



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIAS E TECNOLOGIA DE
PERNAMBUCO – IFPE CAMPUS RECIFE

DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE CURSO SUPERIORES (DASC)

COORDENAÇÃO ACADÊMICA DE GESTÃO DE TURISMO (CATU)

CURSO SUPERIOR TECNOLÓGICO EM GESTÃO DE TURISMO

JOÃO VITOR VASCONCELOS A. DA SILVA

JOÃO VITOR CUNHA DE LIMA

WENISSON JOSÉ DO NASCIMENTO

**PROJETO DE DESENVOLVIMENTO DE TECNOLOGIA PARA REDUÇÃO DE
IMPACTOS DA SAZONALIDADE NO SETOR HOTELEIRO DE PERNAMBUCO.**

Recife

2025

JOÃO VITOR VASCONCELOS
JOÃO VITOR CUNHA DE LIMA
WENISSON JOSÉ DO NASCIMENTO

**PROJETO DE DESENVOLVIMENTO DE TECNOLOGIA PARA REDUÇÃO DE
IMPACTOS DA SAZONALIDADE NO SETOR HOTELEIRO DE PERNAMBUCO.**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Departamento Acadêmico de Cursos Superiores (DASC), como requisito final para obtenção do título de Tecnólogo em Gestão de Turismo no Curso Superior Tecnológico em Gestão de Turismo do Instituto Federal de Ciência e Tecnologia de Pernambuco – campus Recife sob orientação do Professor Titular Dr. André Luís,

Recife

2025

S586a

2025 Silva, João Vitor Vasconcelos A. da.
Projeto de desenvolvimento de tecnologia para redução de impactos da sazonalidade no setor hoteleiro de Pernambuco. / João Vitor Vasconcelos A. da Silva ; João Vitor Cunha de Lima ; Wenisson José do Nascimento. --- Recife: O autor, 2025.
60f. il. Color.

TCC (Curso Superior Tecnológico em Gestão de Turismo) – Instituto Federal de Pernambuco, 2025.

Inclui Referências.

Orientador: Professor Dr. André Luís J. Silva

1. Turismo. 2. Turismo - sazonalidade. 3. Setor hoteleiro. 4. Turismo - tecnologia.
I. Título. II. SILVA, André Luís J. (orientador). III. Instituto Federal de Pernambuco.

CDD 338.4791 (23.ed.)

JOÃO VITOR VASCONCELOS
JOÃO VITOR CUNHA DE LIMA
WENISSON JOSÉ DO NASCIMENTO

**PROJETO DE DESENVOLVIMENTO DE TECNOLOGIA PARA REDUÇÃO DE
IMPACTOS DA SAZONALIDADE NO SETOR HOTELEIRO DE PERNAMBUCO.**

Trabalho aprovado. Recife, 28 de agosto de 2025.

Orientador:

Prof. Dr. André Luís J. Silva – Instituto Federal de Pernambuco – IFPE

Examinadora Interna:

Prof. MSc. Flávia Viviana Cavalcanti Gonçalves – Instituto Federal de Pernambuco – IFPE

Examinadora externa:

Prof. MSc. Vitória Eduarda Pedrosa Avelino – Universidade de São Paulo - USP

Recife

2025

AGRADECIMENTOS

Gostaria de expressar minha mais profunda gratidão ao nosso orientador André Luís e meus colegas e familiares, que me apoiaram durante esta jornada acadêmica. Agradeço também aos professores por sua dedicação e ensinamentos valiosos, que foram essenciais para a realização deste trabalho. Agradeço especialmente ao meu tio Diógenes (in memoriam), que foi uma presença marcante e especial em minha vida, e à minha tia Solange pelo apoio fundamental. Por fim, a Deus e a todos que, direta ou indiretamente, contribuíram para esta conquista, o meu sincero agradecimento.

João Vitor Vasconcelos

Gostaria, primeiramente, de expressar meus sinceros agradecimentos a todos que contribuíram para a realização deste trabalho. Agradeço a Deus e às forças universais que se alinharam e me conduziram ao longo desta jornada. Registro minha gratidão à minha família, em especial às minhas enteadas Ywmy, Kamilly e Nickolly, e à minha esposa, Ângela, pelo constante apoio e incentivo. Agradeço, de modo especial, ao professor André Luiz, cuja orientação foi fundamental para o desenvolvimento desta pesquisa, bem como por sua paciência e compreensão durante todo o processo.

João Vitor Cunha de Lima

Gostaria de primeiramente agradecer a Deus e as forças que guiaram-me nessa jornada, fizeram-me ter paciência e determinação para concluir com êxito este curso. Foram longos meses de perrengue para obtenção de pequenos fragmentos para composição de cada parte do nosso trabalho. Agradeço a minha mãe, Maria José, que me educou e me incentivou a terminar os estudos e lutar pelos meus objetivos. Sou grato grandiosamente a todo corpo docente do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco – IFPE Campus Recife, por todo ensinamentos e em especial ao Doutor Professor André Luís, que por longos meses nos guiou fielmente para terminar nosso trabalho.

Por último agradeço aos meus parceiros de projeto que diante das dificuldades perseveraram comigo, e concluímos nosso trabalho de conclusão do curso.

Wenisson José do Nascimento

RESUMO

A sazonalidade é um fenômeno cíclico que afeta diretamente a hotelaria, gerando flutuações na demanda que comprometem a rentabilidade, a sustentabilidade financeira e a estabilidade operacional dos empreendimentos. Na Região Metropolitana do Recife, no estado de Pernambuco, os períodos de baixa ocupação representam um desafio estrutural para o setor, afetando não apenas os hotéis, mas toda a cadeia produtiva do turismo. Com base nesse cenário, este estudo propõe o desenvolvimento do aplicativo BusqHoteis, voltado à redução dos efeitos da sazonalidade por meio da oferta de promoções, descontos e programas de fidelização, conectando turistas a estabelecimentos parceiros durante períodos de baixa demanda. A pesquisa adota uma abordagem qualitativa e bibliográfica, fundamentada em literatura científica e dados secundários, e articula conceitos de turismo, hotelaria e inovação tecnológica. Os resultados sugerem que a adoção de soluções digitais constitui uma estratégia eficaz para mitigar os impactos negativos da sazonalidade, promovendo uma gestão mais equilibrada da ocupação hoteleira ao longo do ano. Conclui-se que o uso de tecnologias aplicadas ao setor pode contribuir para o fortalecimento da competitividade regional e para a sustentabilidade econômica da atividade turística.

Palavras-chave: Sazonalidade; Hotelaria; Turismo; Tecnologia; Inovação.

ABSTRACT

Seasonality is a cyclical phenomenon that directly impacts the hotel industry by generating fluctuations in demand that compromise profitability, financial sustainability, and operational stability. In the Metropolitan Region of Recife, in the state of Pernambuco, periods of low occupancy represent a structural challenge for the sector, affecting not only hotels but also the entire tourism value chain. In response to this scenario, this study proposes the development of the BusqHoteisapplication, aimed at mitigating the effects of seasonality through promotions, discounts, and loyalty programs that connect tourists to partner establishments during low-demand periods. This research adopts a qualitative and bibliographic approach, grounded in scientific literature and secondary data, and explores key concepts in tourism, hospitality, and technological innovation. The results suggest that adopting digital solutions is an effective strategy to reduce the negative impacts of seasonality, enabling more balanced occupancy management throughout the year. It is concluded that the application of technology to the hotel sector can contribute to strengthening regional competitiveness and promoting the economic sustainability of tourism activity.

Keywords: Seasonality; Hospitality; Tourism; Technology; Innovation.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Tela de Abertura do app	44
Figura 2 - Tela de Cadastro/login	45
Figura 3 - Tela do menu principal.....	46
Figura 4 - Tela de pesquisa do meio de hospedagem	47
Figura 5 - Tela de informações e promoção sazonal	48
Figura 6 - Tela para Feedbacks	48
Figura 7 - Tela de indicação	49
Figura 8 - Tela de recompensas.....	50

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Recursos Financeiros.....	41
Tabela 2 - Recursos materiais.....	42

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.2 Justificativa.....	13
1.3 Objetivos	14
1.3.1 Objetivo Geral	14
1.3.2 Objetivos Específicos	14
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	16
2.1 Turismo	16
2.2 Hotelaria	18
2.3 Sazonalidade	21
2.4 Sazonalidade na Hotelaria	24
2.5 Vantagens do uso de aplicativos na rede hoteleira	27
2.6 Recursos necessários para um aplicativo hoteleiro	29
3 METODOLOGIA	34
4 APLICATIVO DE PROMOÇÃO TURÍSTICA DA REDE HOTELEIRA DA REGIÃO METROPOLITANA DO RECIFE – “BUSQHOTEIS”	36
4.1 Público-alvo	36
4.2 Estratégias de Desenvolvimento	37
4.3 Design de aplicativos móveis para a hotelaria	38
4.4 Recursos	41
4.4.1 Recursos Financeiros	41
4.4.2 Recursos Materiais	41
4.5 Fontes de apoios e Parcerias	42
4.6 Estratégia de Divulgação	43
4.7 O Aplicativo – BusqHoteis	43
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	51
REFERÊNCIAS.....	53

1 INTRODUÇÃO

O turismo contemporâneo constitui-se como um dos setores mais relevantes para a economia global, sendo responsável por aproximadamente 10% do Produto Interno Bruto (PIB) mundial e por um em cada dez empregos gerados no planeta (World Travel & Tourism Council – WTTC, 2023). No Brasil, sua importância se confirma tanto pela diversidade de destinos quanto pelo impacto socioeconômico: em 2022, o setor representou 7,8% do PIB nacional, gerando cerca de 7,1 milhões de empregos diretos e indiretos (Ministério do Turismo, 2023). Para regiões de alta atratividade, como o Nordeste, o turismo não apenas dinamiza cadeias produtivas e promove inclusão social, mas também se consolida como vetor de valorização cultural e preservação ambiental (Beni, 2021).

Entretanto, a atividade turística apresenta uma característica estrutural que limita a sua plena capacidade de gerar benefícios de forma contínua: a sazonalidade. Esse fenômeno, definido por Butler (2001) como o desequilíbrio temporal na distribuição da demanda turística, manifesta-se por variações significativas no número de visitantes, nas receitas e no nível de ocupação hoteleira ao longo do ano. Fatores climáticos, calendário escolar, datas festivas e hábitos culturais influenciam diretamente essas oscilações, criando períodos de alta e baixa temporada (Baron, 1975; Beni, 2020).

Na hotelaria, a sazonalidade representa um desafio crítico. Segundo dados da Pesquisa de Serviços de Hospedagem (IBGE, 2022), hotéis independentes e de pequeno porte — maioria no cenário brasileiro — enfrentam maiores dificuldades para manter a ocupação e a rentabilidade em meses de baixa demanda. Essas oscilações afetam diretamente a manutenção de empregos, a qualidade dos serviços e a capacidade de investimento dos empreendimentos (Magalhães, 2007).

O estado de Pernambuco exemplifica esse cenário. Embora eventos pontuais, como a ABAV Expo 2022, elevem a taxa de ocupação na Região Metropolitana do Recife a índices próximos a 90% fora da alta temporada (Emir, 2022), a performance anual ainda é marcada por períodos de retração acentuada. Essa descontinuidade compromete a competitividade dos destinos, reduz o fluxo de receitas e limita o aproveitamento da infraestrutura turística instalada.

Diante desse contexto, a busca por estratégias que minimizem os impactos da sazonalidade é essencial para a sustentabilidade do setor hoteleiro. A literatura

recente aponta que a inovação tecnológica, especialmente por meio de aplicativos móveis, pode desempenhar papel estratégico nesse processo, ao conectar oferta e demanda de forma dinâmica, oferecer promoções segmentadas e estimular programas de fidelização (Araujo, 2014; Ismail, 2004; Chon & Sparrowe, 2003).

Este trabalho propõe o desenvolvimento do **BusqHoteis**, um aplicativo voltado para a captação e retenção de clientes em períodos de baixa temporada, integrando informações, descontos e benefícios exclusivos para usuários, além de ampliar a visibilidade e a competitividade dos empreendimentos parceiros. Para tanto, realiza-se uma pesquisa de abordagem qualitativa, baseada em revisão bibliográfica e análise documental, com o objetivo de compreender o fenômeno da sazonalidade e fundamentar a proposta tecnológica apresentada.

