



Plano Nacional de Turismo 2024-2027

O turismo como protagonista do desenvolvimento sustentável e socialmente inclusivo

MINUTA EM ELABORAÇÃO PARA APRECIÇÃO DO CONSELHO NACIONAL DE TURISMO. Versão – 19.01.2024

Apresentação

1. Contextualização

1.1. Antecedentes

1.2. Os 10 pontos convergentes dos Planos Nacionais de Turismo

2. Panorama do turismo: global e nacional

2.1. Panorama do turismo: global

2.1.2. As viagens domésticas no mundo

2.2. Panorama do turismo no Brasil

2.2.1. O mercado turístico doméstico brasileiro

3. Tendências

3.1. Macrotendências

3.2. Tendências baseadas em políticas públicas no turismo

4. O Plano Nacional de Turismo 2024-2027

4.1. Diretrizes

4.1.1. Cooperação e regionalização

4.1.2. Desenvolvimento e inserção produtiva de pessoas

4.1.3. Sustentabilidade

4.1.4. Inovação e transformação digital

4.1.5. Turismo social e acessibilidade

MINUTA EM ELABORAÇÃO PARA APRECIÇÃO DO CONSELHO NACIONAL DE TURISMO. Versão – 19.01.2024

5. Visão 2027

- 5.1. Brasil, o maior destino turístico da América do Sul até 2027
- 5.2. Brasil como destino inclusivo e hospitaleiro
- 5.3. Brasil como destino referência em sustentabilidade
- 5.4. Brasil como destino referência em inovação
- 5.5. Brasil como destino referência em experiências únicas e memoráveis

2

6. Objetivos

- 6.1. Alinhamento com a Lei Geral do Turismo e Plano Plurianual 2024-2027
- 6.2. Objetivo Geral
- 6.3. Objetivos específicos

7. Metas

8. Modelo de Gestão

- 8.1. Descentralização
- 8.2. Regionalização do Turismo
 - 8.3.1. Mapa do Turismo Brasileiro
 - 8.3.2. Categorização dos municípios do Mapa do Turismo Brasileiro
- 8.4. Eixos para o desenvolvimento do turismo nas regiões turísticas brasileiras

MINUTA EM ELABORAÇÃO PARA APRECIÇÃO DO CONSELHO NACIONAL DE TURISMO. Versão – 19.01.2024

8.4.1. Ordenar e desenvolver

8.4.1.1. Formas de operacionalização

I - Programa de Regionalização do Turismo

II - Programa de Inteligência e Competitividade no Turismo

III – Programa de Apoio ao Desenvolvimento de Produtos e Experiências Turísticas

IV - Programa de Segurança Turística (protocolos de segurança, medidas de proteção a mulheres no turismo, enfrentamento da exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo)

V - Programa de Acessibilidade no Turismo

VI - Plano de Adaptação Climática para o Turismo

VII - Programa de Infraestrutura Turística

VIII - Programa de Mobilidade e Conectividade Turística

IX - Programa de Facilitação de Crédito e de Incentivo ao Turismo (Fungetur, crédito para turistas, outras linhas de crédito, parcerias internacionais)

X - Programa de Atração de Investimentos para o Turismo

XI - Programa de Parcerias e Concessões no Turismo

8.4.2. Formalizar, qualificar e certificar

8.4.2.1. Formas de operacionalização

I - Programa de Formalização de Prestadores de Serviços Turísticos

II - Programa de Qualificação Profissional e de Inserção Produtiva no turismo

III - Programa de Certificação de Atividades e de Empreendimentos Turísticos

IV - Programa de Certificação de Destinos (inteligentes, criativos etc.)

8.4.3. Promover e apoiar a comercialização

MINUTA EM ELABORAÇÃO PARA APRECIÇÃO DO CONSELHO NACIONAL DE TURISMO. Versão – 19.01.2024

8.4.3.1. Formas de operacionalização

I - Plano de Integrado Posicionamento de Imagem

II - Programa de Incentivo a viagens: Conheça o Brasil

III - Programa de Fomento e Captação de Eventos

IV - Plano Nacional de Marketing Turístico

V - Plano Internacional de Marketing Turístico

4

9. QUADRO RESUMO DO PNT 2024-2027

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Apresentação

O turismo, enquanto atividade dinâmica, movimenta pessoas, culturas e recursos entre as regiões brasileiras. Por essa razão, torna-se um instrumento gerador de desenvolvimento, emprego, renda e oportunidades. Além disso, a potencialidade do turismo enquanto vetor de desenvolvimento aumenta quando unida a diferentes áreas, tais como esporte, cultura, gastronomia e meio ambiente, entre outras. Esses apontamentos foram destaque do Relatório Final do Grupo Técnico de Turismo da Comissão de Transição Governamental 2022. O Relatório salienta, porém, que o turismo precisa ser reconstruído como vetor de desenvolvimento sustentável, de combate ao desemprego e às desigualdades, além do estímulo a novas experiências para a transformação do Brasil.

5

O referido Grupo Técnico de Turismo também evidencia que o setor turístico foi um dos mais impactados negativamente pela pandemia da Covid-19, o que pode ser mensurado mediante as perdas econômicas significativas observadas pelo setor entre os anos de 2020 e 2021.

Além das perdas econômicas, outros gargalos, que serviram como obstáculo para o crescimento do turismo igualmente foram identificados. O relatório identificou um distanciamento da administração pública federal com setor turístico, conselhos e associações do setor; redução de 50% no número de turistas estrangeiros no país – passando de seis milhões em 2019 para três milhões em 2022; e orçamento insuficiente para ações finalísticas da Pasta.

O mencionado colegiado verificou, ainda, a ausência de prioridade ao desenvolvimento sustentável, o que acarretou a desvalorização da atividade turística e do Brasil enquanto destino turístico, bem como na desconexão com políticas globais, sobretudo nas áreas de cooperação internacional e ações de climáticas.

1. Contextualização

1.1. Antecedentes

A elaboração de planos nacionais de forma participativa é um dos instrumentos mais importantes para as políticas do setor de viagens e turismo. Um breve histórico permite contextualizar as medidas e estratégias adotadas nos últimos 20 anos para o desenvolvimento do turismo no Brasil.

Em 2003, o Brasil enfrentava um momento crítico em sua indústria de turismo, marcado por desafios complexos e oportunidades inexploradas. O Plano Nacional de Turismo: Diretrizes, Metas e Programas, lançado naquele ano foi um esforço significativo para alinhar o país com suas potencialidades turísticas e vocações. O documento estabeleceu uma visão estratégica para o turismo do Brasil, enfocando a integração e o planejamento, o desenvolvimento sustentável, a descentralização e a redução das desigualdades, e a ética e a sustentabilidade. Os vetores de governo foram delineados para incluir a redução das desigualdades regionais e sociais, a geração e distribuição de renda, a geração de emprego e ocupação, e o equilíbrio do balanço de pagamentos.

A criação do Ministério do Turismo e o direcionamento da Embratur, até então autarquia federal, para a promoção e apoio à comercialização do turismo no mercado internacional foram passos marcantes em direção a um turismo mais robusto e competitivo. O plano representou uma compreensão profunda das questões multifacetadas do turismo e estabeleceu uma base sólida para o desenvolvimento sustentável e ético do setor no país. Nesse período também se buscou o fortalecimento da presença do país em organizações internacionais do setor como a Organização Mundial do Turismo, OMT e o World Travel & Tourism Council, WTTC.

No período seguinte, o Plano Nacional de Turismo (PNT) 2007-2010: Uma Viagem de Inclusão, marcou uma fase importante na evolução do turismo no Brasil, estabelecendo uma visão e objetivos que refletiam as aspirações e potenciais do país no cenário turístico mundial. A visão do plano contemplava as diversidades regionais do Brasil e enfatizava a geração de produtos turísticos marcados pela brasilidade. A meta era expandir o mercado interno e inserir efetivamente o Brasil no mapa turístico global. Isso seria alcançado através da criação de empregos, geração e distribuição de renda, redução das desigualdades, promoção da igualdade, respeito ao meio ambiente e proteção ao patrimônio histórico e cultural. Os objetivos gerais do plano eram tríplexes: desenvolver o produto turístico brasileiro com qualidade, promover o

turismo como um fator de inclusão social, e fomentar a competitividade do produto turístico brasileiro nos mercados nacional e internacional.

Para alcançar esses objetivos gerais, o plano estabeleceu metas específicas, incluindo a continuidade e o fortalecimento da Política Nacional do Turismo, a estruturação dos destinos, a diversificação e qualidade do produto turístico, e o aumento da competitividade no mercado. Também enfocou a recuperação e adequação da infraestrutura, a ampliação e qualificação do mercado de trabalho, a diversificação do consumo do produto turístico, a consolidação de um sistema de informações turísticas, e o desenvolvimento de estratégias de logística de transportes.

7

Nesse momento já se planejava a realização da Copa do Mundo Fifa 2014 e dos Jogos Olímpicos Rio 2016. Eventos que já introduziram o Brasil num cenário global com novo impulso. A força do Programa de Regionalização do Turismo levava a uma estruturação sólida entre as esferas governamentais em todos os níveis, assim como com o setor privado.

Com um intervalo de alguns anos, foi elaborado o Plano Nacional de Turismo 2013-2016: O Turismo fazendo muito mais pelo Brasil. Iniciativa ambiciosa que buscou posicionar o país como uma das três maiores economias turísticas do mundo até 2022. Esta meta foi particularmente notável em contraste com a projeção do World Travel & Tourism Council, que previa que o Brasil alcançaria apenas a 5ª posição até aquele ano.

A visão do Plano foi fortemente impulsionada pelo reconhecimento das potencialidades únicas do Brasil no cenário turístico global. A necessidade de planejar e implementar políticas e ações robustas foi identificada como essencial para alcançar essa meta ambiciosa. Além disso, vários fatores foram identificados como catalisadores para o sucesso, incluindo o crescimento econômico nos países desenvolvidos, investimentos significativos em infraestrutura, a exposição mundial do Brasil através de megaeventos e uma taxa de câmbio favorável ao turismo.

O período de 2002 a 2011, anterior ao Plano, já havia estabelecido um precedente positivo, com uma expansão consistente do turismo no Brasil. Durante esse período, o setor buscava se consolidar como uma fonte vital de emprego, renda e divisas externas no país.

Com essa base sólida, o Plano 2013-2016 estabeleceu cinco grandes objetivos estratégicos. Primeiro, incentivou os brasileiros a viajar pelo país, explorando o potencial do turismo doméstico. Segundo, buscou aumentar a geração de divisas e atrair mais turistas estrangeiros, assim como o aumento de seus gastos. Terceiro, focou em melhorar a qualidade e aumentar a competitividade do turismo brasileiro no cenário global. Quarto, indicava a

necessidade de preparar o país para receber os megaeventos globais, posicionando o Brasil como um destino atraente para grandes eventos internacionais.

O último documento nacional produzido com participação do setor foi o Plano Nacional de Turismo (PNT) 2018-2022. Este delineou uma visão estratégica para o turismo no Brasil, enfatizando sua importância crescente na economia nacional e seu papel na redução das desigualdades sociais e econômicas regionais.

Os principais objetivos do PNT incluíam a modernização e desburocratização do setor, a ampliação de investimentos e acesso ao crédito. Previa ainda, o estímulo à competitividade e inovação, investimentos na promoção do destino Brasil tanto internamente quanto internacionalmente, a qualificação profissional e de serviços, e o fortalecimento da gestão descentralizada do turismo.

8

1.2. Os 10 pontos convergentes dos Planos Nacionais de Turismo

Os Planos Nacionais de Turismo do Brasil, elaborados desde 2003, refletem uma série de pontos convergentes que demonstram a visão e os objetivos contínuos do país para o desenvolvimento do setor de turismo. São temas recorrentes que buscam inovar e aprimorar a política nacional do turismo nos últimos 20 anos, seja por parte de governos, entidades setoriais ou organismos não-governamentais que estão sempre próximos da indústria de viagens. São esses os pontos convergentes:

I - Desenvolvimento Sustentável e Ético: Todos os planos enfatizam a necessidade de um turismo sustentável e ético, considerando a proteção ao meio ambiente, ao patrimônio histórico e cultural, e a promoção da igualdade.

II - Redução das Desigualdades: A redução das desigualdades regionais e sociais é uma meta constante, buscando distribuir os benefícios do turismo de maneira mais equitativa em todo o país.

III - Geração de Emprego e Renda: A geração de emprego e distribuição de renda são objetivos centrais em todos os planos, reconhecendo o turismo como um setor vital para a economia nacional.

IV - Qualificação Profissional: A necessidade de melhorar a qualificação profissional e os serviços no setor de turismo é um tema recorrente, visando aumentar a competitividade e a qualidade do produto turístico brasileiro.

V - Investimentos em Infraestrutura: Os planos reconhecem a necessidade constante de investimentos significativos em infraestrutura, incluindo a recuperação e adequação de instalações existentes, para apoiar o crescimento do turismo.

VI - Promoção e Comercialização: A promoção e comercialização do produto turístico brasileiro, tanto no mercado interno quanto internacional, são enfatizadas em todos os planos, com o objetivo de expandir o forte mercado doméstico e inserir o Brasil no mapa turístico global.

VII - Desburocratização e Modernização: A modernização e desburocratização do setor, incluindo a regulamentação adequada, são vistas como essenciais para tornar o Brasil mais atraente para investimentos e inovação em turismo.

VIII - Foco na Competitividade e Inovação: O objetivo deste tema, nos Planos anteriores, era buscar defender, sempre, o estímulo à inovação e o aumento a competitividade do produto turístico brasileiro nos mercados nacional e internacional.

IX - Fortalecimento da Gestão Descentralizada: A gestão descentralizada do turismo é enfatizada, permitindo uma abordagem mais flexível e responsiva às necessidades e oportunidades regionais.

X - Metas Quantitativas Ambiciosas: Todos os planos estabelecem metas quantitativas expressivas, como o aumento da chegada de estrangeiros e da receita cambial, refletindo a ambição do Brasil em crescer e fortalecer o setor de turismo.

Diante da grande convergência de temas e ações necessárias para o turismo nos últimos 20 anos considera-se relevante fortalecer um Plano estratégico futuro, que seja uma bússola orientadora das políticas a longo prazo e um Plano de Ações de médio prazo, com a durabilidade de 2024 a 2027.

O Plano 2027 representa uma visão ambiciosa para o futuro, definindo onde o setor de viagens e turismo deseja estar em uma década ou mais. Essa visão é orientada por valores e princípios duradouros que vão além dos governos individuais, refletindo os interesses e aspirações da nação. Entre suas características, destaca-se uma visão ampla e aspiracional para o futuro, com diretrizes estratégicas e objetivos de alto nível. Ele também oferece flexibilidade, permitindo ajustes e realinhamentos conforme mudanças no ambiente global e nacional. A sustentabilidade é enfatizada em suas três dimensões: econômica, social e ambiental.

2. Panorama do turismo: global e nacional

2.1. Panorama do turismo: global

Antes da pandemia de COVID-19, o setor global de turismo experimentou um crescimento quase ininterrupto por décadas. Desde 1980, o número de chegadas internacionais disparou de 286 milhões¹ para quase 1,5 bilhão em 2019². As duas maiores crises das últimas décadas, a epidemia de SARS em 2003³ e a crise financeira global de 2009⁴, apesar dos grandes impactos, são incomparáveis quando as relacionamos à pandemia da COVID-19.

