

# Guia de Retomada Econômica do Turismo

## Resumo executivo



Ministro de Estado da Economia  
**Paulo Guedes**

Secretário Especial de Produtividade,  
Emprego e Competitividade  
**Carlos Alexandre Jorge Da Costa**

Secretário de Desenvolvimento da  
Indústria, Comércio, Serviços e Inovação  
**João C. de Andrade Uzêda Accioly**

Subsecretaria de Ambiente de Negócios e  
Competitividade substituta  
**Laira Carneiro Curado**

---

Equipe Técnica

Coordenador de Produtividade em Serviços  
**Francisco de Assis Campos da Silva**

Chefe de Divisão de Análises Estratégicas  
**Gabriel Lucena de Azevedo Marques**

---

Apoio

**Jorge Luiz de Lima** – Assessor Especial do  
Ministro da Economia

---

Equipe técnica da KPMG

Sócia-diretora, Global Strategy Group  
**Thais Balbi**

Sócio-líder de Aviação e Turismo  
**Eliseo Llamazares**

Sócio-líder de Governo  
**Mauricio Endo**

Gerente Senior, Global Strategy Group  
**Lúcia Rabelo**

---

## Agradecimentos

Membros do Grupo de Associações relacionadas ao turismo - G20

Membros do Conselho Nacional de Turismo - CNT

Membros do Fórum Nacional dos Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo - FORNATUR

Ministro de Estado do Turismo  
**Gilson Machado Guimarães Neto**

Secretário Executivo  
**Daniel Diniz Nepomuceno**

Secretário Nacional de Infraestrutura Turística,  
substituto  
**Hercy Ayres Rodrigo Filho**

Secretaria Nacional de Atração de Investimento,  
Parcerias e Concessões  
**Débora Moraes da Cunha Gonçalves**

Secretário Nacional de Desenvolvimento e  
Competitividade do Turismo  
**Fabio Augusto Oliveira Pinheiro**

Chefe da Assessoria Especial de Assuntos Técnicos  
e Normativos  
**Wilken Souto**

---

Equipe Técnica

**Soraya Magalhães Vilas Boas** - Coordenadora-  
Geral de Acompanhamento de Assuntos

Técnicos e Normativos

**Cristiano Araujo Borges** - Coordenador de  
Assuntos para o Turismo

Diretor Presidente da Embratur  
**Carlos Brito**

Diretor de Marketing, Inteligência e Comunicação  
**Sílvio Santos do Nascimento**

Gerência de Gabinete da Diretoria de Marketing,  
Inteligência e Comunicação  
**André Luiz Lira**

# Conteúdo

Glossário	4
Considerações Iniciais	6
Capítulo 1 - Diagnóstico	9
Capítulo 2 - Aspirações, Desafios e Oportunidades	16
Capítulo 3 - Melhores Práticas Internacionais	19
Capítulo 4 - Iniciativas Estratégicas	22
Referências	47

# Glossário

<b>Abracorp</b>	Associação Brasileira de Agências Corporativas
<b>ACT</b>	Acordo de Cooperação Técnica
<b>ABETA</b>	Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura
<b>ANAC</b>	Agência Nacional de Aviação Civil
<b>ANTT</b>	Agência Nacional de Transportes Terrestres
<b>BA</b>	Bahia
<b>BBC</b>	British Broadcasting Corporation
<b>Bi</b>	Bilhões
<b>BNDES</b>	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
<b>CDMX</b>	Cidade do México
<b>CLIA</b>	Cruise Lines International Association
<b>CEPACs</b>	Cerificado de Potencial Adicional de Construção
<b>CNBC</b>	Consumer News and Business Channel
<b>CNC</b>	Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo
<b>Embratur</b>	Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo
<b>ESG</b>	Environment, Social and Governance
<b>EU</b>	União Europeia
<b>EUA</b>	Estados Unidos da América
<b>Fampe</b>	Fundo de Aval às Micro e Pequenas Empresas
<b>FGV</b>	Fundação Getúlio Vargas
<b>FUNGETUR</b>	Fundo Geral do Turismo
<b>FOHB</b>	Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil
<b>GSTC</b>	Global Sustainable Tourism Council
<b>IATA</b>	International Air Transport Association
<b>IBGE</b>	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
<b>ICCA</b>	Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade
<b>ICMS</b>	Imposto sobre Circulação de Mercadorias
<b>ICMBio</b>	Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade
<b>ICO</b>	Instituto de Crédito Oficial (Espanha)

<b>IDH</b>	Índice de Desenvolvimento Humano
<b>IPCA</b>	Índice de Preços ao Consumidor Amplo
<b>CEF</b>	Caixa Econômica Federal
<b>IPP</b>	Instituto Pereira Passos
<b>IVA</b>	Imposto sobre Valor Agregado
<b>LATAM</b>	Latin American
<b>LGPD</b>	LeiGeral de Proteção de DadosPessoais
<b>MCTIC</b>	Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações
<b>MEI</b>	Microempreendedor Individual
<b>Mi</b>	Milhões
<b>Mpbs</b>	Megabitspor segundo
<b>MPME</b>	Micro, Pequenas e Médias Empresas
<b>MTur</b>	Ministério do Turismo
<b>OECD</b>	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
<b>ONGs</b>	Organizações não Governamentais
<b>OMT</b>	Organização Mundial do Turismo
<b>OTM</b>	Operador de Transporte Multimodal
<b>PERSE</b>	Programa Emergencial de Retomada do Setor de Eventos
<b>PIB</b>	Produto Interno Bruto
<b>PL</b>	Projeto de Lei
<b>PME</b>	Pequenas e Médias Empresas
<b>PNAD</b>	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
<b>PPI</b>	Programa de Parcerias de Investimentos
<b>PPP</b>	Parceria Público-Privada
<b>Pronampe</b>	Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte
<b>RAIS</b>	Relação Anual de Informações Sociais
<b>SEBRAE</b>	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
<b>SEGITTUR</b>	Sociedade Estatal para a Gestão da Inovação e Turismo
<b>SENAC</b>	Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
<b>SESC</b>	Serviço Social do Comércio
<b>T&amp;T</b>	Travel and Tourism
<b>UNWTO</b>	Organização Mundial do Turismo
<b>USD</b>	Dólares Americanos
<b>WTTC</b>	World Travel and Tourism Council

# Considerações iniciais

As análises apresentadas neste estudo foram extraídas de uma coletânea, não exaustiva, de dados abertos de diagnóstico do setor e de boas práticas em políticas públicas e privadas em turismo, bem como de um número de entrevistas e questionário realizados com empresários e especialistas do setor privado no Brasil. Desta forma, o conteúdo descrito a seguir não pode ser confundido, em situação alguma, como a opinião da KPMG e do Ministério da Economia.

Este documento descreve os resultados do trabalho executado no âmbito do Acordo de Cooperação Técnica (ACT) firmado entre a Secretaria Especial de Produtividade, Emprego e Competitividade (SEPEC) do Ministério da Economia e a KPMG em fevereiro de 2021. O projeto foi apoiado pelo Ministério do Turismo (Mtur), Embratur, G20+ e Conselho Nacional de Turismo. O uso do conteúdo deste material por terceiros não familiarizados com as definições e o alcance dos trabalhos acordados entre as partes diretamente envolvidas pode levar a interpretações e resultados inadequados.

Considerando que este estudo foi executado por meio de pesquisas de bases globais, poderá haver definições utilizadas no Brasil que possam divergir parcial ou integralmente daquelas utilizadas neste material que sejam de naturezas técnica, cultural, econômica, política, entre outras características similares.

O produto a seguir pode ser entendido como um guia para a retomada econômica do setor de turismo no Brasil, baseado no levantamento não exaustivo das oportunidades e dos desafios para os empresários de turismo, além das boas práticas realizadas por países de referência em turismo para recuperação e transformação econômica do setor.

Vale ressaltar que o presente material não levou em consideração uma análise detalhada do contexto local para avaliar a viabilidade de implementação das propostas apresentadas. Sugerimos que essa análise seja realizada pela SEPEC com o objetivo de avaliar a pertinência e a extensão para implementação.

## Objetivo do Projeto

Desenvolver um **“Guia de Retomada Econômica do Turismo”**, com iniciativas estratégicas para a sustentação, a retomada econômica e o crescimento do setor.

Este guia foi proposto para apoiar o Ministério da Economia com subsídios para definição de ações e formulação de políticas públicas para a recuperação e transformação do setor.



# Abordagem Metodológica

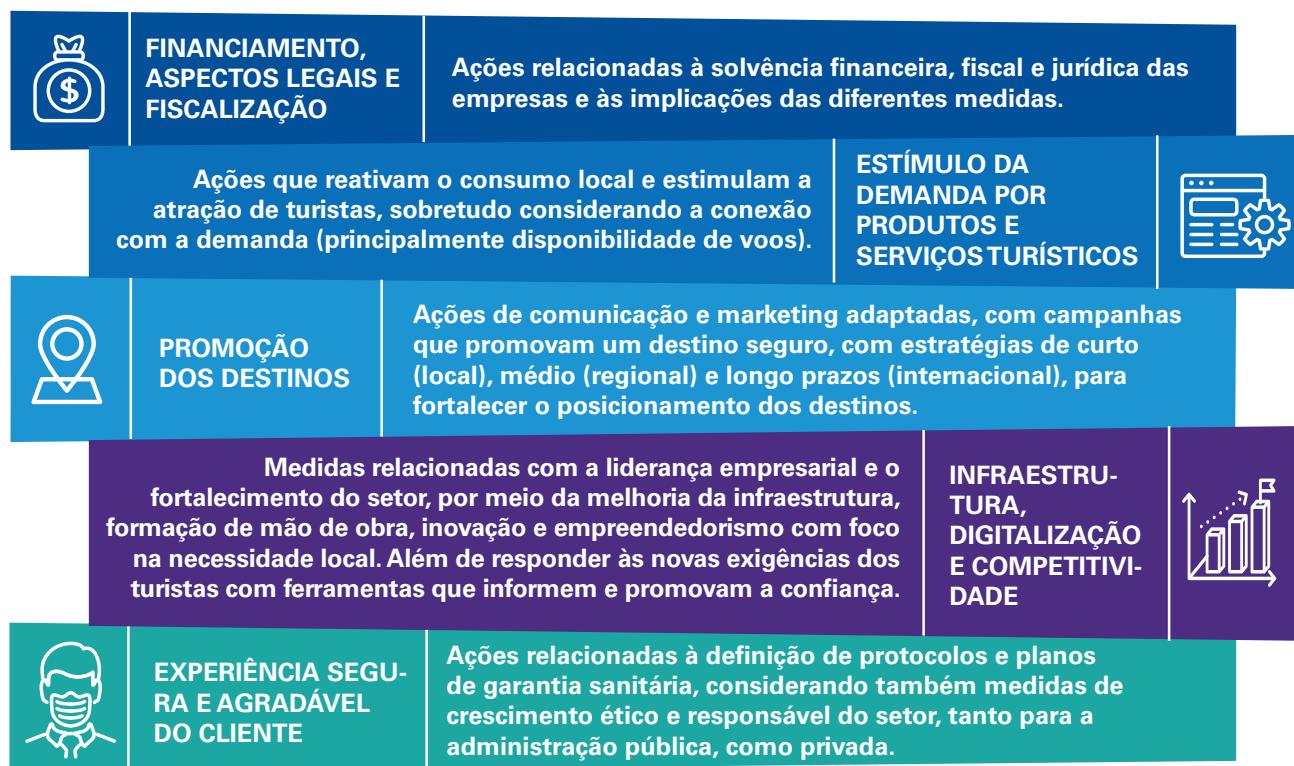


# Abordagem metodológica

O desenvolvimento do projeto foi baseado na escuta ativa das demandas e propostas do empresário de turismo realizada entre março e junho de 2021



Para elaboração do guia, foram estabelecidos 5 eixos norteadores para a realização das entrevistas, pesquisas e análises de benchmarking



# Capítulo 1 - Diagnóstico



# Diagnóstico do setor

Em 2019, o turismo representava 10,4% do PIB mundial. No Brasil a participação no PIB era de 7,7% e com alta empregabilidade, mas com um crescimento estagnado.

Antes da pandemia, o turismo global crescia a taxas acima da economia mundial. No Brasil, o volume de turistas internacionais vinha se mantendo em torno de 6,6 milhões anuais e o turismo doméstico apresentava um leve crescimento<sup>(1)</sup>.

