



Medidas Para Amenizar os Impactos da Sazonalidade no Setor Hoteleiro

Resumo: O presente trabalho tem como objetivo mostrar algumas medidas que, se adotadas, podem amenizar os impactos a qual a sazonalidade provoca no setor hoteleiro. O estudo realizado teve enfoque nos hotéis da cidade de Guaratuba, localizada no litoral do Paraná. O seguinte trabalho mostrará conceitos, a situação encontrada na cidade acima citada, os impactos dos períodos sazonais nos empreendimentos e recomendações para que se possa encontrar caminhos de evitar e amenizar esses impactos, assim fazendo com que as empresas tenham sucesso em suas ações.

Palavras-Chave: Sazonalidade; Hotéis; Guaratuba, Turismo; Impactos.

Abstract: The present work aims to show some measures that, if adopted, can soften the impacts that the seasonality provokes in the hotel sector. The study focused on hotels in the city of Guaratuba, located on the coast of Paraná. The next sector of the work will show concepts, the situation found in the city mentioned above, the impacts of the seasonal periods in the enterprises and recommendations so that one can find ways of avoiding and mitigating these impacts, thus causing companies to succeed in their actions.

Key-Words: Seasonality; Hotels; Guaratuba; Tourism; Impacts.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho abordará a respeito da sazonalidade no setor hoteleiro com ênfase no município de Guaratuba e analisar medidas para amenizar seus impactos na atividade turística.

Primeiramente a sazonalidade é considerada como uma distribuição desigual da procura em determinados períodos e é gerado pelos fatores climáticos, geográficos, demográficos, econômicos e psicossociais (SILVA 2007, p. 14 *apud* CUNHA, 1997, p. 189).

Nota-se que em Guaratuba ocorre com maior frequência a sazonalidade com causa climática, a qual é o motivo de movimentação turística em grande escala, no caso desta cidade é a busca pelo sol e mar e a prática de esportes e recreação de Inverno. Além desta, existe também a sazonalidade institucional a qual se caracteriza por visitantes que praticam a atividade turística em férias escolares, de trabalho e de verão.

O setor mais afetado pelas mudanças do período sazonal é o hoteleiro, o qual é definido como um estabelecimento com recepção, com ou sem um serviço de alimentação e com estadia temporária onde são oferecidos em unidades individuais para uso particular do cliente mediante pagamento por dia (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2013 *apud* FIGUEIREDO, 2013, p. 13).



O meio de hospedagem é um dos setores mais atingidos pelos efeitos causados pela sazonalidade, pois diferentemente das demais empresas voltadas para o turismo sua oferta é limitada as unidades habitacionais, até porque ao contrário de um restaurante que é voltado para oferecer a gastronomia para qualquer público, o setor de hotelaria oferece seus serviços não à comunidade local, mas àqueles que vêm de outras regiões (PIMENTEL 2008 *apud* KRYNSKI, 2016, p. 11).

Os impactos que são causados pela sazonalidade é a variação de demanda no setor hoteleiro, oscilação de salário, redução de empregados, alteração das promoções e preços dos produtos (SILVA, 2007 *apud* KRYNSKI, 2016, p. 28). Além disso, o empregador sofre com a escassa mão de obra qualificada, pois no período de baixa temporada o mesmo terá que demitir um colaborador no qual investiu com treinamento e qualificação, sendo que o empregador no período de alta temporada terá que contratar novos colaboradores independente de sua experiência, desta forma sempre tendo prejuízos com treinamentos realizados anteriormente e perdidos e novos empregados com mão de obra de baixa qualidade (KRYNSKI, 2016 p. 28-29).

Os impactos do período sazonal variam conforme a categoria do hotel, então os diferenciais obtidos pelo estabelecimento são de suma importância para reduzir esses efeitos negativos. Além do mais, o turismo de negócios é outra opção para não ser atingido pela sazonalidade e o mesmo é definido como uma movimentação turística por pessoas que viajam a negócios voltados a diversos setores da atividade comercial ou industrial (ANDRADE, 1997 *apud* FIGUEIREDO, 2013, p. 11).

Uma das maneiras que foram citadas para reduzir os impactos dos períodos sazonais é o investimento na realização de eventos no empreendimento que está sendo atingido pela sazonalidade na intenção de amenizá-la e desta forma conseguir atingir o índice de ocupação e sucesso almejado (WALKER, 2005 *apud* KRYNSKI, 2016, p. 29).

Contudo, o presente trabalho apresenta mais a fundo essas e mais outras formas de minimizar a sazonalidade e também recomendações para que os



empreendedores alcancem o sucesso e lucro, ofertando serviços de qualidade e produtos para seus novos e clientes contínuos.

Este trabalho está dividido por capítulos, nos quais o primeiro introduz os leitores ao assunto, o segundo aborda a metodologia utilizada pelo grupo responsável pelo trabalho, o terceiro capítulo refere-se a localidade a qual foi estudada, o quarto capítulo é o diagnóstico que apresenta a situação problema, o quinto aponta recomendações que podem ser utilizadas e aplicadas pelos empreendedores para reduzir o impacto da sazonalidade no estabelecimento em determinado destino turístico e por último, algumas considerações.

METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa bibliográfica de natureza descritiva, com entrevista de abordagem quantitativa, conforme sugerem Collis e Hussey (2005 *apud* MESQUITA et al, 2016, p.11), foi realizada uma entrevista com o Paulo Roberto Socachewsky, proprietário do hotel Santa Paula localizado no município de Guaratuba.

O método técnico adotado foi de caráter bibliográfico e de campo. A pesquisa bibliográfica se resultou pelo uso de estudos já publicados constituídos de livros, trabalhos monográficos, anais de eventos e sítios. É também de campo, segundo Collis e Hussey (2005 *apud* QUEIROZ, 2013, p. 7) por conta do levantamento e da coleta de dados primários, por meio de um questionário aplicado a um hotel do município de Guaratuba.

SOBRE A LOCALIDADE

O município de Guaratuba teve início através de uma ordenação da coroa portuguesa a qual era para criar um povoamento na baía de Guaratuba, escolhendo 200 casais para povoarem essa localidade, isto no ano de 1765 (GUIA DO LITORAL, 2015, p. 24). Em 1770, foi fundada a Vila de São Luiz da Marinha de Guaratuba. No ano seguinte, no dia 29 de abril, teve sua comemoração de fundação tendo uma Santa Missa e neste mesmo dia o



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

povoado foi elevado a categoria de Vila levando o nome acima citado (GUIA DO LITORAL, 2015, p. 24)

A seguinte cidade possui uma população estimada de 35.986 pessoas (IBGE, 2017) e conta com uma área de 1.326,791 km² (IBGE, 2016). Além disso, o município conta com 10 hotéis cadastrados no ministério do turismo (SECRETARIA DO ESPORTE E DO TURISMO, 201?).

O segmento turístico mais procurado é o de sol e praia, porém, segundo o PDTIS (201? , p. 81) a cidade de Guaratuba:

Além dos atrativos naturais vinculados ao sol e praia, como as praias da Barra do Saí, das Caieiras, de Coroados e do Brejatuba, o município também conta com atrativos de relevância para o ecoturismo como o Salto Parati, o Morro do Cabaraquara e a Lagoa do Parado, ambos localizados na Baía de Guaratuba, atrativo de nível III na hierarquização.

DIAGNÓSTICO

A sazonalidade é um dos principais fatores que causa impacto direto no setor de turismo, atingindo a rentabilidade, gestão e entre outros, deste modo a mesma interfere no funcionamento do mercado turístico.

Segundo Silva (2007, p. 14 *apud* CUNHA, 1997, p. 189):

A sazonalidade traduz-se pela distribuição da procura ao longo do ano de forma desigual, provocando uma concentração em alguns meses mais do que outros, e deriva de fatores climáticos, geográficos, demográficos, econômicos e psicossociais.

Para Mesquita e Martins (2011 *apud* FIGUEIREDO, 2013, p. 12) a sazonalidade é:

Flutuações no montante de venda que acontecem ao longo do ano e que se repetem anualmente. Não influenciam o volume de vendas anual, mas sim o volume em períodos específicos, como meses ou semanas. Alguns autores citam ainda variações seculares, que medem o comportamento das vendas no longo prazo e variações cíclicas, que ocorrem na forma de ondas, ou seja, há momentos de altos e baixos, variando o período de ocorrência dos dois de acordo com fatores diversos, tais como: problemas climáticos, crises econômicas, instabilidade política, entre outros.



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

Silva (2007, p. 15 *apud* CUNHA, 1997, p. 189) cita também as causas da sazonalidade, sendo elas:

Climatéricas: são as condições climáticas que permitem dar resposta a algumas das principais motivações das deslocações turísticas, tais como a procura de sol e mar e a prática de desportos (sic) de Inverno. Além disso, no espírito de muito turistas só o verão ou as condições climatéricas mais amenas são favoráveis à realização de viagens:

Sociais: o desejo de seguir a moda ou de afirmar estatuto (sic) social leva muitas pessoas a viajar na época em que outras pessoas fazem:

Hábitos: as férias de verão já constituem uma tradição e têm tendência a perpetuar-se:

Escolares: são as férias escolares que regulam a vida das famílias e elas ocorrem por regra em períodos certos:

Econômicas: o funcionamento das empresas determina as férias dos trabalhadores como também os ciclos de produção agrícola determinam as férias dos agricultores.

Segundo Scheuer e Bahl (2011, p. 306-307) no município de Guaratuba, ocorre a sazonalidade natural, ligada aos fatores relacionados ao clima, e a sazonalidade institucional, ligada aos fatores socioeconômicos e socioculturais como férias escolares, feriados e entre outros.

Quanto ao clima, a cidade de Guaratuba, é muito dependente do calor e como a mesma não oferece lugares para lazer e não apresenta infraestrutura fora de temporada, o município acaba sofrendo com o período sazonal. Os turistas não se importam com os engarrafamentos e com os preços cobrados, pois o que eles querem é utilizar e desfrutar das ofertas que o município oferece neste período do ano. Já na baixa temporada os visitantes que possuem segunda residência buscam a cidade à procura de lazer e descanso, pois Guaratuba possui um clima agradável. As visitas em massa acabam acarretando impactos no meio ambiente, pois acumula lixo nas praias e ruas, baía e mar através do esgoto direcionado ao oceano, áreas de preservação degradadas como, por exemplo, as áreas de restinga e mangue (SCHEUER; BAHL, 2011, p. 306).

Quanto à sazonalidade institucional, além do clima, esta é bem caracterizada no município por não possuir diferentes atrativos em outras épocas que não seja no verão. As pessoas que visitam a cidade geralmente comparecem nos meses de dezembro a março (período de férias escolares e de



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

trabalho, verão) e também no inverno, mês de julho, porém em menor escala. Nota-se que no inverno grande parte dos turistas são aqueles que possuem segunda residência e querem apenas visitar o município na intenção de passar alguns dias ou fins de semana em suas moradias. Algo importante que atraia esses turistas no inverno é a Festa do Divino (dez dias de festa religiosa), que acontece no mês de julho e movimenta o município neste período (GUARATUBA, 2009 *apud* SCHEUER; BAHL, 2011, p. 307). No verão, os governantes da cidade juntamente com o Governo do Estado e com empresários locais oferecem atividades que não acontecem em outras épocas do ano, pois o município não tem verba suficiente para esse tipo de investimento, assim o Governo do Estado retira a “Operação verão” e os empresários fecham seus estabelecimentos para não haver chances de falência por baixa demanda (SCHEUER; BAHL, 2011, p. 307).

A hotelaria é um setor que sofre muito com essas mudanças e de acordo com Beni (2007 *apud* KRYNSKI, 2016, p. 21) “o meio de hospedagem é o empreendimento comercial que oferece estadia em UH’s para ocupação temporária, incluindo serviços de alimentação, lazer, entretenimento, que dispõe e repassa informações necessárias sobre a estadia do hóspede”.

De acordo com o Ministério do Turismo (2013 *apud* FIGUEIREDO, 2013, p. 13) “Hotel é um estabelecimento com serviço de recepção, alojamento temporário, com ou sem alimentação, ofertados em unidades individuais e de uso exclusivo do hóspede, mediante cobrança de diária”.

Segundo Pimentel (2008 *apud* KRYNSKI, 2016, p. 11):

A hotelaria é um dos setores turísticos que mais sofre sazonalidade, pois diferente de outros empreendimentos turísticos a sua principal oferta é a hospedagem. Um restaurante ou atrativo pode fornecer o seu serviço à comunidade local, já o meio de hospedagem fornece o serviço para pessoas que estão fora do seu entorno habitual, tornando-se mais vulneráveis às variações sazonais.

As variações de demandas no setor hoteleiro é um efeito da sazonalidade. Para Silva (2007 *apud* KRYNSKI, 2016, p. 28) “a sazonalidade pode causar diminuição no faturamento, variação no salário e redução do quadro de



colaboradores e mudanças nos critérios de promoções e preços dos produtos”. Além disso, segundo Krynski (2016 p. 28-29):

O empreendedor sofre na procura por profissionais qualificados. Na baixa temporada, ele necessita fazer corte de pessoal no empreendimento, perdendo um profissional no qual ele treinou e qualificou. Quando o período de alta temporada chegar, ele terá que fazer novas contratações e treinamentos, deste modo, sempre terá colaboradores de baixa qualidade.

A sazonalidade gera um desequilíbrio nesse setor, pois como na alta temporada a demanda é maior do que a oferta e acaba causando uma sobrecarga turística, que ocorre quando os estabelecimentos não comportam a demanda e a saturação a qual se consiste quando se ultrapassa o limite aceitável para o ambiente humano e físico.

Porém, os impactos da mesma em meios de hospedagem variam conforme a categoria de cada hotel, ou seja, dependerá da motivação de viagem do visitante, podendo ser para lazer, negócios, etc. Além de que hotéis de pequeno porte sentem esses efeitos de forma mais intensa, já que é necessária uma receita significativa para continuar operando durante o período sazonal, diferentemente dos hotéis de grande porte que possuem diferenciais que acabam atraindo turistas neste período. Como exemplo, temos um depoimento do Paulo Roberto Socachewsky, proprietário do hotel Santa Paula localizado no município de Guaratuba considerado como hotel de grande porte da cidade, na entrevista Socachewsky comenta que a sazonalidade é algo presente em seu estabelecimento, porém a equipe de gerencia junto a ele tenta amenizá-la disponibilizando certos diferenciais no hotel, como por exemplo a piscina aquecida que segundo ele atrai tanto novos turistas como satisfaz seus fiéis clientes.

Percebe-se então que a sazonalidade afeta tanto no âmbito microeconômico, pelo fato de atingir a rentabilidade do hotel, como também na economia nacional devido à queda no número de empregos e aumento de preços dos serviços, ou seja, nota-se que a mesma não é algo que tenha um fim definitivo, porém, é possível encontrar soluções que a amenizem e que garantam lucro e sucesso para o empreendimento.



RECOMENDAÇÕES

Segundo Silva (2007), a sazonalidade pode ser uma ameaça para o desenvolvimento do turismo em uma localidade e deve-se tentar superar os impactos ocorridos devido à mesma. Para isso, uma gestão estratégica é fundamental para a hotelaria.

O turismo de negócios é uma boa alternativa para amenizar os impactos da sazonalidade turística e entende-se por turismo de negócios, segundo Andrade (1997 *apud* FIGUEIREDO, 2013, p. 11) como:

O conjunto de atividades de viagem, de hospedagem, de alimentação e de lazer praticado por quem viaja a negócios referentes aos diversos setores da atividade comercial ou industrial ou para conhecer mercados, estabelecer contatos, firmar convênios, treinar novas tecnologias, vender ou comprar bens ou serviços.

Os viajantes a negócios não se importam com os preços dos serviços, pois apenas se preocupam com o conforto, serviços e estrutura para que possa concluir o objetivo definido para a viagem. Essas viagens acontecem independentemente da economia do destino, da localização, da quantidade de atrativos, do clima e se é baixa ou alta temporada. Por isso que, para locais que sofrem muito com os impactos da sazonalidade turística, o turismo de negócios é uma opção para controlar esses pontos negativos (FIGUEIREDO, 2013, p. 11). Além disso, hotéis de negócios têm uma maior ocupação durante os dias úteis da semana, diferentemente do turismo de lazer que são mais nos fins de semana. Assim, os estabelecimentos estão se adaptando para poder oferecer serviços dos dois segmentos para equilibrar as taxas de ocupação.

De acordo com Walker (2005 *apud* KRYNSKI, 2016, p. 29) outra forma de amenizar a sazonalidade seria o investimento na realização de eventos no estabelecimento, desta forma é possível alcançar o número de visitantes desejado. E para Silva (2007 *apud* KRYNSKI, 2016, p. 29) além de obter novos visitantes em meses de sazonalidade, também promove aumento do lucro no setor de Alimentos e Bebidas e gera crescimento na taxa de hóspedes.



Podem-se, também, fazer criações de pacotes promocionais para os residentes e pacotes para fins de semana para atrair visitantes de outras regiões, aliando também, a realização de eventos a fim de chamar atenção dos turistas em períodos pouco movimentados. Além disso, o planejamento financeiro é importante, a utilização inteligente dos recursos disponíveis é indispensável e outra solução seria a associação com outras empresas do mesmo ramo para fazer compras em conjunto reduzindo os custos.

Os consumidores estão cada vez mais exigentes, então a baixa qualidade gera uma sobrecarga aos empreendedores (ARAÚJO, 2013, p. 138). E segundo Castelli (1994 *apud* ARAÚJO, 2013, p. 138):

Um número cada vez maior de empresas hoje entende ser o investimento em qualidade um dos mais lucrativos. Não fazer nada custa muito mais caro. [...] “investir em qualidade resulta em menos defeitos, produtos melhores, posição financeira melhor, maior bem-estar, menos giro de pessoal, menor absenteísmo, clientes satisfeitos e uma imagem melhor”.

Segundo Paulo Roberto Socachewsky em entrevista às pesquisadoras, mencionou uma alternativa adquirida pelo mesmo para minimizar os efeitos da sazonalidade em seu estabelecimento, a piscina externa aquecida, que segundo ele é um grande atrativo para os novos turistas e para manter seus clientes fiéis no período sazonal. Então, percebe-se que diferenciais como este adquirido pelo proprietário do hotel é uma das opções para suavizar os efeitos que a sazonalidade provoca no setor hoteleiro.

Pimentel (2008 *apud* KRYNSKI, 2016, p. 29-30) afirma que:

Há basicamente duas estratégias mais utilizadas por gestores do ramo hoteleiro a fim de diminuir os efeitos causados pela sazonalidade, são elas: o desenvolvimento de novos produtos e a flexibilidade nos preços. Para que ocorra o desenvolvimento de novos produtos é necessário realizar uma pesquisa que indiquem quais seriam as motivações dos turistas em épocas de baixa temporada, para desta maneira, desenvolver produtos que satisfaçam as necessidades do público alvo. Já a flexibilidade de preços (na alta temporada um preço mais elevado e na baixa temporada a queda no preço), não é a opção mais rentável, desta maneira ela deverá ser substituída sempre que possível.

Outra maneira de diminuir os impactos gerados pela sazonalidade é investir no marketing estratégico. Planejar algo que diminua as variações de



hospedagem, usando vários meios de comunicação e divulgação, promovendo o setor hoteleiro na cidade e regiões a fora como forma de lazer (KRYNSKI, 2016, p. 30). Este método foi também utilizado pelo hotel Santa Paula, propriedade de Paulo Roberto Socachewsky, o qual também acrescentou o uso de folhetos, sites de publicidade hoteleira, redes sociais e agências.

E tudo isso é para que o estabelecimento possa melhor atender seus clientes, ofertando bons serviços e que, ao mesmo tempo, arrecade lucros para a empresa, assim não chegando à falência, e sim, alcançando o sucesso.

CONSIDERAÇÕES

Percebe-se então que a sazonalidade, sendo uma distribuição desigual de procura que acaba se concentrando em alguns meses e em outros não, tendo várias causas, é algo comum no turismo e que pode trazer consigo alguns impactos negativos para os estabelecimentos, principalmente para os setores hoteleiros, já que sua oferta é justamente a hospedagem a qual tem usuários mais limitados que os restaurantes, por exemplo, o qual sua oferta é a alimentação que é mais facilmente consumida por moradores locais.

Os impactos acabam atingindo a rentabilidade do estabelecimento, número de empregados, salários e até mesmo a comunidade receptora, já que pode causar uma sobrecarga e saturação no local, além de outros impactos. Deste modo, nota-se que é necessário tomar algumas atitudes para que se possa amenizar esses efeitos, fazendo com que as empresas não saiam prejudicadas, ofertando um serviço de qualidade para seus clientes.

Assim, algumas medidas podem ser adotadas reduzindo esses efeitos negativos e, como já dito, o turismo de negócios e eventos são duas alternativas que podem auxiliar nisso, já que movimentam o estabelecimento em períodos em que não há grande vinda de turistas, além de que um planejamento financeiro, marketing estratégicos e outras ações podem ser tomadas prevenindo o estabelecimento de grandes problemas como a falência.

Deste modo, conclui-se que a sazonalidade é algo que está no cotidiano dos setores do turismo, trazendo efeitos que podem impactar negativamente a



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

empresa e até mesmo uma localidade que é dependente da atividade turística, assim, foi visto que certas ações podem suavizar esses efeitos fazendo com que o estabelecimento possa ofertar um produto de qualidade e estar de portas abertas sem prejuízos, alcançando o sucesso.

REFERÊNCIAS:

ARAUJO, Vanessa Moreira Guedes de. **QUALIDADE DOS SERVIÇOS NA HOTELARIA: UM ESTUDO NA REDE DE HOTÉIS ALFA**. 2013. Disponível em: < <http://pro-thor.com/wp-content/uploads/turismo-12129.pdf> >. Acesso em: 16 mar. 2018.

Entrevista com Paulo Roberto Socachewsky, proprietário do hotel Santa Paula localizado no município de Guaratuba, realizada no dia 01 mar. 2016.

FIGUEIREDO, Alvaro José da Silva. **O turismo de negócios e a questão da sazonalidade turística para o setor hoteleiro de Niterói**. 2013. Disponível em: < <https://app.uff.br/riuff/bitstream/1/1370/1/236%20-%20Alvaro%20Figueiredo.pdf> >. Acesso em: 16 mar. 2018.

GUIA DO LITORAL PARANÁ, edição 2015. Disponível em : <<http://www.turismo.pr.gov.br/arquivos/File/GuiadoLitoral2015.pdf> >. Acesso em: 25 mar. 2018.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/por-cidade-estado-estatisticas.html?t=destaques&c=4109609> >. Acesso em: 25 mar. 2018.

KRYNSKI, Samanta Cristina. **Sazonalidade na hotelaria**: estudo das iniciativas do Costão do Santinho Resort, Golf & SPA em Florianópolis, SC. 2016. Disponível em: <<http://www2.unicentro.br/detur/files/2014/09/SAZONALIDADE-NA-HOTELARIA-estudo-das-iniciativas-do-Cost%C3%A3o-do-Santinho-Resort-Golf-SPA-em-Florian%C3%B3polis-SC.pdf> >. Acesso em: 25 mar. 2018.

MESQUITA, José Marcos Carvalho de et al. **Impactos da sazonalidade da produção sobre os estoques e lucratividade**: Análise do segmento industrial brasileiro. 2016. Disponível em: <<https://app.uff.br/riuff/bitstream/1/1525/1/9%20-%20Marcia%20da%20Silva.pdf> >. Acesso em: 20 mar. 2018.



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

PDTIS, PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL, **Polo Turístico do Litoral Paranaense**. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/DPROD/PDITS/PARANA/PDTIS_LITORAL_PARANAENSE.pdf>. Acesso em: 25 mar. 2018.

QUEIROZ, Laane Lima et al. **Estratégias de determinação de preços em microempresas no setor de artigos turísticos**: um estudo comparativo entre Fortaleza e Mindelo. 2013. Disponível em: <<https://app.uff.br/riuff/bitstream/1/1525/1/9%20-%20Marcia%20da%20Silva.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2018.

SILVA, Márcia Magalhães da. **Impactos da sazonalidade na hotelaria**: estudo na hotelaria de luxo da cidade do Rio de Janeiro. 2007. Disponível em: <<https://app.uff.br/riuff/bitstream/1/1525/1/9%20-%20Marcia%20da%20Silva.pdf>>. Acesso em: 25 mar. 2018.

SECRETARIA DO ESPORTE E TURISMO, Guaratuba. Disponível em: <<http://www.turismo.pr.gov.br/modules/conteudo/guaratuba.php>>. Acesso em: 25 mar. De 2018.

SHEUER, Luciane; BAHL, Miguel. **Sazonalidade do Turismo no Município de Guaratuba, Paraná, Brasil**. 2011. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/raega/article/viewFile/24841/16651>>. Acesso em: 31 mar. 2018.