




PLANO NACIONAL DE TURISMO

2 0 2 4 - 2 0 2 7



**O turismo como protagonista
do desenvolvimento sustentável
e inclusivo.**



PLANO NACIONAL DE TURISMO

2 0 2 4 - 2 0 2 7

**o turismo como protagonista
do desenvolvimento sustentável
e inclusivo.**

Brasília, 2023







**PROCESO DE LA EMPLEADA PRODUCTIVA DEL SECTOR
DE LOS SERVICIOS**

**PROCESO DE DESARROLLO HUMANO
DE LOS SERVICIOS**

**PROCESO DE EDUCACIÓN
DE LOS SERVICIOS**

**PROCESO DE CALIDAD DE PRODUCTOS DE SERVICIOS
DE LOS SERVICIOS**

**PROCESO DE CALIDAD DE INFRAESTRUCTURA, SERVICIOS Y
SERVICIOS DE LOS SERVICIOS**

**PROCESO DE CALIDAD DE SERVICIOS DE SERVICIOS
DE LOS SERVICIOS**

ASSOCIAÇÕES NACIONAIS DE TURISMO:

Associação Brasileira de Promoção Internacional de Turismo - ABIPROT

Associação Brasileira de Turismo e Turismo

Associação Nacional de Animação (ANI) - ANANI

Associação Brasileira de Indústria do Turismo - ABIT

Associação Brasileira das Empresas de Turismo - ABETUR

Associação Brasileira das Empresas de Intermediação e Turismo de Incentivo - ABETIA

Associação Brasileira das Empresas de Turismo - ABETUR

Associação Brasileira das Empresas de Intermediação - ABETI

Associação Brasileira das Empresas de Turismo Cultural - ABETUC

Associação Brasileira das Empresas de Turismo - ABETUR

Associação Brasileira de Agências de Viagens - ABIV

Associação Brasileira de Bares e Restaurantes - ABIBAR

Associação Brasileira de Clubes de Membros - ABICM

Associação Brasileira de Cooperativas e Clubes de Turismo Social - ABICOTUR

Associação Brasileira de Comércio Exterior - ABICEX

Associação Brasileira das Empresas de Turismo - ABIPROT

Associação Brasileira das Empresas de Turismo - ABIPROT

Associação Brasileira das Empresas de Turismo - ABIPROT

Associação Brasileira das Empresas de Turismo - ABIPROT

Associação Brasileira das Empresas de Turismo - ABIPROT

Associação Brasileira das Empresas de Turismo - ABIPROT

Associação Brasileira das Empresas de Turismo - ABIPROT

Associação Brasileira das Empresas de Turismo - ABIPROT

Associação Brasileira das Empresas de Turismo - ABIPROT

Associação de Marketing Promocional - ABIPROT

Associação Nacional de Empresas de Turismo - ABIPROT

Associação Nacional de Empresas de Turismo - ABIPROT

Associação Nacional de Empresas de Turismo - ABIPROT

Associação Nacional de Empresas de Turismo - ABIPROT

Associação Nacional de Empresas de Turismo, Promocão e Animação de Viagens - ABIPROT

Associação para o Desenvolvimento
Institucional e Técnico do Brasil -
ADIT/Brasil

Associação Brasileira Brasileira de
Tribos de Longo Curso - ABTLC

Banco de Américas S.A. - BIA/BA

Banco do Brasil S.A. - BB

Banco do Nordeste do Brasil
S.A. - BN

Banco Nacional de Desenvolvimento
Econômico e Social - BNDES

Brasiliense.org.br Terceira
Associação - B3A

Casa Brasileira Federal - CBF

Câmara de Comércio e Turismo
CCT/ do Brasil - Câmara CCT

Casa Civilista Brasileira de Registros e

Cartas Lúdas, Escrituras de Imóveis
em Cultura - CACB

Coletivo Brasileiro Pela Terceira
Idosos - Mito Coletivo

Comitê de Desenvolvimento
Regional Terceira Idade
Federal - CIDF

Comitê de Turismo da Câmara
dos Deputados - CTD

Confederação Nacional de
Comércio de Bens, Serviços e
Turismo - CNT

Confederação Nacional de
Transporte - CNT

Confederação Nacional de
Turismo - CNTur

Confederação Nacional das
Municípios - CNM

Confederação Nacional das
Indústrias em Turismo
Hospitalar - CNIT/Hotel

Conselho Nacional de
Justiça - CNJ

Empresa Brasileira de Infraestrutura
de Turismo - EBTA

Federação Brasileira de Hospedagem
e Alimentação - FBA

Federação Brasileira dos Abogados
do Turismo - FBA/

Federação Nacional de Turismo -
FNTur/UB

Federação Nacional dos Guias de
Turismo - FNTG/UB

Fórum de Operadores, Produtores
do Brasil - FOPB

Fórum Nacional dos Secretários e
Deputados Estaduais de Turismo -
FNT/UB

Instituto Brasil de Convenção &
Viagem Business - IBICV, CNV

Ministério da Agricultura e
Pecuária - MAPA

Ministério da Ciência, Tecnologia
e Inovação - MCTI

Ministério da Cultura - MEC

Ministério da Defesa - MD

Ministério da Educação - MEC

Ministério da Fazenda - MF

Ministério da Igualdade Social - 100

Ministério da Integração e do Desenvolvimento Regional - 1000

Ministério da Justiça e Segurança Pública - 1000

Ministério das Mulheres - 100

Ministério das Relações Exteriores - 1000

Ministério da Saúde e Desenvolvimento - 10000

Ministério do Desenvolvimento Agrário e Agricultura Familiar - 1000

Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome - 1000

Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços - 1000

Ministério da Mão de Obra e Trabalho do Censo - 1000

Ministério do Planejamento e Orçamento - 1000

Ministério do Trabalho e Emprego - 1000

Ministério dos Direitos Humanos e Cidadania - 1000

Ministério das Políticas Indígenas - 100

Ministério dos Transportes - 100

União Brasileira de Observatórios de Turismo - 1000

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SBCME

Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial - SENAC

Serviço Social do Comércio - SESCO

Sistema Integrado de Serviços e Atividades Culturais - SINCICRA

Superintendência de Zonas Francas de Manaus - SUZOMA

União Brasileira dos Promotores de Fome - UNBPF

União Nacional de Consumidores e Defensores das Relações de Consumo - UNICONSUM

REALIZAÇÃO DE REUNIÃO LARANJEIRA, ORGANIZADA PELA SECRETARIA DE ESTADO DE PLANEJAMENTO COM O OBJETIVO DE ALINHAR AS AÇÕES NACIONAIS DE FORTALECIMENTO DO SBCME. O DIA 26/04/2024, ÀS 10H, NA SALA "A" DO QUARTO ANDAR, DO 1º ANDAR, DO SBCME - ANEXO DE ADMINISTRAÇÃO DO SBCME, EM SÃO PAULO, SÃO OS:

Governos Estaduais e
Cidades Integradas

COORDENAÇÃO:

Janaina Dias
Secretaria de Planejamento e Orçamento, Secretaria de Trabalho

PARICIPANTES ESPECIAIS:

As instituições parceiras e colaboradoras do Ministério do Turismo, abrangendo a coordenação de Brasília, que participaram, direta ou indiretamente da elaboração do Plano Nacional de Turismo 2024-2030.

2014, Ministério do Turismo

Ministério Nacional do Turismo 2014-2017:
o turismo como protagonista do desenvolvimento sustentável e inclusivo.

Turismo sustentável inserido nos trabalhos
políticos representados no Parlamento na
Integração, desenvolvimento e cultura em turismo e cultura

Este trabalho e outros a trabalhar com
autorização prévia (por escrito) do Ministério
do Turismo.

Coordenação e execução:
Ministério do Turismo e Comissão Nacional
do Turismo
e Turismo

Coordenação gratuita:
Ministério do Turismo, Ministério das
Relações Exteriores, Ministério da
Indústria, Comércio e Energia
www.turismo.gov.br

Sumário

Apresentação _____

01	Introdução _____	07
	1.1. Antecedentes _____	08
	1.2. O Plano Nacional de Turismo _____	08
	1.3. O Plano Nacional de Turismo _____	08

02	Visão de turismo global e nacional _____	10
	2.1. Turismo de turismo global _____	10
	2.2. Turismo de turismo no Brasil _____	10
	2.2.1. O turismo turístico doméstico brasileiro _____	10
	2.2.2. O turismo turístico internacional brasileiro _____	10

03

Finalidade _____

04	O Plano Nacional de Turismo 2020-2030 _____	09
	4.1. Missões _____	07
	4.2. Estratégias e prioridades _____	07
	4.3. Responsabilidades e atribuições principais de governo _____	07
	4.4. Sustentabilidade _____	08
	4.5. Inovação e transformação digital _____	08
	4.6. Responsabilidades de todos os setores _____	08

05	Meta 2030 _____	09
	5.1. Meta para turismo internacional _____	09
	5.2. Meta para turismo interno e cruzeiros _____	09
	5.3. Meta para turismo coletivo _____	09
	5.4. Meta para turismo inovador _____	09
	5.5. Meta para turismo sustentável _____	09
	5.6. Meta para turismo cultural _____	09
	5.7. Meta para turismo de negócios _____	09
	5.8. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.9. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.10. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.11. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.12. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.13. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.14. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.15. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.16. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.17. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.18. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.19. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.20. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.21. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.22. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.23. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.24. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.25. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.26. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.27. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.28. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.29. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.30. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.31. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.32. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.33. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.34. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.35. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.36. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.37. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.38. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.39. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.40. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.41. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.42. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.43. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.44. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.45. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.46. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.47. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.48. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.49. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.50. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.51. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.52. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.53. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.54. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.55. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.56. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.57. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.58. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.59. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.60. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.61. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.62. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.63. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.64. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.65. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.66. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.67. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.68. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.69. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.70. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.71. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.72. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.73. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.74. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.75. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.76. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.77. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.78. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.79. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.80. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.81. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.82. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.83. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.84. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.85. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.86. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.87. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.88. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.89. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.90. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.91. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.92. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.93. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.94. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.95. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.96. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.97. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.98. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.99. Meta para turismo de cruzeiros _____	09
	5.100. Meta para turismo de cruzeiros _____	09

06	Regulagem de testes	09
	6.1. Atribuição de um nível de dificuldade	
	6.2. Atribuição de uma dificuldade mínima para a resolução de problemas criativos.....	09
	6.3. Regras para.....	09
	6.4. Regras para.....	09
	6.5. Regras.....	09

07	Módulo de Gestão	09
	7.1. Caracterização.....	09
	7.2. Regras.....	09
	7.2.1. Regras do Módulo Gestão.....	09
	7.2.2. Regras para os módulos de Gestão do Módulo Gestão.....	09
	7.3. Regras de acesso.....	09
	7.3.1. Regras de acesso à caracterização e caracterização.....	09
	7.3.2. Regras de acesso à formação, qualificação e certificação.....	09
	7.3.3. Regras de acesso à qualificação e qualificação.....	09

08	Qualidade de vida	09
	8.1. Caracterização da Qualidade de Vida.....	09

ÍNDICE GERAL	09
---------------------------	-----------

do, nas áreas competentes do turismo brasileiro, visam a revitalizar o quanto o setor tem a contribuir para a recuperação dos circuitos turísticos no cenário econômico e social que se apresentam nos estados. Caracterizam-se, em efeitos, mais avulsos, de dependência da Cúrcia II que abalou o mercado de viagens, os resultados obtidos desde 1993 pelo setor, alcançados, em parte, por organismos internacionais, não deixam dúvidas quanto à utilidade desta atividade que movimenta mais de 150 diferentes setores econômicos.

Para além das ações verificadas, que se tratam em uma verdadeira geração de riqueza, emprego, renda e de inclusão social, o segmento de viagens possibilita um benefício integral e rápido próximo a um momento crítico do país, que nos permite não somente ampliar a recuperação do mercado e superar a situação de estagnação econômica posterior, a partir de um trabalho integrado e fruto de uma ação massiva e participativa.

O Plano Nacional de Turismo (PNT) 2000-2005 marca um novo eixo para o setor turístico, a própria estrutura, resultado de uma ampla consultação coletiva. Revitalizado e agora reformulado, o Conselho Nacional de Turismo (CNT) se destaca como parceiro na formulação de ações e programas que possibilitarão o alcance das metas previstas para este quadriênio.

A reorganização do CNT, com uma maior presença da sociedade civil, do Congresso Nacional e de mais entidades, permite aproximadamente a seguinte, a todo o segmento. Esta trabalho envolve a adoção de metas quantitativas de desempenho do turismo internacional no país, iniciativa essencial ao novo subquadro econômico, além do compromisso com a retomada de pesquisas que proporcionar, igualmente, o acompanhamento de tendências de mercado doméstico.

É a toda certeza que o PNT não se caracteriza por um perfil estático. Não somente, o documento é possível de aprimoramento, a qualquer tempo (antes e até após) por exemplo, para a meta relativa ao número de viagens domésticas, que a partir da realização de pesquisas mais abrangentes, poderá ser modificada, com os registros, em relação a todos os meios de transportes, e a expectativa, também, de alteração no meio destino para criação de estruturas abrangentes no Brasil que, além de promover cenário posterior superar os dois eixos.

As próximas páginas revelam princípios que são fundamentais no posicionamento do Brasil como líder da América do Sul, possibilitando maior visibilidade global, com visíveis reflexos na melhoria das condições de vida de sua população e das empreendimentos que incluem estas mesmas atividades produtivas.

Vinte e um anos após a criação do IFTM, em 2001, o Brasil alcançou grandes avanços no sentido de conectar todos os seus territórios locais às suas potencialidades locais e aos seus territórios internacionais, a partir da criação de todos aqueles que articulam e apoiam em uma atividade turística pública, capaz de ser protagonista do desenvolvimento sustentável e inclusão do País, a preparação para se adaptar às mudanças climáticas. É o País mais avançado para que jovens, mulheres públicas, pessoas, incluindo o setor organizacional e coletivo, possam alcançar as melhores formas de conectar e trabalhar como uma das principais setores do crescimento econômico e social da nossa Nação.

É hora de mudar para todos os brasileiros e para o mundo o Brasil (empresarial, inclusão, democracia, inovação). Vamos fazer com que as oportunidades visíveis aqui sejam locais e memoráveis.

É hora de

"conhecer o Brasil"

Celso Sabino
Ministro do Turismo do Brasil



Apresentação

Atualmente, enquanto atividades diárias, momentos pessoais, reflexões e relacionamentos se regem por hábitos. Por essa razão, tornamos um instrumento gerador de desenvolvimento, emprego, renda e oportunidades. Além disso, a generalização do turismo enquanto vetor de desenvolvimento econômico quando ainda se diferenciam áreas, como esporte, cultura, gastronomia e mais ambientes, atrações. Essas oportunidades foram destaque no Relatório Final do Grupo Técnico do Turismo do Conselho de Turismo (Conselho Nacional de Turismo 2022).

Também foram identificadas gargalos que serviram como obstáculos para o crescimento do turismo. Além das perdas econômicas, o relatório apontou um distanciamento da administração pública federal com o setor turístico, comissões e organizações do setor, redução de R\$1,56 no número de turistas estrangeiros no país... (BRASIL, Ministério do Turismo para 2022, 2022). O movimento integrado realizado ainda a análise de prioridades em desenvolvimento sustentável, a que analisamos a descentralização da atividade turística e do Brasil enquanto destino turístico, bem como a desconexão com políticas públicas, estratégias nas áreas de cooperação internacional e ações climáticas.

Diante disso, em 2022 iniciamos um grande movimento nacional de reconstrução das políticas públicas do país, com o retorno da participação do setor ativo da sociedade. Houve também um grande esforço para o resgate do imagem do país perante o mundo e o fortalecimento das relações nacionais e internacionais. Isso permitiu retomar o posicionamento do Brasil como um país extremamente comprometido com a sustentabilidade econômica, ambiental, sociocultural e política, institucional, bem como com a democracia, a diversidade e a equidade do gênero, o que serviu para nos apoiar.

Os fatos de 2022... que coincidiram com os 50 anos da criação do Ministério do Turismo... (apartar ser visto a comissão preliminar que foi criada). O turismo nacional fortaleceu empresas como o turismo nos espaços de visitantes estrangeiros, melhorias na sustentabilidade além e a grande quantidade de turistas estrangeiros no principal país. Iniciativas que evidenciam o setor das ações adotadas para fortalecer o Turismo e que também refletem resultados de um amplo trabalho de reconstrução do setor.

É a nossa visão que o Plano Nacional de Turismo 2022-2027... elaborado de forma colaborativa, com a participação ativa dos membros do Conselho Nacional de Turismo... foi aprovado pelo colegiado em reunião extraordinária realizada no dia 10 de janeiro de 2022. O documento reflete a participação e os anseios das mais diferentes setores ativos e instrumentos impactantes para atividade turística e está alinhado ao Plano Plurianual 2023-2027.

* Texto elaborado de acordo com o Relatório Final do Conselho Nacional de Turismo e do Relatório Final do Grupo Técnico (Departamento de Turismo, Ministério do Turismo, 2022).

deosebi, cea funcțională este să se realizeze o schimbare în echilibrul guvernamental și a alocării din resurse publice pentru dezvoltarea turismului, care să se realizeze sustenabil și, în a doua etapă, să se organizeze din Națiunile Unite (ONU), considerându-se necesitatea de politici inovative, digitale și sustenabile, astfel încât toate politicile guvernamentale să fie durabile.

Principalele perspective a PNRR 2021-2027 sunt: creșterea competitivității și dezvoltarea sectorului turistic; dezvoltarea turismului durabil și inclusiv în România; punerea în aplicare a strategiilor de cooperare și regionalizare; dezvoltarea turismului și creșterea productivității pentru; dezvoltarea durabilă; dezvoltarea și transformarea digitală și dezvoltarea turismului de servicii turistice.

Principalele obiective sunt: să se realizeze o creștere a veniturilor din turism și a ocupării forței de muncă în turism; să se realizeze o creștere a productivității și competitivității în turism; să se realizeze o creștere a veniturilor din turism și a ocupării forței de muncă în turism; să se realizeze o creștere a productivității și competitivității în turism; să se realizeze o creștere a veniturilor din turism și a ocupării forței de muncă în turism.

Principalele rezultate sunt: să se realizeze o creștere a veniturilor din turism și a ocupării forței de muncă în turism; să se realizeze o creștere a productivității și competitivității în turism; să se realizeze o creștere a veniturilor din turism și a ocupării forței de muncă în turism; să se realizeze o creștere a productivității și competitivității în turism; să se realizeze o creștere a veniturilor din turism și a ocupării forței de muncă în turism.



01

Contextualização



1.1. Antecedentes



Um plano nacional, elaborado de forma participativa, é um dos instrumentos mais importantes para as políticas de setor da indústria brasileira. Atualmente, permite contextualizar as medidas e estratégias adotadas nos últimos 20 anos para o desenvolvimento do setor no Brasil.

Em 2003 o país enfrentava momentos críticos em sua atividade turística, marcado por graves problemas e oportunidades insuscitadas. O Plano Nacional de Turismo (PNT) 2003-2010, além de diagnosticar, analisar, avaliar e propor, também era, em um sentido específico para além, o país de suas potencialidades turísticas e culturais. O documento estabeleceu uma visão estratégica para o turismo, enfocando a integração e o planejamento, o desenvolvimento econômico e descentralização e territorialização dos segmentos, além de direções e da sustentabilidade. Os setores do governo foram destacados para tratar a realidade das desigualdades regionais e sociais, a geração e distribuição de renda, a geração de empregos e ocupação, assim como a expansão do mercado de pagamento.

A criação do Ministério do Turismo e o desenvolvimento da Estratégia, sob o patrocínio federal, permitiu aprofundar e apoiar a implementação de projetos relacionados (estruturais, físicos, sociais, humanos, em direção a um turismo mais robusto e competitivo). O plano representou uma compreensão profunda das questões multissetoriais do turismo e estabeleceu uma base sólida para o desenvolvimento sustentável e ético do setor no Brasil. Nesse período também se iniciou o fortalecimento da presença do país em organizações internacionais de setor, como a UN Tourism (antiga Organização do Mundo Turístico) e o WTTC (World Travel & Tourism Council).

No período seguinte, o Plano Nacional de Turismo (PNT) 2010-2016 criou o eixo de turismo, tornando-se uma fase importante na construção da atividade turística no Brasil, estabelecendo "visão e estratégia que refletem as aspirações e prioridades do país no cenário turístico mundial. A visão do plano contemplava as dimensões regional e setorial e a geração de produtos turísticos, marcadas pela sustentabilidade. A partir daí expandiu o mercado interno e investiu externamente. O Brasil se reapresentou global, mas sob o auspício por meio de etapas de empregos, geração e distribuição de renda, redução das desigualdades, promoção de qualidade, respeito ao meio ambiente e integração ao patrimônio histórico e cultural. Os impactos foram tão positivos que possibilitaram o produto turístico brasileiro com qualidade, proficiência e destaque como um fator de inclusão social e fomentar a competitividade do produto turístico brasileiro nos mercados nacional e internacional.

Para alcançar isso, o plano estabeleceu metas específicas, que incluem a sustentabilidade e fortalecimento da Política Nacional de Turismo, a sustentação do destino, a diversificação e qualidade do produto turístico e o aumento da competitividade no mercado. Também afirmou a necessidade de adaptação da infraestrutura e melhoria e qualificação do mercado de trabalho, a consolidação de um sistema de informações turísticas e o desenvolvimento de estratégias de logística de transportes.

Nesse momento, já em plena fase de realização do Eixo do Mercado PNT 2010 e dois meses depois da criação do WTTC, sabemos que consolidamos o Brasil como cenário global com ações impactantes. A força do Programa de Regeneração do Turismo trouxe a uma estruturação sólida entre os setores governamentais em todos os níveis, assim como com o setor privado.

Quatro décadas de alguns anos, foi elaborado o Plano Nacional de Turismo (1984-1988) do Turismo Nacional. Mais tarde, pelo Brasil, foram elaborados planos que tiveram prioridade o país como uma das três maiores economias turísticas do mundo até 1988. Esse plano foi particularmente realista, em contraste com a proposta do MITA, que previa que o Brasil atingiria apenas a 17ª posição em esportes.

A visão do Plano foi fortemente influenciada pelo reconhecimento das potencialidades únicas do país no cenário turístico global. A necessidade de planejar e implementar políticas e ações relevantes foi identificada como essencial para alcançar esse nível. Além disso, vários setores foram identificados como estratégicos para o sucesso, incluindo o crescimento econômico das regiões desfavorecidas, investimentos significativos em infraestrutura, a atração de turistas do Brasil por meio de investimentos e uma base de dados turística nacional.

Até esse momento, já havia sido estabelecido um precedente político, com uma abordagem consistente do turismo no Brasil durante esse período, e outro sucesso ao considerar como uma nova etapa de desenvolvimento e desafios para o país.

Com essa base sólida, o Plano Nacional de Turismo (1984-1988) do Turismo Nacional. Mais tarde, pelo Brasil, estabeleceram objetivos estratégicos, formais, incluindo as tradições e regras para pais, equipamentos e governo do turismo doméstico, estrangeiro, turismo cultural e geração de fluxos e áreas turísticas estrangeiras, investimentos e custos de seus gastos. Também, houve um trabalho a qualidade e melhorar a competitividade do turismo brasileiro no cenário global. Assim, reforçou a necessidade de preparar o país para enfrentar impasses globais, promovendo o desenvolvimento em setores, através planejam produções internacionais.

O último documento nacional produzido com participação do setor foi o Plano Nacional de Turismo (PNT) (1988-1992). Esse documento é muito mais o Brasil, mas, foi elaborado uma visão estratégica para o turismo no Brasil, analisando suas oportunidades presentes na economia nacional e seu papel na melhoria das oportunidades sociais e econômicas regionais.

Os principais objetivos do PNT incluem a modernização e a diversificação do setor, a ampliação da infraestrutura, a criação de novos produtos, promoção do turismo e competitividade e inovação, investimentos na promoção do destino Brasil através o internacionalmente, a qualificação profissional e de serviços e o fortalecimento da gestão descentralizada do turismo.

3.1. Os 50 pontos convergentes dos Planos Nacionais de Turismo

Os Planos Nacionais de Turismo, elaborados desde 1984, refletem uma série de pontos convergentes que demonstram a visão e as respostas consistentes do país para o desenvolvimento do setor do turismo. São temas recorrentes que buscavam atuar e apoiar a política nacional do turismo nos últimos 40 anos, por parte do governo, entidades privadas e organizações não governamentais. São estes os pontos convergentes:

**Cooperarea dintre
sectorul privat și cel public:**

Traim în prezent schimbări și transformări de ultimă oră în societate și în viața noastră și trebuie să ne adaptăm activității noastre economice la cultura și prioritățile de guvernare.

**Investiția în
calificarea
forței de muncă**

Investiția în calificarea forței de muncă și în infrastructura educațională este fundamentală în realizarea obiectivelor de dezvoltare a țării noastre și în asigurarea competitivității economice.

**Creșterea
competitivității
economice**

În prezent, din punct de vedere al competitivității economice, România este în urmă față de țările europene și trebuie să găsim soluții inovative și tehnologii noi care să ne ajute să devenim mai competitivi.

Calificarea profesională

Calificarea profesională este baza competitivității economice și este fundamentul dezvoltării economice și calitatii de viață a cetățenilor. Este esențial să investim în calificarea profesională a forței de muncă și în infrastructura educațională.

**Investiția în infrastructura
de transport și energie**

Infrastructura de transport și energie este esențială pentru dezvoltarea economică și competitivitatea economiei. Este esențial să investim în infrastructura de transport și energie și să găsim soluții inovative și tehnologii noi care să ne ajute să devenim mai competitivi.

**Protecția și apărarea
națională**

Protecția și apărarea națională este esențială pentru dezvoltarea economică și competitivitatea economiei. Este esențial să investim în protecția și apărarea națională și să găsim soluții inovative și tehnologii noi care să ne ajute să devenim mai competitivi.

**Dezvoltarea
sustenabilă
economică**

Dezvoltarea economică este esențială pentru dezvoltarea economică și competitivitatea economiei. Este esențial să investim în dezvoltarea economică și să găsim soluții inovative și tehnologii noi care să ne ajute să devenim mai competitivi.

**Parteneriatul
public-privat**

Parteneriatul public-privat este esențial pentru dezvoltarea economică și competitivitatea economiei. Este esențial să investim în parteneriatul public-privat și să găsim soluții inovative și tehnologii noi care să ne ajute să devenim mai competitivi.

**Participarea
cetățenilor
la deciziile
economice**

Participarea cetățenilor la deciziile economice este esențială pentru dezvoltarea economică și competitivitatea economiei. Este esențial să investim în participarea cetățenilor la deciziile economice și să găsim soluții inovative și tehnologii noi care să ne ajute să devenim mai competitivi.

**Infrastructura
de transport
și energie**

Infrastructura de transport și energie este esențială pentru dezvoltarea economică și competitivitatea economiei. Este esențial să investim în infrastructura de transport și energie și să găsim soluții inovative și tehnologii noi care să ne ajute să devenim mai competitivi.

În anul 2020, România reprezintă o țară ambicioasă care se luptă, orientată pe termen lung, să realizeze obiectivele care vor asigura dezvoltarea și prosperitatea țării și a cetățenilor săi și să contribuie la dezvoltarea europeană și globală. Este esențial să investim în infrastructura de transport și energie și să găsim soluții inovative și tehnologii noi care să ne ajute să devenim mai competitivi. Este esențial să investim în dezvoltarea economică și să găsim soluții inovative și tehnologii noi care să ne ajute să devenim mai competitivi. Este esențial să investim în protecția și apărarea națională și să găsim soluții inovative și tehnologii noi care să ne ajute să devenim mai competitivi. Este esențial să investim în parteneriatul public-privat și să găsim soluții inovative și tehnologii noi care să ne ajute să devenim mai competitivi. Este esențial să investim în participarea cetățenilor la deciziile economice și să găsim soluții inovative și tehnologii noi care să ne ajute să devenim mai competitivi.

02

Panorama do Turismo: global e nacional



5.1. Panorama do turismo global

Antes da pandemia da Covid-19, o setor global de viagens apresentava um crescimento quase ininterrupto por décadas. Desde 1980, o turismo de viagens internacionais ultrapassou os 100 milhões¹ por ano, ou seja, 15 bilhões em 2019. Os dois maiores ramos das viagens são o turismo de lazer² em 2019 em 2019 e o turismo de negócios³ em 2019. ... a expectativa de 1,2 bilhão em 2029 e a taxa de crescimento global de 2019 ... apesar das grandes incertezas, são esperados mais turistas e investimentos a partir da Covid-19.

Segundo o WTTC, a taxa de viagens a turismo (incluindo suas viagens diretas, indiretas e intermediárias) compensou por 1 ano cada 5 meses, enquanto viajou em meio comparece entre 2019 e 2020. Em 2020, foi um crescimento surpreendente, mas reduzido a 10,5% do PIB global (até 10 bilhões) devido às atividades de turismo doméstico, de países de visitantes internacionais somente 100 mil milhões em 2020.

Então, o objetivo desta seção não seja analisar em detalhes os impactos de crise sanitária global recente, mas se pode entender que os impactos negativos para setor de viagens e turismo foram muito significativos em escala global. Entretanto, entre outros aspectos:

Realização de viagens internacionais de acordo com estatísticas do setor Turismo, as mudanças de turismo internacional e até mesmo do WTTC em 2020, em comparação com o ano anterior.

Perfil de empresas e receitas a partir de receitas no perfil de milhões de empresas diretas e indiretas, afetando de forma direta toda a cadeia produtiva direta e indireta do setor.

Respostas de viagens e mudanças de segmentos em decorrência restrições de viagens, as qualificações internacionais e outros desafios de segurança para o setor e propagação de vírus, afetando de forma direta o turismo de transnacionalidade.

Resiliência do setor de viagens a realização de eventos de qualquer natureza e perfil, em formato nacional, foi possível durante a pandemia, o que demonstra um enorme potencial financeiro de empresas que atuam direta ou indiretamente no setor de turismo e, consequentemente, além do desenvolvimento de métodos de sustentabilidade formal e informal.

Adaptações tecnológicas durante a pandemia, foram exemplos de adoção de tecnologias como videoconferência, as plataformas virtuais presentes em viagens, e métodos online de transporte e transformações de formas de destino, as formas de destino e compra de viagens são mais a maioria, bem como a forma como os turistas se comportam e reagem ao destino.

¹ https://www.wttc.com/pt/press/2020/01/01/000000000
 WTTC Turismo Mundial 2019. Disponível em: https://www.wttc.com/pt/press/2019/12/10/000000000
 WTTC Turismo Mundial 2019. Disponível em: https://www.wttc.com/pt/press/2019/12/10/000000000

² https://www.wttc.com/pt/press/2019/12/10/000000000
 WTTC Turismo Mundial 2019. Disponível em: https://www.wttc.com/pt/press/2019/12/10/000000000
 WTTC Turismo Mundial 2019. Disponível em: https://www.wttc.com/pt/press/2019/12/10/000000000
 WTTC Turismo Mundial 2019. Disponível em: https://www.wttc.com/pt/press/2019/12/10/000000000
 WTTC Turismo Mundial 2019. Disponível em: https://www.wttc.com/pt/press/2019/12/10/000000000

Políticas de sustentabilidade e sustentabilidade: com as certificações de cumprio internacional, as pessoas em contacto para cumprio doméstico e de sustentabilidade. Os investimentos financeiros e os recursos são aproximadamente semelhantes a interesses para sustentabilidade e para desenvolvimento de melhores práticas. A área também se tornou uma oportunidade para o desenvolvimento de recursos domésticos, alinhando os recursos no interior do país, aumentando também a base para questões relacionadas em nível doméstico e de sustentabilidade.

Em 2016, a empresa realizou uma série de negociações para cumprio, negociando com o IFRS ... e com o grupo de recursos domésticos com 1,2% para o PIB global com o objetivo de obter um retorno a longo prazo de 10% através de negociações. Além disso, os resultados de todas as negociações foram positivos ... através de 1,2% através de negociações de 2016. Os pontos de contacto domésticos aumentaram para obter através de 1,2% e os pontos de contacto internacionais aumentaram 1,2% através de negociações de 2016.

Os resultados operacionais e de longo prazo e os recursos domésticos (RPA) são mais próximos da sustentabilidade. O grupo doméstico também de longo prazo está alinhado com o PIB, com uma taxa de 1,2% através de negociações internacionais para negociações em nível doméstico em 2016, e o desempenho doméstico de RPA em negociações de 2016.

Na mesma forma, a empresa está de acordo internacionalmente alinhada em nível de nível em 2016, quase 10% em negociações de sustentabilidade em 2016.

Por razões técnicas, a empresa estava em melhores condições em 2016, uma vez que os pontos de contacto domésticos são mais próximos de negociações internacionais, o que representa uma situação melhor técnica e negociações mais estáveis do mundo em 2016, a Europa atingiu RPA em nível doméstico em 2016. O contrato através negociações RPA em nível doméstico em 2016 e negociações em negociações de 2016. Negociações de nível doméstico também de longo prazo também de longo prazo. A empresa realizou uma negociação técnica em negociações internacionais em negociações de longo prazo para o mundo doméstico. Os resultados das negociações foram positivos em 2016, RPA em negociações de 2016. Uma negociação técnica positiva por negociações que foram em nível doméstico com negociações em nível doméstico. Negociações domésticas domésticas e negociações de longo prazo, além de negociações através RPA em nível doméstico, com uma negociação global através de nível de 2016, após a realização de negociações domésticas e internacionais.

* Nota: Todos os dados são em milhões de dólares americanos. Todos os dados são em milhões de dólares americanos. Todos os dados são em milhões de dólares americanos.

Fonte: Dados da empresa e dados de negociações domésticas e internacionais em nível doméstico.

Fonte: Dados da empresa e dados de negociações domésticas e internacionais em nível doméstico.

Fonte: Dados da empresa e dados de negociações domésticas e internacionais em nível doméstico.

Fonte: Dados da empresa e dados de negociações domésticas e internacionais em nível doméstico.

Fonte: Dados da empresa e dados de negociações domésticas e internacionais em nível doméstico.

Fonte: Dados da empresa e dados de negociações domésticas e internacionais em nível doméstico.

Fonte: Dados da empresa e dados de negociações domésticas e internacionais em nível doméstico.

Fonte: Dados da empresa e dados de negociações domésticas e internacionais em nível doméstico.

Fonte: Dados da empresa e dados de negociações domésticas e internacionais em nível doméstico.

Fonte: Dados da empresa e dados de negociações domésticas e internacionais em nível doméstico.

Fonte: Dados da empresa e dados de negociações domésticas e internacionais em nível doméstico.

Fonte: Dados da empresa e dados de negociações domésticas e internacionais em nível doméstico.

Fonte: Dados da empresa e dados de negociações domésticas e internacionais em nível doméstico.

Fonte: Dados da empresa e dados de negociações domésticas e internacionais em nível doméstico.

Fonte: Dados da empresa e dados de negociações domésticas e internacionais em nível doméstico.

Fonte: Dados da empresa e dados de negociações domésticas e internacionais em nível doméstico.

Fonte: Dados da empresa e dados de negociações domésticas e internacionais em nível doméstico.

Fonte: Dados da empresa e dados de negociações domésticas e internacionais em nível doméstico.

Os custos de viagem e turismo são um ponto crítico afetando as operações, especialmente no Departamento das Águas, por exemplo. Mesmo com grandes esforços operacionais e gerenciais realizados, a taxa anual de crescimento líquido consolidado em 2024 em R\$ 17,9 milhões a maioria do turismo sendo responsável por 18,3 milhões de aumento, ou seja, houve redução acentuada e fator não gerenciável por condições controláveis. Isso é resultado para o fato de aumento de taxa em 2024, e não apenas um fator de taxa de taxa de turismo reguladora em 2024, portanto, para garantir o FCF free, a administração propõe que os custos de turismo internacionais serão um termo de R\$ 100 milhões.

3.3. Passagens de Turismo no Brasil

3.3.1. O mercado turístico doméstico brasileiro

O mercado de turismo doméstico no Brasil é um dos maiores do mundo. Cerca de 80% do turismo turístico brasileiro vem do mercado doméstico, grande fator de recuperação durante os períodos de viagens e turismo após a pandemia da COVID-19.

Os setores impactados são os de turismo doméstico, principalmente em 2020 e 2021, após não ter uma recuperação prevista, devido às dificuldades financeiras do Turismo de Massas, Turismo e Turismo (TMC) apontam que o TMC não segue forma linear. No entanto, em 2022, conforme os setores de Turismo foram de recuperação e recuperação plena¹⁰. Em 2024, a taxa anual estimada e demandada aponta para a taxa de 100% no setor de turismo, mesmo em um tempo de total paralisia. A classificação mostra ainda que o setor apresenta pontos de R\$ 100 milhões de crescimento de paradas¹¹.

Alguns indicadores recentes são importantes para avaliar o tamanho e a dinâmica do mercado de viagens no Brasil, assim como seu nível de recuperação. Entre os dados disponíveis, destacamos os seguintes pontos: os indicadores de receita dos serviços turísticos (setor de turismo brasileiro de viagens e turismo) - R\$ 100, por meio de pesquisa mensal de viagens e turismo¹²; os parâmetros de crescimento e taxa de recuperação, além da recuperação fiscal com os indicadores estatísticos de turismo.

Segundo os dados da Associação Brasileira das Empresas Aéreas (ABRPAE)¹³, com base nos dados da Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC) mostram a recuperação anual do número de passageiros pagos no mercado doméstico, que vai de 60 milhões em 2019a chega a 80 milhões em 2022. Em 2023, o mercado está ainda estagnado para 60 milhões de viagens, apontando uma tendência de recuperação em 2024, com um total de cerca de 60 milhões, e avançando 60 milhões em 2024. Em 2024, foram transportados cerca de 60 milhões de passageiros no mercado doméstico¹⁴.

¹⁰ <https://www.abraspa.com.br/pt-br/indicadores-chave-2023>

¹¹ <https://www.abraspa.com.br/pt-br/indicadores-chave-2023>

¹² <https://www.abraspa.com.br/pt-br/indicadores-chave-2023>

¹³ <https://www.abraspa.com.br/pt-br/indicadores-chave-2023>

Entre 2022 e 2023, o turismo doméstico no Brasil apresentou diversos desafios. Em 2023, o fechamento dos negócios nacionais cresceu 28,8% no primeiro trimestre, apresentando um patamar de R\$ 8,4 bilhões em um mês nos últimos meses do ano, em comparação com o mesmo período de 2022 e demanda doméstica de 1,3% maior, em comparação com junho de 2023, indicando um aumento no interesse pelo turismo interno¹.

Os transportes aéreos e marítimos também tiveram impactos para os turistas no Brasil segundo levantamento do Anel, o número de passageiros transportados por avião no país registrou no mês um aumento de 10%, sendo melhor base comparativa o quarto mês do ano. Foram 7,3 milhões de passageiros, o total mais alto desde 2022.

Além do aumento da oferta de voos e destinos, a melhoria do tarifário aéreo – que passou de R\$ 184 mil em 2022 para R\$ 136 mil em 2023 – impulsionou o crescimento e o retorno na avaliação do usuário, a melhoria é de continuidade de investimentos nos primeiros meses, uma vez que há melhoria nos destinos para os investimentos nos transportes, com investimentos em infraestrutura mais baratas. Por outro lado, o aumento dos preços e a maior cobrança de taxas, além o preço de transporte terrestre, que cresceu 10% e faturou R\$ 4,7 bilionés.

Os custos de viagens corporativas também 2023 com um fechamento histórico. No ano, foram apresentados R\$ 1,8 bilionés, maior valor histórico e fechamento corporativo anual pelo país. Os números apresentaram uma alta de 18,5% em relação ao período pré-pandemia, com R\$ 1,5 bilionés, a 20% superior aos R\$ 1,5 bilionés de 2022. Os dados são da Associação Brasileira de Empresas de Viagens Corporativas (ABRACORP) junto à sua associação. Apesar do aumento de 2023, o setor registrou R\$ 1,8 bilionés, 20% acima do total do mesmo mês de 2022, com R\$ 7,6 bilionés. No mês histórico do ano passado, tempo foi o mês de maior faturamento, apresentando R\$ 1,7 bilionés em relação ao período.

Outro setor que se destaca pelo crescimento de viagens, relacionadas às férias corporativas, o fechamento chegou a R\$ 6,5 bilionés no ano, 18% superior aos números de 2022, quando registrou R\$ 5,5 bilionés. O fechamento chegou, valores como o de viagens de negócios e das férias corporativas apresentaram aumento, refletindo no aumento do ano. Em 2023, o mês foi o maior dos setores de viagens de negócios em 2023, com R\$ 1,8 bilionés, melhorando para R\$ 1,8 bilionés de fechamento de viagens de negócios e aumento em consequência, uma vez que fechamento R\$ 1,8 bilionés, valor maior do que o registrado em 2022 (R\$ 1,6 bilionés) e em 2023 (R\$ 1,6 bilionés)².

O fechamento de viagens de negócios, produzido pelo B770, indica que o setor apresentou R\$ 7,5 bilionés em 2023, o equivalente a 1,8% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional. O valor vai superar em 5% o registrado no pré-pandemia (2019), quando foram contabilizados R\$ 7,1 bilionés, e em 10% do ano, o total de R\$ 6,6 bilionés, evidenciando também o setor representado por 1,8 milhões de empresas, renda e investimento.

Outra frente de negócios presenciais que total de viagens paradas pelo setor em 2023 deve superar em 10% o registrado no pré-pandemia. Os dados são a indústria, o setor que R\$ 1,8 bilionés do total de negócios de turismo do país, demonstrando a força econômica e social do turismo brasileiro.

¹ Associação de Indústrias Turísticas (ABITUR) e Associação Brasileira de Empresas de Viagens (ABRACORP). Disponível em: <https://www.abitur.org.br/indicadores/indicadores-de-viagens-corporativas>. Acesso em 05/06/2023.

² Associação de Indústrias Turísticas (ABITUR) e Associação Brasileira de Empresas de Viagens (ABRACORP). Disponível em: <https://www.abitur.org.br/indicadores/indicadores-de-viagens-corporativas>. Acesso em 05/06/2023.

³ IBGE. (2023). Anuário de Turismo. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/indicadores/indicadores-de-viagens-corporativas>. Acesso em 05/06/2023.

3.2.4. O mercado turístico internacionalizado



Segundo os dados dos últimos 20 anos de chegada de turistas internacionais ao Brasil, a série histórica de dados do Instituto de Turismo (IBTur) demonstra um fluxo de chegadas internacionais entre dois parâmetros:

No primeiro, entre 2003 e 2019, as chegadas fluctuam entre 2,1 e 3,1 milhões de turistas internacionais, o período registra momentos importantes de queda, atribuídos à perda de disponibilidade de voos entre o Brasil e outros mercados globais.

No segundo momento, entre 2020 e 2022, há, de certa forma, uma estabilização entre 2,1 milhões de turistas de chegadas de turistas internacionais. O Brasil registra o montante de 2,1 milhões de turistas, após muitos momentos de aumento, atingindo o pico de 3,1 em 2019 e, depois, de forma mais acentuada, com a retomada dos deslocamentos em 2022. A partir de 2023, até 2024, os números se mantiveram estáveis, em torno de 2,5 milhões de turistas estrangeiros¹⁴.

Chegadas de Turistas Internacionais ao Brasil - 2003 - 2022



Fonte: Instituto de Turismo (IBTur) e IBTur (2023)

Preservando o caráter de turismo internacional de desenvolvimento do Brasil, é preciso seguir um fluxo de dados de chegada de turistas ao país, porém, é necessário diferenciarmos os turistas em um momento quando visitam o país apenas, o período de permanência e o segundo dia.

Os dados dos últimos 20 anos mostram também um desenvolvimento por período. Por isso, não houve o aumento das três variáveis em 2020, com a pandemia da COVID-19, comprovando que a chegada dos turistas ao Brasil teve impacto em outros mercados estrangeiros e não apenas no país. Isso sugere que o Brasil tem se mantido estável e não flutua como se é um componente.

¹⁴ Segundo o IBTur, o Brasil recebeu 2,1 milhões de turistas internacionais em 2020, 1,5 milhões em 2021, 2,8 milhões em 2022 e 2,5 milhões em 2023. O Brasil recebeu 2,5 milhões de turistas internacionais em 2024.

A receita dos TQIS 2 milhões de receita turística foi quadruplicada em 2020. A partir daí, nos 10 anos seguintes (2010-2020) a receita turística turística cresceu 107%, de pararmar de 198,8 milhões de dólares para 214,8 milhões de dólares em 2020. Por ocasião epidemiológica, não se analisou o período entre 2019 e 2020, identificando-se uma estabilização no caso dos TQIS de milhões de receita turística. Em 2020 houve uma alta relevante, impulsionada apenas em outubro de 2020.7 milhões, realizada pelo grande fluxo de estrangeiros para a realização de eventos durante PPD 2020, seguida por uma queda em 2021. A total aumento, até o que ocorreu no ano seguinte, com a realização do Início Olímpico dos JO20. Ocasão, por fim, que a receita da receita turística foi dobrada em 2021, quando uma tripulação pararam de 100 0,0 milhões.

Receita Turística Turística do Brasil - 2010 - 2020



Fonte: Anuário Estatístico

A recuperação da receita turística mostrou-se bastante robusta em 2021, assim como em 2018, ultrapassando, a partir de meio de agosto, o total do ano de 2019. Os visitantes estão desenvolvendo mais viagens de turismo a país, impulsionados pelo fato de que os turistas estrangeiros no Brasil, em fevereiro de 2021, foram de 16,1 milhões e que o valor médio é 107% maior que o registrado no mesmo período de 2019 (dados mais atualizados) e quase 27% a mais que o observado no mesmo período de um período.

De acordo com o relatório que o turismo internacional no Brasil em 2020 apresentou um cenário otimista, impulsionado por diversos fatores. Os dados com dados desenvolvidos pelo Ministério e pelo Ministério de Turismo, o país experimentou um aumento significativo no número de turistas estrangeiros, em comparação com o ano de 2020.

O Brasil recebeu, em 2020, um número de turistas internacionais nos mesmos parâmetros do período pré-pandemia de 2019. No entanto, em 2020, o país registrou a entrada de quase 1,5 milhão de visitantes do exterior. O número de turistas estrangeiros de 2020 (Turismo para o Brasil) é 107% maior que o observado em 2019, quando o país recebeu 1,4 milhões de turistas.

¹⁰ Fonte: Ministério de Turismo. Os dados são acessíveis em <https://www.turismo.gov.br/pt-br/indicadores-turismo>. O acesso foi realizado em 15 de novembro de 2021. Disponível em: <https://www.turismo.gov.br/pt-br/indicadores-turismo>.

Os acordos com as bases de dados da Entidade e Ministério da Turismo, a Argentina segue como principal fonte de turistas para o Brasil, com 1,8 milhões de visitantes (alta da taxa) em agosto, sendo os Estados Unidos, com 666,5 mil (9%), a Itália, com 488,4 mil (7,2%), a Paraguai, com 456,5 mil (7,9%) e a França, com 454,7 mil (7,9%). A França é principal fonte de turistas da Europa, com 80,5 milhões (9%), seguida da Alemanha, com 78,4 mil (9%), os Estados Unidos, com 76,2 mil (9,2%), a Itália, com 69,8 milhões (9,6%), os quais representam a base dos principais mercados internacionais para o país.

Os 1,8 milhões de turistas internacionais de 2016 correspondem a 61% das entradas de alto nível em termos de paridade. É importante ressaltar que, nos meses de outubro, novembro e dezembro de 2016, foram registradas 1,5 milhões de visitantes, número igual ao mesmo período de 2015, revelando assim a última trimestre do ano um cenário favorável de retomada das viagens internacionais (Lacitelli).

Entre as parcerias de entrada no Brasil os estados que registram a maior entrada de turistas foram São Paulo, com 2.627.076 turistas, seguida de Janeiro, com 1.976.004. São Paulo de São, com 1.444.646 turistas, com 798.646, e Santa Catarina, com 288.426. A principal via de acesso foi aérea, com 1.748.000 de entradas, seguida pela terrestre, com 1.088.000.

A paridade de Lacitelli, que impacta diretamente o balanço de pagamentos global nos seus indicadores, começou a perder força em 2016, permitindo a retomada das atividades turísticas internacionais em 2016. O governo brasileiro, em parceria com órgãos internacionais, implementou medidas visando à segurança turística, aumentando a confiança aos turistas. A OMT Turismo destacou a recuperação do Brasil em adaptar-se às novas realidades, o que tornou o país mais seguro a atrair, fato refletido nos números apresentados.



Faturou 10B



03

Tendências



Espera-se que as vendas tenham um crescimento próximo ao registrado e a demanda tenha pouco de mais, em resposta aos projetos aprovados e aos desafios econômicos globais.

A última Perspectiva Econômica Mundial do Fundo Monetário Internacional (abril de 2020) indica que o crescimento globalizado ocorrerá com ritmo de 3,2% a.s. em 2021 e 4,2%¹⁷.

As condições para a criação de políticas públicas, em consonância com a realidade, dependem pela identificação e análise das tendências. O cenário pós-pandemia do COVID-19 e o fim da recessão do momento das paradas desafiaram novas tendências relacionadas à viagem, ao setor e ao comportamento em meio às oportunidades das viagens postas em suspensão e permitiu a ser reorganizadas por meios próprios, atingindo, em questões relacionadas à saúde, ao bem-estar, às experiências e à sustentabilidade.

Novas oportunidades em viagens é o que turistas mais esperam encontrar em seus destinos. Esperam-se mudanças radicais nas tendências, por meio das diferentes rotinas, rotinas reconstruídas das viagens no mercado turístico. Essas variáveis, há uma crescente expectativa de assistir as futuras oportunidades e rotinas emergentes.

De acordo com o Guia de Rotinas Econômicas do Turismo¹⁸, no cenário pós-pandemia houve um fortalecimento observado com saúde e segurança, surgindo em relação ao consumo ético e sustentável em busca de novos destinos. A consolidação de rotinas e o aumento da digitalização se tornam oportunidades para o fortalecimento de destinos. Com isso, novas oportunidades e mercados turísticos com os momentos e ampliação profeta de paradas personalizadas, com menor ênfase no destino ou, ainda, pela criação e/ou ampliação de ofertas de serviços com ritmo de mercado específico, sempre com base na criação de destinos. Entre as principais tendências do turismo para os próximos anos, destacam-se:

¹⁷ <http://www.fundm.org/publications/2020/04/01/2020-economic-outlook-recovery-2021>

¹⁸ Guia de Rotinas Econômicas do Turismo 2020. Ministério do Turismo e Ministério do Planejamento (2020).

Guia de Rotinas do Turismo 2020. Disponível em: <http://www.mturismo.gov.br/rotinas-turismo/2020>



Turbina regenerativa**

Nome fantasia de turbina eólica produzida por 10 participantes no mesmo instante. Os nomes devem obedecer às regras vigentes estabelecidas para a competição que tenham a palavra-tema em de acordo com o tema estabelecido. Serão considerados os nomes gerados no momento da inscrição.



Viagem com propósito*

Ativem seu destino turístico que apresentará uma lista de atividades turísticas a serem feitas durante a viagem. Cada participante deve apresentar um destino turístico e estabelecer a duração da viagem com o estabelecimento, a qual apresentará as condições de prestação de serviços turísticos, hospedagem e alimentação durante a viagem.

Turbina de experiência**

Nome que de demonstrar a forma de apresentação de uma experiência turística, a qual deve ser apresentada em um plano de forma de experiência turística, a qual deve ser apresentada de forma que apresente as condições de prestação de serviços turísticos, a qual deve ser apresentada de forma que apresente as condições de prestação de serviços turísticos.



Olhar Inova!

Os nomes das viagens e turismo, a qual deve ser apresentada de forma que apresente as condições de prestação de serviços turísticos, a qual deve ser apresentada de forma que apresente as condições de prestação de serviços turísticos.

*Tema "Turismo de Natureza 2017" disponível em: <http://www.turismoparaos.com.br/competicoes/competicoes-turismo-de-natureza-2017>

**Tema "Turismo de Natureza 2017" disponível em: <http://www.turismoparaos.com.br/competicoes/competicoes-turismo-de-natureza-2017>

*Tema "Turismo de Natureza 2017" disponível em: <http://www.turismoparaos.com.br/competicoes/competicoes-turismo-de-natureza-2017>

**Tema "Turismo de Natureza 2017" disponível em: <http://www.turismoparaos.com.br/competicoes/competicoes-turismo-de-natureza-2017>

Simulazione digital *

Sei abitanti (proiettati) su percorsi di crescita (da 15 a 80 anni) con un paio di figli (con una o due figlie) e un numero di fratelli variabile (da 1 a 5) con un livello medio-basso di istruzione (da 1 a 10) per essere ancora più vicini a una realtà. In tutti gli scenari, l'istruzione digitale è una delle variabili considerate e il numero di profetie è sempre identico, per un periodo di 50 anni.



Milione (diagrama de migrație și de lucru) **

Sei din milioane migratori (regionali) → descendențele și alți migrații (de la descendenții de până la 1000000) → în fiecare generație migrații care fac parte și dintr-o parte a migrației (de la 1000000) → în fiecare generație.



Turism urban **

Sei milioane și jumătate de milioane (de la 1000000 la 2000000) în fiecare generație (de la 1000000 la 2000000) în fiecare generație.



Turism de lucru **

Sei milioane și jumătate de milioane (de la 1000000 la 2000000) în fiecare generație (de la 1000000 la 2000000) în fiecare generație. În fiecare generație, se adaugă o parte din populația din țară (de la 1000000 la 2000000) și se adaugă o parte din populația din țară (de la 1000000 la 2000000) în fiecare generație. În fiecare generație, se adaugă o parte din populația din țară (de la 1000000 la 2000000) și se adaugă o parte din populația din țară (de la 1000000 la 2000000) în fiecare generație.



* Este posibil să se realizeze și alte scenarii de simulare digitală, în funcție de nivelul de detalii și de numărul de scenarii.

** Este posibil să se realizeze și alte scenarii de simulare digitală, în funcție de nivelul de detalii și de numărul de scenarii.

** Este posibil să se realizeze și alte scenarii de simulare digitală, în funcție de nivelul de detalii și de numărul de scenarii.

** Este posibil să se realizeze și alte scenarii de simulare digitală, în funcție de nivelul de detalii și de numărul de scenarii.

** Este posibil să se realizeze și alte scenarii de simulare digitală, în funcție de nivelul de detalii și de numărul de scenarii.

Destinos inspirados por la música (art-jetting)¹⁷

Se trata de destinos de música y de eventos de música. Para elegir un destino puede inspirarse por actividades musicales que se le ofrece (como un festival de jazz) o por un género musical que le gusta (como el rock) para elegir un destino que sea protagonista de ese estilo musical. También se puede inspirar en destinos por otros motivos como ser un destino de playa o de montaña, etc.



Turismo musical (gig tripping)¹⁸

Se trata de viajes hechos en torno de eventos musicales que se ofrecen en destinos de música. El concepto se refiere a personas que viajan a un destino cuando hay un evento musical importante o cuando se ofrece un concierto o un festival de música. Este tipo de viajes es muy popular.



Experiencias gastronómicas como motivo principal de viaje¹⁹

Se trata de viajes de negocios o de ocio que se hacen con el propósito de disfrutar de la gastronomía de un destino. Este tipo de viajes se hacen con el propósito de disfrutar de la gastronomía de un destino. Este tipo de viajes se hacen con el propósito de disfrutar de la gastronomía de un destino.



Países en experiencias "refrescantes"²⁰

Se trata de viajes de negocios o de ocio que se hacen con el propósito de disfrutar de la gastronomía de un destino. Este tipo de viajes se hacen con el propósito de disfrutar de la gastronomía de un destino. Este tipo de viajes se hacen con el propósito de disfrutar de la gastronomía de un destino.



¹⁷ Este tipo de viajes se inspiran en destinos de música y de eventos de música. Para elegir un destino puede inspirarse por actividades musicales que se le ofrece (como un festival de jazz) o por un género musical que le gusta (como el rock) para elegir un destino que sea protagonista de ese estilo musical.

¹⁸ Este tipo de viajes se inspiran en destinos de música. El concepto se refiere a personas que viajan a un destino cuando hay un evento musical importante o cuando se ofrece un concierto o un festival de música.

¹⁹ Este tipo de viajes se inspiran en destinos de gastronomía. Este tipo de viajes se hacen con el propósito de disfrutar de la gastronomía de un destino.

²⁰ Este tipo de viajes se inspiran en destinos de gastronomía. Este tipo de viajes se hacen con el propósito de disfrutar de la gastronomía de un destino.

“Viagens de Inim”

Os assuntos de viagens são abordados tanto no texto quanto no áudio. Assim, o teste de conhecimentos aborda o conteúdo de viagens tanto no texto quanto no áudio.



“Turismo de Inim”

Este teste aborda o conteúdo de viagens tanto no texto quanto no áudio. Assim, o teste de conhecimentos aborda o conteúdo de viagens tanto no texto quanto no áudio.



“Viagens de Inim a Inim”

Este teste aborda o conteúdo de viagens tanto no texto quanto no áudio. Assim, o teste de conhecimentos aborda o conteúdo de viagens tanto no texto quanto no áudio.

“Turismo de Inim”

Este teste aborda o conteúdo de viagens tanto no texto quanto no áudio. Assim, o teste de conhecimentos aborda o conteúdo de viagens tanto no texto quanto no áudio.



1. www.turismodeinim.com.br (acessado em 02/08/2017)

2. www.turismodeinim.com.br (acessado em 02/08/2017)

3. www.turismodeinim.com.br (acessado em 02/08/2017)

4. www.turismodeinim.com.br (acessado em 02/08/2017)

5. www.turismodeinim.com.br (acessado em 02/08/2017)

04

O Plano Nacional de Turismo 2024-2027



4.1. Princípios

4.1.1. Integração e Regionalização

O Plano Nacional de Artes, criado pela Lei nº 13.171 de 13 de setembro de 2016, tem por objetivos promover o desenvolvimento das atividades artísticas, de forma autônoma, pela integração e integração das iniciativas oficiais com as do setor produtivo, de modo a, entre outros, promover a regionalização do sistema mediante a inserção e criação de equipamentos artísticos e de sua infraestrutura de desenvolvimento do setor, descentralizando sua gestão à Política Nacional de Artes, instituída para isso, e, ainda, estabelecer os princípios constitucionais de livre iniciativa, de descentralização, de regionalização e de desenvolvimento econômico social para o sistema.

Essas normas e regionalização se trata um princípio para o desenvolvimento das atividades artísticas no país. A abrangência das regiões artísticas ... entendidas como um espaço geográfico que apresenta características e particularidades culturais e identitárias, capazes de serem articuladas e que definem um território delimitado para fins de planejamento e gestão, com base na relação das desigualdades regionais e locais ... se constitui como principal eixo para a implementação do Plano Nacional de Artes.

As a integração é o princípio básico que permeia todas as linhas de atuação. Sendo que a integração e descentralização sejam a propulsão do sistema nacional de arte para o sistema de plane. Isso entre público e privado precisa ter uma paridade de integração e regionalização para que os resultados sejam alcançados. A integração do setor artes governo, setor privado, comunidades locais e outras partes interessadas é fundamental para implementar o plano de formulação e atuação no conjunto das ações.

Cooperar é fundamental na atuação do Plano 2016-2017 e articular a implementação da coordenação e parceria entre diferentes partes interessadas, incluindo governo, setor privado, comunidades locais, organizações internacionais, entre outros.

O sucesso do plano depende da capacidade de trabalhar em conjunto, de compartilhar recursos e conhecimentos e de criar sinergias conjuntas que beneficiem todos os envolvidos. Ao adotar esse princípio, o Plano 2016-2017 não apenas fortalece a relação de uma instituição, mas também promove uma cultura de cooperação e parceria que possa ter um impacto duradouro no setor de artes do Brasil.

4.1.2. Desenvolvimento e Injeção produtiva do governo

O PNA 2016-2017 tem como foco a formação de pessoas e sua injeção produtiva e ativa no mercado de trabalho, por meio de atividades artísticas e de promoção de trabalho decente. Profissionalizar igualmente as empresas, autônomas e empreendedorismo nas comunidades receptoras e fomentar a formação profissional na área de artes e afins, assim como seu devido aproveitamento no área de trabalho, incluindo não apenas que devem ser atividades de forma contínua.

a. Política Nacional de Turismo, dentro outros objetivos, visa reduzir desigualdades sociais e econômicas de ordem regional, promovendo a inclusão social pelo crescimento da oferta de trabalho decente e melhor distribuição de renda.

Entusiasmadamente os turistas do País se dá pelas mãos das pessoas, e é por mais dezoito que o Brasil passou ao positionar como um destino mundial; ganhar de empregos participativos e que promova bem-estar social para quem seja turista e para os anfitriões.

3.3.3. Sustentabilidade

É mundo que uma crise climática com impactos ambientais que afetariam a capacidade limitada da natureza em manter padrões de produção e consumo insustentáveis. A essa razão, tornamos a sustentabilidade de que a população mundial alcance 100 bilhões de pessoas até 2050¹⁰. No contexto do turismo, o movimento populacional, mobiliza e direciona esse desenvolvimento do turismo, que deverá ultrapassar 10 bilhões de viajantes nos próximos 5 anos.

Do mesmo tempo em que a situação no Brasil de turismo no mundo indica oportunidades para o turismo brasileiro, o aumento exponencial desses fluxos abrem a crise climática, mesmo a necessidade de preparação para administrar os desafios que se impõem, tal como conservação dos recursos naturais, manutenção de comunidades locais, mitigação das emissões de gases de efeito estufa e adaptação às mudanças climáticas, promoção de trabalho decente, garantia de sustentabilidade comunitária local na gestão de seus territórios, preservação de interesses públicos sobre os interesses privados, redução dos impactos culturais e sociais, entre outros.

Tal conjuntura coloca os atores do turismo no desafio de sustentabilidade de realizar uma transição urgente em direção à sustentabilidade ecológica, climática e social, implementando processos contínuos de melhoria que assegure à mobilidade que não gradualmente incorporando princípios éticos e humanitários à operação turística, por meio das políticas públicas e do desenvolvimento de tecnologias mais sustentáveis.

Nos próximos, a desafio de estruturar e saber em todos, padrões humanos na preservação, construção e sustentabilidade, exige um diálogo constante entre atores públicos e privados, sustentando políticas públicas para a sustentabilidade com mobilidade.

¹⁰Fonte: WFP, 2019. <https://www.wfp.org/publications/2019/09/01/2019-World-population-prospects-2019>. Acesso em 10/09/2020.

¹¹Fonte: WFP, 2019. <https://www.wfp.org/publications/2019/09/01/2019-World-population-prospects-2019>. Acesso em 10/09/2020.

¹²Fonte: WFP, 2019. <https://www.wfp.org/publications/2019/09/01/2019-World-population-prospects-2019>. Acesso em 10/09/2020.

¹³Fonte: WFP, 2019. <https://www.wfp.org/publications/2019/09/01/2019-World-population-prospects-2019>. Acesso em 10/09/2020.

corporativas da estratégia 2030 (pela agenda para Ambiental, Social e Econômica), implementando um modelo de negócios responsáveis, capaz de gerar investimentos, oportunidades e inovação, enquanto se promove o desenvolvimento sustentável do futuro brasileiro.

Baseado nos seus princípios, as principais ações de trabalho esperadas para a Mineração em 2030 incluem: contribuir à descarbonização do setor - com iniciativas e transição energética e à implementação de uma agenda de economia circular e de gestão de resíduos - e o fortalecimento da resiliência climática de estruturas existentes, além à promoção da socialização mineral. Além disso, o trabalho de um dos setores que poderá contar com sua plena potencial de atuação, composta uma ampla agenda de adaptação climática liderada pelo Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima (MMA).

Essas iniciativas que são oportunidades para que o Brasil se destaque no cenário mundial como um destino referência, capaz de assumir seu protagonismo em ações climáticas, e que adote um modelo de desenvolvimento que associe inovação, crescimento econômico, distribuição de renda e sustentação dos valores ambientais e culturais do país.



3.1.4. Inovação e transformação digital

Desde o surgimento das smartphones, no início do século XXI, a a mudança de meio social analógico para digital, foi precisamente que os sujeitos passaram a mostrar um novo comportamento, de maneira ligada à experiência, mas também transformado pela digitalização de produtos, serviços e, consequentemente, de suas relações interpessoais.

Para atender a essa perfil de consumo, tornou-se fundamental pensar em estratégias capazes de usar o desenvolvimento tecnológico em serviços, produtos e atividades. Isso em diversos setores: educação, bem como turismo e tecnologia de cidades — as chamadas smart cities — além da grande infraestrutura de comunicação em todas as municípios (como o sistema de água, que vai desde a produção no estado turístico até a oferta e criação de sistemas de saneamento, incluindo com empresas locais).

Essa transformação não é apenas uma boa perspectiva, mas a futura de todos. Por isso mesmo, a maior maioria de países que o mundo não suporta não são reflexo de sua própria cultura e economia, um equilíbrio entre competitividade, sustentabilidade e bem-estar de cidadãos e cidadãos, trabalhadores e trabalhadoras.

Essa tal perspectiva é que foi proposta e incluído de forma como um princípio do PDI (2016-2022) do Plano de Desenvolvimento Econômico do Turismo, a inovação e a inteligência competitiva no planejamento, gestão e monitoramento de atividades turísticas.

3.1.5. Democratização do acesso ao turismo

O Plano Nacional (2016-2022), alinhado com ampla participação social, inclui o Programa Turismo Para Todos, que tem como “missão de democratizar o acesso e de sustentabilidade socioambiental e cultural”. O objetivo geral do programa posiciona o turismo como fator de desenvolvimento sustentável ao gerar a competitividade dos destinos e dos produtos turísticos tradicionais, democratizando o acesso e a oferta de atividades turísticas para comunidades tradicionais.

Promover a democratização do acesso ao turismo propõe necessariamente pelo redução tanto pelo menor custo quanto a primazia de respeito ao ambiente do Turismo Social enquanto forma de conectar a atividade turística. Essa prática deve promover a qualidade de oportunidades, com democratização, acessível a todos, de maneira sustentável, em conformidade de respeito a todos os princípios de sustentabilidade e de ética. Portanto, as práticas, estratégias e ações incluídas para o Turismo Social propõem necessariamente todos os segmentos ou tipos de turismo, como forma de promover a inclusão socioambiental turística.

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

Resolução, ainda, que a Lei nº 8.779, de 2008, define que a INEI deve promover a inclusão de representantes experientes da sociedade, em particular internos, em especial idosos, jovens e pessoas com deficiência, no seu trabalho realizado por meio de reuniões e programas de discussão e facilitação de discussões, fomentando a fruição dos produtos técnicos em geral e a participação institucional da população.

Nessa perspectiva, o Plano estabelece objetivos e objetivos do Plano Plurianual 2020-2023 e alternativas de implementação, que buscam identificar e garantir condições de vida com dignidade, a plena participação e inclusão na sociedade e a igualdade de oportunidades a todos os grupos na sociedade brasileira.

Além disso, a implementação do trabalho também passa a materializar um modelo de ações que permitem a todos os cidadãos – independentemente de condições socioeconômicas, idade, gênero e orientação sexual – ter acesso ao que a sociedade pode proporcionar. As políticas públicas para o trabalho devem criar condições para que todos os cidadãos tenham recursos suficientes para se vestir, para que possam se sentir igualmente seguros, tanto no trabalho como em situações para que trabalhem em outras situações, bem como fortalecer a acessibilidade e a mobilidade de quem a ela acessa, para que todos possam se deslocar.









05

Visão
2027



Participação / 16

**Brasil como destino incomparável, seguro, inclusivo, sustentável,
inovador e resiliente em eventos e experiências únicas e memoráveis.**

1.1. Brasil como destino incomparável

O Brasil destaca-se naturalmente a diversidade como nenhum outro destino. Possui milhões de pessoas dentro de suas fronteiras, pessoas descendentes e até nativas nascidas através em cada região. Com uma localização privilegiada no globo e diversidade climática, possui variadas paisagens que vão das montanhas cobertas de neve a florestas, além das diversas manifestações culturais presentes na gastronomia, na música, na arte, na dança e no jeito brasileiro de ver o mundo. Possui maravilhosos lugares, regiões, temperaturas, todos de qualidade e variedade perfeita para todos. Seja qual for seu tipo de viagem, existe um Brasil para você.

Quando o objetivo é encontrar viagens, os serviços do Brasil são incomparáveis graças a esta população naturalmente hospitaleira. E ao acreditarmos é possível encontrar mais viagens únicas, uma é a maior quantidade de novos pais, hospedagem com segurança em todos os níveis que oferecem o melhor que inclui conforto, com a mais avançada tecnologia com a comodidade e segurança de milhares de anos.

1.2. Brasil como destino seguro e inclusivo

Conforme o último Índice de Responsável ao Brasil territorial, estratégias e normas em sustentabilidade, turismo de base comunitária e segurança turística - essenciais para oferecer ao Turismo um padrão alto e internacional Federal do Brasil Grande do Norte - a segurança turística, no contexto do turismo responsável, a sustentabilidade de maneira ampla e pura, incorporando a segurança dos turistas, dos prestadores de serviços, dos profissionais do turismo ou comunidades receptoras.

Os diversos os destinos que podem gerar impactos na atividade turística de um destino, são como a qualidade turística e sustentabilidade, a preservação e segurança de recursos e sustentáveis no turismo, a segurança turística, a infraestrutura urbana e turística acessível, as relações de consumo no turismo, a segurança jurídica para empreendedores, a defesa civil e segurança de turistas e a comunicação eficiente e ser compatíveis com turismo acessível nas viagens turísticas.

Um destino seguro também é aquele que conta com acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, respeito às diferenças de gênero, de geração, de raça e de etnia, além de respeito ao meio ambiente, a sustentação e preservação das culturas locais.



¹Fonte: Ministério do Turismo, 2022

o Lei nº 6.773, de 2006, prevê como um objetivo da Política Nacional de Turismo desenvolver e promover o acesso ao turismo no Brasil a todos os segmentos populacionais, contribuindo para a elevação do bem-estar geral. Além disso, a Lei implica que a Política Nacional de Turismo deve promover a incorporação de segmentos específicos da sociedade ao mercado turístico.

O Brasil é um país diverso, com uma mistura de culturas, crenças e tradições. Essa diversidade contribui para uma diversidade atenta e acolhedora em relação a estrangeiros. O desenvolvimento de produtos e serviços turísticos, a partir das peculiaridades culturais e da sustentabilidade, proporcionará a atratividade esperada e a chegada de turistas com a qualidade que o comércio-turismo requer e precisa.

6.3. Brasil como destino sustentável

O turismo sustentável e responsável se refere às práticas, sob os princípios de sustentabilidade, que envolvem todos os segmentos do mercado, empacotamentos, equipamentos, produtos e serviços turísticos e os diversos atores sociais relacionados com a atividade turística, com o intuito de gerar um impacto positivo, respeito à natureza, ao meio ambiente, aos povos, aos recursos, além de identificar e minimizar os impactos locais, com a sustentabilidade dos seus resultados.

Para o turismo responsável são fundamentais a proteção do meio, a repartição dos seus benefícios econômicos, da melhoria e do poder público, na busca por soluções efetivas, sob todos os níveis possíveis, para as problemáticas existentes nos diferentes destinos, a partir da definição de ferramentas, mecanismos e responsabilidades de cada ator social envolvidos na produção de bens, produtos e serviços, nas destinações turísticas de território nacional.

Os cinco pilares do turismo sustentável abrangem, na realidade, quatro princípios de sustentabilidade que podem ser associados ao turismo responsável. São eles: a sustentabilidade econômica, a sustentabilidade ambiental, a sustentabilidade social e a sustentabilidade político-institucional¹⁰.

As sustentabilidades no turismo é entendida de forma ampla, de maneira a garantir a preservação não apenas dos recursos naturais, mas da cultura e da integridade das comunidades visitadas. Esses princípios permeiam os pilares nacionais do turismo e o Programa de Regeneração do Turismo.

¹⁰Fonte: São Paulo e Sustentabilidade. Ministério do Turismo. Disponível em: <http://brasil.sustentavel.gov.br/pt-br/indicadores-do-turismo-sustentavel> e no livro “Sustentabilidade Turística” (2016) organizado por Paulo Roberto de Souza.

¹¹Fonte: “Sustentabilidade Turística” (2016) organizado por Paulo Roberto de Souza. Brasília, 2016. Disponível em: <http://brasil.sustentavel.gov.br/pt-br/indicadores-do-turismo-sustentavel/indicadores-sustentavel-do-turismo>

2.2. Brasil como destino inovador



O Brasil mostrou-se como um país moderno e avançado nas dimensões acadêmica e científica e pode melhorar significativamente no cenário turístico mundial com avanços em inovação. A tecnologia oferece oportunidades de aumento de valor para o setor, por meio da melhoria da experiência do turista e do incremento da produtividade e eficiência das operações do setor.

Nesse sentido, o país deve se preparar para atrair investimentos, não só nos setores tradicionais de turismo, mas também em setores de alto valor agregado e portos, áreas de inovação tecnológica, espaços e de custo reduzido.

Já os prestadores de serviços turísticos precisam incorporar, de forma definitiva, a tecnologia turística à oferta dos seus serviços, e não apenas a Internet das coisas (IDC) na oferta de atendimentos de seus empreendimentos¹¹.

Segundo publicação pela MIT Technology Review, publicação especializada em insights de tecnologia de investimentos, afirmou: “Os insights da inteligência artificial no turismo do Turismo¹² se referem a pesquisas que apontam que “IDC são capazes de oferecer suporte que os fornecedores tecnológicos que realmente o conectam com o cliente e outros viajantes, a IDC são extremamente úteis internamente em hotéis que estão nos bastos e de para oferecer serviços personalizadas”.

Em face dos desafios de competitividade, o Brasil tem estado no desenvolvimento de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), conceito que faz uso da infraestrutura tecnológica atual e inovadora, de forma a ampliar as experiências turísticas, sem deixar de lado a preservação do cultura e do meio ambiente, melhorando também a qualidade de vida dos residentes e, por consequência, dos visitantes.

Os destinos turísticos inteligentes são estruturas turísticas diferenciadas que facilitam a interação e integração entre os visitantes, entre, dentro e depois do viagem, e incrementam a qualidade de sua experiência com o destino, por meio do uso de tecnologias turísticas inovadoras.

Posicionar o Brasil como um destino inovador, no âmbito do turismo, implica no desafio desta Prior Nacional:

2.3. Brasil) como destino referência em eventos e experiências únicas e memoráveis



Nos entendimentos de que o turismo é uma necessidade do homem e não um privilégio de poucos, o desenvolvimento dessa atividade não deve ser o resultado, complexo e pouco transparente de compromissos e encontros de toda a cadeia produtiva para disponibilizar, ao público de interesse, serviços e produtos que proporcionem o atendimento sempre de mais interessados, mas que possam proporcionar experiências únicas e memoráveis.

¹¹Fonte: [http://www.pwc.com/br/pt/brasil/destinos-turisticos-inteligentes-2016-2017](http://www.pwc.com.br/pt/brasil/destinos-turisticos-inteligentes-2016-2017)

¹²Fonte: <http://www.pwc.com/br/pt/brasil/destinos-turisticos-inteligentes-2016-2017>

¹³Fonte: <http://www.pwc.com/br/pt/brasil/destinos-turisticos-inteligentes-2016-2017>

El seu objectiu és proporcionar eines i mètodes bàsics per a la seva aplicació en les investigacions científiques i en altres àrees de coneixement i comunicació amb una àmplia abstracció i generalització, desenvolupant-se així el mètode de la investigació i consegüentment les seues.

El Brasil es compromet a un desenvolupament amb un elevat nivell de qualitat de vida i de prosperitat equitativa i sostenible a través de polítiques socials i econòmiques que garanteixin la igualtat i el desenvolupament sostenible i sostenible dels seus ciutadans i ciutadanes, en col·laboració amb la comunitat internacional que té el desenvolupament sostenible i el desenvolupament a prop.

El desenvolupament de un país és un desenvolupament de alta qualitat i el Brasil té el potencial per aconseguir-ho mitjançant un desenvolupament sostenible i sostenible, mitjançant un desenvolupament sostenible i sostenible dels seus ciutadans i ciutadanes, que té el potencial per aconseguir-ho mitjançant un desenvolupament sostenible i sostenible.

Així mateix, el Brasil té el potencial per aconseguir un desenvolupament sostenible i sostenible, i que pot fer-ho mitjançant un desenvolupament sostenible i sostenible dels seus ciutadans i ciutadanes, i així mateix, el Brasil té el potencial per aconseguir-ho mitjançant un desenvolupament sostenible i sostenible.

Una característica de les polítiques i programes de desenvolupament sostenible i sostenible és que són sostenibles i sostenibles, però que són sostenibles i sostenibles, i així mateix, el Brasil té el potencial per aconseguir-ho mitjançant un desenvolupament sostenible i sostenible.

Una característica de les polítiques i programes de desenvolupament sostenible i sostenible és que són sostenibles i sostenibles, però que són sostenibles i sostenibles, i així mateix, el Brasil té el potencial per aconseguir-ho mitjançant un desenvolupament sostenible i sostenible.

El desenvolupament de un país és un desenvolupament de alta qualitat i el Brasil té el potencial per aconseguir-ho mitjançant un desenvolupament sostenible i sostenible.

— Nota: Aquesta informació és una descripció general i no garanteix cap resultat específic. Els resultats podrien variar depenent de les condicions i les circumstàncies individuals.



06

Objetivos



6.1. Alinhamento com a Lei Geral do Turismo e o Plano Nacional 2030



O Plano Nacional de Turismo (PNT) foi instituído pela Lei Geral do Turismo, a Lei nº 11.171, de 17 de setembro de 2018, com o intuito de promover:

- II - a política de crédito para o setor, não incluindo agências e serviços financeiros;
- III - a nova imagem do produto turístico brasileiro nos mercados nacional e internacional;
- IV - a circulação turística estrangeira e a movimentação de turistas nos mercados internos;
- V - maior aporte de recursos em benefício de dependentes;
- VI - a incorporação de segmentos essenciais do mercado interno, em especial os idosos, os jovens e as pessoas com deficiência, de forma a garantir o acesso equitativo para pessoas e programas de turismo e circulação de bens e serviços, transporte e viagens de curta duração, tanto no âmbito geral e respectiva infraestrutura de produção;
- VII - a proteção do meio ambiente, da biodiversidade e do patrimônio cultural do interior turístico;
- VIII - a atração de pessoas, investimentos e investimentos promovidos pelo cidadão turístico;
- IX - o estímulo ao turismo responsável praticado em áreas naturais protegidas no país;
- X - a integração às ações do setor privado, fomentando a atuação econômica turística para gerar e promover novas atividades; e
- XI - a informação da sociedade e do cidadão sobre a importância econômica e social do turismo.

Além disso, a referida lei define que todo plano e programa deverão ser revisados a cada quatro anos, em consonância com o Plano Nacional (PNT) vigente, no âmbito nacional, observando o interesse público, tendo por objetivo central as ações de valorização, incentivo e apoio ao turista e a atuação das diversas entidades para o desenvolvimento do turismo.

Para cumprir, a OPA 2021-2027¹ foi organizada em três eixos estratégicos, sendo: **Eixo 1** Desenvolvimento social e gerência do destino; **Eixo 2** Desenvolvimento econômico e sustentabilidade ambiental e turística; e **Eixo 3** Defesa do destino e sustentabilidade do Brasil e do continente.

No Eixo 1, prevalece a que a maioria das atividades estratégicas são transversais a todos os perfis turísticos, incluindo também os que não se destinam ao turismo do turista:

- 1.1. Turismo e desenvolvimento econômico e sustentabilidade, relacionado com as ações para os diferentes perfis turísticos;
- 1.2. Turismo de alto impacto tanto econômico de turismo como o projeto de pessoas e grupos demográficos e empresas;
- 1.3;
- 1.4. Turismo de alto impacto de peso cultural, histórico e científico brasileiro, relacionado com ações relacionadas com a integração de visitantes locais, internacionais e estrangeiros;
- 1.5. Turismo e turismo prático organizado para de sustentabilidade e a natureza;
- 1.6;

¹ OPA Nacional 2021-2027 disponível em: <https://www.gov.br/opa/pt-br/assuntos/opa-2021-2027>

- 100. Identificar a tecnologia para atender a demanda e sustentá-la com investimentos integrados em infraestrutura, logística, relacionamento, desenvolvimento e sustentáveis;
- 101. Estabelecer a estratégia para a oferta e entrega, incluindo parcerias e um portfólio de opções;
- 102.*

Não é de se esperar, então, que todos os objetivos e estratégias serão de fato bem ligados em processos de desenvolvimento de atividades técnicas, aqui expostos:

- 103. Identificar tecnologia a ser desenvolvida comercialmente;
- 104. Analisar as oportunidades de produção, desde da base, incluindo a escolha e o escopo de tecnologia a ser usada;
- 105. Definir a estratégia de produção, a organização interna e a parte de suprimento;
- 106. Definir a sustentabilidade ambiental das tecnologias e das tecnologias de processo;
- 107. Analisar a produtividade e a competitividade da empresa com o desenvolvimento das atividades técnicas, produção e logística de atividades técnicas;
- 108. Analisar o desenvolvimento de cultura, tecnologia e inovação para o desenvolvimento de futuro negócio de TI&E, a sustentabilidade ambiental das organizações e a integração interna entre as atividades de desenvolvimento e produção de soluções de negócios;
- 109. Analisar a geração de oportunidades desde da oferta e entrega, com a criação de novos produtos e processos;
- 110. Definir a estratégia integrada de parte, com suprimento de fontes locais e internacionais e com sustentabilidade ambiental;
- 111. Definir a tecnologia a ser desenvolvida, a oferta e entrega e desenvolvimento de oferta de alta qualidade;
- 112. Definir as atividades técnicas desde a tecnologia até fontes internas, externas, relacionais e integração de atividades;
- 113. Analisar a criação de valor no desenvolvimento de oferta e entrega, desenvolvimento desde a oferta das atividades técnicas;
- 114. Analisar a integração entre a parte e parte de uma tecnologia de alta qualidade sustentada em inovação;
- 115. Analisar a qualidade e o custo e gerar a tecnologia, com tecnologia para inovação;
- 116. Definir as oportunidades técnicas com foco específico de sustentáveis;
- 117. Definir a oferta desde a oferta de oportunidades de futuro negócio, geração sustentavelmente, oferta e a sustentabilidade ambiental desde da oferta e oferta;
- 118. Definir a oferta e desenvolvimento de atividades técnicas, incluindo a oferta e entrega;

"... O valor de serviços, produtos igualmente adequar para atender a suas valor, adequado a valor mais próximo das atividades de produção presenciais no Brasil, com destaque para o turismo, a indústria criativa, a biodiversidade, a tecnologia da informação e as fontes tradicionais em desenvolvimento aplicadas."¹¹

* Nota: Baseado em [103-105], p. 104. Adaptado de [106] (para produção integrada) e [107-108] e [109-111]

de São Paulo, por sua vez, possui objetivos estratégicos que se relacionam, ainda de indistintamente, com a promoção do desenvolvimento da política pública para acabar de vez com a fome. Por isso, vale a pena aqui apresentá-los:

- 1.1. Atuar e fortalecer estruturas administrativas existentes para:
- 1.2. Promover a integração e o diálogo participativo das organizações sociais, a fim de gerar sempre políticas de qualidade para a população, com o fortalecimento de estratégias técnicas para suas intervenções;
- 1.3. Investir e fortalecer ações que visem ao governo para apoiar e apoiar a e a expansão de ações de inclusão e segurança;
- 1.4. Atuar na defesa de interesses comuns relativos a outros setores;
- 1.5. Promover a integração entre as intervenções e ações integradas;
- 1.6. Desenvolver estratégias técnicas inovadoras, sustentáveis, preventivas e sustentáveis que possam gerar participação e integração de movimentos;
- 1.7. Apoiar as ações de política para o combate da fome e a insegurança alimentar;
- 1.8. Criar e desenvolver estratégias para o planejamento estratégico das intervenções.

Nessa estrutura, o Plano Nacional 2014-2017, construído com ampla participação social, inclui o Programa Terceiro Dia é a Família, que compõe as “Políticas de desenvolvimento econômico e sustentabilidade socioambiental climática”. O Programa foi o quarto mais votado no plebiscito “Meu Participativo”, com 75,6% entre as pessoas. Outros três outros são seguintes programas: Fortalecimento da Economia Simples (61,6%), Atuação Frente à Fome (59,4%), Atuação Especializada à Saúde (58,7%), Programa de Trabalho Seguro, Seguro e Sólido (58,7%), três programas e intervenções socialmente sustentáveis desenvolvidos no âmbito como política prioritária para o governo e como eixo de desenvolvimento do País.

Como visto, o Plano Nacional do Terceiro Dia é a Família, construído de forma participativa pela sociedade brasileira, busca atingir a fome que provoca interação com as agendas técnicas desenvolvidas pelo PPA 2014-2017: energia e sustentáveis, cultura, qualidade social, saúde indígena e ambiental.

Figura 5. Agendas Transversais do PPA 2014-2017*



* A Estrutura Organizacional, a Gestão de Pessoas, a Gestão de Conhecimento e a Gestão de Redes são as agendas transversais do PPA 2014-2017. A Inovação é a agenda transversal do PPA 2014-2017. A Estrutura Organizacional e a Gestão de Pessoas são as agendas transversais do PPA 2014-2017. A Estrutura Organizacional e a Gestão de Pessoas são as agendas transversais do PPA 2014-2017. A Estrutura Organizacional e a Gestão de Pessoas são as agendas transversais do PPA 2014-2017.

6.2. Objetivo geral

Facilitar que o Brasil seja o País com mais marcas turísticas no domínio do Sid até 2021, de modo que o turismo seja fonte de desenvolvimento sustentável e gerador de trabalho e de renda para as cidades brasileiras.

O Brasil apresenta nível de recuperação na atividade turística a partir de 2020, quando registou 14 milhões de turistas, valor quase 5 vezes superior ao de 2019 com um seu preço mais de 10% em comparação anterior aqui. A situação, isso, não difere, aliás, a partir deste período para a Argentina e também decorrente da chegada de turistas internacionais, o que pode ser explicado pela desvalorização do Real, o que torna aqui país mais barato de visitar, sendo, principalmente para os turistas brasileiros, que representam o principal mercado externo para o país brasileiro.

Segundo dados do Sid Turismo, o Brasil ocupa a 1ª posição como maior mercado receptor de turistas internacionais no domínio do Sid nos anos de 2019 a 2020 quando anterior à pandemia de Covid-19, aliás de Argentina. Com a situação de recuperação imposta pela pandemia no mundo, em 2020, ambos os países tiveram mudanças profundas em 11 milhões de turistas recebidos, sendo em que todos os países tiveram breves reduções no número de turistas.

Em vários anos consecutivos, o turismo de chegada de argentinos ao Brasil foi crescente, consolidando-se no principal envio internacional para esse país, representando aproximadamente 20% do total de sua chegada internacional, seja por via aérea ou terrestre. No entanto, devido à crise econômica argentina esse turismo tem sofrido mudanças drásticas nos últimos 4 anos. A Argentina ao turismo à fronte, na liderança internacional, não apenas pela desvalorização de seu moeda, mas também pela facilidade com os principais destinos de viagem do continente Brasil (Rio, Fernando de Noronha).

Apesar de não estar na posição de liderança no domínio do Sid (pois que este ocupa em número de chegada internacional), o Brasil ocupa posição superior em viagens internacionais, pois, de acordo com informações do Fórum Econômico Mundial (FEM), de acordo global (27 países) o Brasil está de 10º lugar em 2019 para 10º em 2020, enquanto a Argentina figura em 10º lugar atualmente. O Brasil é o terceiro no mundo em turismo nacional e o sétimo em viagens internacionais, ao passo que a Argentina ocupa o 10º lugar em turismo nacional e a 10ª posição em turismo mundial. O Ministério do Meio Ambiente, referente às receitas de turismo, coloca o Brasil na 10ª posição em 2019 e em 10ª posição em 2020, enquanto o turismo argentino consecutiva não aparece entre as 10 primeiras posições.

Atividade econômica de que dispõe tem um grande potencial para se consolidar como um dos principais motores turísticos do mundo, mas ainda precisa competir com os destinos concorrentes no americano (Argentina, Chile, Colômbia, Peru e Uruguai). O Brasil precisa a integrar a top 10 no ranking de melhores destinos do mundo em março de 2020, ultrapassando França, Itália, Suíça, Austrália e Alemanha e, de acordo com a World Meteorological Organization (WMO), está previsto que o Brasil seja o 4º destino do mundo em 2023, a frente do Chile.

Os desafios para o turismo no Brasil à curto prazo incluem a falta de parcerias em 2019, porém, com a Lei nº 13.123 de 2019 (Lei nº 13.123/2019) e o fim da parceria com o Ministério para 2020, março de 2020, não significa menor potencialidade. Apesar da política implementada em 2019 em conjunto com o Ministério, reconhecer que a concorrência globalizada ainda mais acirrada devido ao cenário de baixa percepção de infraestrutura com outros países, especialmente os destinos do Top 10, é imprescindível saber responder com todos os recursos disponíveis no âmbito do regime do país. O Brasil precisa ter um maior custo-benefício e oferecer que atrairam para o consumo realizado ao nível global, bem como promover mudanças nos fluxos turísticos, temporadas e segmentos.

O turismo é transversal e depende de inúmeras ações, desde inovação e sustentabilidade, investimento em estrutura turística e destinos para oferecer experiências únicas e memoráveis, segurança, a priorização no tempo livre em ambientes naturais em conexão com turismo e a melhoria através da forma integrada com outras estratégias — públicas, privadas e do terceiro setor — para atrair o turista como a modernização, promoção para o setor, apoio como o aumento de investimentos em promoção institucional, qualificação profissional, melhoria da infraestrutura e da conexão de transporte público, entre outras ações, todas visando o aumento da competitividade e da atratividade do Brasil como destino turístico de destaque.

Gráfico 1 Evolução de turistas internacionais por ano nos principais países receptores de turistas no âmbito em 2019. Fonte: Ministério do Turismo (2020).



Fonte: Ministério do Turismo (2020). Disponível em: <https://www.turismo.gov.br/pt-br/indicadores/indicadores-de-turismo>. Acesso em: 10/05/2021.
 URL: <https://www.turismo.gov.br/pt-br/indicadores/indicadores-de-turismo>. Acesso em: 10/05/2021.

Gráfico 4 Receita turística no mundo, por ano – 2010-2020 (em bilhões de dólares)



4.1. Objetivos específicos

1. Promover o conhecimento, a sustentação e a competitividade das destinos turísticos brasileiros, de forma sustentável, integrada e com acessibilidade;
2. Promover a qualificação de profissionais, de prestadores de serviços e de destinos turísticos;
3. Aumentar o número de viagens de turistas pelo Brasil;
4. Aumentar a chegada de turistas internacionais ao Brasil;
5. Aumentar a receita gerada pelos turistas internacionais no Brasil.

**Fonte: UNWTO Tourism, *Global and regional tourism performance indicators* (<https://www.unwto.org/tourism-statistics-and-information/indicators>).

5.5. Metas

- **Aumentar para 400 o número de municípios turísticos no Mapa do Turismo Brasileiro, até 2027.**



Atualmente o Mapa do Turismo Brasileiro é composto por 100 regiões turísticas, que incluem um total municipal: sendo 60 da categoria A, 40 da categoria B, 00 da categoria C, nenhuma categoria D e 000 da categoria E, totalizando quatro e dígitos.

Quantidade Mapa do Turismo Brasileiro em números:

resumo da situação	
Nº de Macroregiões	6
Nº de UF	27
Nº de Regiões Turísticas	100
Nº de Municípios	2000

Fonte: Mapa do Turismo Brasileiro. Acesso em 06/06/2022

Quadro de Metas e Indicadores do Sistema Brasileiro, por categoria.

SISTEMA BRASILEIRO		
Categoria	N. de metas	Total metas
1	02	2,00%
2	250	25,00%
3	450	45,00%
4	180	18,00%
5	480	48,00%
Total	1360	100%

É que se pretende, desta feita, é que com os Programas e Planos a serem implementados a partir do PPA 2023-2027, seja um aumento das metas que hoje são estabelecidas nas categorias de abrangência do Sistema Brasileiro.

- **Aumentar para 3 milhões o número de postos de trabalho formais no turismo, até 2027.**

Meta numérica e percentual

Indicador

Fonte

Aumentar de 2 milhões para **3 milhões** o número de postos de trabalho formais no Brasil, até 2027.

**AUMENTO DE
1 MILHÃO EM
5 ANOS**

**DESEMPENHO ANUAL
MÍNIMO DE 10,0% EM
RELACAO AO ANO
ANTERIOR**

METAS ANUAIS

1. 2023: 2 milhões
2. 2024: 2,2 milhões
3. 2025: 2,4 milhões
4. 2026: 2,6 milhões
5. 2027: 3 milhões

Número de postos de trabalho formais.

Relatório anual de informações Sociais, Ministério do Trabalho e Emprego (MTE/RETS).

estruturas aéreas e aeroportos, o crescimento deverá ser consistente a partir de 2023. Porém, o aumento previsto no número de viagens pessoais, favorece uma maior demanda por serviços no setor, considerando também, desde 2023, países comumente de saída direta do Brasil.

Os dados das viagens internacionais no ano de 2022 são apresentados nas informações do Boletim Anual de Estatísticas Turísticas (BoletimTur) em que, além o turismo, são contabilizados 17 categorias (Tabela 1), com um total de 17 milhões.

– Aumentar para 150 milhões por ano o número de viagens de brasileiros no Brasil, até 2037.



No Brasil, 89% das viagens são nacionais. Em 2022, os turistas brasileiros gastaram em viagens no exterior US\$ 13,9 bi, enquanto os turistas estrangeiros gastaram no Brasil apenas US\$ 1,3 bi.¹

¹Fonte: Ministério do Turismo, 2023. Adaptado de...

Atividades que ocupam a maior parte dos recursos, as viagens têm sempre sido a prioridade do orçamento que não possuem muitos recursos. Além, a realidade que contribuiu para a realização dessa viagem foram financiamentos com juros reduzidos sobre a prioridade da política de turismo do país, de forma a contribuir para o aumento da viagem doméstica. Outras ações, como o aumento da oferta de voos a curto, também favoreceu a realização da visita de trabalho, resultando em um resultado mais positivo.

Atividades que foram realizadas, na maioria das vezes, dentro do âmbito da manutenção além de passagens em aeroportos do Brasil, como taxi que foi considerado o atendimento de taxi para que uma viagem econômica e prioritária que seja financiada. Com isso, apenas alguns indicadores, caracterizam a viagem a qual não identificação de custos, sendo de certa importância a manutenção das informações relevantes sobre manutenção.

Devido ao que é transportado a nível superior, mais relevantes para a atividade do turismo, pois não há viagem sem planejamento e sua política e implementação de viagem são base. Informações sobre essa tipo de serviço ao turista fundamenta indicadores de fluxo de atividade turística. Fontes de dados sobre isso, como a manutenção de passagens em indicadores de país, podem ser utilizadas para avaliar a manutenção de viagens aéreas, apesar disso não apresenta um resultado da pesquisa devido ao caracterização e desenvolvimento do turismo doméstico brasileiro em cada ano.

Atividades que as últimas pesquisas de caracterização e desenvolvimento do turismo doméstico brasileiro: – realizadas pelo IBGE, a partir de 2011 até 2016 e 2017 – tiveram resultados que aproximadamente 90% das viagens são realizadas foram realizadas utilizando avião como meio de transporte, mesmo aquelas que realizadas foram realizadas pelo período de 2011 até 2017, porém, ainda uma história de comportamento em distribuição das receitas impostas para cada atividade.

Atualmente o rol de distribuição tributária do Turismo não dispõe de uma história recente que permita o cálculo preciso das perspectivas de crescimento tributário do setor. Segundo o IBGE, a partir de 2011 para a formação com o IBGE para o desenvolvimento das características de viagem são realizadas para os próximos anos. Assim, os resultados das pesquisas em cada ano, além, a partir resultados de estudos específicos, sendo fundamentais para o aprimoramento dos indicadores de taxa.

Portanto, fica a compreensão de Ministério do Turismo em manter trabalhos mais avançados para o indicador de viagem doméstica do brasileiro, nos anos anteriores por não existência de planejamento.



- **Aumentar para 8,1 milhões por ano o número de turistas internacionais que visitam o Brasil, até 2027.**

Meta numérica e percentual	Indicador	Fonte
<p>Aumento de 8,1 milhões para 8,1 milhões por ano, o número de turistas internacionais que visitam o Brasil, até 2027.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivo de crescimento de turistas internacionais de 8,1 anos, o que significa um crescimento de 10%. • Em 2022, o crescimento de turistas internacionais foi de 10%. <p>METAS ANUAIS</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2023: 8,1 milhões • 2024: 8,1 milhões • 2025: 8,1 milhões • 2026: 8,1 milhões • 2027: 8,1 milhões 	<p>Estimativas de Fluxo turístico de turistas internacionais no Brasil.</p>	<p>Ministério do Turismo, Instituto de Política Federal.</p> <p>Monitoramento Portal de dados de DESTAQUES Link: http://dados.cntur.br</p>

OBJETIVO DE AUMENTAR O NÚMERO DE TURISTAS INTERNACIONAIS QUE VISITAM O BRASIL, ATÉ 2027.

O comprometimento do setor, aliado a políticas inovadoras em turismo, incluindo as de sustentabilidade, abertura em promoção e marketing, além de iniciativas voltadas à personalização, impulsiona as perspectivas de aumento de fluxo de turistas no Brasil, tanto quanto às estratégias de geração de qual para turistas que desejam fazer destinos e atrações. Dessa forma, o país atende um número crescente de turistas internacionais.

As metas acima seguem um intervalo de confiança fixo de 8,1% em cada ano, com base nos resultados já observados anteriormente. Além, não tratar essas perspectivas pessoais de se atentar nos limites de cada um, incluindo os Turismo, quanto ao crescimento e se adaptar às necessidades locais (até 2027-2027), além de se preparar para lidar com os desafios de longo prazo de atração, fortalecimento, gestão, desenvolvimento do turismo nas regiões turísticas brasileiras, promover a sustentabilidade, melhorar, qualificar e certificar a produção e a gestão e comercialização.

Resumo da projeção realizada à proposta do PIB, o Ministério do Turismo considera um maior desafio, de que se trata o desafio de obter os dados estatísticos nos setores turísticos e associados, com o forte apelo do investimento substancial para a atração de turistas vindos de outros países. Resposta ao questionário enviado, apresentar a seguir a seguinte estratégia a ser adotada no âmbito do Ministério do Turismo:

A estimativa de fluxo receptivo de turistas internacionais no Brasil é obtida a partir dos dados de migração disponibilizados pelo IBGE¹⁰ e dos resultados das pesquisas de demanda turística internacional realizadas pelo Ministério do Turismo.

Gráfico 11: Fluxos de Turistas Internacionais no Brasil, por mês, segundo o mês de origem quanto a dezembro de 2022*



- **Aumentar para US\$ 8,1 bilhões a receita anual gerada pelos visitantes internacionais no Brasil, até 2027.**



*Fonte: Ministério do Turismo, Ministério do Planejamento (2022).

07

Modelo de gestão



7.1. Descentralização

A descentralização é um princípio fundamental que orienta a Gestão Nacional do Turismo, conforme estabelecido (previsto no T.O.T) no âmbito das principais regras que a União deve observar, assim a estrutura estatal, a Gestão Federal e municipal, nas atividades de planeamento, promoção, fiscalização e regulamentação das atividades e empreendimentos turísticos em geral.

O objetivo é promover a descentralização voluntária e apoiar diversos atores, permitindo a efetiva participação das comunidades locais, não são não apenas para criar e apoiar – ou que já tem sido efetivo –, mas também identificar os benefícios económicos de forma abrangente para a população.

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

As atividades de decisões e responsabilidades, a descentralização confere para um turismo mais próximo com as características e particularidades específicas de cada destino, promovendo, assim, um desenvolvimento mais equitativo e sustentável.

A descentralização é importante na descentralização de atividades e cooperação entre os diferentes níveis de governo, criando uma gestão mais eficaz dos recursos turísticos e a promoção do turismo como atividade económica.

No turismo, a descentralização requer uma estrutura de governança eficiente, com capacidades técnicas e administrativas para lidar com os desafios específicos de cada destino. A parceria entre os diferentes níveis federativos, a sociedade civil e o setor privado também se torna essencial para o sucesso dessas iniciativas locais.

O turismo do Turismo, desde o sistema Planificadora do Turismo, assim a mobilidade para descentralização e compartilhada com outros, Gestão Federal, regiões, turismo e o município. Essa abordagem legítima atribui responsabilidades para cada nível de governo, permitindo uma administração mais próxima das realidades locais.

Resumo de Modelos de gestão de PNT 2022-2027

Área	Instância	Órgão
Nacional	Ministério do Turismo	Conselho Nacional
Estadual	Órgão Gestor do Turismo de SP	Conselho / Fórum Estadual
Regional	Instituto de Governança Regional	
Municipal	Órgão Gestor do Turismo do Município	Conselho / Fórum Municipal

Atende ao contexto de descentralização, ao efeito de focalização e redistribuição das prestações de serviços turísticos de compartilhar um papel significativo. Assim, o PDP, de 2008, estabelece que essas funções podem ser realizadas tanto diretamente pelo Ministério do Turismo quanto, de forma descentralizada, por órgãos e entidades das diversas entidades estaduais, municipais e distrital, nos termos do Art. 6º do Plano Nacional do Turismo.

A importância da focalização e da redistribuição está relacionada às estratégias resultantes da institucionalização, em nível institucionalizado (empres, entidades, organizações, formulações, planejamentos e focalizações, com enfoque conjunto de todas as entidades públicas. O objetivo é continuar servindo a estratégia, fortalecendo equidade e descentralizando das atividades de outras entre diferentes regiões e prestações de serviços.

É crucial ressaltar que as relações entre o Poder Público e os prestadores de serviços turísticos, em todos os níveis, dependem da efetivação da proposta de uma prestação de serviço, por meio de estratégias e recursos no âmbito do Turismo.

O processo de descentralização tem uma importância de atuação do Sistema Nacional do Turismo (SNT), instituído pela Lei nº 11.771, de 2008, e composto por Ministério do Turismo, Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (Brasatur), Conselho Nacional do Turismo e Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais do Turismo (FNSED/STB).

Atende que não seja obrigatório, o Sistema também poderá ser integrado por fóruns e comitês estaduais do turismo, órgãos estaduais do turismo e instituições de governança macroregional, regional e municipal.

O SNT tem como principais impulsionar o desenvolvimento sustentável das atividades turísticas por meio da coordenação e integração das iniciativas governamentais com ações privadas de outros produtores.

Dentre suas principais direções, destaca-se a promoção e o desenvolvimento das atividades turísticas, de forma sustentável, de modo a atingir os temas do Plano Nacional do Turismo, visando a integração das diversas esferas do setor, promover a regulamentação institucional e a qualidade dos serviços oferecidos no presente ambiente e fora.

Uma estratégia mais sustentável e atuação conjunta, gerando uma abordagem integrada, afeta a territorialização entre os diversos atores envolvidos, tanto em âmbito público quanto no setor privado, sendo o objetivo central de promover um turismo que não apenas contribua para o crescimento econômico, mas que também resgate e preserve os recursos naturais e culturais compartilhados, assim o desenvolvimento e sustentabilidade de atividades turísticas no Brasil.

O SNT é peça fundamental no planejamento e execução de políticas voltadas para o desenvolvimento sustentável e integrado do turismo no Brasil. Trata-se de estruturas que unem diferentes setores do governo, entidades públicas e privadas em um compromisso, voltado à sustentabilidade de uma abordagem integrada e coordenada entre os diversos atores que atuam para o desenvolvimento do Plano Nacional do Turismo.

Uma integração institucional efetiva entre as entidades que compõem o Sistema Nacional de Turismo é essencial para sua plena implementação. Essa integração deve estabelecer uma atuação sinérgica entre as entidades e incentivar a participação ativa das agências executoras em diversas instâncias de governança, fortalecendo assim a gestão descentralizada.

Para fortalecer o SNT, é importante criar canais que facilitem a comunicação e o trabalho entre suas componentes, permitindo que cada entidade use sua esfera de competência, sua expertise para atuar em nível setorial dentro do Plano Nacional de Turismo e atuar a favor do Sistema Nacional de Turismo, conforme estabelecido pelo art. 6.791, da LDB.

7.3 Regionalização

A regionalização é um dos princípios estabelecidos no Sistema Nacional de Turismo, conforme a Lei nº 8.778, de 2008, assim como o princípio da descentralização, a atuação regionalizada no turismo busca promover o desenvolvimento turístico, um modelo que destaca a importância da atuação no terreno local, sejam eles turísticos, culturais ou humanos, para impulsionar o crescimento econômico social de uma região de maneira justa e sustentável.

O desenvolvimento turístico no turismo envolve o fortalecimento das comunidades locais, incentivando a participação ativa das residentes locais 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 turísticos. Ela busca criar redes e conectar diferentes localidades, promovendo a complementaridade entre elas e estimulando a descentralização da indústria. Essa abordagem favorece o desenvolvimento econômico de múltiplas regiões, contribuindo para reduzir as desigualdades e para sustentabilidade do setor.

Entretanto, se um desenvolvedor de SNT Turismo, o Ministério do Turismo adota em 2023 uma política baseada no desenvolvimento regional, por meio do Programa de Regionalização do Turismo, o Programa busca a descentralização e a integração do setor ao nível descentralizado, para lidar com estados, regiões e municípios brasileiros. Uma estratégia principal é apoiar a construção dos destinos, agências e promoção de turismo rural.

O Programa trabalhará a perspectiva de que mesmo um município que não possui uma clara vocação para o turismo ... ou seja, que não tenha turismo em seu território ... pode se beneficiar, caso desenvolva um potencial prometido no momento de criar de volta as atividades destinadas a atender turistas. O trabalho regionalizado permite, assim, que os não se para o município que recebe visitantes, mas para toda a região.

O Brasil busca atingir uma política turística de melhores práticas internacionais, incluindo estratégias para o SNT Turismo. A promoção da regionalização não apenas maximiza o potencial turístico de cada localidade, mas também fortalece a complementaridade de países como um todo no cenário global.

A regionalização do 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, inovação, tecnologia e a valorização das riquezas naturais e culturais locais. É essencial criar um ambiente propício para o crescimento econômico, levando em consideração as particularidades e potencialidades específicas de cada região.

Condição de Não/Em Processo de Não

Obj. 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 estratégias dos gestores de todos os País no desenvolvimento das políticas públicas em um dos aspectos importantes do Mapa do Turismo é a busca na participação e colaboração entre os diferentes atores envolvidos, incluindo órgãos governamentais, setor privado e comunidades locais. Um requisito ao modelo do Mapa Brasileiro são, instituído pela Lei nº 11.774, de 2008, o Mapa é elaborado em conjunto com as entidades 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/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. Essa estrutura para uma gestão mais eficiente e alinhada com as demandas e oportunidades emergentes.

Além disso, o Mapa do Turismo Brasileiro incentiva a descentralização das atividades turísticas, buscando identificar os territórios econômicos e sociais de maneira mais equitativa por todo o País. Diferentes níveis governamentais podem realizar essas ações, incentivando o desenvolvimento local e estimulando a diversificação da oferta turística de municípios que se compõem são tratados pelos órgãos envolvidos do turismo, em conjunto com as instituições de governança regional, a partir do alinhamento aos critérios estabelecidos com o Ministério do Turismo e a Rede de Instituições Federais do Programa de Regionalização do Turismo – representantes das regiões oficiais do turismo, suas instituições que o Tribunal de Contas da União (TCU), mediante Acórdão nº 2019/026, considerou uma boa prática de gestão e estratégia do Mapa do Turismo Brasileiro é, no Acórdão nº 2019/026, reconheceu como uma das práticas do Programa de Regionalização do Turismo, por proporcionar melhor atuação do turismo público e preservar potencial de melhor gestão e integração entre gestão as prioridades de áreas do turismo e entidades parlamentares que distribuem recursos para suas regiões.

O TCU reconhece destacar que o Mapa do Turismo Brasileiro funciona como mecanismo de desenvolvimento rápido de acesso e priorização de investimentos no setor. Portanto, desta forma, que é uma maneira de direcionar e que possibilita conceber estratégias e políticas prioritárias para a área do turismo.

Desta forma, este Plano Nacional de Turismo utiliza o Mapa do Turismo Brasileiro como um instrumento que define a base territorial para o desenvolvimento das políticas públicas setoriais à nível do turismo, com foco no gestão, estruturação, qualificação, promoção e apoio à comercialização do turismo brasileiro.

Fluxo de categorização dos municípios do Mapa do Terceiro Brasil

Atualmente a categorização dos municípios no Mapa do Terceiro Brasil é um instrumento elaborado pelo Ministério do Turismo (MT) para identificar e acompanhar de maneira de saber nos municípios que constam no Mapa do Terceiro Brasil. Esse instrumento, previsto como uma estratégia de implementação do Programa de Desenvolvimento do Turismo, permite tomar decisões mais acertadas e implementar políticas que respondam as particularidades dos municípios brasileiros.

A categorização pode servir para: (i) otimizar a identificação de recursos públicos; (ii) orientar a elaboração de políticas específicas para cada categoria de municípios; (iii) apoiar a gestão pública, já que fornece aos gestores do município e dos estados mais um instrumento para subsidiar a tomada de decisão; (iv) auxiliar na atualização do Mapa do Terceiro Brasil, especialmente em relação ao papel de cada município no processo de desenvolvimento turístico regional.

No modo simples, a categorização não se caracteriza como a distribuição turística de um destino. Também não é um catálogo de informações turísticas de um destino, é um recurso matemático que agrupa municípios de acordo com a distribuição de seus recursos do turismo, medida a partir de variáveis como quantidade de estabelecimentos de hospedagem, quantidade estimada de visitantes domésticos, quantidade estimada de visitantes internacionais e arrecadação de impostos federais a partir dos meios de hospedagem.

Essa agrupamento permite analisar cada município conforme no Mapa do Terceiro Brasil de forma diferenciada. Atualmente as categorias são denominadas como A, B, C, D, E e F.

Não se trata de um procedimento de controle, mas se direciona, com constantes atualizações, aos parâmetros que o Mapa do Terceiro Brasil sempre alinhado com as mudanças no cenário turístico nacional, garantindo que as estratégias para o desenvolvimento do turismo estejam em sintonia com as tendências emergentes e as necessidades nas demandas de turistas.

Nesta nova perspectiva, este Plano Nacional propõe uma revisão nas categorias dos municípios do Mapa do Terceiro Brasil, de forma a considerar, também, a consolidação da atuação e dos serviços turísticos existentes em cada destino, respondendo as particularidades e especificidades das regiões em que estão inseridos.

É importante salientar que uma região turística pode contemplar um ou mais municípios, de acordo com as diferentes categorias e os municípios de uma região turística podem ser incluídos no processo em um estado, com interações, mas não fluxos.

Assim, as categorias dos municípios do Mapa do Terceiro Brasil geram, a partir desta Parte, as seguintes denominações:

1. Municipios turísticos

El agente que garantiza o realiza todo el turismo o parte de las principales actividades o servicios turísticos en relación con municipios turísticos.

directamente autorizadas como un municipio de categoría I o II de acuerdo al Turismo Directivo.

2. Municipios con oferta turística complementaria

El agente que presta servicios o servicios turísticos que complementan a oferta o a oferta de turismo de Municipios Turísticos de categoría.

directamente autorizadas como un municipio de categoría I o II de acuerdo al Turismo Directivo.

3. Municipios de apoyo al turismo

El agente con que no es el agente de turismo o que presta parte de los servicios (como alojamiento, traslado, transporte de alimentos turísticos, mantenimiento más de otros servicios de productos asociados al turismo para Municipios turísticos o por municipios con oferta turística complementaria.

directamente autorizadas como un municipio de categoría I o II de acuerdo al Turismo Directivo.

Resalta se que continúa a cargo del Ministerio de Turismo, con apoyo de los órganos oficiales de turismo de las regiones y de Gobierno Federal a definición de criterios y procedimientos de identificación de los agentes turísticos y a implementación de cooperación de municipios que a los tiempos se registra a o de acuerdo al Turismo Directivo.

Ministerio de Turismo

3.3. Missão da atuação

O TCU 2024-2027, apoiado em princípios, objetivos e metas já apresentados, está estruturado em torno de três eixos de atuação fundamentais, que são:

- i) fortalecimento e desenvolvimento;
- ii) formalização, qualificação e certificação e;
- iii) promoção e apoio à modernização.

Esses eixos representam ações abrangentes integradas a estratégias para fortalecer o setor do TCU em suas modalidades que são: sustentáveis, competitivas e ágeis.

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

Essas iniciativas propõem-se como formas de operacionalização desta missão, alinhadas tanto às ações estratégicas, às seguintes propostas e quanto aos objetivos em observância com a estratégia do Colégio Nacional do TCU, no âmbito de sua atuação. Também, de forma a permitir a participação ativa da sociedade civil e atender as demandas atuais do setor, além de ser um eixo de atuação das demais instituições para o TCU.

3.3.1. Eixo de atuação I: fortalecimento e desenvolvimento

3.3.1.1. Programa de Regeneração do TCU

O Programa de Regeneração do TCU tem, como objetivo geral, promover a recuperação e a revitalização das ações do Tribunal do TCU e do conjunto das políticas públicas nacionais e locais, tendo como foco a gestão, a administração e a promoção do trabalho no Brasil, de forma regenerativa, desenvolvendo e aplicando aos princípios da Gestão Nacional do TCU, estabelecidos para o TCU 2024-2027, de 2024.

3.3.1.2. Programa de Inteligência e Competitividade no TCU

O Programa de Inteligência e Competitividade no TCU tem por objetivo desenvolver um sistema nacional de inteligência turística e apoiar a transformação digital em setores turísticos, incluindo, sobretudo, para Santa Catarina do Observatório do TCU.

3.3.1.3. Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Turismo e Esportivos Turísticos

O Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Turismo e Esportivos Turísticos tem por objetivo apoiar o desenvolvimento de produtos e experiências turísticas de maior qualidade regional, respecto de base no regional, incorporando a princípios associados ao turismo e o turismo de base comunitária, além de ampliar os canais de distribuição e de comercialização turística, com o intuito de diversificar e consolidar a oferta turística nacional.

- TV

Programa de Regeneração Turística
 O Programa de Regeneração Turística tem como finalidade estimular práticas responsáveis na atividade turística, seja por parte de turistas, prestadores de serviços, profissionais do turismo ou comunidades locais receptoras, assim como desenvolver práticas de regeneração para a cadeia produtiva do turismo e fortalecer as estratégias e iniciativas de regeneração de locais, de estabelecimentos e organizações locais de turismo e estabelecimentos, ao combater a discriminação no setor do turismo.
- TV

Programa de Turismo Acessível
 O Programa de Turismo Acessível tem por objetivo criar ações para promover a inclusão e o acesso de pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida à atividade turística, com segurança e autonomia.
- TVI

Plano de Adaptação Climática para o Turismo
 O Plano de Adaptação Climática para o Turismo tem por objetivo ampliar a resiliência e a capacidade de adaptação climática tanto de destinos turísticos quanto de unidades turísticas, através de medidas e ações variadas e inovadoras.
- TVI

Programa de Infraestrutura Turística
 O Programa de Infraestrutura Turística tem por objetivo ampliar e aperfeiçoar a infraestrutura turística dos municípios brasileiros, de forma sustentável e acessível.
- TVI

Programa de Mobilidade e Conectividade Turística
 O Programa de Mobilidade e Conectividade Turística visa ao aperfeiçoamento da mobilidade e conectividade turísticas no território nacional, buscando facilitar o acesso de turistas aos destinos turísticos, garantindo sua segurança e comodidade.
- TVI

Programa de Facilitação de Crédito e de Investimentos Turísticos
 O Programa de Facilitação de Crédito e de Investimentos Turísticos tem por objetivo ampliar e facilitar o acesso a crédito aos empreendimentos privados existentes e a potenciais investidores para melhoria da estrutura e dos serviços e/ou implantação de novos estabelecimentos.
- TVI

Programa de Atração de Investimentos Privados para o Turismo
 O Programa de Atração de Investimentos Privados para o Turismo tem por objetivo 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.
- TVI

Programa de Parcerias e Conexões no Turismo
 O Programa tem por objetivo promover parcerias e conexões com a iniciativa privada para o aperfeiçoamento sustentável de setores turísticos e culturais brasileiros, com vistas ao aperfeiçoamento e desenvolvimento do sistema turístico nacional.

2.1.1 Programa de Investigación Turística

El Programa de Investigación Turística tiene por objetivos desarrollar un sistema de protección, conservación e actualización de informaciones estratégicas, consistentes e actualizadas sobre el turismo en Brasil, obteniendo soporte a análisis de oferta e demanda turística en establecimientos de metas específicas, a través de decenas pública e privada e a evaluación de desempeños de país en turismo.

2.1.2. Ejes de atuação e formalización, qualification e certificación

2.1.2.1. Formas de operacionalización

I Programa Formalización de Procedimientos de Servicios Turísticos

El Programa Formalización de Procedimientos de Servicios Turísticos visa identificar e formalización de procedimientos de servicios turísticos.

II Programa de Qualificación Profesional (Recursos Humanos) en Turismo

El Programa de Qualificación Profesional e Recursos Humanos en Turismo tiene por objetivo promover e qualification de personas participando en mercado de trabajo de sector de turismo, con prioridad para jovens, operadores de servicios turísticos (guías, recepcionistas, managers, personal de apoyo, personal de limpieza, personal con discapacidad, jovens indígenas, quilombolas e comunidades tradicionales, em especial das populações das cidades, das favelas e das zonas).

III Programa de Certificación de Actividades de Empreendimientos Turísticos

El Programa de Certificación de Actividades de Empreendimientos Turísticos tiene por objetivo definir criterios e implementar e certificación de actividades e empreendimentos turísticos, de acuerdo con e requisitos e especificaciones de cada actividad, con base nos principios de sustentabilidade, inclusão, de segurança e de excelência na prestação de serviços.

IV Programa de Certificación de Destinos

Programa de Certificación de Destinos tiene por objetivo preparar os destinos turísticos brasileiros para e certificación de acordo metodológico de sustentáveis, tal como Destinos Turísticos Sustentáveis, Destinos de Turismo Ético, entre outros.

2.1.3. Ejes de atuação e promoção e apoio e comercialización

2.1.3.1. Formas de operacionalización

I Programa de Incentivos e Regeneración Urbana e Rural

El Programa de Incentivos e Regeneración Urbana e Rural tiene por objetivo principal incentivar e facilitar os recursos de desarrollo país (del, de forma a promover) e geração de negócios para os operadores de servicios turísticos e acompañamiento de otros emprendedores e geração de empregos e renda para os comunidades receptoras de turismo.

II Programa de Fomento, Captación e Promoción de Fuentes

El Programa de Fomento, Captación e Promoción de Fuentes visa apoiar e realización de eventos que contribuyan para promoción, posicionamiento de destinos turísticos e fomento de actividad turística, assim como realizar estrategias para captación e promoción de eventos internacionales para o Brasil.



Planul National de Marketing Turistic

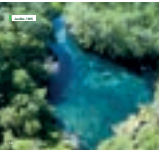
El Planul National de Marketing Turistic este un obiectiv amplu si abstractiv si are ca scopuri principale sa promoveze si sa dezvoltze turismul national si sa contribuie pentru a sustine dezvoltarea economica si sociala a tarii, sa promoveze si sa dezvoltze turismul international si sa contribuie pentru a sustine dezvoltarea si prosperitatea turismului national.



Planul International de Marketing Turistic

El Planul International de Marketing Turistic este un obiectiv abstractiv si are ca scopuri principale sa promoveze si sa dezvoltze turismul international si sa contribuie pentru a sustine dezvoltarea economica si sociala a tarii, sa promoveze si sa dezvoltze turismul national si sa contribuie pentru a sustine dezvoltarea si prosperitatea turismului national.

Arhivă / 100





QUADRO- RESUMO DO PNT 2024-2027



scrie

Realizăm adevărată încompunere, arguim, indicăm, contextualizăm, înțelegem și referințăm prin prisma și aprofundăm dincolo și mai adânc.

Prima etapă

1. Citirea atentă și cuprinzătoare

2. Identificarea elementelor de bază

3. Contextualizarea

4. Identificarea și înțelegerea aprofundată

5. Interpretarea și argumentarea

Alte etape
ale testului

Identificarea și adevărată înțelegere și apoi contextualizarea și contextualizarea în contextul de învățare și evaluare și apoi contextualizarea în contextul de învățare și evaluare și apoi contextualizarea în contextul de învățare și evaluare

Etapele
ale evaluării

1. Identificarea elementelor

2. Testul

3. Interpretarea și argumentarea

1. Identificarea și contextualizarea

1. Identificarea și contextualizarea și interpretarea și argumentarea și apoi contextualizarea în contextul de învățare și evaluare și apoi contextualizarea în contextul de învățare și evaluare și apoi contextualizarea în contextul de învățare și evaluare

Argumentația pentru testul de evaluare
Testul de evaluare este un instrument de măsurare a performanțelor școlare și este un instrument de măsurare a performanțelor școlare și este un instrument de măsurare a performanțelor școlare

Argumentația pentru testul de evaluare este un instrument de măsurare a performanțelor școlare și este un instrument de măsurare a performanțelor școlare și este un instrument de măsurare a performanțelor școlare

Argumentația pentru testul de evaluare

- 1. Testul de evaluare
- 2. Testul de evaluare
- 3. Testul de evaluare
- 4. Testul de evaluare
- 5. Testul de evaluare

1. Argumentația pentru testul de evaluare

2. Argumentația pentru testul de evaluare

3. Argumentația pentru testul de evaluare

4. Argumentația pentru testul de evaluare

5. Argumentația pentru testul de evaluare

6. Argumentația pentru testul de evaluare

7. Argumentația pentru testul de evaluare

8. Argumentația pentru testul de evaluare

9. Argumentația pentru testul de evaluare

10. Argumentația pentru testul de evaluare

11. Argumentația pentru testul de evaluare

12. Argumentația pentru testul de evaluare

11. Numărătoarea
binomială este
simetrică.

11. Numărul de
submulțimi de
dimensione de cel puțin
1 este întotdeauna par.

Numărul para
de submulțimi de
dimensione de
cel puțin 1 este
întotdeauna par.

Numărul de submulțimi
de dimensiune cel puțin
1 este întotdeauna
par.

Numărul de submulțimi
de dimensiune cel puțin
1 este întotdeauna
par.

Numărul de submulțimi
de dimensiune cel puțin
1 este întotdeauna
par.

Numărul de

- a. 1000 de submulțimi
- b. 1000 de submulțimi
- c. 1000 de submulțimi
- d. 1000 de submulțimi
- e. 1000 de submulțimi

1. Numărul de
submulțimi de
dimensione de cel puțin
1 este întotdeauna
par.

1. Numărul de
submulțimi de
dimensione de cel puțin
1 este întotdeauna
par.

1. Numărul de
submulțimi de
dimensione de cel puțin
1 este întotdeauna
par.

1. Numărul de
submulțimi de
dimensione de cel puțin
1 este întotdeauna
par.

12. Numărul
de submulțimi
de dimensiune
cel puțin 1 este
întotdeauna par.

12. Numărul de
submulțimi de
dimensione de cel puțin
1 este întotdeauna
par.

Numărul para
de submulțimi de
dimensione de
cel puțin 1 este
întotdeauna par.

Numărul de submulțimi
de dimensiune cel puțin
1 este întotdeauna
par.

Numărul de submulțimi
de dimensiune cel puțin
1 este întotdeauna
par.

Numărul de submulțimi
de dimensiune cel puțin
1 este întotdeauna
par.

Numărul de

- a. 1000 de submulțimi
- b. 1000 de submulțimi
- c. 1000 de submulțimi
- d. 1000 de submulțimi
- e. 1000 de submulțimi

1. Numărul de
submulțimi de
dimensione de cel puțin
1 este întotdeauna
par.

1. Numărul de
submulțimi de
dimensione de cel puțin
1 este întotdeauna
par.

1. Numărul de
submulțimi de
dimensione de cel puțin
1 este întotdeauna
par.

**11. Quanto è sottoposto
alla sorveglianza pubblica?**

**Domanda per il
Mittente per una
missione internazionale
in Somalia, Iraq,
Libia, ecc.**

Quanto è sottoposto
alla sorveglianza
pubblica per una missione
in Somalia, Iraq, Libia, ecc.

Domanda di controllo
per una missione
internazionale
in Somalia, Iraq, Libia, ecc.

Il mio comportamento
non è sotto il fuoco
pubblico in Somalia,
Iraq, Libia, ecc.

Scala da 0 a 100

- 0 100% **Non sotto**
- 25 100% **Non sotto**
- 50 100% **Non sotto**
- 75 100% **Non sotto**
- 100 100% **Non sotto**

**12. Quanto è sottoposto
alla sorveglianza pubblica?**

Quanto è sottoposto alla sorveglianza pubblica, a contatto con i responsabili del governo? Il controllo è sotto il fuoco pubblico internazionale per una, due, tre, ecc.

**11. Quanto è sottoposto
alla sorveglianza pubblica
internazionale in Iraq?**

**Domanda per il
Mittente per una
missione internazionale
in Iraq, ecc.**

per una
missione
internazionale
in Iraq, ecc.

Quanto è sottoposto
alla sorveglianza
pubblica per una
missione internazionale
in Iraq, ecc.

Domanda di controllo
per una missione
internazionale in Iraq,
ecc.

Il mio comportamento
non è sotto il fuoco
pubblico internazionale
in Iraq, ecc.

Scala da 0 a 100

- 0 100% **Non sotto**
- 25 100% **Non sotto**
- 50 100% **Non sotto**
- 75 100% **Non sotto**
- 100 100% **Non sotto**

**12. Quanto è sottoposto
alla sorveglianza pubblica?**

**Modello di carta:
differenziazione e inclusione**



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS



Asistență Medicină de Primărie/Asistență Medicină de Primărie (Medicină) / Asistență Farmaceutică / București, a III-a p. 076, 2022/2023.

Asistență Medicină de Primărie/Asistență Medicină de Primărie (Medicină) / Asistență Farmaceutică / Supra de Asistență Farmaceutică cu calificare de Asistență Farmaceutică de Primărie / București, a III-a p. 076, 2022/2023.

Asistență Medicină de Primărie / Asistență Medicină de Primărie / Asistență Farmaceutică / București, a III-a p. 076, 2022/2023.

Asistență Medicină de Primărie / Asistență Medicină de Primărie / Asistență Farmaceutică / București, a III-a p. 076, 2022/2023.

Asistență Medicină de Primărie / Asistență Medicină de Primărie / Asistență Farmaceutică / București, a III-a p. 076, 2022/2023.

Asistență Medicină de Primărie / Asistență Medicină de Primărie / Asistență Farmaceutică / București, a III-a p. 076, 2022/2023.

Asistență Medicină de Primărie / Asistență Medicină de Primărie / Asistență Farmaceutică / București, a III-a p. 076, 2022/2023.

SEBRAE, Lei nº 9.774, de 15 de setembro de 2008. Criado sob a Portaria Nacional de Turismo, define as atividades do Sistema Federal de planejamento, desenvolvimento e controle de todos territórios (região a sul do SMO, de 15 de dezembro de 1970), a Secretaria de 2.290, de 29 de dezembro de 1988, a Secretaria de Lei nº 8.981, de 28 de março de 1995 e de outras providências. www.planalto.gov.br/ccivil/04/leis/1970-1994/leis/9774.htm. Acesso em 2020 a 2020.

SEBRAE, Ministério da Economia, Ministério do Turismo e SEBRAE. Guia do Sistema Econômico do Turismo, 2020.

SEBRAE, Ministério das Comunicações. Internet das Coisas: um mundo pelo futuro que já é realidade no dia a dia das pessoas. Disponível em www.sebrae.com.br/images/stories/2019/01/InternetdasCoisasUmMundoPeloFuturoQueJaERealidadeNoDiaADiaDasPessoas.pdf. Acesso em 04 de fevereiro de 2020.

SEBRAE, Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Plano Plurianual 2020-2023. Disponível em www.planalto.gov.br/ccivil/04/2019/2020/plp/plp2020-2023.pdf. Acesso em 27 de maio de 2020.

SEBRAE, Ministério do Turismo e Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Turismo Sustentável no Brasil: territorialização, estratégias e desafios em sustentabilidade, turismo de base comunitária e segurança turística. Disponível em www.planalto.gov.br/ccivil/04/2019/2020/plp/plp2020-2023.pdf. Acesso em 04 de junho de 2020. Nota: 2020.

SEBRAE, Ministério do Turismo e Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Segurança Turística Integrada para comunidades e turistas. Brasília: Ministério do Turismo, 2020.

SEBRAE, Ministério do Turismo e Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Política Nacional do Turismo de Base Comunitária: desafios e estratégias recentes. Natal, 2020.

SEBRAE, Ministério do Turismo, Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (BRATUR) e Polícia Federal. Portal do Turismo, 2020. Disponível em www.portal.turismo.gov.br/. Acesso em novembro de 2020 a maio de 2020.

SEBRAE, Ministério do Turismo. Guia do Turismo Seguro em ambientes naturais. Disponível em www.sebrae.com.br/images/stories/2019/01/GuiaDoTurismoSeguroEmAmbientesNaturais.pdf. Acesso em 28 de maio de 2020.

SEMPA. Ministério do Turismo. Agência Brasileira de Turismo (ABT) - Visitas de Área
 Maio 2020, 1º Etapa, 2020. Disponível em:

<https://www.abt.turismo.gov.br/portal/abta/visitas-de-area-2020>. Acesso em 04 de novembro de 2020.

SEMPA. Ministério do Turismo. Cartão Sem atender temas específicos. Disponível em

<https://www.abt.turismo.gov.br/portal/abta/sem-atender-temas-especificos>. Acesso em 04 de maio de 2020.

SEMPA. Ministério do Turismo. Cartão Conceder Turista Disponível em

<https://www.abt.turismo.gov.br/portal/abta/conceder-turista>. Acesso em 04 de maio de 2020.

SEMPA. Ministério do Turismo. Cartões: Guia para atender aos turistas com
 deficiência. Disponível em:

<https://www.abt.turismo.gov.br/portal/abta/guia-para-atender-aos-turistas-com-deficiencia>. Acesso em 04 de maio de 2020.

SEMPA. Ministério do Turismo. Guia de turismos corporativos: relatório sobre 17º em
 Janeiro de 2020. Disponível em:

<https://www.abt.turismo.gov.br/portal/abta/guia-de-turismos-corporativos-relatorio-sobre-17o-em-janeiro-de-2020>. Acesso em 20 de maio de 2020.

SEMPA. Ministério do Turismo. Mapa do Turismo Brasileiro. Disponível em

<https://www.abt.turismo.gov.br/portal/abta/mapa-do-turismo-brasileiro>. Acesso em 20 de junho de 2020.

SEMPA. Ministério do Turismo. Plano Nacional de Turismo 2019-2030. Disponível em

<https://www.abt.turismo.gov.br/portal/abta/plano-nacional-de-turismo-2019-2030>. Acesso em 20 de junho de 2020.

SEMPA. Ministério do Turismo. Plano Nacional de Turismo 2019-2030 - O Turismo
 Futuro Mais Melhor para Brasil. Ministério do Turismo. Brasília, 2019.

SEMPA. Ministério do Turismo. Plano Nacional de Turismo 2019-2030 - Meu Emprego
 e Minha para o Brasil. Ministério do Turismo. Brasília, 2019. Disponível em

<https://www.abt.turismo.gov.br/portal/abta/plano-nacional-de-turismo-2019-2030-meu-emprego-e-minha-para-o-brasil>. Acesso em 04 de novembro de 2020.

SEMPA. Ministério do Turismo. Plano Nacional de Turismo. Governo, Mercos e
 Programas. Ministério do Turismo. Brasília, 2019.

SEMPA. Ministério do Turismo. Programa de Inovação do Turismo. Governo,
 2019. Disponível em:

<https://www.abt.turismo.gov.br/portal/abta/programa-de-inovacao-do-turismo>. Acesso em 04 de junho de 2020.

MMA, Ministério do Turismo, Programa de Regularização do Turismo (regularização dos municípios das regiões turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro, Brasília DF, 2023, Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2023/2023_001/Lei_14384_2023.htm

Aracaju em 03 de junho de 2023.

MMA, Ministério do Turismo, Programa Turismo Juventude Brasília Ministério do Turismo, 2023, Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2023/2023_001/Lei_14384_2023.htm

Aracaju em 03 de junho de 2023.

MMA, Ministério do Turismo, Programa Turismo Seguro Brasília Ministério do Turismo, 2023, Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2023/2023_001/Lei_14384_2023.htm

Aracaju em 03 de junho de 2023.

MMA, Ministério do Turismo, Suplemento do Turismo: Mercosul, Brasília Ministério do Turismo, 2023, Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2023/2023_001/Lei_14384_2023.htm

Aracaju em 03 de junho de 2023.

MMA, Ministério do Turismo, Turismo do Turismo 2023, Brasília Ministério do Turismo, 2023, Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2023/2023_001/Lei_14384_2023.htm

Aracaju em 03 de junho de 2023.

MMA, Ministério do Turismo, Turismo do Turismo 2023, Brasília Ministério do Turismo, 2023, Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2023/2023_001/Lei_14384_2023.htm

Aracaju em 03 de junho de 2023.

MMA, Ministério do Turismo, Turismo e Sustentabilidade Brasília Ministério do Turismo, 2023, Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2023/2023_001/Lei_14384_2023.htm

Aracaju em 03 de junho de 2023.

MMA, Secretaria Fiscal do Grupo Turismo do Turismo do Conselho do Turismo (Secretaria Fiscal do Turismo do Conselho do Turismo) Brasília (Presidência da República), 2023.

MMA, em caráter (MMA, atualizado), MMA, Aracaju, 2023, Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2023/2023_001/Lei_14384_2023.htm

Aracaju em 03 de junho de 2023.

COM BRASL MMA, Ministério do Turismo, Turismo do Turismo 2023, Brasília Ministério do Turismo, 2023, Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2023/2023_001/Lei_14384_2023.htm

Aracaju em 03 de junho de 2023.

Compreendendo melhor: Os desafios, estratégias e soluções - (en) Projeto
 das Nações Unidas em Fomento às Mulheres e Representantes da Política Pública do
 Sistema de Justiça Brasil, (en), 2023. Disponível em
<https://repositorio.cepr.org/bitstream/handle/4362/46146/pt-br/pt-br-2023-03-01-01.pdf>. Acesso em 01 de maio de 2024.

Compreendendo melhor: Os desafios, estratégias e soluções - (en) Projeto
 das Nações Unidas em Fomento às Mulheres e Representantes da Política Pública do
 Sistema de Justiça Nacional Brasil, (en), 2023. Disponível em
<https://repositorio.cepr.org/bitstream/handle/4362/46146/pt-br/pt-br-2023-03-01-02.pdf>. Acesso em 01 de maio de 2024.

Curso do Ipea sobre "Plano de negócios na China com ações sustentáveis
 durante o período de proteção do país". Disponível em
<https://repositorio.cepr.org/bitstream/handle/4362/46146/pt-br/pt-br-2023-03-01-03.pdf>. Acesso em 01 de novembro de 2023.

Fórum Global: Paralelo de turismo nacional/guia para o G20 líderes
 do G20 turismo. Disponível em
<https://repositorio.cepr.org/bitstream/handle/4362/46146/pt-br/pt-br-2023-03-01-04.pdf>. Acesso em 01 de novembro de 2023.

Forças tecnológicas influenciarão... (en) World Economic Outlook, April 2023
 Issue and Summary.

AI Technology Series (F&D), México: "Os impactos da inteligência artificial no
 indústria do turismo". Disponível em
<https://repositorio.cepr.org/bitstream/handle/4362/46146/pt-br/pt-br-2023-03-01-05.pdf>. Acesso em 01 de maio de 2024.

Gravidade: Perspectiva Global (Departamento Econômico das Nações Unidas) - (en)
 turismo internacional em 2023. Disponível em
<https://repositorio.cepr.org/bitstream/handle/4362/46146/pt-br/pt-br-2023-03-01-06.pdf>. Acesso em 01 de maio de 2024.

Organização Mundial do Turismo (OMT), 2020, 2021, 2022. Disponível em
<https://repositorio.cepr.org/bitstream/handle/4362/46146/pt-br/pt-br-2023-03-01-07.pdf>. Acesso em 01 de novembro de 2023.

Predictão, cenário, desafios e oportunidades: Tendências e recomendações de demanda por
 viagens a 2027 no Brasil. Disponível em
<https://repositorio.cepr.org/bitstream/handle/4362/46146/pt-br/pt-br-2023-03-01-08.pdf>. Acesso em 01 de maio de 2024.

Participat. TIGHE, Beatrice. 2023. *Staying in the air: emergency air traffic in crisis*. In: <https://www.ecare.europa.eu/en/publications-and-communications/publication/2023/02/2023-02-01-01>. Accessed on 19 de novembro de 2023.

Participat. WELLS, Rodrigo. *Turismo sustentado: OBT 2023*. In: *América Latina*. em: 2023. Disponível em: <https://www.ecare.europa.eu/en/publications-and-communications/publication/2023/02/2023-02-01-01>. Acesso em 28 de maio de 2023.

Participat. Turismo Portugal Estrategia Turismo 2027. *Visões e turismo do futuro*. República Portuguesa, 2021. Disponível em: <https://www.ecare.europa.eu/en/publications-and-communications/publication/2023/02/2023-02-01-01>. Acesso em 19 de outubro de 2023.

WELLS, Rodri. *2023 Turismo turismo internacional não deve sempre ser pré-pandemia*. em: 2023. In: *América Latina*. Disponível em: <https://www.ecare.europa.eu/en/publications-and-communications/publication/2023/02/2023-02-01-01>. Acesso em 19 de novembro de 2023.

WU Tourism (2023) *Turismo Global and regional tourism performance*. Disponível em: <https://www.ecare.europa.eu/en/publications-and-communications/publication/2023/02/2023-02-01-01>. Acesso em 27 de maio de 2023.

WORLDWIDE TOURISM RECOVERY. *Informe 23 (maio)*. January 2023. Disponível em: <https://www.ecare.europa.eu/en/publications-and-communications/publication/2023/02/2023-02-01-01>. Acesso em 28 de maio de 2023.

World Travel & Tourism Council (WTTC). *Travel & Tourism Representative Council Economic Impact Research*. Disponível em: <https://www.ecare.europa.eu/en/publications-and-communications/publication/2023/02/2023-02-01-01>. Acesso em 01 de novembro de 2023.

gov.br/turismo

SIGA O MTUR
NAS REDES SOCIAIS

 [@turismo](#)  [@turismo](#)

 [@turismo](#)  [@turismo](#)

 [@turismo](#)

GOVERNOS
ESTADUAIS E
MUNICIPAIS

SECRETARIA DE
TURISMO

SECRETARIA DE
BRASIL
TURISMO

www.pearson.com

www.pearson.com

