Réveillon em Dados 2026 / 2027

Versão Ampliada com Estimativa de Impacto Econômico das Festas de Fim de Ano no Rio



PREFEITURA RIO | Riotur | Desenvolvimento Econômico | Casa Civil | Fundação João Goulart

Sumário Executivo

O Rio possui uma das celebrações de Ano-Novo mais emblemáticas do mundo. O Réveillon carioca representa um dos principais acontecimentos do calendário turístico e cultural da cidade, muito além da tradicional queima de fogos em Copacabana. Reunindo milhões de pessoas, mobilizando uma ampla estrutura de serviços públicos e movimentando diferentes setores da economia, sua dimensão e capacidade de atração fazem da virada do ano um importante ativo para o desenvolvimento econômico do município.

É nesse contexto que a Prefeitura do Rio de Janeiro, por meio da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico (SMDE), do Instituto Fundação João Goulart (FJG) e da Riotur, apresenta a quarta edição da publicação "Réveillon em Dados 2026/2027 – Versão Ampliada com **Estimativa de Impacto Econômico das Festas de Fim de Ano no Rio**". O estudo consolida informações sobre uma das maiores celebrações da cidade e, nesta edição, amplia seu escopo para contemplar o conjunto das festividades de fim de ano, incluindo uma novidade na programação de 2026: a realização de um grande show na Praia de Copacabana, em 26 de dezembro.

A magnitude do Réveillon carioca pode ser observada tanto pela dimensão de seu público quanto pela complexidade de sua organização. Com 13 palcos distribuídos pela cidade, a programação tem em Copacabana seu principal ponto de concentração, onde são esperadas aproximadamente 2,5 milhões de pessoas. Para dimensionar esse contingente, trata-se de um público superior à população de 99,9% dos municípios brasileiros e é maior que o número de habitantes de 22 capitais do país. A realização de um evento dessa escala exige a atuação integrada de diversos órgãos municipais e o trabalho de milhares de servidores públicos, evidenciando a capacidade do Rio de organizar celebrações de grande porte, tradição que se fortalece a cada ano.

Sob a perspectiva econômica, a ampliação do calendário de eventos representa uma oportunidade estratégica para potencializar os resultados da alta temporada turística. Além de intensificar a demanda nos períodos tradicionalmente mais movimentados, a realização de atrações nos dias que antecedem ou sucedem as principais celebrações permite prolongar o período de maior fluxo de visitantes, ampliando a ocupação da rede hoteleira, o consumo de bens e serviços e a movimentação econômica da cidade.

A inclusão do show de 26 de dezembro em Copacabana está alinhada a essa estratégia. Ao oferecer uma atração adicional de grande porte, antes da virada do ano, o município busca estimular a antecipação da chegada de parte dos turistas, criando uma previsibilidade para empresários e empreendedores também, bem como ampliar seu período de permanência e fortalecer a programação de fim de ano como um conjunto integrado de experiências, com o seu ápice na celebração na noite de 31 de dezembro.

Considerando as hipóteses de crescimento do fluxo turístico em relação ao ano anterior –

com a expectativa de mais de um milhão (1,055 milhão) de turistas visitando a cidade nesse período, sendo 85,1% (897,4 mil) de turistas nacionais e 14,9% (157,5 mil) de internacionais – e de antecipação da chegada de parte dos visitantes, também estimulada pela ampliação da programação e pelas atrações especiais, o estudo estima em **R$ 3,0 bilhões** o impacto econômico associado aos gastos dos turistas nacionais e internacionais durante o período de fim de ano.

Além da movimentação turística, a publicação considera os efeitos econômicos gerados pela participação dos moradores da cidade e da Região Metropolitana do Rio de Janeiro. Para o show de 26 de dezembro na Praia de Copacabana, estima-se uma movimentação de R$ 63,4 milhões decorrente dos gastos desse público. Já os demais gastos associados às celebrações do Réveillon, excluídas as despesas dos turistas, representam um impacto econômico estimado de R$ 961,4 milhões.