1.2 Justificativa

Embora o turismo pernambucano apresente um desempenho expressivo nos períodos de alta temporada, o setor hoteleiro ainda convive com longos intervalos de baixa demanda, que comprometem sua estabilidade financeira e capacidade de crescimento. Dados da Empetur (2023) indicam que, nos meses de maio e junho, a taxa de ocupação hoteleira na Região Metropolitana do Recife pode cair mais de 35 pontos percentuais em relação ao verão, resultando em queda acentuada de receitas e retração nas contratações temporárias.

Essa variação não é apenas um desafio operacional: ela representa a perda de oportunidades econômicas para todo o ecossistema turístico. Restaurantes, transportadoras, guias e produtores culturais veem a demanda diminuir, reduzindo o fluxo de caixa e limitando investimentos em melhorias e inovação. A ausência de estratégias permanentes para atrair visitantes fora dos períodos tradicionais mantém a dependência da alta temporada e torna o setor mais vulnerável a crises externas, como flutuações econômicas e mudanças climáticas.

Apesar de o mercado reconhecer a gravidade da sazonalidade, soluções estruturadas para mitigar o problema ainda são pouco exploradas no contexto local. A divulgação de ofertas costuma ser pontual e dispersa, dificultando o acesso do público a tarifas mais atrativas e, para os empreendimentos, reduzindo o alcance das campanhas promocionais.

Nesse cenário, a utilização de ferramentas digitais voltadas à gestão da demanda surge como oportunidade estratégica. Aplicativos móveis permitem criar canais diretos entre hotéis e consumidores, viabilizando promoções segmentadas, programas de fidelização e comunicação em tempo real. Em outros destinos turísticos, iniciativas semelhantes contribuíram para equilibrar a ocupação ao longo do ano e fortalecer a competitividade local (Araújo, 2014; Ismail, 2004).

A presente pesquisa justifica-se, portanto, pela necessidade de propor o projeto conceitual e estratégico de um instrumento inovador, de baixo custo e com alto potencial de alcance: o BusqHoteis. Mais do que uma simples ferramenta de divulgação, a proposta busca oferecer um modelo capaz de reter clientes e estimular a demanda em períodos críticos, ampliando a rentabilidade dos empreendimentos e fortalecendo a cadeia turística. A importância acadêmica deste TCC reside na elaboração de uma solução fundamentada em dados e na realidade do mercado local, servindo como referência para futuras implementações e contribuindo para que os benefícios econômicos e sociais do turismo sejam distribuídos de forma mais equilibrada ao longo do ano.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo Geral

Propor e desenvolver o projeto conceitual de um aplicativo, voltado a amenizar os impactos negativos da sazonalidade no setor hoteleiro de Pernambuco, apresentando sua concepção, funcionalidades e estratégias de utilização.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar e analisar a relação entre a sazonalidade e a demanda no setor hoteleiro, destacando padrões, períodos críticos e flutuações sazonais.
- Investigar as principais causas da sazonalidade e seus impactos econômicos, sociais e operacionais sobre a hotelaria pernambucana.
- Examinar experiências e estudos de caso que utilizam ferramentas digitais para mitigar a sazonalidade, extraindo lições aplicáveis ao contexto local.

- Estruturar a proposta do aplicativo **BusqHoteis**, detalhando funcionalidades, público-alvo, recursos necessários e possíveis estratégias de implementação.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Turismo

O turismo, como objeto de estudo, percorre um longo caminho entre a prática empírica e sua consolidação como campo científico. Historicamente associado a deslocamentos motivados pelo lazer, descanso e cultura, o turismo passou a ser interpretado, ao longo do século XX, como uma atividade de interesse acadêmico, a partir da emergência de abordagens interdisciplinares que o posicionaram no centro de discussões sobre mobilidade, consumo, espaço e identidade.

As origens do turismo remontam à Antiguidade, com registros de viagens no Egito, na Grécia e em Roma. No entanto, essas viagens não possuíam ainda o caráter sistemático e institucionalizado que define o turismo moderno. Durante a Idade Média, as peregrinações religiosas e os deslocamentos comerciais foram os principais tipos de mobilidade. Foi somente no século XIX, com a Revolução Industrial, que surgiram as bases materiais e sociais para o turismo contemporâneo: expansão das ferrovias, crescimento urbano, aumento do tempo livre e formação de uma classe média com poder de consumo (Cunha & Dantas, 2021; Correia, 2011).

A figura de Thomas Cook é frequentemente destacada como símbolo da transição para o turismo moderno. Ao organizar excursões ferroviárias a preços acessíveis, Cook criou os primeiros pacotes turísticos e fundou as agências de viagens, institucionalizando a atividade como uma prática econômica estruturada. Essa fase marcou o início da “era industrial do turismo”, conforme aponta Beni (2021), e abriu caminho para o surgimento da atividade turística como objeto de planejamento e de políticas públicas.

Do ponto de vista conceitual, o turismo começa a ser tematizado academicamente a partir da década de 1930, mas é somente no pós-Segunda Guerra Mundial que o campo se estrutura com maior densidade teórica. O crescimento do turismo de massa nos anos 1950 e 1960, impulsionado pela aviação comercial e pelo Estado de bem-estar social, gerou a necessidade de compreender seus impactos econômicos, sociais e territoriais. Segundo Molina (2018), essa fase inicial foi marcada por uma abordagem funcionalista, voltada para o dimensionamento do fluxo turístico e seus efeitos nos destinos receptores.

Com o avanço dos estudos, diferentes abordagens foram sendo incorporadas ao campo. A partir da década de 1970, autores começaram a questionar a neutralidade do turismo e a analisar suas implicações em termos de desigualdade, colonialismo cultural e degradação ambiental. Nesse período, emerge uma crítica pós-moderna à visão meramente economicista da atividade, passando-se a considerá-la como prática simbólica, fenômeno de representação e campo de disputa pelo espaço (Gastal, 2020).

A Organização Mundial do Turismo (OMT) formalizou, em 1991, uma das definições mais aceitas internacionalmente, descrevendo o turismo como “as atividades das pessoas que viajam para e permanecem em lugares fora de seu ambiente habitual por no máximo um ano consecutivo, para lazer, negócios e outros propósitos não remunerados no destino” (OMT, 2023). Ainda que funcional, essa definição tem sido constantemente tensionada por autores que propõem compreensões mais amplas e críticas do fenômeno.

Trigo e Panosso Netto (2020) defendem que o turismo é um fenômeno social total, pois envolve dimensões econômicas, culturais, psicológicas e territoriais. Para os autores, o campo do turismo deve ser tratado como uma ciência humana e social aplicada, com métodos e epistemologias próprios, ainda que em constante diálogo com outras áreas, como a geografia, a antropologia e a economia. Essa concepção se contrapõe à visão tecnicista dominante no início da institucionalização dos cursos de turismo, e abre espaço para a valorização da produção crítica e interdisciplinar.

Nesse sentido, Gastal (2020) afirma que o turismo não é apenas reflexo do espaço, mas produtor de espacialidades. A partir da circulação de pessoas, símbolos e capital, o turismo transforma os territórios e reconfigura as relações entre sujeitos e lugares. Essa leitura geossocial reforça o caráter político do turismo, que pode tanto reforçar desigualdades quanto atuar como vetor de inclusão e valorização de culturas locais.

Atualmente, as dimensões do turismo se organizam de forma interligada: a econômica (geração de emprego e renda); a sociocultural (interações entre visitantes e comunidades locais); a ambiental (impactos e estratégias de sustentabilidade); e a territorial (transformações do espaço). Cooper et al. (2020) apontam que compreender essas dimensões requer abordagens sistêmicas e estratégias de gestão que

considerem os desafios contemporâneos, como as mudanças climáticas, a digitalização e a hiperconectividade.

Com base nesse percurso teórico, é possível afirmar que o turismo se configura hoje como um campo científico consolidado, com contribuições relevantes de pesquisadores brasileiros e internacionais. A complexidade e a relevância do fenômeno exigem análises densas e contextualizadas, capazes de articular teoria e prática, ciência e território, planejamento e cultura. Esse referencial teórico oferece, portanto, o alicerce para a compreensão dos efeitos e das dinâmicas turísticas sobre setores específicos, como é o caso da hotelaria e da sazonalidade em contextos regionais.

2.2 Hotelaria

A hotelaria, como atividade associada à oferta de meios de hospedagem e serviços correlatos, constitui um dos pilares fundamentais do turismo, articulando-se diretamente com os fluxos de visitantes, as dinâmicas territoriais e os modelos de consumo da hospitalidade. A consolidação da hotelaria como campo econômico, funcional e simbólico acompanha a evolução do turismo moderno, sendo considerada por diversos autores como elo indispensável na mediação entre os turistas e os destinos receptores (Beni, 2021; Castelli, 2010).

Historicamente, o ato de hospedar é anterior à mercantilização do turismo. Civilizações antigas ofereciam abrigo a viajantes em templos, vilas, monastérios ou casas de passagem. A Idade Média testemunhou o fortalecimento de práticas de acolhimento religiosas, voltadas a peregrinos e comerciantes. Foi apenas a partir do século XVIII, com o surgimento das estalagens comerciais na Europa e, posteriormente, com o advento da Revolução Industrial, que a hospedagem passou a se organizar como atividade econômica sistematizada. Nesse processo, surgem os primeiros hotéis urbanos, voltados a uma clientela burguesa e viajante, e que posteriormente se expandem em diversidade, tipologia e sofisticação (Corrêa; Melo, 2018).

Com o avanço das práticas turísticas, a hotelaria passa a constituir-se não apenas como um serviço funcional de apoio à mobilidade, mas como componente

estruturante da experiência turística. Castelli (2010) define hotelaria como o conjunto de serviços oferecidos mediante remuneração a indivíduos fora de seu domicílio, visando proporcionar conforto, segurança e bem-estar, especialmente através da hospedagem, alimentação e atendimento personalizado. Essa definição, embora centrada em aspectos operacionais, deve ser ampliada para incorporar os valores simbólicos, culturais e afetivos que envolvem o ato de hospedar. Nesse sentido, autores como Camargo (2004) e Lashley (2000) propõem uma leitura multidimensional da hospitalidade, reconhecendo que a hotelaria não apenas acolhe fisicamente, mas também media interações sociais, produz sentidos e ativa identidades culturais.

A relevância da hotelaria dentro do sistema turístico pode ser compreendida a partir do modelo sistêmico proposto por Beni (2021), no qual os meios de hospedagem compõem o subsistema de infraestrutura de apoio. Junto a equipamentos como transportes, restaurantes e agências de receptivo, os hotéis garantem a permanência e o conforto do turista no destino, influenciando diretamente sua percepção de qualidade e sua intenção de retorno. Sem a presença de uma estrutura hoteleira qualificada e funcional, o destino torna-se incompleto ou pouco competitivo, o que compromete toda a cadeia produtiva do turismo (Beni, 2021; Dias & Fonseca, 2018).

A categorização dos meios de hospedagem é vasta e responde a diferentes padrões de consumo, perfis de público, localizações e propostas de serviço. Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2019), os meios de hospedagem se dividem em formais e informais, sendo os primeiros representados por hotéis, pousadas, hostels, resorts, apart-hotéis e similares; enquanto os segundos abrangem formas alternativas e disruptivas, como hospedagens domiciliares, locações por temporada e serviços mediados por plataformas digitais. Essa diversidade tem ampliado os horizontes da hotelaria e desafiado modelos tradicionais de regulação, qualidade e tributação, especialmente com o crescimento da chamada economia compartilhada.

A hotelaria exerce influência profunda no território onde se insere. Além de moldar a paisagem urbana e gerar efeitos econômicos multiplicadores — como emprego direto, compras locais e indução ao consumo de outros serviços — ela também pode provocar transformações sociais, culturais e ambientais, nem sempre positivas. Empreendimentos de grande porte, como resorts e complexos turísticos

integrados, frequentemente causam processos de gentrificação, pressão sobre os recursos naturais e descaracterização de identidades locais (Tavares & Silva, 2019). Em contraponto, modelos alternativos como pousadas familiares, hospedagens comunitárias ou empreendimentos sociais têm buscado reinserir a lógica da hospitalidade como acolhimento autêntico e participação local, promovendo desenvolvimento mais equitativo.

É importante ressaltar que a hotelaria não atua isoladamente, mas em constante sinergia com outras dimensões do turismo e da hospitalidade. Ela compõe, junto aos transportes, agências, guias e atrativos, o conjunto de serviços responsáveis por viabilizar o deslocamento e a permanência dos turistas. Essa visão sistêmica permite compreender a hotelaria não apenas como equipamento de apoio, mas como um espaço ativo de produção da experiência, da memória e da fidelização do turista. Como afirma Grinover (2007), a experiência da estadia é decisiva na percepção do destino, pois ela concentra elementos emocionais e sensoriais que impactam diretamente o grau de satisfação.

Na contemporaneidade, a hotelaria tem enfrentado transformações significativas, seja no comportamento do consumidor, nas tecnologias de gestão, nas exigências por sustentabilidade, ou nas novas formas de relacionamento com os hóspedes. A digitalização dos processos — que vai desde reservas online até check-ins automáticos e chatbots de atendimento — alterou a forma como os serviços são prestados e avaliados. Ao mesmo tempo, os consumidores passaram a valorizar mais a personalização, a autenticidade das experiências e a responsabilidade socioambiental das empresas. Esses fatores vêm impulsionando mudanças nos modelos de negócios e nas estratégias competitivas do setor (Lohmann, 2022).

Dessa forma, a hotelaria, enquanto componente essencial do turismo e expressão institucionalizada da hospitalidade, é um campo multidimensional que articula serviços, relações sociais, territorialidades e simbolismos. Sua relevância transcende a função de abrigar: ela contribui para o desenvolvimento regional, estrutura o sistema turístico, ativa circuitos econômicos locais e qualifica a experiência do visitante. No contexto do presente estudo, sua compreensão teórica é fundamental para a análise do fenômeno da sazonalidade e para a proposição de estratégias capazes de reduzir seus impactos sobre a dinâmica hoteleira.

2.3 Sazonalidade

A sazonalidade é um dos fenômenos mais recorrentes e desafiadores do campo do turismo, representando um padrão de variações sistemáticas que afetam a oferta e, principalmente, a demanda turística ao longo do ano. Essas flutuações temporais não ocorrem ao acaso, mas são fortemente influenciadas por fatores climáticos, geográficos, culturais e institucionais que moldam os hábitos de viagem dos consumidores. Embora seja um fenômeno presente em outros setores econômicos, no turismo sua incidência é mais intensa, dado o forte vínculo da atividade com condições específicas de tempo, calendário e preferências sociais. A sazonalidade compromete a regularidade das atividades econômicas vinculadas ao turismo, gerando efeitos diversos sobre o planejamento, a rentabilidade e a sustentabilidade dos destinos, além de produzir impactos sociais e ambientais relevantes (Butler, 2001; Getz; Nilsson, 2004; Beni, 2021).

O conceito de sazonalidade, na perspectiva técnica, refere-se à variação sistemática e previsível de determinados fenômenos em períodos fixos de tempo, normalmente dentro de um ano civil. No campo da economia, Erbolato (1986) define a sazonalidade como uma tendência estatística de comportamento que se repete de forma semelhante em ciclos periódicos, geralmente mensais ou trimestrais. Já no turismo, essa definição adquire contornos mais complexos, pois a demanda está sujeita não apenas às mudanças do clima, mas também à organização social do tempo — como os calendários escolares, feriados religiosos e períodos de férias. Segundo Butler (2001), a sazonalidade no turismo representa um desequilíbrio temporal da atividade, que se expressa por variações significativas no número de visitantes, na utilização de meios de transporte e hospedagem, no emprego, no consumo e nas receitas geradas. Sorensen (1999) reforça essa perspectiva ao apontar que o turismo é uma das indústrias mais afetadas por padrões sazonais, uma vez que seu consumo é fortemente dependente de tempo disponível e condições climáticas.

A literatura especializada classifica as causas da sazonalidade em dois grandes grupos: naturais e institucionais. As causas naturais estão associadas a condições climáticas e ambientais específicas, como a ocorrência de estações do ano, períodos de seca ou chuvas, temperatura média, horas de luz solar e fenômenos naturais que

influenciam diretamente a atratividade dos destinos turísticos. Regiões de montanha, por exemplo, tendem a atrair visitantes no inverno devido à prática de esportes na neve, enquanto destinos litorâneos concentram sua demanda no verão. Já as causas institucionais derivam de fatores sociais e culturais, como calendários escolares, recessos laborais, feriados prolongados, eventos religiosos, datas comemorativas e festivais locais. Baron (1975 apud Emanuelle, 2009) argumenta que essas causas são “socialmente construídas” e têm relação direta com a estruturação temporal das sociedades modernas. No Brasil, a concentração das viagens turísticas nos meses de janeiro, julho e dezembro é reflexo direto das políticas educacionais e do padrão de férias trabalhistas.

Embora as causas sejam relativamente conhecidas, seus efeitos permanecem como um dos principais entraves à organização eficiente do setor turístico. A sazonalidade cria picos de demanda que geram sobrecarga nas infraestruturas dos destinos durante os períodos de alta temporada e, em contrapartida, resultam em subutilização nos períodos de baixa. Essa instabilidade dificulta o planejamento e a distribuição equitativa de recursos ao longo do ano, comprometendo a sustentabilidade da atividade. Como apontam Coriolano e Fernandes (2017), a sazonalidade turística intensifica a fragilidade econômica dos territórios que dependem do turismo como principal atividade produtiva, dificultando o desenvolvimento regional e a inclusão social.

Outro ponto de destaque nas discussões acadêmicas é o impacto da sazonalidade na gestão pública dos destinos turísticos. Em muitos casos, os municípios com vocação turística enfrentam dificuldades em manter serviços públicos eficientes e sustentáveis ao longo do ano, uma vez que sua arrecadação e fluxo populacional oscilam intensamente de acordo com o calendário turístico. Isso pode levar a déficits de infraestrutura, má qualidade de atendimento e sobrecarga nos serviços de saneamento, segurança, saúde e transporte nos períodos de pico. Durante a baixa temporada, por outro lado, a subutilização dos equipamentos e a retração da atividade econômica levam à redução de empregos, migração de mão de obra e desmobilização de investimentos públicos e privados (Lima & Cruz, 2021).

A literatura também destaca que os efeitos da sazonalidade não se restringem à esfera econômica, atingindo dimensões sociais, ambientais e simbólicas. No campo social, há uma tendência à precarização do trabalho, com elevação da informalidade

e da rotatividade. Muitos destinos enfrentam uma lógica de contratação temporária que impede a formação de mão de obra qualificada e dificulta a consolidação de carreiras profissionais no setor. Além disso, a instabilidade da renda afeta diretamente a qualidade de vida das populações locais, sobretudo em comunidades onde o turismo representa a principal fonte de emprego (Tavares; Silva, 2019). Ambientalmente, a concentração excessiva de visitantes em períodos curtos pode causar sérios danos aos ecossistemas naturais e ao patrimônio cultural, sobretudo em destinos com frágil capacidade de carga. Em contraponto, a baixa utilização dos equipamentos turísticos durante longos períodos gera desperdício de investimentos e eleva os custos de manutenção.

Para a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2023), a sazonalidade é um dos principais obstáculos ao desenvolvimento sustentável do turismo. Estratégias de combate ao fenômeno devem estar alinhadas a princípios de governança territorial, diversificação da oferta turística, descentralização dos fluxos e inovação tecnológica. A promoção de eventos em períodos alternativos, o estímulo ao turismo de negócios, o incentivo a segmentos como ecoturismo, turismo rural e turismo pedagógico são apontados como caminhos eficazes para ampliar o calendário turístico e suavizar os efeitos das oscilações sazonais. Nesse sentido, autores como Getz e Nilsson (2004) e Almeida (2022) enfatizam a importância da inteligência de mercado e do uso de dados para o planejamento estratégico e a segmentação de públicos. A adoção de ferramentas digitais — como aplicativos móveis, plataformas de reservas, sistemas de fidelização e marketing personalizado — tem se mostrado eficaz para estimular a demanda em períodos de baixa, criando oportunidades de contato direto com o consumidor e ampliando a visibilidade de destinos fora do circuito tradicional.

Apesar dos avanços nas estratégias de mitigação, estudos indicam que muitos destinos turísticos brasileiros ainda operam com baixa capacidade de adaptação à sazonalidade. Cruz e Dorneles (2020) demonstram que a ausência de políticas públicas específicas, a desarticulação entre os agentes da cadeia produtiva e a falta de inovação nos modelos de gestão agravam os efeitos negativos do fenômeno. É necessário, portanto, investir em estratégias integradas, que envolvam o poder público, a iniciativa privada, os empreendedores locais e as comunidades receptoras na construção de soluções viáveis e contextualizadas.

Em síntese, a sazonalidade no turismo não deve ser encarada apenas como uma característica inevitável da atividade, mas como um fenômeno que exige análise crítica e respostas estruturadas. Seu enfrentamento passa pela construção de conhecimento teórico sólido, pela adoção de práticas sustentáveis e pela integração entre inovação, território e cultura. No âmbito deste trabalho, compreender a sazonalidade em profundidade é essencial para justificar a proposta de intervenção voltada ao setor hoteleiro, abordada na seção subsequente. Ao reconhecer os efeitos multiescalares do fenômeno e os desafios impostos à gestão turística, cria-se um terreno fértil para a proposição de soluções tecnológicas que possam contribuir para a atenuação das flutuações de demanda e para o fortalecimento da competitividade dos destinos turísticos brasileiros.

2.4 Sazonalidade na Hotelaria

A sazonalidade constitui um dos principais desafios estruturais enfrentados pelo setor hoteleiro em contextos turísticos, caracterizando-se por flutuações recorrentes na demanda por hospedagem ao longo do ano, frequentemente associadas a fatores climáticos, culturais, institucionais e econômicos (Coriolano & Fernandes, 2022). Sua manifestação está diretamente vinculada à própria lógica do turismo, que é por natureza um fenômeno temporalmente sensível e espacialmente desigual. Nesse sentido, a hotelaria, por ser o setor responsável pela recepção e permanência dos visitantes, revela-se especialmente vulnerável às oscilações sazonais, uma vez que depende diretamente do fluxo turístico para manter sua operação sustentável (Beni, 2021).

Ao se analisar a dinâmica da sazonalidade na hotelaria, é necessário reconhecer que seus efeitos vão além da simples variação do número de hóspedes. Trata-se de um fenômeno multidimensional que afeta diretamente os níveis de ocupação, o faturamento, a estrutura organizacional, os investimentos em qualidade e inovação, e a própria capacidade de planejamento estratégico dos empreendimentos (Almeida & Tavares, 2019). A sazonalidade pode ser classificada, segundo BarOn (1975), em natural e institucional: a primeira diz respeito às variações climáticas e ambientais, como estações do ano, regimes de chuva e temperatura; a segunda se refere a fatores sociais e culturais, como feriados, calendário escolar e

festividades religiosas ou cívicas. Ambas impactam diretamente o comportamento da demanda turística, criando períodos de alta e baixa ocupação nos meios de hospedagem.

A literatura especializada tem destacado que a hotelaria opera com uma estrutura de custos predominantemente fixa. Despesas com manutenção predial, tributos, segurança patrimonial, energia, folha de pagamento mínima e serviços essenciais persistem ao longo do ano, independentemente do nível de ocupação. Assim, nos períodos de baixa temporada, quando a receita é reduzida, os hotéis enfrentam dificuldades em manter sua sustentabilidade financeira (Machado & Teixeira, 2020). Esse descompasso entre custos e receita contribui para o aumento do endividamento, a interrupção de investimentos e a adoção de medidas emergenciais, como demissões temporárias, o que afeta diretamente a qualidade dos serviços prestados e a imagem da marca.

