

## **TURISMO EM ALAGOAS: COMO O MARKETING 4.0 PODE AUXILIAR NA SAZONALIDADE**

Jéssica Galvão Amorim<sup>1</sup>, e-mail: jess\_amorim16@hotmail.com;  
Luis Eduardo Moura Feitosa<sup>2</sup>, e-mail: luiissmouraa@gmail.com;  
Sergio Ricardo Pereira Accioly<sup>3</sup>, e-mail: sergio.rpereira@souunit.com.br.

Centro Universitário Tiradentes<sup>1</sup>/Administração/Maceió/Alagoas, AL.

### **6.00.00.00-7 – Ciências Sociais Aplicadas 6.02.00.00-6 – Administração**

**Resumo:** Alagoas é um estado cheio de belezas naturais, e em 2013 a orla da capital Maceió, foi considerada a mais bonita do atlântico sul. Isso sem dúvidas atrai turistas de todo o mundo para o Estado. Mas não é só a orla que chama a atenção, nosso estado, além das praias paradisíacas, é rico em história e cultura. Podemos citar como exemplo as cidades de Marechal Deodoro e Penedo, cidades históricas e com arquiteturas lindas. Tudo isso chama a atenção dos turistas.

Segundo o site Brasil Escola, o Produto Interno Bruto (PIB) de Alagoas, em 2008, foi de 17,8 bilhões de reais e de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 68,7% do PIB vem de serviços, sendo o Turismo o principal integrante deste setor. Sendo assim, podemos dizer que uma boa parte da renda do estado vem do turismo, turismo esse que não se resume apenas em praias bonitas, mas também em suas obras arquitetônicas, igreja de séculos atrás e o povo com cultura diferente.

Apesar dos dados acima serem considerados bons, existem fatores que podem interferir nos mesmos, como a sazonalidade, a falta de segurança pública e a poluição das praias. Neste último, um caso recente vem prejudicando o meio turístico, mesmo Alagoas sendo um dos estados menos atingidos, que são as manchas de óleo nos mares. Isso afastou os turistas e interferiu na economia de alguns estabelecimentos e hotéis.

A sazonalidade é o fator mais conhecido, pois existem os momentos de alta e baixa temporada. Os meses que compõe o verão são os mais procurados, são os meses também das festas de fim de ano, onde o evento *Celebration* atrai pessoas de todo o Brasil. Fazendo assim com que a capital alagoana esteja cheia de turistas aumentando as demandas por hotéis. Mas o que fazer quando a cidade está em baixa temporada?

Esta é uma das perguntas que iremos responder no presente projeto. O principal objetivo é analisar e compreender como podemos utilizar métodos do marketing, tanto para os momentos de alta, como nos de baixa temporada, não

esquecendo de mostrar o tamanho das belezas naturais que o estado tem. Onde será utilizado o método de Pesquisa Explicativa, que visa juntar ideias, no objetivo de explicar o assunto tratado e compreender sobre o mesmo. Analisando, através de pesquisas em sites, livros e reportagens, iremos abordar dados referente ao turismo alagoano e como o marketing pode auxiliar e ajudar a atrair cada vez mais turistas para as cidades alagoanas. O presente projeto ainda está em andamento, deste modo, não temos resultados e conclusões precisos.

**Palavras-chave:** Estado, Sazonalidade, Turismo

**ABSTRACT:** Alagoas is a state full of natural beauty, and in 2013 the border of the capital Maceió, was considered the most beautiful in the south Atlantic. This undoubtedly attracts tourists from around the world to the state. However, it is not just a border that catches attention, our state besides the paradisiacal beaches, is rich in history and culture. We can cite as an example the cities of Marechal Deodoro and Penedo, historic cities and beautiful architectures. All this catches the attention of tourists.

According to the Brasil Escola website, Alagoas Gross Domestic Product (GDP), in 2008, it was 17.8 billion reais and according to the Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE), 68.7% of GDP comes from services, with Tourism being the main member of this sector. Thus, we can say that a large part of the state's income comes from tourism, tourism that is not only about beautiful beaches, but also about its architectural works, church of centuries ago and people with a different culture.

Although the above data are considered good, there are factors that may interfere with them, such as seasonality, lack of public safety and pollution of beaches. In the latter, a recent case has been hurting the tourist environment, even though Alagoas is one of the least affected states, which are oil slicks in the seas. This keeps tourists away and interfered with the economy of some establishments and hotels.

Seasonality is the best-known factor, as there are times of high and low season. The months that make up the summer are the most sought after, are also the months of the holidays, where the Celebration event attracts people from all over Brazil. Thus making the capital of Alagoas full of tourists increasing the demand for hotels. But what to do when the city is in low season?

This is one of the questions we will answer in this project. The main goal is to analyze and understand how we can use marketing methods for both high and low season times, not forgetting to show the size of the natural beauty that the state has. Where will be used the method of Explanatory Research, which aims to gather ideas, in order to explain the subject and understand about it. Analyzing, through surveys on websites, books and reports, we will approach data regarding Alagoas tourism, and how marketing can help and help attract more tourists to the cities of Alagoas. This project is still ongoing, so we do not have accurate results and estimates.

**Keywords:** Seasonality, State, Tourism

**Referências/references:**

FRANCISCO, Wagner de Cerqueira e. "A economia de Alagoas"; *Brasil Escola*. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/brasil/a-economia-alagoas.htm>. Acesso em 12 de outubro de 2019.

ANDRADE, Jorreyne. "O uso do Marketing no turismo"; *Administradores.com*. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/o-uso-do-marketing-no-turismo>. Acesso em 12 de outubro de 2019.