

Secretaria Nacional de Desenvolvimento e Competitividade do Turismo – SNTur

Quem somos?

A Secretaria Nacional de Desenvolvimento e Competitividade do Turismo é composta pelo Departamento de Inteligência Mercadológica e Competitiva do Turismo (DIMEC), Departamento de Qualificação (DEQUA) e Departamento de Marketing e Eventos (DME).

Esta secretaria tem como dever a estruturação de estudos para estimular o mercado do turismo de forma a garantir o posicionamento de produtos turísticos e a gestão de destinos inteligentes e criativos, sempre garantindo o crescimento do turismo de forma responsável.

Também cabe a SNTur a formalização e fiscalização de prestadores de serviços turísticos. Essa regulação permite a construção de diversos cursos e produtos focados para a qualificação dos prestadores.

Além disso, é compromisso da SNTur a coordenação de eventos geradores de fluxos turísticos e de toda a parte referente a publicidade e propaganda dos produtos e projetos desenvolvidos pelo Ministério do Turismo. Tendo também o dever de coordenar os eventos institucionais e patrocínio cedidos pelo Ministério.

Nossa atuação em 2020

Em 2020, a Secretaria Nacional de Desenvolvimento e Competitividade do Turismo atuou de forma inovadora, adaptando suas atividades ao contexto pandêmico atual, realizando as seguintes entregas:

Apoiou oito projetos, por meio de convênios, com recursos provenientes de Emendas Parlamentares Impositivas para a realização de marketing e publicidade relacionados à promoção e ao apoio à comercialização de roteiros e destinos turísticos. O investimento destes projetos totalizou R\$ 2.591.922,00.

Como uma das ações da retomada do turismo para a efetiva recuperação do turismo nacional, a SNTur convidou os estados a apresentarem propostas de campanha promocional com o objetivo de divulgar seus destinos locais e impulsionar o turismo regional. O resultado foi o apoio a 17 projetos que totalizaram o investimento de R\$ R\$ 8.297.787,90.

A SNTur também apoiou as solicitações recebidas pelo município de Gramado e pelo estado de Minas Gerais para a promoção de seus destinos, investindo o montante de R\$ 4.500.000,00.

Eventos Turísticos

A atipicidade do ano de 2020 fez com que os esforços da SNTur fossem redobrados, resultando no apoio a 12 projetos, por meio

de convênios, com recursos provenientes de Emendas Parlamentares Impositivas para a realização de eventos turísticos ao longo ano de 2021, conforme as medidas sanitárias vigentes à época. O investimento total destes projetos soma R\$ 3.459.250,00.

Monitorou e executou 07 projetos que totalizaram um investimento de R\$ 9.097.939,73 por meio de convênios com recursos provenientes de Emendas Parlamentares Impositivas e recursos de programação da SNDTur.

Formalização e Fiscalização

O Cadastro dos Prestadores de Serviços Turísticos (Cadastur), exigido pela Lei nº 11.771/2008 e vetor de formalização de prestadores de serviços turísticos, foi insumo essencial para embasar ações da retomada do turismo, especificamente em relação aos desafios enfrentados pelas empresas e profissionais turísticos durante a pandemia do Coronavírus. Os dados constantes na Plataforma, que caracterizam as atividades turísticas, serviram para a tomada de decisão em projetos como o Fungetur (oferta de crédito para empresas ligadas ao setor), Selo de Turismo Responsável (estabelece boas práticas de higienização e protocolos para cada segmento do setor) e, ainda, na análise de projetos de lei correlacionados.

O Cadastur finalizou o ano de 2020 com 119.557 prestadores formalizados, crescimento anual de 20%.

Já com relação a fiscalização de prestadores de serviços turísticos, diante do novo cenário mundial, por ocasião da pandemia, com o isolamento social e a conseqüente restrição nas atividades públicas e privadas, foram traçadas estratégias como a realização de fiscalização remota por meio de e-mail e telefone, com o intuito de disseminar os programas e projetos deste ministério como forma de incentivar a retomada do turismo no país. Essa estratégia resultou em uma sensibilização de 21.756 prestadores de serviços turísticos, a exemplo de meios de hospedagem, agência de turismo, transportadora turística e outros, no período de abril a outubro de 2020, o que contribuiu consideravelmente para o aumento de cadastros em todo país.