Outro impacto significativo da sazonalidade sobre a hotelaria refere-se à gestão de pessoas. Durante os períodos de alta demanda, há aumento na contratação de mão de obra temporária, muitas vezes pouco qualificada e sem vínculo permanente com a cultura organizacional do empreendimento. Já nos períodos de baixa ocupação, ocorre o desligamento ou redução de jornadas de funcionários, o que gera instabilidade no quadro de colaboradores e compromete a continuidade dos processos de capacitação e aprimoramento profissional (Silva & Oliveira, 2021). Esse ciclo de descontinuidade organizacional repercute negativamente na experiência do hóspede, afetando índices de satisfação e fidelização, além de agravar problemas sociais como desemprego sazonal e subemprego em destinos turísticos com alta dependência da atividade hoteleira.

Além disso, a sazonalidade impõe desafios logísticos à cadeia de suprimentos hoteleira. A compra de insumos, alimentos e produtos de limpeza, por exemplo, sofre variações abruptas, dificultando o estabelecimento de parcerias comerciais estáveis e vantajosas. Empreendimentos de pequeno porte, mais sensíveis às variações de caixa, são os mais afetados, pois não possuem reservas financeiras para enfrentar longos períodos de baixa movimentação. Coriolano e Fernandes (2022) afirmam que os hotéis independentes, em especial aqueles localizados fora dos grandes centros urbanos, enfrentam barreiras adicionais, como baixa visibilidade em plataformas

digitais, dificuldade de acesso a financiamento e limitação na capacidade de inovação, o que reforça sua vulnerabilidade à sazonalidade.

A interdependência entre a hotelaria e o restante da cadeia produtiva do turismo também faz com que os efeitos da sazonalidade se propaguem para outros setores. Restaurantes, agências de turismo receptivo, guias locais, transportadoras e comércio especializado sofrem retrações em seus negócios durante os períodos de baixa, configurando um efeito dominó que compromete o desempenho socioeconômico dos destinos turísticos (Oliveira & Cunha, 2023). Em regiões de base econômica concentrada no turismo, como é o caso de muitas localidades litorâneas brasileiras, a sazonalidade pode impactar negativamente indicadores como geração de renda, arrecadação de tributos e empregabilidade formal, exigindo respostas articuladas do setor público e da iniciativa privada.

Nesse contexto, autores como Lohmann (2022) e Almeida & Tavares (2019) defendem que a sazonalidade deve ser tratada como uma variável de planejamento estratégico e não apenas como um problema conjuntural. Isso implica adotar medidas estruturadas de mitigação, como: (i) diversificação da oferta turística com atrações permanentes e eventos distribuídos ao longo do ano; (ii) segmentação de mercado com foco em nichos como turismo de negócios, eventos, terceira idade e turismo educacional, que não dependem necessariamente do calendário sazonal tradicional; (iii) investimento em tecnologia e inteligência de mercado para prever tendências de demanda e ajustar os serviços ofertados; e (iv) promoção de políticas públicas que incentivem a desestacionalização, como estímulos fiscais, subsídios para qualificação de mão de obra e campanhas promocionais fora de temporada.

Nesse sentido, a literatura aponta que o uso de ferramentas digitais pode representar uma via promissora para enfrentar os efeitos da sazonalidade na hotelaria. Aplicativos de reserva direta, plataformas de fidelização, sistemas de precificação dinâmica e canais personalizados de comunicação com os hóspedes permitem aos hotéis implementar ações promocionais segmentadas, reduzir sua dependência de intermediários, otimizar a ocupação e fidelizar clientelas que possam contribuir para suavizar as curvas de demanda (Pimenta & Souza, 2021). Essas soluções, no entanto, demandam um grau de maturidade digital ainda pouco presente em grande parte dos meios de hospedagem brasileiros, sobretudo os independentes de pequeno porte.

A hotelaria, como componente fundamental do Sistema Turístico (SISTUR), desempenha papel estruturante na configuração da experiência turística. Sua resiliência frente à sazonalidade é, portanto, um fator crítico para a sustentabilidade da atividade turística como um todo. Para Beni (2021), a hotelaria integra o subsistema de infraestrutura de apoio, ao lado de transporte e alimentação, sendo responsável por garantir a permanência do turista no destino e influenciar sua percepção de qualidade e decisão de retorno. Assim, os impactos da sazonalidade nesse setor transcendem os limites da gestão empresarial, afetando a atratividade, a competitividade e a imagem dos destinos turísticos em nível local, regional e nacional.

Conclui-se, portanto, que a sazonalidade na hotelaria deve ser compreendida em suas múltiplas dimensões — econômica, organizacional, social e simbólica — e enfrentada a partir de estratégias integradas de planejamento, inovação, regulação e cooperação. A construção de soluções duradouras requer um esforço articulado entre academia, setor privado e poder público, com base em dados, evidências e práticas sustentáveis. Para tanto, é fundamental que pesquisas científicas, como a presente, aprofundem o conhecimento sobre os mecanismos de impacto da sazonalidade e explorem alternativas viáveis para sua mitigação, especialmente em contextos como o da hotelaria pernambucana, onde a dependência do turismo de sol e praia acentua ainda mais os efeitos desse fenômeno.

2.5 Vantagens do uso de aplicativos na rede hoteleira

A inserção de tecnologias digitais na indústria hoteleira tem provocado uma profunda transformação na forma como os serviços de hospedagem são planejados, geridos e consumidos. No atual cenário competitivo e marcado por constantes oscilações de demanda, especialmente em decorrência da sazonalidade, os aplicativos móveis (apps) despontam como instrumentos estratégicos para melhorar a experiência do cliente, otimizar processos operacionais e mitigar períodos de baixa ocupação. A digitalização, portanto, não se apresenta apenas como uma tendência, mas como uma necessidade para a sustentabilidade do setor.

A jornada do hóspede, antes restrita a canais tradicionais como agências e centrais telefônicas, inicia-se agora pela internet, em dispositivos móveis. Segundo o relatório "Think with Google" (2023), mais de 74% dos viajantes brasileiros utilizam o

smartphone para planejar viagens e reservar acomodações. Aplicativos próprios ou integrados a marketplaces de hospedagem permitem que os consumidores pesquisem, comparem, avaliem e escolham hospedagens com base em critérios personalizados, além de ofertarem funcionalidades como reservas, pagamentos, check-in antecipado, solicitação de serviços e programas de fidelidade.

Para os empreendimentos, a utilização de aplicativos representa uma oportunidade de gerar engajamento direto com seus clientes, reduzindo custos com intermediários e ampliando o controle sobre a experiência oferecida. Além disso, possibilita estratégias baseadas em big data e inteligência de mercado, como a personalização de promoções e o envio de notificações com base no perfil de consumo e localização do usuário (Santos et al., 2020). A fidelização, nesse contexto, torna-se mais viável, pois há um canal direto e contínuo de relacionamento entre marca e consumidor.

Estudos como os de Ismail (2019) e Ferreira e Almeida (2021) apontam que a comunicação em tempo real, a acessibilidade e a transparência proporcionadas pelos aplicativos aumentam significativamente a percepção de valor do serviço hoteleiro. Informações claras sobre tarifas dinâmicas, disponibilidade, políticas de cancelamento e diferenciais do hotel contribuem para a confiança do cliente, fator determinante para a conversão da busca em reserva efetiva. Além disso, a integração entre sistemas de gestão hoteleira (PMS – Property Management System) e os aplicativos oferece maior controle administrativo, reduzindo falhas operacionais e elevando a eficiência.

O uso de apps também se mostra eficaz no enfrentamento da sazonalidade. Ao oferecer canais de divulgação mais econômicos e segmentados, os hotéis podem lançar campanhas promocionais voltadas especificamente para períodos de baixa demanda. Segundo Schuckert, Liu e Law (2015), a automação de campanhas de marketing por aplicativos permite atingir públicos que, de outra forma, não seriam impactados por mídias tradicionais, especialmente em mercados locais ou de curta distância, com maior potencial de ocupação fora da alta temporada.

Além disso, os aplicativos contribuem para diversificar a oferta de serviços e agregar valor à estadia. A partir deles, os hotéis podem incluir experiências complementares como city tours, reservas em restaurantes, pacotes de bem-estar,

entre outros. Esses serviços adicionais não apenas geram receita, mas também reforçam a proposta de valor do hotel frente à concorrência, sobretudo em destinos com alta concentração de empreendimentos hoteleiros.

Outro benefício é a democratização do acesso digital para pequenos e médios empreendimentos. Plataformas como Bitz Softwares, VEGA I.T. e Cloudbeds oferecem soluções modulares e acessíveis, permitindo que hotéis independentes adotem sistemas de reservas online e aplicativos personalizados, sem a necessidade de grandes investimentos. Essa acessibilidade tecnológica é fundamental para a sobrevivência desses estabelecimentos em mercados cada vez mais dominados por grandes redes e plataformas globais (Souza; Gomes, 2022).

O impacto positivo dos aplicativos é também percebido na governança da hospitalidade. A possibilidade de registrar preferências do hóspede, como tipo de travesseiro, horários preferenciais para limpeza ou dieta alimentar, promove um atendimento mais personalizado e eficiente. Isso reforça os princípios da hospitalidade contemporânea, que valoriza a autonomia do cliente e a humanização da experiência, mesmo em processos mediados pela tecnologia (Grinoever; Gastal, 2019).

Diante desse cenário, o desenvolvimento de um aplicativo com funcionalidades voltadas à mitigação da sazonalidade representa uma medida estratégica. Ao centralizar informações, disponibilizar ofertas segmentadas e estabelecer um canal direto com o público consumidor, os apps podem ampliar a taxa de ocupação durante os períodos de baixa, reduzir custos operacionais e fortalecer o posicionamento de mercado dos empreendimentos. Mais do que uma tendência tecnológica, os aplicativos móveis se consolidam como instrumentos de gestão inteligente na hotelaria, contribuindo para sua resiliência, inovação e competitividade.

2.6 Recursos necessários para um aplicativo hoteleiro

A crescente digitalização das relações de consumo tem impactado diretamente o setor de hospitalidade, exigindo das empresas hoteleiras a incorporação de soluções tecnológicas que garantam não apenas eficiência operacional, mas também

a valorização da experiência do usuário. Nesse contexto, os aplicativos móveis surgem como ferramentas estratégicas no relacionamento com o hóspede e na gestão da sazonalidade, especialmente pela sua capacidade de agregar funcionalidades que integram reservas, personalização de serviços, comunicação direta e fidelização. Para que um aplicativo voltado ao setor hoteleiro seja eficiente, é necessário compreender os requisitos técnicos, funcionais e estratégicos que sustentam sua concepção e implementação.

O avanço da telefonia móvel e o crescimento exponencial do número de usuários de smartphones transformaram a maneira como os consumidores acessam informações, realizam compras e interagem com marcas. Segundo dados da Statista (2024), estima-se que o número de usuários globais de smartphones ultrapasse os 6,9 bilhões, consolidando o mobile como a principal interface de acesso à internet. A evolução dos aplicativos móveis acompanha esse crescimento: de funções simples no final do século XX, como calendários e calculadoras (Clark, 2010), passaram a ferramentas complexas de gestão de dados, serviços e relacionamento.

Na hotelaria, os aplicativos têm se mostrado particularmente relevantes por atenderem a um público que valoriza agilidade, personalização e autonomia no processo de reserva e uso dos serviços. Como destacam Buhalis e Leung (2018), a tecnologia digital redefine a jornada do turista, desde o planejamento da viagem até o pós-estadia, exigindo das empresas uma adaptação que ultrapassa os sistemas tradicionais de gestão hoteleira (PMS – Property Management System) e integra soluções centradas no cliente.

Para que um aplicativo hoteleiro atenda com eficácia às demandas do setor, é fundamental que esteja baseado em critérios técnicos sólidos. A norma brasileira NBR ISO/IEC 9126 (1995) — posteriormente substituída pela ISO/IEC 25010 — estabelece um conjunto de características de qualidade de software que devem ser consideradas no desenvolvimento de sistemas: funcionalidade, confiabilidade, usabilidade, eficiência, manutenibilidade e portabilidade. No caso da hotelaria, essas dimensões se desdobram em atributos específicos, como segurança no processamento de dados, clareza na apresentação de informações, facilidade de navegação e integração com sistemas internos do hotel.