É um dos setores que mais emprega no país<sup>(2)</sup>



EMPREGO



1 em cada 10

1 em cada 13



PIB

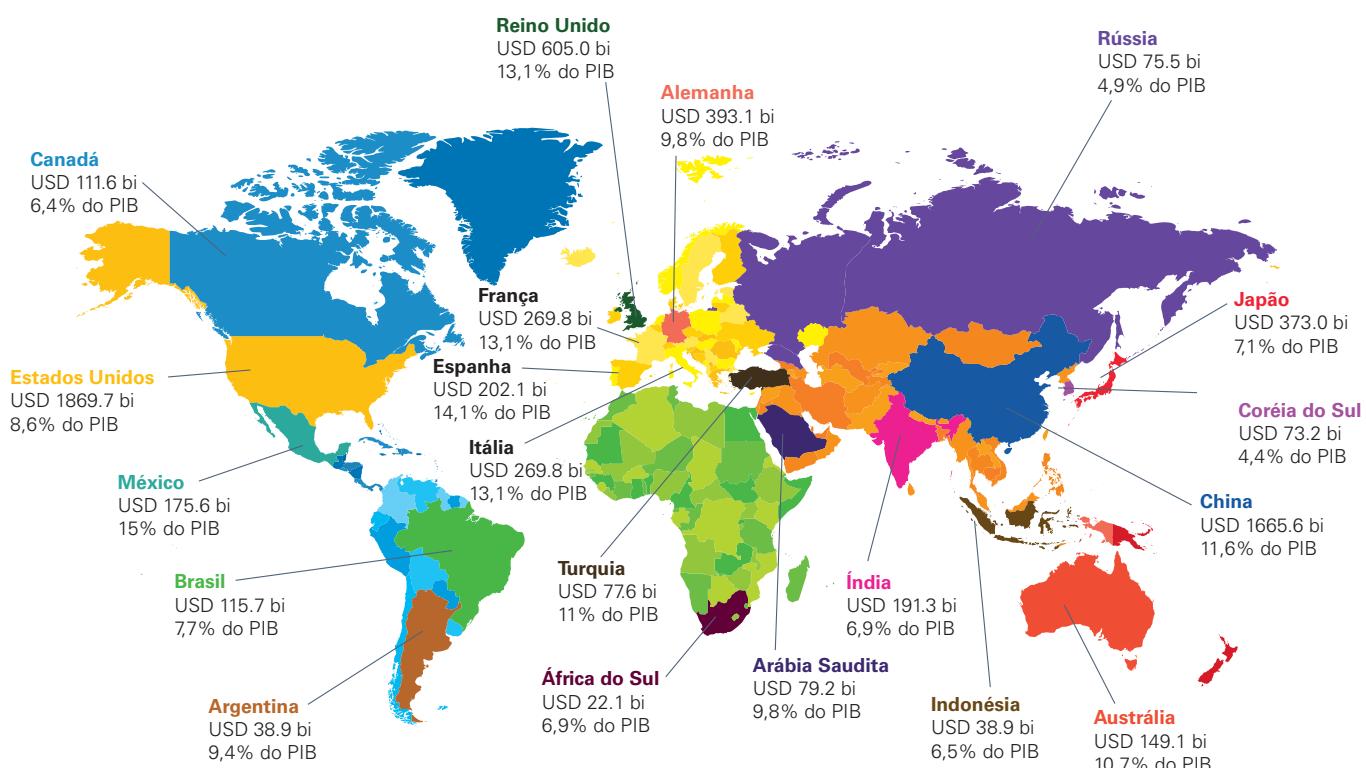


10,4%

7,7%



Mapa internacional das principais contribuições de turismo ao PIB (Bi USD)<sup>(2)</sup>

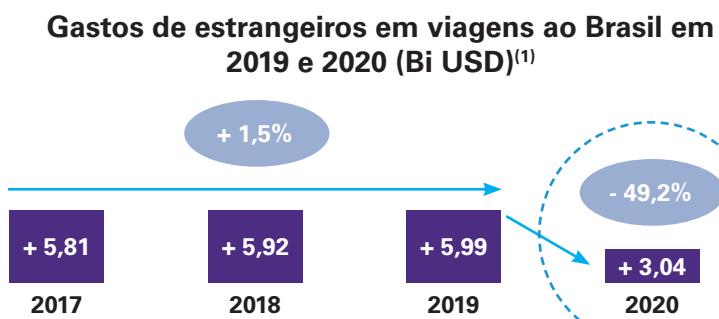


# Diagnóstico do setor

O Brasil não faz parte das rotas do turismo global. Grande parte dos visitantes são da América do Sul e o maior foco turístico são praias, Rio de Janeiro e Cataratas do Iguaçu.

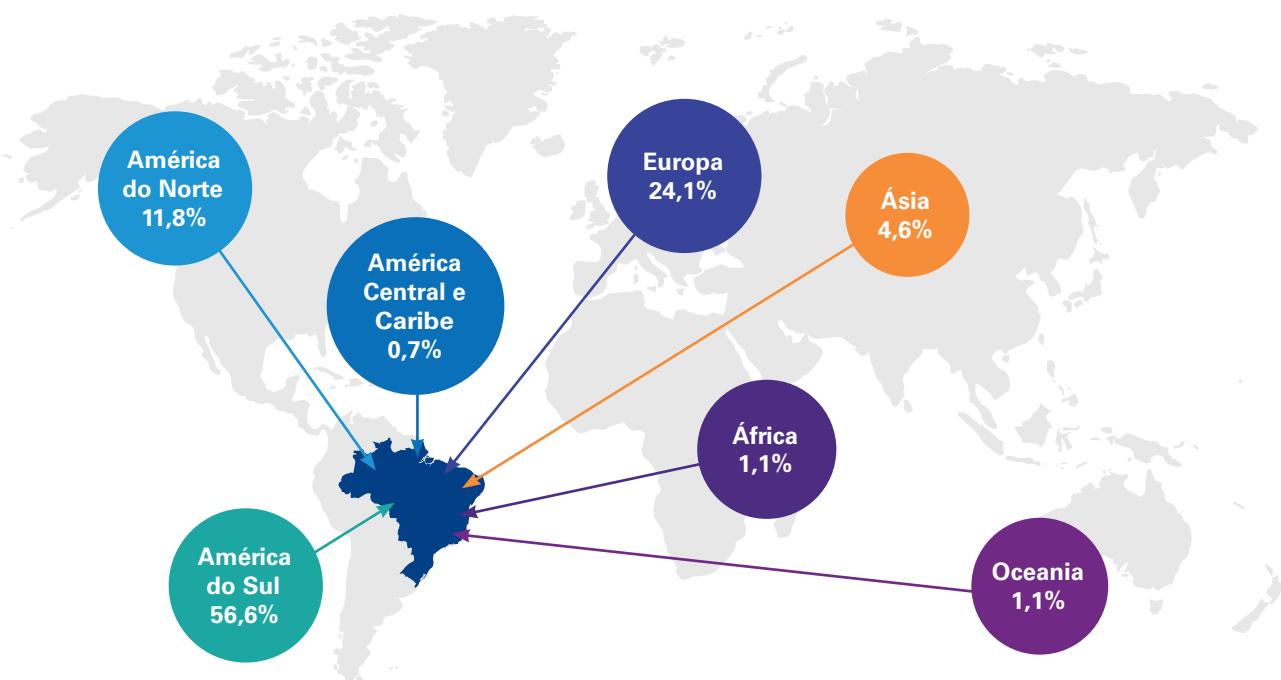
Os gastos do turismo internacional no Brasil antes da pandemia eram de USD 6 bilhões, muito incentivados pelo turismo de negócios, pelo turismo de sol e praia para turistas da América do Sul e pela venda de pacotes aos visitantes internacionais.

## Turista internacional: 6,6 Mi de turistas anuais<sup>(2)</sup>



O impacto da pandemia foi severo para regiões que dependem do turismo internacional como Cataratas do Iguaçu, Rio de Janeiro e Amazônia

## Mapa do fluxo turístico internacional para o Brasil<sup>(3)</sup>



Fonte: (1) Banco Central 2021 , (2) Relatório de Gestão do Ministério do Turismo 2019 (3) Dados e Fatos Turismo 2019

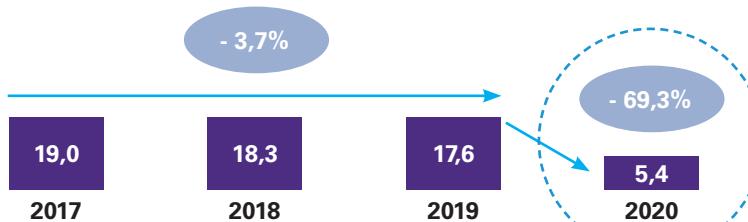
# Diagnóstico do setor

No Brasil, 93% dos visitantes são locais. Em 2019, os turistas brasileiros gastaram em viagens no exterior USD 17,6 Bi, enquanto que os turistas estrangeiros gastaram no Brasil apenas USD 5,9 Bi.<sup>(1)</sup>

Com as restrições da pandemia e o câmbio alto, o Brasil torna-se mais atrativo para o brasileiro, com potencial de reversão do consumo do turismo no exterior para o país. O turismo de natureza vem sendo o principal atrativo para os turistas brasileiros, com alto potencial de desenvolvimento.



## Gastos de brasileiros em viagem ao Exterior de 2017 a 2020 (Bi USD)<sup>(1)</sup>



Existe um potencial de aumentar o turismo local. Especialistas indicam que o turismo internacional terá um retorno mais lento (2-3 anos) que o turismo local.

A visitação a Unidades de Conservação Federais cresceu 24% de 2018 para 2019, chegando a marca de 15 milhões de visitantes<sup>(3)</sup>.

O governo incluiu 14 parques nacionais no PPI para a concessão da prestação de serviços públicos de apoio à visitação, à conservação, à proteção e à gestão das unidades.



# Diagnóstico do setor

No turismo de lazer, atrativos e eventos impulsionam as visitações, enquanto agências e operadoras fazem o elo entre a demanda e a oferta.

## RESERVA

Distribuidoras de viagens e turismo são as principais promotoras do turismo nacional 95% são PME<sup>(4)</sup>.



## TRANSPORTE

**Aéreo:** pouco atrativo e concentrado em poucas empresas.

**Rodoviário:** foco logístico e não no desenvolvimento do turismo.

**Fluvial:** necessário e pouco explorado.



## HOSPEDAGEM

**Hotéis:** representam 47,9% dos meios de hospedagem<sup>(1)</sup>. O restante são pousadas e motéis. Apesar da redução de 37,5% na ocupação em 2020<sup>(2)</sup>, as estimativas de investimentos em novos hotéis é de R\$ 6 bi<sup>(3)</sup>.



## PRODUTOS TURÍSTICOS

**Parques e Locais temáticos:** mercado com um potencial de replicação e crescimento. **Cruzeiros:** tem grande potencial de crescimento e desenvolvimento turístico, mas precisam de infraestrutura portuária.

**Eventos:** Grandes promotores do consumo de turismo.



## OFERTAS COMPLEMENTARES

**Receptivos e Guias:** são micro e pequenas empresas que podem não se recuperar da crise econômica causada pela pandemia. **Bares**

**e Restaurantes:** grande empregadora e com grande potencial do turismo gastronômico regional.



Fonte: (1) IBGE -Pesquisa de Serviços de Hospedagem (PSH) 2016 (2) Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil 2020 (3) HotellInvest/ FOHB - 5ª edição do Panorama da Hotelaria Brasileira (4) Receita Federal/Data Sebrae, (5) Análise KPMG

# Diagnóstico do setor

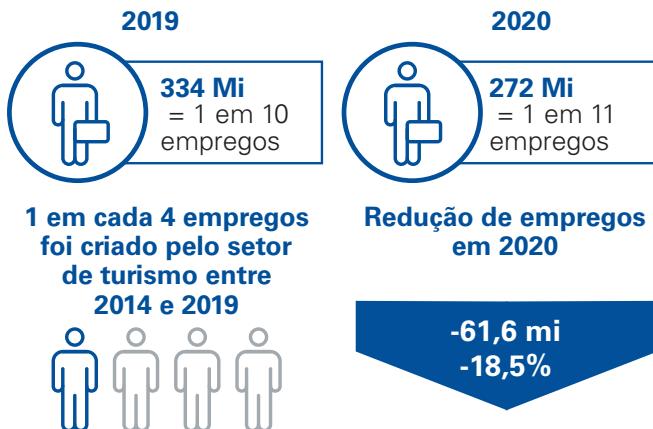
**Com a pandemia, o PIB global do turismo caiu pela metade, com uma perda de 62 milhões de empregos. No Brasil, as perdas somam R\$ 243 bilhões até janeiro de 2021.**

Os gastos com turismo doméstico diminuíram em 45%, enquanto os gastos com o turismo internacional diminuíram em 69,4%.

