

O novo consumidor no 5º Salão do Turismo – Roteiros do Brasil

*Um país que aposta no turismo como atividade econômica,
geradora de crescimento,*

renda e promotora de inclusão social deve fortalecer seu mercado interno

Carlos Alberto da Silva

é Secretário Nacional de Políticas
de Turismo do Ministério
do Turismo



O Brasil vive um momento especial. Os números positivos da economia e, principalmente, a ascensão social de parte significativa da população transformam os hábitos de consumo do brasileiro. Os novos consumidores incluíram o turismo em suas listas de compras. Em 2009, pesquisa do Ministério do Turismo encomendada à Fundação Getúlio Vargas mostrou que subiu para 58,8% o percentual de brasileiros das 11 maiores regiões metropolitanas do País que viajaram ao menos uma vez nos últimos dois anos. Em 2007, esse percentual era de 32%. Está claro que o aumento da renda do brasileiro estimula o consumo. É também da Fundação Getúlio Vargas o estudo que mostra que hoje a classe C brasileira representa 49% da população, algo em torno de 91 milhões de pessoas. Junto ao aumento da renda média do brasileiro, a diminuição do pre-

ço das passagens aéreas (de 34%, em média, nos últimos dez anos), as facilidades de pagamento, com prestações alongadas e linhas de crédito acessíveis, e o surgimento de novos produtos, que atendem às necessidades do novo consumidor, fazem crescer o turismo doméstico. O número de desembarques domésticos no Brasil comprova isso, tendo atingido o recorde de 56 milhões no ano passado. Considerando-se a distância do Brasil dos principais mercados emissores de turistas e os efeitos de recessões e crises internacionais, um país que aposta no turismo como atividade econômica geradora de crescimento, renda e promotora de inclusão social deve fortalecer seu mercado interno. É isso o que o Ministério do Turismo tem feito desde sua criação. Na Secretaria Nacional de Políticas de Turismo traçamos as políticas que reestruturaram o turismo bras-

leiro por meio de programas como o Programa de Regionalização do Turismo. Como estratégia desse programa, o Salão do Turismo – Roteiros do Brasil tem por objetivo mobilizar, promover e comercializar os roteiros turísticos do Programa Regional do Turismo. Em sua 5ª edição, o Salão do Turismo está consolidado como a grande vitrine do turismo brasileiro, reunindo no Anhembi, em São Paulo, a diversidade da oferta nacional, conferida no ano passado por 100 mil visitantes.

Neste Salão do Turismo – Roteiros do Brasil, que ocorre entre 26 e 30 de maio -, apresentaremos na Feira de Roteiros Turísticos, coração do evento, os destinos brasileiros integrados em roteiros dentro das cinco macrorregiões. No Salão, o visitante poderá conhecer a oferta nacional e “apreciá-la”, seja por meio dos pratos regionais da Área de Gastro-

Il vive um momento es-
s números positivos da
e, principalmente, a as-
cial de parte significativa
ação transformam os há-
onsumo do brasileiro. Os
insumidores incluíram o
m suas listas de compras.
pesquisa do Ministério do
incomendada à Fundação
argas mostrou que subiu
% o percentual de bras-
: 11 maiores regiões me-
as do País que viajaram
uma vez nos últimos dois
2007, esse percentual era
Está claro que o aumento
do brasileiro estimula o
É também da Fundação
rgas o estudo que mostra
a classe C brasileira repre-
6 da população, algo em
11 milhões de pessoas.
aumento da renda média
iro, a diminuição do pre-

ço das passagens aéreas (de 34%,
em média, nos últimos dez anos),
as facilidades de pagamento, com
prestações alargadas e linhas de
crédito acessíveis, e o surgimento
de novos produtos, que atendem às
necessidades do novo consumidor,
fazem crescer o turismo doméstico.
O número de desembarques domés-
ticos no Brasil comprova isso, tendo
atingido o recorde de 56 milhões
no ano passado. Considerando-se
a distância do Brasil dos principais
mercados emissores de turistas e os
efeitos de recessões e crises inter-
nacionais, um país que aposta no
turismo como atividade econômica
geradora de crescimento, renda e
promotora de inclusão social deve
fortalecer seu mercado interno. É
isso o que o Ministério do Turismo
tem feito desde sua criação.
Na Secretaria Nacional de Políticas
de Turismo traçamos as políticas
que reestruturaram o turismo bras-

leiro por meio de programas como
o Programa de Regionalização do
Turismo. Como estratégia desse
programa, o Salão do Turismo –
Roteiros do Brasil tem por objetivo
mobilizar, promover e comercializar
os roteiros turísticos do Programa
Regional do Turismo. Em sua 5ª
edição, o Salão do Turismo está
consolidado como a grande vitrine
do turismo brasileiro, reunindo no
Anhembi, em São Paulo, a diversi-
dade da oferta nacional, conferida
no ano passado por 100 mil visitan-
tes.

Neste Salão do Turismo – Roteiros
do Brasil, que ocorre entre 26 e 30
de maio –, apresentaremos na Feira
de Roteiros Turísticos, coração do
evento, os destinos brasileiros inte-
grados em roteiros dentro das cinco
macrorregiões. No Salão, o visitante
poderá conhecer a oferta nacional
e “apreciá-la”, seja por meio dos
pratos regionais da Área de Gastro-

nomia ou acompanhando as manifestações artísticas que integram a Vitrine Brasil. Como em qualquer viagem, as compras estão incluídas nos roteiros. Assim, o visitante pode adquirir o artesanato produzido nas 27 unidades da federação, bem como os produtos orgânicos comercializados no Mercado de Agricultura Familiar.

Para profissionais e pesquisadores de turismo, o Salão é um privilegiado fórum de debates e aprendizado, graças à programação do Núcleo de Conhecimento, que neste ano tem como tema Segmentação do Turismo e o Mercado. Entre os dias 26 e 29 de maio, mais de 70 apresentações, palestras e mini-cursos serão realizados nos auditórios do Núcleo de Conhecimento. A área será cenário da premiação de casos de sucesso na implementação do Programa de Regionalização do Turismo, em nove categorias.

Uma grande novidade no 5º Salão do Turismo é a transformação da Rodada de Negócios em Encontro de Negócios. Ampliado, o Encontro de Negócios passa a reunir comissões com representantes dos destinos ou roteiros, dos órgãos oficiais de turismo e dos empresários locais, sejam receptivos ou meios de hospedagem, na interlocução com as operadoras de turismo.

O Salão do Turismo é, além de um espaço de exposição, um cenário de celebração – pelas conquistas, evolução e parcerias; pelo sucesso do setor turístico e por tudo que já foi realizado. É ainda um local para refletir, trocar experiências, ter contato com o novo, debater o futuro. No Salão, bons negócios são fechados e o público final conhece destinos e atrações que só o Brasil oferece, mas que nem todos conhecem. O Salão do Turismo é uma grande festa. Imperdível.