A funcionalidade é um aspecto essencial, pois o aplicativo deve oferecer um conjunto coerente de serviços que respondam às necessidades do usuário. Isso inclui ferramentas para consulta de disponibilidade, realização de reservas, check-in e check-out remoto, acesso ao cardápio de serviços, contato com a recepção, informações turísticas locais e até automação de processos dentro do quarto (como controle de luzes, temperatura ou solicitação de room service). A presença de funcionalidades completas e intuitivas não apenas qualifica a experiência do hóspede, como também otimiza a operação do hotel (Pereira et al., 2021).

Outro ponto sensível é a confiabilidade, especialmente em relação ao armazenamento e tratamento de dados pessoais e financeiros. Com a vigência da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD, Lei nº 13.709/2018), os empreendimentos turísticos têm a obrigação legal de assegurar que seus sistemas tecnológicos garantam a privacidade e a segurança da informação. Nesse sentido, a adoção de critérios de segurança cibernética, autenticação em dois fatores e criptografia de dados torna-se um pré-requisito essencial para a confiabilidade do aplicativo.

A usabilidade também é determinante no sucesso da ferramenta. Como aponta Nielsen (2012), um sistema com boa usabilidade é aquele que pode ser utilizado com facilidade, eficiência e satisfação por usuários com diferentes níveis de familiaridade tecnológica. Na hotelaria, isso é crucial, já que os aplicativos devem ser acessíveis a públicos de diferentes faixas etárias, nacionalidades e habilidades digitais. Design responsivo, navegação intuitiva e interfaces visuais limpas contribuem para a aderência do usuário e para sua fidelização.

Problemas recorrentes em aplicativos de reservas apontados por consumidores em plataformas como o Reclame Aqui envolvem, por exemplo, a discrepância entre informações exibidas e a realidade dos serviços ofertados. Fotos enganosas, tarifas divergentes e indisponibilidade de serviços geram frustração, prejudicando a reputação da marca. Para mitigar esse tipo de situação, é essencial que o aplicativo disponha de sistemas de atualização automática de informações, integrados ao banco de dados dos hotéis, garantindo precisão em tempo real.

A eficiência, no contexto de aplicativos, refere-se à capacidade do sistema de oferecer respostas rápidas com o menor consumo possível de recursos

computacionais. Aplicativos pesados, que exigem muitos dados ou processamentos lentos, tendem a ser desinstalados rapidamente pelos usuários. Segundo pesquisa da Compuware Corporation (2012), 79% dos usuários móveis desinstalam um aplicativo se ele apresentar mau desempenho ou lentidão. Portanto, investir em engenharia de software otimizada é vital para garantir retenção e engajamento.

Outro recurso essencial é a capacidade de suporte técnico e comunicação ativa com o usuário. Muitos dos problemas relacionados à experiência de aplicativos hoteleiros estão ligados à ausência de canais de atendimento rápidos e resolutivos. Interfaces com chatbots, atendimento humano 24h e respostas automatizadas integradas ao WhatsApp ou e-mail são alternativas cada vez mais adotadas. Essa estratégia contribui para a redução de reclamações, aumenta a percepção de qualidade e estreita o relacionamento com o cliente.

No que tange à portabilidade, o aplicativo deve ser desenvolvido para operar em múltiplos sistemas operacionais (Android, iOS, entre outros) e em diferentes tipos de dispositivos móveis. Além disso, é importante que a ferramenta ofereça compatibilidade com versões mais antigas dos sistemas operacionais, especialmente considerando públicos com aparelhos de menor capacidade técnica.

Por fim, é imprescindível considerar que o aplicativo, para além de sua funcionalidade técnica, deve estar alinhado aos objetivos estratégicos da hotelaria, como a redução dos impactos da sazonalidade. Por meio da personalização de ofertas, notificações com promoções em períodos de baixa demanda e programas de fidelidade, o aplicativo torna-se uma plataforma de marketing ativo, contribuindo diretamente para a ocupação dos quartos em períodos críticos. Como destaca Chon e Sparrowe (2003), a integração entre tecnologia e gestão de hospitalidade permite ampliar o desempenho das empresas do setor, reduzindo ineficiências e potencializando o relacionamento com os hóspedes.

Nesse sentido, o desenvolvimento de um aplicativo hoteleiro eficiente não deve ser visto apenas como um investimento tecnológico, mas como uma estratégia de posicionamento de mercado, fidelização de clientes e enfrentamento de desafios estruturais, como a sazonalidade. A adoção consciente de recursos, combinada com design centrado no usuário, atualização constante e integração com os sistemas

internos do hotel, constitui o caminho mais promissor para uma atuação inovadora, competitiva e sustentável no cenário contemporâneo da hospitalidade.

3 METODOLOGIA

A metodologia adotada neste trabalho fundamenta-se na abordagem qualitativa, de natureza exploratória e aplicada, com o objetivo de analisar de forma sistemática o problema da sazonalidade na hotelaria e propor, com base em referências consolidadas, uma solução viável ancorada em tecnologia digital. A pesquisa utilizou como procedimento técnico principal a pesquisa bibliográfica e documental, por meio da qual foram reunidas e analisadas contribuições teóricas, dados secundários e estudos de caso sobre os temas centrais: turismo, hotelaria, sazonalidade e inovação tecnológica.

A pesquisa bibliográfica foi conduzida a partir da seleção criteriosa de autores clássicos e contemporâneos que abordam as dimensões conceituais e estruturais do turismo enquanto fenômeno social, econômico e territorial, conforme os estudos de Beni (2007), Panosso Netto (2013), Molina (2001), Luchiari (2000) e Santos (2004). No campo da hotelaria, foram analisadas obras que tratam da evolução do setor, seu papel dentro do Sistema Turístico (SISTUR), suas interações com a hospitalidade e os desafios enfrentados na gestão de empreendimentos hoteleiros, como apontam Chon e Sparrowe (2003), O'Neill e Mattila (2010), entre outros.

Quanto à temática da sazonalidade, o estudo incorporou reflexões de autores como Butler (2001), Baron (1975), Scheuer (2011) e Silva (2007), que discutem tanto os fatores estruturantes do fenômeno quanto seus impactos operacionais, econômicos e sociais sobre o turismo e a hotelaria. Complementarmente, foram consultados documentos institucionais como relatórios da WTTC, EMBRATUR, Ministério do Turismo e EMPETUR, com vistas a contextualizar o fenômeno em âmbito nacional e regional, especialmente no que tange às flutuações de demanda hoteleira e à ausência de estratégias de mitigação mais estruturadas.

A escolha da abordagem exploratória justifica-se pela necessidade de aprofundar a compreensão de um problema complexo e multifacetado, como é o caso da sazonalidade na hotelaria, e de identificar alternativas inovadoras para sua atenuação. Como destaca Gil (2007), a pesquisa exploratória visa proporcionar maior familiaridade com um problema, tornando-o mais explícito e permitindo a formulação de proposições fundamentadas. Complementarmente, foram seguidas diretrizes de

análise qualitativa conforme Veal (2011), que ressalta a importância do rigor na seleção, organização e interpretação das fontes.

A proposta de criação de um aplicativo como estratégia de enfrentamento à sazonalidade foi concebida a partir da triangulação das evidências teóricas reunidas com os parâmetros de inovação tecnológica aplicados ao setor turístico. Foram considerados aspectos como comportamento de consumo digital, dinâmicas de fidelização, estratégias de marketing hoteleiro e recursos operacionais digitais, conforme discutido por autores como Ismail (2004), Chon e Sparrowe (2003), e pelos estudos recentes sobre hospitalidade digital e transformação tecnológica na hotelaria (Costa & Almeida, 2021; Lohmann, 2022).

Nesse contexto, a modelagem do aplicativo foi delineada com base em premissas identificadas na literatura sobre desenvolvimento de softwares orientados para o usuário final, com atenção especial à usabilidade, funcionalidade, confiabilidade, eficiência e portabilidade, em consonância com os critérios definidos pela norma NBR ISO/IEC 9126-1 (ABNT, 2003). A sistematização dos recursos e funcionalidades da ferramenta digital buscou refletir as necessidades operacionais da hotelaria, integrando aspectos como comunicação com o cliente, gestão de tarifas dinâmicas, divulgação de promoções em tempo real e incentivo à ocupação nos períodos de baixa demanda.

Trata-se, portanto, de uma pesquisa aplicada, voltada à solução de um problema concreto enfrentado por um setor específico da atividade turística. A elaboração do projeto BusqHoteis, enquanto produto teórico e funcional, foi orientada por uma lógica indutiva, partindo da análise do problema empírico e da observação das práticas adotadas em outros contextos para a proposição de uma alternativa viável, adaptada à realidade do setor hoteleiro pernambucano.

4 APLICATIVO DE PROMOÇÃO TURÍSTICA DA REDE HOTELEIRA DA REGIÃO METROPOLITANA DO RECIFE – “BusqHoteis”

O presente capítulo descreve a concepção, estrutura funcional e os fundamentos técnicos do aplicativo BusqHoteis, uma proposta tecnológica voltada à promoção da hotelaria na Região Metropolitana do Recife (RMR). A iniciativa parte da necessidade de enfrentar os impactos negativos da sazonalidade turística sobre os meios de hospedagem da região, propondo uma ferramenta digital capaz de facilitar a conexão entre turistas e a rede hoteleira local, especialmente nos períodos de baixa demanda.

Ao integrar funcionalidades práticas, recursos de marketing digital e um design orientado à experiência do usuário, o BusqHoteis busca ampliar a visibilidade dos empreendimentos hoteleiros, fidelizar hóspedes e contribuir com a distribuição mais equilibrada da demanda ao longo do ano.

4.1 Público-alvo

O público-alvo do BusqHoteis abrange dois grandes segmentos interdependentes: (i) Turistas e usuários em geral: São indivíduos que planejam viagens à Região Metropolitana do Recife, tanto a lazer quanto a negócios, e utilizam dispositivos móveis como principal ferramenta para pesquisa, comparação e reserva de hospedagens. Engloba turistas nacionais e internacionais, de diversas faixas etárias, com domínio de tecnologia e usuários que buscam praticidade, segurança e promoções personalizadas. O aplicativo é projetado para ser acessível, intuitivo e responsivo, atendendo também pessoas com mobilidade reduzida ou com menor familiaridade com tecnologias digitais. (ii) Estabelecimentos hoteleiros da RMR: Inclui hotéis, pousadas, hostels e demais meios de hospedagem interessados em aumentar sua taxa de ocupação, especialmente durante a baixa temporada. Esses estabelecimentos buscarão na plataforma uma solução para divulgação de seus serviços, gerenciamento de reservas e promoção de pacotes diferenciados, com foco em competitividade digital e visibilidade.

A definição desse público foi baseada em estudos de mercado, análises do perfil do visitante na região e nas necessidades identificadas junto à hotelaria regional,

que sofre com variações sazonais expressivas. A proposta, portanto, é conectar oferta e demanda de forma mais eficiente, utilizando a tecnologia como ferramenta de articulação entre os agentes.

4.2 Estratégias de Desenvolvimento

O desenvolvimento do BusqHoteis será realizado por uma equipe técnica multidisciplinar, articulada a partir de três eixos fundamentais: levantamento turístico, estruturação técnica e planejamento de marketing.

a) Etapa 1 – Levantamento turístico:

Conduzido por turismólogos, com apoio de fontes institucionais como a Secretaria de Turismo de Pernambuco (SETUR), EMPETUR e associações locais. Essa etapa visa reunir dados sobre a rede hoteleira da RMR: localização, categoria, número de leitos, serviços oferecidos, políticas de preços e ocupação histórica. Também serão identificadas as principais datas de alta e baixa temporada e as tendências de comportamento do turista na região.

b) Etapa 2 – Design funcional e desenvolvimento técnico:

Com base nas informações levantadas, profissionais de UX (User Experience) e UI (User Interface) irão desenvolver a arquitetura do aplicativo, definindo a navegação, visual, acessibilidade e usabilidade. O foco é criar uma plataforma intuitiva, adaptada a diferentes perfis de usuário, com menus claros, opções de filtros, mapas de localização, avaliações e um sistema de reserva direta com os estabelecimentos.

O desenvolvimento técnico será feito por programadores especializados em aplicações móveis, com uso das linguagens Java (para Android) e Swift (para iOS), garantindo estabilidade, responsividade e segurança. O sistema também contará com um painel de administração para os hoteleiros inserirem e atualizarem suas informações, com autonomia e praticidade.

c) Etapa 3 – Estratégia de marketing e lançamento:

Após o desenvolvimento do protótipo funcional, será elaborada uma campanha de lançamento multicanal. Um profissional de marketing digital será responsável por criar ações focadas em redes sociais, e-mail marketing, presença em buscadores e parcerias com influenciadores digitais da área de turismo. Também haverá ações físicas em pontos estratégicos, como aeroportos, rodoviárias, centros de convenções e eventos da região.

A estratégia prevê ainda a adesão inicial de hotéis-piloto, com incentivos promocionais, para testar o funcionamento e consolidar os primeiros resultados. A retroalimentação do sistema será garantida por formulários de avaliação e sugestões tanto dos usuários quanto dos gestores hoteleiros.

4.3 Design de aplicativos móveis para a hotelaria

O design de aplicativos móveis voltados para o setor hoteleiro ultrapassa a dimensão estética: trata-se de um componente estratégico, funcional e comunicativo que interfere diretamente na experiência do usuário (User Experience – UX), na navegabilidade, na percepção de marca e na efetividade da plataforma enquanto interface de consumo turístico. No contexto do BusqHoteis, o design é estruturado como uma ponte entre a funcionalidade técnica e a valorização simbólica da experiência de hospedagem.

De acordo com Norman (2004), a experiência do usuário está diretamente ligada à capacidade que um sistema tem de provocar sensações positivas, intuitivas e prazerosas durante sua utilização, o que implica não apenas em eficiência técnica, mas também em elementos emocionais e perceptivos. Nesse sentido, o BusqHoteis é concebido com base em quatro pilares: estética funcional, usabilidade adaptativa, consistência visual e inteligência interativa.

a) Estética Funcional e Coerência Visual

A estética do aplicativo será orientada por princípios de design responsivo, legibilidade e clareza visual. Estudos como os de Lidwell, Holden e Butler (2010) demonstram que cores, tipografias, formas e espaços em branco não são apenas adornos visuais, mas determinam a forma como o cérebro processa informações e

constrói associações emocionais com uma marca ou serviço. No caso da hotelaria, espera-se transmitir sensações de acolhimento, segurança, profissionalismo e conforto.

Com base nesse entendimento, o esquema cromático do BusqHoteis será construído em tons que evoquem tranquilidade e hospitalidade (como azul, verde-claro ou bege), equilibrando contraste e suavidade. As tipografias serão escolhidas de acordo com sua legibilidade em telas pequenas, seguindo diretrizes da Material Design (Google, 2018), priorizando fontes sans serif adaptadas para interfaces móveis.

Além disso, a identidade visual será pensada como elemento de diferenciação competitiva. A criação de logotipos, ícones e mascotes exclusivos cumpre uma função semiótica: gerar reconhecimento imediato da marca e ativar uma memória visual que incentive o retorno à plataforma. Conforme Dondis (2003), a linguagem visual é um sistema complexo de significados, e no universo digital, ela define a relação do usuário com o produto desde o primeiro contato.

b) Usabilidade, Arquitetura da Informação e Experiência do Usuário

A usabilidade será concebida com base em padrões internacionais definidos pela ISO 9241-210 (2010), que estabelece diretrizes de design centrado no ser humano. Isso implica compreender as necessidades, limitações e comportamentos dos usuários-alvo, construindo uma arquitetura da informação clara, lógica e acessível.

No caso do BusqHoteis, o sistema de navegação será baseado em menus horizontais e verticais simplificados, com ícones universais, breadcrumbs de localização, botão de retorno fixo e sistema de busca com autocomplete. Cada função do aplicativo — como busca por hotéis, filtros de preço e localização, promoções, avaliação de serviços e reserva direta — será acessada com no máximo três toques a partir da tela inicial, reduzindo a sobrecarga cognitiva do usuário (Krug, 2014).

A experiência do usuário também será enriquecida por microinterações, como animações sutis em botões, notificações personalizadas, mensagens de confirmação visual e feedback tátil, recursos que promovem engajamento emocional com a

interface. Como apontam Garrett (2011) e Hassenzahl (2010), a experiência digital não é apenas utilitária, mas sensorial, e precisa comunicar empatia e fluidez.

c) Responsividade e Acessibilidade

Outro critério essencial no design do BusqHoteis é a responsividade, ou seja, a adaptação da interface a diferentes tamanhos de tela e sistemas operacionais (iOS, Android e versões web). O layout será desenvolvido utilizando frameworks que garantem escalabilidade e coerência visual em smartphones, tablets e eventualmente smart TVs.

Além disso, o aplicativo atenderá aos princípios de acessibilidade digital, incluindo contraste elevado, suporte a leitores de tela, opção de aumento de fonte e comandos por voz, seguindo as recomendações do WCAG 2.1 (W3C, 2018). Tais recursos garantem inclusão de pessoas com deficiência visual, baixa visão ou dificuldades motoras, ampliando o alcance social do aplicativo.

d) Inteligência Visual e Recursos Interativos

O design também integrará elementos de inteligência artificial e interatividade personalizada, como sistemas de recomendação de hospedagens com base no histórico de buscas e preferências dos usuários, e um chatbot integrado ao app para suporte em tempo real.

Além disso, o BusqHoteis contará com recursos visuais complementares que ampliam sua funcionalidade e valor percebido: galeria de fotos verificadas, mapas interativos com geolocalização, tradutor embutido para idiomas estrangeiros, comparador de preços e um módulo de gamificação, que oferece pontos e recompensas ao usuário fiel.

Essas inovações têm o objetivo de tornar o aplicativo mais do que uma plataforma de busca: transformá-lo em uma experiência digital completa de planejamento, comparação e reserva de hospedagem, principalmente nos períodos em que a sazonalidade compromete a taxa de ocupação dos hotéis locais.

4.4 Recursos

4.4.1 Recursos Financeiros

Tabela 1 - Recursos Financeiros

Profissional	Função	Quantidade	Orçamento
Turismólogo	Análise da situação turística da região.	2	R\$ 9.120,00
Designer UI/UX	Criador da interface gráfica para o app e projeção do fluxo de navegação do mesmo.	2	R\$ 4.479,00
Desenvolvedor Mobile	Responsável pela programação e codificação da plataforma móvel do app	2	R\$ 5.772,51
Especialista em Marketing	Planeja e implementa estratégias digitais ou maneiras de divulgação do projeto em questão.	1	R\$ 4.600,00
	Total	7	R\$23.971,51

Fonte: Os autores (2025)

4.4.2 Recursos Materiais

Neste tópico são analisados todos os recursos materiais que serão utilizados na fase de execução do aplicativo e depois em todo o processo de execução do planejamento de promoção ao mercado.

Tabela 2 - Recursos materiais

Materiais	Valor unitário	Quantidade	Custo total
Notebook	R\$2799,00	4	R\$11.196,00
Pacote de internet	250MG por R\$99,00	1 ano	R\$1.188,00
Divulgação (Eletromidia)	R\$499,00	1 ano	R\$5.988,00
Panfletos	-	1000	R\$92,41
	Total	-	R\$18.464,41

Fonte: Os autores (2025)

Valores aproximados a necessidade prevista do projeto.

4.5 Fontes de apoios e Parcerias

REDE PRIVADA DO RAMO DA HOSPEDAGEM

Ao agregar redes hoteleiras para participar de nossa plataforma, oferecemos aos clientes uma ampla variedade de opções de hospedagem em diversos destinos. Essas parcerias aumentarão a abrangência do nosso aplicativo, tornando-o um lugar único para conhecer e se informar sobre acomodações na região de Recife. Além disso, a inclusão de grandes redes traz consigo a confiança e a reputação já estabelecida, o que é fundamental para ganhar a confiança dos clientes.

PREFEITURA MUNICIPAL DO RECIFE

Estabelecer uma parceria com a Prefeitura Municipal do Recife seria uma boa ação para impulsionar o aplicativo hoteleiro. As vantagens seriam várias: promoção do turismo e hospedagem na região através de marketing conjunto, acesso a informações/dados sazonais para melhor planejamento, apoio em eventos e possíveis incentivos fiscais. Por meio dessa parceria, o aplicativo não só fortaleceria sua presença no mercado, mas também desempenharia um papel ativo no desenvolvimento do turismo na cidade. Além disso, ao trabalhar em conjunto com a Prefeitura, poderíamos contribuir para a confiabilidade do público no aplicativo, criando uma associação positiva com os esforços da cidade em promover a hospitalidade e o turismo.

4.6 Estratégia de Divulgação

Após toda a criação do aplicativo, serão necessárias estratégias de divulgação no mercado. Podemos usar o recurso de eletro mídia com alguma empresa que esteja instalada na região metropolitana do grande Recife, com telas tecnológicas que por meio de imagens ou vídeos, propaguem empresas que buscam visibilidade ao seu negócio. Suporte e divulgação nas redes sociais - criaremos perfis administrativos nas redes sociais mais utilizadas, como WhatsApp e Instagram, nas quais o usuário poderá tirar dúvidas sobre a utilização, reportar bugs e trazer feedbacks para o nosso sistema, de modo que, com toda essa relevância, poderemos atrair mais possíveis públicos e melhoria de toda a plataforma.

4.7 O Aplicativo – BusqHoteis

O Aplicativo reunirá informações específicas e detalhadas de todos os empreendimentos que estejam em parceria com ele. Destacando pontos importantes para atração ao seu cliente final. Além disso, o aplicativo traz os estabelecimentos parceiros e seus serviços e recursos. Também traz as promoções e ofertas disponíveis nas hospedagens. Ademais, o principal recurso do aplicativo, e tendo a proposta de ser o maior recurso contra a sazonalidade, é a aba de fidelidade onde os usuários terão acesso a descontos de 40% a 60% a partir de uma pontuação que é adquirida de acordo com a frequência de uso, avaliação de hospedagens e de indicações.

Para o funcionamento da aplicação haverá o cadastramento dos estabelecimentos hoteleiros que possuam interesse na plataforma e em oferecer os benefícios do aplicativo aos seus clientes. Também será necessário a realização do cadastramento por parte dos usuários que tiverem interesse em ter acesso as vantagens presentes na plataforma.

Estes descontos ficarão disponíveis para os usuários nos períodos de baixa temporada, onde a sazonalidade é mais presente e forte no setor. Desta forma, a plataforma traz benefícios a ambas as partes que utilizam o aplicativo, usuários: que

terão descontos no acesso a hospedagens, e as empresas: que terão um aumento de público e rendimento em um período que onde eles chegam a 0%.

Na página inicial do app é introduzida sua arte visual, onde é composta por uma lupa em simbolização da busca pelo produto, ofertas de melhoria para o cliente, e sempre a promoção desejada ou esperada, e por fundo um desenho de um hotel, retratando o nosso objeto principal de serviço.

Figura 1- Tela de Abertura do app



Fonte: Os autores (2024)

Logo em seguida a próxima página é de identificação do usuário, através do seu cadastro inicial ou login, sendo o cadastro fácil e prático, sem muita invasão aos dados pessoais do usuário.