Dessa forma, **ao reunir os gastos dos visitantes nacionais e internacionais, os efeitos esperados da antecipação do fluxo turístico proporcionada pela ampliação do calendário de atrações, a movimentação associada ao novo show de 26 de dezembro e os demais impactos econômicos das celebrações de Ano-Novo, a estimativa consolidada para as festas de fim de ano de 2026/2027 alcança aproximadamente R$ 4,0 bilhões na economia carioca.**

Os resultados evidenciam que o Réveillon do Rio trata-se de um acontecimento com significativa capacidade de mobilização econômica, que fortalece o turismo, estimula o comércio e os serviços e amplia as oportunidades para empresas e trabalhadores a partir da dimensão festiva e cultural vocacional da cidade. Ao incorporar novas atrações e estender a programação de fim de ano, o Rio reforça sua estratégia de utilizar os grandes eventos não apenas como instrumentos de promoção internacional, mas também como vetores de desenvolvimento econômico.

Mais do que celebrar a chegada de um novo ano, o Rio transforma sua capacidade de reunir pessoas através da festividade em oportunidades, atividade econômica e desenvolvimento para a cidade.

1. Introdução

A publicação "Réveillon em Dados 2026 / 2027 – Versão Ampliada com Estimativa de Impacto Econômico das Festas de Fim de Ano no Rio", quarta edição dessa temática, elaborada pela Prefeitura do Rio – por meio da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico (SMDE), Instituto Fundação João Goulart (FJG) e Riotur (Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro), cujo objetivo é consolidar informações sobre o Réveillon carioca, traz uma novidade nessa versão, incorporando as festas de fim de ano na cidade, bem como a novidade do show na praia de Copacabana no dia 26 de dezembro.

O Réveillon do Rio, com os seus 13 palcos espalhados pela cidade, com um público estimado em Copacabana de 2,5 milhões – maior que 99,9% dos municípios brasileiros e acima da população de 22 capitais[1] – conta com diversos órgãos da Prefeitura e milhares de servidores públicos trabalhando nos eventos.[2] Isso mostra a magnitude desse evento, que acontece há décadas na cidade, e cada vez se potencializa e se fortalece mais.

Após o Sumário Executivo e esta breve introdução, a seção 2 mostra que "O Réveillon do Rio de Janeiro é a marca da cidade". A seção 3 refere-se a uma revisão da literatura sobre a ampliação do turismo na alta temporada. E a seção 4 traz a metodologia para a estimativa de impacto econômico do período ampliado do Réveillon, com as festas de fim de ano no Rio.

1. Abaixo apenas de: São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Fortaleza e Salvador.
2. 11 órgãos e 7,5 mil trabalhadores, segundo a edição de 2025 / 2026 do "Réveillon em Dados".

2. O Réveillon do Rio de Janeiro é a marca da cidade

Que grandes eventos são importantes para o desenvolvimento econômico, gerando renda e oportunidades muitos sabem. Mas e quando esta iniciativa é em uma cidade marca como o Rio de Janeiro? O impacto é impressionante.

A novidade deste ano, com o show do dia 26,na praia de Copacabana, faz com que a cidade retome à lógica do período de festas. Uma arquitetura de marca que respeita a vocação carioca, conecta três grandes símbolos: Natal, Réveillon e Carnaval, além de conectar diferentes espaços da cidade ao Réveillon do Rio. Uma iniciativa que se traduz em prestígio simbólico e material para a cidade, produzindo repertório e identificação para o imaginário global do Rio de Janeiro.

Uma estratégia que faz, novamente, o carioca sentir orgulho de fazer parte deste momento que é uma celebração de ciclos simbólica do Rio de Janeiro. Não é a festa pela festa, é através da festa considerar dados de retorno econômico, criando um calendário com previsibilidade, impactando a cidade, principalmente os seus moradores. Seguem os grandes números:

- **R$ 4 bilhões de impacto econômico**
- **+ de 1 milhão de turistas**
- **1 novo show na Praia de Copacabana no dia 26/12**
- **13 palcos no Réveillon (31/12)**
- **2,5 milhão de pessoas em Copacabana (31/12)**
- **Público do Réveillon de Copacabana maior do que 99,9% dos municípios brasileiros e maior que o número de habitantes de 22 capitais**

3. Ampliação do Turismo na Alta Temporada

Para se reduzir a sazonalidade do turismo, Gkarane et al. (2025)[1] sistematizam seis estratégias para mitigá-la: (1) aumentar a demanda na baixa temporada; (2) reduzir a demanda no pico; (3) redistribuir a demanda ao longo do ano; (4) estender a temporada principal; (5) promover o turismo doméstico fora do pico; e (6) escalonar as férias escolares e industriais. Há, portanto, diversas formas de atrair turistas e atenuar os efeitos negativos da sazonalidade. Os eventos podem servir tanto à primeira estratégia, quando preenchem o vale, quanto à quarta, quando prolongam o pico.

