



DIA NACIONAL DA ALEGRIA: CRIANÇAS E ADOLESCENTES VIVEM DIA DE MAGIA NA RODA FG



O dia começou de forma especial na terça-feira (14), na Roda FG, em Balneário Camboriú. Antes mesmo dos primeiros giros, os sorrisos e o brilho no olhar das crianças e dos adolescentes já anunciavam um dia recheado de descobertas, diversão e memórias afetivas. Em situação de vulnerabilidade social, eles foram convidados para participar do Dia Nacional da Alegria.

Iniciativa idealizada pelo Sistema Integrado de Parques e Atrações Turísticas (SINDEPAT) chega à 17ª edição e tem apoio da Associação Brasileira de Parques e Atrações (Adibra) e da Associação de Parques e Atrações da Serra Gaúcha (Apasg). Em 2026, a mobilização alcança atrações em 20 cidades brasileiras, reforçando o papel social do turismo e do lazer.

Entre as entidades beneficiadas pela Roda FG, estava o Instituto Anjos sem Asas, que atua em parceria com o 12º Batalhão da Polícia Militar e a Fundação Municipal de Esportes de Balneário Camboriú. “Nosso intuito é tirar os jovens da vulnerabilidade através do boxe, proporcionar educação pelo esporte e bons momentos como esse, aqui na Roda Gigante. Foi um dia feliz e alegre para todos”, comentou Wesley “Presunto”, idealizador do projeto.

Outro grupo que marcou presença foi o Projeto SWAT, representado pela Federação Brasileira de Taekwondo JTF, que trouxe crianças e adolescentes de Balneário Camboriú, Camboriú e Itajaí. Para muitos desses jovens, de 6 a 17 anos, essa foi a primeira oportunidade de ver a cidade de um ângulo totalmente novo e surpreendente. O dia contou ainda com a participação da Fanfarra Camboriú.

A emoção também tomou conta dos representantes da Associação de Pais e Amigos do Autista – AMA Litoral/SC & Casa do Autista -, que atende pessoas com autismo e suas famílias. Márcia, representante da associação, ressaltou a importância de espaços de lazer inclusivos. “Proporcionar um dia espetacular como esse em uma roda tão encantadora é um presente para nossas famílias. Agradecemos imensamente pelo convite e pelo carinho com nossas crianças e jovens”, comentou Márcia.



Divulgação

Viagens de última hora crescem e desafiam a hotelaria

Consumidor mais digital e imediatista muda o comportamento de reservas e exige novas estratégias do setor

O comportamento do consumidor do turismo vem passando por uma transformação significativa, impulsionada pela digitalização e pela busca por experiências mais imediatas. Uma das principais mudanças observadas é o crescimento das reservas de última hora, movimento que tem impactado diretamente a gestão da hotelaria, especialmente em destinos urbanos e corporativos.

Na prática, isso significa uma redução no tempo entre a decisão de viajar e a efetivação da reserva. Para os hotéis, o cenário exige maior agilidade na precificação, gestão dinâmica da ocupação e capacidade de adaptação às oscilações da demanda. “Hoje, o hóspede está cada vez mais conectado e confortável em decidir sua viagem com pouca antecedência. Isso muda completamente a lógica de planejamento do setor”, explica Lívia Trois, CEO da Rede Master Hotéis.

Segundo a executiva, a tecnologia tem papel central nesse novo comportamento. Plataformas digitais, aplicativos e compa-

radadores de preços permitem ao consumidor acessar ofertas em tempo real, estimulando decisões mais rápidas e, muitas vezes, baseadas em oportunidade. “O acesso à informação tornou o cliente mais autônomo e exigente. Ele monitora preços, avalia localização e estrutura e decide no momento que percebe vantagem”, afirma.

Esse novo cenário também impõe desafios operacionais para os empreendimentos. A previsibilidade, antes mais estável, dá lugar a um fluxo mais volátil de reservas, o que exige estratégias mais sofisticadas de revenue management (gerenciamento de receita) e de gestão de pessoas e logística de insumos. “Precisamos trabalhar com modelos mais flexíveis e dados em tempo real para equilibrar ocupação e rentabilidade. Não é mais possível operar com a mesma antecedência de anos atrás”, destaca Lívia.

Por outro lado, a tendência também abre oportunidades para o setor. A possibilidade de captar reservas de última hora permite otimizar a ocupação em períodos que antes poderiam



ficar ociosos. “Quando bem gerida, essa demanda pode ser extremamente positiva. Ela ajuda a preencher lacunas e maximizar resultados, especialmente em finais de semana e feriados”, complementa a CEO.

A Rede Master Hotéis, com forte atuação no Rio Grande do Sul, já vem adaptando suas estratégias para esse novo perfil de consumidor, investindo em tecnologia, canais digitais e inteligência de dados. “Mais do que reagir à tendência, é preciso antecipar movimentos e estruturar uma operação preparada para a imprevisibilidade. Esse é o novo desafio da hotelaria”, aponta Lívia.