10

Segundo o World Travel & Tourism Council, WTTC, o setor de Viagens e Turismo (incluindo seus impactos diretos, indiretos e induzidos) foi responsável por 1 em cada 5 novos empregos criados em todo o mundo entre 2014 até 2019. No período, 10,3% de todos os empregos (334 milhões) e 10,4% do PIB global (US\$ 10 trilhões) em 2019 vieram da atividade. Ainda bastante relevante, os gastos de visitantes internacionais somaram US\$ 1,9 trilhão em 2019⁵.

Contudo, o objetivo aqui não é analisar em detalhes os impactos da crise sanitária global recente, mas poder destacar que os impactos sofridos pelo setor de viagens e turismo foram muito significativos em escala global. Destaca-se, dentre outros aspectos:

- **Redução drástica nas viagens internacionais:** de acordo com relatórios da Organização Mundial do Turismo (OMT), as chegadas de turistas internacionais caíram cerca de 72,2% em 2020 em comparação com o ano anterior⁶.
- **Perda de empregos e receitas:** a pandemia resultou na perda de milhões de empregos diretos e indiretos, afetando de forma drástica toda a cadeia produtiva direta e indireta do setor.
- **Restrições de viagens e medidas de segurança:** as severas restrições de viagem, as quarentenas obrigatórias e outras medidas de segurança para conter a propagação do vírus afetaram os fluxos de turismo de maneira drástica.

¹ Anuário Estatístico EMBRATUR, Brasília, v. 31, p. 173 - 2002/2003.

² UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, Volume 21, Issue 3, p. 6, September 2023.

³ Organização Mundial de Saúde (*World Health Organization* - WHO), SARS 2003, disponível em: <<https://www.who.int/health-topics/severe-acute-respiratory-syndrome>>, acesso em: 03/11/2023.

⁴ *International Monetary Fund* (IMF), World Economic Outlook, April 2009: Crisis and Recovery.

⁵ World Travel & Tourism Council (WTTC) - Travel & Tourism Representative Council, Economic Impact Research, disponível em: <<https://wtcc.org/research/economic-impact>>, acesso em: 03/11/2023.

⁶ UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, Volume 21, Issue 3, p. 6, September 2023.

- **Adaptação tecnológica:** durante a pandemia, houve um aumento na adoção de tecnologias como videoconferências para substituir reuniões presenciais e viagens. Os hábitos de compra on-line se propagaram e transformaram, de forma definitiva, as formas de decisão e compras de viagens em todo o mundo, bem como a forma como os turistas se comportam e vivenciam os destinos.
- **Turismo doméstico e sustentabilidade:** com as restrições de viagens internacionais, as pessoas se voltaram para viagens domésticas e de proximidade. Os deslocamentos terrestres e os destinos sem aglomerações levaram a um maior foco na sustentabilidade e no desenvolvimento de destinos locais. A crise sanitária se tornou, portanto, uma oportunidade para o desenvolvimento do turismo doméstico, sobretudo em destinos interioranos, aumentando o foco, também, em questões relacionadas ao meio ambiente e às comunidades.

Já em processo de recuperação das viagens, o WTTC mostra que em 2022, o setor de turismo contribuiu com 7,6% para o PIB global, um aumento de 22% em relação a 2021 e apenas 23% abaixo dos níveis de 2019. Ainda, 22 milhões de novos empregos foram criados, apenas 11,4% abaixo dos níveis de 2019. Os gastos de visitantes domésticos aumentaram 20,4% (14,1% abaixo de 2019) e os gastos de visitantes internacionais aumentaram 81,9% (40,4% abaixo de 2019)⁷.

Dados revisados da Organização Mundial de Turismo, OMT⁸, mostram mais de 960 milhões de turistas viajaram internacionalmente em 2022, o que significa que dois terços (66%) dos números pré-pandêmicos foram recuperados no ano passado.

Da mesma forma, as receitas do turismo internacional atingiram USD 1 trilhão em 2022, crescendo 50% em termos reais em comparação com 2021, impulsionadas pela importante retomada das viagens internacionais. Como resultado, os gastos dos visitantes internacionais atingiram 64% dos níveis pré-pandêmicos (-36% em comparação com 2019, medidos em termos reais).

Por regiões globais, a Europa obteve os melhores resultados em 2022, com USD 550 bilhões em receitas de turismo, o equivalente a 87% dos níveis pré-pandêmicos. A África recuperou 75% de suas receitas pré-pandêmicas, o Oriente Médio 70% e as Américas 68%. Devido aos prolongados fechamentos de fronteiras, os destinos asiáticos obtiveram cerca de 28% de suas receitas pré-pandêmicas em 2022.

⁷ World Travel & Tourism Council (WTTC) - Travel & Tourism Representative Council, Economic Impact Research, disponível em: <<https://wtcc.org/research/economic-impact>> , acesso em: 03/11/2023.

⁸ UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, Volume 21, Issue 3, p. 6, September 2023.

A recuperação do setor também pode ser vista no turismo, com fortes gastos internacionais em 2022 dos principais mercados emissores. Arábia Saudita (+5%), Alemanha (+2%) e França (0%) recuperaram os níveis de gastos pré-pandêmicos, bem como o Catar (+29%), Portugal (+8%) e Áustria (+6%). Os Estados Unidos (-13%), Itália, Países Baixos, Suécia (todos -8%), Bélgica (-7%) e Noruega (-5%) chegaram perto dos níveis de 2019.

O setor de Viagens e Turismo está em um caminho acelerado de recuperação, aproximando-se rapidamente dos níveis pré-pandêmicos. Mesmo com grandes desafios econômicos e geopolíticos mundiais, a recente Pesquisa de Impacto Econômico (EIR) de 2023 do World Travel & Tourism Council (WTTC) revela uma imagem promissora, com o setor recuperando mais de 95% de seu pico em 2019. Segundo a entidade, o setor superará os níveis de 2019 em 2024. A contribuição ao PIB global deverá chegar a \$15,5 trilhões em 2033, representando 11,6% da economia global e empregando 430 milhões de pessoas⁹.

A entidade afirma também que o cenário global do turismo em 2023 é de esperança e resiliência. Diz que a recuperação está em pleno andamento, com sinais positivos de crescimento em muitos países. A indústria está se adaptando e respondendo aos desafios, com uma perspectiva promissora para a próxima década. Afirma, ainda, que a reentrada dos viajantes chineses no mercado e a recuperação em muitos países são motivos para otimismo. O setor de viagens e turismo está posicionado para ser um setor de crescimento nos próximos dez anos, gerando empregos e impulsionando a economia global.

Os cenários projetados pela OMT para 2023¹⁰ sugerem que as chegadas internacionais irão se recuperar de 80% a 95% dos níveis pré-pandêmicos até o final do ano. O Oriente Médio teve o desempenho mais forte, com chegadas excedendo em 15% o número registrado no primeiro trimestre de 2019. É a primeira região do mundo a recuperar os números pré-pandêmicos em um trimestre completo. A Europa, a maior região de destino do mundo, atingiu 90% dos níveis pré-pandêmicos no primeiro trimestre de 2023, apoiada por uma demanda intrarregional robusta.

Ainda de acordo com a OMT, as viagens dos Estados Unidos também contribuíram para os resultados mundiais. A África recuperou 88% de suas chegadas pré-pandêmicas nos primeiros três meses de 2023 e as Américas cerca de 85%. O turismo internacional está experimentando

⁹ **Em 2023, atividade turística deve movimentar US\$ 9,5 trilhões na economia mundial, indica estudo da WTTC.** Por Ministério do Turismo. Disponível em: <<https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/em-2023-atividade-turistica-deve-movimentar-us-9-5-trilhoes-na-economia-mundial-indica-estudo-da-wttc>>. Acesso em: 17/11/2023.

¹⁰ **OMT: Turismo internacional avança 'num bom ritmo' e chega a 80% do pré-pandemia.** Portal Brasileiro do Turismo - Mercado e Eventos. Disponível em: <<https://www.mercadoeventos.com.br/noticias/destinos/omt-turismo-internacional-avanca-num-bom-ritmo-e-chega-a-80-do-pre-pandemia/>>. Acesso em: 17/11/2023.

uma recuperação rápida na Ásia e no Pacífico, onde as chegadas subiram para 54% dos níveis pré-pandêmicos no primeiro trimestre de 2023, após a abertura de vários destinos e mercados emissores no final de 2022 e no início deste ano¹¹.

Os resultados sólidos experimentados pelo turismo internacional no primeiro trimestre são confirmados pelo Painel de Especialistas em Turismo da UNWTO, com cerca de 67% avaliando o desempenho do turismo de janeiro a abril de 2023 como melhor (46%) ou muito melhor (21%).

2.1.2. As viagens domésticas no mundo

O turismo doméstico continua a apoiar e liderar a recuperação em vários destinos, em particular aqueles com grandes mercados domésticos. Na China, o Ministério da Cultura e Turismo informou que 274 milhões de viagens turísticas domésticas foram registradas durante o feriado do Dia do Trabalho (29 de abril a 3 de maio), um aumento de 19% em relação a 2019. Os gastos com turismo doméstico atingiram 21 bilhões de dólares, um aumento de 129% em relação a 2022 e em paridade com os níveis de 2019 durante esse período¹².

Um dos mercados com recente forte recuperação é o dos Estados Unidos. Dados da US Travel Association¹³ vindos do modelo de previsão de viagens da *Tourism Economics*, projeta que as viagens domésticas de lazer nos Estados Unidos estão em processo de normalização, com expectativa de retorno às tendências pré-pandêmicas em 2024 e nos anos seguintes.

Por outro lado, as viagens domésticas de negócios devem continuar sua recuperação, mas a um ritmo mais moderado do que o anteriormente projetado. Essa desaceleração é atribuída em grande parte às condições econômicas atuais. Além disso, a previsão indica que o volume de negócios não deve se recuperar até 2025, e os gastos ajustados pela inflação não devem se recuperar dentro do intervalo previsto.

Segundo informações de maio de 2023 da OMT, espera-se que o turismo internacional continue sua recuperação ao longo do ano de 2023¹⁴, apoiado pela forte demanda reprimida, pela recuperação sustentada da conectividade aérea, bem como pela recente reabertura da China e outros grandes mercados e destinos asiáticos.

¹¹ UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, Volume 21, Issue 2, p. 4, May 2023.

¹² **Fluxo de passageiros na China com subida acentuada durante feriado de primeiro de maio.** Diário do Povo Online. Disponível em: <<http://portuguese.people.com.cn/n3/2023/0504/c309806-20013843-3.html>>. Acesso em: 17/11/2023.

¹³ **US Travel mostra normalização da demanda por viagens a lazer nos EUA.** Disponível em: <https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2023/06/us-travel-mostra-normalizacao-da-demanda-por-viagens-a-lazer-nos-eua_197436.html>. Acesso em: 17/11/2023.

¹⁴ UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, Volume 21, Issue 2, p. 4, May 2023.

Olhando para o futuro, a maioria dos especialistas do Painel da OMT continua a acreditar que o turismo internacional não retornará aos níveis de 2019 até 2024 (38%) ou 2025 ou mais tarde (23%)¹⁵.

2.2. Panorama do turismo no Brasil

No cenário mais recente, o desenvolvimento do turismo no Brasil também foi fortemente impactado pela crise sanitária iniciada em 2020. Quando falamos do turismo internacional nos últimos 20 anos, da chegada de turistas internacionais ao Brasil, a série histórica de dados do Ministério do Turismo (MTur), demonstra um fluxo de chegadas internacionais entre dois patamares.

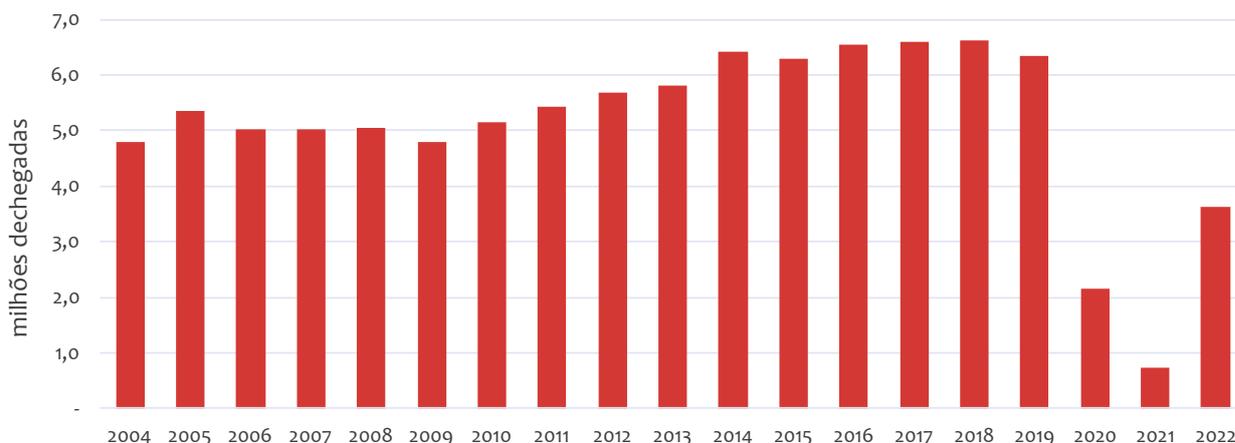
O primeiro, entre 2004 e 2011, as chegadas flutuaram entre 4,8 e 5,4 milhões de turistas internacionais. O período registrou momentos importantes de queda, atribuídas à perda de disponibilidade de assentos em voos internacionais e à crise econômica global.

O segundo momento, entre 2012 e 2019, quando, de certa forma, houve uma estabilização acima dos 5,5 milhões de chegadas de turistas internacionais. O Brasil superou o montante de 6 milhões após os dois momentos de aumento, a Copa do Mundo FIFA em 2014 e depois, de forma menos acentuada, com a realização dos Jogos Olímpicos Rio 2016. A partir de 2016, até 2019 manteve-se estável em números em torno de 6,5 milhões de turistas estrangeiros¹⁶.

¹⁵ OMT: turismo internacional não deverá alcançar nível pré-pandemia antes de 2024. Disponível em: <<https://istoedinheiro.com.br/omt-turismo-internacional-nao-devera-alcancar-nivel-pre-pandemia-antes-de-2024/>>. Acesso em: 17/11/2023.

¹⁶ Anuário Estatístico de Turismo 2022, Volume 49, Ano Base 2021, 1ª Edição, Ministério do Turismo, 2023. Disponível em: <<https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/observatorio/anuario-estatistico>>. Acesso em: 04/11/2023.

