

# TURISMO SAZONAL: CONTORNANDO DESAFIOS E GERANDO NOVAS OPORTUNIDADES

## O QUE É TURISMO SAZONAL E COMO ELE PODE SER PREJUDICIAL AO ECOTURISMO?

As atividades turísticas permitem uma diversidade de grande de experiências e conexões entre o viajante e o território. Funcionam como um *branding* que evidencia traços e percepções, criando a identidade dos serviços e dando forma aos atrativos tangíveis e intangíveis do lugar. Porém, a demanda turística está sujeita à sazonalidade, ou seja, à variação significativa de fluxo de visita e usufruto em uma determinada localidade. Em outras palavras, o turismo sazonal é a concentração dos fluxos turísticos em uma dada época do ano, gerando os “picos” de prestação de serviços e circulação de turistas.

Para o ecoturismo, o aspecto sazonal de visitas é ainda mais complexo e desafiador. Esse segmento, segundo o [Ministério do Turismo](#), é o que aproxima o usuário e visitante das atividades turísticas de forma sustentável, integrando o patrimônio natural e cultural, incentivando sua conservação, buscando a formação de uma consciência ambientalista por meio da interpretação do ambiente e promovendo o bem-estar das populações.

O painel de desempenho global do turismo da [Organização Mundial do Turismo \(OMT\)](#) aponta que, enquanto as atividades turísticas em geral crescem 7,5% ao ano, o ecoturismo avança cerca de 20%. Segundo o observatório [Turisdata - Unirio](#), o ecoturismo é a modalidade escolhida por cerca de um milhão de viajantes no Brasil, promovendo o engajamento de cerca de 10 mil empresas nacionais e gerando um faturamento de US\$ 70 milhões anuais.



## RISCOS E IMPACTOS DA SAZONALIDADE PARA O ECOTURISMO

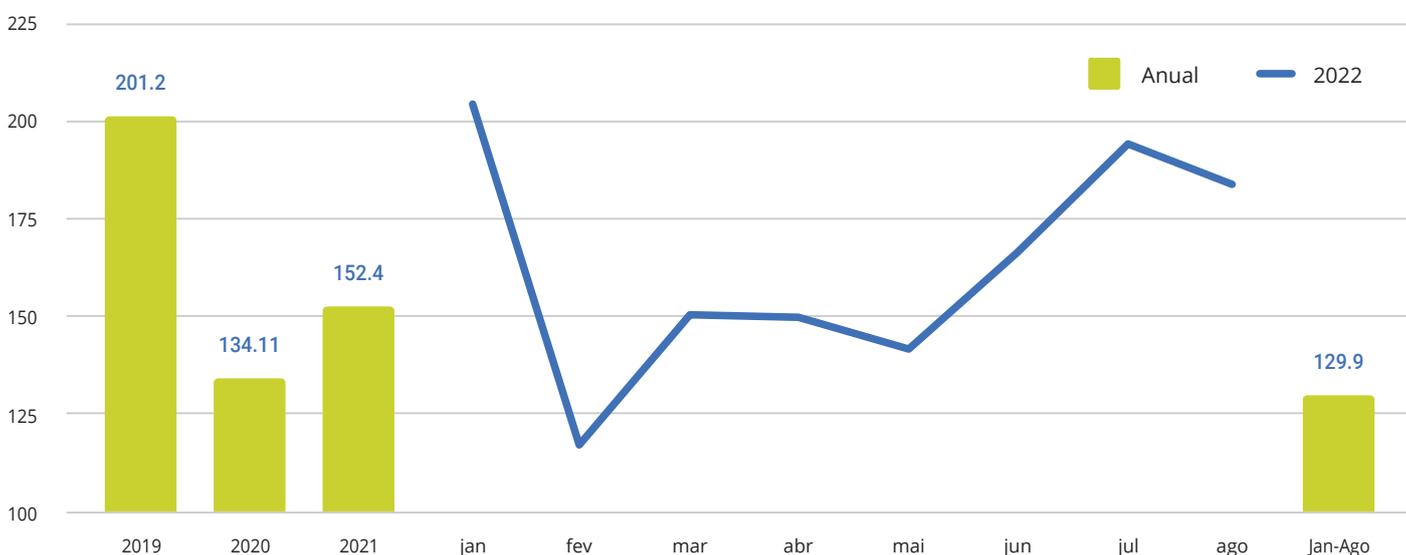
- Sobrecarga de visitantes nas áreas preservadas, patrimônios ecológicos e nos acervos culturais;
- Restrições de contratação, treinamento e revisão de pessoal para a época de pico e queda brusca nas oportunidades de trabalho e renda para a época de baixa temporada;
- Tendência à menor profissionalização da rede de apoio ao visitante e de multisserviços;
- Incertezas e riscos de investimento no ecoturismo local, em função do período enxuto de oportunidade anual para recompor o capital investido e o fôlego de reinvestimentos;
- Concorrência com diversas outras modalidades turísticas e sítios de visitação no país para o mesmo período.



