

Calendário de Marketing para Turismo

Todas as datas, feriados e oportunidades do ano com ideias de campanha e antecedência recomendada para hospedagens e agências de turismo

Feriados nacionais · Datas comerciais · Temporadas · Festas regionais · Períodos escolares

Campanha lançada na semana do evento não funciona. Quem chega na frente da concorrência com o conteúdo e a oferta certa sempre converte mais. Use este calendário como ponto de partida para nunca mais planejar na véspera.

Como usar este calendário

Este calendário foi criado para ser usado de forma atemporal. As datas fixas são as mesmas todo ano. As datas móveis, como Carnaval, Páscoa e Corpus Christi, precisam ser verificadas no calendário do ano vigente antes de planejar.

Para cada data há uma ideia de campanha, a antecedência recomendada para começar e o público com maior potencial. Adapte o conteúdo para a realidade da sua hospedagem ou agência.

Legenda de tipos de data

 Feriado Nacional	 Data Comercial	 Sazonal	 Festa Regional	 Período Escolar
---	---	--	---	--

Janeiro Alta temporada para o litoral sul e sudeste. O mês começa cheio e vai abrindo agenda para fevereiro.

Data ou Período	Tipo	Ideia de Campanha	Iniciar com	Público
1º de janeiro	 Feriado Nacional	Campanha de 'Nova viagem, novo ano' com oferta para datas de janeiro e fevereiro. Abrir vendas em novembro.	10 semanas	Todos os perfis
Todo o mês	 Sazonal	Alta temporada litoral: campanha de urgência para últimas datas disponíveis. Foco em reserva direta.	Em curso	Famílias, casais, jovens
Final do mês	 Período Escolar	Fim das férias de verão: reativar base para reservar as próximas férias de julho com antecedência.	Em curso	Famílias com filhos

Fevereiro Mês do Carnaval e de eventos regionais marcantes. Alta demanda para destinos festivos e oportunidade para quem posiciona como 'fuga do Carnaval'.

Data ou Período	Tipo	Ideia de Campanha	Iniciar com	Público
Fevereiro ou março (verificar ano)	 Feriado Nacional	Carnaval: dois públicos distintos. Quem quer festa e quem quer fuga do Carnaval. Criar campanha para cada um.	10 semanas	Jovens, casais, famílias
2 de fevereiro	 Festa Regional	Festa de Iemanjá em Salvador: para destinos da Bahia. Campanha cultural e experiência única.	6 semanas	Viajantes culturais, casais
Fevereiro (verificar ano)	 Festa Regional	Festa da Uva em Caxias do Sul: alta demanda para a Serra Gaúcha. Verificar datas do evento no ano vigente.	6 semanas	Casais, terceira idade

Março Mês de transição com datas importantes. Semana Santa pode cair em março ou abril.

Data ou Período	Tipo	Ideia de Campanha	Iniciar com	Público
8 de março	 Data Comercial	Dia Internacional da Mulher: pacotes de viagem em grupo de amigas ou solo feminina. Público crescente.	5 semanas	Mulheres adultas
Março ou abril (verificar ano)	 Feriado Nacional	Semana Santa: cria pontes de 4 a 5 dias. Para famílias, casais e turismo religioso. Iniciar campanha cedo.	10 semanas	Famílias, casais, religioso
20 ou 21 de março	 Sazonal	Início do outono: gancho para destinos de trilha, ecoturismo, colheita e vinicultura no Sul.	4 semanas	Aventureiros, casais

Abril Semana Santa e Tiradentes são as maiores oportunidades do mês. Cidades históricas de Minas têm demanda alta.

Data ou Período	Tipo	Ideia de Campanha	Iniciar com	Público
Março ou abril (verificar ano)	 Feriado Nacional	Páscoa: família e natureza. Retiros, sítios e destinos tranquilos têm demanda alta. Pacotes com chocolate incluso.	8 semanas	Famílias, casais
21 de abril	 Feriado Nacional	Tiradentes: cria ponte de 3 a 4 dias. Ouro Preto, Tiradentes e Diamantina têm demanda altíssima. Outras regiões aproveitam o feriado.	6 semanas	Casais, grupos culturais

Maio Dia das Mães é um dos maiores eventos do ano para hospedagens. Preparar com dois meses de antecedência.