Chegadas de Turistas Internacionais ao Brasil - 2004-2022

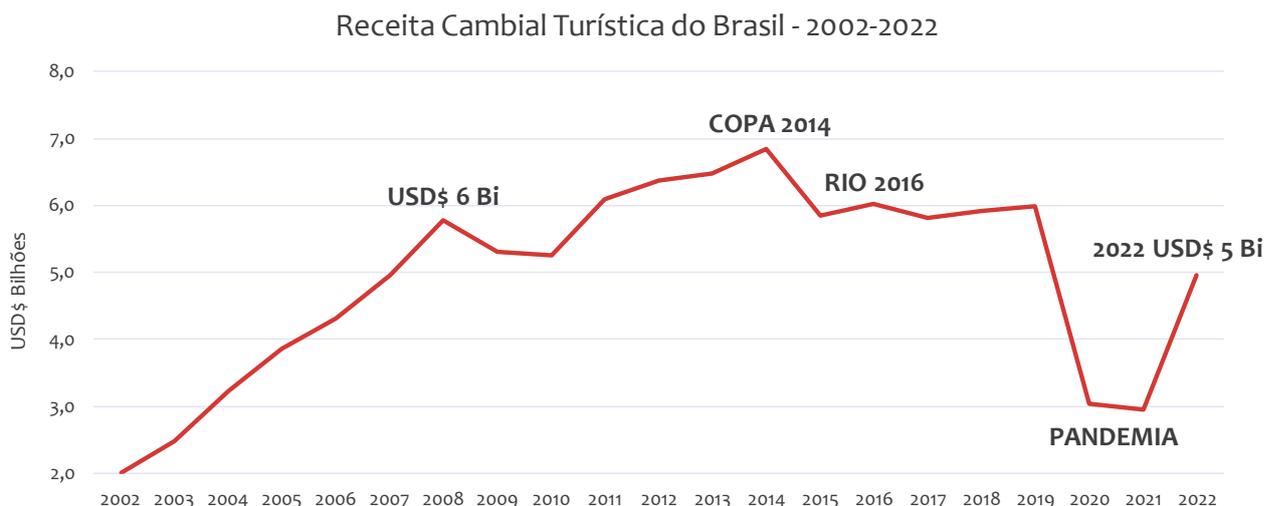


Fonte: Ministério do Turismo, Embratur e Polícia Federal.

Para entender os efeitos do turismo Internacional no desenvolvimento do Brasil é preciso agregar aos dados de volume de visitantes os seus gastos. O verdadeiro resultado do turismo está em entender quantos visitantes o país recebeu, o período de permanência e os gastos diários.

O cenário dos últimos 20 anos nos mostra, da mesma forma que se viu nos volumes, um desenvolvimento por períodos, mas com uma grande diferença. Não fosse o advento da crise iniciada em 2020 com a emergência sanitária, conjectura-se que a evolução dos gastos dos estrangeiros no Brasil teria seguido um caminho iniciado desde que a série histórica começou a ser computada.

A barreira dos USD\$ 2 bilhões de receita cambial foi quebrada em 2003. A partir daí, nos 10 anos seguintes (2003-2012) a receita cambial turística cresceu 157%. O patamar de USD\$ 6 bilhões foi alcançado nessa década, em 2011. Diante da impossibilidade técnica de analisar a década seguinte inteira, se for realizada uma análise dos 9 anos que se passaram entre 2011 e 2019 vê-se uma estabilização na casa dos USD\$ 6 bilhões de receita cambial. Em 2014 houve uma alta relevante chegando quase ao patamar de USD\$ 7 bilhões, motivados pelo grande fluxo de estrangeiros para a realização da Copa do Mundo FIFA 2014, seguido por uma queda em 2015 e novo aumento, ainda que menor, no ano seguinte, com a realização do Jogos Olímpicos Rio 2016.



Fonte: Banco Central do Brasil.

A recuperação da receita cambial mostrou-se bastante robusta em 2022, assim como em 2023, que ultrapassou, a partir do mês de agosto, o total do ano de 2019. Os recentes dados divulgados pelo Ministério do Turismo e pela Embratur mostram que de janeiro a julho os gastos dos estrangeiros no Brasil já chegaram a USD\$ 3,976 bilhões. O valor é o terceiro maior dos últimos 28 anos, ficando atrás apenas do ano de 2014 (US\$ 785), ano da Copa do Mundo, e de 2019 (US\$ 598)¹⁷.

2.2.1. O mercado turístico doméstico brasileiro

O mercado de turismo doméstico no Brasil é sem dúvida o seu maior ativo. Cerca de 96% da atividade turística brasileira vem do mercado doméstico; este que foi o grande fator de recuperação do setor de viagens e turismo após a pandemia da COVID-19.

Os severos impactos da crise do turismo doméstico, principalmente em 2020 e 2021, ainda têm suas consequências presentes. Cálculos da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) apontam que 476 mil vagas formais foram fechadas em 2020, nos registros do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged)¹⁸. Em 2021, o saldo entre admissões e demissões aponta para a criação de 150,9 mil postos de trabalho, menos de um terço do total perdido. A Confederação mostra, ainda, que o setor acumulou perdas de R\$ 531,8 bilhões

¹⁷ Gasto de estrangeiros no Brasil supera período pré-pandemia, no acumulado de janeiro a julho de 2023. Disponível em: <<https://embratur.com.br/2023/08/25/gasto-de-estrangeiros-no-brasil-supera-periodo-pre-pandemia-no-acumulado-de-janeiro-a-julho-de-2023/>>. Acesso em: 17/11/2023.

¹⁸ Turismo deixou de faturar R\$ 473,7 bi com pandemia, diz CNC. CNN Brasil. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/economia/turismo-deixou-de-faturar-r-4737-bi-com-pandemia-diz-cnc/>>. Acesso em: 17/11/2023.

durante da pandemia¹⁹.

Alguns indicadores recentes são importantes para avaliar o tamanho e a relevância do mercado de viagens no Brasil, assim como seu nível de recuperação. Entre os dados disponíveis, destacamos: os empregos gerados; os indicadores da receita das atividades turísticas, dados do IBGE por meio da pesquisa mensal de serviços; a movimentação de passageiros nos aeroportos e nas rodoviárias; além da arrecadação federal com as atividades características do turismo.

Registros de estudos da Associação Brasileira das Empresas Aéreas, ABEAR²⁰, com base nos dados da ANAC, mostram a evolução anual do número de passageiros pagos no mercado doméstico que sai de 90 milhões em 2013 e chega a 95 milhões em 2019. Em 2020, o mercado civil aéreo encolheu para 45 milhões de viagens, apontando uma tendência de recuperação em 2021, com um total de cerca de 62 milhões, e alcançando 82 milhões em 2022.

Entre 2019 e 2023, o turismo doméstico no Brasil apresentou diversos destaques. Em 2023, o faturamento do turismo nacional cresceu 25,4% no primeiro trimestre, alcançando um ganho de R\$ 8,2 bilhões em um ano²¹. No âmbito doméstico, em junho de 2023, a demanda doméstica foi 7,5% maior em comparação com junho de 2019, indicando um aumento no interesse pelo turismo interno²².

Informações do Conselho de Turismo da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (Fecomercio-SP)²³, que tomam como base os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), apontam que o crescimento anual do setor em 2023 é de 7,1%, e que o faturamento no turismo nacional atingiu R\$ 18,2 bilhões, em maio, perfazendo um total de 26 meses consecutivos de variações positivas no setor.

O transporte aéreo exerce grande influência no desempenho geral do turismo no Brasil. Segundo levantamento da Agência Nacional de Aviação Civil (Anac), o número de passageiros

¹⁹ **Impacto no Turismo.** Panrotas. Disponível em: <https://www.panrotas.com.br/mercado/economia-e-politica/2023/05/oms-decreta-o-fim-da-emergencia-de-saude-da-covid-19_196522.html>. Acesso em: 17/11/2023.

²⁰ **Volume de passageiros transportados em 2022 registra maior patamar desde 2020.** ABEAR. Disponível em: <<https://www.abear.com.br/imprensa/agencia-abear/noticias/volume-de-passageiros-transportados-em-2022-registra-maior-patamar-desde-2020/>>. Acesso em: 17/11/2023.

²¹ **Faturamento do turismo nacional registra ganho de R\$ 8,2 bilhões no 1º trimestre.** Fecomercio-SP. Disponível em: <<https://fecomercio.com.br/noticia/faturamento-do-turismo-nacional-registra-ganho-de-r-8-2-bilhoes-no-1o-trimestre-1>>. Acesso em: 17/11/2023.

²² **Número de viajantes atinge em junho maior índice para o mês em 8 anos.** ANAC. Disponível em: <<https://www.gov.br/anac/pt-br/noticias/2023/numero-de-viajantes-atinge-em-junho-maior-indice-para-o-mes-em-8-anos>>. Acesso em: 17/11/2023.

²³ **Em maio, Turismo brasileiro tem alta de 7,1%, aponta FecomercioSP.** Ministério do Turismo. Disponível em: <<https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/em-maio-turismo-brasileiro-tem-alta-de-7-1-aponta-fecomerciosp>>. Acesso em: 17/11/2023.

transportados por aviões no país superou o nível pré-pandemia (2019), tendo como base comparativa o quinto mês do ano. Foram 7,29 milhões de passageiros, o mais alto desde 2015.

Além do aumento da oferta de voos e assentos, a redução da tarifa média, que passou de quase R\$ 700, há um ano, para R\$ 550, em maio de 2023, impacta diretamente o cenário. Na avaliação da Entidade, a tendência é de continuidade do crescimento nos próximos meses, uma vez que há condições mais favoráveis para os investimentos das companhias, com combustível e dólar relativamente mais baratos. Por outro lado, na outra ponta (com a menor variação no mês), está o grupo de transporte terrestre, que cresceu 0,8% e faturou R\$ 2,94 bilhões.

18

O Relatório de Impacto Econômico, produzido pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTTC), estima que o setor arrecadará R\$ 752,3 bilhões em 2023, o equivalente a 7,8% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional. O valor vai superar em 5% o registrado no pré-pandemia (2019), quando foram contabilizados R\$ 716,5 bilhões. Até o fim do ano, as mais de 50 cadeias econômicas também serão responsáveis por 7,9 milhões de empregos, indica o levantamento.

Outra frente do relatório preconiza que o total de empregos gerados pelo setor em 2023 deve superar em 2,5% o registrado na pré-pandemia. De acordo com a entidade, o setor gerou 8,1% do total de postos de trabalho do país, demonstrando a força econômica e social do turismo brasileiro.

2.1.2. O mercado turístico internacional brasileiro

(em elaboração. A ser complementado pela Embratur)

3. Tendências

De acordo com o Painel de Especialistas da OMT, o ambiente econômico desafiador continua a ser o principal fator que pesa na recuperação efetiva do turismo internacional em 2023. Destaque para a alta inflação e aumento dos preços do petróleo se traduzindo em custos mais altos de transporte e acomodação.

Espera-se que os turistas busquem cada vez mais preços acessíveis e viagens mais perto de casa em resposta aos preços elevados e aos desafios econômicos gerais.

A última Perspectiva Econômica Mundial do Fundo Monetário Internacional (abril de 2023) indica que o crescimento global pode cair de 3,4% em 2022 para 2,8% em 2023, em meio a

turbulências no setor financeiro, alta inflação e os impactos de três anos da pandemia da covid-19.

As condições para a criação de políticas públicas em consonância com a realidade perpassam pela identificação e análise das tendências. O cenário pós-pandemia da Covid-19 e o fim da necessidade de isolamento das pessoas desenhou novas tendências relacionadas às viagens, ao lazer e ao turismo como um todo. As expectativas dos viajantes ganharam novos contornos e passam a ser representadas por deslocamentos adequados às questões relacionadas à saúde, ao bem-estar, a experiências e à sustentabilidade.

Novas experiências em viagens é o que o turista mais espera encontrar em seus passeios. Experimentar momentos únicos e novas aventuras, através de diferentes vivências, molda o novo formato das viagens no mercado turístico. Nesse sentido, há uma crescente expectativa de associar as férias a experiências e vivências completas.

De acordo com o Guia de Retomada Econômica do Turismo²⁴ no cenário pós-pandemia, nasce um turista mais criterioso com saúde e higiene, exigente em relação ao consumo ético e sustentável em busca de novos destinos. A consolidação do teletrabalho e o aumento da digitalização se tornam oportunidades para o fortalecimento da atividade.

Com base nessa expectativa, o mercado turístico vem se moldando e ampliando a oferta de pacotes personalizados com menos diárias no destino ou ainda, pela criação e/ou ampliação da oferta de serviços a um nicho de mercado específico, sempre com base na vocação do destino.

Entre as principais tendências do turismo para os próximos anos, destacam-se:

- **Ecoturismo e turismo regenerativo:** nessa modalidade, a atividade procura impactar o mínimo possível o meio ambiente. Os turistas dessa tendência buscam viagens envolvidas com a natureza e com o cuidado não só de impactar o mínimo, ecologicamente falando, como também de ser regenerativa ao meio ambiente.
- **Viagens com propósito:** a busca por destinos turísticos que promovam o bem-estar e o autoconhecimento. Esse tipo de turismo pode se caracterizar por viagens que permitam o contato com a natureza, bem como com comunidades locais, as quais permitem uma contribuição positiva para as comunidades receptoras e despertam no turista um senso de responsabilidade.

²⁴ Guia de Retomada Econômica do Turismo. KPMG, Ministério do Turismo e Ministério da Economia, 2020. Disponível em: <file:///C:/Users/wilken.souto/Desktop/ASTEC/Plano%20Nacional%20de%20Turismo%202024-2027/KPMG/GuideRetomadaEconomicoTurismoResumoExecutivo.pdf>

- **Turismo de experiência:** nesse tipo de deslocamento, o turista se apresenta mais disposto a interagir com o ambiente, o contexto local e as pessoas. O turismo de experiência tem como diferencial o forte apelo à emoção, ao estímulo de vivências e ao engajamento em comunidades locais, cujo objetivo é gerar aprendizados, conhecimento e memórias.
- **Slow travel:** as viagens mais longas e tranquilas, com menos obrigações e itinerários e com maior tempo para relaxar são chamadas de “viagens lentas”. É uma tendência presente para os próximos anos. Esse tipo de deslocamento é marcado pela intenção dos turistas de desacelerar, descansar e recarregar as energias, como também pela forte ligação com o turismo sustentável e com a contribuição positiva.
- **Nomadismo digital:** os últimos anos, potencializados no período da pandemia da Covid-19, foram marcados pelo isolamento social. Essa situação ensejou o aumento do trabalho remoto o que, por sua vez, mostrou uma tendência de trabalhadores que viajam pelo mundo enquanto trabalham - assim chamados de nômades digitais. Esse nicho de turismo tem como característica o consumo de produtos e serviços no destino durante um período maior.
- **Viagens de negócio/Bleisure:** além da tradicional viagem de negócios, reconhecidamente como significativo vetor de deslocamento de pessoas para viajar, há a *bleisure* (acrônimo em inglês de *business* e *leisure*), ou seja, a combinação entre o lazer e as atividades laborais fora do local habitual.
- **Turismo doméstico e viagens de curta duração e para lugares próximos aos grandes centros urbanos:** se apresentam como tendência, principalmente diante de orçamentos mais restritos e quando o viajante não possui longos períodos de férias.
- **Turismo de luxo**²⁵: esse nicho é marcado não necessariamente pela ostentação ou pelo glamour, mas mais pela exclusividade, serviços únicos e personalizados, conforto, autenticidade do destino, isolamento, experiências culturais, consciência ambiental e responsabilidade social.

4. O Plano Nacional de Turismo 2024-2027

4.1. Diretrizes

4.1.1. Cooperação e Regionalização

²⁵ Fonte: Anuário Brazilian Luxury Travel Association 2023.

O Sistema Nacional de Turismo, criado pela [Lei nº11.771, de 2008](#), tem por objetivo promover o desenvolvimento das atividades turísticas, de forma sustentável, pela coordenação e integração das iniciativas oficiais com as do setor produtivo, de modo a, entre outros, **promover a regionalização do turismo**, mediante o incentivo à criação de organismos autônomos e de leis facilitadoras do desenvolvimento do setor, descentralizando a sua gestão. E a Política Nacional de Turismo, instituída pela mesma lei, deverá obedecer aos princípios constitucionais da livre iniciativa, da descentralização, **da regionalização** e do desenvolvimento econômico-social justo e sustentável.

Dessa forma, a regionalização se torna uma diretriz para o desenvolvimento da atividade turística no País. A valorização das regiões turísticas, entendidas como um espaço geográfico que apresenta características e potencialidades similares e complementares, capazes de serem articuladas e que definem um território delimitado para fins de planejamento e gestão, com foco na redução das desigualdades regionais e sociais, se constitui no principal ativo para a implementação do Plano Nacional de Turismo.

21

Já a cooperação é o princípio básico que permeia todas as linhas de atuação. Garantir que a cooperação e a descentralização sejam a propulsão do turismo nacional é vital para o sucesso do plano. Cada ente público e privado precisa ter sua parcela de colaboração e responsabilidade para que os resultados sejam alcançados. A sinergia de ações entre governos, setor privado, comunidades locais e outras partes interessadas é fundamental para implementar o plano de forma eficaz e alcançar os objetivos desejados.

Cooperar é fundamental na execução do Plano 2023-2027 e enfatiza a importância da coordenação e parceria entre diferentes partes interessadas, incluindo governos, setor privado, comunidades locais, organizações internacionais e outros.

O sucesso do Plano depende da capacidade de trabalhar em conjunto, compartilhar recursos e conhecimentos, e criar soluções conjuntas que beneficiem todos os envolvidos. Ao adotar essa diretriz, o Plano 2023-2027 não apenas fortalece a eficácia de suas estratégias, mas também promove uma cultura de cooperação e parceria que pode ter um impacto duradouro no setor de turismo do Brasil.

4.1.2. Desenvolvimento e inserção produtiva de pessoas

O PNT 2024-2027 traz como foco a formação de pessoas e a inserção produtiva destas no mercado de trabalho, por meio da atividade turística. Profissionalizar igualmente os empresários, estimular o empreendedorismo nas comunidades receptoras, também são medidas que devem ser adotadas de forma contínua.

A Política Nacional de Turismo²⁶, dentre outros, tem por objetivo reduzir as disparidades sociais e econômicas de ordem regional, promovendo a inclusão social pelo crescimento da oferta de trabalho e melhor distribuição de renda.

O desenvolvimento do turismo do País se dá por mãos de pessoas e é, por meio delas, que o Brasil deverá se posicionar como um destino mundial, gerador de empregos e de promoção de bem-estar social para quem aqui mora e para os visitantes.

4.1.3. Sustentabilidade

22

Promover o turismo sustentável e responsável e consciente, alinhadas aos objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 da ONU, e por meio de políticas e incentivos para o turismo sustentável e de medidas para resiliência do setor frente às mudanças climáticas, é um dos grandes desafios deste século.

A população mundial cresceu em mais de 1 bilhão desde 2003 e, em 2030, deve ultrapassar os 8,5 bilhões de pessoas, segundo projeção da ONU. Para o turismo brasileiro, isso indica oportunidades, principalmente em relação à atração de novos visitantes, pois os viajantes internacionais podem ultrapassar a marca de 1,8 bilhão em 2030. Foi destacado, contudo, que isso representa severos desafios, tais como: conservação dos recursos naturais, manutenção de comunidades saudáveis, adaptação para alterações climáticas, garantia da inclusão das comunidades locais na gestão de seus territórios, preservação do interesse público sobre o interesse privado, minimização dos impactos culturais e sociais, entre outros.²⁷

Neste cenário, a sustentabilidade, principalmente a ambiental, mas também nos aspectos socioculturais, econômicos e institucionais, continua como uma diretriz para implementação do PNT.

O turismo responsável contempla uma consciência ambiental maior, de responsabilidade pela preservação para que as gerações futuras possam visitar um lugar tão ou mais preservado do que é hoje. Diferentemente do modelo tradicional de exploração do destino, o turismo responsável baseia-se na construção e na convivência.

É possível unir entretenimento, curiosidade, experiência e aprendizado enquanto se promove o desenvolvimento sustentável brasileiro. Mas encarar o desafio de estruturar um setor pelos padrões do turismo responsável (e sustentável) requer um esforço conjunto de todo o mercado junto ao setor público, além, é claro, dos próprios turistas.

Além das preocupações referentes à sustentabilidade, é necessário fazer-se referência à pauta ação climática no turismo, que ainda possui muito espaço para avanço em todo o mundo.

Nesse sentido, o Ministério do Turismo e o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) realizaram, durante o ano de 2023, uma oficina para elaboração do "Plano de Ações

²⁶ Fonte: art. 5º da Lei nº11.771, de

²⁷ Fonte: Relatório Final do Grupo Técnico de Turismo da Comissão de Transição Governamental 2022

Climáticas para o Turismo Brasileiro", cujo resultado culminou em um relatório de trabalho que apresenta os primeiros passos rumo a um plano nacional de mitigação das ações climáticas para o turismo brasileiro. Ele marca a construção conjunta dos principais aspectos que devem integrar o planejamento estratégico da Pasta em relação às mudanças climáticas.

As principais ações de trabalho esperadas para o Ministério até 2030 estão nas áreas de descarbonização e de conservação ambiental, conectadas à necessidade de geração de impacto socioeconômico e à oportunidade de que o Brasil seja uma referência internacional sobre o assunto.

4.1.4. Inovação e transformação digital

Desde o surgimento dos smartphones, no início do século XXI, e a mudança da rede celular analógica para a rede digital, foi possível notar que os hábitos dos viajantes passaram a mostrar um novo comportamento, diretamente ligado à experiência, mas também transformado pela digitalização de produtos, serviços e, conseqüentemente, destinos.

Para atender a esse perfil de consumo, tornou-se fundamental pensar em estratégias capazes de aliar o desenvolvimento tecnológico aos serviços, produtos e atrativos que um destino turístico oferece.

Deve-se destacar, ainda, que tal evolução na atividade turística valoriza e facilita a interação dos visitantes com o destino, incluindo suas empresas locais.

Essa transformação não é apenas uma fase passageira, mas o futuro do setor. Por esta razão, a melhor maneira de garantir que o mundo das viagens não seja vítima de seu próprio sucesso é encontrar um equilíbrio entre competitividade, sustentabilidade e bem-estar de visitantes e anfitriões.

Sob tal perspectiva é que planejou a inclusão do tema como diretriz, de forma a utilizar-se, por meio do Sistema Nacional do Turismo, a inteligência competitiva e a inovação no planejamento, gestão e monitoramento da atividade turística.

4.1.5. Turismo social e acessibilidade

O Turismo Social deve ser entendido como uma forma de se conduzir e praticar a atividade turística, visando promover a igualdade de oportunidades, sem discriminação, acessível a todos, de maneira solidária, em condições de respeito e sob os princípios da sustentabilidade e da ética. Portanto, as premissas, estratégias e ações definidas para o Turismo

Social perpassam transversalmente todos os segmentos ou tipos de turismo, como forma de se promover a inclusão pela atividade turística²⁸.

A acessibilidade promove a inclusão social e o acesso de pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida à atividade turística, de modo a permitir o alcance e a utilização de serviços, edificações e equipamentos turísticos com segurança e autonomia.

Ressalta-se, ainda, que a Lei Geral do Turismo define que o PNT deve promover a incorporação de segmentos especiais de demanda ao mercado interno, em especial os idosos, os jovens e as pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida, pelo incentivo a programas de descontos e facilitação de deslocamentos, hospedagem e fruição dos produtos turísticos em geral e campanhas institucionais de promoção.²⁹

Nessa perspectiva o Plano se alinha também com os eixos e objetivos do Plano Plurianual 2024-2027 e iniciativas do Governo federal que buscam defender e garantir condições de vida com dignidade, a plena participação e inclusão na sociedade, e a igualdade de oportunidades a todas as pessoas na atividade turística.³⁰

5. Visão 2027

Brasil, o maior receptor de turistas da América do Sul até 2027, reconhecido como destino inclusivo e hospitaleiro, referência em sustentabilidade, inovação e em experiências únicas e memoráveis.

5.1. Brasil, o maior receptor de turistas da América do Sul até 2027

O Brasil apresenta resultados de recuperação na atividade receptiva a partir de 2022, quando recebeu 3,6 milhões de turistas, valor quase 5 vezes superior ao de 2021, quando apenas pouco mais de 745 mil estrangeiros estiveram aqui. A despeito disso, nos últimos anos, o país tem perdido liderança no ranking de chegadas de turistas internacionais para a Argentina, e isso pode ser explicado pela desvalorização do Peso, tornando-o um destino de menor custo,

²⁸ Fonte: Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais, 2006, disponível em <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/-publicacoes/segmentacao-do-turismo/segmentacao-do-turismo-marcos-conceituais.pdf>

²⁹ Fonte: art. 6º, inciso V da Lei nº11.771, de 2008.

³⁰ Fonte: Programa Turismo Acessível, disponível em https://turismoacessivel.gov.br/ta/downloads/sobre/Cartilha_Versao_Final.pdf

principalmente para os próprios brasileiros, que representam o principal mercado emissor para o país fronteiriço.

Segundo dados da OMT, o Brasil ocupou a 2ª posição como maior mercado receptor de turistas internacionais na América do Sul nos anos de 2011 a 2019 (período anterior à pandemia de COVID-19), atrás da Argentina. Com a situação de emergência imposta pela pandemia de COVID-19 no mundo em 2020, ambos os países tiveram números próximos dos 2,1 milhões de turistas receptivos, cenário em que todos os países tiveram brusca redução nos números do turismo.

Por vários anos consecutivos o número de chegadas de argentinos no Brasil foi crescente, constituindo-se o principal emissor internacional para o país, representando aproximadamente 40% do total dessas chegadas internacionais, seja por vias aéreas ou terrestres. No entanto, devido à crise econômica argentina esse número tem sofrido reduções drásticas nos últimos 4 anos. A Argentina se mantém à frente na liderança sul-americana não apenas pela desvalorização de sua moeda, mas também pela fronteira com os principais emissores de viagens do continente: Brasil, Chile, Paraguai e Uruguai.

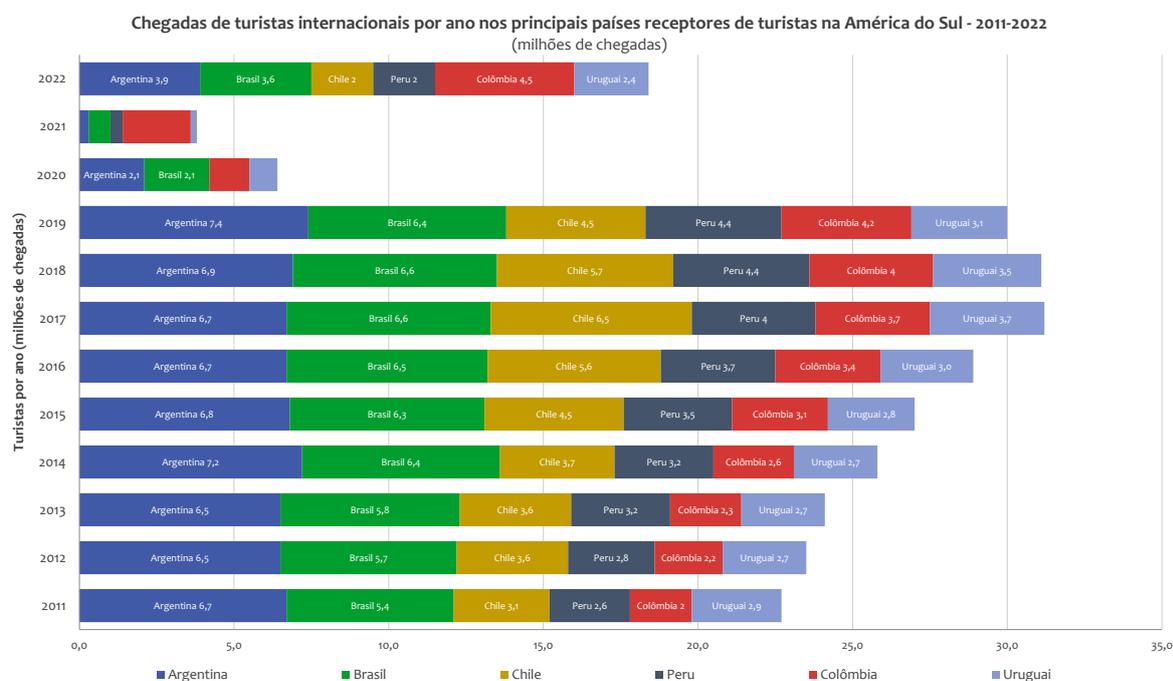
Apesar de não estar na posição de liderança na América do Sul (no que diz respeito ao número de chegadas internacionais), o Brasil ostenta posições superiores em rankings econômicos, pois de acordo com informações do Fórum Econômico Mundial (2021), na posição mundial (117 países) o Brasil saiu do 52º lugar em 2019, para 49º em 2021, enquanto a Argentina figura em 59º lugar atualmente. Somos o terceiro no mundo em recursos naturais e o décimo em recursos culturais, ao passo que nossa concorrente Argentina ocupa o 18º lugar em recursos naturais e a 20ª posição em recursos culturais. O Barômetro da OMT referente às receitas de turismo colocou o Brasil na 41ª posição em 2021 e em 46ª posição em 2022, enquanto o mercado argentino concorrente não aparece entre as 50 primeiras posições.

Não há dúvidas de que o país tem um grande potencial para se consolidar como um dos principais destinos turísticos do mundo e, mais ainda, quando comparado com os demais concorrentes sul-americanos (Argentina, Chile, Colômbia, Peru e Uruguai). O Brasil voltou a integrar o top 10 no ranking de maiores economias do mundo em março de 2022, ultrapassando Rússia, Coreia do Sul e Austrália, e de acordo com o Fundo Monetário Internacional (FMI), está previsto que o Brasil seja a 9ª economia do mundo em 2023, à frente do Canadá.

Os desafios para o turismo no Brasil já eram numerosos antes da pandemia, em 2019, porém, com o Covid-19 (2020-2022) e o fim da pandemia recém decretado pela OMS (março de 2023), tais desafios foram potencializados. Apesar de notória a habilidade do setor em recuperar-se, é fundamental reconhecer que a concorrência global está ainda mais acirrada e é essencial a

busca pela ampliação da malha aérea com os outros países, especialmente da América do Sul. É imprescindível saber negociar com todos os parceiros envolvidos na cadeia de viagens do país. O Brasil precisa ter um melhor custo-benefício e é óbvio que o primeiro passo é conseguir reduzir as tarifas aéreas, bem como promover melhorias nos meios terrestres, ferroviários e aquaviários.

É inegável a necessidade urgente em investir em planejamento, gestão, inovação e sustentabilidade, valorizando os atrativos naturais e culturais para oferecer experiências únicas e memoráveis aos visitantes. A priorização no turismo precisa ser aumentada. Caberá o protagonismo do Ministério do Turismo e da Embratur com vistas a atuar, de forma integrada com outras instituições públicas, privadas e do terceiro setor, para a atração de novos voos e de investimentos privados para o setor, o aumento de investimento em promoção internacional, qualificação profissional, melhoria da infraestrutura e da sensação de segurança pública, entre outras ações, tudo visando o aumento da competitividade e da atratividade como destino turístico destaque.



