

JORNAL DE TURISMO

Guilherme Ramos



Companhia reforça malha aérea na alta temporada

Azul amplia oferta de voos extras nas férias de julho

A Azul terá uma operação especial para a alta temporada de férias escolares entre os dias 27 de junho e 2 de agosto. A companhia anunciou cerca de 1,2 mil voos extras no período, com oferta adicional de mais de 174 mil assentos em rotas nacionais e internacionais. A ampliação inclui novos destinos turísticos a partir de Congonhas e reforço de frequências para cidades como Salvador, Ilhéus, Porto Seguro, Maceió e Natal. A Azul Viagens também terá participação importante na malha adicional, concentrando quase metade das operações extras previstas para o período. A estratégia reforça a aposta da companhia no turismo de lazer durante a alta temporada de inverno. A expectativa é de aumento na procura por viagens.

O peso do turismo na aviação

A ampliação da malha aérea para julho reafirma o peso crescente do passageiro de lazer na estratégia das companhias durante a alta temporada. A demanda por destinos turísticos tem levado empresas a ampliar frequências, criar rotas sazonais e reforçar operações em cidades com forte apelo de férias de inverno. A movimentação também evidencia a força do turismo doméstico no planejamento das companhias aéreas brasileiras.

Reprodução/MINCIT



Ministra Diana Rojas representa a Colômbia no Fórum

Liderança feminina no turismo

João Pessoa recebe nos dias 3 e 4 de junho o Fórum Internacional de Mulheres no Turismo, promovido pelo MTur em parceria com a ONU Turismo. O encontro reunirá ministras, empresárias e especialistas para discutir o protagonismo feminino no setor. A pauta ganha relevância em um segmento historicamente marcado pela forte presença de mulheres na operação turística, mas ainda com participação minoritária nos principais cargos de comando institucional do setor. Diana Rojas, ministra do Turismo da Colômbia, é uma das lideranças confirmadas.

Mulheres nos espaços de poder

O avanço do debate sobre liderança feminina no turismo reflete mudanças graduais em um dos setores com maior presença de mulheres no país. A discussão sobre representatividade nos espaços de decisão ganhou força nos últimos anos e hoje mobiliza entidades, empresárias e gestores públicos. O Fórum surge nesse cenário como espaço voltado à ampliação desse debate no turismo.

POR
SÉRGIO NERY

Ministras

Criado em 2003, o Ministério do Turismo teve apenas duas mulheres no comando da pasta: Marta Suplicy, entre 2007 e 2008 e Daniela Carneiro, em 2023. O fato reforça que a presença feminina nos principais espaços de decisão do turismo brasileiro ainda aparece de forma minoritária no histórico do setor.

Embratur

Desde sua criação, em 1966, a Embratur também teve apenas duas mulheres na presidência: Jeanine Pires (2006 a 2010) e Teté Bezerra (2018 a 2019). O histórico evidencia que o avanço do debate sobre liderança feminina no turismo ainda convive com estruturas tradicionalmente masculinas no comando.

Avanços

Ao mesmo tempo, o setor começa a registrar sinais de maior presença feminina nos espaços de decisão. Hoje, as comissões de Turismo da Câmara e do Senado são presididas pelas parlamentares Daniela Reinehr e Professora Dorinha, movimento que amplia a representatividade feminina no setor de turismo.

Escala 6x1

O Beto Carrero World adotou a escala 4x2 em áreas operacionais do parque, substituindo o modelo 6x1. A empresa afirma ter registrado ganhos de produtividade e bem-estar das equipes. A discussão sobre as mudanças na escala 6x1 deve avançar nesta semana na Câmara, com atenção de segmentos ligados ao turismo e entretenimento.

Cruzeiros

A CLIA Brasil projeta crescimento de 24% na oferta de leitos para a temporada de cruzeiros 2026/2027. Serão oito navios operando na costa brasileira, ante sete no ciclo anterior. A entidade aponta retomada gradual da oferta, mas mantém alerta sobre custos, infraestrutura e competitividade do segmento.

Conectividade

A IATA informou que a conectividade aérea da União Europeia praticamente estagnou em 2025, com crescimento líquido de apenas 1% nas rotas. A entidade atribui o cenário ao aumento de custos, excesso de regulação e perda de competitividade do setor aéreo europeu, limitando a expansão da malha aérea.



Bruno Reis e Gustavo Feliciano em missão internacional

Brasil amplia ofensiva turística na China

Negociação de voos reforça estratégia com país asiático

Por Sérgio Nery

A negociação entre o Ministério do Turismo e a companhia aérea China Eastern para abertura de novas rotas entre Brasil e China marca mais um capítulo da estratégia brasileira de aproximação com o maior mercado emissor de turistas do mundo. O movimento ocorre em paralelo à presença da Embratur na ITB China 2026 realizada nesta semana em Xangai. Mais do que uma ação isolada de promoção internacional, o avanço revela uma articulação que envolve conectividade aérea, redução da burocracia, promoção cultural e posicionamento estratégico do Brasil no mercado chinês.

A discussão sobre novas ligações aéreas ganhou força após o anúncio da isenção recíproca de vistos entre os dois países, medida vista pelo setor como um passo importante para reduzir barreiras e estimular o fluxo. Na avaliação de especialistas, porém, a abertura migratória sozinha não garante resultados sem uma combinação de fatores como oferta de voos, presença comercial contínua e adaptação de produtos ao perfil do turista chinês.

A própria Embratur reconhece o desafio ao ampliar sua presença na China com ações voltadas à promoção de destinos e ao fortalecimento da comercialização internacional do Brasil. A agência lançou campanhas digi-

tais específicas para esse público, ampliou a atuação em plataformas locais e reforçou acordos com empresas ligadas ao setor de viagens. A estratégia inclui ainda capacitação de agentes de turismo, ações com influenciadores e aproximação com companhias aéreas.

Os números ajudam a explicar a ofensiva brasileira. Em 2025, o Brasil recebeu pouco mais de 103 mil chineses, crescimento superior a 50% em relação ao antigo pico registrado antes da pandemia. Para 2026, a projeção prevê novo aumento de cerca de 31% nas chegadas. Apesar da expansão, o volume ainda é pequeno diante do potencial do mercado chinês.

A aposta brasileira vai além do turismo de lazer. A estratégia envolve negócios, eventos, cultura e economia criativa, em um momento de fortalecimento das relações diplomáticas entre os países. Nesse contexto, a antiga Rota da Seda ganha uma versão contemporânea, agora impulsionada pelo turismo e intercâmbio cultural.

Durante a missão, o ministro Gustavo Feliciano se reuniu com a Associação das Agências de Viagem da China, que reúne mais de 3 mil agências e operadoras. “As medidas estão criando um ambiente favorável para atrair turistas chineses e posicionar o Brasil como destino competitivo”, ponderou.