Além disso, foi realizada fiscalização remota em aproximadamente 1.600 prestadores de serviços turísticos com cadastro irregular, que possuíam selo do turismo responsável, o que resultou em 252 registros cadastrais imediatos. Paralelamente, foram realizadas fiscalizações oriundas de 146 denúncias apresentadas a este ministério, sempre procurando orientar e esclarecer o setor quanto aos seus deveres junto aos turistas, bem como as vantagens proporcionadas pelo governo federal aos empreendimentos legalizados.

O Ministério do Turismo, em entendimento conjunto com o Ministério da Justiça e Segurança Pública, promoveu no ano de 2020 ações de incentivo de adesão de empresas do setor à plataforma de resolução alternativa de conflitos "Consumidor.gov.br", ambiente digital que possibilita uma

negociação direta entre fornecedores e consumidores para a solução de conflitos de relações de consumo.

No ano de 2020, segundo dados do [consumidor.gov.br](https://www.consumidor.gov.br) (<https://www.consumidor.gov.br/pages/dadosabertos/externo/>), foram registradas 40.786 demandas em face de empresas prestadoras de serviços turísticos, com índice de resolutividade de 51,25%.

Inteligência Mercadológica e Competitividade

Visando ampliar a utilização da inteligência de mercado no mercado turístico foram produzidos três Boletins de Inteligência de Mercado no Turismo (BIMT): a 5ª edição apresentou as principais tendências de mercado para o turismo antes do início da pandemia; a 6ª edição - Parques do Brasil focou nas principais Unidades de Conservação brasileiras, seus atrativos, atividades turísticas disponíveis e as melhores épocas para visitação; e a 7ª edição do BIMT, voltado às Experiências do Turismo Rural.

A Rede de Inteligência de Mercado no Turismo (RIMT) se adaptou às mudanças que a crise sanitária impôs com a realização de seu 11º Encontro Nacional em formato virtual, no mês de setembro, durante a Abav Collab. Na perspectiva de desenvolvimento de Destinos Turísticos Inteligentes, no segundo semestre de 2020, foi assinado o Acordo de Cooperação Técnica entre o Ministério de Ciência Tecnologia e Inovação (MCTI) e o MTur para estabelecer um trabalho conjunto e sinérgico com foco na inovação para o turismo e na

implementação de políticas públicas para o desenvolvimento de ações que propiciarão a digitalização e a transformação de destinos turísticos em destinos turísticos inteligentes. O MTur firmou parceria com o instituto argentino Ciudades Del Futuro (ICF) e com a Sociedade Mercantil Estatal para a Gestão da Inovação e as Tecnologias Turísticas (SEGITTUR), da Espanha, instituições pioneiras no segmento. O objetivo destas parcerias é a construção de um modelo metodológico que permita o desenvolvimento de Destinos Turísticos Inteligentes no Brasil com vistas à melhoria da gestão e dos níveis de competitividade turística dos destinos.

Durante a ABAV Collab, feira virtual organizada pela Associação Brasileira de Agentes de Viagens (ABAV), a Coordenação-Geral de Produtos Turísticos posicionou e promoveu quatro nichos de mercado que fazem parte do posicionamento estratégico do Brasil: Cidades Criativas, Parques Nacionais, Trilhas de Longo Curso e Experiências Turísticas. Em relação as ações voltadas para a Rede Nacional de Trilhas de Longo Curso e Conectividade – RedeTrilhas, é importante destacar: em setembro foi publicada a Portaria Conjunta nº 500 que definiu os critérios de elegibilidade para a adesão das trilhas de longo curso Regionais e Nacionais. Assim, grupo de trabalho com o MMA e o ICMBIO, iniciou a análise das primeiras documentações. Em 2020 foram aprovadas na 1ª fase (análise preliminar) as trilhas: Caminho de Cora Coralina – GO, Transcarioca – RJ, Transmantiqueira RJ - SP-MG, Sucupira – DF e Caminhos da Serra do Mar – RJ. É importante ressaltar que a RedeTrilhas tem por objetivos ampliar e diversificar a oferta turística brasileira, de modo a

estimular o turismo em áreas naturais, gerar emprego e renda para as comunidades nas quais os percursos se desenvolvem e promover as trilhas de longo curso como instrumento de conservação da biodiversidade. Já na atuação frente às cidades criativas, o Ministério do Turismo começou a desenvolver a web série Rotas Criativas do Brasil, na qual serão mostrados os trabalhos criativos realizados nas dez cidades, além de ser disponibilizado um guia digital com os pontos imperdíveis mostrados durante cada episódio.