Data ou Período	Tipo	Ideia de Campanha	Iniciar com	Público
1º de maio	 Feriado Nacional	Dia do Trabalho: depende do dia da semana para gerar ponte relevante. Verificar e criar campanha de 3 a 5 dias.	5 semanas	Todos os perfis
2º domingo de maio	 Data Comercial	Dia das Mães: campanha obrigatória. Pacotes com café da manhã especial, spa, experiência e decoração.	8 semanas	Famílias, filhos adultos, casais

Junho Mês com as melhores oportunidades do ano fora da alta de verão: Dia dos Namorados, Festa Junina e início do inverno serrano.

Data ou Período	Tipo	Ideia de Campanha	Iniciar com	Público
12 de junho	 Data Comercial	Dia dos Namorados: jantar, spa, decoração romântica, late check-out. Um dos meses mais fortes para hospedagens de casal.	8 semanas	Casais
Junho (verificar ano)	 Feriado Nacional	Corpus Christi: feriado móvel que cria ponte de 4 dias na quinta. Verificar data e criar campanha de escapada.	4 semanas	Famílias, casais
Junho e julho	 Festa Regional	Festa Junina e São João: maior festa do Nordeste. Caruaru, Campina Grande e São Luís têm demanda altíssima.	8 semanas	Famílias, grupos, casais
21 de junho	 Sazonal	Início do inverno: alta temporada para Gramado, Campos do Jordão, Visconde de Mauá e Serra Gaúcha.	8 semanas	Casais, famílias

Julho Melhor mês para hospedagens voltadas a famílias. Férias escolares garantem demanda em quase todos os destinos.

Data ou Período	Tipo	Ideia de Campanha	Iniciar com	Público
Todo o mês	 Período Escolar	Férias escolares: pico de demanda para famílias. Campanha de urgência com últimas vagas. Abrir vendas em maio.	10 semanas	Famílias com filhos

Todo o mês	 Sazonal	Inverno serrano em pico: destinos de montanha com ocupação máxima. Reforçar campanha de reserva antecipada.	Em curso	Casais, famílias
Fins de junho ou julho (verificar)	 Festa Regional	Festival de Parintins no Amazonas: evento cultural único. Para agências e hospedagens do Norte.	8 semanas	Turismo cultural

Agosto Mês de baixa temporada para muitos destinos. Oportunidade para quem tem oferta bem posicionada e campanha antecipada.

Data ou Período	Tipo	Ideia de Campanha	Iniciar com	Público
2º domingo de agosto	 Data Comercial	Dia dos Pais: menor que Dia das Mães mas relevante. Pacotes para família inteira ou experiência pai e filhos.	6 semanas	Famílias, filhos adultos
Todo o mês	 Sazonal	Baixa temporada para litoral e muitos destinos. Comunicar tranquilidade e preço diferenciado como vantagem.	Em curso	Casais sem filhos, nômades
Final do mês	 Data Comercial	Preparar campanha antecipada para setembro e outubro. Ativar base com oferta de reserva antecipada.	Ação estratégica	Base de clientes anteriores

Setembro Independência e início da primavera abrem novas narrativas. Destinos de flores têm demanda crescente.

Data ou Período	Tipo	Ideia de Campanha	Iniciar com	Público
7 de setembro	 Feriado Nacional	Independência do Brasil: ponte depende do dia da semana. Campanha de viagem nacional com orgulho do destino.	5 semanas	Famílias, grupos
22 ou 23 de setembro	 Sazonal	Início da primavera: Holambra, Serra Gaúcha, Vale dos Vinhedos e destinos de flores têm alta demanda.	6 semanas	Casais, terceira idade
Setembro e outubro	 Festa Regional	Temporada de baleias no litoral sul e sudeste: diferencial único para destinos costeiros específicos.	6 semanas	Ecoturismo, casais

Outubro Feriado de Nossa Senhora Aparecida, Halloween em crescimento e Oktoberfest fazem de outubro um mês movimentado.

Data ou Período	Tipo	Ideia de Campanha	Iniciar com	Público
12 de outubro	 Feriado Nacional	Nossa Senhora Aparecida: feriado de família. Destinos religiosos e ecoturismo têm alta demanda.	5 semanas	Famílias, turismo religioso
31 de outubro	 Data Comercial	Halloween: crescendo no Brasil. Funciona para glamping, cabanas, destinos de aventura e hospedagens temáticas.	4 semanas	Jovens, famílias com filhos
Outubro (verificar ano)	 Festa Regional	Oktoberfest Blumenau: demanda altíssima para o Vale do Itajaí e SC. Verificar datas do evento.	8 semanas	Todos os perfis

Novembro Mês de transição com três feriados nacionais e o início do Natal Luz em Gramado. Também é o momento certo para abrir vendas de Réveillon.

