	ANTEPENÚLTIMA EDIÇÃO
São Paulo	São Paulo	São Paulo	São Paulo
Rio de Janeiro	Campinas	Belo Horizonte	Foz do Iguaçu
Brasília	Belo Horizonte	Florianópolis	Salvador
Campinas	Rio de Janeiro	Brasília	Porto Alegre

Gráfico 52: Favor citar os últimos 3 destinos onde foram realizados seus últimos eventos e onde serão os próximos definidos?

Ampliando o horizonte da pergunta, questionamos quais os destinos nacionais que estão sendo considerados nos eventos futuros.

POSIÇÃO	DESTINO
1	SÃO PAULO
2	BRASÍLIA
3	RIO DE JANEIRO
4	FORTALEZA
5	BELO HORIZONTE
6	CAMPINAS
7	CUIABÁ
8	PORTO ALEGRE
9	SALVADOR
10	BALNEÁRIO CAMBORIU

Gráfico 53: Quais os destinos nacionais estão sendo considerados para um futuro evento ?

Outro dado interessante é que 17% das entidades que responderam essa Pesquisa afirmam que realizaram eventos fora do País.

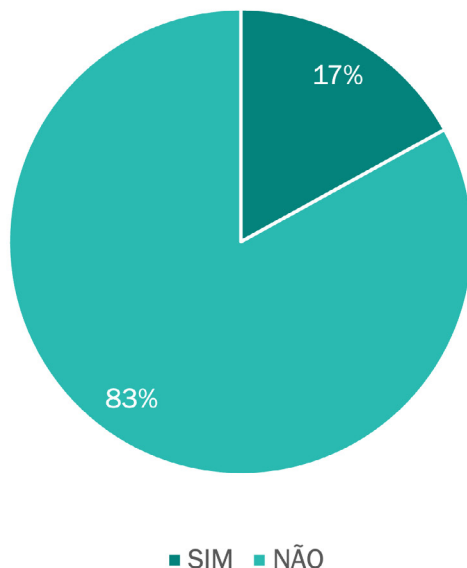


Gráfico 54: Nos últimos 5 anos, a sua entidade já realizou algum evento fora do Brasil ?

Listamos abaixo os destinos internacionais que estão sendo considerados para futuro evento.

POSICÃO	DESTINO
1	MIAMI
2	BUENOS AIRES
3	PARIS
4	TORONTO
5	MADRID

Gráfico 55: Quais os destinos internacionais estão sendo considerados para um futuro evento ?

Nesse cenário Pós-Pandemia, será que a forma de decidir o local de realização da cidade sede do próximo grande evento continua sendo a mesma ?

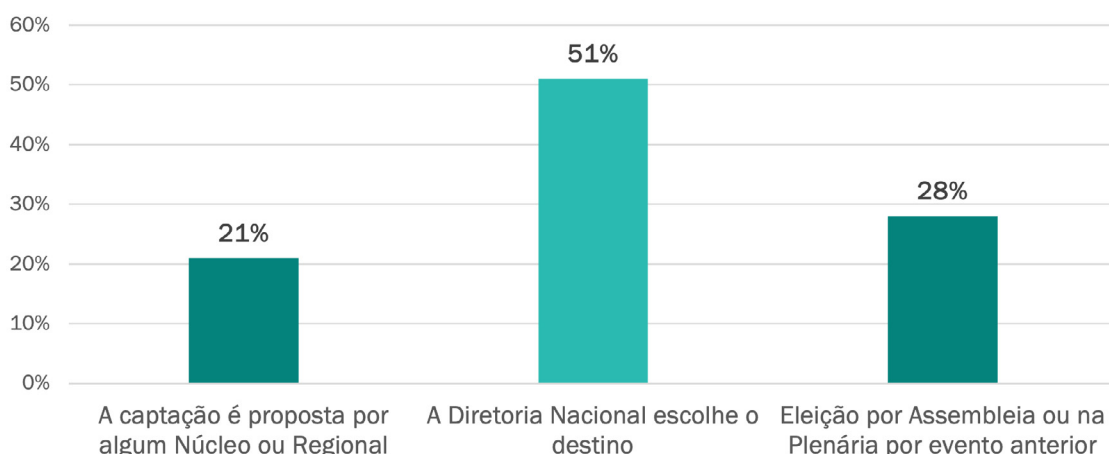


Gráfico 56: Como acontece a seleção do destino das próximas edições de seus eventos ?

