

# Termômetro de Mercado Abracom



2024

# Termômetro de Mercado Abracom 2024

**O Termômetro de Mercado Abracom 2024 reuniu representantes de 60 agências associadas de onze estados brasileiros\*. Realizada entre 09/01 e 14/02 de 2025, a pesquisa trouxe dados e tendências que mostram que o setor das Agências de Comunicação Corporativa segue não só em franco crescimento, como também otimista para manter o ritmo em 2025.**

\*Bahia (3,3%), Distrito Federal (1,7%), Maranhão (1,7%), Minas Gerais (21,7%), Pará (1,7%), Paraná (3,3%), Pernambuco (18,3%), Piauí (1,7%), Rio de Janeiro (5%), Santa Catarina (5%) e São Paulo (36,7%)

# Três em cada quatro agências aumentaram seu faturamento em 2024

Como já vinha acontecendo nos anos anteriores, a maioria das agências que participaram da pesquisa registraram um crescimento no seu faturamento em 2024. O resultado no período foi positivo para 75% delas, sendo que deste total:



- 18,3% obtiveram **crescimento de até 5%**
- Em 41,7% dos casos o aumento **girou entre 5% e 15%**
- E 15% viram seu faturamento crescer **mais de 15% no período**

Das agências que registraram queda nas receitas, e que correspondem a 25% do total:

- 26,7% delas tiveram **queda inferior a 5%**
- Mesmo índice registrado para quem viu as **receitas caírem entre 5% e 10%**
- E foi **superior a 10%** em 46,7% dos casos

# Lucro também foi positivo para a maioria das empresas

Para 63,3% das agências o lucro final de suas operações também foi positivo em 2024, enquanto para 10% delas se manteve igual. Entre as que registraram aumento:

- 35% tiveram lucro de **até 5%**
- Para 45%, ficou **entre 5% e 15%**
- E em 20% dos casos, **superou os 15%**

Já no caso das agências que obtiveram uma redução no lucro neste período, e que representaram 26,7% das entrevistadas, esta queda foi de:

- **Até 5%** em 33,3% dos casos
- **De 5% a 15%** para 20% das agências
- E **superior a 15%** em 46,7% das respostas

# Número de colaboradores se manteve relativamente estável

O Termômetro de Mercado Abracom 2024 apontou ainda uma tendência de estabilidade no número de colaboradores das agências. Em 55% dos casos o tamanho das equipes se manteve estável, e dentre as que registraram alguma variação, para 20% delas esse índice foi positivo, enquanto em 25% dos casos houve uma redução de pessoal.

- 55% estáveis
- 25% variação positiva
- 25% variação negativa



Número de colaboradores das agências

## Das que ampliaram suas equipes:

- Em 50% dos casos o aumento foi de **até 5%**
- Em 31,3% variou entre **5% e 15%**
- E em 18,8% das repostas o crescimento foi **superior a 15%**

## E para as agências que precisaram reduzir seu quadro de colaboradores:

- 20% diminuíram em **até 5%**
- Em 33,3% dos casos a redução ficou **entre 5% e 15%**
- E para 46,7% das agências, o corte de pessoal **ultrapassou a casa dos 15%**

# Assessoria de Imprensa segue como carro chefe entre os serviços contratados

Com 85% das citações, o serviço de Assessoria de Imprensa continua sendo o mais procurado pelos clientes. Vale lembrar que em 2023 esse índice havia sido de 75%.

Quando questionados sobre os três serviços mais solicitados, em ordem de importância, os seguintes também se destacaram:

- Comunicação Digital, com **50% das repostas**
- Gestão de Redes Sociais, em **36,7% dos casos**
- Produção e Gestão de Conteúdo, que apareceu em **31,7% das respostas**
- Enquanto Gestão de Crise e Consultoria Estratégica em Comunicação foram citadas, cada uma, por **26,7% dos entrevistados**

Já entre os menos procurados, os mais citados foram:

- Marketing Político, com **36,7%**
- Eventos, em **33,3% das repostas**
- Comunicação Interna, **citada por 30%** dos executivos
- Marketing de Influência, com **28,3% das citações**
- E Atividades de comunicação para ESG, que apareceu em **25% das repostas**

# Perspectiva para 2025 é positiva. Desempenho da Economia será o fiel da balança

Em sua maioria, os gestores das agências demonstraram otimismo em relação aos seus resultados previstos para 2025.



**Apenas 8,3%** acreditam que haverá uma queda no volume de negócios de suas agências



**Já para 33,3%** dos executivos, a aposta é de estabilidade



**E 58,3% esperam um crescimento** neste período

# Perspectiva para 2025 é positiva. Desempenho da Economia será o fiel da balança

---

O atual cenário econômico brasileiro e mundial foi apontado como o principal fator capaz de afetar os resultados das agências em 2025, seja de forma positiva ou negativa. Para os entrevistados, os impactos do atual cenário político sobre a Economia impactará o setor de comunicação corporativa em 2025:

- De maneira negativa, para **13,3% dos executivos**
  - Semelhante, em **55% dos casos**
  - E positiva para **31,7% das agências**
-

# Perspectiva para 2025 é positiva. Desempenho da Economia será o fiel da balança

Além do aspecto econômico, uma pesquisa qualitativa apontou como principais motivos que podem impulsionar os resultados em 2025, na ordem:



Quando questionadas sobre fatores que poderiam afetar negativamente os resultados, os quesitos mais apontados foram:

- 1 **Concorrências predatórias**, com falta de transparência nos processos
- 2 Dificuldade para **atrair e reter talentos**, especialmente em posições-chave
- 3 Impacto de **novas tecnologias** que possam ser utilizadas como substitutos dos trabalhos oferecidos
- 4 Redução dos investimentos em comunicação por parte das empresas



**ABRACOM**

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS  
AGÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO