



EDITORES

Alexandre Panosso Netto
Marília Gomes dos Reis Ansarah

PRODUTOS TURÍSTICOS E NOVOS SEGMENTOS DE MERCADO

PLANEJAMENTO, CRIAÇÃO E COMERCIALIZIZAÇÃO

COLABORADORES

Ada de Freitas Maneti Dencker
Angélica da Cunha Molteni Páez
Arim Soares do Bem
Bianca Freire-Medeiros
Camila Moraes
Catherine E. Margoni
Célia Serrano
Clarissa M. R. Gagliardi
Claudia C. A. Moraes
Danie Luiz Dias Paixão
Deborah Gondeiro Braga
Edison da Silva Monteiro
Eduardo Jorge Costa Mielke
Evandro Pfrester Guerreiro
Fabrício Papati
Francisco Antônio dos Anjos
Gery Bellas Tomazak
Geovina Martins Guimarães
Isabela de Fátima Fogaça

Júlia M. Lourenço
Karina Toledo Solha
Lélio Galdino Rosa
Luiz Felipe Cesar
Luiz Gonzaga Dotti Trigo
Mairê Echarri
Marcelo Correa do Prado
Mary Sandra Guerra Ashton
Paula Cristina Remoaldo
Renata C. Cardias Kawaguchi
Rui José de Oliveira
Sergio Molha
Sérgio Rodrigues Leal
Simone de Lira Almeida
Tatiana Marchetti Panza
Thiago Alfa
Virgílio Nelson da Silva Carvalho
Yonã S. Dalenço



Resumo de Produtos Turísticos e Novos Segmentos de Mercado. Planejamento, Criação e Comercialização

Diariamente, surgem novos segmentos de mercado turístico em função da velocidade com que as informações são veiculadas, trocadas e repassadas pelas redes sociais, possibilitando novos agrupamentos de indivíduos, os quais se formam em função da similaridade de suas demandas.

Identificar, conhecer e, se possível, antecipar os desejos desses segmentos é o objetivo das empresas e órgãos governamentais que buscam atrair, conquistar e atender de forma eficiente e confiável, o turista ou o consumidor em potencial.

A globalização e a informação tornam possível o atendimento de demandas, cada vez mais específicas e individuais, o que leva as empresas turísticas a buscarem aprimorar a segmentação e a customização e seus produtos.

Ou seja, quanto mais o consumidor conhece e tem experiência no mundo global, mais exigente ele se torna, ao ponto de querer que suas vontades específicas sejam atendidas. Este livro apresenta essa nova realidade.

Além de abordar planejamento e comercialização em turismo, apresenta segmentos consolidados e novos segmentos, como turismo criativo, turismo de experiência, cicloturismo, turismo cervejeiro, turismo em favela, entre outros que vêm se destacando no cenário brasileiro.

[Acesse aqui a versão completa deste livro](#)