## Contribuição do turismo ao PIB Global<sup>(1)</sup>

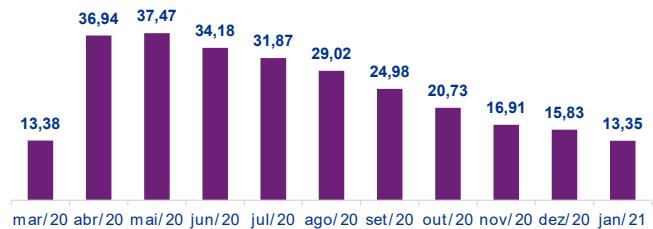


## Total de empregos no turismo<sup>(1)</sup>

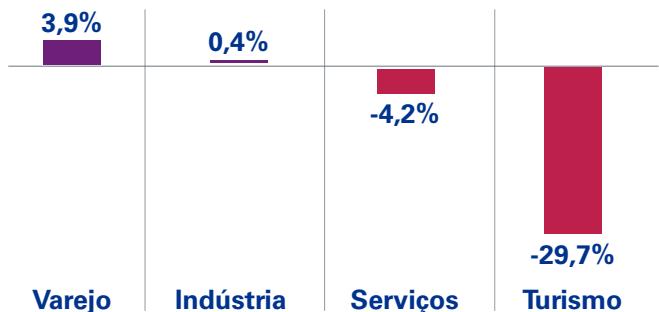


## Perdas de Receita no Brasil – 243 bilhões

### Perdas mensais de faturamento no setor de turismo brasileiro (em R\$ Bi)<sup>(2)</sup>



## Níveis de atividade de dezembro de 2020 em relação ao 1º bimestre de 2020<sup>(2)</sup>



# Tendências

No cenário pós-pandemia, nasce um turista mais criterioso com saúde e higiene, exigente em relação ao consumo ético e sustentável em busca de novos destinos.

Uma oportunidade para o turismo nacional é fortalecer os seus atrativos turísticos, promover investimentos e crescer o turismo de natureza.



Fonte: (1) Viagem e Turismo 2020, (2) The Economist 2020, (3) Análise KPMG

Estratégia para retomada econômica do turismo – resumo executivo

# Capítulo 2 - Aspirações, Desafios e Oportunidades



# Key findings das entrevistas

As entrevistas trouxeram à luz propostas para recuperar e transformar o setor. Medidas fiscais e para dar liquidez ao setor foram amplamente citadas como necessárias para a sobrevivência do setor no curto prazo.

Foram realizadas 42 entrevistas com especialistas e empresários do setor presentes em todas as regiões e em ao menos 20 Estados

## Principais mensagens:



**Facilitação do acesso ao crédito já disponível** é uma das principais demandas do setor juntamente com **medidas de alívio fiscal**.



Estímulo da demanda do turismo com modelos como o **Previaje (Argentina)**, o **voucher turismo (França)** e o **cartão turismo** são soluções para melhorar a liquidez do setor.



Incentivos a **viagens de curta duração e para lugares próximos aos grandes centros urbanos** são importantes para minimizar os efeitos da pandemia e a crise econômica decorrente.



**Indução do turismo por meio de “Calendário de Eventos”,** gerando impacto socioeconômico positivo para um destino.



O **ecoturismo** é uma forte tendência pós-pandemia e atrativo para **investidores nacionais e estrangeiros**. É uma oportunidade de fortalecimento do potencial natural brasileiro.



**Integração do físico com o digital, mais conectividade, promoção de conteúdos turísticos brasileiros,** fortalecimento dos canais digitais para promover o turismo para o brasileiro. **Foco na experiência do turista.**



**Maior competitividade nas malhas aéreas e infraestrutura rodoviária e portuária** são fundamentais para o desenvolvimento do turismo.



**Melhor coordenação e alinhamento estratégico** entre as esferas governamentais e colaboração público-privada para otimização dos investimentos.



**Ações efetivas em segurança biossanitária e física**, com vistas a **melhorar a imagem do Brasil** para gerar mais confiança ao turista e investidores internacionais

# Key findings da survey

A pesquisa corroborou o resultado das entrevistas: o setor demanda por acesso a crédito, por medidas de alívio tributário e simplificação regulatória



Foram obtidas 785 respostas válidas, compostas majoritariamente por micro e pequenas empresas, com presença forte nas regiões Sul e Sudeste

## Principais mensagens:

 Os compromissos fiscais e a necessidade de liquidez já eram desafios relevantes para o setor que se agravaram com a pandemia.

 Os principais impactos da pandemia no setor foram a redução dos negócios, a digitalização e o atendimento a novos mercados.

 Fazer com que o consumidor tenha segurança em viajar pelo Brasil e adotar medidas de sustentabilidade passaram a ser os novos desafios após a pandemia.

 A tendência pós-pandemia é de um turismo local e em lugares isolados e preocupação com a saúde e a higiene.

 Os maiores desafios para atender às novas demandas e tendências estão relacionados a prover segurança ao turista e melhorar a imagem do País como destino turístico.

## Propostas para retomada econômica:



# Capítulo 3 - Melhores Práticas Internacionais



# Key findings do benchmarking

**Os países onde o turismo é relevante para a economia desenvolveram mecanismos de sobrevivência durante a pandemia e programas estruturantes para o crescimento do setor**



Argentina

- *Pre Viaje*: estímulo a demanda com devolução de 50% do valor pago em créditos.
- *Plano 50 Destinos*: estímulo a melhoria da infraestrutura turística de diversas regiões e emergência sanitária.
- Mecanismos de crédito incentivados.



Austrália e  
Nova Zelândia

- Incentivos fiscais para criar empregos e mecanismos de flexibilização de exigências.
- Plano de Recuperação do setor de turismo com apoio da indústria.
- Apoio na transição digital das empresas.
- Cartilha para apoiar o atendimento e melhorar a experiência de viajantes domésticos.



Colômbia

- Linha de investimento e adiamento de cobrança de impostos.
- Plataformas e programas de vendas facilitando a conexão entre clientes e fornecedores.
- Mecanismos garantidores de acesso ao crédito.



Costa Rica

- Rápida abertura de fronteiras durante a pandemia com a oferta de seguro saúde para turistas internacionais.
- Certificação de local seguro para viagem da WTTC.
- Promoção do ecoturismo e sustentável com a criação do Certification for Sustainable Tourism.



Espanha

- Parcerias com países Latinos, estimulando o transporte seguro e o ramo hoteleiro.
- Parcerias com concorrentes da União Europeia, visando ao suporte pós-pandemia.
- Selos de segurança biosanitária e de excelência auditados.
- Reativação do litoral como destino durante a baixa temporada.
- Criação de incentivos fiscais para promoção de destinos e companhias aéreas.



México

- Programa de segurança em áreas turísticas.
- Durante a pandemia, ampliou a conectividade em cidades menores para atrair turistas.
- Apoio a PMEs do Turismo Rural, modernizando o segmento e melhorando a qualidade dos serviços.
- Promoção de eventos para incentivar o turismo local.



Cingapura

- Dados turísticos disponibilizados em tempo real durante a pandemia.
- Desconto nas taxas sobre voos que aterrissassem em Cingapura.
- Certificação de excelência em higiene pública ambiental.
- Capacitação de pessoal.

# Key findings do benchmarking

**Considerando o impacto da pandemia, nos países selecionados, a rápida mobilização do poder público foi fundamental para a elaboração de ações para a retomada econômica do turismo**

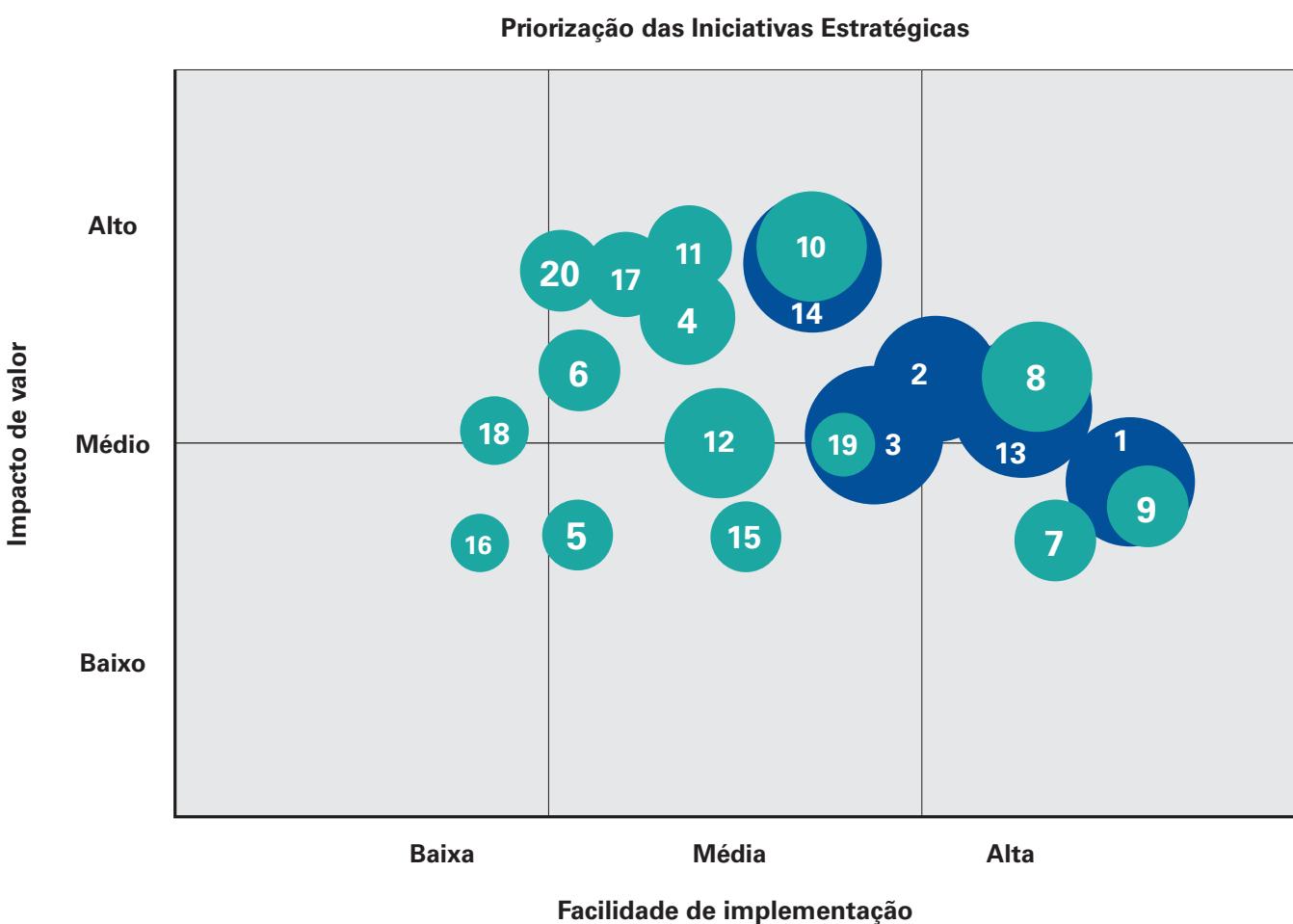
PRINCIPAIS MEDIDAS DE SUPORTE	ARGENTINA	AUSTRÁLIA E NOVA ZELÂNDIA	COLÔMBIA	ESPAÑHA	MÉXICO	CINGAPURA	COSTA RICA	BRASIL
Utilização de políticas monetárias voltadas ao setor, como financiamentos, créditos ou incentivos	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Criação de protocolos biosanitários para proteção do turista	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Consultoria e/ou assistência aos empreendedores	✓	✓	✓	✓	✓	✓	○	○
Utilização da tecnologia como forma de mitigar impactos	○	✓	✓	✓	✓	✓	✓	○
Promoção do turismo doméstico	✓	✓	✓	✓	○	✓	✓	✓
Disponibilização de cursos e treinamentos para o setor	○	○	○	✓	✓	✓	✓	✓
Colaboração entre países e/ou setor privado	✓	✓	○	✓	○	○	○	○
Capacitação de cidades menores, como forma de atrair o turismo e promover a região	✓	○	○	✓	✓	○	○	○

# Capítulo 4 - Iniciativas Estratégicas



# Priorização das iniciativas estratégicas identificadas

Com base nas pesquisas e *benchmarking*, foram identificadas 20 iniciativas estratégicas que foram priorizadas considerando: importância para a sobrevivência do setor (tamanho do círculo), impacto de valor (eixo y) e facilidade de implementação (eixo x).



## Recuperar o setor

Iniciativas para estimular o turismo local e dar liquidez foram priorizadas para garantir a sobrevivência do setor



## Alavancar e Transformar o setor

Iniciativas mais estruturantes devem ser tratadas em um segundo momento

# Iniciativas Estratégicas Priorizadas

**As iniciativas de curto prazo foram agrupadas em “Recuperar o Setor” e as de médio e longo prazo em “Alavancar e Transformar o Setor.**

- |           |   |            |  |
|-----------|---|------------|--|
| <b>1º</b> | Incentivar ações de promoção do turismo doméstico   | <b>6º</b>  | Desenvolver mecanismos de investimentos para promoção do setor priorizando hospedagem e lazer  |
| <b>2º</b> | Fortalecer o turismo de viagens de curta duração e para lugares próximos aos grandes centros urbanos                                  | <b>7º</b>  | Certificar os estabelecimentos dos principais destinos turísticos com protocolos e selos   |
| <b>3º</b> | Ampliar o prazo das medidas governamentais adotadas durante a pandemia  | <b>8º</b>  | Desenvolver o turismo sustentável e social promovendo novas experiências e referências para o País                                   |
| <b>4º</b> | Prover mecanismos de liquidez para a cadeia do setor, buscando garantias pela projeção de grandes empresas                            | <b>9º</b>  | Promover a transformação digital integrando físico e digital no mesmo ambiente   |
| <b>5º</b> | Prover produtos financeiros para a sobrevivência da cadeia do turismo, com prioridade às PMEs   | <b>10º</b> | Promover programas e incentivos para redução de custo das empresas aéreas, com vistas à recuperação e aumento da malha aérea do país |
| <b>1º</b> | Disseminar as melhores práticas sobre produtos turísticos para as diferentes regiões, destinos, rotas e roteiros turísticos do Brasil | <b>11º</b> | Promover incentivos para atração de investimentos para o turismo náutico   |
| <b>2º</b> | Incentivar a adoção de “Calendário de Eventos” adaptado à realidade de cada região  | <b>12º</b> | Ter uma plataforma com os principais destinos integrando a cadeia do setor   |
| <b>3º</b> | Impulsionar o ecoturismo com foco nas principais unidades de conservação do país  | <b>13º</b> | Desenvolver uma plataforma de informações sobre turistas no Brasil (Data Driven)   |
| <b>4º</b> | Fortalecer o marketing digital com apoio das distribuidoras de turismo  | <b>14º</b> | Ampliar a conectividade em cidades turísticas com Wi-Fi e Internet banda larga   |
| <b>5º</b> | Prover segurança e assistência ao turista   | <b>15º</b> | Fortalecer o ecossistema de inovação do Turismo impulsionando os hubs de startups e as universidades                                 |



Propostas de iniciativas para recuperar o setor



Propostas de iniciativas para alavancar e transformar o setor

---

# Iniciativas para recuperar o setor



# Incentivar ações de promoção do turismo doméstico



## O QUÊ?

- Capturar o turista brasileiro que viajava ao exterior e reanimar as economias regionais a partir do voucherturismo.

## QUAL IMPACTO?

- Garantia de demanda/receita futura para a cadeia turística.
- Aumento da receita de tributos (segundo Associação Brasileira das Empresas de Benefícios ao Trabalhador (ABBT), para cada R\$ 1,00 de isenção fiscal, retornam R\$ 15,71 para os cofres públicos).
- Preservação de empregos.



## TEMAS A SER EXPLORADOS

- Em parceria com agências e OTMs, criar plano de incentivo para consumo de turismo similar ao Pre Viaje (Argentina), estimulando a compra antecipada para viajar pelo Brasil em um determinado período, com crédito equivalente, em valor proporcional à compra, a ser gasto em empresas cadastradas no Cadastur.
- Criar plano de incentivo para turistas idosos, visto serem os primeiros a completarem suas imunizações.
- Avaliar voucherturismo como benefício empregatício (similar ao modelo francês), no qual parte do seu salário é revertido em saldo para utilizar em viagens no território nacional. As empresas participantes do programa teriam isenção de encargos trabalhistas e benefício tributário.

## HORIZONTES DE VALOR

**Curto prazo:** Aumentar o consumo imediato de turismo.

**Médio/longo prazos:** Melhorar a liquidez do setor no longo prazo.

## PRINCIPAIS ATIVOS PARA REALIZAÇÃO DA INICIATIVA

**126.059**

empresas no CADASTUR<sup>(3)</sup>

**100,6 Mi**

população economicamente ativa<sup>(2)</sup>

**R\$ 150 Bi**

valores transacionados em vouchers no Brasil por ano<sup>(2)</sup>

## CASOS DE REFERÊNCIA IDENTIFICADOS

- Programa PreViaje
- Le Chèque Tourisme: Voucher de Viagem
- Proposta de Voucher de Viagem para o Brasil - ABBT

## PRINCIPAIS ENVOLVIDOS

- Ministério do Turismo
- Associação Brasileira das Empresas de Benefícios ao Trabalhador
- Caixa Econômica Federal
- BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimentos

2º

## Fortalecer o turismo de viagens de curta duração e para lugares próximos aos grandes centros urbanos



### O QUÊ?

- Ajustar a demanda pelo turismo considerando os novos hábitos e condições econômicas dos turistas financeiramente mais frágeis e receosos, além de incentivar a redução da sazonalidade dos destinos.

### QUAL IMPACTO?

- Aumento da Receita do Turismo nas grandes capitais e entorno.
- Estímulo financeiro para PMEs, empresas rodoviárias, equipamentos turísticos e guias.
- Sustentação dos empregos.



### TEMAS A SER EXPLORADOS

- Ter um programa de incentivos para criar produtos que intensifiquem a experiência do turista com o reforço de memórias afetivas da região visitada.
- Criar programa de incentivo ao turismo estadual com as secretarias de turismo, as agências de desenvolvimento e o setor privado para reduzir a sazonalidade.
- Desenvolver pacotes para que as empresas ofereçam como bonificação aos seus empregados e fornecedores, além de pacotes incentivando o bleisure (business + leisure) no entorno das rotas estratégicas
- Ter programas de estímulos ao turismo nas próprias cidades com as secretarias de turismo municipais e as principais empresas de equipamentos turísticos e turismo de negócios (descontos, promoções, pacotes, oferta de city tours, serviços complementares).
- Incentivar as empresas de transporte rodoviário e as rodoviárias a ser agentes de promoção do turismo local e regional, a começar pelo tratamento das limitações impostas pela regulação que determina circuito fechado dos ônibus (Decreto nº 2.521/98)

### HORIZONTES DE VALOR



**Curto prazo:** Incentivo ao consumo do turismo local



**Médio/longo prazos:** Fortalecimento do turismo regional, como vetor de alavancagem do turismo de conteúdo

### PRINCIPAIS ATIVOS PARA REALIZAÇÃO DA INICIATIVA

**INVESTE TURISMO<sup>(4)</sup>**

**SIDTUR<sup>(4)</sup>**

**RIMT**

Rede de Inteligência de Mercado no Turismo<sup>(4)</sup>

### CASOS DE REFERÊNCIA IDENTIFICADOS



Espanha reativou o litoral como destino durante a baixa temporada<sup>(2)</sup>



México apoiou PMEs de Turismo Rural, modernizando o setor e melhorando a qualidade dos serviços<sup>(3)</sup>

Eurostar – operadora de trens de alta-velocidade na Europa – promove destinos para venda de pacotes de curta duração<sup>(1)</sup>

### PRINCIPAIS ENVOLVIDOS

- Secretaria de Turismo Estadual
- Secretarias de Turismo Municipais
- Associações de transporte viário
- Agências de desenvolvimento
- SEBRAE

### 3º Ampliar o prazo das medidas governamentais adotadas durante a pandemia



#### O QUÊ?

- Prover sobrevivência da cadeia de turismo por meio do alívio fiscal.

#### QUAL IMPACTO?

- Sustentação das empresas do setor.
- Aumento da competitividade.
- Aumento da formalidade.



#### TEMAS A SER EXPLORADOS

- Avaliar a renovação automática das medidas de alívio fiscal que já foram adotadas enquanto perdurar a pandemia.
- Avaliar reduzir ou isentar impostos ligados à compra de insumos para oferta de produtos ou serviços turísticos.
- Avaliar a conversão de dívida tributária em financeira conforme modelo adotado em Goiás.
- Renovar ou conceder certificado de regularidade fiscal baseado no histórico de adimplemento pré-crise das empresas — empresas com histórico de cumprimento de obrigações recebem certificado para uso em linhas de financiamento e no Fundo Geral do Turismo (FUNGETUR).

#### HORIZONTES DE VALOR

**Curto prazo:** Sobrevivência e manutenção da cadeia.

**Médio/longo prazos:** Aumento da formalidade e da competitividade do setor.

#### PRINCIPAIS ATIVOS PARA REALIZAÇÃO DA INICIATIVA

#### Lei nº 14.148/2021 (PERSE)<sup>(1)</sup>

#### CASOS DE REFERÊNCIA IDENTIFICADOS



Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda (Lei nº 14.020/2020 )

Prorrogação dos prazos de parcelas de tributos para MPEs (Resolução nº 155/2020)

Extinção de créditos tributários para MPEs (Lei Complementar nº 174/2020)

Prorrogação dos prazos de tributos no âmbito do Simples Nacional (Res. CGSN nº 158/2021)

#### PRINCIPAIS ENVOLVIDOS

- Bancos estaduais
- Ministério da Economia
- Caixa Econômica Federal
- Receita Federal

4º

# Prover mecanismos de liquidez para a cadeia do setor, buscando garantias pela projeção de grandes empresas



## O QUÊ?

- Viabilizar linhas de crédito para PMEs a partir de uma parceria com grandes empresas do setor e bancos públicos e privados a partir de uma plataforma de gestão que integre e qualifique as empresas.

## TEMAS A SER EXPLORADOS

- Fortalecer o processo de liberação de crédito do FUNGETUR com o apoio dos bancos de desenvolvimento regionais e do Sebrae, reduzindo a burocracia das análises de crédito, aumentando o risco de crédito do governo e revisando as carências para atender a novo ciclo da pandemia.
- Desenvolver um mecanismo de liberação de crédito incentivado com o apoio das grandes empresas do setor e dos fundos de garantia e com mecanismos de qualificação de crédito simplificado para as PMEs.

## QUAL IMPACTO?

- Injeção de capital de giro para PMEs.
- Sustentação de empregos.



## HORIZONTES DE VALOR



**Curto prazo:** Alívio financeiro para o setor, retenção de empregos



**Médio/longo prazos:** Criar um sistema para o turismo antifrágil para o crescimento pós-pandemia.

## PRINCIPAIS ATIVOS PARA REALIZAÇÃO DA INICIATIVA

**R\$ 5 bi**  
do FUNGETUR<sup>(2)</sup>

**191 mil**  
empresas  
no setor do Turismo<sup>(4)</sup>

**R\$ 33 bi**  
faturamento em 2019 das principais distribuidoras de turismo<sup>(5)</sup>

**Bancos de Desenvolvimento Regionais**  
com inteligência do mercado regional

**Plataformas de Qualificação do Crédito**

## CASOS DE REFERÊNCIA IDENTIFICADOS

- ANFAVEA - Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores
- KPMG
- CREDITAS

## PRINCIPAIS ENVOLVIDOS

- Maringá Turismo
- Caixa Econômica Federal
- Banco do Brasil
- Viajanet
- CVC
- FAMPE
- Accor Hotels
- Flytour
- Fungetur - Fundo Geral do Turismo
- Latam
- Cataratas
- Decolar.com
- Beach Park
- BNDES

# Prover produtos financeiros para a sobrevivência da cadeia do turismo, com prioridade às PMEs



## O QUÊ?

- Viabilizar créditos para as PMEs já disponíveis em vários veículos financeiros.
- Capacitar PMEs no período pandêmico, possibilitando o fortalecimento destas para a retomada do turismo.

## TEMAS A SER EXPLORADOS

- Fortalecer o processo de liberação de crédito do FUNGETUR com o apoio dos bancos de desenvolvimento regionais e do Sebrae, reduzindo a burocracia das análises de crédito, aumentando o risco de crédito do governo e revisando as carências para atender a novo ciclo da pandemia.
- Desenvolver um mecanismo de liberação de crédito incentivado com o apoio das grandes empresas do setor e dos fundos de garantia e com mecanismos de qualificação de crédito simplificado para as PMEs.

## QUAL IMPACTO?

- Minimizar o número de PMEs indo a falência durante a pandemia.