Fonte: Painéis de dados OMT (UNWTO Tourism Data Dashboard).

Receita turística por ano (U\$ bilhões)



Fonte: Fonte: Organização Mundial do Turismo - UNWTO Global and regional tourism performance: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>

5.2. Brasil como destino inclusivo e hoteleiro

A Lei Geral do Turismo (Lei 11.771, de 2008) prevê como um objetivo da Política Nacional de Turismo democratizar e propiciar o acesso ao turismo no País a todos os segmentos populacionais, contribuindo para a elevação do bem-estar geral. Além disso, a Lei impõe que o Plano Nacional de Turismo deve promover a incorporação de segmentos especiais de demanda ao mercado interno.

Para isso, o Ministério promove ações de Turismo Responsável, que, em uma abordagem ampla, acolhe a defesa e o desenvolvimento de temas como ética e responsabilidade social, proteção dos direitos de crianças e adolescentes no turismo, acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, respeito às diferenças de gênero, geração, raça e etnia, respeito ao meio ambiente e a manutenção e valorização das culturas locais, além de maior participação das comunidades receptoras na definição das políticas de desenvolvimento do turismo e no acesso a esse mercado.

A hospitalidade de um destino é um diferencial competitivo de alta relevância e o Brasil já desponta no cenário internacional como um povo hospitaleiro e acolhedor.

O Brasil é um país diverso, com uma mistura de culturas, etnias e tradições. Essa diversidade contribui para uma mentalidade aberta e acolhedora em relação aos estrangeiros.

Os brasileiros são conhecidos por sua amabilidade e simpatia no trato com os visitantes. Eles frequentemente oferecem ajuda e estão dispostos a compartilhar informações sobre a cultura, atrações locais e tradições. Além disso, costumam ser flexíveis e adaptáveis, o que pode tornar a experiência dos visitantes mais tranquila. Eles estão acostumados a lidar com diferentes culturas e estão dispostos a se adaptar às necessidades dos visitantes estrangeiros.

MINUTA EM ELABORAÇÃO PARA APRECIÇÃO DO CONSELHO NACIONAL DE TURISMO. Versão – 19.01.2024

Ainda assim, faz-se necessário um melhor desenvolvimento de produtos e destinos nos pilares da sustentabilidade e responsabilidade, o que proporcionará a entrega de experiências e serviços com a qualidade que o consumidor turista requer e precisa.

5.3. Brasil como destino referência em sustentabilidade

A Sustentabilidade e o Turismo Responsável se referem às práticas, sob os princípios da sustentabilidade, que envolvem todos os segmentos de mercado, empreendimentos, equipamentos, produtos e serviços turísticos e os diversos atores sociais relacionados com a atividade turística, com o intuito de sanar ou mitigar os efeitos negativos e intensificar os efeitos desejáveis gerados pelo turismo, além de identificar e mensurar os impactos locais, com o monitoramento de seus resultados.

Para o Turismo Responsável, são fundamentais a promoção de ações e o compartilhamento de boas práticas comunitárias, de mercado e do poder público na busca por soluções efetivas, em curto e médio prazos, para os problemas existentes nos diferentes destinos, a partir da definição de ferramentas, mecanismos e responsabilidades de cada ator social envolvido na produção de bens, produtos e serviços nas destinações turísticas do território nacional.

Nesse sentido, para criar mecanismos de mobilizar diferentes atores do setor de turismo para que atuem com responsabilidade, o Ministério do Turismo pretende desenvolver ações, que gerem resultados para a segurança turística, o turismo responsável e a sustentabilidade ambiental, social, econômica no turismo.³¹

5.4. Brasil como destino referência em inovação

O Brasil mostra-se como um país moderno e dinâmico nas dimensões econômica, científica e tecnológica. E em face dos desafios da competitividade, tem atuado coletivamente, por meio do Ministério do Turismo, pelo desenvolvimento de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), conceito que faz uso de infraestrutura tecnológica aliada à inovação, de forma a ampliar as experiências turísticas, sem deixar de lado a preservação da cultura e do meio ambiente, beneficiando também a qualidade de vida dos residentes e, por conseguinte, dos visitantes.

³¹ Fonte: Ebook Turismo Responsável no Brasil”, UFRN e MTUr. 2023, disponível em https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/turismo-responsavel/copy_of_EBOOKTURISMORESPONSVEL_VERSOFINAL_18o82023.pdf

Os destinos turísticos inteligentes são estruturas turísticas diferenciadas que facilitam a interação e integração do visitante, antes, durante e depois da viagem, e incrementam a qualidade de sua experiência com o destino, por meio do uso de metodologias e tecnologias inovadoras.

O país inovou na própria adaptação da metodologia, surgida na Espanha no ano de 2012, acrescentando eixos que condiziam com a realidade nacional e com os gargalos reconhecidos por meio das informações disponíveis no relatório mundial de competitividade no turismo. Assim, ao notar a necessidade de melhorar índices relacionados a mobilidade e transporte, a segurança e a promoção e marketing, trouxe os temas como novos pilares. Não obstante, aproveitou também o seu potencial criativo para adicioná-lo como seu último eixo, desta vez não como algo a ser melhorado, mas como um ponto forte que deveria ser destacado.

Ao adquirir reconhecimento internacional pelo seu trabalho e a sua metodologia adaptada, e ao identificar correlação entre os projetos do Ministério do Turismo e os eixos ou pilares da metodologia, verificou-se a necessidade de se aproveitar o conceito metodológico como forma de desenvolvimento dos eixos do Plano Nacional do Turismo 2024-2027 para o desenvolvimento do turismo nas regiões turísticas brasileiras.

5.5. Brasil como destino referência em experiências únicas e memoráveis

No entendimento de que o turismo é uma necessidade de todos e não privilégio de poucos, o desenvolvimento desta atividade tão dinâmica e não menos complexa, eleva a necessidade do comprometimento e engajamento de toda a cadeia produtiva para disponibilizar ao público de interesse, serviços e produtos que perpassam o atendimento simples de suas necessidades, mas que possam proporcionar experiências únicas e memoráveis.

Estas experiências únicas e memoráveis, fazem parte de dois momentos de felicidade de um turista, o primeiro no ato da vivência e o outro quando é compartilhado com o seu ciclo de amigos e parentes, consolidando-se assim a memória da experiência e consequentemente do destino.

O Brasil, na compreensão e no desejo de ser um destino turístico de excelência, capaz de proporcionar experiências únicas e memoráveis aos seus turistas e visitantes, precisa para além de um desenvolvimento sustentável e responsável dos seus destinos e produtos, se voltar também para a competitividade que não despreza um importante pilar do marketing, qual seja o preço.

Daí a necessidade do esforço e concentração de toda a cadeia produtiva para o alcance efetivo deste e dos outros pilares, para que assim o Brasil esteja em igualdade de condições com os seus principais concorrentes na América Latina.

6. Objetivos

6.1. Alinhamento com a Lei Geral do Turismo e Plano Plurianual 2024-2027

30

O Plano Nacional de Turismo – PNT foi instituído pela Lei Geral do Turismo, a [Lei nº11.771, de 17 de setembro de 2008](#), com o intuito de promover:

- I - a política de crédito para o setor, nela incluídos agentes e serviços financeiros;
- II - a boa imagem do produto turístico brasileiro no mercado nacional e internacional;
- III - a vinda de turistas estrangeiros e a movimentação de turistas no mercado interno;
- IV - maior aporte de divisas ao balanço de pagamentos;
- V - a incorporação de segmentos especiais de demanda ao mercado interno, em especial os idosos, os jovens e as pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, pelo incentivo a programas de descontos e facilitação de deslocamentos, hospedagem e fruição dos produtos turísticos em geral e campanhas institucionais de promoção;
- VI - a proteção do meio ambiente, da biodiversidade e do patrimônio cultural de interesse turístico;
- VII - a atenuação de passivos socioambientais eventualmente provocados pela atividade turística;
- VIII - o estímulo ao turismo responsável praticado em áreas naturais protegidas ou não;
- IX - a orientação às ações do setor privado, fornecendo aos agentes econômicos subsídios para planejar e executar suas atividades; e
- X - a informação da sociedade e do cidadão sobre a importância econômica e social do turismo.

Além disso a referida lei define que suas metas e programas deverão ser revistas a cada quatro anos, em consonância com o Plano Plurianual (PPA) vigente, ou quando necessário, observado o interesse público, tendo por objetivo ordenar as ações do setor público, orientando o esforço do Estado e a utilização dos recursos públicos para o desenvolvimento do turismo.

Nesse contexto, o PPA 2024-2027³² foi organizado em três eixos estratégicos, sendo: o Eixo 1: Desenvolvimento social e garantia de direitos; o Eixo 2: Desenvolvimento econômico e sustentabilidade socioambiental e climática; e o Eixo 3: Defesa da democracia e reconstrução do Estado e da soberania.

No Eixo 1, percebe-se que a maioria dos objetivos estratégicos são transversais a todas as políticas setoriais, contudo destacam-se a seguir os que mais se alinham às políticas de turismo:

“1.5. Fortalecer a economia criativa, a memória e a diversidade cultural, valorizando a arte e a cultura popular em todas suas formas de expressão

1.6. Promover os direitos humanos como instrumento de inclusão social e proteção de pessoas e grupos vítimas de injustiças e opressões

(...)

1.8. Promover os direitos dos povos indígenas, quilombolas e populações tradicionais, assegurando vida digna e cidadania com a valorização da sua cultura, tradições, modos de vida e conhecimentos 1.9. Combater o racismo e promover a igualdade racial de modo estruturante e transversal

(...)

1.11. Incentivar a transição para cidades criativas e sustentáveis, com investimentos integrados em mobilidade, habitação, saneamento básico, equipamentos sociais e infraestrutura

1.12. Fortalecer a segurança pública cidadã e integrada, articulando prevenção e uso qualificado da ação policial

(...)”

No Eixo 2, é possível inferir que todos os objetivos estratégicos estão diretamente ligados ao processo de desenvolvimento da atividade turística, quais sejam:

“2.1. Conservar, restaurar e usar de forma sustentável o meio ambiente

2.2. Ampliar as capacidades de prevenção, gestão de riscos e resposta a desastres e adaptação às mudanças climáticas

2.3. Fortalecer a agricultura familiar, o agronegócio sustentável, a pesca e a aquicultura

2.4. Promover a industrialização em novas bases tecnológicas e a descarbonização da economia

2.5. Ampliar a produtividade e a competitividade da economia com o fortalecimento dos encadeamentos produtivos e a melhoria do ambiente de negócios

³² Plano Plurianual 2024-2027, disponível em <https://www.gov.br/planejamento/presidencial-ppa-2024-2027>.

2.6. Ampliar o desenvolvimento da ciência, tecnologia e inovação para o fortalecimento do Sistema Nacional de CT&I, a cooperação Estado-institutos de pesquisa-empresas e a cooperação internacional para superação de desafios tecnológicos e ampliação da capacidade de inovação

2.7. Ampliar a geração de oportunidades dignas de trabalho e emprego com a inserção produtiva dos mais pobres

2.8. Garantir a segurança energética do país, com expansão de fontes limpas e renováveis e a maior eficiência energética

2.9. Promover a transformação digital da economia, a inclusão digital e a disseminação da internet de alta velocidade

2.10. Promover maior eficiência logística com a valorização dos modais aeroviário, ferroviário, hidroviário e de navegação de cabotagem

2.11. Ampliar a atuação do Brasil no comércio internacional de bens e serviços, diversificando a pauta e o destino das exportações brasileiras

2.12. Ampliar a segurança hídrica para garantir os usos múltiplos da água, priorizando a eficiência e o uso racional

2.13. Ampliar a qualidade e o valor agregado dos serviços, com destaque para o turismo

2.14. Reduzir as desigualdades regionais com maior equidade de oportunidades

2.15. Promover o setor mineral com atenção às oportunidades da fronteira tecnológica, garantindo sustentabilidade, segurança e permanência das condições locais de emprego e renda”

“... O setor de serviços precisa igualmente avançar para aumentar o seu valor agregado e estar mais próximo das cadeias de produção presentes no Brasil, com destaque para o turismo, a indústria criativa, a biodiversidade, a tecnologia da informação e os setores intensivos em conhecimento aplicado.³³”

O Eixo 3, por sua vez, possui objetivos estratégicos que se relacionam, direta ou indiretamente, com o processo de desenvolvimento de políticas públicas para o setor de turismo. Por esta razão estão aqui explicitados:

“3.1. Ampliar a democracia participativa, a transparência e o controle social

3.2. Promover a ampliação e o contínuo aperfeiçoamento das capacidades estatais com o fim de prestar serviços públicos de qualidade para a população, com o fortalecimento da cooperação federativa, para maior coesão nacional

³³ Plano Plurianual 2023-2027, p. 104, disponível em <https://www.gov.br/planejamento/presidencial-ppa-2024-2027>.

3.3. Intensificar a transformação digital nos três níveis de governo para ampliar a agilidade e a capacidade de entrega de resultados à população

3.4. Atuar na defesa da soberania, do território nacional e dos interesses nacionais

3.5. Promover a cooperação internacional e o desenvolvimento regional integrado

3.6. Assegurar um regime fiscal e tributário com credibilidade, previsibilidade e sustentabilidade, que promova maior justiça social e ampliação de investimentos

3.7. Aperfeiçoar o sistema de justiça para ampliação do acesso e exercício de direitos”

Nesse contexto, o Plano Plurianual 2024-2027, construído com ampla participação social, instituiu o **Programa Turismo: esse é o destino**, que compõe as “Políticas de desenvolvimento econômico e sustentabilidade socioambiental e climática”. O Programa foi o quinto mais votado na plataforma Brasil Participativo³⁴, com 15.246 votos da população, ficando atrás somente dos seguintes Programas: Enfrentamento da emergência climática (20.534); Atenção primária à saúde (20.427); Atenção especializada à saúde (18.786); Promoção do trabalho digno, emprego e renda (16.316). Isso demonstra o reconhecimento social da importância do desenvolvimento do turismo como política prioritária para o governo e como vetor de desenvolvimento do País.

Diante disso, o Plano Nacional de Turismo 2024-2027 alinha seus objetivos ao **Programa Turismo: esse é o destino**, construído de forma participativa pela sociedade brasileira, dando ênfase a ações que possuam interrelação com as agendas transversais destacadas pelo PPA 2024-2027: crianças e adolescentes; mulheres; igualdade racial; povos indígenas; e ambiental.



Fonte: Plano Plurianual 2024-2027, p. 14, disponível em <https://www.gov.br/planejamento/presidencial-ppa-2024-2027>.

³⁴ A Plataforma Brasil Participativo é uma ferramenta digital do governo federal, um espaço para que a população possa contribuir com a criação e melhoria das políticas públicas. A primeira iniciativa da plataforma foi coletar propostas da sociedade e priorizar programas para o Plano Plurianual (PPA) 2024-2027. Fonte: <https://brasilparticipativo.presidencia.gov.br/>

6.2. Objetivo Geral

Posicionar o turismo como vetor de desenvolvimento sustentável e aumentar a competitividade dos destinos e dos produtos turísticos brasileiros, democratizando o acesso e os benefícios da atividade turística para os cidadãos brasileiros.

