

PLANO ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL

MINISTÉRIO DO TURISMO
2024-2027

MINISTÉRIO DO
TURISMO

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO





MINISTRO DE ESTADO DO TURISMO

Celso Sabino de Oliveira

SECRETÁRIA-EXECUTIVA

Ana Carla Machado Lopes

SECRETÁRIO-EXECUTIVO ADJUNTO

Sandro de Vargas Serpa

SECRETÁRIA NACIONAL DE POLÍTICAS DE TURISMO

Cristiane Leal Sampaio

SECRETÁRIO NACIONAL DE INFRAESTRUTURA, CRÉDITO E INVESTIMENTOS NO TURISMO

Carlos Henrique Menezes Sobral

FICHA TÉCNICA

Direção e coordenação

Diretoria de Gestão Estratégica
Lívia Lima do Carmo Souza

Coordenação-Geral de Planejamento e Inovação Institucional
Lucas de Oliveira Felipe Penha

Apoio técnico

Dyogo Tavares de Freitas
Felipe Uchoa Neves
Maria Eduarda da Silva Teixeira

Desenvolvimento, elaboração, revisão e diagramação

Coordenação de Planejamento e Apoio à Governança
Leandro Oliveira Lago
Yascara Fabrina Fernandes da Costa e Silva

Coordenação de Monitoramento e Avaliação de Políticas Públicas
Isaura Gomes Faiad
Marcelo Azevedo Vilhena
Thaís Bicalho Rodrigues

Coordenação de Modelagem de Processos e Projetos
Bruno Barrios
Diana Verlage Farago

AGRADECIMENTOS

Este trabalho não seria possível sem o total comprometimento e contribuição da equipe do Ministério do Turismo, composta, principalmente, pelos servidores técnicos, coordenadores, diretores, assessores, e demais colaboradores, juntamente com o suporte da alta gestão da Pasta.

Foi também fundamental o apoio técnico oferecido pelos parceiros da Escola Nacional de Administração Pública (Enap) e do Ministério da Gestão e Inovação em Serviços Públicos (MGI).

Estes agradecimentos são destinados ao seu profissionalismo, competência e comprometimento com o desenvolvimento deste plano.

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	06
RESUMO EXECUTIVO	07
CONTEXTUALIZAÇÃO	08
MODELO DE NEGÓCIO	11
ESTRATÉGIA	13
Metodologia.....	14
Diagnóstico	16
Cadeia de Valor.....	20
Identidade estratégica	23
Mapa estratégico	25
Resultados para a sociedade	26
Resultados para os usuários	28
Processos internos	34
Infraestrutura e aprendizagem	38
Programas e projetos	42
MODELO DE GESTÃO DO PEI	46
CONSIDERAÇÕES FINAIS	48

APRESENTAÇÃO

O presente Plano Estratégico Institucional (PEI) expressa a estratégia organizacional do Ministério do Turismo (MTur), desenvolvida durante o ano de 2024, para vigência no período de 2024 a 2027.

O documento apresenta a contextualização histórica recente do Ministério, as principais referências utilizadas para a escolha e a definição dos métodos aplicados à construção deste Plano; todos os elementos que compõem a estratégia, tais como: a cadeia de valor, a identidade estratégica institucional, o mapa estratégico, os objetivos, indicadores e metas, além dos projetos estratégicos definidos. Serão também discutidos os desafios e as propostas para a gestão deste PEI, especificamente na condução das etapas de monitoramento, avaliação e revisão, e, por fim, serão apresentadas considerações finais.

A publicação deste Plano representa o encerramento do processo de planejamento estratégico e o recomeço do ciclo que envolve as demais etapas do macroprocesso de gestão estratégica do MTur. Por conseguinte, com a implementação, o adequado monitoramento e a avaliação deste plano, renovam-se as expectativas e ampliam-se as oportunidades de desenvolvimento organizacional com base em aprendizado, desempenho institucional e foco no valor público.

Brasília/DF, 2025.

RESUMO EXECUTIVO



MISSÃO

Promover e democratizar o turismo responsável e sustentável no Brasil como vetor de desenvolvimento econômico e social.

VALORES

Sustentabilidade
Integridade
Excelência na gestão
Cooperação
Equidade
Transparência
Inovação

VISÃO

Ser reconhecida como instituição de referência em políticas públicas de turismo sustentável e responsável, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social do Brasil e para o seu posicionamento como um dos melhores destinos do mundo.

3 eixos de desenvolvimento da estratégia

4 perspectivas definidas no mapa estratégico

11 objetivos estratégicos delineados

31 indicadores e metas estabelecidos

21 programas de desenvolvimento

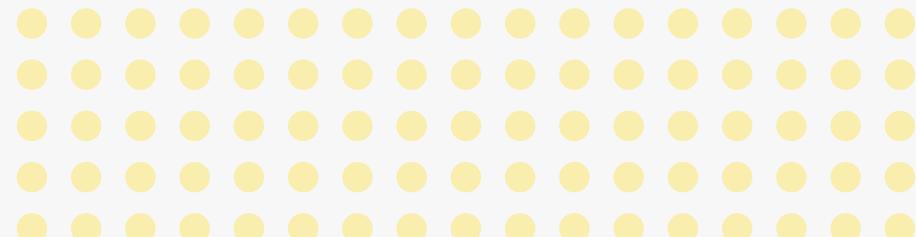
14 cadeias temáticas de processos estruturadas na cadeia de valor