## HORIZONTES DE VALOR



**Curto prazo:** evitar a falência das empresas.



**Médio/longo prazos:** profissionalizar e fortalecer as empresas para a retomada econômica do turismo.

## PRINCIPAIS ATIVOS PARA REALIZAÇÃO DA INICIATIVA

### R\$ 1,2 bi

da MTur e da Caixa para empresas até R\$ 4,8 Mi de faturamento por ano

### 24 mil

Guias de Turismo<sup>(4)</sup>

### Bancos de Desenvolvimento Regionais

com linhas de crédito incentivadas para MPEs<sup>(2)</sup>

### 270 mil

MEIs<sup>(3)</sup>

### 174 mil

MPEs<sup>(3)</sup>

### R\$ 1 bi

até agosto de 2020 pelo Fundo Garantidor para MPEs<sup>(2)</sup>

### PRONAMPE

com destinação de 20% dos recursos para o PERSE -Lei nº 14.161/2021<sup>(2)</sup>

## CASOS DE REFERÊNCIA IDENTIFICADOS



Crédito com juros baixos e grande carência



Mecanismos garantidores de acesso ao crédito.



Mecanismos de flexibilização de exigências para evitar falência de PMEs.



Chile implementou o Fogape<sup>(1)</sup>

## PRINCIPAIS ENVOLVIDOS

- Ministério do Turismo
- Caixa Econômica Federal
- SEBRAE
- Banco do Brasil
- BDMG
- Desenvolve SP
- BANDESUL Desenvolvimento
- FAMPE

---

# Iniciativas para alavancar e transformar o setor



# 1º Disseminar as melhores práticas sobre produtos turísticos para as diferentes regiões, destinos, rotas e roteiros turísticos do Brasil



## O QUÊ?

- Acelerar o desenvolvimento e a promoção de novos destinos turísticos com base em boas práticas.

## QUAL IMPACTO?

- Aumento da demanda turística.
- Atração de investimentos privados.
- Aumento da competitividade com produtos e serviços adequados às novas demandas e melhoria no posicionamento do destino.

## TEMAS A SER EXPLORADOS

- Conectar investidores e empreendedores e disponibilizar opções de financiamento incentivadas para ampliar as ofertas de novos atrativos nas regiões âncoras.
- Modernizar o Programa de Regionalização do Turismo e fortalecer o desenvolvimento e a integração das instituições (público, privadas e terceiro setor) para o desenvolvimento dessas regiões.
- Estabelecer um plano de fortalecimento dos ativos atuais para comercialização por operadoras e agências de turismo e malhas aéreas e viárias.
- Desenvolver um programa para disseminar as melhores práticas sobre produtos turísticos para as diferentes regiões, destinos, rotas e roteiros turísticos do Brasil
- Desenvolver programas de capacitação para as regiões turísticas brasileiras.
- Desenvolver linhas de créditos e promover investimentos com os principais players do setor para desenvolver a cadeia do turismo na região.

## HORIZONTES DE VALOR



### Curto prazo: ND



### Médio/longo prazos:

Estímulo à demanda e promoção de novos destinos com cases de sucesso nacional

## PRINCIPAIS ATIVOS PARA REALIZAÇÃO DA INICIATIVA

### 15

Parques Nacionais nas PPIs<sup>(2)</sup>

### Programas,

mecanismos e serviços financeiros do Governo<sup>(3)</sup>

### RIMT

Rede de Inteligência de Mercado no Turismo<sup>(1)</sup>

## CASOS DE REFERÊNCIA IDENTIFICADOS

- Refúgio Ecológico Caiman
- Porto de Galinhas
- Parque Nacional do Iguaçu
- Beto Carreiro World
- Beach Park
- Brotas
- Região das Hortências

## PRINCIPAIS ENVOLVIDOS

- Roteiros do Brasil
- FUNGETUR - Fundo Geral de Turismo
- Investe Turismo
- SEBRAE
- POLOIGUASSU
- Portal de Investimentos
- Programa de Regionalização do Turismo

## 2º Incentivar a adoção de "Calendário de Eventos" adaptados às realidades de cada região



### O QUÊ?

- Ativar e impulsionar o turismo ao longo do ano por meio da realização de "Calendário de Eventos" estruturado de acordo com a vocação regional dos principais polos turísticos.

### QUAL IMPACTO?

- Redução da sazonalidade e aumento da produtividade dos ativos turísticos, além da sustentação de hub setorial que envolve o turismo (restaurantes, hotelaria, segurança privada, estruturas para eventos, operadores turísticos e transporte).
- Atração de investimentos.
- Geração de emprego, renda e tributos.

### TEMAS A SER EXPLORADOS

- Apoiar os programas existentes de Calendários de Eventos Culturais para busca de investimentos públicos e privados
- Alinhar programas de promoção com a divulgação de "Calendário de Eventos" dos destinos
- Elaborar projeto para modernização e redução de entraves regulatórios, uniformização e alinhamento das exigências de entes públicos para realização de eventos
- Definir conjunto de medidas e protocolos de alto nível, balanceados para serem economicamente viáveis no longo prazo, para gerenciamento do COVID-19 em eventos
- Elaborar amplo programa de capacitação de profissionais de eventos para atuar com segurança física e biosanitária

### HORIZONTES DE VALOR



**Curto prazo:** Estímulo ao turismo em regiões turísticas com calendários propostos.



**Médio/longo prazos:** Aumento do investimento, arrecadação e geração de empregos com a profissionalização do segmento.

### PRINCIPAIS ATIVOS PARA REALIZAÇÃO DA INICIATIVA

**60 mil**

empresas no segmento<sup>(3)</sup>

**+3.100**

eventos totais em 2019<sup>(1)</sup>

**R\$ 48 bi**

em arrecadação em 2019<sup>(4)</sup>

**+800**

eventos corporativos em 2019<sup>(2)</sup>

**7,5 mi**

de empregos diretos, indiretos e terceirizados<sup>(4)</sup>

**7º país**

no ranking do ICC em 2010 e 2019<sup>(6)</sup>

### CASOS DE REFERÊNCIA IDENTIFICADOS



Cancún e República Dominicana têm eventos relevantes durante a pandemia<sup>(10)</sup>

- GramadoTur
- AGRISHOW
- Rio de Janeiro a Janeiro

### PRINCIPAIS ENVOLVIDOS

- Agências de Desenvolvimento Regional (por exemplo: GramadoTur) ou entidades locais de promoção de eventos.
- Ministério do Turismo.
- Governo Estadual e Governo Municipal.
- ABEOC Brasil
- ABRAPE

Fonte: (1) Ministério do Turismo 2021, (2) ABRAPE 2021, (3) SEBRAE, (4) Confederação Nacional de instituições Financeiras (5) Governo do Brasil, (6) Mercado e Eventos 2021, (7) GramadoTur 2021, (8) AgriShow 2020, (9) Rio de Janeiro a Janeiro, (10) BBC 2021.

### 3º Impulsionar o ecoturismo, com foco nas principais unidades de conservação do país.



#### O QUÊ?

- Fortalecer o ecoturismo como um novo eixo de desenvolvimento econômico no país, complementando o turismo de praia e das grandes capitais.

#### QUAL IMPACTO?

- Crescimento da receita com turismo.
- Atração de investimentos.
- Desenvolvimento econômico de regiões nas quais o IDH é baixo.



#### TEMAS A SER EXPLORADOS

- Articular com as instituições globais de turismo e banco multilaterais um acordo de cooperação para o ecoturismo no Brasil.
- Articular linhas de financiamento e atrair investidores para o desenvolvimento do ecoturismo e de infraestrutura local.
- Desenvolver um fundo endowment para o desenvolvimento do ecoturismo vinculado à preservação da natureza.
- Desenvolver produtos e serviços alinhados às vocações e aos ativos regionais em conjunto com o Sebrae, instituições afins e designers.
- Desenvolver plano nacional de desenvolvimento do ecoturismo alinhado com as concessões listadas no PPI e considerando investimentos em infraestrutura do entorno do destino.

#### HORIZONTES DE VALOR



**Curto prazo:** Estímulo à demanda do turismo em parques nacionais para brasileiros.



**Médio/longo prazos:** Ter um novo eixo de desenvolvimento econômico do turismo, aumentando sua representatividade no PIB.

#### PRINCIPAIS ATIVOS PARA REALIZAÇÃO DA INICIATIVA

**9º**

Patrimônios da Humanidade Naturais<sup>(1)</sup>

**334**

unidades de conservação<sup>(5)</sup>

**2º**

em recursos naturais<sup>(4)</sup>

**15**

concessões em processo (PPI)<sup>(6)</sup>

**25º**

melhor parque nacional do mundo (Chapada dos Veadeiros)<sup>(3)</sup>

**1º**

em fauna e flora do mundo<sup>(2)</sup>

**2º**

em recursos culturais<sup>(4)</sup>

“Rede Brasileira de Trilhas de Longo Curso”<sup>(7)</sup>

#### CASOS DE REFERÊNCIA IDENTIFICADOS

- Criação de Voucher Único para gestão local<sup>(8)</sup>
- Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros
- Grupo Cataratas

#### PRINCIPAIS ENVOLVIDOS

- BNDES
- SEBRAE
- Banco da Amazônia
- ICMBio
- Gef
- World Travel & Tourism Council
- Semeia
- BID

Fonte: (1) World Heritage List 2021, (2) Rainforest Mongabay 2021, (3) Tripadvisor 2021, (4) World Economic Forum 2019 (5) ICMBio 2021 (6) Programa de Parcerias de Investimentos 2021, (7) Governo do Brasil, (8) Conselho Municipal de Turismo de Bonito - COMTur 2021.

## 4º Fortalecer o *marketing* digital com apoio das distribuidoras de turismo



### O QUÊ?

- Melhorar o posicionamento digital dos destinos para impulsionar as vendas, fortalecendo a colaboração da iniciativa público-privada desde a fase da definição estratégica.

### QUAL IMPACTO?

- Aumento do consumo turístico.
- Redução de custos operacionais para marketing e promoção.

### TEMAS A SER EXPLORADOS

- Conectar a plataforma Visit Brazil com outros sites de conteúdos turísticos, informações relevantes de assistência ao turista e conectar informações sobre os players do setor para a organização e unificação da promoção dos destinos.
- Estruturar pacotes de turismo estratégico-emergenciais até que a malha aérea recupere a conectividade entre os destinos.
- Utilizar “maciçamente” as redes sociais para a promoção de destinos alinhados aos produtos desenvolvidos pelas distribuidoras de turismo e estabelecer um calendário de campanhas publicitárias das rotas turísticas, em parceria com as grandes empresas que atuam na região
- Estimular rodadas de apresentação virtual e negócios das empresas de turismo com os hubs de startups de marketing (Base Distrito) e tecnologia brasileiras para Advertising & Promotion, Commerce & Sales, Content & Experience e Social & Relationships.
- Em parceria com o Sebrae, oferecer apoio às MPEs em marketing digital.
- Ampliar linhas de financiamento e incentivos fiscais para estímulo à criação de conteúdos de turismo.

### HORIZONTES DE VALOR



**Curto prazo:** Estímulo à demanda.



**Médio/longo prazos:** Digitalização dos canais de marketing e vendas das empresas do setor.

### PRINCIPAIS ATIVOS PARA REALIZAÇÃO DA INICIATIVA

#### PL nº 5.103/2019

Estímulo à produção de conteúdo<sup>(3)</sup>

#### RIMT

Rede de Inteligência de Mercado no Turismo<sup>(3)</sup>

#### 2º país

Em tempo gasto nas redes sociais<sup>(1)</sup>

#### TURISMO INVESTE<sup>(3)</sup>

#### SIDTUR<sup>(3)</sup>

#### Brazil

Visit and love us<sup>(3)</sup>

### CASOS DE REFERÊNCIA IDENTIFICADOS



A NZ apoiou a transição digital das empresas<sup>(4)</sup>



Espanha fez incentivos fiscais para promoção de destinos<sup>(2)</sup>

### PRINCIPAIS ENVOLVIDOS

- Ministério do Turismo
- EMBRATUR
- Adtech
- Ancine
- BNDES
- Distrito
- SEBRAE
- Brasil Visit and Love Us
- Startups marketing e Tecnologia

# Prover segurança e assistência ao turista



## O QUÊ?

- Estimular a demanda nos destinos das rotas estratégicas (âncoras) do Investe Turismo, oferecendo mais segurança e assistência.

## QUAL IMPACTO?

- Sustentação e aumento do consumo turístico.
- Sustentação do emprego e renda.



## TEMAS A SER EXPLORADOS

- Articular cooperação entre o setor público e o privado para promoção da Responsabilidade Social para melhoria da segurança no longo prazo.
- Expandir a atuação de Delegacias de Proteção ao Turista para cada cidade âncora das rotas e realizar compartilhamento de boas práticas para melhoria dos procedimentos de proteção ao turista.
- Implementar programa de comunicação simples e atualizado para promoção dos resultados positivos em segurança. Promover relações internacionais sólidas.
- Atualizar e modernizar plataforma com guia de informações para a entrada ou a circulação do turista no país, ofertando serviços de apoio ao turista (como seguro saúde gratuito e guia para visitas ao Brasil). Aliar a estratégia com startups.
- Desenvolver cinturões de segurança em áreas estratégicas para o turismo, ampliando monitoramento por câmeras, reforço de policiamento, aumento da iluminação pública, entre outras ações.

## HORIZONTES DE VALOR

**Curto prazo:** Aumento da sensação de segurança, fortalecendo a demanda turística em destinos âncoras.

**Médio/longo prazos:** Estímulo à demanda turística em regiões do entorno dos destinos âncoras, potencializando o turismo local.

## PRINCIPAIS ATIVOS PARA REALIZAÇÃO DA INICIATIVA

**13º**

Delegacias de Proteção ao Turista<sup>(3)</sup>

**R\$ 10,72 bi**

em segurança pública em 2020<sup>(2)</sup>

**81º lugar**

entre 162 países mais seguros<sup>(7)</sup>

## CASOS DE REFERÊNCIA IDENTIFICADOS



México desenvolveu programa de segurança<sup>(4)</sup>



Costa Rica oferece seguro-saúde para turistas internacionais<sup>(5)</sup>



Tailândia facilita a entrada e a circulação de turistas em segurança<sup>(6)</sup>



República Dominicana já retomou grande parte de sua demanda

## PRINCIPAIS ENVOLVIDOS

- Governos Estaduais
- Governos Municipais
- Entidades locais
- Rio Tourist Police
- Viaje Legal
- Abramge - Associação Brasileira de Planos de Saúde
- EMBRATUR

6º

# Desenvolver mecanismos de investimentos para promoção do setor priorizando hospedagem e lazer



## O QUÊ?

- Incentivar a sustentação e o crescimento da infraestrutura hoteleira e novos atrativos turísticos no Brasil.

## QUAL IMPACTO?

- Sustentação dos negócios de hotelaria atuais.
- Sustentação de emprego e renda.
- Atração de investimentos.



## TEMAS A SER EXPLORADOS

- Ampliar e facilitar o acesso a crédito incentivado para adaptação de meios de hospedagem às demandas pós-COVID: segurança, lifestyle, eventos menores e bleisure.
- Incentivar linhas de crédito para a consolidação do setor, em que grandes redes de hotéis possam, por meio dos modelos de franquia, capitalizar e profissionalizar pequenos e médios estabelecimentos de hospedagem.
- Plano de revitalização e construção de novos polos turísticos, contemplando hospedagem e lazer para o turismo rural, o turismo de sol e praia e o ecoturismo, utilizando mecanismos de financiamento verde.
- Promover rodada de negócios para grupos internacionais investirem em hotéis de luxo voltados ao ecoturismo e ao turismo de sol e praia.
- Promover um Fundo Endowment Cultural para atrativos regionais que não possuem viabilidade financeira, mas trazem disseminação da cultura local.

## HORIZONTES DE VALOR

 **Curto prazo:** Capital para retomar as operações.

 **Médio/longo prazos:** Potencializar a infraestrutura turística do país.

## PRINCIPAIS ATIVOS PARA REALIZAÇÃO DA INICIATIVA

### R\$ 6,1 bi

de expectativa de investimento em hospedagem<sup>(7)</sup>

### 1º

em fauna e flora do mundo<sup>(5)</sup>

### R\$ 26,3 bi

de receita gerada por hotéis e similares em 2019<sup>(7)</sup>

### 9º

em recursos culturais<sup>(6)</sup>

### 470

unidades de conservação no Brasil<sup>(4)</sup>

### 2º

em recursos naturais<sup>(6)</sup>

## CASOS DE REFERÊNCIA IDENTIFICADOS

- Paradores Hotels & Restaurantes 1928
- INVERTE Turismo

## PRINCIPAIS ENVOLVIDOS

- Portal de Investimentos - Ministério do Turismo
- PRODETUR Mais Turismo
- FUNGETUR - Fundo Geral de Turismo
- BNDES
- Investe Turismo

# Certificar os estabelecimentos dos principais destinos turísticos com protocolos e selos



## O QUÊ?

- Aumentar o profissionalismo e o padrão de atuação dos estabelecimentos das rotas estratégicas do turismo em segurança biosanitária, sustentabilidade, responsabilidade social e experiência.

## QUAL IMPACTO?

- Aumento da demanda pelo turismo.
- Atração de investimentos.
- Sustentação do emprego.



## TEMAS A SER EXPLORADOS

- Alinhar a aplicação do selo nacional ao protocolo de segurança sanitária internacional, como o do WTTC, e à estratégia nacional de certificação.
- Adotar parcerias com empresas de tecnologia para permitir a participação do turista no processo de fiscalização e melhoria do padrão de atuação dos estabelecimentos.
- Articular com as secretarias de Estado e do município a unificação do programa de selos e abordagem de diferentes temáticas, tais como: segurança biosanitária, sustentabilidade, experiência do consumidor.
- Alinhar programa à coleta de dados e indicadores dos estabelecimentos para monitoramento nacional da evolução do trade, na qualidade dos serviços prestados em segurança biosanitária, sustentabilidade e experiência do consumidor.
- Oferecer treinamentos e capacitações via Sebrae e Agências de Desenvolvimento para apoiar as empresas no processo de certificação.
- Desenvolver um plano de marketing para divulgar os selos turísticos para aumentar o interesse das empresas na certificação.

## HORIZONTES DE VALOR



**Curto prazo:** Estímulo à demanda nas regiões que já tiverem selos e protocolos implementados.



**Médio/longo prazos:** Melhoria da competitividade do trade turístico

## PRINCIPAIS ATIVOS PARA REALIZAÇÃO DA INICIATIVA

**72%**

das pessoas usam plataformas de avaliação antes de tomar decisão<sup>(5)</sup>

**125.733**

empresas turísticas no Cadastur<sup>(1)</sup>

**27.694**

empresas com selo do MTur existentes<sup>(2)</sup>

## TRIPADVISOR

Certificado de Excelência<sup>(3)</sup>

## RECLAME AQUI<sup>(4)</sup>

Certificado RA 1000

## CASOS DE REFERÊNCIA IDENTIFICADOS



Certificação de excelência em higiene pública ambiental e capacitação de pessoal<sup>(5)</sup>



Na Espanha, os selos são auditados<sup>(6)</sup>



Em Gramado, aplicativo é adotado pelos turistas para avaliação dos estabelecimentos<sup>(7)</sup>

- SG CLEAN
- Safe Tourism
- Safety & Experience

## PRINCIPAIS ENVOLVIDOS

- Política Nacional de Qualificação no Turismo
- SEBRAE
- KPMG
- Cadastur
- INFRA SPEAK
- Anvisa
- Turismo Responsável Limpo e Seguro

8º

# Desenvolver o turismo sustentável e social promovendo novas experiências e referências para o país



## O QUÊ?

- Adotar as melhores práticas de sustentabilidade em toda a cadeia do turismo nacional, contribuindo para a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável, trazendo maior visibilidade para o Brasil como um destino de turismo sustentável.

## TEMAS A SER EXPLORADOS

- Criar observatório do turismo sustentável e definir indicadores para estes serem monitorados regularmente, associando o mesmo à uma plataforma de informações ao turista.
- Prover conteúdos para escolas, universidades e empresas e estimulando premiações de soluções em turismo sustentável.
- Para os novos empreendimentos turísticos, estabelecer um percentual do Capital Expenditure (CAPEX) para desenvolvimento de projetos sociais e ambientais de acordo com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).
- Criar mecanismos de fomento e controle do turismo sustentável: taxas ecológicas/sociais, vouchers de controle de entrada (facilitação de arrecadação de impostos) e ampliar a comunicação para conscientização.
- Disponibilizar linhas de créditos com taxas incentivadas para projetos turísticos que tenham requisitos ESG e estejam aderentes aos ODS.
- Participar de debates internacionais e fortalecer o Brasil nos rankings existentes.
- Desenvolver fundos patrimoniais (endowment) para preservação ambiental em conjunto com o BNDES com foco nos principais biomas nacionais.

## QUAL IMPACTO?

- Aumento do consumo do turismo.
- Estímulo na criação de negócios sustentáveis.
- Atração de investimentos.



## HORIZONTES DE VALOR

**Curto prazo:** Estimular as transformações de negócio incentivando a transição para a economia verde.

**Médio/longo prazos:** Estar entre os países que mais desenvolvem o turismo sustentável.

## PRINCIPAIS ATIVOS PARA REALIZAÇÃO DA INICIATIVA

**28**

projetos de turismo sustentável financiados pelo BID desde 1995<sup>(8)</sup>

**56**

títulos verdes no Brasil<sup>(9)</sup>

**+900**

entidades ambientais cadastradas no Cadastro Nacional de Entidades Ambientais<sup>(2)</sup>

**Braztoa**

Prêmio de Sustentabilidade do Turismo<sup>(3)</sup>

Rede Brasileira de Observatórios em Turismo<sup>(4)</sup>

## CASOS DE REFERÊNCIA IDENTIFICADOS



Promoção para educar visitantes sobre o turismo sustentável<sup>(5)</sup>.



Plano renovador de estratégias para fomento do turismo sustentável<sup>(6)</sup>.

- TOYOTA APA Costa dos Corais

## PRINCIPAIS ENVOLVIDOS

- |                           |                      |
|---------------------------|----------------------|
| • Ministério do Turismo   | • ICMBio             |
| • WTM Responsible Tourism | • OMT                |
| • EMBRATUR                | • BID                |
| • Pantanal SOS            | • SOS Mata Atlântica |
| • Travellife              | • Banco da Amazônia  |
| • BNDES                   |                      |

# Promover a transformação digital integrando físico e digital no mesmo ambiente



## O QUÊ?

- Acelerar a digitalização dos destinos e promover o aumento do consumo e da demanda nos destinos a partir da oferta de produtos e serviços.

## QUAL IMPACTO?

- Aumento da demanda e consumo do turismo pela melhoria na experiência do cliente.
- Informações dos clientes mais precisas.
- Aumento do emprego.



## TEMAS A SER EXPLORADOS

- Identificar tecnologias de fácil integração que possibilitem a transformação da experiência do cliente desde inspiração para a viagem até o seu retorno..
- Disponibilizar Wi-Fi grátis para a coleta de dados e maior entendimento do perfil do consumidor em atrativos âncoras pré-definidos.
- Acelerar a implantação dos destinos inteligentes para serem usados como labs de inovação de impulsionamento e teste de diferentes tecnologias de maior retorno econômico para o destino.
- Incentivar parcerias público-privadas para impulsionamento do investimento em tecnologia.

## HORIZONTES DE VALOR



**Curto prazo:** melhoria da experiência do cliente



**Médio/longo prazos:** aumento da demanda

## PRINCIPAIS ATIVOS PARA REALIZAÇÃO DA INICIATIVA

### 2º país

que mais passa tempo em redes sociais<sup>(3)</sup>

### Câmara do Turismo 4.0

acordo entre MTur e MCTIC<sup>(1)</sup>

### 10 cidades

selecionadas para destinos inteligentes<sup>(2)</sup>

## CASOS DE REFERÊNCIA IDENTIFICADOS

- Walt Disney World
- Beni Dorm
- Rock in Rio

## PRINCIPAIS ENVOLVIDOS

- Wakalua
- Segittur
- BNDE GARAGEM
- INOVATIVA BRASIL

10º

# Promover programas e incentivos para redução de custo das empresas aéreas, com vistas à recuperação e aumento da malha aérea do país



## O QUÊ?

- Incentivar a recuperação da infraestrutura aérea por meio do aumento da demanda com passagens aéreas mais baratas.
- Desenhar modelos de incentivos mais sustentáveis para melhoria da malha aérea no longo prazo.

## TEMAS A SER EXPLORADOS

- Promover estudos e programas de incentivo para a redução do ICMS do combustível de avião (QAV-1) junto às Unidades Federadas, com vistas ao aumento da conectividade de da oferta de voos no País.
- Promover estudos e programas de incentivo para redução das taxas aéreas em aeroportos localizados em destinos turísticos.
- Identificar junto aos órgãos competentes medidas para acelerar a Certificação Internacional de vacinas, com vistas à reabertura das fronteiras.
- Fortalecer o estímulo à entrada de empresas low cost no país por meio de modelos de incentivos.
- Elaborar um plano de estímulo ao turismo integrando distribuidores do turismo, empresas aéreas e secretarias/agências de turismo estaduais, com vistas à fortalecer a promoção e a comercialização de produtos e serviços turísticos.