Até anos anteriores a decisão do destino da próxima edição do evento era mais colegiada, portanto tomada em Assembleia em edição anterior. Há um novo comportamento que passa a prevalecer, as diretorias nacionais é que estão decidindo, o que pode significar tirar a subjetividade do calor da decisão imediata, fruto da manifestação durante atividade plenária e confirmar o destino mediante a comprovação da existência da estrutura, da articulação local, de aportes necessários e até mesmo da certeza que patrocinadores e expositores também por lá estarão.

Interessante notar que a disposição da estrutura de espaço e da rede hoteleira e a conexão do destino com os tópicos do evento continuam sendo as principais razões das escolhas feitas, ainda não é determinante a garantia de aporte ou o comprometimento com recursos do Governo Local, apesar de identificarmos porcentual em rápido crescimento.

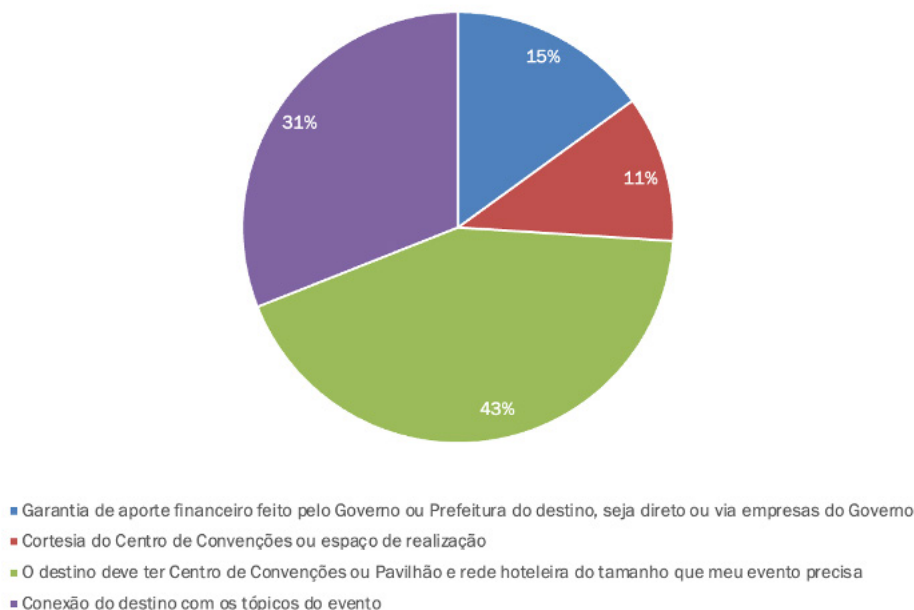


Gráfico 57: Quais são os critérios que sua entidade utiliza para escolher o destino das próximas edições ?

Para que a escolha do destino garanta a isonomia no tratamento dos candidatos, é importante que as entidades disponham do Manual de Candidatura, que é o conjunto de regras que o destino interessado precisa comprovar ou oferecer para se tornar sede do evento. Apenas 26% afirmam que dispõe e 4% informam que estão construindo.