Data ou Período	Tipo	Ideia de Campanha	Iniciar com	Público
2 de novembro	 Feriado Nacional	Finados: feriado de reflexão com potencial menor para turismo. Apostar em escapadas para natureza e retiro.	2 semanas	Casais, viajantes solo
15 de novembro	 Feriado Nacional	Proclamação da República: cria ponte quando cai na semana. Campanha de fim de semana longo.	3 semanas	Famílias, casais

20 de novembro	 Feriado Nacional	Consciência Negra: feriado na quinta cria ponte de 4 dias. Destinos culturais e de história têm apelo especial.	5 semanas	Grupos culturais, jovens
Novembro (verificar ano)	 Festa Regional	Natal Luz de Gramado: começa em novembro. Gramado e região com demanda altíssima. Abrir vendas em setembro.	10 semanas	Famílias, casais
Última sexta de novembro	 Data Comercial	Black Friday: lançar campanha de reserva antecipada com preço especial para janeiro e julho do ano seguinte.	6 semanas	Todos os perfis

Dezembro Mês mais importante do ano para a maioria dos destinos. Natal e Réveillon exigem abertura de vendas com 10 a 12 semanas de antecedência.

Data ou Período	Tipo	Ideia de Campanha	Iniciar com	Público
Início do mês	 Período Escolar	Início das férias de verão: alta temporada para o litoral. Campanha de urgência para últimas vagas disponíveis.	Em curso	Famílias, jovens
24 e 25 de dezembro	 Feriado Nacional	Natal: pacotes com programação natalina, ceia inclusa e decoração. Gramado, Ouro Preto e Campos do Jordão lideram.	10 semanas	Famílias, casais
31 de dezembro	 Feriado Nacional	Réveillon: a maior campanha do ano. Abrir vendas em outubro. Pacote completo com jantar, conto regressivo e experiência.	12 semanas	Todos os perfis

Guia de antecedência por tipo de campanha

A coluna 'Iniciar com' indica quantas semanas antes da data você deve começar a produzir conteúdo, configurar anúncios e comunicar a oferta. Quanto maior o evento, maior o tempo necessário.

Antecedência	Quando usar	Exemplos
12 semanas	Eventos que lotam com muito antecedência	Réveillon, Carnaval de destinos disputados
10 semanas	Alta temporada e festas de grande porte	Férias de julho, Natal Luz de Gramado, Natal
8 semanas	Feriados prolongados e datas comerciais fortes	Dia das Mães, Dia dos Namorados, Semana Santa
6 semanas	Feriados nacionais e festas regionais	Tiradentes, Oktoberfest, Festa Junina
4 semanas	Datas comerciais menores e sazonais	Dia dos Pais, Dia da Mulher, Halloween
2 a 3 semanas	Feriados com menor potencial turístico	Finados, Proclamação da República

Tipos de campanha para cada data

Feriados Nacionais

- Campanha de urgência com vagas limitadas e data de encerramento clara.
- Pacote completo com experiência inclusa, não apenas desconto de diária.
- Para feriados que criam pontes longas, abrir vendas com o dobro do tempo normal.

Datas Comerciais

- Criar oferta específica para o perfil da data: casais no Dia dos Namorados, famílias no Dia das Mães.
- Personalizar a comunicação com o tema da data sem perder a identidade da marca.
- Upsell de experiências, como café especial, decoração, brinde ou parceria local.



Datas Sazonais

- Comunicar as vantagens da temporada como argumento principal, não o preço.
- Inverno: lareira, fondue, frio, silêncio, conforto. Verão: praia, trilha, calor, aventura.
- Usar depoimentos de hóspedes que viajaram na mesma temporada como prova social.



Festas Regionais

- Criar pacote com transporte, ingresso ou acesso ao evento incluído quando possível.
- Para agências: montar roteiro exclusivo em torno do evento.
- Parceria com hospedagens ou agências locais para oferecer experiência completa.



Períodos Escolares

- Férias escolares são previsíveis: planejar com 10 a 12 semanas de antecedência.
- Comunicação focada em conveniência para família: berço, atividades para crianças, espaço externo.
- Criar lista de espera para datas esgotadas e usar para captar e nutrir leads para a próxima temporada.

Quer que a Move monte e execute esse calendário pela sua marca?

A Move cria a estratégia de conteúdo, configura as campanhas e executa o planejamento de marketing mês a mês para hospedagens e agências de turismo que querem parar de improvisar.

Acesse movetotravel.com e fale com nossa equipe.

move · Marketing especializado em turismo e hotelaria