Um dos casos brasileiros mais estudados de combate à sazonalidade é o da Serra Gaúcha. Vidal e Riedl (2016)[2] analisam o Natal Luz de Gramado, criado em 1986 e hoje o principal evento natalino do país. Os autores mostram que a região, tradicionalmente atraída pelo inverno, passou a registrar pico também no verão: no fluxo de veículos nos pedágios, dezembro superou julho em todos os anos de 2004 a 2013, e novembro superou julho a partir de 2010. A transformação alcançou a Região das Hortênsias como um todo, o que indica efeitos positivos para os municípios vizinhos.

Mekuto e Tseane-Gumbi (2017)[3] estudam os festivais de inverno na África do Sul, em Hogsback (Cabo Oriental), como forma de combater a sazonalidade. Os resultados indicam que os festivais podem ser úteis para esse fim, pois as chegadas de turistas foram influenciadas por eles, e contam com forte apoio da comunidade local.

No Rio, a Prefeitura passou a investir em megashows em maio, com o projeto "Todo Mundo no Rio", que já teve apresentações da Madonna (2024), Lady Gaga (2025) e Shakira (2026), e que vai continuar a integrar o calendário da cidade nos próximos anos.

Porém, há uma segunda possibilidade, que é ampliar a alta temporada, e ela pode assumir duas formas. A primeira é intensificar o pico existente, como fazem o Réveillon e o Carnaval cariocas. O Réveillon 2025/26 teve ocupação hoteleira média de 90,6% na cidade[4] e movimentação econômica estimada em R$ 3,34 bilhões pelo estudo "Réveillon em Dados",[5] e o Carnaval de 2026 chegou a 99,0% de ocupação. A segunda forma é estender o pico no tempo, o que corresponde à estratégia (4) de Gkarane et al. (2025): eventos que antecedem ou sucedem as datas centrais ampliam a janela em que a cidade

1. GKARANE, S. K.; VASSILIADIS, C. A.; KOTZAIVAZOGLOU, I.; FRAGIDIS, G.; VRANA, V. (2025). "Mitigating seasonality in regional tourism: tourism practitioners' reflections on sport events". Tourism and Hospitality, v. 6, n. 2, p. 66.
2. VIDAL, R. P.; RIEDL, M. (2016). "A influência do turismo de eventos na Região das Hortênsias, Rio Grande do Sul (Brasil): o caso do evento Natal Luz de Gramado." Turismo & Sociedade, v. 9, n. 3.
3. MEKUTO, Y.; TSEANE-GUMBI, L. A. (2017). "Community attitude on winter festivals as a strategy to reduce tourism seasonality: the Christmas in July Hogsback Festival in the Eastern Cape Province, South Africa." African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure, v. 6, n. 4.
4. JORNAL DE BRASÍLIA (2026). "Réveillon no Rio tem ocupação hoteleira média superior a 90%." Disponível em: https://jornaldebrasilia.com.br/noticias/brasil/reveillon-no-rio-tem-ocupacao-hoteleira-media-superior-a-90/
5. https://observatorioeconomico.rio/reveillon-em-dados/

opera com alta demanda.

Salvador oferece um exemplo brasileiro dessa segunda forma. A agenda de eventos de verão começa antes de 21 de dezembro, com mais de 30 festas confirmadas (Bahia Notícias, 2024), e o calendário oficial 2025/26 se estende até depois do Carnaval (Bahia Notícias, 2025). A ocupação de 75% em janeiro de 2025 foi atribuída aos eventos e festas populares da segunda quinzena do mês.[6]

No Rio, a proximidade com o Réveillon, já fortemente associado à cidade, torna o turismo natalino uma via central para estender o pico. A Árvore de Natal da Lagoa, criada em 1996, é um excelente exemplo. Em 2025 ela voltou ao formato flutuante, e foi acompanhada de uma segunda árvore na Enseada de Botafogo. Riotur e SMDE estimaram 2,15 milhões de pessoas e R$ 96,9 milhões de impacto para as duas árvores.[7]