Campanhas Publicitárias

As ações de publicidade do MTur no primeiro semestre foram estrategicamente elaboradas como um importante fator de conscientização da população, na intenção de preservar a economia do segmento turístico como o exemplo da campanha “**Não Cancele, Remarque**”, que visava estimular a remarcação de reservas de passagens e hospedagens ao invés de cancelamento e reembolso, que representariam grande prejuízo para o trade turístico. A campanha gerou 1.233.537 cliques que direcionavam para a página da campanha e 166.912 visualizações completas do vídeo da campanha dentro das plataformas dos veículos contratados.

Ainda com o intuito de equilibrar a economia no setor turístico, o MTur lançou duas fases para a campanha “**Consumidor.gov.br**”, uma plataforma de negociação desenvolvida pelo Ministério da Justiça na qual se pode comunicar diretamente com as empresas participantes. As

empresas se comprometem a receber, analisar e responder as reclamações de seus consumidores em até 10 dias. A primeira fase da campanha visou estimular o cadastro de empresas do trade turístico e a segunda fase objetivou divulgar a plataforma para o público geral, incentivando negociações e resolução de problemas sem o desgaste de ações judiciais. Foram 148.915 cliques do trade incentivando o cadastro na plataforma e 991.830 cliques do turista, incentivando a negociação com as empresas.

No segundo semestre, o MTur lançou a campanha “**Selo Turismo Responsável**”, um programa que estabelece boas práticas de higienização para cada segmento do setor, o que gerou mais de 21 mil cadastros de adesão aos protocolos estabelecidos de saúde (dados de setembro/2020). A campanha contribuiu ainda para um incremento nos cadastros do Cadastur uma vez que, para aderir ao selo, é pré-requisito estar cadastrado no Cadastur. O Brasil foi um dos 10 primeiros países do mundo a lançar um selo de turismo responsável.

O MTur lançou, ainda, a campanha “**Fungetur**” divulgando a disponibilização de R\$ 5 bilhões no Fungetur para crédito emergencial a empreendedores do turismo, montante previsto na Lei 14.051/20 para auxiliar empreendimentos turísticos no momento de crise fortemente influenciada pela pandemia. O recurso, que é a maior liberação da história para o setor, é destinado aos prestadores de serviços turísticos cadastrados no Cadastur.

Em 2020, o Ministério incorporou às suas atribuições a Política Nacional de Cultura com a transferência da Secretaria Especial da Cultura – Secult conforme Decreto nº 10.359, de 20 de maio de 2020, trazendo para sua responsabilidade o desenvolvimento de políticas que contemplam a amplitude e a riqueza da nossa Cultura Nacional, podendo constatar que a cultura de um país contribui para a economia do Turismo.

A Lei 14.017, mais conhecida como “Lei Aldir Blanc”, prevê o auxílio financeiro ao setor cultural com o objetivo de dar suporte a profissionais da área que foram impactados pelas medidas de distanciamento social decorrentes da pandemia de coronavírus. O MTur lançou a “**Campanha Aldir Blanc**” com o intuito de divulgar a lei e fornecer informações aos interessados no setor cultural.

Depois de uma série de esforços, medidas e campanhas para apoiar o setor e as empresas de turismo, em novembro e dezembro, o desafio do MTur foi executar uma campanha publicitária para a retomada da economia no setor do turismo de forma responsável e segura. Com isso, foi lançada a “**Campanha de Retomada do Turismo**” que traz estímulo e alertas necessários para os brasileiros voltarem a viajar com segurança e destaca pontos importantes como medidas de segurança tomadas pelo turista, evidência para o Selo Turismo Responsável e prioridade para o modal rodoviário. O conceito da campanha foi “Viaje com responsabilidade”. Redescubra o Brasil”.