## EXEMPLOS DO TURISMO SAZONAL NO BRASIL

O setor de turismo no Brasil dá sinais de recuperação em 2022, após dois anos de baixo faturamento devido ao período de pandemia da covid-19. A [Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo \(CNC\)](#) revisou de 5,1% para 5,8% a expectativa de crescimento do turismo em 2022, em comparação com 2021. Só no 1º semestre de 2022, o setor de turismo obteve faturamento de R\$ 94 bilhões, volume 33% maior do que o registrado no mesmo período de 2021. No gráfico seguinte, a escalada do faturamento do setor de turismo em 2022 no Brasil demonstra que, de fato, o setor começa a experimentar a retomada do crescimento das atividades econômicas.

### Faturamento do Setor de Turismo no Brasil (em bilhões de reais)



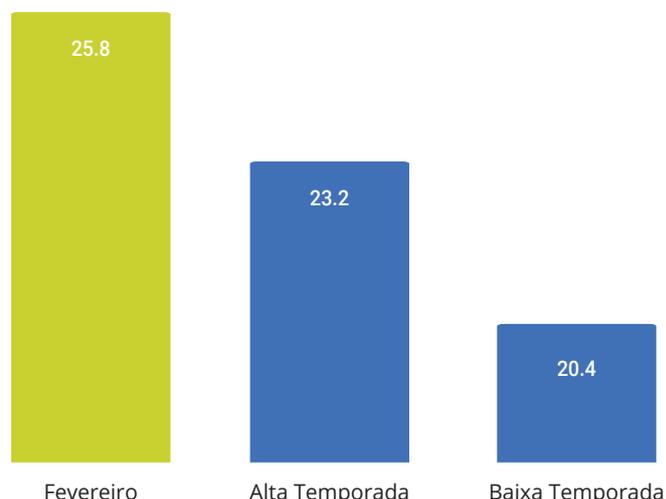
Fonte: [Adaptado de Fecomércio \(SP\)](#). 2022.



## EXEMPLOS DE EVENTOS SAZONAIS POPULARES

O Carnaval brasileiro movimentou a economia nas diversas regiões do país. A receita média do setor de turismo e serviços durante o Carnaval foi de R\$ 8,3 bilhões entre 2012 e 2020, [segundo dados do Statista para o período](#). Na cidade do Rio de Janeiro, o Carnaval movimentou R\$ 4 bilhões na economia e garante cerca de 45 mil trabalhadores nos eventos e a arrecadação de ISS de serviços relacionados ao turismo em torno de R\$ 25,8 milhões (superando inclusive o Réveillon), [segundo o estudo “Carnaval de Dados” da secretaria Municipal de desenvolvimento Econômico, Inovação e Simplificação \(SMDEIS\), em parceria com a Fundação João Goulart \(FJG\)](#). O gráfico seguinte evidencia a relevância do mês em que ocorre o Carnaval quanto à arrecadação de ISS, frente aos outros períodos destacados, inclusive a alta temporada (R\$ 23,2 mi) e a baixa temporada (R\$ 20,4 mi).

### Rio de Janeiro: Média de Arrecadação de ISS de serviços relacionados ao turismo (2011 a 2019) em milhões de reais



\*Preços de dez/20, deflacionados pelo IPCA-RJ. Fontes: Adaptado de [Observatório Econômico do Rio](#). 2021.

Outros aspectos econômicos reforçam a expectativa de retomada do setor turístico no país, segundo análises da [CNC](#) baseadas na Pesquisa Mensal de Serviços (PMS) divulgada pelo IBGE:

- A extensiva criação de postos de trabalhos em 2022, chegando a 322,6 mil vagas. A queda abrupta da atividade na pandemia eliminou 469,8 mil vagas (ou 12% da força de trabalho), e a expectativa é que o setor restabeleça as 89,6 mil vagas restantes e iguale o nível de ocupação pré-pandemia.
- O índice de atividades turísticas [cresceu 42% de janeiro a julho de 2022](#), graças ao aumento de receita obtido por empresas de transporte aéreo e rodoviário de passageiros, restaurantes, hotéis, locação de automóveis e serviços de bufê.
- Só no primeiro semestre de 2022, cerca de 1,1 milhão de visitantes chegaram ao Brasil com visto de turismo, exatamente o dobro do total de desembarques de estrangeiros no país com este tipo de visto, em todo o ano de 2021, segundo dados do [Sistema de Tráfego Internacional \(SIT\) da Polícia Federal](#).
- De [acordo com os registros da Criteo](#), em julho de 2022, houve crescimento de 120% nas reservas online de hotéis e resorts em comparação com o mesmo período do ano anterior, o que significa que já em um curto prazo o setor do turismo deverá recompor os indicadores econômicos e de operação, principalmente na alta temporada.

Já no Sul, a cidade de Gramado-RS recebe cerca de 6,5 milhões de turistas por ano – sendo os períodos de maio a agosto e o Natal aqueles com maior fluxo de turistas, segundo a [Prefeitura Municipal e Autarquia de Turismo \(GramadoTur\)](#). A experiência da promoção do “Natal de Gramado” surge de planejamento e articulação entre o poder público municipal, o setor privado e a comunidade local. O desafio foi combinar a tradição natalina, a produção inovadora para a festa, com luzes, shows e espetáculos e a estrutura para receber um grande número de turistas no final do ano.

## TURISMO SAZONAL NO MATO GROSSO DO SUL

O ecoturismo em Bonito (MS) atrai milhares de turistas anualmente, devido à sua rica beleza natural e à diversidade de atrações. Dados do [Observatório do Turismo e Eventos de Bonito \(OTEB\)](#) mostram que o número de turistas alcançou a casa dos 226 mil em 2022 no acumulado de janeiro a outubro – mais da metade das visitas registradas no período crítico de restrições para o setor do turismo no país em 2020.

### Bonito (MS): Número de turistas nos últimos seis anos.

Ano	N.º de Turistas	Ano	N.º de Turistas
2017	201.219	2020	145.219
2018	201.215	2021	205.460
2019	209.568	2022*	226.161*

Fonte: [Boletim OTEB - Outubro de 2022 \\* Realizado até outubro de 2022.](#)

A alta temporada em Bonito abrange o período de férias escolares (meses de dezembro e janeiro), com diversificada oferta de passeios e atividades. O turista tem opções como passeios e trilhas radicais, atividades ao ar livre em belas cachoeiras da região, visitas às grutas e passeios de flutuação, além de cavalgada, mergulho e passeios de contemplação.

Na alta temporada, os passeios funcionam todos os dias e é preciso que o turista os reserve sempre com antecedência, inclusive em restaurantes. Porém, os custos com diárias e demais tarifários podem ficar até 30% mais caros se comparados com o período de baixa temporada. Segundo o [Boletim de Fluxo Turístico do Observatório do Turismo do MS e Fundtur – Fundação de Turismo do Mato Grosso do Sul](#):

- **Na temporada 2021/22**, mais de 258 mil passageiros desembarcaram na capital do estado, sendo 134 mil por acesso aeroportuário e pouco mais de 124 mil por acesso rodoviário. Esse contingente de passageiros é 55% maior que o registrado na temporada 2020/21.
- **Cerca de 23 mil fretamentos turísticos** foram destinados ao estado na temporada 2021/22. Esse número é 61,7% maior que o registrado na alta temporada anterior.
- **As taxas de ocupação da rede hoteleira** em Campo Grande e Bonito ficaram em 49% e 70% respectivamente na última alta temporada – bem acima do observado para as mesmas cidades na temporada 2020/21, que foi de 38% e 54%, respectivamente.
- **Cerca de 212 mil usuários e turistas** visitaram os diversos atrativos da Serra da Bodoquena na temporada 2021/22, 41,5% a mais do que na temporada 2020/21. Os pontos mais frequentados na retomada da alta temporada foram a Cachoeira, o Passeio de Flutuação e a Gruta.

## ASPECTOS QUE COMPROMETEM AS EXPECTATIVAS DE BONS RESULTADOS NA ALTA TEMPORADA

- **Concorrência com outros locais na alta temporada**, com o período restrito, e extensas opções de viagens e destinos, domésticos e internacionais. É preciso maior esforço publicitário ao longo do ano para garantir o topo das escolhas dos clientes.
- **Aspectos macroeconômicos**, que se desenrolam ao longo do ano, podem comprometer justamente o momento de decisão do cliente em fazer uma viagem mais longa (interestadual, por exemplo), assim como o tempo de estada na cidade e o roteiro de passeios que poderão ser realizados na alta temporada.
- **A experiência do usuário em atrações na cidade**, principalmente devido à superlotação da cidade e à dificuldade de agendamento dos passeios. Atrasos e cancelamentos (exceto aqueles por motivos naturais) geram experiências negativas para o usuário, e comprometem sua disposição em promover o destino na sua rede de amigos.

## EFEITOS E IMPACTOS DA SAZONALIDADE EM BONITO (MS)

- **Desequilíbrio da economia local.** A retração das atividades locais que suportam a atividade turística implica planejamento econômico e social no período de baixa temporada para tentar recompor parte da geração de receitas e prover atividades remuneradas para a mão de obra sazonal.
- **Impacto na arrecadação municipal**, considerando que 45% do PIB de Bonito está atrelado ao setor de serviços e turismo, com injeção de R\$ 300 milhões anuais na economia do município que possui 22.400 mil habitantes, [segundo o IBGE](#). O setor responde por pouco mais de 2 mil empregos diretos na cidade, [de acordo com dados do Anuário Estatístico do Turismo de Bonito, publicado pelo Observatório do Turismo e Eventos de Bonito – MS](#).
- **Tendência à inflação dos serviços turísticos**, considerando o aumento gradual da procura pelo destino acima da capacidade máxima de oferta dos serviços locais, o que impulsiona preços mais elevados no próximo ciclo de temporada.
- **Impacto na mão de obra contratada por tempo determinado**, uma vez que Bonito tem pouco mais de [5 mil empregos com carteira assinada, segundo o IBGE](#), e o setor agropecuário não absorve o excedente fora da alta temporada.
- **Impacto socioambiental** com a fragilização de comunidades locais ligadas ao ecoturismo, e iniciativas contínuas ao longo do ano para a conservação do patrimônio natural de Bonito.
- **Fluxo elevado de mão de obra** para atender às expectativas da alta temporada e retração nos meses seguintes. Para funções especializadas, na rede hoteleira, por exemplo, há necessidade de continuidade dos cursos de formação e reciclagem.



## SUPERANDO OS DESAFIOS DA SAZONALIDADE

É importante deixar claro que a sazonalidade dos serviços turísticos é muito particular de cada local e de cada destino. Cada comunidade, cidade ou região tem feições turísticas e ambientais muito singulares, e por isso percebe os impactos e efeitos da sazonalidade ao seu modo – incluindo o seu patrimônio, a história do lugar, o acervo natural e a sua gente.

Antes de tudo, é preciso entender que a melhor época do ano também é parte da experiência do turista, pois combina um momento pessoal com o proveito da paisagem ou do passeio.

Porém, é possível articular uma gestão eficiente para minimizar os efeitos econômicos, sociais e ecológicos para a comunidade local. O ponto de partida é a **Gestão Colaborativa**, em que cada ator – político, econômico ou representativo da sociedade civil e órgãos de defesa do meio ambiente – exerça o papel mediador de forças no sentido de avaliar, propor e implementar ações conjuntas, e que envolvam todas as partes interessadas. A construção da identidade turística da região passa pela **aprendizagem conjunta** e pelo **plano de trabalho** que integre esforços no sentido de promover a experiência do turista no destino escolhido.



### Para que é importante uma gestão colaborativa eficiente para minimizar os efeitos e impactos da sazonalidade?

- Reconhecer as fragilidades internas do polo turístico e propor ações multilaterais que promovam e assegurem as atividades turísticas nos próximos anos.
- Desenvolver estratégias comerciais de atração do turista para os demais meses.
- Assegurar a atratividade do destino turístico frente a outras opções no país.
- Buscar o equilíbrio entre oferta e procura dos serviços turísticos na alta temporada, suportando uma experiência do cliente que favoreça o seu retorno em outra época do ano ou na próxima alta temporada.
- Manter a qualidade dos serviços prestados em qualquer época do ano.
- Reforçar a continuidade dos investimentos em infraestrutura na cidade, a segurança dos usuários e a preservação ecológica e do patrimônio natural.
- Disseminar junto à comunidade local a cultura do ecoturismo plenamente viável.
- Garantir que o ecoturismo local seja sustentável, em todas as suas esferas.

## DICAS PARA INCENTIVAR O TURISMO FORA DA TEMPORADA

- **Incluir novos públicos:** elaborando pacotes atrativos para grupos específicos e que geralmente são mais aderentes à opção de viajar na baixa temporada, como grupos de idosos, jovens digitais em home office e profissionais liberais.
- **Diversificar o público:** abrigoando eventos de praticantes de esportes radicais, congresso da melhor idade e como sede de eventos científicos (áreas de ecologia, botânica, espeleologia, educação ambiental). Conhecer previamente as condições ambientais seguras para cada ação incluída no calendário e ter uma equipe técnica e operacional são atitudes fundamentais, inclusive para tornar a experiência da baixa temporada igual, ou até melhor, que a da alta temporada.
- **Estabelecer rede de relacionamento com agências e companhias de viagens:** o agente de viagens pode transmitir impressões dos clientes acerca de preço, atrativos turísticos e comparativos com outros lugares, que devem subsidiar estudos para posicionamento estratégico do destino turístico. Além, é claro, de direcionar promoções, enfatizar períodos de baixa temporada em determinada época do ano e construir pacotes e tarifas mais acessíveis a grupos, famílias e novos públicos.
- **Definir o perfil do público por temporada:** neste sentido, é como customizar pacotes e prover passeios e experiências mais próximas ao perfil do turista de cada época. Por exemplo, se na baixa temporada o perfil predominante é mais voltado à contemplação, a cavalgadas e passeios com a família, é interessante destacar essa “cesta de serviços” e compor estadias em condições mais atrativas.
- **Desenvolver campanhas de fidelização do cliente:** com pacotes promocionais para retorno em baixa temporada ou, ainda, esticando um pouco mais a estadia na cidade, ainda na alta temporada. Com criatividade, é possível incluir descontos promocionais bem atrativos e que favoreçam o retorno do cliente em poucos meses para uma nova estadia, com grupo de amigos ou ainda com outras pessoas que ainda não visitaram a cidade.
- **Ampliar as experiências dos clientes,** no sentido de inovar em passeios, aventuras e desafios. Algumas dessas novidades podem ser ofertadas pela primeira vez na baixa temporada, justamente para criar demanda e estabelecer novas conexões pelo serviço.



**Fontes:** [Carnival in Brazil. Industries & Markets. Economic indicators.](#) Statista. 2021. [Carnaval de Dados.](#) SMDEIS/FJG. 2022. [A economia do carnaval. A Importância do Carnaval para a Economia do Rio de Janeiro.](#) FGV. 2022. [Análise CNC: Pesquisa Mensal de Serviços \(PMS\).](#) Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo. Agosto de 2022. [Até maio, Brasil recebeu mais de 1 milhão de visitantes estrangeiros.](#) SIT – Sistema de Tráfego Internacional. Polícia Federal. 2022. [CNC eleva para 5,8% projeção de crescimento do turismo nacional em 2022.](#) Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo. 2022. [Economia.](#) Prefeitura de Gramado. 2022. [Insights do consumidor para o futuro da publicidade.](#) CRITEO. Commerce Media Platform. 2022. Naiara Camargo. [Boletim Informativo Mensal - Outubro de 2022.](#) Observatório do Turismo e Eventos de Bonito - MS. 2022. [São Paulo, Gramado e Fortaleza foram os destinos nacionais mais vendidos no 3º trimestre.](#) ABAV – Associação Brasileira de Agências de Viagens. 2022. [Turismo brasileiro fatura R\\$ 17,6 bilhões em agosto.](#) Fecomércio – Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo. 2022. [Carnaval de Dados.](#) SMDEIS/FJG. 2022. [Valor Adicionado Bruto a Preços Correntes - Serviços.](#) IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Cidades. PIB a Preços Correntes. 2019. [Fluxo Turístico Alta Temporada Mato Grosso do Sul. Comparativo da Alta Temporada Dez/Jan \(2020/21 e 2021/22\).](#) Observatório do Turismo de MS. Fundtur - Fundação de Turismo do Mato Grosso do Sul. 2022. [Anuário Estatístico do Turismo de Bonito - Ano Base 2021-2022.](#) Observatório do Turismo e Eventos de Bonito – MS. 2022.



Gerente da Unidade de Gestão Estratégica e Comunicação: Sandra Amarilha  
Responsável Técnico do Sebrae: Paulo Maciel de Lima Junior  
Analista Responsável pelo Polo de Ecoturismo: Telcio Prieto Barboza  
Período da Pesquisa: 9 a 18 de novembro de 2022  
<https://ecoturismo.ms.sebrae.com.br/>