6. PANROTAS (2025). "Salvador registra ocupação hoteleira de 75% em janeiro e espera alta no Carnaval." Disponível em: https://www.panrotas.com.br/mercado/destinos/2025/02/salvador-registra-ocupacao-hoteleira-de-75-em-janeiro-e-espera-alta-no-carnaval_214232.html
7. https://oglobo.globo.com/blogs/ancelmo-gois/post/2025/12/pib-das-arvores-de-natal-rio-espera-impacto-de-quase-r-100-milhoes.ghtml

4. Metodologia: Estimativa de Impacto Econômico do Período Ampliado do Réveillon, com as Festas de Fim de Ano no Rio

Na virada de 2025 para 2026, nos últimos dias do ano, o Rio recebeu quase um milhão de turistas (979,1 mil), sendo 85,2% de nacionais (834,0 mil) e 14,8% (145,1 mil) de internacionais, segundo dados do Observatório de Turismo Carioca, da Secretaria Municipal de Turismo do Rio de Janeiro (SMTUR-RIO).

Em 2026, no acumulado até outubro, houve um aumento de 7,6% dos turistas nacionais e 8,6% dos turistas internacionais, também com base nos dados do Observatório de Turismo Carioca.

Ao se considerar como hipótese de que o crescimento no fluxo de turistas em 2026 – na comparação com 2025, no acumulado até outubro – vai se repetir nos dias da virada do ano, a expectativa é de mais de um milhão (1,055 milhão) de turistas, sendo 897,4 mil de visitantes nacionais e 157,5 mil de internacionais.

Além disso, considera-se como hipótese também um adicional de três dias para uma parcela (20%) dos turistas, em função de uma "antecipação" de uma parte do fluxo de turistas, em função, entre outras coisas, do show na praia de Copacabana do dia 26 de dezembro. Nesse sentido, o período ampliado vai do dia 23 de dezembro de 2026 até 3 de janeiro de 2027 (domingo pós-feriado).[1]

O cálculo da movimentação econômica dos turistas teve como base o gasto médio R$ 2.227 (atualizado para valores de outubro de 2026, deflacionado pelo IPCA) do turista brasileiro e de R$ 4.626 (o ticket-médio da pesquisa, de agosto de 2025, foi convertido em dólar daquele período, e atualizado pela taxa de câmbio de outubro de 2026) por visitante estrangeiro, segundo o estudo "Panorama Turístico – Turismo doméstico e internacional 2025", do Instituto Fecomércio de Pesquisas e Análises (IFec RJ).[2]

Os gastos dos turistas incluem os setores de hospedagem, alojamento, restaurantes, bares, compra de alimentos e bebidas para consumo (fora de restaurantes e bares), combustível, transporte, deslocamento interno, entretenimento / lazer (festas, pontos turísticos), telecomunicações (telefonia, internet) e compras de produtos (artigos de

1. De acordo com o estudo "Panorama Turístico – Turismo doméstico e internacional 2025", do Instituto Fecomércio de Pesquisas e Análises (IFec RJ), os turistas nacionais ficam seis dias na cidade, e os internacionais, oito dias. Nesse sentido, divide-se o ticket-médio pelo número de dias que os turistas ficam na cidade, e se multiplica por três (dias adicionais).
2. Vale destacar que a Prefeitura do Rio – por meio da SMDE – tem um Acordo de Cooperação Técnica com o IFec RJ para a realização de estudos econômicos, inclusive sobre turismo.

vestuário, lembrancinhas).

Com isso, a **estimativa de impacto econômico dos turistas no final de ano no Rio**, considerando as hipóteses de aumento da quantidade de turistas em comparação com o ano anterior; e com a "antecipação" de uma parte do fluxo de turistas, com a programação especial, inclusive com o show na praia de Copacabana do dia 26 de dezembro, é de R$ 3,0 bilhões.