A Retomada do Turismo vai além de uma campanha publicitária. É uma aliança nacional que reúne poder público, iniciativa privada, terceiro setor e Sistema S, coordenada pelo Ministério do Turismo, para mitigar os efeitos negativos causados no setor, em decorrência da pandemia da Covid-19. Foi lançado ainda um hotsite com conteúdo de orientações importantes para os parceiros, bem como peças publicitárias para uma maior capilaridade da campanha.

Os contratos de publicidade do MTur possuem o valor de R\$ 50 milhões, divididos entre as duas agências de publicidade licitadas, tendo seu início no dia 06/12/2017, sendo renovados no dia 06/12 dos anos subsequentes, com a última renovação tendo ocorrido no dia 06/12/2020, excepcionalmente com vigência por apenas 3 meses. As Ordens de Serviço autorizando investimentos em publicidade no ano de 2020 foram:

Vigência Contrato 06/12/2019 a 05/12/2020

Campanha	GASTRONOMIA (iniciada em 2019)
Total	R\$ 15.292.960,92

Campanha	NÃO CANCELE, REMARQUE
Total	R\$ 2.387.637,80

Campanha	CONSUMIDOR.GOV.BR
Total	R\$ 1.129.046,45

Campanha	SELO TURISMO RESPONSÁVEL
Total	R\$ 5.275.846,94

Campanha	CONSUMIDOR.GOV.BR - FASE II
Total	R\$ 1.843.821,54

Campanha	FUNGETUR
Total	R\$ 1.737.340,57

Campanha	LEI ALDIR BLANC
Total	R\$ 3.997.190,51

Campanha	RETOMADA DO TURISMO
Total	R\$ 10.977.961,72

Total Agência Nacional	R\$ 22.136.684,03
Total Agência Propeg	R\$ 23.824.373,44
Total	R\$ 45.961.057,48

Vigência Contrato 06/12/2019 a 05/03/2021

Campanha	FUNGETUR – fase II
Total	R\$ 1.561.845,60

Campanha	RETOMADA DO TURISMO
Total	R\$ 1.390.463,98

Campanha	CONSUMO RACIONAL DE ENERGIA E ÁGUA (Campanha da SECOM por meio de TED)
Total	R\$ 10.869.103,77

Total Agência Nacional	R\$ 7.150.076,11
Total Agência Propeg	R\$ 6.671.337,24
Total	R\$ 13.821.413,35

Fonte: Planilha de controle de emissão de Ordens de Serviço da CGMK

Cabe ressaltar que a execução dos pagamentos quase sempre é menor que o valor total autorizado nas Ordens de Serviço, devido a eventuais falhas em veiculação, por exemplo.

[Resumo de resultados de campanhas 2020 disponíveis até 11/02/2021](#)

Campanha Não cancele, remaque!

Impressões = 363.922.408

Cliques = 1.876.544

Cpm = R\$ 5,54

Viewability = 70,32%

Ctr = 0,52%

Alcance = 67.502.082

Consumidor.gov – fase 1

Impressões = 135.678.023

Cliques = 767.566

Cpm = R\$ 7,89

Viewability = 42,08%

Ctr = 0,57%

Alcance = 12.865.011

Consumidor.gov – fase 2

Impressões = 61.732.311

Alcance = 30.181.677

Viewability = 74%

Ctr = 0,93%

Cliques = 617.865

Selo Turismo Responsável

Impressões = 44.280.630

Alcance = 20.012.909

Viewability = 80%

Ctr = 2,17%

Cliques = 965.006

Sobre as campanhas que não mostram os resultados neste relatório, ainda não foram remetidos os resultados consolidados pelas agências de publicidade.

Glossário

Impressões: diz respeito a quantidade de vezes que um post ou anúncio foi visto, sem diferenciar se ele foi visualizado mais de uma vez pelo mesmo usuário.

Alcance: é uma estimativa de quantas contas visualizaram a publicação pelo menos uma vez. Com essa métrica, é possível entender quantas pessoas foram atingidas por uma publicação ou anúncio, mesmo que não tenham interagido diretamente com esse conteúdo.