## QUAL IMPACTO?

- Aumento da demanda.
- Aumento de receita fiscal, de taxas aéreas e outras taxas.
- Aumento da competitividade do setor.
- Sustentação e crescimento de empregos qualificados.



## HORIZONTES DE VALOR



**Curto prazo:** reestabelecimento da malha aérea para promoção de destinos turísticos.



**Médio/longo prazos:** melhoria da malha aérea para destinos remotos/meios maduros e voos com custos mais competitivos.

## PRINCIPAIS ATIVOS PARA REALIZAÇÃO DA INICIATIVA

### 99 aeroportos

2º país em número de aeroportos<sup>(3)</sup>

### ~15 mil

voos semanais em 2019<sup>(4)</sup>

### 2499

Aeródromos<sup>(4)</sup>

## CASOS DE REFERÊNCIA IDENTIFICADOS



Desconto na taxa aeroportuária para voos que aterrissam em Cingapura<sup>(1)</sup>



Mesa del aeropuerto de Granada: incentivos para companhias aéreas<sup>(2)</sup>



Redução das taxas aéreas no Chile incrementou ingresso dos passageiros e compras dentro do aeroporto.

**Aena** - Operador aeroportuário espanhol reduziu taxas em 2017 e ampliou a demanda de transporte.

## PRINCIPAIS ENVOLVIDOS

- ABEAR Associação Brasileira das Empresas Aéreas
- IATA Associação Internacional de Transportes Aéreos
- Flybondi.com
- GOL Linhas Aéreas Inteligentes
- Azul Linhas Aéreas
- Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC)
- LATAM Airlines Brasil
- Sky Airline

11º

# Promover incentivos para atração de investimentos para o turismo náutico



## O QUÊ?

- Ampliar o turismo náutico, com o desenvolvimento do ecoturismo e sustentável (fluvial) e a revitalização das regiões portuárias em grandes cidades ou cidades turísticas (marítimo).

## QUAL IMPACTO?

- Desenvolvimento de novas rotas turísticas.
- Aumentar o consumo de turismo nos segmentos marítimos e fluviais.
- Atração de investimentos.
- Sustentação e aumento do emprego.



## TEMAS A SER EXPLORADOS

- Acelerar as concessões previstas no PPI e envolver a iniciativa privada no desenvolvimento da infraestrutura e capacitação para o turismo náutico.
- Desenvolver programas do turismo em parceria com a iniciativa privada para revitalização das cidades portuárias e desenvolvimento do turismo.
- Desenvolver um plano de marketing institucional para apresentar as rotas turísticas marítimas e fluviais.
- Incentivar programas de turismo fluvial em locais de preservação e desenvolvimento econômico regional em parceria com bancos multilaterais, agências de cooperação do turismo, ONGs e secretarias municipais e estaduais.
- Revisar a Nova Lei dos Portos (Lei nº 12.815/93) para trazer agilidade e reduzir a burocracia para terminais turísticos.

## HORIZONTES DE VALOR



### Curto prazo: N/A.



### Médio/longo prazos:

Desenvolvimento de novas rotas turísticas e melhoria da conectividade entre destinos/aumento do consumo turístico.

## PRINCIPAIS ATIVOS PARA REALIZAÇÃO DA INICIATIVA

### 8 mil km

em extensão litoral<sup>(2)</sup>

### 42 mil km

de rios navegáveis<sup>(3)</sup>

### 144 cruzeiros

na temporada  
(2019/20)<sup>(4)</sup>

Programa PPI para Terminais Fluviais e Portos<sup>(1)</sup>

## CASOS DE REFERÊNCIA IDENTIFICADOS

- Turismo no Baixo São Francisco
- Porto Maravilha - Rio de Janeiro

## PRINCIPAIS ENVOLVIDOS

- MTur Ministério do Turismo
- BID Banco Interamericano de Desenvolvimento
- SEP Secretaria Especial de Portos
- IABS – Instituto Brasileiro de Desenvolvimento e Sustentabilidade
- CLIA Cruise Lines International Association
- OECD Organisation for Economic Co-operation and Development

12º

# Ter uma plataforma com os principais destinos integrando a cadeia do setor



## O QUÊ?

- Ter uma base de informações do setor que permita o planejamento, a gestão e a promoção da atividade turística aplicados à realidade de cada região.

## QUAL IMPACTO?

- Otimização de investimentos públicos em todas as esferas governamentais.
- Aumento do consumo por meio da disponibilização de dados mais atualizados e da conexão entre o setor.
- Facilitação do relacionamento entre turistas e trade, e garantia de melhores experiências.

## TEMAS A SER EXPLORADOS

- Acelerar a expansão da Plataforma Integrada do Turismo (PIT) para todos os estados brasileiros para criação de Plataforma Nacional Integrada da cadeia.
- Expandir o treinamento da plataforma já integrado na plataforma, possibilitando a conexão entre os colaboradores.
- Conectar os dados em plataforma única de promoção e disponibilizar para entidades de promoção do turismo, incluindo sobretudo marketing digital, com canais de comunicação proprietários e de terceiros.
- Agregar à plataforma serviços de apoio e aceleração da resolução de conflitos entre turistas e empresas cadastradas, com fundo garantidor associado para apoiar casos de litígios causados pela pandemia.

## HORIZONTES DE VALOR



**Curto prazo:** Organização dos dados do setor e clareza da informação.



**Médio/longo prazos:** Melhoria dos gastos e investimento público em produtos e serviços turísticos.

## PRINCIPAIS ATIVOS PARA REALIZAÇÃO DA INICIATIVA

**60 mil**

empresas no segmento<sup>(2)</sup>

**517**

cidades mineiras já adotaram a PIT de MG<sup>(1)</sup>

**PIT**

12 estados em processo de adoção da PIT<sup>(2)</sup>

**126.059**

empresas no Cadastur<sup>(3)</sup>

**DataSebrae** <sup>(4)</sup>

## CASOS DE REFERÊNCIA IDENTIFICADOS



Plataforma de facilitação de identificação de novos clientes e fornecedores<sup>(5)</sup>.

- Turismo de Portugal
- Turismo em Minas Gerais

## PRINCIPAIS ENVOLVIDOS

- Governos estaduais
- Governos municipais
- RIMT Rede de Inteligência de Mercado no Turismo
- Embratur
- IBGE
- Secretaria de Turismo de Minas Gerais
- MTur Ministério do Turismo
- Turismo em Minas Gerais
- Programa de Regionalização do Turismo
- SIDTUR Ministério do Turismo

Fonte: (1) Agência Minas 2021, (2) Secult MG 2021 (3) ABRAPE 2021, (3) Cadastur 2021, (4) DataSebrae, (5) Compra Lo Nuestro 2021, (6) business.turismodeportugal.pt 2021

13º

# Desenvolver uma plataforma de informações sobre turistas no Brasil (Data Driven)



## O QUÊ?

- Melhorar a capacidade do setor de definir seu público-alvo e desenvolver estratégias de promoção e desenvolvimento de produtos e serviços, além de desenvolvimento de políticas públicas e ações estratégicas pelo governo.

## QUAL IMPACTO?

- Aumento da demanda e consumo turístico por meio da melhoria dos serviços e produtos ofertados.
- Geração de empregos mais qualificados.



## TEMAS A SER EXPLORADOS

- Integrar dados utilizando o SNRHos com bases de dados sociais, geográficos e estatísticos existentes em plataforma, respeitando a LGPD.
- Estabelecer política de tratamento de dados pessoais.
- Aliar à plataforma a conexão com os dados gerados pela estratégia de integração do físico com o digital e desenvolver pesquisas periódicas de perfil e comportamento do turista nacional.
- Integrar à plataforma dados e informações adicionais: (1) tendências e movimentos do turismo no mundo; (2) indicadores de monitoramento de saúde e segurança (incluindo dados de COVID-19); (3) indicadores de monitoramento de países-chave emissores de turistas para o Brasil e no mundo; (4) indicadores de monitoramento da sustentabilidade; (5) análises de mercado visando a adicionar valor e viabilizar análises de mercado mais assertivas; e (6) "Calendário de Eventos".

## HORIZONTES DE VALOR



**Curto prazo:** Adaptação do setor às necessidades dos novos clientes.



**Médio/longo prazos:** Aumento do consumo (*ticket médio*) do turista por meio da oferta de produtos e serviços mais adequados.

## PRINCIPAIS ATIVOS PARA REALIZAÇÃO DA INICIATIVA

### IBGE, DADOS.GOV, RAIS

Bases de dados existentes<sup>(1)</sup>

### SNRHos

Sistema Nacional de Registro de Hóspedes<sup>(1)</sup>

### Ministério do Turismo

Dados e Fatos<sup>(1)</sup>

## CASOS DE REFERÊNCIA IDENTIFICADOS



Cartilha contendo o perfil de viajantes domésticos<sup>(2)</sup>.

- Travel BI - Turismo de Portugal
- Turismo de Gramado

## PRINCIPAIS ENVOLVIDOS

- Dados.gov.br
- RAIS Relações Anuais de Informações Sociais
- IBGE
- RIMT Rede de Inteligência de Mercado no Turismo
- EMBRATUR

14º

# Ampliar a conectividade em cidades turísticas com Wi-Fi e Internet banda larga



## O QUÊ?

- Promover o turismo, trazer segurança e melhor experiência para o turista e integrar as atrações e os conteúdos das rotas turísticas a partir da melhoria da conectividade.

## TEMAS A SER EXPLORADOS

- Desenvolver um estudo de demanda de tráfego para as áreas com necessidade de aumento da conectividade, a partir do mapeamento realizado pelo MTur e implementar um plano de ampliação nas regiões âncoras e de potencial turístico.
- Obter provedores regionais e programas low cost de grandes operadoras para viabilizar a implementação de conectividade em áreas rurais focadas em agrobusiness.
- Promover o desenvolvimento de associações que investiram em conectividade móvel ou fixa e/ou mobilizar a comunidade local para viabilizar o investimento nas soluções.
- Aproveitar a estrutura do programa GESAC para melhorar conectividade em meios de hospedagem para o turismo rural e outdoor.

## QUAL IMPACTO?

- Aumento da demanda em destinos remotos.
- Aumento do consumo de turismo pela ampliação das possibilidades de negócio do turismo hoje pouco desenvolvido pela falta de Internet.



## HORIZONTES DE VALOR

**Curto prazo:** Aumento da visibilidade do destino e melhoria da qualidade dos serviços com consequente aumento da sensação de segurança e melhoria da experiência para o turista.

**Médio/longo prazos:** Aumento da competitividade e rentabilidade da atividade turística — desenvolvimento de destinos inteligentes.

## PRINCIPAIS ATIVOS PARA REALIZAÇÃO DA INICIATIVA

### Turismo 4.0

Acordo entre MTur e MCTIC<sup>(3)</sup>

**+14.000**

operadoras regionais

### PGMU V e Edital do 5G<sup>(4)</sup>

**Soluções low cost de grandes operadoras SMP**

### GESAC

Governo Eletrônico - Serviço de Atendimento ao Cidadão<sup>(4)</sup>

**FINEM- BNDES**  
e fundos setoriais<sup>(5)</sup>

## CASOS DE REFERÊNCIA IDENTIFICADOS



México ampliou a disponibilidade da rede para atrair mais turistas<sup>(2)</sup>.

## PRINCIPAIS ENVOLVIDOS

- MTur Ministério do Turismo
- GESAC Serviço de Atendimento ao Cidadão
- REDETELESUL
- ABRINT
- ABRAMULTI
- SEGUITTUR
- MCOM
- MCTIC

Fonte: (1) ConectAGRO 2021, (2) Gobierno de Mexico (gob.mx) 2021, (3) Estudo diagnóstico: empreendimentos tecnológicos em turismo (Wakalua Brasil) 2020, (4) Governo do Brasil 2021, (5) BNDES

15º

# Fortalecer o ecossistema de inovação do Turismo impulsionando os hubs de startups e as universidades



## O QUÊ?

- Acelerar a digitalização dos setores da indústria e promover a criação de novos modelos de negócios considerando o ecossistema: startups, universidades, grandes empresas do setor e governo.