6.3. Objetivos específicos

- Promover o ordenamento e a estruturação dos destinos turísticos brasileiros, de forma sustentável, inclusiva e com acessibilidade;
- Promover a qualificação de profissionais, de prestadores de serviços e de destinos turísticos;
- Aumentar o número de viagens de brasileiros pelo Brasil;
- Aumentar a chegada de turistas internacionais no Brasil; e
- Aumentar a receita gerada pelos turistas internacionais no Brasil.

34

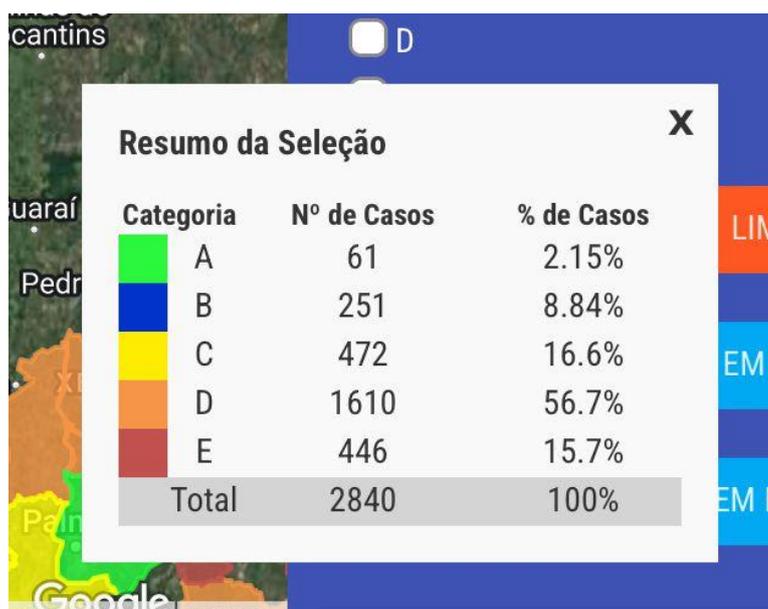
6.4. Metas

Aumentar para 33% o número de municípios turísticos no Mapa do Turismo Brasileiro (que atualmente compreendem às categorias A e B do Mapa do Turismo Brasileiro).

Meta numérica e percentual	Indicador	Fonte
Aumentar de 11% para 33% o número de municípios turísticos no país (que atualmente compreendem às categorias A e B) do Mapa do Turismo Brasileiro). → aumento 88 municípios turísticos em 4 anos, o que significa um crescimento 22%.	Categorização dos municípios do Mapa do Turismo Brasileiro.	Mapa do Turismo Brasileiro. https://www.mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home

Meta numérica e percentual	Indicador	Fonte
<p>→ meta anual:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 2023 = 312 municípios ○ 2024 = 330 municípios ○ 2025 = 350 municípios ○ 2026 = 370 municípios ○ 2027 = 400 municípios 		

Atualmente o Mapa do Turismo Brasileiro é composto por 344 regiões turísticas, que contam com 2.840 municípios³⁵, sendo 61 de categoria A, 251 de categoria B, 472 de categoria C, 1610 de categoria D e 466 de categoria E. Vide o quadro a seguir:



Ressalta-se que atualmente que os municípios do Mapa do Turismo Brasileiro estão agrupados em cinco diferentes categorias, definidas como A, B, C, D e E, conforme resultado obtido pela metodologia de análise de agrupamentos que utiliza variáveis relacionadas à economia do turismo:

³⁵ Fonte: Mapa do Turismo Brasileiro. Extração dos dados em 05.01.2024.

I - quantidade de estabelecimentos de hospedagem (fonte: Relatório Anual de Informações Sociais - RAIS);

II - quantidade de empregos em estabelecimentos de Hospedagem (fonte: Relatório Anual de Informações Sociais - RAIS);

III - quantidade estimada de visitantes domésticos (fonte: Estudo de Demanda Doméstica - MTur/FIPE);

IV - quantidade estimada de visitantes internacionais (fonte: Estudo de Demanda Internacional - MTur/FIPE); e

V - arrecadação de impostos federais a partir dos meios de hospedagem (fonte: Secretaria de Receita Federal/ME).

O que se pretende, diante disso, é que com os Programas e Planos a serem implementados a partir do PNT 2024-2027, haja um aumento dos municípios das categorias A e B, que a partir de agora serão denominados “municípios turísticos” pelo Ministério do Turismo.

- **Aumentar para 3,0 milhões o número de postos de trabalho formais no turismo**

Meta numérica e percentual	Indicador	Fonte
<p>Aumentar de 2,0 milhões (projeção 2023) para 3,0 milhões o número de postos de trabalhos formais no Brasil até 2027.</p> <p>→ aumento de 1,0 milhão em 4 anos, o que significa um crescimento 50%.</p> <p>→ a taxa de crescimento anual será de 10,7% em relação ao ano anterior.</p> <p>→ meta anual:</p> <ul style="list-style-type: none">○ 2023 = 2,0 milhões○ 2024 = 2,2 milhões○ 2025 = 2,5 milhões○ 2026 = 2,7 milhões○ 2027 = 3,0 milhões	Número de postos de trabalhos formais	RAIS/MTE

O turismo envolve e impacta 57 segmentos diretos da economia e outros tantos indiretos. Com o aumento previsto do número de viagens no país, haverá uma maior demanda

por empregos no setor, contribuindo também, dessa forma, para o aumento da renda média do brasileiro.

Os números das ocupações formais no setor de turismo são provenientes das informações da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS/MTP) em que, para o turismo, são consideradas 57 subclasses CNAE, contidas em 11 divisões. São elas:

Atividades Características do Turismo	CNAE - Subclasse	Descrição - Subclasse
Alojamento	5510801	Hotéis
	5510802	Apart hotéis
	5510803	Motéis
	5590601	Albergues, exceto assistenciais
	5590602	Campings
	5590603	Pensões (alojamento)
	5590699	Outros alojamentos não especificados anteriormente
Alimentação	5611201	Restaurantes e similares
	5611203	Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares
	5611204	Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas, sem entretenimento
	5611205	Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas, com entretenimento
	5612100	Serviços ambulantes de alimentação
Transporte Terrestre	4922101	Transporte rodoviário coletivo de passageiros, com itinerário fixo, intermunicipal, exceto em região metropolitana
	4922102	Transporte rodoviário coletivo de passageiros, com itinerário fixo, interestadual
	4922103	Transporte rodoviário coletivo de passageiros, com itinerário fixo, internacional
	4923001	Serviço de táxi
	4923002	Serviço de transporte de passageiros - locação de automóveis com motorista
	4929901	Transporte rodoviário coletivo de passageiros, sob regime de fretamento, municipal
	4929902	Transporte rodoviário coletivo de passageiros, sob regime de fretamento intermunicipal, interestadual e internacional
	4929903	Organização de excursões em veículos rodoviários próprios, municipal
	4929904	Organização de excursões em veículos rodoviários próprios, intermunicipal, interestadual e internacional
	4929999	Outros transportes rodoviários de passageiros não especificados anteriormente
4950700	Trens turísticos, teleféricos e similares	
Transporte Aquaviário	5011402	Transporte marítimo de cabotagem – passageiros
	5012202	Transporte marítimo de longo curso- passageiro

	5022001	Transporte por navegação interior de passageiros em linhas regulares, municipal, exceto travessia
	5022002	Transporte por navegação interior de passageiros em linhas regulares, intermunicipal, interestadual e internacional, exceto travessia
	5091201	Transporte por navegação de travessia, municipal
	5091202	Transporte por navegação de travessia, intermunicipal, interestadual e internacional
	5099801	Transporte aquaviário para passeios turísticos
	5099899	Outros transportes aquaviários não especificados anteriormente
Transporte Aéreo	5111100	Transporte aéreo de passageiros regular
	5112901	Serviço de táxi aéreo e locação de aeronaves com tripulação
	5112999	Outros serviços de transporte de passageiros não regular
Aluguel de Transporte	7711000	Locação de automóveis sem condutor
Agências de Viagem	7911200	Agências de viagens
	7912100	Operadores turísticos
	7990200	Serviços de reserva e outros serviços de turismo não especificados anteriormente
Cultura e Lazer	9001901	Produção teatral
	9001902	Produção musical
	9001903	Produção de espetáculos de dança
	9001904	Produção de espetáculos circenses, de marionetes e similares
	9001905	Produção de espetáculos de rodeios, vaquejadas e similares
	9001999	Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares não especificadas anteriormente
	9102301	Atividades de museus e de exploração de lugares e prédios históricos e atrações similares
	9103100	Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais, reservas ecológicas e áreas de proteção ambiental
	9200301	Casas de bingo
	9200302	Exploração de apostas em corridas de cavalos
	9200399	Exploração de jogos de azar e apostas não especificados anteriormente
	9319101	Produção e promoção de eventos esportivos
	9319199	Outras atividades esportivas não especificadas anteriormente
	9321200	Parques de diversão e parques temáticos
	9329801	Discotecas, danceterias, salões de dança e similares
	9329802	Exploração de boliches
	9329803	Exploração de jogos de sinuca, bilhar e similares
	9329804	Exploração de jogos eletrônicos recreativos
9329899	Outras atividades de recreação e lazer não especificadas anteriormente	

- Aumentar para 150 milhões o número de viagens de brasileiros no Brasil

Meta numérica e percentual	Indicador	Fonte
<p>Aumentar de 93 milhões (projeção para 2023) para 150 milhões o número de viagens de brasileiros no Brasil até 2027.</p> <p>→ aumento de 57 milhões em 4 anos, o que significa um crescimento de 61,3%</p> <p>→ A taxa de crescimento anual será de 12,7% em relação ao ano anterior</p> <p>→ Meta anual:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 2023 = 93,0 milhões ○ 2024 = 104,8 milhões ○ 2025 = 118,1 milhões ○ 2026 = 133,1 milhões ○ 2027 = 150,0 milhões 	Número de viagens domésticas no modal aéreo	Ministério do Turismo e Agência Nacional de Aviação Civil - ANAC.

No Brasil, 93% dos turistas são nacionais. Em 2019, os turistas brasileiros gastaram em viagens no exterior USD 17,6 Bi, enquanto que os turistas estrangeiros gastaram no Brasil apenas USD 5,9 Bi.³⁶

Ainda que ocupem o pensamento da maior parte das pessoas, as viagens nem sempre são a prioridade de brasileiros que não possuem muitos recursos. Ações e iniciativas que contribuam para a realização deste sonho, tal como financiamentos com juros reduzidos, serão a prioridade da política de turismo do país, de forma a contribuir para o aumento de viagens domésticas. Outras ações, como o aumento da oferta de voos e rotas, também favorecerão na diminuição de custos de viagens, resultando em um mercado mais competitivo.

Nota-se que foram utilizados na projeção desse indicador, dados oriundos da movimentação aérea de passageiros em aeroportos do Brasil, uma vez que foi considerado o entendimento de que para que uma viagem aconteça, é primordial que tenha o deslocamento, que unido a outros indicadores, caracterizam a viagem e ajudam na identificação do turista,

³⁶ Fonte: Ministério do Turismo, 2020. Retirado do

sendo de suma importância, o monitoramento das informações referentes a essa movimentação.

Ressalta-se que o transporte é um dos aspectos mais relevantes para o turismo, pois, para se deslocar, a pessoa precisa ser transportada de um lugar para o outro. Não há viagem sem deslocamento e isso justifica a importância da observância desse fluxo, ou seja, as informações desse tipo de serviço se tornam fundamentais indicadores do fluxo da atividade turística.

Ainda que as últimas pesquisas de caracterização e dimensionamento do turismo doméstico brasileiro, realizadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a pedido do MTur em 2020 e 2021, mostraram que aproximadamente 10% das viagens dos brasileiros foram realizadas utilizando avião como meio de transporte, observa-se que os resultados foram marcados pela pandemia da COVID-19, portanto, podem refletir uma mudança de comportamento em decorrência das restrições impostas pela crise sanitária.

Assim, fica o compromisso do Ministério do Turismo, em levantar resultados mais apurados para o indicador de viagens domésticas dos brasileiros, nos anos abarcados por este instrumento de planejamento.

- **Aumentar para 10 milhões o número de turistas internacionais que visitam o Brasil**

Meta numérica e percentual	Indicador	Fonte
<p>Aumentar de 5,9 (2023) para 10,0 milhões de turistas até 2027.</p> <p>→ aumento de 4,1 milhões em 4 anos, o que significa um crescimento 69,5%.</p> <p>→ a taxa de crescimento anual será de 14,1% em relação ao ano anterior.</p> <p>→ meta anual:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 2023 = 5,9 milhões ○ 2024 = 6,7 milhões ○ 2025 = 7,7 milhões ○ 2026 = 8,8 milhões ○ 2027 = 10,0 milhões 	<p>Estimativas do Fluxo receptivo de turistas internacionais no Brasil.</p>	<p>Ministério do Turismo, Embratur e Polícia Federal.</p> <p>Monitoramento: Painel de dados da EMBRATUR Link: https://dados.embratur.com.br</p>

O reaquecimento do setor, aliado a maiores investimentos em turismo, incluindo-se aí investimentos assertivos em promoção e marketing, aliados a iniciativas voltadas à sustentabilidade, implicará no acréscimo do número de voos e de assentos no e para o Brasil, bem como no aumento da procura do país por turistas que desejam novos destinos e atrações. Desta forma, o país alcançará um número inédito de chegada de turistas internacionais, que passará pela primeira vez dos 10 milhões de visitantes internacionais.

Embora tenha sido projetado no PPA o aumento de aproximadamente 28,6% até 2027 para este indicador, o PNT considera melhor cenário, em que se unem esforços de todos os entes envolvidos nos setores turístico e econômico, com forte objetivo de desenvolvimento substancial para atração de turistas vindos de outros países.

A estimativa do fluxo receptivo de turistas internacionais no Brasil é obtida a partir dos dados de migração, disponibilizados pela Polícia Federal, e dos resultados das pesquisas de demanda turística internacional, realizadas pelo Ministério do Turismo.

Chegadas de Turistas Internacionais ao Brasil, por mês, segundo Via de Acesso - Janeiro a Dezembro de 2023³⁷

Via de Acesso	Acumul ado 2023	Mês											
		Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Mai	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
Total	5.908.341	971.275	755.842	577.215	408.798	292.375	274.302	375.648	365.041	352.355	409.924	504.395	621.171
Aérea	3.794.260	366.577	389.390	385.442	270.275	225.811	218.281	276.493	289.649	279.190	316.430	369.489	407.233
Terrestre	1.923.243	562.798	332.415	159.070	128.246	61.736	52.458	93.285	70.315	68.538	89.535	124.243	180.604
Marítima	124.360	27.098	25.525	28.714	4.476	367	364	410	497	781	1.649	8.183	26.296
Fluvial	66.478	14.802	8.512	3.989	5.801	4.461	3.199	5.460	4.580	3.846	2.310	2.480	7.038

³⁷ Fonte: Ministério do Turismo, Embratur e Polícia Federal, 2024.

- Aumentar a receita gerada pelos visitantes internacionais no Brasil para US\$ 8,1 bilhões

Meta numérica e percentual	Indicador	Fonte
<p>Aumentar de US\$ 6,6 bilhões (projeção 2023) para US\$ 8,1 bilhões, até 2027.</p> <ul style="list-style-type: none"> → aumento de 1,8 bilhões em 4 anos, o que significa um crescimento de 28,6% → a taxa de crescimento anual será de 5,1% em relação ao ano anterior. → meta anual: <ul style="list-style-type: none"> ○ 2023 = 6,6 milhões ○ 2024 = 6,9 milhões ○ 2025 = 7,3 milhões ○ 2026 = 7,7 milhões ○ 2027 = 8,1 milhões 	Receita Cambial Turística	Banco Central do Brasil

O turismo é uma atividade que depende muito do contexto econômico. Quando a economia vai bem, as pessoas têm mais renda para gastar com viagens e lazer. Por isso, o Brasil quer aproveitar a recuperação econômica de países que são importantes fontes de turistas para o nosso país, como os Estados Unidos, a Alemanha e a França.

O Ministério do Turismo tem investido na promoção de destinos e produtos turísticos que atendem aos interesses e às preferências desses visitantes, como o ecoturismo, o turismo de aventura, o turismo cultural, o turismo de negócios e eventos, entre outros. O objetivo é atrair mais turistas estrangeiros que fiquem mais tempo no Brasil, conheçam mais lugares e consumam mais serviços turísticos durante a sua estada.

Os dados da Receita Cambial Turística do Brasil são disponibilizados pelo Banco Central do Brasil. Os valores estão diretamente relacionados com o gasto, em moeda estrangeira, em bens e serviços adquiridos no Brasil.

8. Modelo de gestão

8.1. Descentralização

A descentralização é um princípio fundamental que orienta a Política Nacional de Turismo, conforme estabelecido pela Lei nº 11.771, de 2008 (Lei Geral do Turismo). Esse princípio implica que a União deve incentivar, apoiar e envolver estados, o Distrito Federal e municípios nas atividades de planejamento, promoção, fiscalização e legalização de atividades e empreendimentos turísticos em seus territórios. O objetivo é promover o desenvolvimento sustentável e seguro dessas atividades, garantindo a efetiva participação das comunidades locais. Isso visa não apenas gerar renda e emprego, como tem sido efetivo, mas também distribuir os benefícios econômicos de forma abrangente pela população.

Essa abordagem descentralizada não apenas fortalece a autonomia das regiões, mas também fomenta a participação ativa das comunidades locais no planejamento e execução de ações turísticas.

Ao distribuir as decisões e responsabilidades, a descentralização contribui para um turismo mais alinhado com as características e potencialidades específicas de cada destino, promovendo, assim, um desenvolvimento mais equitativo e sustentável.

A Lei reconhece a importância da descentralização ao estabelecer a cooperação entre os diferentes níveis de governo, visando uma gestão mais eficaz dos recursos turísticos e a promoção do turismo como atividade econômica.

No turismo, a descentralização requer uma estrutura de governança eficiente, com capacidade técnica e administrativa para lidar com os desafios específicos de cada localidade. A parceria entre os diferentes entes federativos, a sociedade civil e o setor privado também se tornam essenciais para o sucesso desse modelo de gestão.

O Ministério do Turismo, desde o primeiro Plano Nacional de Turismo, adota o modelo de gestão descentralizada e compartilhada com os estados, o Distrito Federal, as regiões turísticas e os municípios. Essa abordagem significa transferir responsabilidades para as instâncias, permitindo uma administração mais próxima da realidade local.

QUADRO – MODELO DE GESTÃO DO PNT 2024-2027

ÂMBITO	INSTITUIÇÃO	COLEGIADO
--------	-------------	-----------

Nacional	Ministério do Turismo	Conselho Nacional
Estadual	Órgão Oficial de Turismo da UF	Conselho / Fórum Estadual
Regional	Instância de Governança Regional	
Municipal	Órgão Oficial de Turismo do Município	Conselho / Fórum Municipal

Ainda no contexto da descentralização, as ações de fiscalização e cadastramento dos prestadores de serviços turísticos desempenham um papel significativo. A Lei Geral do Turismo estabelece que essas funções podem ser realizadas tanto diretamente pelo Ministério do Turismo quanto, de forma descentralizada, por órgãos e entidades dos poderes públicos estaduais, municipais e distrital, nos termos do art. 44 da Lei Geral do Turismo.

A importância da fiscalização e do cadastramento está relacionada às sinergias resultantes da institucionalização. Um setor institucionalizado implica estrutura, organização, formalização, planejamento e fiscalização, com esforços conjuntos de todas as entidades públicas. O objetivo é combinar recursos e esforços, bem como equilibrar o desenvolvimento das atividades do setor entre diferentes regiões e prestadores de serviços.

É crucial ressaltar que as relações entre o Poder Público e os prestadores de serviços turísticos, em todos os níveis, dependem da oficialização da presença desses prestadores no setor, por meio de seu registro cadastral no Ministério do Turismo.

O processo de descentralização retrata a importância da atuação do Sistema Nacional de Turismo – SNT, instituído pela Lei Geral do Turismo nº 11.771/2008 e composto Pelo Ministério do Turismo; Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (EMBRATUR); Conselho Nacional de Turismo; e Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo (FORNATUR).

Ainda que não seja obrigatório, o Sistema também poderá ser integrado por: fóruns e conselhos estaduais de turismo; órgãos estaduais de turismo; e instâncias de governança macrorregionais, regionais e municipais.

O Sistema Nacional de Turismo (SNT) tem como propósito impulsionar o desenvolvimento sustentável das atividades turísticas por meio da coordenação e integração das iniciativas governamentais com aquelas provenientes do setor produtivo.

Dentre os principais objetivos, destaca-se a promoção e o desenvolvimento das atividades turísticas, de forma sustentável, de modo a atingir as metas do Plano Nacional do Turismo, estimular a integração dos diversos segmentos do setor, promover a regionalização do turismo e promover a qualidade dos serviços turísticos prestados em todo o País.

Sua estrutura busca otimizar a atuação conjunta, garantindo uma abordagem alinhada, eficaz e harmônica entre os diversos atores envolvidos, tanto do âmbito público quanto do setor privado, tendo como objetivo central promover um turismo que não apenas contribua para o crescimento econômico, mas que também respeite e preserve os recursos naturais e culturais, assegurando, assim, a sustentabilidade do setor, promovendo o desenvolvimento sustentável do setor.

É peça fundamental no planejamento e execução de políticas voltadas para o desenvolvimento sustentável e integrado do turismo no Brasil. Trata-se de estrutura que envolve diferentes esferas de governo, entidades públicas e privadas em sua composição, refletindo a necessidade de uma abordagem integrada e colaborativa entre os diversos atores que atuam para o desenvolvimento da Política Nacional do Turismo. Parte superior do formulário

A integração institucional efetiva entre as entidades que compõem o Sistema Nacional de Turismo é essencial para o seu funcionamento absoluto. Essa integração visa viabilizar uma atuação sinérgica entre as entidades e incentivar a participação ativa dos agentes produtivos em diversas instâncias de governança, fortalecendo assim a gestão descentralizada.

Para fortalecer o SNT é importante criar canais que facilitem a comunicação e conexões entre seus componentes, permitindo que cada entidade, em sua esfera de competência, una esforços para alcançar as metas estabelecidas no Plano Nacional de Turismo e efetivar a Política Nacional de Turismo, conforme estabelecido pela Lei nº 11.771/2008.

8.1. Regionalização

A regionalização é um dos princípios estabelecidos na Política Nacional de Turismo, conforme a lei 11.771/2008. Assim como o princípio da descentralização, a abordagem regionalizada no turismo busca promover o desenvolvimento endógeno, um conceito que destaca a importância de aproveitar os recursos locais, sejam eles naturais, culturais ou humanos, para impulsionar o crescimento econômico-social de uma região de maneira justa e sustentável.

O desenvolvimento endógeno no turismo envolve o fortalecimento das comunidades locais, incentivando a participação ativa dos residentes no planejamento e na gestão do turismo, garantindo que os benefícios sejam distribuídos de maneira equitativa.

Além disso, a ideia de desenvolvimento regional no turismo vai além da simples promoção de destinos isolados. Ela busca criar redes e conectar diferentes localidades, promovendo a complementaridade entre elas e estimulando a desconcentração de visitantes. Essa abordagem favorece o desenvolvimento econômico de múltiplas regiões, contribuindo para reduzir as desigualdades e para a sustentabilidade do setor.

Embasando-se em recomendações da Organização Mundial de Turismo, o Ministério do Turismo adotou em 2004 essa política focada no desenvolvimento regional por meio do Programa de Regionalização do Turismo. O Programa trabalha a convergência e a interação de todas as ações desempenhadas pelo MTur com estados, regiões e municípios brasileiros. Seu objetivo principal é o de apoiar a estruturação dos destinos, a gestão e a promoção do turismo no País.

O Programa trabalha sob a perspectiva de que mesmo um município que não possui uma clara vocação para o turismo - ou seja, que não recebe o turista em seu território - pode dele se beneficiar, se esse município desempenhar um papel de provedor ou fornecedor de mão-de-obra ou de produtos destinados a atender o turista. O trabalho regionalizado permite, assim, ganhos não só para o município que recebe o visitante, mas para toda a região.

O Brasil busca alinhar suas práticas turísticas globais às melhores práticas internacionais, incluindo orientações gerais da Organização Mundial do Turismo (OMT). A promoção da regionalização não apenas maximiza o potencial turístico de cada localidade, mas também fortalece a competitividade do país como um todo no cenário global.

A regionalização no turismo é uma abordagem estratégica que reconhece a diversidade do país e busca promover o desenvolvimento regional, ao considerar as particularidades de cada região que contribui para a construção de um turismo mais sustentável, equitativo e integrado.

Diversos fatores contribuem para o desenvolvimento regional, incluindo investimentos públicos e privados, políticas governamentais eficazes, educação, inovação, e a valorização dos recursos naturais e culturais locais. O objetivo é criar um ambiente propício para o crescimento sustentável, levando em consideração as características e potencialidades específicas de cada região.

8.3.1. Mapa do Turismo Brasileiro

Instituído no âmbito do Programa de Regionalização do Turismo, o Mapa do Turismo Brasileiro é uma ferramenta fundamental para orientar e promover o desenvolvimento turístico no Brasil. Criado e implementado pelo Ministério do Turismo, o instrumento orienta a atuação dos gestores de todo País no desenvolvimento das políticas públicas.

Um dos aspectos importantes do Mapa do Turismo é a ênfase na participação e colaboração entre os diferentes atores envolvidos, incluindo órgãos governamentais, setor privado e comunidades locais. Em respeito ao modelo de gestão descentralizada, instituído pela Lei 11.771/2008, o Mapa é definido em conjunto com as Unidades Federativas.

O Mapa é organizado por regiões turísticas, compostas por municípios que devem possuir características similares e/ou complementares, tais como identidade histórica, cultural, econômica e/ou geográfica.

A atualização periódica do Mapa reflete as mudanças dinâmicas no cenário turístico, permitindo uma resposta mais ágil às transformações e tendências do setor. Isso contribui para uma gestão mais eficiente e alinhada com as demandas e oportunidades emergentes.

47

Além disso, o Mapa do Turismo Brasileiro incentiva a descentralização das atividades turísticas, buscando distribuir os benefícios econômicos e sociais de maneira mais equitativa por todo o país. Destinos menos explorados podem receber maior atenção, impulsionando o desenvolvimento local e estimulando a diversificação da oferta turística.

Para participar do processo de atualização do Mapa, os Municípios, Regiões Turísticas e Unidades Federativas deverão observar e atender aos critérios estabelecidos em Ato Normativo estabelecido pelo Ministério do Turismo.

Os municípios que o compõem são indicados pelos órgãos estaduais de turismo em conjunto com as instâncias de governança regional, a partir do atendimento aos critérios construídos em conjunto com Ministério do Turismo e a Rede de Interlocutores Estaduais do PRT, representantes dos órgãos oficiais de turismo.

O Instrumento se destaca como uma ferramenta estratégica e direcional para o Ministério do Turismo na condução de suas políticas.

Vale mencionar que o Tribunal de Contas da União (TCU), mediante Acórdão nº 3558/2014, considerou como uma boa prática de gestão a definição do Mapa do Turismo Brasileiro e, no Acórdão nº 144/2016, reconhece como igual boa prática o Programa de Regionalização do Turismo, por propiciarem melhor alocação de recursos públicos e possuírem potencial de melhor prover a integração entre políticas prioritárias da área de turismo e emendas parlamentares que direcionem recursos para essas regiões.

O TCU recomenda destacar que o Mapa do Turismo Brasileiro funcione como mecanismo de direcionamento objetivo de escolha e priorização de investimentos no setor. Percebe-se, diante disso, que é uma matéria já discutida e que possibilita a convergir os esforços e as políticas prioritárias para a área do turismo.

Diante disso, este Plano Nacional de Turismo ratifica o Mapa do Turismo Brasileiro como um instrumento que define a base territorial para o desenvolvimento das políticas públicas

setoriais e locais de turismo, com foco na gestão, estruturação, qualificação, promoção e apoio à comercialização do turismo brasileiro.

8.3.2. Categorização dos municípios do Mapa do Turismo Brasileiro

A categorização dos municípios no Mapa do Turismo Brasileiro é um processo fundamental que visa organizar e orientar as ações do Ministério do Turismo no desenvolvimento do setor turístico em todo o país. Esse processo consiste na classificação dos municípios em regiões turísticas, estabelecendo critérios específicos para identificar suas potencialidades e necessidades no contexto do turismo.

A categorização leva em consideração uma série de fatores, como infraestrutura turística, fluxo de visitantes, atrativos culturais e naturais, entre outros. Essa avaliação minuciosa possibilita uma visão abrangente das características de cada município, orientando as estratégias para promover o desenvolvimento turístico de forma eficiente e sustentável.

Os municípios são agrupados em regiões turísticas com o propósito de facilitar a elaboração e execução de políticas públicas mais direcionadas. Essas regiões podem abranger desde destinos consolidados até áreas emergentes, possibilitando uma atuação estratégica conforme as necessidades específicas de cada localidade.

Não se trata de um processo estático; pelo contrário, deve ser dinâmico, com constantes atualizações. Isso permite que o Mapa do Turismo esteja sempre alinhado com as mudanças no cenário turístico nacional, garantindo que as estratégias do Ministério do Turismo estejam em sintonia com as tendências emergentes e as transformações nas demandas dos turistas.

A categorização dos municípios no Mapa do Turismo Brasileiro é, portanto, mais do que uma classificação técnica; é um instrumento estratégico que orienta o planejamento e a execução de políticas públicas voltadas para o turismo, promovendo um setor mais integrado, sustentável e alinhado com as características e potencialidades de cada região.

Os municípios de uma região turística são aqueles que dispõem de atrativos turísticos e que recebem fluxos de turistas em seus territórios ou aqueles fornecedores de mão de obra, serviços, equipamentos e produtos associados ao turismo.

Diante disso, este Plano define a categorização para os municípios do Mapa do Turismo Brasileiro da seguinte maneira:

- **Município Turístico:** é aquele que concentra o maior fluxo de turistas e detém os principais atrativos e serviços turísticos em relação aos municípios circunvizinhos.
 - Atualmente entende-se como os municípios de categorias A e B do Mapa do Turismo Brasileiro.

