



RELATÓRIO GESTÃO

SECRETARIA NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO
E COMPETITIVIDADE DO TURISMO (SNDTUR)

2020 a 2022

INTRODUÇÃO

A Secretaria Nacional de Desenvolvimento e Competitividade do Turismo (SNDTur) integra a estrutura do Ministério do Turismo. Tem como objetivo promover a estruturação de estudos que estimulem o mercado do turismo de forma a garantir mais competitividade, posicionamento dos produtos turísticos e gestão de destinos inteligentes e criativos, garantindo o crescimento constante do turismo de forma responsável.

Também cabe a SNDTur a formalização e fiscalização de prestadores de serviços turísticos em busca da legalização de todo o setor turístico. Essa regulação permite a construção de cursos de qualificação e outros produtos voltados aos prestadores de serviços turísticos.

Cabe ainda à secretaria, a coordenação de eventos geradores de fluxos turísticos e toda a parte referente a publicidade e propaganda dos produtos e projetos desenvolvidos pelo Ministério do Turismo. Tem também o dever de coordenar os eventos institucionais e patrocínio cedidos pela Pasta.

A estrutura da SNDTur é composta pelo Departamento de Inteligência Mercadológica e Competitiva do Turismo (DIMEC), Departamento de Qualificação do Turismo (DEQUA) e Departamento de Marketing e Eventos (DME).

A pandemia de Covid-19 que atingiu fortemente o setor de turismo – a partir de março de 2020 - impôs desafios sem precedentes para a manutenção de empregos e proteção dos empreendimentos turísticos. E coube à SNDTur o desenvolvimento de um conjunto de ações focadas tanto em possibilitar a retomada gradual das viagens por meio do Selo Turismo Responsável como também preparar todo o setor para o retorno das atividades por meio de ações de qualificação profissional, bem como estruturação e promoção dos destinos nacionais.

Este relatório de gestão apresenta um resumo detalhado deste sobre o extenso trabalho desenvolvido pela Secretaria Nacional de Desenvolvimento e Competitividade do Turismo ao longo dos últimos anos.

DEPARTAMENTO DE INTELIGÊNCIA MERCADOLÓGICA E COMPETITIVA DO TURISMO (DIMEC)

1. DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES (DTI)

Desde 2021, o Ministério do Turismo conta com uma importante estratégia de posicionamento dos destinos brasileiros. Trata-se do Destino Turístico Inteligente (DTI) que tem o objetivo de promover o fortalecimento dos destinos por meio de ações de promoção de segurança, tecnologia, sustentabilidade e governança.

Graças a uma metodologia inovadora desenvolvida pela equipe técnica do DIMEC, um destino turístico pode gerenciar seus processos e seu território de forma inovadora e sustentável, comprometido com pilares que impactam positivamente a qualidade de vida dos moradores e a experiência dos turistas.

A transformação de um destino em DTI melhora a sua competitividade, gerando emprego e renda para sua população, afinal, uma cidade só é boa para o turista se for boa também para o seu morador.

No Brasil, 10 cidades das cinco regiões fazem parte do projeto-piloto da iniciativa. São eles: a capital federal, Brasília, e Campo Grande (Centro-Oeste); Recife/PE e Salvador/BA (Nordeste); Rio de Janeiro/RJ e Angra dos Reis/RJ (Sudeste); Florianópolis/SC e Curitiba/PR (Sul); Rio Branco/AC e Palmas/TO (Norte).

Os locais foram selecionados a partir de critérios como conectividade, disponibilização de internet pública gratuita e índices de empreendedorismo e de desenvolvimento humano, entre outros. O projeto-piloto buscou adaptar ao Brasil a metodologia de DTI criada na Espanha, em 2012, pela SEGITTUR (*Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas*).

Em agosto deste ano, as cidades receberam certificados de “Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) em Transformação” e foi apresentado, ainda, o Manual Metodológico DTI Brasil, que orienta o processo de implantação de destinos do tipo (Acesse [AQUI](#)). O documento auxilia localidades a se organizarem de forma estruturada gerenciando, de maneira inovadora, o uso de tecnologias adequadas para facilitar o alcance dos parâmetros exigidos. Em breve, os destinos serão avaliados pelo MTur que vai conceder o Selo DTI aos que cumprirem pelo menos 80% dos planos de transformação.

2. CIDADES CRIATIVAS

A Rede de Cidades Criativas da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) é formada por cidades em todo o mundo e que tem a

economia criativa como destaque e importante diferencial competitivo no campo do turismo. O Brasil conseguiu, nos últimos quatro anos, inserir cinco destinos nesta seleta lista, totalizando 12 títulos. São eles: João Pessoa (PB) no campo do artesanato e artes populares, Campina Grande (PB), em artes midiáticas, Recife (PE) e Salvador (BA), na área da música, Belém (PA), Florianópolis (SC), Paraty (RJ) e Belo Horizonte (RJ), na gastronomia, Brasília (DF), Curitiba (PR) e Fortaleza (CE), no design, e Santos (SP), no cinema.

Para integrar a rede, a cidade deve preparar um plano de desenvolvimento no campo criativo em que a região se candidatou. O processo de seleção é feito por dois comitês: um técnico, com representação em cada categoria, designado pela Unesco; e um comitê de representantes das cidades já integrantes da Rede, em cada categoria. Ao conquistar o título, a cidade tem a oportunidade de integrar uma rede internacional de cooperação que envolve outros setores criativos, além de participar de projetos estratégicos em âmbito internacional e fomentar a indústria criativa local de forma sustentável e inclusiva.

Em 2022, o Ministério do Turismo lançou uma Web série com 12 episódios - com cerca de 10 minutos cada – falando em detalhes sobre cada um dos destinos. Além do produto audiovisual, também foi lançado um livro que traz registros obtidos na gravação do documentário e que terá versão online e digital.

Iniciativas que visam promover e dar a visibilidade à Rede Mundial de Cidades Criativas da Unesco, um importante diferencial competitivo para quem faz parte.

Pensando nisso, a SNTUR tem trabalhado para criar a Rede Brasileira de Cidades Criativa que permitirá o apoio ao desenvolvimento inclusivo e sustentável das cadeias produtivas da economia criativa e do turismo criativo.

Possibilitando, assim, que os milhares de municípios brasileiros trabalhem todo o potencial criativo de seus terreiros de maneira a se tornar um diferencial competitivo importante que atraia cada vez mais turistas que consequentemente contribuirão para a geração de emprego e renda no país.

3. CÓDIGO DE CONDUTA BRASIL

Com foco na prevenção e enfrentamento à exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo, a Secretaria Nacional de Desenvolvimento e Competitividade do Turismo – por meio do DIMEC – lançou, em 2019, o Código de Conduta Brasil. O compromisso que é gratuito e de livre adesão destaca as empresas que estão comprometidas com a proteção da criança e do adolescente e que seguem atitudes responsáveis.

Os empreendimentos que aderirem a essas práticas assumem o compromisso de informar periodicamente o Ministério do Turismo sobre a implementação das ações. Alguns dos compromissos do documento estão relacionados com o Código Penal e o Estatuto da Criança e do Adolescente como, por exemplo, hospedar criança ou

adolescente desacompanhado dos pais ou responsável ou sem autorização escrita destes ou de autoridade judiciária, em hotel, pensão, motel ou congênere, prevê multa de 10 a 15 salários de referência (art. 250 do ECA).

Todas as empresas cadastradas junto ao Sistema de Cadastro de Pessoas Físicas e Jurídicas (Cadastur) podem aderir ao Código de Conduta Brasil. Para fortalecer a iniciativa, o Ministério do Turismo firmou parceria com o Instituto Federal de Brasília (IFB) e lançou, em junho de 2022, o projeto no âmbito do Programa Abrace o Marajó, do Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos.

Além do lançamento, o MTur, por meio do IFB, promoveu oficinas de sensibilização sobre o tema com a comunidade local. A meta é promover a ativação completa do Código de Conduta por meio de ações de prevenção, sensibilização e divulgação direcionadas aos profissionais do Turismo.

4. EXPERIÊNCIAS BRASIL RURAL

Em 2021, o Ministério do Turismo, em parceria com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento e a Universidade Federal Fluminense (UFF), lançaram o projeto Experiências do Brasil Rural. Uma iniciativa voltada ao apoio e promoção do turismo em áreas rurais do país, valorizando cadeias agroalimentares típicas do país como queijo, vinho, café e cachaça. Além de ampliar e diversificar a oferta turística brasileira, por meio da inserção de produtos e serviços da agricultura familiar no mercado turístico brasileiro.

Ao final dos processos de estruturação e desenvolvimento dos roteiros, a ideia é também inserir produtos elaborados por pequenos produtores rurais em bares, restaurantes, meios de hospedagem, lojas de artesanato e outros equipamentos que integram o roteiro turístico rural. Na primeira edição da iniciativa, oito roteiros foram estruturados. Já na segunda edição, realizada em 2022, seis roteiros foram selecionados.

Com a estruturação desses roteiros, o Ministério do Turismo fortalece todo o segmento de Turismo Rural que aparece como forte tendência na busca dos viajantes, em especial após a pandemia, onde é crescente o interesse por atividades perto da natureza e que priorizam as experiências vividas durante a viagem.

