

TURISMO NA ORDEM DO DIA

# Nova fase para o mercado de eventos no Brasil

FÁTIMA FACURI - PRESIDENTE DA ABEOC BRASIL

# ABEOC BRASIL

A ABEOC Brasil é uma entidade sem fins lucrativos que representa as empresas organizadoras de eventos.

Foi fundada em janeiro de 1977 e tem dentre os seus objetivos, o fortalecimento do setor de eventos como gerador de conhecimento, renda e capacitação, como formas de luta e reconhecimento do setor.



# De volta a 2019



**FATIA DO PIB -  
PRODUTO INTERNO** →

Juntos, os setores de cultura, esportes, entretenimento, negócios e turismo representavam 13% do PIB brasileiro.

**ARRECADAÇÃO  
ANUAL** →

R\$ 936 milhões na economia

**GERAÇÃO DE  
EMPREGO E RENDA** →

25 milhões de postos de trabalho diretos e indiretos.

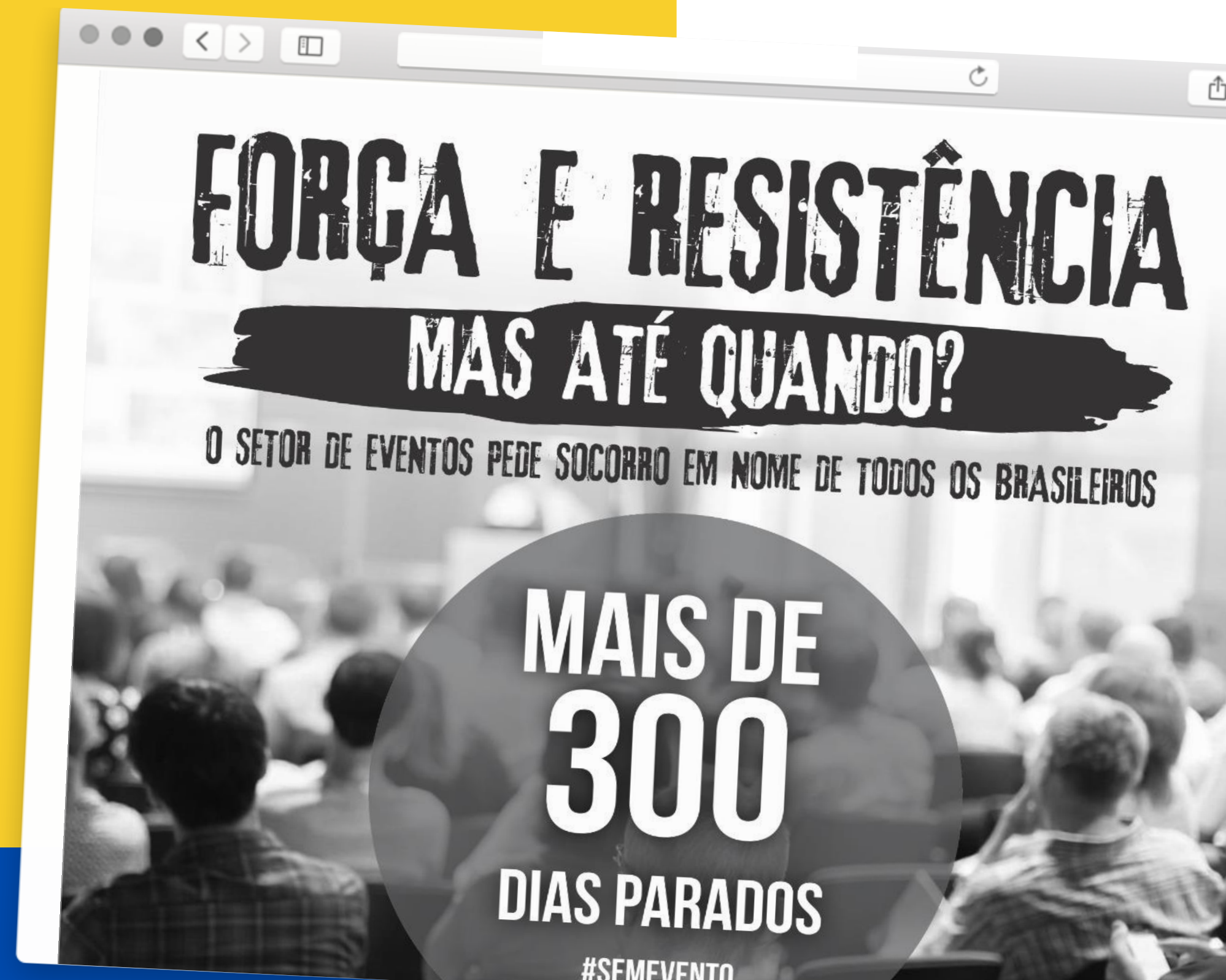
# Março de 2020

- **98% das empresas paralisadas.**
- **Medidas emergenciais de socorro, tributárias e trabalhistas, buscam amenizar os danos econômicos e sociais.**



# Durante um ano e 8 meses

- Associação entre as entidades e criação do G20+ para reivindicações conjuntas .
- Conquista de adiamento de pagamento de impostos e crédito especial para pequenos e médios empresários.
- Resguardo do setor em relação ao reembolso de adiantamentos ou cancelamentos.
- Medidas trabalhistas.
- Participação ativa na mobilização em prol do PERSE.
- Cartas, ofícios e documentos de autoria solo ou em conjunto foram enviadas às autoridades.
- Realização de pesquisas que possibilitaram avaliar novas estratégias e levar a público a gravidade da crise.
- Protocolo sanitário.

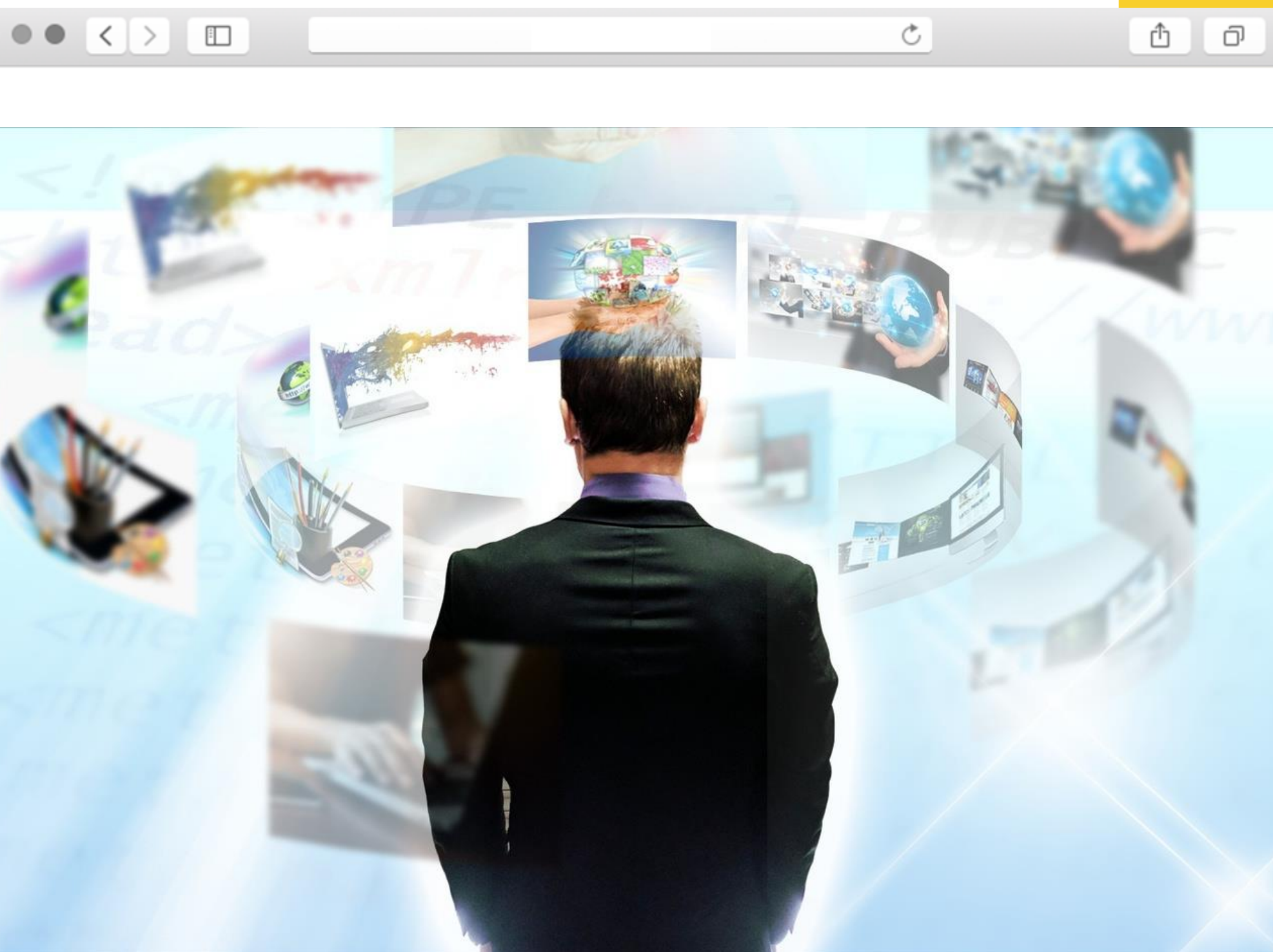


# Nova fase dos eventos



# Integração de dados

A pandemia nos mostrou a necessidade de investirmos, urgentemente em ferramentas para coletar dados dos participantes com a intenção de expandir as estratégias que trazem aproximação entre a marca e quem está participando do evento, mas também, propiciar segurança sanitária através da gestão eficiente dessas informações.





# Equilíbrio entre o presencial e o on-line

O presencial nunca se mostrou tão urgente para as relações humanas. Obviamente, isso inclui negócios, fixação de marcas, capacitação, experiências. Mas, o virtual mostrou o seu valor e o quanto pode enriquecer os eventos.

Cabe às empresas encontrar o equilíbrio entre essas duas vias, para que coabitem harmoniosamente.

**A coexistência é possível e enriquecedora.**





# Sustentabilidade mais do que nunca



O tema ganhou força com a retomada. Os consumidores estão cada vez mais conscientes de suas responsabilidades em relação ao meio ambiente e, claro, também exigentes. E a realidade da pandemia requer projetos que se adequem aos protocolos sanitários e sejam economicamente eficientes.

Além disso, marcas estão se engajando ao conceito de sustentabilidade e os eventos têm que acompanhar no mesmo passo. Práticas conscientes impactarão os negócios de forma positiva.

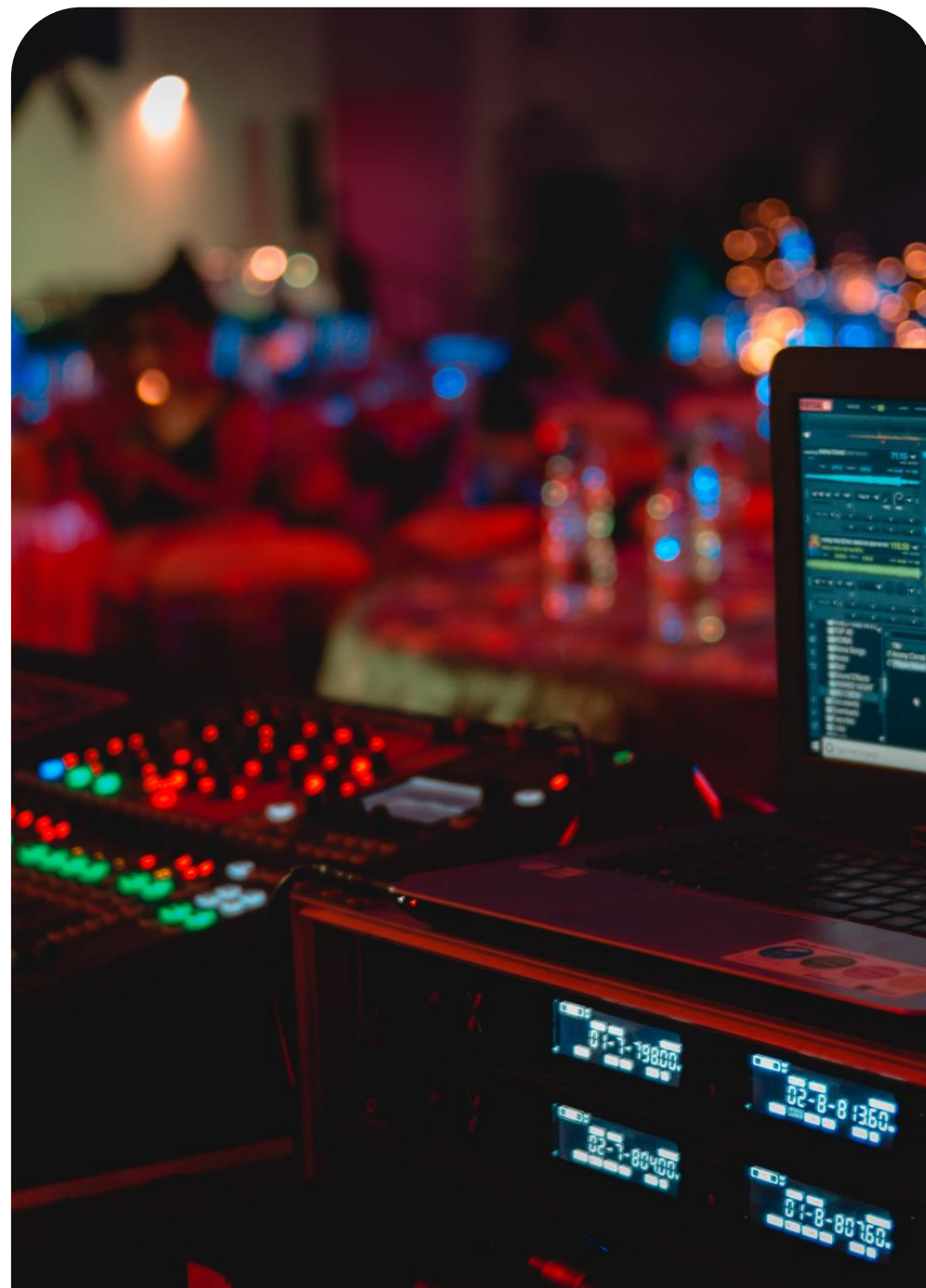
# Um novo modo de gerenciar

A união da cadeia, obtida ao longo da pandemia, e que reuniu organizadores, montagem, cenografia, promotores, pavilhões, fornecedores, etc. não pode ser deixada de lado.

Se não houver uma atuação integrada destes segmentos, se um destes elos estiver fora de sintonia, todo o evento será prejudicado.

**“De forma geral, pessoas não são projetadas para se isolarem umas das outras. Não é evolucionário e não é como fomos programados.”**

Chirs Ferguson, professor de Psicologia da Stetson University



**Muito obrigada!**



**ABEOC BRASIL**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE EVENTOS

*abeoc.org.br*



*@abeocbrasil*