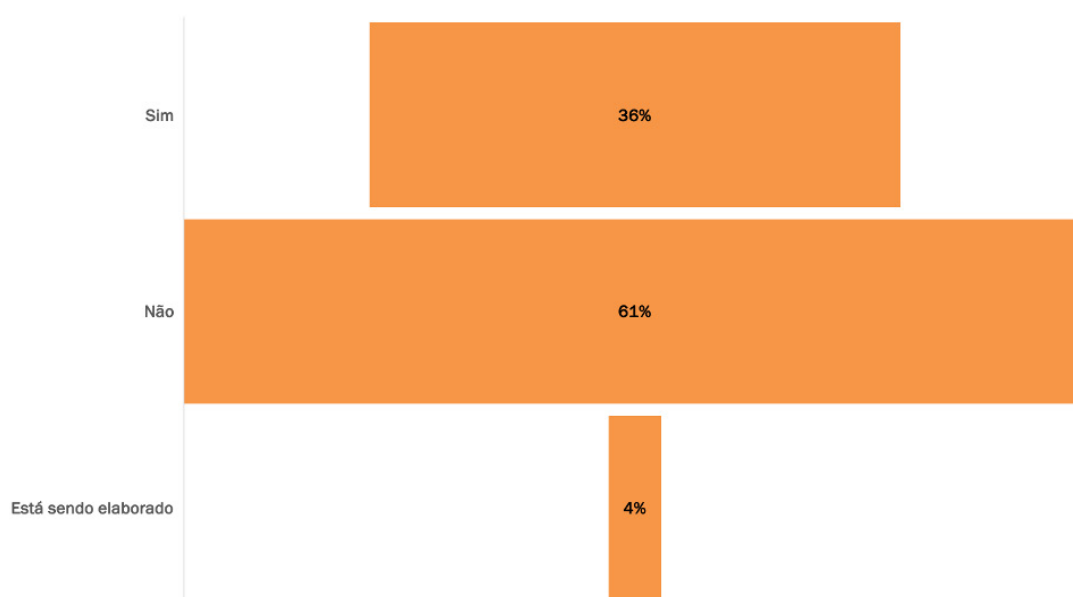


Gráfico 58: A sua entidade dispõe de política de captação de eventos ? Conjunto de regras que o destino interessado precisa comprovar ou oferecer para se candidatar e/ou se tornar sede do evento ?

De todo modo, 71% das entidades afirmam que as candidaturas continuam sendo presenciais, portanto o rito anterior deve ser seguido, iniciando pelo Bidding Book, apresentação pela Diretoria, porém a decisão já não é mais tomada na hora, acontece após a Visita Técnica quando ocorrem as comprovações que o destino está apto para receber o evento.

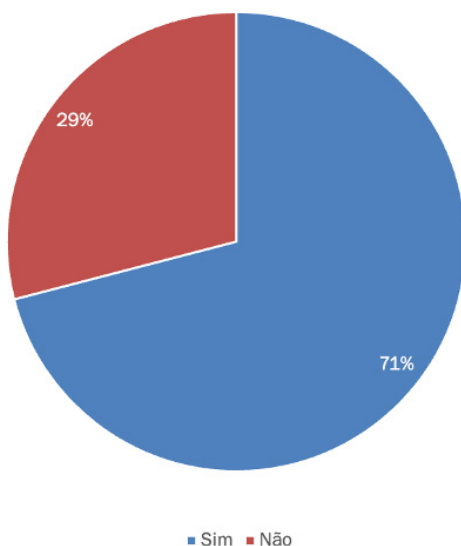


Gráfico 59: As defesas das candidaturas continuam sendo presenciais ?

Sabemos que o compliance é um grande desafio das entidades médicas, de todo modo, 81% afirmam que é bom o destino ser considerado turístico enquanto 19% afirmam que é um problema.

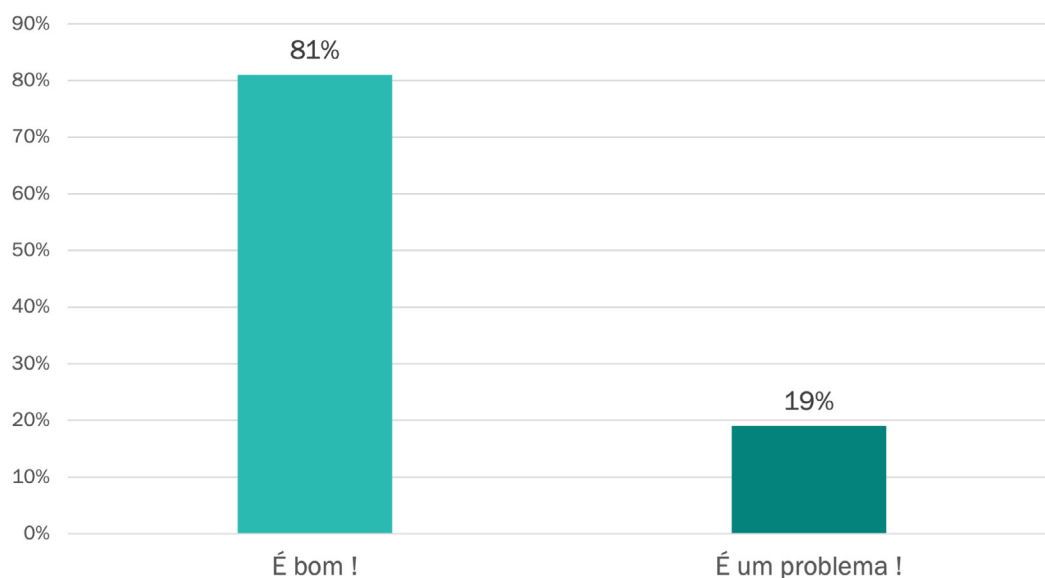


Gráfico 60: Sendo o destino considerado turístico, isso é um problema (por questões de compliance) ou é bom por atrair mais participantes ?

Perguntamos se as entidades estão trabalhando a captação de eventos mundiais ao Brasil, sejam os grandes eventos ou até mesmo os temáticos.

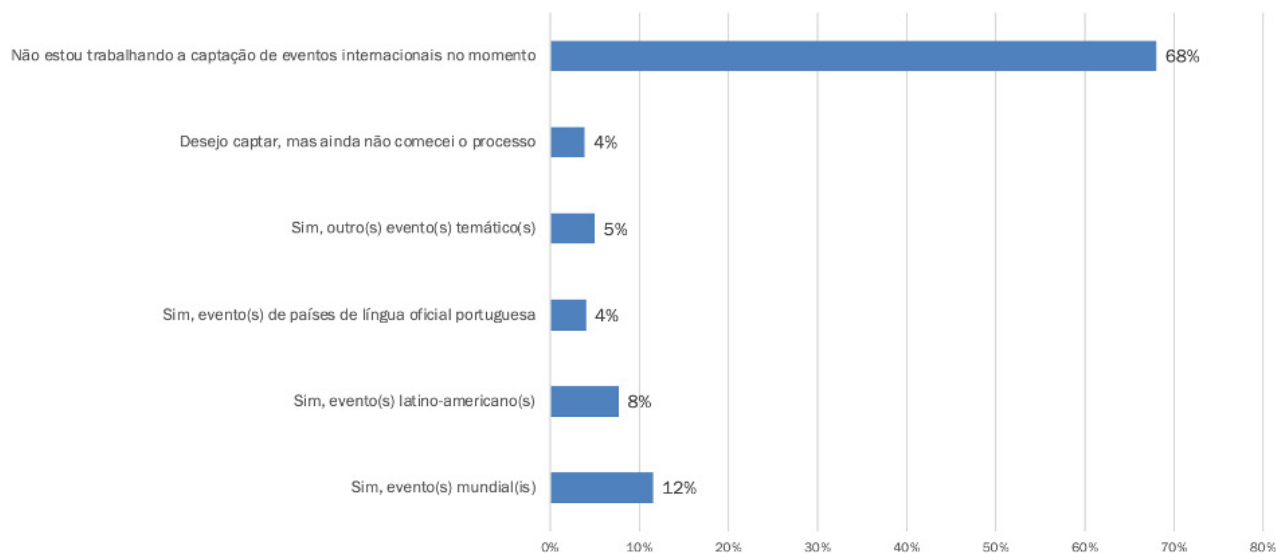


Gráfico 61: Neste momento, sua entidade está trabalhando na captação de evento(s) internacional(is) para o Brasil ?

A cadeia produtiva do setor de eventos emprega bom número de pessoas. Entender a dimensão do volume de contratação é o tópico de nossa penúltima pergunta dessa Edição da Pesquisa e 57% afirmaram que foram mais de 100 pessoas.