A novidade do final de ano no Rio é o show, na praia de Copacabana, no dia 26 de dezembro. Considerando como hipótese um público esperado de 500 mil pessoas[3] , sendo 85% de cariocas e moradores da Região Metropolitana do Rio de Janeiro, e um gasto médio de R$ 149,28[4] por cada carioca / morador da Região Metropolitana do RJ. Com isso, a **estimativa dos gastos dos cariocas / moradores da Região Metropolitana do RJ no show de dezembro na praia de Copacabana é de R$ 63,4 milhões**.[5]

De acordo com o estudo de 2018 da Fundação Getulio Vargas (FGV) "Rio de Janeiro a Janeiro", na Pesquisa de Impacto Socioeconômico do Réveillon,[6] sobre os impactos econômicos durante o Réveillon, há impactos diretos, a quem o turista ou o carioca paga diretamente; e os indiretos, como salários e fornecedores. Entre os impactos diretos, há itens como hospedagem, alimentação e bebidas, transporte local, passeios e atrativos e compras. Sobre os impactos indiretos, indústria fornecedora de insumos, treinamento, imobiliário, hospitais, entretenimento e logística. Além disso, também há impactos operacionais do evento na economia do Rio. Entre os impactos diretos, gastos com: produção; palco, montagem do evento e artistas; equipamento de som. E, entre os impactos indiretos: energia, imobiliário; artistas; entre outros.

Nesse sentido, com base nesses dados e no estudo da FGV, bem como nos dados da Receita-Rio e Secretaria Municipal de Fazenda (SMF), sobre as notas fiscais diárias de subgrupos de serviços[7] que são diretamente impactados pelo Réveillon,[8] a **estimativa de impacto econômico do Réveillon com os demais gastos, excluindo dos turistas, é de aproximadamente um bilhão de reais (R$ 961,4 milhões)**.

Com isso, a estimativa de impacto econômico das festas de fim de ano no Rio – ao se

3. Aproximadamente ¼ dos shows da Lady Gaga e Shakira, na mesma praia de Copacabana, em maio de 2025 e maio de 2026, no projeto "Todo Mundo no Rio".
4. Baseado no estudo "Potenciais Impactos Econômicos do 'Todo Mundo No Rio' 2026 – Shakira", em valores deflacionados pelo IPCA para preços de outubro de 2026. Disponível em: https://observatorioeconomico.rio/wp-content/uploads/sites/5/2026/04/Potenciais-Impactos-Economicos-do-Todo-Mundo-no-Rio-2026-%E2%80%93-Shakira.pdf
5. Aqui não se leva em consideração os gastos dos turistas, para não ocorrer dupla contagem desses valores, que já estão sendo considerados nas estimativas dos turistas.
6. https://www.riodejaneiroajaneiro.com.br/impacto/pdf/MinC%20Apresentacao_Reveillon-2018-01-03.pdf
7. Do total dos subgrupos, foram selecionados 25% que são diretamente impactados com o Réveillon, como relacionados ao turismo, eventos, transportes, saúde, entre outros.
8. Logo, esses valores são próximos, em magnitude, mostrando a robustez dos dados.

considerar os turistas (nacionais e internacionais), bem como a "antecipação" do fluxo desse contingente de visitantes com a ampliação do calendário de eventos e atrações na cidade, bem como uma programação especial; o novo evento de 2026, com o show na praia de Copacabana, no dia 26 de dezembro; e os demais impactos econômicos do Réveillon, além dos turistas – **é de R$ 4,0 bilhões**.

CRÉDITOS

Prefeito
Eduardo Cavaliere

Secretário da Casa Civil
Leandro Matieli

Secretário de Desenvolvimento Econômico
Osmar Lima

Presidente da Riotur
Bernardo Fellows

Presidente do Instituto Fundação João Goulart
Rafaela Bastos

Subsecretário de Desenvolvimento Econômico e Inovação
Marcel Grillo Balassiano

Vice-Presidente da Riotur
Luis Galo Monsores

Diretora de Planejamento e Marketing da Riotur
Renata Paes Leme

Coordenador de Dados e Comportamento (FJG)
Pedro Arias

Assistente Coordenadoria de Dados e Comportamento (FJG)
Marcela Lima

Coordenadora de Comunicação Institucional e Imprensa (SMDE)
Janaína Salles

Assessores de Comunicação (SMDE)
Nathalia Leite
Rafael Massadar

Assessora-Chefe de Imprensa (Riotur)
Letícia Motta

Equipe de design e diagramação (SMDE)
Bruno Fleming
Roberto Gabriel / Estagiário

PREFEITURA RIO | Riotur | Desenvolvimento Econômico | Casa Civil | Fundação João Goulart

PREFEITURA
RIO

Riotur

Desenvolvimento
Econômico

Casa Civil

Fundação
João Goulart

Realização:
Riotur, Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico do Rio de Janeiro, Casa Civil e Fundação João Goulart.