Viewability: mensura a efetividade da exibição: quantos usuários viram, de fato, o anúncio.

CTR (taxa de cliques): é o número de cliques recebidos pelo anúncio dividido pelo número de vezes que ele foi exibido:
 $\text{cliques} \div \text{impressões} = \text{CTR}$

Participação em Feiras e Eventos de Turismo e Patrocínio

Tendo em vista as medidas sanitárias impostas pela pandemia da Covid-19 que tiveram início em março de 2020, grande parte da agenda de eventos do Brasil foi adiada ou até mesmo cancelada.

O setor de eventos teve que repensar o seu formato, uma vez que a alternativa seria adiar ou cancelar as suas atividades até que o cenário da Covid-19 melhorasse no Brasil. Desta forma, foram implementadas novas plataformas com o intuito de possibilitar a realização dos eventos, mantendo a segurança da população.

Assim, os eventos do tipo híbrido ou virtual ganharam força neste ano, possibilitando que o mercado não fosse totalmente paralisado. Foi neste cenário que o Ministério do Turismo participou da **ABAV Collab**, realizada virtualmente entre os dias 27 de setembro a 02 de outubro de 2020, e que possibilitou a participação do MTUR com 45 estandes virtuais, 15 palestras no formato *live* e 16 palestras pré-gravadas.

Somando as *Lives* e as Palestras Pré-gravadas executadas durante a ABAV, o Ministério do Turismo apresentou 1.919 minutos de conteúdo para o público do evento.

Ademais, em termos de público, observou-se, por meio da ferramenta de contagem de acessos e visualização do evento que, durante as palestras executadas pelo MTur para a ABAV, tivemos público total de 3.755 pessoas *on-line*, durante todos os dias do evento somados.

Com relação às interações feitas nos estandes que compuseram o pavilhão do MTur, dentre pessoas que foram atendidas pelos representantes de cada estande, bem como aquelas que baixaram e visualizaram os conteúdos disponíveis, cerca de 12.803 pessoas visitaram o pavilhão do Ministério do Turismo.

Com o relaxamento das medidas de segurança em alguns estados brasileiros, o MTur assegurou sua participação na **31ª edição da Feira Nacional de Artesanato**, de 1 a 6 de dezembro, em Belo Horizonte, por meio da locação de piso e montagem de espaços onde ocorreram ações como: Promoção audiovisual do Brasil de Norte a Sul, atendimento ao público e ações de apoio à comercialização do artesanato brasileiro.

As ações de apoio à comercialização foram realizadas em parceria com a SECULT – MG em que participaram representantes dos circuitos de artesanato de Minas Gerais, totalizando cerca de 32 municípios que estiveram presentes no estande proporcionado pelo MTur.

A Feira Nacional de Artesanato foi um evento híbrido, presencialmente teve 29.450 visitantes, enquanto virtualmente ela ainda está acontecendo. Presencialmente gerou um impacto econômico de R\$10.307.500,00 em negociações, valor este que ficou no mesmo patamar dos anos anteriores.

Ademais, a Coordenação de Eventos Institucionais e Patrocínios, com a entrada em vigor do Art. 24 do Decreto 10.359 de 20 de maio de 2020 do Ministério do Turismo, está desenvolvendo

uma nova forma de participação em eventos que é coordenada em nível estratégico pela SECOM, a modalidade do Patrocínio.

Nesta modalidade poderão ser apoiados projetos e eventos nacionais ou internacionais, presenciais ou virtuais, que acontecem no Brasil, incluindo os eventos esportivos e culturais, que contribuam, direta ou indiretamente, para a melhoria das estratégias de promoção dos produtos e destinos turísticos brasileiros e para a melhoria da competitividade do marketing turístico nacional.

O intuito do programa de patrocínio do MTUR é apoiar a realização de projetos intrínsecos e temáticos do turismo como forma de divulgar os programas e ações da Pasta, além de fortalecer sua imagem e relacionamentos interinstitucional e intersetorial. Ao associar a marca do Ministério do Turismo e do Governo Federal a produtos, serviços, projetos e eventos que tenham aderência ao turismo e a missão deste Órgão, contribuindo para a disseminação da identidade e programas do ministério para o nosso público de interesse.

Qualificação

Visando dar início ao processo de implementação da Política Nacional de Qualificação no Turismo (PNQT), com a concepção de referenciais metodológicos para o desenvolvimento dos Planos Territoriais, Programas e Projetos de Qualificação no Turismo Nacional, foi desenvolvido projeto piloto focado nas 30 Rotas Estratégicas que integram o Programa Investe Turismo. O projeto foi dividido em 2 fases, a 1ª Fase é composta por 8 Rotas

Turísticas Estratégicas e 55 Municípios contemplados. A 2ª Fase é composta por 22 Rotas Turísticas Estratégicas e 117 Municípios.

Visando preparar os profissionais do receptivo para bem atender o turista, a fim de promover a elevação da qualidade no atendimento e o aperfeiçoamento profissional, foi desenvolvido o Curso de Atendimento ao Turista – Brasil Braços Abertos. Esta qualificação tem a carga horária de 80 horas.

Para auxiliar os gestores – públicos ou privados – responsáveis por planejamento, execução e avaliação das políticas de turismo foi desenvolvido o curso Gestor de Turismo, com carga horária de 50 horas.

Atendendo as pessoas que desejam ingressar no setor de turismo ou aqueles profissionais que desejam ampliar o seu conhecimento foi desenvolvido a Formação Inicial e Continuada (FIC), com a oferta dos seguintes cursos: Agente de Recepção e reservas em Meio de Hospedagem (160 horas), Copeiro (160 horas), Espanhol Básico (160 horas), Espanhol Intermediário (160 horas), Mensageiro em Meio de Hospedagem (160 horas) e Garçom (200 horas) – cursos iniciados em 2020, com previsão de término em 2021.

Em parceria com o Ministério da Educação (MEC) foi ofertada Capacitação Profissional Técnica para estudantes de ensino médio. Os cursos são ofertados por intermédio do MedioTec e tem carga horária de 800 a 1.200 horas.

Especialização técnica em Atrativos Turísticos Culturais e Naturais para Guias de Turismo Regionais nas 5 Macrorregiões do Brasil, na modalidade semipresencial, com carga horária de 200 horas, sendo 160 horas de aula teórica e 40h de aulas práticas – cursos iniciados em 2020, com previsão de término em 2021.

Para melhor recepcionar os turistas estrangeiros foi desenvolvido uma qualificação profissional nos Idiomas Inglês e Espanhol para Condutores e Guias de Turismo, com carga horária de 200 horas. Os cursos foram iniciados em 2020, com previsão de término em 2021.

O ano de 2020 contabilizou o total de 7.126 pessoas qualificadas. As iniciativas anteriormente relacionadas têm por objetivo impulsionar e promover a qualificação dos profissionais e dos produtos do Turismo cuja implementação conta com os seguintes instrumentos celebrados em 2020:

Tabela 1 – Instrumentos celebrados para promoção e qualificação de profissionais e produtos do turismo

Instrumento	Partícipe	Objeto	Valor (R\$)
Convênio – Emenda Parlamentar	Secretaria de Estado do Turismo do Rio Grande do Norte (SETUR/RN)	Oferta de Curso Técnico em Guia de Turismo para Pessoas dos municípios que integram o Polo Costa Branca	159.938,66
Termo de Execução Descentralizada – Emenda Parlamentar	Universidade Federal Fluminense (UFF)	Qualificar Gestores Públicos e Privados do Turismo nos municípios do estado do Rio de Janeiro, prioritariamente aqueles que integram o Mapa do Turismo no estado do Rio de Janeiro	440.454,00
Termo de Execução Descentralizada	Universidade Federal do Tocantins (UFT)	Ofertar Cursos de Especialização em Atrativos Turísticos Culturais e Naturais para Guias de Turismo habilitados no Cadastur como "Guia Regional" dos estados das macrorregiões Norte e Centro-Oeste	967.680,00
Termo de Execução Descentralizada	Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO)	Ofertar Cursos de Especialização em Atrativos Culturais e Naturais, para Guias de Turismo habilitados no Cadastur como "Guia Regional" dos estados da macrorregião Sudeste	1.871.456,40
Termo de Execução Descentralizada	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB)	Ofertar Cursos de Especialização em Atrativos Culturais e Naturais, para Guias de Turismo habilitados no Cadastur como "Guia Regional" dos estados da macrorregião Nordeste	1.316.040,00
Termo de Execução Descentralizada	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná (IFPR)	Ofertar Cursos de Especialização em Atrativos Turísticos Culturais e Naturais para Guias de Turismo habilitados no Cadastur como "Guia Regional" dos estados da macrorregião Sul	910.800,00
Termo de Execução Descentralizada	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais (IFSULDEMINAS)	Oferta de 2.660 vagas em cursos de Formação Inicial e Continuada ou qualificação profissional (FIC), no âmbito da Bolsa-Formação Trabalhador do Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (PRONATEC), na modalidade a distância	1.007.100,00
Termo de Execução Descentralizada	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-riograndense (IFSul)	Oferta de 4.444 vagas em cursos de Formação Inicial e Continuada ou qualificação profissional (FIC), no âmbito da Bolsa-Formação Trabalhador do Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (PRONATEC), na modalidade a distância	1.111.080,00

Fonte: CGQT/DEQUA/SNDTur/MTur

O que queremos para os próximos anos?

- Qualificar, sofisticar, simplificar e desburocratizar os procedimentos das fases de execução, fiscalização e prestação de contas dos convênios celebrados; Aperfeiçoar a comunicação com os convenientes, por meio de comunicados e instruções técnicas; reduzir o estoque atual de “passivos” do convênio; buscar formas de aumento da equipe técnica para fins de melhoria da produtividade, evitando assim acúmulo de demandas dos acompanhamentos dos convênios em execução, assim como a formação de um novo passivo no exercício de 2021. Minimizar/Mitigar a quantidade de reprovação de prestação de contas.
- Incrementar o número de prestadores formalizados no MTur nos próximos anos para aproximá-los das ações desta pasta; reformular a ficha nacional de registro de hóspedes para tornar o procedimento de check-in mais eficiente e armazenar os dados de forma mais segura. Planeja-se, além da continuação da fiscalização remota, a retomada da fiscalização presencial, com o intuito de ampliar ainda mais o número de prestadores de serviços sensibilizados, considerando o impacto que as ações nos municípios acarretam.
- Gerar dados que estimulem o setor a inovar e aprimorar produtos e serviços seguindo as tendências de mercado e de perfil da demanda. Aumentar a competitividade do

Brasil e a geração de trabalho e renda para os setores produtivos do turismo e da economia criativa, os dois setores mais afetados pela pandemia. Desenvolver um modelo metodológico, adaptado à realidade brasileira, para implementação dos Destinos Turísticos Inteligentes.

- Trabalhar campanhas visando ações para acessibilidade, turismo de natureza, turismo de proximidade, bem como demais atrativos que valorizem outras riquezas do país, além do segmento sol e praia; unir esforços junto à Embratur para o trabalho de Retomada do Turismo no cenário “pós-covid”; Aprimorar a verificação de informações dos planos de mídia das campanhas de acordo com as tabelas de preço dos veículos disponíveis no sistema Midicad da Secretaria Especial de Comunicação – SECOM; Modernizar as formas de participação do Ministério do Turismo em eventos físicos, híbridos e/ou virtuais; Atuar com uma política de patrocínio que amplie a abrangência de divulgação da logomarca do Governo Federal e do Ministério do Turismo dentre o nosso público de interesse; Buscar formas incrementar a comercialização de produtos e serviços turísticos durante os eventos que o ministério participa, apoiando diretamente a cadeia produtiva do turismo nacional.

- Desenvolver um serviço especializado em audiovisual e/ou multimídia para oferta de iniciativas de qualificação profissional; oferta do 2º curso de Gestor de Turismo, em consonância com a proposta do designer do 3º Nível da metodologia de "Desenvolvimento de Atores Institucionais no Planejamento e Gestão de Políticas Públicas em Turismo", englobando conteúdos que requerem a formação mínima de ensino médio ou formação técnica, com carga horária de 80 horas, na modalidade de ensino a distância.