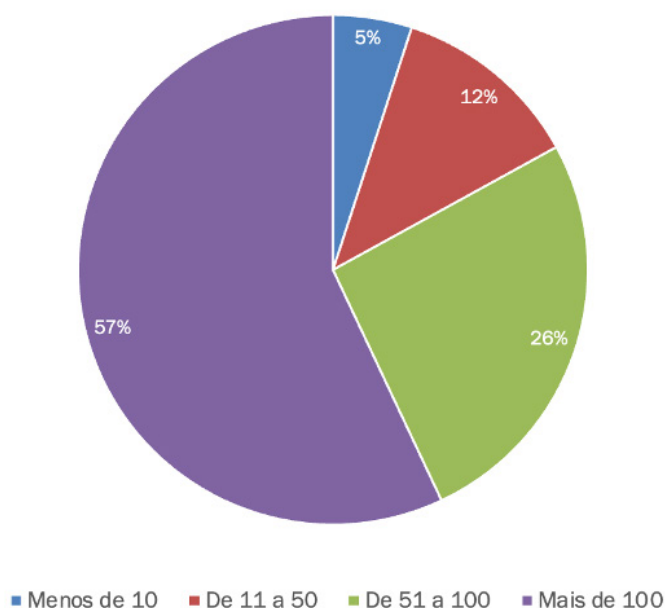


Gráfico 62: Quantos empregos fixos ou temporários foram gerados a partir dos eventos promovidos pela sua entidade?

Para finalizar, apresentamos no quadro abaixo os tipos de eventos das entidades que responderam a nossa Pesquisa e ainda o tema de atuação, vejam que dessa vez conseguimos boa representatividade de diversos grupos, o que tornou os dados ainda mais ricos e completos.

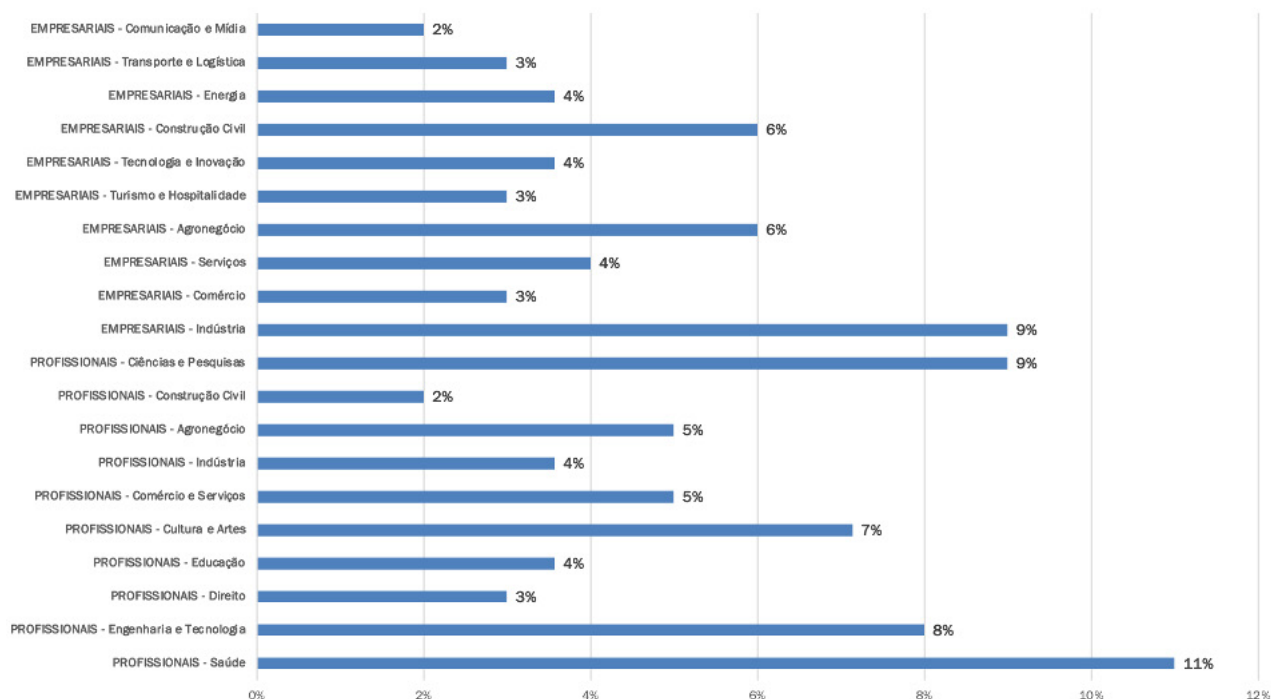


Gráfico 63: Qual setor/segmento a sua entidade representa?

PROMOÇÃO:



@eventosassociativos



@portaleventosoficial

CO-PROMOÇÃO:



União Nacional de CVBs e Entidades de Destinos

@brasilunedestinos



PARCERIA:



@embraturoficial

PATROCÍNIO:



nobox.live



@proalto.oficial

APOIO:



APOIO DESTINOS:

