RUFANDO BOMB NEWS Notícias sem rodeios

Quarta-Feira, 11 de Novembro de 2026

A importância de grandes eventos para o turismo: como o Rock in Rio impulsiona o setor

RAISSA ANBO

Raissa Anbo

Eventos de grande porte, como o Rock in Rio, são verdadeiros motores para o turismo, com o poder de transformar cidades em epicentros globais de cultura, música e negócios. O Rio de Janeiro, que atualmente sedia o icônico festival de música, está vivendo mais uma edição que movimenta a economia local, atrai turistas de várias partes do mundo e coloca em evidência o potencial do turismo associado a grandes eventos.

Este artigo tem como objetivo explorar a importância de grandes eventos para o alavancamento do turismo e destacar como as empresas do setor podem, e devem, aproveitar essas oportunidades para impulsionar seus negócios. Mais do que uma questão de fluxo de turistas, eventos como o Rock in Rio criam um efeito cascata de oportunidades e impacto econômico que se estendem por diversas indústrias, desde a hotelaria e a gastronomia até o transporte e o comércio local.

O impacto econômico de grandes eventos no turismo

O Rock in Rio, um dos maiores festivais de música do mundo, é um exemplo claro do quanto um evento pode transformar o turismo de uma cidade. Em suas edições anteriores, o festival já injetou bilhões na economia do Rio de Janeiro. Segundo dados da Riotur, a edição de 2019, por exemplo, gerou um impacto econômico de cerca de R$ 1,7 bilhão na cidade. Este número expressivo se reflete na ocupação hoteleira, que chega a 90% durante o evento, e em um aumento significativo no consumo em restaurantes, bares, transporte e lojas.

Grandes eventos têm o poder de atrair, não apenas o público local, mas também visitantes internacionais, que ficam na cidade por mais tempo e gastam mais do que os turistas tradicionais. Esses eventos criam um cenário ideal para os negócios locais, gerando empregos temporários e fortalecendo a imagem da cidade como um destino turístico global.

Uma das principais razões para o sucesso de eventos como o Rock in Rio é a fusão entre entretenimento e cultura. Ao longo de sua história, o festival foi além de um evento musical, incorporando arte, gastronomia e tecnologia. Esse tipo de experiência atrai turistas em busca de vivências inesquecíveis, que vão além do show em si.

Como as empresas podem aproveitar

O segredo está em entender o perfil do público que frequenta eventos como o Rock in Rio e criar ofertas que dialoguem diretamente com seus desejos e necessidades. Estratégias de marketing focadas em experiências personalizadas são o caminho certo para atrair esse público, como:

? Hotéis e Pousadas: Além de aumentar a visibilidade durante o evento, os hotéis podem oferecer pacotes especiais que incluam transporte para o festival, serviços exclusivos para os hóspedes e parcerias com restaurantes locais. Construa campanhas assertivas para garantir que a comunicação alcance os turistas antes mesmo de desembarcarem no Rio de Janeiro;

? Agências de Viagem: Aproveitar o momento para criar roteiros que combinem o festival com passeios turísticos. Busque criar pacotes turísticos diferenciados, combinando ingressos para o festival com visitas a locais como: o Cristo Redentor, o Pão de Açúcar, o Museu do Amanhã, a Confeitaria Colombo e aventuras como: Salto de Asa Delta;

? Restaurantes e Bares: Durante o Rock in Rio, o fluxo de pessoas nos arredores do evento aumenta significativamente. Criar menus temáticos ou promoções especiais voltadas para os fãs de música pode ser uma ótima maneira de atrair clientes. Um bom marketing, alinhado com uma presença forte nas redes sociais e parcerias locais, pode fazer toda a diferença;

? Transporte e Mobilidade: A logística e mobilidade urbana são grandes desafios em eventos como o Rock in Rio, devido ao volume de pessoas. No entanto, isso gera oportunidades para empresas de transporte inovarem, oferecendo soluções que melhorem a experiência dos turistas. Aplicativos de carona compartilhada podem proporcionar descontos ou corridas patrocinadas, enquanto serviços de aluguel de bicicletas e patinetes se destacam como alternativas práticas e sustentáveis para o deslocamento.

O papel do marketing e da publicidade

O marketing e a publicidade são fundamentais nesse processo, ajudando a conectar as empresas do setor com o fluxo elevado de visitantes que a cidade recebe. Ao utilizar estratégias de marketing bem direcionadas, as empresas podem, não apenas aumentar sua visibilidade durante o evento, mas também criar uma conexão duradoura com os turistas, convertendo-os em clientes recorrentes.

Uma das formas é por meio de campanhas publicitárias que dialoguem diretamente com o público do evento. Hotéis, agências de viagem e restaurantes, por exemplo, podem criar promoções exclusivas, pacotes de serviços e ofertas personalizadas para eles. Ao adaptar suas mensagens de marketing e canais de comunicação para alcançar essas pessoas — que estão em busca de experiências inesquecíveis — as empresas conseguem se destacar em um mercado altamente competitivo. Parcerias com influenciadores e anúncios segmentados nas redes sociais são ferramentas poderosas para alcançar turistas ainda durante o planejamento de suas viagens.

Além disso, o marketing durante grandes eventos é uma excelente forma de fortalecer o reconhecimento da marca. Ao associar a imagem do seu negócio a um evento globalmente conhecido, como o Rock in Rio, a empresa passa a ser vista como parte de uma experiência única. Isso cria uma conexão emocional com os consumidores, que podem ser atraídos para seus serviços através de ações criativas e bem executadas.

Conclusão

Grandes eventos representam uma oportunidade única para o setor de turismo. Eles atraem turistas de todo o mundo, movimentam a economia local e criam uma vitrine global para a cidade que os sedia. Para as empresas de turismo e hospitalidade, é essencial estarem preparadas para atender a essa demanda, oferecendo serviços diferenciados e investindo em estratégias de marketing.

Ao aproveitarem o aumento no fluxo de turistas, melhorarem a experiência do cliente e se alinharem com as tendências do momento, as empresas podem transformar grandes eventos em uma oportunidade de crescimento e fortalecimento da marca. E, para o Rio de Janeiro, o Rock in Rio continua sendo um símbolo de como a música e a cultura podem impulsionar o turismo e a economia de uma cidade.

Com essas estratégias, as empresas conseguem não apenas participar do movimento econômico gerado por esses eventos, mas se destacar e criar um impacto duradouro no mercado.

Raissa Anbo *é turismóloga, especialista em marketing pela USP/Esalq, com MBA em Gestão de Negócios pela Universidade de Cuiabá. Consultora em Marketing para Turismo. Acesse:* www.raissaanbo.com.br