- **Município com Oferta Turística Complementar:** é aquele que possui atrativos e serviços turísticos que complementam a oferta e o fluxo de turistas dos Municípios Turísticos da região.
 - Atualmente entende-se como os municípios de categoria C e D do Mapa do Turismo Brasileiro.
- **Município de Apoio ao Turismo:** é aquele que **não há fluxo de turistas** ou possui fluxo de turistas pouco expressivo, mas que se beneficia da atividade turística, fornecendo mão de obra, serviços e produtos associados ao turismo aos municípios turísticos e/ou aos municípios com oferta turística complementar.
 - Atualmente entende-se como os municípios de categoria E do Mapa do Turismo Brasileiro.

Uma região turística pode contemplar um ou mais municípios da mesma e/ou de diferentes categorias e os municípios de uma região turística devem ser limítrofes ou próximos uns aos outros, com interligações modais fluidas.

Fica a cargo do Ministério do Turismo, com o apoio dos órgãos oficiais de turismo dos estados e do Distrito Federal, a definição dos critérios a serem utilizados na identificação das regiões turísticas e a metodologia de categorização dos municípios que compõem as regiões e o Mapa do Turismo Brasileiro.

8.4. Eixos para o desenvolvimento do turismo nas regiões turísticas brasileiras

O PNT 2024-2027, seguindo as diretrizes, objetivos e metas já apresentados, está estruturado em torno de três eixos de atuação fundamentais, são eles: “Ordenar, formalizar, regulamentar e desenvolver”, “Qualificar e certificar” e “Promover e apoiar a comercialização”. Esses eixos representam uma abordagem integrada e estratégica para fortalecer o setor de turismo no país, possibilitando que ele seja sustentável, competitivo e atraente.

É importante ressaltar que todas as iniciativas devem ser estrategicamente monitoradas para a avaliação de resultados.

As formas de operacionalização estão propostas por meio de Programas e Planos, que deverão ser construídos no âmbito do Conselho Nacional de Turismo, no âmbito de suas Câmaras Temáticas.

8.4.1. Ordenar e desenvolver

8.4.1.1. Formas de operacionalização

I - Programa de Regionalização do Turismo

Descrição: o Programa de Regionalização do Turismo tem por objetivo geral promover a convergência e a articulação das ações do Ministério do Turismo e do conjunto das políticas públicas setoriais e locais, tendo como foco a gestão, a estruturação e a promoção do turismo no Brasil, de forma regionalizada e descentralizada, alinhadas aos princípios da Política Nacional de Turismo, estabelecidos pela Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008.

50

II – Programa de Inteligência e Competitividade no turismo

Descrição: tem por objetivo desenvolver um sistema nacional de inteligência turística, e apoiar a transformação digital em destinos turísticos brasileiros.

III – Programa de Apoio ao desenvolvimento de produtos e experiências turísticas

Descrição: tem por objetivo apoiar o desenvolvimento de produtos e experiências turística, incorporando a produção associada ao turismo e o turismo de base comunitária, e ampliar os canais de distribuição e de comercialização turística, com o intuito de diversificar e consolidar a oferta turística nacional.

IV - Programa de Segurança Turística

Descrição: tem como finalidade estimular práticas responsáveis na atividade turística, seja por parte dos turistas, dos prestadores de serviços, dos profissionais do turismo ou da comunidade local receptora, assim como desenvolver protocolos de segurança para a cadeia produtiva do turismo e fortalecer as estratégias e iniciativas de segurança da mulher, do enfrentamento à exploração sexual de crianças e adolescentes e a discriminação no setor de turismo.

V - Programa de Acessibilidade no Turismo

Descrição: tem por objetivo conjugar ações para promover a inclusão e o acesso de pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida à atividade turística com segurança e autonomia.

VI - Plano de Adaptação Climática para o Turismo

Descrição: tem por objetivo de ampliar a resiliência e a capacidade de adaptação climática do setor de turismo ao novo cenário climático mundial.

VII - Programa de Infraestrutura Turística

Descrição: tem por objetivo ampliar e aperfeiçoar infraestrutura turística dos municípios brasileiros, de forma sustentável e acessível.

51

VIII - Programa de Mobilidade e Conectividade Turística

Descrição: visa ao aperfeiçoamento da mobilidade e conectividade turísticas no território nacional, buscando facilitar o acesso dos turistas aos atrativos turísticos, garantindo sua segurança e comodidade.

IX - Programa de Facilitação de Crédito e de Incentivo ao Turismo (Fungetur, crédito para turistas, outras linhas de crédito, parcerias internacionais)

Descrição: tem por objetivo ampliar e facilitar o acesso ao crédito aos empreendimentos privados existentes e a potenciais investidores para melhoria da estrutura e de serviços e/ou implantação de novos estabelecimentos.

X - Programa de Atração de Investimentos Privados para o Turismo

Descrição: visa a estimular a atração de investimentos privados para o setor do turismo, bem como apoiar e acompanhar o desenvolvimento e a promoção de projetos e de oportunidades de investimentos no Brasil.

XI - Programa de Parcerias e Concessões no turismo

Descrição: promover parcerias e concessões com a iniciativa privada para o aproveitamento sustentável de ativos naturais e culturais brasileiros, com vistas ao aperfeiçoamento à diversificação da oferta turística nacional.

8.4.2. Formalizar, regular qualificar e certificar

8.4.2.1. Formas de operacionalização

I - Programa Formalização de Prestadores de Serviços Turísticos

Descrição: visa incentivar a formalização dos prestadores de serviços turísticos.

II - Programa de Qualificação Profissional e Inserção Produtiva no Turismo

Descrição: tem por objetivo promover a qualificação de pessoas para inclusão no mercado de trabalho do setor de turismo, com prioridade para jovens moradores de periferias ou de baixa renda, mulheres, pessoas negras, pessoas LGBTQIA+, pessoas com deficiência, povos indígenas, quilombolas e comunidades tradicionais, em especial das populações dos campos, das florestas e das águas.

III - Programa de Certificação de Atividades e de Empreendimentos turísticos

Descrição: tem por objetivo definir critérios e implementar a certificação de atividades e empreendimentos turísticos, de acordo com o segmento e especificidades de cada atividade, com base nos princípios da sustentabilidade, da ética, da segurança e da excelência na prestação de serviços

IV - Programa de Certificação de Destinos (inteligentes, criativos, cidades resilientes etc.)

Descrição: tem por objetivo preparar os destinos turísticos brasileiros para a certificação de acordo metodologias já existentes, tais como Destinos Turísticos Inteligentes, Bandeira Azul, Cidades Criativas, entre outros.

8.4.3. Promover e apoiar a comercialização

8.4.3.1. Formas de operacionalização

I - Plano de Integrado Posicionamento de Imagem do Brasil

Descrição: definir um novo posicionamento estratégico do Brasil como país e como destino turístico, envolvendo setores econômicos estratégicos (moda, móveis, agropecuária, indústria), iniciativa privada, Conselho Nacional de Turismo, estados e municípios para que, em conjunto, se possa definir a imagem desejada para o Brasil, como estratégia para a ampliação da presença do País nos mercados-alvo, fortalecendo sua posição de liderança da América Latina em eventos, fluxo turístico, investimentos e entrada de divisas.

II - Programa de Incentivo a Viagens: Conheça o Brasil

Descrição: tem por objetivo principal incentivar e facilitar as viagens dos brasileiros pelo País, de forma a incentivar a geração de negócios para os prestadores de serviços turísticos, promover a competitividade no setor e aumentar a geração de emprego renda para as comunidades receptoras de turistas.

III - Programa de Fomento e Captação de Eventos

Descrição: visa a apoiar a realização de eventos que contribuam para a promoção, o posicionamento do destino no mercado turístico e o fomento da atividade turística, assim definir estratégias para captação de eventos internacionais para o Brasil.

IV - Plano Nacional de Marketing Turístico

Descrição: ampliar e diversificar o consumo turístico no mercado nacional e contribuir para o aumento do fluxo doméstico de turistas, a diminuição da sazonalidade nos destinos e melhor distribuição da renda pelos fluxos nacionais de pessoas.

V - Plano Internacional de Marketing Turístico

Descrição: posicionar o Brasil como principal destino receptor de turistas da América Latina e como destino turístico internacional para outros países e regiões estratégicas, e, conseqüentemente aumentar o fluxo de turistas internacionais no país, assim como a receita geradas por estes.

9. QUADRO RESUMO DO PNT 2024-2027

VISÃO	Brasil, o maior receptor de turistas da América do Sul até 2027, reconhecido como destino inclusivo e hospitaleiro, referência em sustentabilidade, inovação e em experiências únicas e memoráveis.				
DIRETRIZES	1. Cooperação e Regionalização	2. Desenvolvimento e inserção produtiva de pessoas	3. Sustentabilidade	4. Inovação	5. Turismo social e acessibilidade
OBJETIVO GERAL	Posicionar o turismo como vetor de desenvolvimento sustentável e aumentar a competitividade dos destinos e dos produtos turísticos brasileiros, democratizando o acesso e os benefícios da atividade turística para os cidadãos brasileiros.				
EIXOS DE ATUAÇÃO	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	METAS	FORMAS DE OPERAÇÃO		
1. Ordenar e desenvolver	1. Promover o ordenamento e a estruturação dos destinos turísticos brasileiros, de forma sustentável, inclusiva e com acessibilidade.	<p>Aumentar para 33% o número de municípios turísticos no Mapa do Turismo Brasileiro (que atualmente compreendem às categorias A e B do Mapa do Turismo Brasileiro).</p> <p><i>Aumentar de 11% para 33% o número de municípios turísticos no país (que atualmente compreendem às categorias A e B) do Mapa do Turismo Brasileiro).</i></p> <ul style="list-style-type: none"> → aumento 88 municípios turísticos em 4 anos, o que significa um crescimento 22%%. → meta anual: <ul style="list-style-type: none"> ○ 2023 = 312 municípios ○ 2024 = 330 municípios 	<p>I - Programa de Regionalização do Turismo</p> <p>II - Programa de Inteligência e competitividade no turismo</p> <p>III - Programa de Apoio ao Desenvolvimento de Produtos e Experiências Turísticas</p> <p>IV - Programa de Segurança Turística (protocolos de segurança, medidas de proteção a mulheres no turismo, enfrentamento da exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo e da discriminação no turismo)</p> <p>V - Programa de Acessibilidade no Turismo</p> <p>VI - Plano de Adaptação Climática para o Turismo</p> <p>VII - Programa de Infraestrutura Turística</p> <p>VIII - Programa de Mobilidade e Conectividade Turística</p>		

MINUTA EM ELABORAÇÃO PARA APRECIÇÃO DO CONSELHO NACIONAL DE TURISMO. Versão – 19.01.2024

		<ul style="list-style-type: none"> ○ 2025 = 350 municípios ○ 2026 = 370 municípios ○ 2027 = 400 municípios 	<p>IX - Programa de Facilitação de Crédito e de Incentivo ao Turismo (Fungetur, outras linhas de crédito, parcerias internacionais)</p> <p>X - Programa de Atração de Investimentos Privados para o Turismo</p> <p>XI - Programa de Parcerias e Concessões no Turismo</p>
2. Formalizar, qualificar e certificar	2. Promover a qualificação de profissionais, de prestadores de serviços e de destinos turísticos.	<p>Aumentar para 3,0 milhões o número de postos de trabalho formais no turismo.</p> <p><i>Aumentar de 2,0 milhões (projeção 2023) para 3,0 milhões o número de postos de trabalhos formais no Brasil até 2027.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ➔ aumento de 1,0 milhão em 4 anos, o que significa um crescimento 50%. ➔ a taxa de crescimento anual será de 10,7% em relação ao ano anterior. ➔ meta anual: <ul style="list-style-type: none"> ○ 2023 = 2,0 milhões ○ 2024 = 2,2 milhões ○ 2025 = 2,5 milhões ○ 2026 = 2,7 milhões ○ 2027 = 3,0 milhões 	<p>I - Programa de Formalização de Prestadores de Serviços Turísticos</p> <p>II - Programa de Qualificação Profissional e de Inserção Produtiva no Turismo</p> <p>III - Programa de Certificação de Atividades e de Empreendimentos Turísticos</p> <p>IV - Programa de Certificação de Destinos (inteligentes, criativos etc.)</p>
	3. Aumentar o número de viagens de brasileiros pelo Brasil.	Aumentar para 150 milhões o número de viagens de brasileiros no Brasil.	I - Plano de Integrado Posicionamento de Imagem do Brasil

MINUTA EM ELABORAÇÃO PARA APRECIÇÃO DO CONSELHO NACIONAL DE TURISMO. Versão – 19.01.2024

3. Promover e apoiar a comercialização	<p><i>Aumentar de 93 milhões (projeção para 2023) para 150 milhões o número de viagens de brasileiros no Brasil até 2027.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> → aumento de 57 milhões em 4 anos, o que significa um crescimento de 61,3% → A taxa de crescimento anual será de 12,7% em relação ao ano anterior → Meta anual: <ul style="list-style-type: none"> ○ 2023 = 93,0 milhões ○ 2024 = 104,8 milhões ○ 2025 = 118,1 milhões ○ 2026 = 133,1 milhões ○ 2027 = 150,0 milhões 	<p>II - Programa de Incentivo a Viagens: Conheça o Brasil</p> <p>III - Programa de Fomento e Captação de Eventos</p> <p>IV - Plano Nacional de Marketing Turístico</p> <p>V - Plano Internacional de Marketing Turístico</p>
	<p>4. Aumentar a chegada de turistas estrangeiros.</p> <p><i>Aumentar para 10 milhões o número de turistas internacionais que visitam o Brasil.</i></p> <p><i>Aumentar de 5,9 (2023) para 10,0 milhões de turistas até 2027.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> → aumento de 4,1 milhões em 4 anos, o que significa um crescimento 69,5%. → a taxa de crescimento anual será de 14,1% em relação ao ano anterior. → meta anual: 	

MINUTA EM ELABORAÇÃO PARA APRECIÇÃO DO CONSELHO NACIONAL DE TURISMO. Versão – 19.01.2024

		<ul style="list-style-type: none"> ○ 2023 = 5,9 milhões ○ 2024 = 6,7 milhões ○ 2025 = 7,7 milhões ○ 2026 = 8,8 milhões ○ 2027 = 10,0 milhões 	
	<p>5. Aumentar a receita gerada pelos turistas internacionais no Brasil.</p>	<p>Aumentar para US\$ 8,1 bilhões a receita gerada pelos visitantes internacionais no Brasil.</p> <p><i>Aumentar de US\$ 6,6 bilhões (projeção 2023) para US\$ 8,1 bilhões, até 2027.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ➔ aumento de 1,8 bilhões em 4 anos, o que significa um crescimento de 28,6% ➔ a taxa de crescimento anual será de 5,1% em relação ao ano anterior. ➔ meta anual: <ul style="list-style-type: none"> ○ 2023 = 6,6 milhões ○ 2024 = 6,9 milhões ○ 2025 = 7,3 milhões ○ 2026 = 7,7 milhões ○ 2027 = 8,1 milhões 	

MODELO DE GESTÃO: DESCENTRALIZAÇÃO E REGIONALIZAÇÃO

MINUTA EM ELABORAÇÃO PARA APRECIÇÃO DO CONSELHO NACIONAL DE TURISMO. Versão – 19.01.2024

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

(em elaboração)

0

MINUTA EM ELABORAÇÃO PARA APRECIÇÃO DO CONSELHO NACIONAL DE TURISMO. Versão – 19.01.2024