## QUAL IMPACTO?

- Aceleração da adaptação do setor ao novo ambiente de negócios
- Crescimento do consumo de turismo.
- Aumento de investimento público-privado em novas tecnologias disruptivas para o setor.
- Sustentação e crescimento de empregos qualificados.

## TEMAS A SER EXPLORADOS

- Incentivar as startups mais maduras para promoção de turismo no Brasil que tenham foco no momento inspiracional da viagem e sirvam para divulgar os destinos diferentes do Brasil aos brasileiros.
- Participar e incentivar os hubs de inovação propostos pelo MTur, Wakalua e OMT, aproveitando programas como BNDES Garagem e Inovativa.
- Monitorar o ecossistema de startups global e identificar as inovações que possam gerar ganhos econômicos para as empresas do setor.
- Ter programas para promover a Indústria do Turismo 4.0, com incentivos para inovação para os players do setor.

## HORIZONTES DE VALOR



**Curto prazo:** Uso das startups para promoção de destinos.



**Médio/longo prazos:** Digitalização da indústria e qualificação dos profissionais.

## PRINCIPAIS ATIVOS PARA REALIZAÇÃO DA INICIATIVA

### + 7 M

startups de turismo em 125 países(1)

### 93

startups de turismo no Brasil(1)

### 4 grandes hubs de inovação

### 407

faculdades de turismo

### 20 mil

estudantes de turismo

### R\$ 44 Mi

Inovativa Brasil para investir em startups(2)

## Contrato Mtur a Wakalua

## CASOS DE REFERÊNCIA IDENTIFICADOS

- Buser - Transformar a mobilidade aérea e viária no Brasil.
- ONFLY - Comparador de passageiros aéreos gratuito/entre as 20 melhores do mundo.

## PRINCIPAIS ENVOLVIDOS

- Wakalua
- MTur Ministério do Turismo
- BNDES GARAGEM
- INOVATIVA BRASIL
- FINESP
- ABD

# Referências



# Referências

- ABBT. Disponível em: <<https://www.abbt.org.br/home>>. Acesso em: 2021
- ABBT. Voucher Turismo -Recursos específicos para o setor de turismo, 2021
- ABRAPE. Disponível em: <<https://www.abrape.com.br/>>. Acesso em: 2021
- ABSTARTUPS. Disponível em: <<https://abstartups.com.br/>>. Acesso em: 2021
- AGÊNCIA MINAS. Disponível em: <<http://www.agenciaminas.mg.gov.br/>>. Acesso em: 2021
- AGRISHOW. Disponível em: <<https://www.agrishow.com.br/pt/Home.html>>. Acesso em: 2021
- ANAC. Demanda e Oferta do Transporte Aéreo, 2021
- ASEAN BRIEFING. Disponível em: <<https://www.aseanbriefing.com/>>. Acesso em: 2021
- BANCO NACIONAL DO NORDESTE. Disponível em: <<https://www.bnb.gov.br/>> . Acesso em: 2021
- BBC. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese>>. Acesso em: 2021
- BCB. Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/>>. Acesso em: 2021
- BNDES. Disponível em: <<https://www.bnDES.gov.br/wps/portal/site/home>>. Acesso em: 2021
- CADASTUR. Disponível em: <<https://cadastur.turismo.gov.br/hotsite/#!/public/capa/entrar#capalnicio>>. Acesso em: 2021
- CAPITAL ENDEAVOR. Disponível em: <<https://capital.endeavor.org.br/>>. Acesso em: 2021
- CBIE. Disponível em: <[cbie.com.br/](https://cbie.com.br/)>.Acesso em: 2021
- CLIA e FGV. Estudo de perfil e impactos econômicos no Brasil: Temporada 2019-2020, 2020
- CNC. Disponível em: <<https://www.portaldocomercio.org.br/>>. Acesso em: 2021
- CNEA. Disponível em: <<https://cnea.mma.gov.br/>>. Acesso em: 2021
- CNF. Disponível em: <<https://cnf.org.br/setores-fazem-lobby-por-socorro-de-mais-de-r-250-bi>> .Acesso em: 2021
- COMPRA LO NUESTRO. Disponível em: <<https://compralonuestro.co/>>. Acesso em: 2021
- COMTUR. Disponível em: <<https://www.turismo.bonito.ms.gov.br/comtur>>. Acesso em: 2021
- CONECTAGRO. Disponível em: <<https://www.conectagro.net/>>. Acesso em: 2021
- CREDITAS. Disponível em: <<https://www.creditas.com/>>. Acesso em: 2021
- DADOS E FATOS TURISMO. Disponível em: <http://www.dadosfatos.turismo.gov.br/>. Acesso em: 2021
- DATABASEBRAE. Disponível em: <<https://databasebrae.com.br/>>.Acesso em: 2021
- ENTRY THAILAND. Disponível em: <<https://entrythailand.go.th/>>. Acesso em: 2021
- EUROSTAR. Disponível em: <<https://www.eurostar.com/rw-en/city-breaks-in-europe>>. Acesso em: 2021
- FOGAPE. Disponível em: <<http://www.fogape.cl/>>. Acesso em: 2021
- FOHB. Disponível em: <<http://fohb.com.br/>>. Acesso em: 2021
- FUNDAÇÃO TOYOTA. Disponível em: <<https://fundacaotoyotadobrasil.org.br/projetos/projeto-toyota-apo-costa-dos-corais/>>. Acesso em: 2021
- FUNDO GERAL DE TURISMO (Fungetur). Relatório estatístico, 2021
- FUNGETUR. Disponível em: <<https://www.gov.br/turismo/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/fungetur>>. Acesso em: 2021
- GLOBAL SUSTAINABLE TOURISM COUNCIL. Disponível em: <https://www.gstcouncil.org/>
- GLOBAL WEB INDEX. Disponível em: <<https://www.gwi.com/>>. Acesso em: 2021
- GOBIERNO DE COLOMBIA. Disponível em: <<https://www.gov.co/home/>>. Acesso em: 2021
- GOBIERNO DE MÉXICO. Disponível em: <<https://www.gob.mx/>>. Acesso em: 2021
- GOVERNO DA AUSTRÁLIA. Disponível em: <<https://australiago.com/governo/>>. Acesso em: 2021
- GOVERNO DO BRASIL. Disponível em: <<https://www.gov.br/pt-br>>. Acesso em: 2021
- GRAMADOTUR. Disponível em: <<https://gramadotur.rs.gov.br/>>. Acesso em: 2021
- GRANADA HOY. Disponível em: <<https://www.granadahoy.com/>>. Acesso em: 2021
- GSTC COUNCIL. Disponível em: <<https://www.gstcouncil.org/>>. Acesso em: 2021
- GUIA DO TURISTA. Disponível em:<<https://www.guiadoturista.net/apoio-ao-turista>> . Acesso em: 2021
- HARVARD BUSINESS SCHOOL DIGITAL INITIATIVE. Disponível em: <<https://digital.hbs.edu/>>. Acesso em: 2021
- HOTELINVEST. Disponível em: <<https://hotelinvest.com.br/>>. Acesso em: 2021
- HOTELINVEST. Panorama da Hotelaria Brasileira, 2021
- INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO. Disponível em: <<https://www.ict.go.cr/es/>>. Acesso em: 2021
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. Disponível em: <<https://www.ine.gub.uy/>>. Acesso em: 2021
- KPMG. Plan Reactivación Turismo Rías Baixas v3.0, 2020
- KPMG. Supply Chain Financing, 2021
- MERCADO & EVENTOS. Disponível em: <<https://www.mercadoeeventos.com.br/>> Acesso em: 2021

# Referências

- MINISTERIO DE INDUSTRIA , COMERCIO Y TURISMO DE ESPAÑA. Disponível em: <<https://www.mincetur.gob.es/en-us/Paginas/index.aspx>>. Acesso em: 2021
- MINISTRY OF TRANSPORT. Disponível em: <<https://www.mot.gov.sg/>>. Acesso em: 2021
- MTur. Disponível em: <<https://www.gov.br/turismo/pt-br>>. Acesso em: 2021
- NEA. Disponível em: <<https://www.nea.gov.sg/>>. Acesso em: 2021
- PNAD CONTÍNUA TURISMO. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/>. Acesso em: 2021
- PARADORES. Disponível em: <<https://empresa.parador.es/>>. Acesso em: 2021
- PLANALTO. Disponível em: <<https://www.gov.br/planalto/pt-br>>. Acesso em: 2021
- PORTAL DA TRANSPARÉNCIA. Disponível em: <<http://www.portaltransparencia.gov.br/>>. Acesso em: 2021
- PORTAL OFICIAL DO ESTADO ARGENTINO. Disponível em: <<https://www.argentina.gob.ar/>>. Acesso em: 2021
- PORTO MARAVILHA. Disponível em: <<https://porto-maravilha.com.br/>>. Acesso em: 2021
- PPI. Disponível em: <<https://ppi.gov.br/>>. Acesso em: 2021
- PREVIAJE. Disponível em: <<https://www.previaje.gob.ar/>>. Acesso em: 2021
- PRODETUR. Disponível em: <<http://www.prodetur.turismo.gov.br/>>. Acesso em: 2021
- RAINFOREST MONGABAY. Disponível em: <<https://rainforests.mongabay.com/>>. Acesso em: 2021
- RECEITA FEDERAL. Disponível em: <<https://www.gov.br/receitafederal/pt-br>>. Acesso em: 2021
- RECLAME AQUI. Disponível em: <<https://www.reclameaqui.com.br/>> . Acesso em: 2021
- RED ESPAÑA. Disponível em: <<https://www.red.es/redes/>>. Acesso em: 2021
- RIO DE JANEIRO A JANEIRO. Disponível em: <<https://www.riodejaneiroajaneiro.com.br/>>. Acesso em: 2021
- ROCK IN RIO. Disponível em: <<https://rockinrio.com/rio/pt-br/home/>>. Acesso em: 2021
- SEBRAE. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>>. Acesso em: 2021
- SECULT. Disponível em: <<https://www.secult.mg.gov.br/>>. Acesso em: 2021
- SINAVAL. Disponível em: <<http://sinaval.org.br/>>. Acesso em: 2021
- SPAIN FILM COMMISSION. Disponível em: <<http://www.shootinginspain.info/>>. Acesso em: 2021
- STATISTA. Disponível em: <<https://www.statista.com/>>. Acesso em: 2021
- THE ECONOMIST. Disponível em: <<https://www.economist.com/>>. Acesso em: 2021
- TOURISM NEW ZEALAND. Disponível em: <<https://www.tourismnewzealand.com/>>. Acesso em: 2021
- TOURISM RESEARCH AUSTRALIA. Disponível em: <<https://www.austrade.gov.au/australian/tourism/news-research-and-publications/research>>. Acesso em: 2021
- TRAVEL BI. Disponível em: <<https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/HomePage.aspx>>. Acesso em: 2021
- TRIPADVISOR. Disponível em: <<https://www.tripadvisor.com.br/>>. Acesso em: 202
- TURISMO DE PORTUGAL BUSINESS. Disponível em: <<https://business.turismodeportugal.pt/pt/Paginas/homepage.aspx>>. Acesso em: 2021
- VIAGEM & TURISMO. Disponível em: <<https://viagemeturismo.abril.com.br/>>. Acesso em: 2021
- WAKALUA. Estudo de diagnóstico: Empreendimentos tecnológicos em turismo, 2020
- WE ARE SOCIAL -DIGITAL REPORT. Disponível em: <<https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital>>. Acesso em: 2021
- WE ARE SOCIAL. Disponível em: <<https://wearesocial.com/>>. Acesso em: 2021
- WORLD HERITAGE LIST. Disponível em: <<https://whc.unesco.org/en/list/>>. Acesso em: 2021
- WTTC. Disponível em: <<https://www.wttc.org/>>. Acesso em: 2021
- WTTC. Travel and Tourism as a Catalyst for Social Impact, 2021
- WWF. Disponível em: <[https://www.wwf.org.br/natureza\\_brasileira/questoes\\_ambientais/biomas/bioma\\_costeiro/](https://www.wwf.org.br/natureza_brasileira/questoes_ambientais/biomas/bioma_costeiro/)>. Acesso em: 2021

SECRETARIA ESPECIAL DE  
PRODUTIVIDADE E COMPETITIVIDADE

MINISTÉRIO DA  
ECONOMIA



© 2021 KPMG Consultoria Ltda., uma sociedade simples brasileira, de responsabilidade limitada e firma-membro da organização global KPMG de firmas-membro independentes licenciadas da KPMG International Limited, uma empresa inglesa privada de responsabilidade limitada. Todos os direitos reservados.

O nome KPMG e o seu logotipo são marcas utilizadas sob licença pelas firmas-membro independentes da organização global KPMG.