



Campinas deve girar entre R\$ 16 e R\$ 20 milhões; já o Estado de São Paulo pode chegar a R\$ 7,3 bilhões

Por Patrick Bertholdo

O Carnaval 2026 já nasce grande no Estado: projeções do Centro de Inteligência da Economia do Turismo (CIET), da Secretaria de Turismo e Viagens (SETUR-SP), estimam R\$ 7,3 bilhões em movimentação e 4,7 milhões de turistas em São Paulo, com gasto médio de R\$ 1.543 por visitante — um incremento de cerca de 5% em relação ao ano anterior. Nesse cenário, a Região Metropolitana de Campinas (RMC) entra como peça estratégica: localização, conectividade e vocação para receber fluxos de curta distância (o turista do “bate-volta”) e também quem transforma a folia em pernoite.

Em Campinas, a estimativa divulgada pela Prefeitura e pela Associação Comercial e Industrial de Campinas (ACIC) é de que o Carnaval 2026 movimentará entre R\$ 16 milhões e R\$ 20 milhões, atraindo cerca de 400 mil pessoas, com 67 eventos de rua e aproximadamente 500 horas de programação. No recorte do associativismo comercial, a ACIC projeta cerca de 55 blocos ao longo do período, reforçando a expansão do calendário e o caráter descentralizado da festa. Vale observar que esse tipo de cálculo costuma considerar o período oficial do feriado; se forem incorporados pré e pós-Carnaval — cada vez mais presentes na dinâmica de grandes centros — o impacto total tende a ser maior. Um detalhamento atribuído à ACIC ajuda a calibrar por onde o dinheiro se espalha: bailes e festas (R\$ 4,3 mi); blocos de rua (R\$ 2,7 mi); fantasias e adereços (R\$ 2,4 mi); bebidas e alimentação (R\$ 5,7 mi); e Turismo e hotelaria (R\$ 1,8 mi). Para a Região Metropolitana de Campinas (RMC), considerando o padrão de espraiamento típico do Carnaval (hospedagem em cidades vizinhas dentro da RMC, consumo distribuído e deslocamentos intermunicipais), uma estimativa técnica conservadora projeta o impacto econômico entre R\$ 26 milhões a R\$ 38 milhões. A conta parte do intervalo oficial de Campinas e aplica um fator moderado de transbordamento (+60% a +90%), coerente com a dinâmica metropolitana, baseada em parâmetros públicos e dinâmica regional.

Hotelaria “blindada”

Para dar solidez ao componente turismo,

a conversão em pernoite é a métrica mais defensável. No painel do Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil (FOHB) — no informativo setorial InFOHB (novembro/2025) — Campinas aparece com sua ADR (diária média) de R\$ 393,61 e taxa de ocupação de 60,15% no mês (ainda que o Carnaval tenha sazonalidade própria). Aplicando o ADR ao montante projetado para hotelaria (R\$ 1,8 milhão), obtém-se o cálculo de aproximadamente 4.573 room nights (diárias-quarto). Com ocupação dupla, isso equivale a cerca de 9.146 hóspedes-noite (ordem de grandeza) — uma forma objetiva de traduzir quanto o Carnaval “vira pernoite” na economia local.

Viracopos e rodovias

O fluxo de turistas não aparece só na rua — aparece no recebimento. No Carnaval, o grande termômetro de chegada e circulação de visitantes é o modal rodoviário. Em 2025, as rodovias concedidas do estado projetaram mais de 4,4 milhões de veículos no feriado, alta de 6% sobre o Carnaval anterior. Nos corredores diretamente conectados à RMC, a escala aparece com nitidez: Anhangüera-Bandeirantes (SP-330/SP-348) com cerca de 1 milhão de veículos; o Corredor Dom Pedro (SP-065) com pouco mais de 1 milhão (e 8% acima de

2024); e a malha da Via Colinas, também com cerca de 1 milhão, com destaque para a Rod. Santos Dumont (SP-075), eixo que liga Sorocaba - Itua - Indaiatuba - Campinas, e funciona como artéria de acesso à região.

No sistema sob gestão do Departamento de Estradas de Rodagem (DER-SP), o volume descrito para o último ano foi 16% acima da média anual nos trechos monitorados — um indicativo do “efeito feriado” na pressão de tráfego. Para 2026, usando o mesmo crescimento como referência, os volumes indicariam quase 5 milhões nas rodovias concedidas.

No modal aéreo, Viracopos reforça a leitura de porta de entrada: em 2025, estimou 345,2 mil passageiros no Carnaval, com 30% de alta anual. Segundo apuração do Correio da Manhã, as estimativas internas e a abertura detalhada dos números de operação de Viracopos devem ser divulgadas na próxima semana.

Opção sem folia nas ruas

Para aqueles que não são da Folia e do Samba, o Laroc Club, considerado o segundo melhor club do Brasil (DJ MAG/2025), projeta Campinas e região no mapa global da música eletrônica e no cenário do Carnaval. Com capacidade para 5 mil pessoas, o espaço programou um festival para os dias 14, 15 e 16 de fevereiro,

com nomes renomados e reconhecidos internacionalmente, como Above & Beyond, Agents of Time, Steve Angello, além dos brasileiros Vintage Culture e ANNA. Considerando um cenário conservador de 80% de ocupação do club por três dias (cerca de 12 mil entradas) e um gasto médio estimado em torno de R\$ 500 por pessoa/dia (ingresso + bebidas + transporte), somado ao efeito de hotelaria caso um terço do público pernoite ao menos uma noite na região (cerca de 4 mil hóspedes-noite, considerando a mesma ADR informada nesta matéria), o “efeito Laroc” pode se aproximar de R\$ 8 milhões em três dias (estimativa), incluindo gastos adicionais com alimentação e consumo no entorno, que ampliam o impacto para além do ingresso.

Turismo e ESG

O ponto de virada, porém, é o Turismo como grande gerador de emprego e renda. Descrito popularmente como a “indústria sem chaminés”, ele se diferencia de setores em que a extração de matéria-prima e/ou a poluição são inerentes ao ganho econômico. Há ainda um efeito social frequentemente invisível: os catadores, que realizam um processo de limpeza e reciclagem quase automático no pós-bloco, garantindo renda e contribuindo para a sustentabilidade do ciclo.

O Turismo opera como economia de capilaridade: aciona uma cadeia extensa, com cerca de 52 setores da economia — de transporte e hospedagem a alimentação, comércio, eventos e serviços (sem contar o ganho em ISS e ICMS). Em São Paulo, essa engrenagem já aparece na macroeconomia: estimativas do Governo paulista indicam o turismo com participação de cerca de 10% do PIB estadual. E quando há investimento em promoção, os retornos podem ser expressivos: a Empresa Brasileira de Turismo (Embratur) cita estudo da Fundação Getúlio Vargas (FGV) segundo o qual cada R\$ 1 aplicado em promoção turística, pode retornar em R\$ 20 em consumo na economia.

Os números estaduais mostram a escala; o dado de Campinas mostra o “chão” local; e a estimativa para a RMC traduz o efeito metropolitano. Se a região converter programação em permanência (pernoite), atrelada à experiência (roteiros, gastronomia, mobilidade e segurança), o Carnaval deixa de ser apenas folia — e vira estratégia econômica recorrente.

Carnaval deve atrair 4,7 milhões de turistas no estado

Só na RMC folia poderá movimentar R\$ 38 milhões