Figura 2 - Tela de Cadastro/login

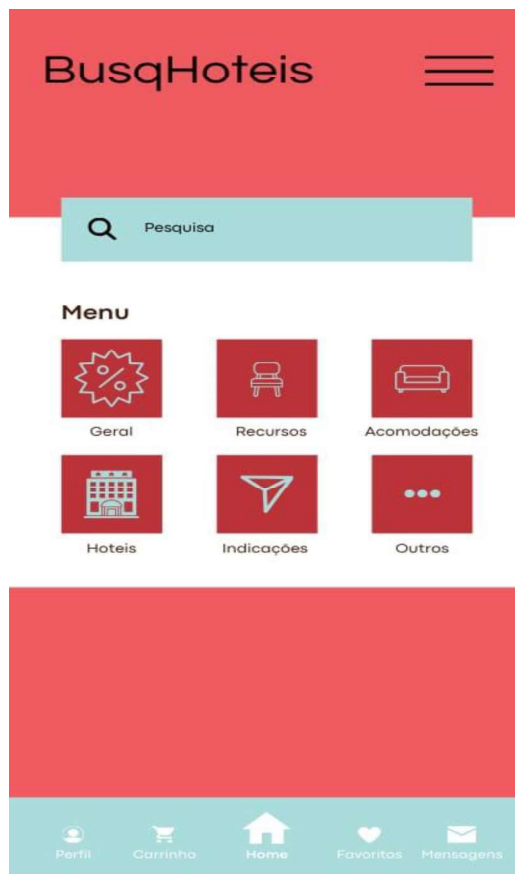


The image shows a mobile application interface for 'BusqHoteis'. At the top, there is a red decorative shape. Below it, the text 'BusqHoteis' is displayed. Underneath the text is a circular logo featuring a stylized hotel building with the word 'HOTEL' on top. Below the logo, the text 'Bem vindo' (Welcome) is shown. The main section contains three input fields for login: the first is labeled 'Username' and has a person icon; the second and third are for password, each with a lock icon and a series of dots for the password. Below these fields are two buttons: a teal 'Log in' button and a smaller 'Forgot Password' link. A light blue decorative shape is at the bottom.

Fonte: Os autores (2024)

Nesta tela há o menu principal do aplicativo onde está presente todos os mecanismos e recursos do aplicativo.

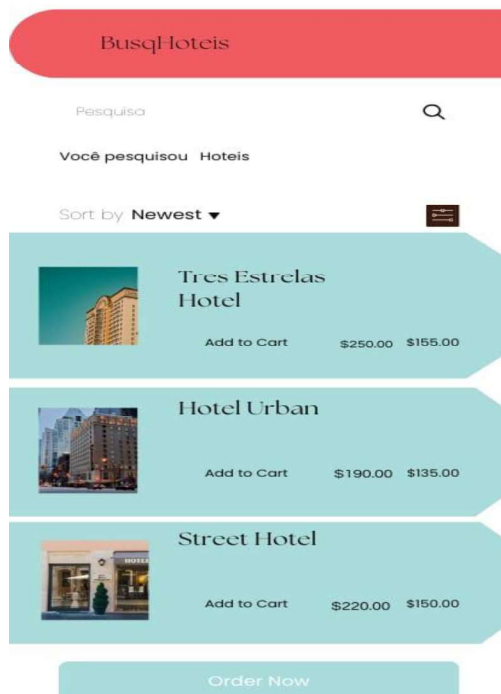
Figura 3 - Tela do menu principal



Fonte: Os autores (2024)

O usuário ao clicar em “Hotéis” se deparará com a parte inicial da pesquisa do seu hotel, onde ele buscará pelo nome do hotel e selecionará a data que deseja para sua hospedagem.

Figura 4 - Tela de pesquisa do meio de hospedagem



Fonte: Os autores (2024)

Ao clicar em seu hotel, será introduzido uma página de informações relevantes sobre esse estabelecimento, onde do lado esquerdo da página será mostrado as eventuais promoções.

Figura 5 - Tela de informações e promoção sazonal



Fonte: Os autores (2024)

E por fim como mecanismo de melhoria dos serviços e de atividades do programa fidelidade, uma tela de feedback será mostrada e uma parte para indicação para amigos.

Figura 6 - Tela para Feedbacks



Fonte: Os autores (2024)

A partir desta tela é possível realizar as indicações, recurso que permite ao usuário realizar as indicações de hotéis a partir do aplicativo e receber as gratificações em forma de descontos

Figura 7 - Tela de indicação



Fonte: Os autores (2024)

Nesta tela é possível acessar as recompensas que o aplicativo disponibiliza ao usuário a partir de descontos em hospedagens registradas na plataforma.

Figura 8 - Tela de recompensas



Fonte: Os autores (2024)

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo compreender os efeitos da sazonalidade sobre a hotelaria, destacando seus impactos estruturais, econômicos e operacionais, e propor, com base em uma revisão teórica aprofundada, uma solução digital com potencial de atenuar tais efeitos: o desenvolvimento de um aplicativo móvel voltado à promoção da rede hoteleira da Região Metropolitana do Recife. A partir da articulação de conceitos provenientes das áreas do turismo, da hospitalidade e da tecnologia da informação, buscou-se construir um referencial que sustentasse a relevância e a aplicabilidade da proposta.

A análise bibliográfica revelou que a sazonalidade, compreendida como uma variação cíclica e previsível na demanda turística, constitui um dos principais entraves ao desenvolvimento sustentável da atividade hoteleira. Seus impactos são observados na instabilidade da ocupação, na descontinuidade da receita, na redução da qualidade dos serviços e na rotatividade de mão de obra, comprometendo a competitividade dos empreendimentos. Embora seja um fenômeno amplamente reconhecido, ainda se observa uma lacuna em estratégias práticas e adaptadas à realidade local que visem sua mitigação, sobretudo em destinos de médio porte como os da Região Metropolitana do Recife.

Nesse contexto, o uso de tecnologias digitais, especialmente aplicativos móveis, surge como uma alternativa viável, acessível e contemporânea. Com base nos dados levantados durante a revisão da literatura, foi possível justificar que a digitalização da experiência hoteleira — por meio de ferramentas que promovam a visibilidade, a comunicação em tempo real, a fidelização e a personalização da experiência do hóspede — pode reduzir os efeitos da sazonalidade ao incentivar a ocupação em períodos tradicionalmente de baixa demanda. O aplicativo proposto, denominado BusqHoteis, foi concebido como uma plataforma integrada de divulgação, interação e promoção da oferta hoteleira regional, com foco na experiência do usuário, na usabilidade e na identidade visual estratégica.

A concepção do projeto levou em consideração as tendências do mercado digital, o comportamento do novo turista conectado e as necessidades específicas do setor hoteleiro local. Elementos como geolocalização, notificações de ofertas, canais de atendimento integrados, filtros de busca por perfil de consumidor, entre outros,

foram pensados como diferenciais competitivos. Além disso, o aplicativo contempla estratégias de engajamento que favorecem a retenção de usuários e a divulgação constante dos serviços hoteleiros, contribuindo para o fortalecimento da imagem do destino durante todo o ano.

Ressalta-se que esta pesquisa foi de natureza teórica e exploratória, com base em análise documental e bibliográfica. O caráter não empírico do estudo delimita suas conclusões ao campo da proposição conceitual e da viabilidade técnica, sem aferições quantitativas ou qualitativas realizadas em campo. Ainda assim, as fontes analisadas permitiram identificar padrões, lacunas e oportunidades, fornecendo suporte para a formulação de um modelo funcional de intervenção tecnológica.

Como limitação, destaca-se a ausência de dados primários coletados diretamente com empreendedores, gestores públicos ou usuários finais. Tais informações poderiam oferecer insights valiosos para o aprimoramento do escopo funcional do aplicativo e para a validação de suas funcionalidades junto ao público-alvo. Este aspecto representa uma oportunidade concreta para futuras pesquisas, que poderão aplicar métodos empíricos — como entrevistas, grupos focais e testes de usabilidade — a fim de validar e ajustar o protótipo proposto neste trabalho.

Conclui-se, portanto, que o desenvolvimento de soluções digitais como o BusqHoteis representa uma resposta oportuna e estratégica aos desafios enfrentados pela hotelaria em contextos marcados pela sazonalidade. Trata-se de uma iniciativa alinhada às transformações tecnológicas da contemporaneidade, capaz de integrar inovação, hospitalidade e planejamento turístico regional. Ao valorizar o uso inteligente da informação e da conectividade, esse tipo de solução fortalece o posicionamento dos destinos turísticos e contribui para o dinamismo econômico local, promovendo um turismo mais equilibrado, inclusivo e sustentável.

REFERÊNCIAS

[INFOGRÁFICO] A psicologia das cores no marketing e no dia-a-dia. *Viver de Blog*, 2013. Disponível em: <https://viverdeblog.com/psicologia-das-cores>. Acesso em: 29 ago. 2023.

ABAV EXPO movimenta receita bruta de R\$ 84,5 milhões para o estado de Pernambuco. *Maranhão Hoje*, 2022. Disponível em: <https://maranhaohoje.com/turismo/abav-expo-movimenta-receita-bruta-de-r-845-milhoes-para-o-estado-de-pernambuco/>. Acesso em: 21 nov. 2022.

ALENCAR, André. **Sazonalidade na hotelaria: como combatê-la de forma rentável**. 2013. Disponível em: <https://www.revistahoteis.com.br/sazonalidade-na-hotelaria-como-combate-la-de-forma-rentavel/>. Acesso em: 24 nov. 2022.

ALMEIDA, C. D. S. de. **Turismo, sazonalidade e inovação: estratégias para destinos resilientes**. São Paulo: Senac, 2022.

ARAUJO, Bruno. **Hospitalidade virtual – um estudo sobre aplicativos móveis voltados para hotelaria**. *App.UFF*, 2014. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/bitstream/handle/1/1696/TCC%20Bruno%20Ara%C3%BAjo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 12 abr. 2023.

ARAÚJO, Bruno. **Hospitalidade virtual – um estudo sobre aplicativos móveis voltados para hotelaria**. Niterói: Universidade Federal Fluminense, 2014. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/1696>.

BARBOSA, Fábila Fonseca. **O turismo como um fator de desenvolvimento local e/ou regional/Tourism as a local and/or regional development factor**. *Caminhos de Geografia*, v. 6, n. 14, 2005.

BARON, Reuven. **Seasonality in tourism: A guide to the analysis of seasonality and trends for policy making**. London: Economist Intelligence Unit, 1975.

BARRETO, Margarita. **Turismo e patrimônio cultural: uma abordagem antropológica**. 2. ed. Campinas: Papirus, 2014.

BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas: Papirus Editora, 2014.

BENI, M. C. **Teoria do Turismo: uma abordagem aplicada**. 6. ed. São Paulo: Aleph, 2021.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 15. ed. São Paulo: SENAC, 2021.

BENI, Mário Carlos. **Globalização e turismo: a construção do espaço turístico no século XXI**. 8. ed. São Paulo: Aleph, 2021.

BENI, Mário Carlos. **Política e planejamento do turismo no Brasil**. 16. ed. São Paulo: Editora Manole, 2021.

BENI, Mário Carlos. **Turismo e Covid-19: Algumas reflexões**. *Rosa dos Ventos*, v. 12, n. esp. 3, 2020. Universidade de Caxias do Sul, Brasil. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=473564229002>. Acesso em: 3 set. 2023.

BENI, Mário Carlos. **Turismo e COVID-19: algumas reflexões**. *Rosa dos Ventos*, Caxias do Sul, v. 12, n. esp. 3, p. 1-14, 2020. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=473564229002>. Acesso em: 13 ago. 2025.

BOITEUX, Bayard. **Introdução ao estudo do turismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

BRASIL sobe duas posições no ranking mundial de contribuição do turismo em 2021. **Ministério do Turismo**, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/brasil-sobe-duas-posicoes-no-ranking-mundial-de-contribuicao-do-turismo-em-2021>. Acesso em: 22 nov. 2022.

BRASIL. **Associação Brasileira de Normas Técnicas**. NBR ISO/IEC 25010: Engenharia de software – Modelos de qualidade e avaliação. Rio de Janeiro, 2011.

BRASIL. **Associação Brasileira de Normas Técnicas**. NBR ISO/IEC 9126: Engenharia de software – Qualidade de produto. Rio de Janeiro, 2003.

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)**. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm. Acesso em: 10 ago. 2025.

BUHALIS, Dimitrios; LEUNG, Rosanna. **Smart hospitality**: Interconnectivity and interoperability towards an ecosystem. *International Journal of Hospitality Management*, v. 71, p. 41–50, 2018.

BUTLER, Richard W. **Seasonality in tourism**: issues and implications. In: BUTLER, Richard W.; MAO, Bao Jia. *Tourism, seasonality and sustainability*. Wallingford: CABI, 2001. p. 5-22.