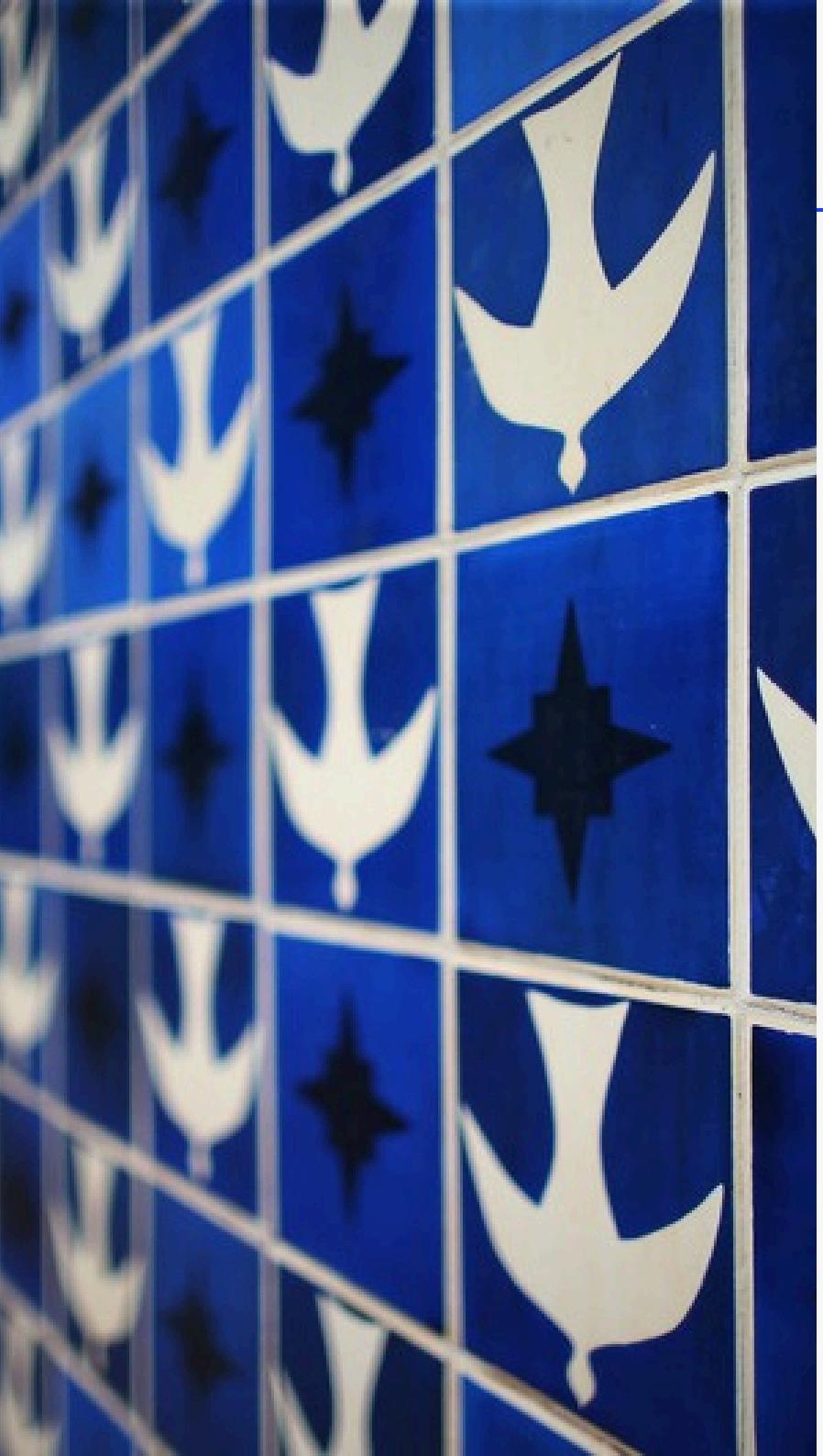
6 valores públicos entregues

CONTEXTUALIZAÇÃO

Nos últimos anos, o MTur passou por profundas transformações em sua estrutura organizacional e na composição do seu quadro de pessoal. Neste sentido, alguns artefatos importantes e mais recentes do período foram:

- A publicação da [Medida Provisória nº 1.154, de 1º de janeiro de 2023](#), que acarretou na separação organizacional entre o MTur e a Secretaria Especial de Cultura (Secult);
- A [Portaria do Ministério da Gestão e Inovação em Serviços Públicos nº 43, de 31 de janeiro de 2023](#), que trouxe o arranjo colaborativo e o compartilhamento de atividades de administração, planejamento e gestão entre os ministérios;
- A publicação da [Lei nº 14.600, de 19 de junho de 2023](#), por meio da qual o MTur teve sua estrutura e áreas de competência reformuladas;
- A Publicação do [Decreto nº 11.931, de 27 de fevereiro de 2024](#), que aprova a Estrutura Regimental e o Quadro Demonstrativo dos Cargos em Comissão e das Funções de Confiança do Ministério do Turismo; e,
- A [Portaria MTur nº 17, de 14 de maio de 2024](#), a qual reformula o Regimento Interno do MTur.

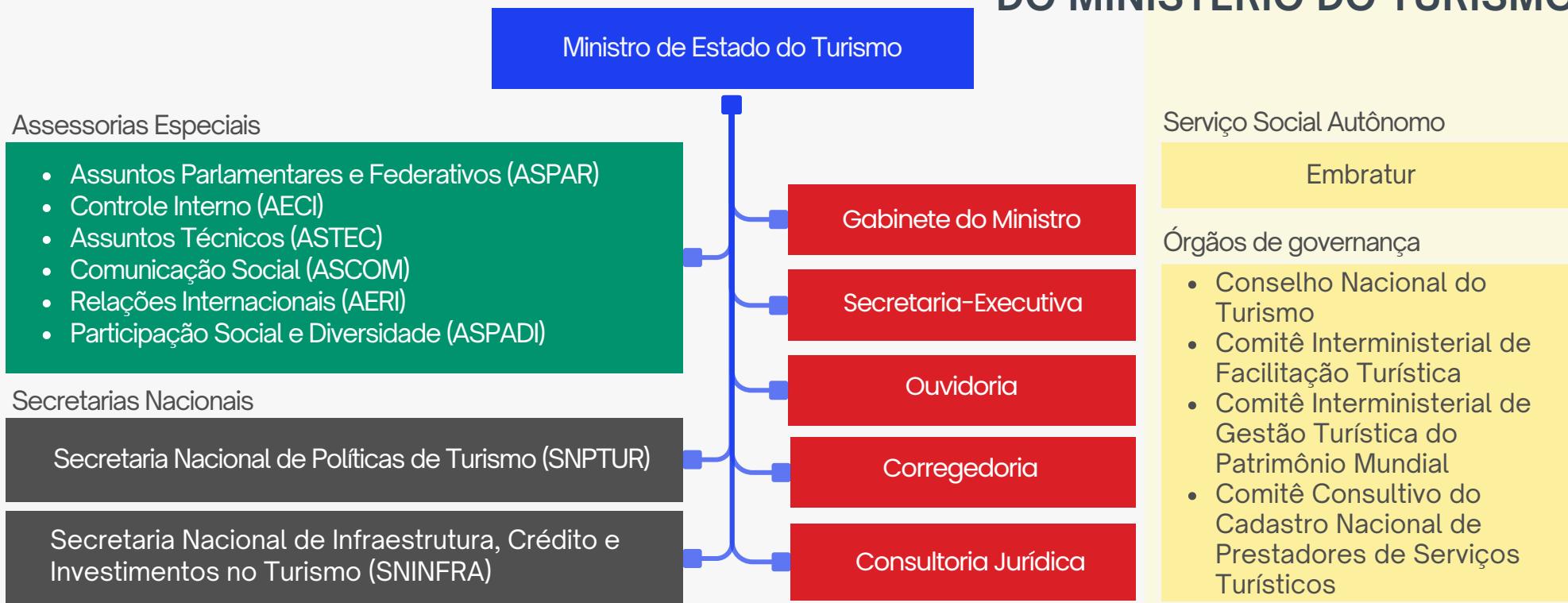




O exercício de reflexão sobre tais mudanças permitiu uma melhor compreensão do ambiente institucional e sobre como o contexto impactou a gestão e, consequentemente, o alcance de resultados do PEI 2020-2023. Também possibilitou a identificação de novos elementos contextuais a serem considerados na construção do PEI 2024-2027.

Presentemente, numa conjuntura de retomada institucional, que considera ainda a sanção da [Nova Lei Geral do Turismo](#) nº 14.978, de 18 de setembro de 2024, e a publicação do [Plano Nacional de Turismo](#), também no ano de 2024, percebeu-se a necessidade de estabelecer uma estratégia robusta, e o arranjo institucional adequado a garantir que o MTur conduza, nos próximos anos, a gestão integrada dos seus processos, projetos e demais iniciativas com profissionalismo, consistência e integridade, diante da nobreza dos valores públicos que oferece e da qualidade com a qual deseja guiar suas políticas públicas.

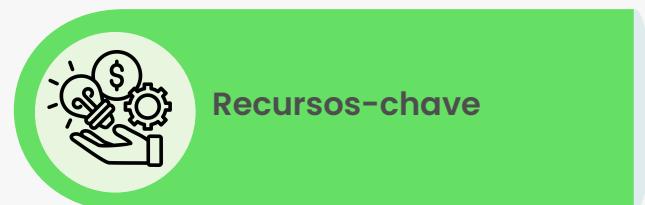
ORGANOGRAMA DO MINISTÉRIO DO TURISMO



A **estrutura organizacional** do MTur à época de construção deste plano pode ser compreendida pela imagem acima, na qual constam suas principais unidades administrativas. Além disso, por sua relevância, são destacadas os principais órgãos de governança influenciadores à atuação do ministério, bem como a [Embratur](#), serviço social autônomo, que tem como objetivo o planejamento, a formulação e a implementação das ações de promoção comercial de produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros no exterior, em cooperação com o MTur e demais órgãos da administração pública federal.

MODELO DE NEGÓCIO

O modelo de negócio do Ministério do Turismo foi revisitado no ano de 2024 e seus elementos estruturantes podem ser observados a seguir.



- SAC – FalaBR;
 - Redes sociais;
 - TransfereGov;
 - Ouvidoria – SIC;
 - Cadastur;
 - Grupos de WhatsApp;
 - Plataforma Participa + Brasil;
 - Portal Institucional.
-
- Orçamento público;
 - Capital humano;
 - Infraestrutura tecnológica.
-
- Estabelecer a Política Nacional de Turismo;
 - Atrair investimentos para o setor turístico;
 - Promover e implementar *marketing* do turismo brasileiro;
 - Estruturar destinos turísticos;
 - Qualificar prestadores de serviços turísticos;
 - Formalizar prestadores de serviços turísticos;
 - Regulamentar e fiscalizar o setor;
 - Apoiar a produção associada ao turismo;
 - Desenvolver dados estatísticos sobre o setor turístico;
 - Impulsionar a regionalização do setor;
 - Desenvolver produtos turísticos;
 - Fomentar o turismo responsável e sustentável.

- Embratur;
- Conselho Nacional de Turismo;
- Caixa Econômica Federal;
- Ministério das Relações Exteriores;
- Ministério da Gestão e Inovação em Serviços Públicos;

- Ministério de Portos e Aeroportos;
- Universidade e institutos federais;
- ABNT;
- Secretarias de Estado;
- OMT;
- UNESCO;
- ONU.

- Trade – hotéis, restaurantes, transportes, agências de viagens, serviços culturais e desportivos, prestadores de serviços turísticos, outros;
- Investidores;
- Órgãos oficiais de turismo estaduais e municipais;

- Instrumentos de transferências voluntárias (convênios, contratos de repasse, termos de execução descentralizada);
- Parcerias (acordos);
- Fungetur;
- Publicidade e eventos;
- Conselho Nacional de Turismo;
- Consultas públicas.

Parcerias-chave



Usuários



Relacionamento com usuários



ESTRATÉGIA 2024-2027

A estratégia apresentada por meio deste plano se fundamenta na busca constante pela **efetividade** das suas propostas, ou seja, considera imprescindível a **eficiência**, e, portanto, a qualidade do uso dos recursos públicos (financeiros, humanos, físicos ou intelectuais) disponibilizados ao alcance dos objetivos e metas propostos, bem como a **eficácia**, ou seja, a capacidade de alcançar os resultados esperados.

Neste sentido, foram consideradas **premissas principais**:

- **Ajuste às particularidades do contexto organizacional atual do Ministério do Turismo e às suas políticas internas**, visando maximizar as possibilidades de exequibilidade da estratégia;

- **Coerência entre os elementos que constituem a estratégia**, tais como a cadeia de valor e os valores públicos do MTur, os referenciais que constituem a identidade estratégica da instituição (propósito, missão, visão e valores), os objetivos, indicadores e metas, bem como os projetos estratégicos;
- **Continuidade administrativa**, visando estabelecer meios para minimizar o impacto de possíveis transições no andamento das ações institucionais;
- **Alinhamento ao Plano Plurianual 2024-2027 e ao Plano Nacional de Turismo 2024-2027**, garantindo o comprometimento institucional em prol das políticas públicas de turismo e na entrega de valor público.





*Crédito da imagem: Freepik

A construção desta estratégia ocorreu durante o exercício de 2024, com a colaboração de todas as Secretarias Nacionais e demais unidades administrativas da Pasta, sob a coordenação da Coordenação-Geral de Planejamento e Inovação Institucional (CGPLAN) e direção da Diretoria de Gestão Estratégica (DGE), ambas vinculadas à Secretaria-Executiva do MTur.

Contou, ainda, com o apoio técnico da Escola Nacional de Administração Pública (ENAP), para a construção da identidade estratégica (referenciais e mapa estratégico); bem como do MGI, por meio da gestão colaborativa do Governo Federal (ColaboraGov), para a elaboração da cadeia de valor, indicadores e respectivas metas para cada objetivo estratégico.

METODOLOGIA



Guia técnico de Gestão Estratégica

VERSÃO 1.0
ABRIL/2020

Gestão estratégica em organizações públicas

Processo de gestão estratégica

Diretrizes para a gestão estratégica



SECRETARIA DE
GESTÃO
SECRETARIA ESPECIAL DE
DEBURECRATIZAÇÃO,
GESTÃO E GOVERNO DIGITAL
MINISTÉRIO DA
ECONOMIA



Os métodos utilizados em cada etapa da construção da estratégia basearam-se em metodologias amplamente referenciadas na elaboração deste tipo de trabalho. Em especial, foram adotadas aquelas apresentadas pelo [Guia Técnico de Gestão Estratégica, versão 1.0](#), desenvolvido e disponibilizado no ano de 2020 pelo então Ministério da Economia.

Com relação à legislação, dentre outras, foi considerada em particular a [Instrução Normativa nº 24, de 18 de março de 2020](#), do então Ministério da Economia, que dispõe sobre a elaboração, avaliação e revisão do Planejamento Estratégico Institucional dos órgãos e das entidades da administração pública federal integrantes do Sistema de Organização e Inovação Institucional do Governo Federal (SIORG).

Para a elaboração do plano, foi realizada uma **análise situacional**, explicitada pela matriz SWOT apresentada abaixo. A sigla SWOT, traduzida como FOFA para a língua portuguesa, remete aos elementos: *Strengths* (Forças); *Opportunities* (Oportunidades); *Weaknesses* (Fraquezas); e *Threats* (Ameaças), cuja identificação é fundamental para a constituição de um **diagnóstico institucional**.



DIAGNÓSTICO

Foram também analisadas as **principais tendências de desenvolvimento** dentro do setor turístico:

Personalização
Qualidade

Infraestrutura e acessibilidade

Educação e sensibilização para o turismo responsável

Turismo digital e imersivo

Fortalecimento da governança multinível

Condo hotéis, multipropriedades e *time-share*

stop overs

nômades digital

Sustentabilidade e preservação ambiental

Alugueis de temporada

Inovação e Tecnologia

Bem-estar

Turismo regenerativo

otimização do tempo do turista

Educação para gestores e conselheiros de turismo

Inclusão e valorização de comunidades locais

Segurança

Promoção e visibilidade global

Experiências únicas e autênticas

As questões identificadas pela SWOT/FOFA e os itens compreendidos como tendências do setor influenciam fortemente na construção da estratégia institucional, porque estão relacionados a importantes **desafios** à atuação do MTur em sua busca primordial pela democratização do acesso ao turismo a todas as pessoas, tais como:

- **ampliação da participação social** no desenvolvimento das políticas públicas;
- implementação de políticas integradas para **adaptação às mudanças climáticas** no setor;
- **desenvolvimento** do turismo de forma **sustentável e responsável**;
- **controle da violência e criminalidade** nos destinos turísticos;
- **prevenção do abuso e exploração sexual** de crianças e adolescentes no setor;
- **revisão do modelo de gestão e financiamento** centralizado na esfera federal;
- **adequação da infraestrutura turística**, com segurança, sinalização, acessibilidade, sustentabilidade, conectividade digital, dentre outros;
- necessidade de **qualificação contínua da mão-de-obra** atuante no setor turístico;
- **mobilidade e conectividade turística** eficiente, satisfatória, confortável e custo-benefício justo.

Tais desafios nortearam a construção dos elementos e propostas de resultados apresentadas por este plano.

Democratização do acesso ao turismo

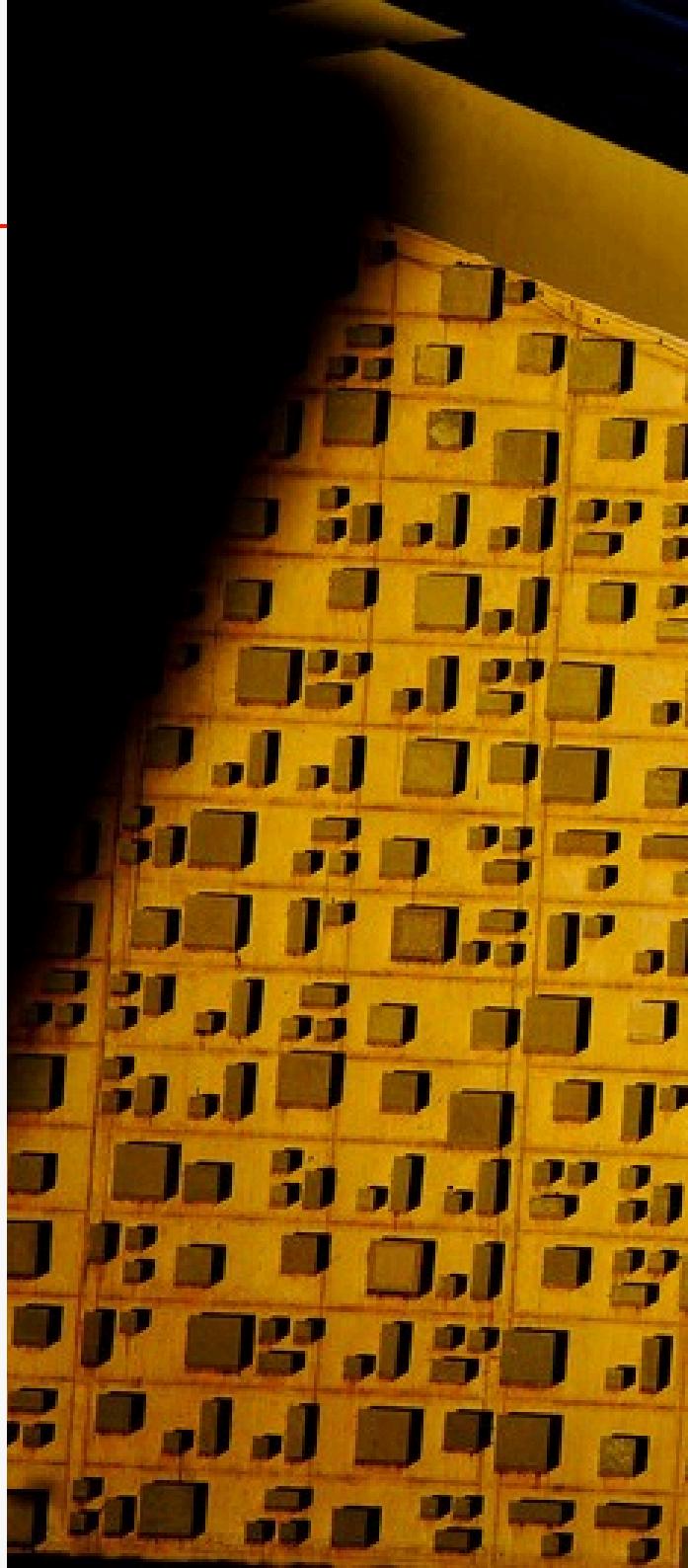
*Crédito da imagem: Freepik



CADEIA DE VALOR

A **Cadeia de Valor** (CV) consiste na representação gráfica e integrada de como o Ministério do Turismo associa os processos que desenvolve aos valores públicos que entrega aos usuários dos seus produtos e serviços.

Revisitada e reconstituída em 2024, a CV do MTur apresentada a seguir contempla uma visão mais contemporânea e abrangente do funcionamento do Ministério, estando, portanto, alinhada às diretrizes internas e às políticas públicas desenvolvidas presentemente pela Pasta. A necessidade de vinculação dos objetivos estratégicos aos valores públicos é um dos pontos que torna relevante a apresentação da CV neste plano estratégico.



A CV foi reconstruída e organizada em 3 grandes blocos temáticos que, por sua vez, são compostos por **cadeias temáticas de processos**. A estrutura dessas cadeias proporciona o entendimento sobre a arquitetura e a hierarquia entre os macroprocessos institucionais e os processos de negócio que os integram; conhecimento que pode ser utilizado para diversas finalidades organizacionais. No escopo da construção e gestão deste plano estratégico, a CV permite, especialmente, a análise e a associação do atingimento de objetivos ao desempenho de grupos de processos integrados.

1

Governança

Envolve as cadeias de processos que visam garantir a **atuação estratégica** do MTur, com foco no presente e no futuro, além de assegurar a **conformidade, transparência e articulação** entre os processos dos blocos 2 e 3 e as partes interessadas.

2

Produtos e Serviços

Concentra as cadeias de processos finalísticos do Ministério do Turismo, ou seja, aqueles através dos quais se **gera valor público** para os usuários e sociedade.

3

Recursos e Meios

Representa as cadeias de processos por meio dos quais se administram recursos e meios utilizados para **agregar valor**, ou seja, **oferecer suporte** aos processos do bloco 2.

BLOCO TEMÁTICO GOVERNANÇA

- Gestão da Estratégia
- Gestão de Controles Internos e Integridade Pública

BLOCO TEMÁTICO PRODUTOS E SERVIÇOS



Desenvolver a inteligência mercadológica do setor turístico



Promover, estruturar e qualificar os produtos, serviços e destinos turísticos



Impulsionar a inovação e a sustentabilidade da cadeia produtiva do setor turístico



Viabilizar investimentos e parcerias estratégicas para o desenvolvimento do setor turístico



Regulamentar e fiscalizar a atividade turística



BLOCO TEMÁTICO RECURSOS E MEIOS

- Gestão Administrativa
- Gestão de Pessoas
- Gestão da Comunicação
- Gestão Jurídica
- Gestão Orçamentária, Financeira e Contábil
- Gestão de TIC e Segurança da Informação
- Gestão de Compras e Contratações

CADEIA DE VALOR DO MINISTÉRIO DO TURISMO

VALORES PÚBLICOS

- Oportunidade de **acesso ao turismo doméstico e internacional**
- **Inteligência mercadológica** do setor turístico
- **Promoção nacional e internacional, qualificação e estruturação** dos produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros
- **Inovação e sustentabilidade** da cadeia produtiva do setor turístico
- **Investimentos e parcerias** estratégicas
- **Regulamentação e fiscalização** da atividade turística

USUÁRIOS

- *Trade turístico;*
- *Governos estaduais, municipais e distrital;*
- *Sociedade.*

IDENTIDADE ESTRATÉGICA

Os referenciais estratégicos do MTur constituem elementos que compõem a **identidade estratégica** do órgão: **o propósito, a missão, a visão e os valores**.

PROpósito

Promover o turismo de forma sustentável, inclusiva e inovadora, que valorize a diversidade do Brasil, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social do país.

VISÃO

Ser reconhecida como instituição de referência em políticas públicas de turismo sustentável e responsável, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social do Brasil e para o seu posicionamento como um dos melhores destinos do mundo.

MISSÃO

Promover e democratizar o turismo responsável e sustentável no Brasil como vetor de desenvolvimento econômico e social.

VALORES

Sustentabilidade - Inovação
Excelência na gestão
Cooperação - Equidade
Transparência - Integridade

A **missão** representa a razão de existir do MTur, baseada na definição de seu propósito.

A **visão** corresponde ao que este Ministério pretende alcançar, ou como deseja ser percebido no futuro.

Por fim, os **valores** representam os princípios a serem sempre observados na atuação institucional, tendo em vista a consecução de seus objetivos.

MAPA ESTRATÉGICO

PERSPECTIVAS	DESCRÍÇÃO
Resultados para a sociedade	Onde serão alocados os objetivos diretamente associados à promoção do bem-estar social
Resultados para usuários, beneficiários e partes interessadas	Onde serão alocados os objetivos diretamente associados aos valores públicos que a organização entrega para os usuários dos seus produtos e serviços
Processos internos	Onde serão alocados os objetivos que visam aprimorar os processos internos de geração e agregação de valor público mais críticos da Pasta
Infraestrutura e aprendizagem	Onde serão alocados objetivos para o aperfeiçoamento da governança e da gestão do uso de recursos públicos

O **mapa estratégico** é uma ferramenta de gestão ligada ao tripé missão, visão e valores, por meio da qual se evidenciam graficamente os **objetivos estratégicos** institucionais, bem como as relações de causa e efeito entre os mesmos.

Para o Ministério do Turismo, definiu-se a utilização de um mapa composto por **quatro perspectivas**, adequadas ao contexto da Administração Pública Federal.

No âmbito desta estratégia, foram definidos **11 objetivos**, que determinam o que deve ser feito para que a organização cumpra sua missão, alcance sua visão de futuro e entregue seus valores públicos.

MAPA ESTRATÉGICO

DO MINISTÉRIO DO TURISMO

Resultados para a sociedade

OE01

Democratizar o acesso ao turismo no Brasil

Resultados para usuários, beneficiários e partes interessadas

OE02

Estimular a inteligência mercadológica no setor do turismo

OE03

Promover ações para dinamizar o turismo sustentável

OE04

Incrementar a formalização, a capacitação e a qualificação contínua do setor profissional nas atividades turísticas

OE 05

Aprimorar e fomentar a regionalização do turismo do Brasil

Processos internos

OE06 – Estruturar produtos e destinos turísticos brasileiros

OE07 – Fortalecer o turismo doméstico e internacional

OE08 – Impulsionar o turismo como vetor econômico

Infraestrutura e aprendizagem

OE09 – Fortalecer a gestão da informação e a inteligência de dados

OE10 – Promover a melhoria do clima organizacional e da qualidade de vida dos servidores e colaboradores

OE11 – Fortalecer a governança



MISSÃO

Promover e democratizar o turismo responsável e sustentável no Brasil como vetor de desenvolvimento econômico e social.



VISÃO

Ser reconhecida como instituição de referência em políticas públicas de turismo sustentável e responsável, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social do Brasil e para o seu posicionamento como um dos melhores destinos do mundo.



VALORES

Sustentabilidade
Excelência na gestão
Cooperação
Equidade
Transparência
Inovação
Integridade

A wide-angle, aerial photograph of Salvador, Bahia, Brazil. The image captures the dense urban landscape of the Pelourinho historical center, featuring a variety of colorful, multi-story buildings with traditional tiled roofs. In the foreground, a large, paved public square (largo) is visible. On the right side of the image, a prominent church with a light blue facade and a tall, ornate bell tower rises above the buildings. The sky is a clear, pale blue with a few wispy clouds. The image is framed by a white border.

SALVADOR/BA

Perspectiva 1

RESULTADOS PARA A SOCIEDADE

Resultados para a sociedade

Objetivo 1

Democratizar o acesso ao turismo no Brasil

Ampliar o acesso ao turismo a todos as pessoas brasileiras e estrangeiras, promovendo a inclusão, a diversidade, a acessibilidade e a sustentabilidade.

Indicadores	Valor de base (2024)	Meta 2025	Meta 2026	Meta 2027
I0101 - Número de novos programas ofertados	1 programa	2 por ano	2 por ano	2 por ano
I0102 - Entrada anual de turistas internacionais no Brasil	6,8 milhões	6,9 milhões	7,5 milhões	8,1 milhões
I0103 - Percentual do fluxo de viagens domésticas no modal aéreo	+ 1,9% em relação ao ano anterior	+ 12,7% em relação ao ano anterior	+ 12,7% em relação ao ano anterior	+ 12,7% em relação ao ano anterior



SÃO JOÃO DEL REI/MG

Perspectiva 2

**RESULTADOS PARA USUÁRIOS,
BENEFICIÁRIOS E PARTES INTERESSADAS**

Resultados para usuários, beneficiários e partes interessadas

Objetivo 2

Estimular a inteligência mercadológica no setor do turismo

Disseminar informações e dados sobre a atividade turística para subsidiar decisões estratégicas de gestores públicos e privados.

Indicadores	Valor de base (2024)	Meta 2025	Meta 2026	Meta 2027
Número de parcerias firmadas para geração de informação estratégica	1	1 por ano	1 por ano	1 por ano
Número de publicações com dados e informações estratégicas do setor	5	5 por ano	5 por ano	5 por ano

Resultados para usuários, beneficiários e partes interessadas

Objetivo 3

Promover ações para dinamizar o turismo sustentável

Desenvolver projetos integrados a estruturação, qualificação e promoção, visando à capilarização e a diversificação da oferta do turismo sustentável, acessível, responsável e inclusivo

Indicadores	Valor de base (2024)	Meta 2025	Meta 2026	Meta 2027
Número de novas ações do turismo responsável e sustentável implementadas	9 ações	2 novas ações por ano	2 novas ações por ano	2 novas ações por ano
Percentual de qualificações que incluem o conceito de sustentabilidade no conteúdo programático	30%	50% por ano	60% por ano	70% por ano
Número de novas boas práticas em turismo responsável divulgados no Mapa do Turismo Responsável	188 boas práticas	100 por ano	50 por ano	50 por ano

Resultados para usuários, beneficiários e partes interessadas

Objetivo 4

Incrementar a formalização, capacitação e a qualificação contínua do setor profissional nas atividades turísticas

Promover um ambiente de excelência e competitividade por meio da formalização das atividades turísticas. Estimular a capacitação e a qualificação contínua dos gestores e profissionais do setor, aprimorando habilidades e conhecimentos.

Indicadores	Valor de base (2024)	Meta 2025	Meta 2026	Meta 2027
Participação das ocupações formais do setor de turismo na economia nacional	4,1%	4%	5%	6%
Taxa de evolução anual da ocupação formal no setor de turismo	+3,7% em relação ao ano anterior	+ 2% em relação ao ano anterior	+ 2% em relação ao ano anterior	+ 2% em relação ao ano anterior

Resultados para usuários, beneficiários e partes interessadas

Objetivo 4: continuação

Indicadores	Valor de base (2024)	Meta 2025	Meta 2026	Meta 2027
Número de prestadores de serviços turísticos cadastrados	177 mil cadastros mantidos	200 mil cadastros mantidos	210 mil cadastros mantidos	220 mil cadastros mantidos
Taxa de formandos/concluintes de cada curso	40,28%	10%	12%	15%
Número de cursos/programas de qualificação/capacitação ofertados pelo MTur	96 cursos	+ 10% em relação ao ano anterior	+ 20% em relação ao ano anterior	+ 30% em relação ao ano anterior

Resultados para usuários, beneficiários e partes interessadas

Objetivo 5

Aprimorar e fomentar a regionalização do turismo no Brasil

Estreitar as relações com os órgãos estaduais e municipais de turismo e com as instâncias de governança regionais, buscando a convergência de ações e de políticas públicas

Indicadores	Valor de base (2024)	Meta 2025	Meta 2026	Meta 2027
-------------	-------------------------	-----------	-----------	-----------

Número de Instâncias de Governança Regional-IGR mantidas formalizadas no mapa do turismo	162	50	70	100
--	-----	----	----	-----



BELÉM/PA

Perspectiva 3

PROCESSOS INTERNOS

Objetivo 6

Estruturar produtos e destinos turísticos

Aprimorar o desenvolvimento, a qualificação e a promoção de produtos e destinos brasileiros, por meio de políticas, programas e projetos.

Indicadores	Valor de base (2024)	Meta 2025	Meta 2026	Meta 2027
Percentual de conclusão de obras de infraestrutura turística no ano	36,23%	25% por ano	26% por ano	27% por ano
Número de apoios à formatação de produtos turísticos	2	5 por ano	5 por ano	5 por ano
Percentual de municípios inseridos no mapa do turismo	47,72%	50%	55%	60%
Percentual de apoio a projetos de infraestrutura para o turismo	80%	80% por ano	85% por ano	90% por ano

Processos internos

Objetivo 7

Fortalecer o turismo doméstico e internacional

Divulgar produtos e destinos para impulsionar o turismo nacional e internacional

Indicadores	Valor de base (2024)	Meta 2025	Meta 2026	Meta 2027
Número de campanhas sobre programas, serviços e destinos brasileiros	2 campanhas	2 por ano	2 por ano	2 por ano
Números de novas iniciativas e ações para novas rotas aéreas e marítimas para destinos turísticos brasileiros	4 iniciativas aéreas e nenhuma iniciativa marítimas	4 iniciativas aéreas e 1 iniciativa marítima por ano	4 iniciativas aéreas e 1 iniciativa marítima por ano	4 iniciativas aéreas e 1 iniciativa marítima por ano
Número de apoio a eventos	86	30 por ano	35 por ano	40 por ano

Objetivo 8

Impulsionar o turismo como vetor econômico

Estimular o investimento no setor, por meio da execução de políticas de financiamento, parcerias público-privados e desburocratização no acesso ao crédito.

Indicadores	Valor de base (2024)	Meta 2025	Meta 2026	Meta 2027
Recursos disponibilizados aos agentes financeiros credenciados no fugentur	100% por ano	100% por ano	100% por ano	100% por ano
Números de projetos de empreendimento turístico cadastrados para viabilizar parcerias com o setor privado	79 projetos	+ 10% em relação ao ano anterior	+ 10% em relação ao ano anterior	+ 10% em relação ao ano anterior
Número de estudos e de projetos acompanhados ou estruturados para viabilizar parcerias com o setor privado	2 por ano	2 por ano	2 por ano	2 por ano
Aumentar a receita gerada por turistas internacionais no Brasil	US\$ 7,34 bilhões	US\$ 7,3 milhões	US\$ 7,7 milhões	US\$ 8,1 milhões

FOZ DO IGUAÇU/PR

Perspectiva 4

INFRAESTRUTURA E APRENDIZAGEM

Objetivo 9

Fortalecer a gestão da informação e a inteligência de dados

Desenvolver a gestão da informação para subsidiar a elaboração, o monitoramento e a avaliação de políticas públicas

Indicadores	Valor de base (2024)	Meta 2025	Meta 2026	Meta 2027
Índice de cumprimento do Plano Diretor de Tecnologia da Informação e Comunicação	78%	80%	82%	85%
Quantidade de base de dados do MTur disponíveis para consulta interna e externa	0	3 bases disponíveis	4 bases disponíveis	5 bases disponíveis

Infraestrutura e aprendizagem

Objetivo 10

Promover a melhoria do clima organizacional e da qualidade de vida dos servidores e colaboradores

Implementar ações de desenvolvimento e de qualidade de vida, elevando os níveis de bem-estar, da saúde, de segurança psicossocial e de integração social.

Indicadores	Valor de base (2024)	Meta 2025	Meta 2026	Meta 2027
Percentual de satisfação dos servidores e colaboradores	52%	60%	65%	70%
Número de iniciativas de bem-estar, qualidade de vida e desenvolvimento pessoal	4 iniciativas	5 por ano	5 por ano	5 por ano

Objetivo 11

Fortalecer a governança organizacional

Realizar ações coordenadas e efetivas que privilegiam a continuidade das atividades do órgão e subsidiem a tomada de decisão

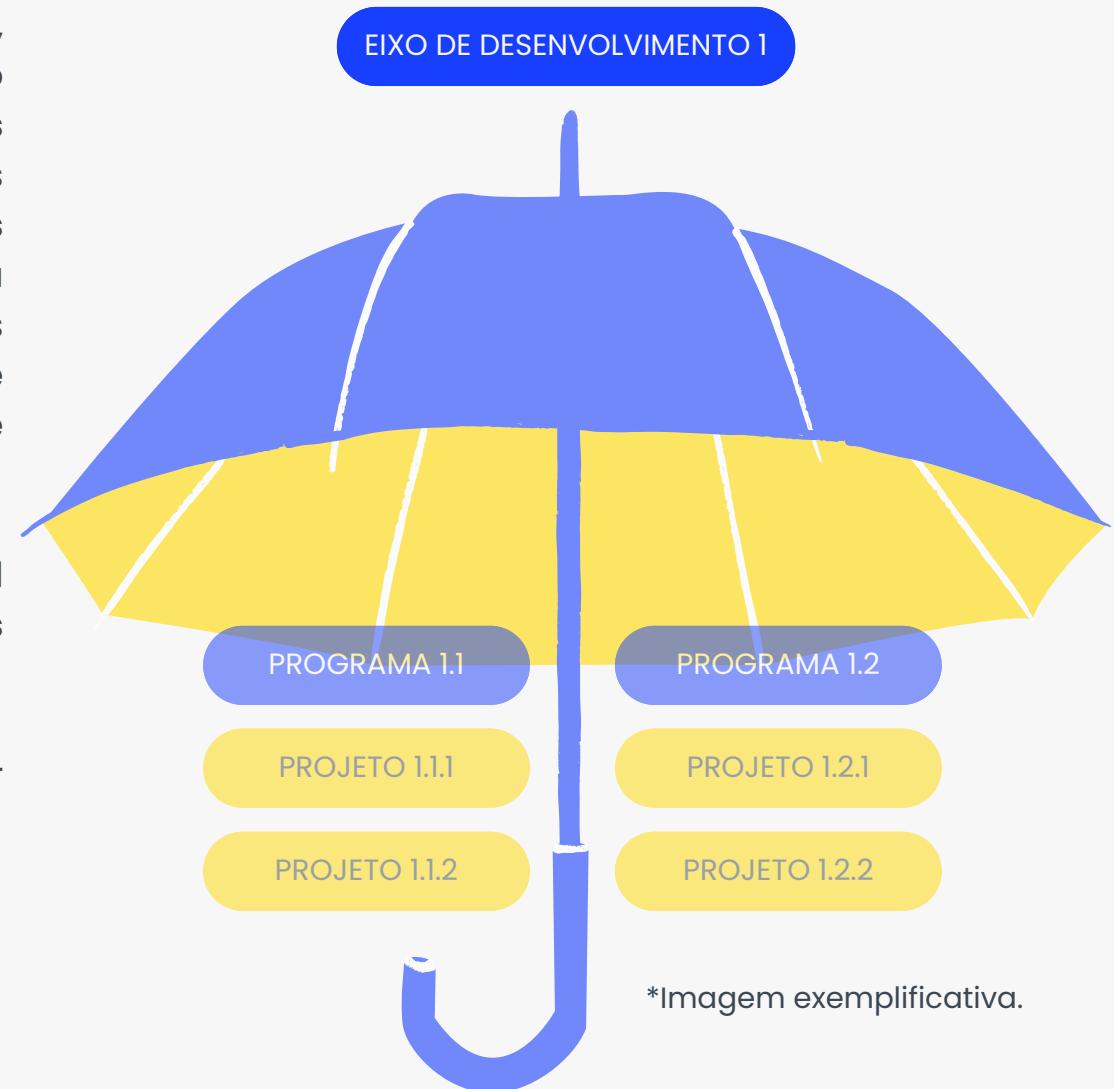
Indicadores	Valor de base (2024)	Meta 2025	Meta 2026	Meta 2027
Percentual de efetiva implementação do Plano de Melhorias em governança e Gestão (Provenientes do Modelo de Governança e Gestão Pública)	0	40%	60%	80%
Percentual de cumprimento dos itens do Guia de Transparéncia Ativa (GTA)	95,92%	100%	100%	100%

PROGRAMAS E PROJETOS

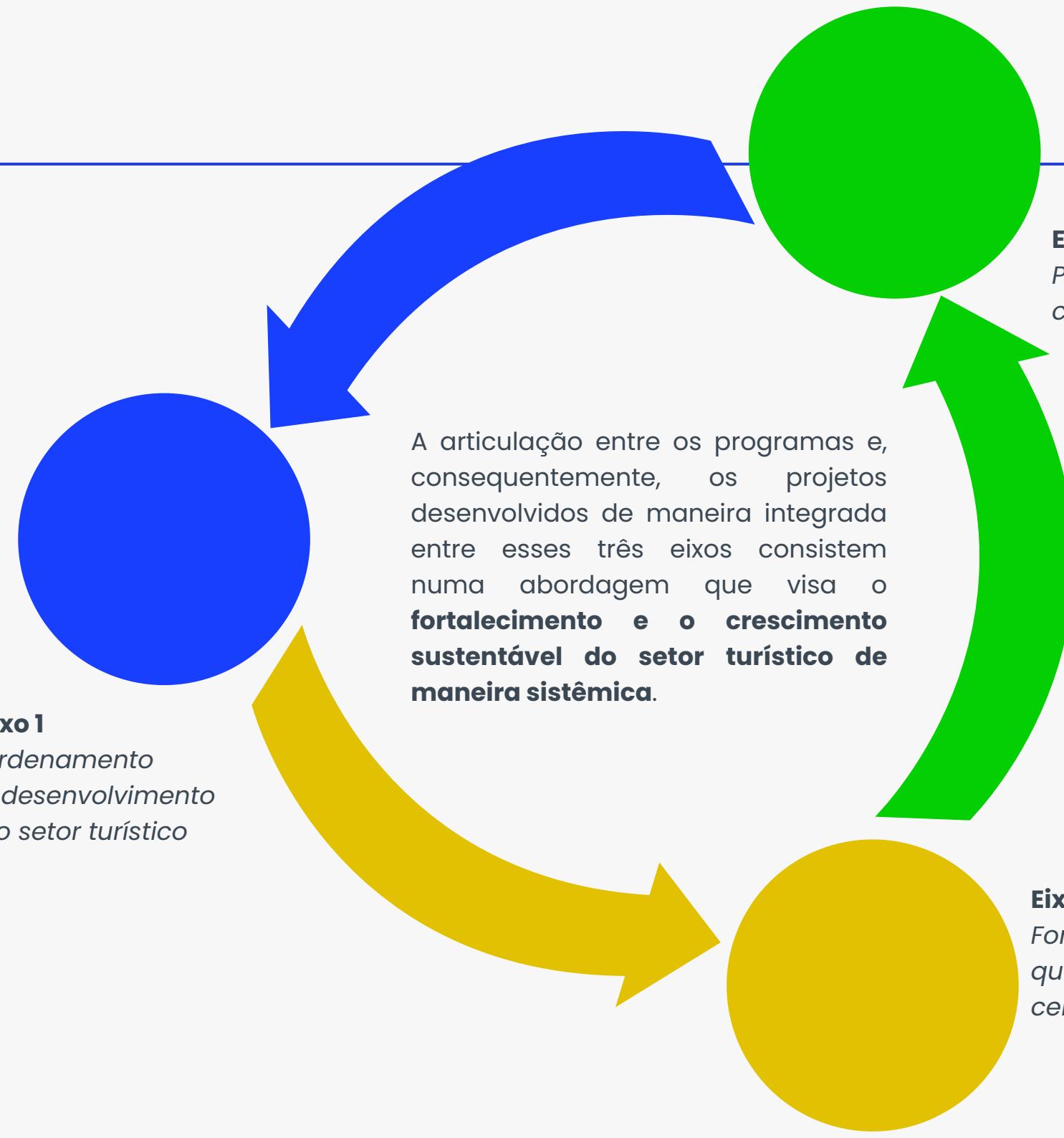
Para a consecução dos objetivos estratégicos, além da execução dos processos institucionais, o MTur propõe sua atuação por meio de **programas** vinculados à estratégia definida. Tais programas sustentam a formação dos **portfólios de projetos** do ministério, a serem desenvolvidos de maneira dinâmica, considerando não apenas os projetos atualmente em andamento, mas outros, que venham a ser propostos ao longo dos anos de vigência deste plano.

Tais portfólios, em alinhamento ao Plano Nacional de Turismo, se fundamentam sob três **eixos principais**:

- Ordenamento e desenvolvimento do setor turístico;
- Formalização, qualificação e certificação;
- Promoção e apoio à comercialização.



*Imagem exemplificativa.



Os portfólios de projetos estratégicos para o período de 2024 a 2027 se vinculam à implementação dos seguintes programas estratégicos:

EIXO 1	PROGRAMAS E PROJETOS
Ordenamento e desenvolvimento do setor turístico	<p>1.1 Programa de Regionalização do Turismo</p> <ul style="list-style-type: none">• Mapa do Turismo Brasileiro <p>1.2 Programa de Inteligência e Competitividade no Turismo</p> <ul style="list-style-type: none">• Observatório do Turismo <p>1.3 Programa de Apoio ao Desenvolvimento de Produtos e Experiências Turísticas</p> <ul style="list-style-type: none">• Prêmio Nacional do Turismo• Experiências do Brasil Original• Experiências do Brasil Rural• Rede Brasileira de Trilhas de Longo Curso• Brasil, essa é a nossa praia! <p>1.4 Programa de Segurança Turística</p> <p>1.5 Programa de Turismo Acessível</p> <ul style="list-style-type: none">• Projeto Turismo Acessível• Projeto de excelência no atendimento turístico à pessoa com deficiência <p>1.6 Programa de Adaptação Climática para o Turismo</p> <ul style="list-style-type: none">• Plano Clima de Adaptação Climática para o Turismo <p>1.7 Programa de Infraestrutura Turística</p> <p>1.8 Programa de Mobilidade e Conectividade Turística</p> <p>1.9 Programa de Facilitação de Crédito e de Incentivo ao Turismo</p> <ul style="list-style-type: none">• Fungetur <p>1.10 Programa de Atração de Investimentos Privados para o Turismo</p> <ul style="list-style-type: none">• Projeto de Atração de Investimentos em Turismo <p>1.11 Programa de Parcerias e Concessões no Turismo</p> <p>1.12 Programa de Inteligência Turística</p> <ul style="list-style-type: none">• Reformulação e modernização da FNRH (Ficha Nacional de Registro de Hóspedes) e do SNRHs (Sistema Nacional de Registro de Hóspedes) <p>1.13 Programa Rotas Negras (Afroturismo)</p>

EIXO 2	PROGRAMAS E PROJETOS
Formalização, qualificação e certificação	<p>2.1 Programa de Formalização de Prestadores de Serviços Turísticos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cadastur <p>2.2 Programa de Qualificação Profissional e Inserção Produtiva no Turismo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Núcleo do Conhecimento • Escola Nacional do Turismo • Observatório Nacional de Qualificação no Turismo <p>2.3 Programa de Certificação de Atividades e de Empreendimentos Turísticos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cadastur <p>2.3 Programa de Certificação de Destinos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modelo de Destinos Turísticos Inteligentes (Selo DTI Brasil); • Bandeira Azul; • Cidades Criativas • Selo Turismo Responsável
Promoção e apoio à comercialização	<p>3.1 Programa de Incentivo a Viagens: Conheça o Brasil</p> <p>3.2 Programa de Fomento, Captação e Promoção de Eventos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Salão do Turismo • Feirão do Turismo <p>3.3 Plano Nacional de Marketing Turístico</p> <p>3.4 Plano Internacional de Marketing Turístico</p>

Devido à complexidade de fatores que implicam na execução dos projetos identificados, o planejamento específico para seu desenvolvimento deverá ser elaborado no âmbito de planos táticos setoriais do MTur ao longo da vigência deste PEI.

MODELO DE GESTÃO DO PEI

A [Instrução Normativa nº 24/2020](#), estabelece em seu artigo 7º que os planos estratégicos institucionais devem ser aprovados e monitorados de maneira sistemática e contínua. Além disso, estabelece que seu monitoramento deve ocorrer, no mínimo, a cada trimestre.

Nesse sentido, em atenção ao modelo proposto no Guia Técnico de Gestão Estratégica, versão 1.0, a proposta de gestão do PEI a ser implementada no MTur, com suporte da Alta Administração e das instâncias internas de governança, consistirá no acompanhamento periódico do alcance de resultados e na análise da medida em que esses se alinham ao previsto pelo plano.

Para a gestão do PEI, é prevista a execução das seguintes etapas:



- Planejar o monitoramento da estratégia;
- Monitorar a estratégia (coleta e tratamento de dados e informações);
- Comunicar os resultados do monitoramento (relatório e boletim trimestral).
- Planejar a avaliação da estratégia;
- Realizar e documentar as Reuniões de Avaliação da Estratégia (RAE);
- Consolidar avaliação da estratégia;
- Comunicar considerações sobre a avaliação da estratégia (relatório e boletim semestral).
- Analisar resultados das RAE;
- Ajustar a estratégia (caso necessário);
- Comunicar e publicar a estratégia (relatório e boletim anual).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo de gestão estratégica do MTur, por intermédio do qual esta estratégia foi elaborada, monitorada, avaliada e revisada, é oriundo do trabalho para reestruturação da Diretoria de Gestão Estratégica da Pasta, e reflete não apenas o avanço no nível de maturidade organizacional atual do MTur, como também atuação intencionada deste Ministério em busca do desenvolvimento de políticas públicas sempre mais profícias.

Assim, o desenvolvimento do processo acompanha, institucionalmente, a reformulação da estrutura interna de gestão e governança da Pasta, de modo que se pode compreender o sucesso da implementação desta estratégia como interdependente ao êxito do funcionamento proposto para esta estrutura.

Também se considera de fundamental importância a elaboração de planos de ação específicos para o consecução de resultados-chave vinculados aos objetivos estratégicos traçados, como também para o desenvolvimentos dos projetos associados aos programas de desenvolvimento.

Por fim, ressalta-se que o fato deste plano ter sido construído de forma participativa, contando com a parceria de outros órgãos da Administração Pública Federal e com o engajamento e direcionamento dos esforços dos servidores, colaboradores e gestores integrantes de todas as áreas do MTur, contribuiu para o alinhamento institucional em torno da estratégia e a convergência de ideias entre os gestores e todo o corpo técnico, o que amplia as expectativas para uma excelente gestão deste PEI e, consequentemente, para a obtenção de resultados que refletem a entrega de valor público esperada.

MINISTÉRIO DO TURISMO
Esplanada dos Ministérios, Bloco U – 2º e 3º andar
Brasília/DF, CEP 70.065-900
Site institucional: <https://www.gov.br/turismo>
Twitter: [@mturismo](https://twitter.com/mturismo)
Facebook: [@ministeriodoturismo](https://facebook.com/ministeriodoturismo)
Instagram: [@Mturismo](https://instagram.com/Mturismo)
LinkedIn: [Ministério do Turismo](https://linkedin.com/company/ministerio-do-turismo)

PLANO ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL 2024-2027

MINISTÉRIO DO
TURISMO