CAMARGO, Luiz Gonzaga Godoi Trigo de. **Hospitalidade**: reflexões e perspectivas. São Paulo: SENAC, 2004.

CASTELLI, Geraldo. **Administração hoteleira**. 7. ed. Caxias do Sul: EDUCS, 2010.

CHON, Kaye S.; SPARROWE, Raymond T. **Hospitality management**: an introduction. 2. ed. New York: Wiley, 2003.

CHON, Kaye; SPARROWE, Robert. **Hospitality Strategic Management**: Concepts and Cases. Hoboken: John Wiley & Sons, 2003.

CLARK, Joe. **A brief history of mobile apps**. *Tech Times*, 2010. Disponível em: <https://techtimes.com/mobile-apps-history>. Acesso em: 11 ago. 2025.

COLIONI-JUNIOR; GOMES, G. F. M. **A importância do turismo para organizações hoteleiras.** *CIC.FIO*, 2019. Disponível em: <http://www.cic.fio.edu.br/anaisCIC/anais2019/pdf/03.25.pdf>. Acesso em: 24 nov. 2022.

COMPUWARE CORPORATION. **What Users Want from Mobile: Speed, Convenience and Security.** Detroit, 2012. Disponível em: <https://www.compuware.com>. Acesso em: 11 ago. 2025.

COOPER, Chris et al. **Tourism: Principles and Practice.** 7. ed. Harlow: Pearson Education, 2020.

CORIOLOANO, L. N. M. T.; FERNANDES, C. C. de **O. Turismo e sazonalidade: desafios à sustentabilidade socioeconômica dos destinos.** Revista Brasileira de Ecoturismo, São Paulo, v. 10, n. 1, p. 55–70, 2017.

CORRÊA, V. R.; MELO, M. A. de. **História e evolução da hotelaria:** da antiguidade à era digital. São Paulo: Alínea, 2018.

CORREIA, Mário João. **História do turismo.** São Paulo: Aleph, 2011.

CRUZ, R. de C.; DORNELES, A. G. **Sazonalidade turística e gestão pública local:** uma análise nos municípios litorâneos brasileiros. Caderno Virtual de Turismo, Rio de Janeiro, v. 20, n. 3, p. 302–325, 2020.

CUNHA, Sílvia Karla; DANTAS, Ana Sofia. **Turismo:** uma abordagem sistêmica e contemporânea. Curitiba: CRV, 2021.

DE MELLO PIMENTEL, Emanuelle. **As causas da sazonalidade do turismo:** a visão da oferta turística algarvia. Revista Turismo & Desenvolvimento, n. 12, p. 9-20, 2009.

DEMO, Pedro. **Metodologia para quem quer aprender.** 10. ed. São Paulo: Atlas, 1987.

DIAS, Reinaldo; FONSECA, Maria de Lourdes M. da. **Empreendimentos turísticos: gestão e planejamento.** São Paulo: Atlas, 2018.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual.** 24. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

EMANUELLE, M. D. A sazonalidade da atividade turística: causas e consequências. In: **CONGRESSO INTERNACIONAL DE TURISMO**, 2009, Florianópolis. Anais [...]. Florianópolis: UFSC, 2009.

EMIR. ABAV Expo movimentou receita bruta de R\$ 84,5 milhões para o estado de Pernambuco. **Maranhão Hoje**, São Luís, 2022. Disponível em: <https://maranhaohoje.com/turismo/abav-expo-movimentou-receita-bruta-de-r-845-milhoes-para-o-estado-de-pernambuco/>. Acesso em: 13 ago. 2025.

EMPETUR – Empresa de Turismo de Pernambuco. **Boletim de Ocupação Hoteleira 2023.** Recife: EMPETUR, 2023. Disponível em: <https://www.empetur.pe.gov.br/>.

ERBOLATO, M. **Geografia geral e do Brasil**: estudos para a compreensão do espaço. São Paulo: Moderna, 1986.

FERREIRA, Thiago R.; ALMEIDA, Vanessa C. Aplicativos móveis e a experiência do consumidor na hotelaria: uma revisão sistemática de literatura. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v. 15, n. 2, p. 45-65, 2021. Disponível em: <https://rbpt.turismo.emnuvens.com.br>. Acesso em: 13 ago. 2025.

GARRETT, Jesse James. **The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond**. 2. ed. Berkeley: New Riders, 2011.

GASTAL, Susana Margareth de Souza. **Turismo e produção do espaço: a construção simbólica dos destinos**. Caxias do Sul: EDUCS, 2020.

GETZ, D.; NILSSON, P. A. **Responses of family businesses to extreme seasonality in demand**: the case of Bornholm, Denmark. *Tourism Management*, v. 25, n. 1, p. 17–30, 2004.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GOOGLE. **Material Design Guidelines**. 2018. Disponível em: <https://material.io/design>. Acesso em: 13 ago. 2025.

GRINOEVER, Liana; GASTAL, Susana C. Hospitalidade e tecnologias digitais: entre o toque humano e o toque da tela. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 2, p. 48-63, 2019.

GRINOVER, Luiz. **Marketing de serviços**: como agregar valor ao relacionamento com o cliente. São Paulo: Futura, 2007.

HASENZAHN, Marc. **Experience Design**: Technology for All the Right Reasons. San Rafael: Morgan & Claypool Publishers, 2010.

HENZ, Aline Patrícia et al. Um ensaio teórico sobre sazonalidade e turismo. **ResearchGate**, 2014. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/306057091_Um_Ensaio_Teorico_sobre_Sazonalidade_e_Turismo. Acesso em: 23 nov. 2022.

HOTELARIA como alavanca para o desenvolvimento econômico local e regional. **RGV Hotelaria**, 2022. Disponível em: <https://rgvhotelaria.com.br/investimento/hotelaria-como-alavanca-para-o-desenvolvimento-economico-local-regional/#:~:text=De%20acordo%20com%20a%20pesquisa,como%20ao%20consumir%20bens%20industriais>. Acesso em: 22 nov. 2022.

I.T VEGA. Por que aplicativos para hotéis são tão importantes? **Vega I.T.**, 2022. Disponível em: <https://vegait.com/blog/por-que-aplicativos-para-hoteis-sao-tao-importantes/>. Acesso em: 18 mar. 2023.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa de Serviços de Hospedagem 2022**. Rio de Janeiro: IBGE, 2022. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/>. Acesso em: 13 ago. 2025.

ISMAIL, A. **Managing Hospitality and Tourism Services: Theory and International Applications**. Boston: Cengage Learning, 2019.

ISMAIL, Adnan. **Computer applications in hotels: tools for management**. *Hospitality Review*, Miami, v. 22, n. 2, p. 213-228, 2004.

ISO. **ISO 9241-210: Ergonomics of human-system interaction – Part 210: Human-centred design for interactive systems**. Geneva: International Organization for Standardization, 2010.

ISO/IEC. **International Standard ISO/IEC 25010:2011 – Systems and software engineering – Systems and software Quality Requirements and Evaluation (SQuaRE) – System and software quality models**. Genebra: ISO, 2011.

KORRES, George M. **The role of innovation and technology in the tourism industry**. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, v. 3, n. 1, p. 111–121, 2008.

KRUG, Steve. **Não me faça pensar: uma abordagem de bom senso à usabilidade na web e nos aplicativos móveis**. 3. ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014.

LASHLEY, Conrad. **Hospitality Retail Management: A Unit Manager's Guide**. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2000.

LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. **A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas**. Porto Alegre: Artmed, 1999.

LIDWELL, William; HOLDEN, Kritina; BUTLER, Jill. **Principles of Design: 125 Ways to Enhance Usability, Influence Perception, Increase Appeal, Make Better Design Decisions, and Teach through Design**. Beverly: Rockport Publishers, 2010.

LIMA, G. A. F. C.; CRUZ, R. de C. Sazonalidade turística e infraestrutura urbana: um estudo nos municípios costeiros do Brasil. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, v. 32, n. 4, p. 623–643, 2021.

LOHMANN, Guilherme. **Turismo e hospitalidade no século XXI: tendências, desafios e inovação**. Curitiba: Appris, 2022.

MAGALHÃES, Márcia. Sazonalidade e sua influência na ocupação hoteleira. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 45-58, 2007.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Boletim de Desempenho Econômico do Turismo – 2023**. Brasília: MTur, 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo>. Acesso em: 13 ago. 2025.

MOLINA, Fernando. **Turismo: entre o deslocamento e o consumo cultural**. São Paulo: Aleph, 2018.

NETTO, Alexandre Panosso. **O que é turismo**. São Paulo: Brasiliense, 2013.

NIELSEN, Jakob. **Usability Engineering**. San Diego: Morgan Kaufmann, 2012.

NORMAN, Donald A. **O design do dia a dia**. 2. ed. Rio de Janeiro: Rocco, 2004.

OMT – Organização Mundial do Turismo. **Glossário de termos de turismo**. Madrid: UNWTO, 2023. Disponível em: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>. Acesso em: 13 ago. 2025.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). **International Recommendations for Tourism Statistics 2008: Compilation Guide**. Madrid: UNWTO, 2019.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). **Turismo para um futuro inclusivo e resiliente: relatório global**. Madri: OMT, 2023. Disponível em: <https://www.unwto.org>. Acesso em: 13 ago. 2025.

PEREIRA, Marcus V.; SILVA, Daniela R.; COSTA, Andreia F. Aplicativos móveis e a experiência do hóspede: uma análise da usabilidade na hotelaria brasileira. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v. 15, n. 2, p. 85-101, 2021.

SANTOS, Jorge L. et al. Big data na hotelaria: tendências e desafios da digitalização no relacionamento com o hóspede. **Revista Hospitalidade em Foco**, Belo Horizonte, v. 17, n. 3, p. 101-118, 2020.

SANTOS, R. A.; SOARES, A. L. F. O. Sazonalidade e suas inferências sobre as gestões hoteleiras: um estudo de multicaso na hotelaria fluminense. **Cenário**, Brasília, v. 4, n. 7, p. 65-81, dez. 2016.

SCHEUER, Luciane. **Sazonalidade do turismo no município de Guaratuba**. 2010. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2010.

SCHUCKERT, Markus; LIU, Xiaoni; LAW, Rob. Hospitality and tourism online reviews: Recent trends and future directions. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, New York, v. 32, n. 5, p. 608–621, 2015.

SILVA, Márcia Magalhães da. **Impactos da sazonalidade na hotelaria: estudo na hotelaria de luxo da cidade do Rio de Janeiro**. 2007. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Turismo) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2007.

SORENSEN, A. T. **Business cycles and seasonal variation in tourism demand: a study of European tourism**. *Journal of Travel Research*, v. 38, n. 3, p. 240–245, 1999.

STATISTA. **Number of smartphone users worldwide from 2016 to 2027**. 2024. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/>. Acesso em: 11 ago. 2025.

TAVARES, M. C. B.; SILVA, A. L. A sazonalidade no turismo e seus efeitos sobre o trabalho. **Revista Rosa dos Ventos**, Curitiba, v. 11, n. 3, p. 443–460, 2019.

TAVARES, Mônica M.; SILVA, Camila A. da. **Turismo, cultura e territórios: impactos e resistências**. Salvador: EDUFBA, 2019.

THINK WITH GOOGLE. **Travel Trends 2023**: Insights do comportamento dos viajantes brasileiros. Google, 2023. Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com>. Acesso em: 13 ago. 2025.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi; PANOSSO NETTO, Alexandre. **Turismo: fenômeno social e ciência humana**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2020.

VEAL, A. J. **Research methods for leisure and tourism: a practical guide**. 4. ed. Harlow: Pearson Education, 2011.

VICENTIN, Débora R.; HOPPEN, Norberto. A utilização da tecnologia da informação no setor de turismo. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 7, n. 2, p. 187–207, 2003.

W3C – World Wide Web Consortium. **Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.1**. 2018. Disponível em: <https://www.w3.org/TR/WCAG21>. Acesso em: 13 ago. 2025.

WTTC – World Travel & Tourism Council. **Economic Impact Research – 2023**. London: WTTC, 2023. Disponível em: <https://wttc.org>. Acesso em: 13 ago. 2025.