Para auxiliar a implementação do Experiências do Brasil Rural, o Ministério do Turismo, em conjunto com seus parceiros, lançou um manual que tem como objetivo divulgar as ações desenvolvidas no projeto, bem como sua fundamentação metodológica e sua sequência lógica de passos para execução futura em iniciativas voltadas para roteiros turísticos rurais.

Para mais informações sobre o projeto clique [AQUI](#).

5. SELO TURISMO RESPONSÁVEL

Lançado em junho de 2020, no auge da pandemia de Covid-19, o Selo Turismo Responsável, Limpo e Seguro do Brasil foi uma resposta rápida do Ministério do Turismo para uma demanda latente do mundo por protocolos de biossegurança nos serviços turísticos, setor mais atingido pela doença. Com a medida, o Brasil se colocou entre os 10 primeiros países do mundo a implementar protocolos sanitários para o turismo, reforçando a sensação de segurança sanitária e servindo de estímulo para a retomada de viagens no país.

A Pasta, em parceria com a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), estabeleceu protocolos sanitários para 15 atividades da cadeia turística, incluindo os guias de turismo. Todos aqueles portadores do selo se comprometiam a adotar os protocolos específicos. Um importante diferencial para a iniciativa foi o fato de o selo ser gratuito e poder ser emitido de maneira totalmente online dando agilidade ao processo.

Passados pouco mais de dois anos, o [Dashboard](#) do programa mostra que são mais de 31,9 mil selos emitidos em todo o Brasil, com destaque para os estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul que aparecem entre os maiores emissores da ferramenta. Os estabelecimentos dão publicidade ao selo em local de fácil acesso ao cliente, podendo o estabelecimento disponibilizar um QR Code pelo qual o turista tem a oportunidade de consultar as medidas adotadas por aquele empreendimento e/ou profissional. Caso o consumidor constate o descumprimento de protocolos de biossegurança, ele pode entrar em contato com o Disque Saúde, pelo telefone 136, ou acionar os órgãos municipais de fiscalização sanitária.

Para mais informações sobre a iniciativa, basta acessar a página do [SELO](#).

6. REDETRILHAS

Fruto de uma parceria do Ministério do Turismo com o Ministério do Meio Ambiente e Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio), a Rede Nacional de Trilhas de Longo Curso e Conectividade (RedeTrilhas) tem por objetivo ampliar e diversificar a oferta turística brasileira, de modo a estimular o turismo em áreas naturais, gerar emprego e renda para as comunidades nas quais os percursos se desenvolvem e promover as trilhas de longo curso como instrumento de conservação da biodiversidade.

Com a RedeTrilhas, novas trilhas e trechos adicionais deverão seguir padrões de mapeamento e identificação. A ação traz mais segurança para os turistas e usuários que agora poderão contar com padrões de estrutura e acesso contemplados pela

RedeTrilhas, que vão da indicação de pontos de interesse turístico, como lagos e cachoeiras, a bases para pernoite, alimentação e outros pontos de apoio.

As propostas de adesão de Trilhas de Longo Curso regionais e nacionais à RedeTrilhas devem ser apresentadas à Secretaria de Áreas Protegidas do Ministério do Meio Ambiente em meio físico ou por meio do e-mail redetrilhas@mma.gov.br, e podem ser encaminhadas por órgãos públicos, organizações da sociedade civil ou entes privados, de acordo com os requisitos para adesão da citada portaria.

Em março deste ano, o Ministério do Turismo e a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) assinaram contrato com a PLANTUC Consultoria Socioambiental, responsável por desenvolver um manual com orientações para apoiar a criação, a estruturação e a promoção de Trilhas de Longo Curso no Brasil.

Como resultado deste trabalho, em novembro a SNTUR lançou o documento "Trilhas do Brasil: manual de estruturação e promoção turística das Trilhas de Longo Curso", ferramenta essencial para o desenvolvimento de produtos turísticos nas trilhas de longo curso brasileiras.

Vale ressaltar que a iniciativa é uma estratégia que fortalece o turismo de natureza, um dos principais segmentos do setor no Brasil. Somente em 2021, foram realizadas 12,3 milhões de viagens no país, principalmente à lazer. Destas viagens, 25,6% foram motivadas por destinos de natureza – um aumento de 5% em relação ao ano anterior (2020), quando as viagens motivadas por ecoturismo e turismo de natureza alcançara 20,5%, demonstrando a importância e o potencial de crescimento deste segmento.

7. TURISMO GASTRONÔMICO

A gastronomia é o terceiro principal motivo de viagens no mundo e o turismo gastronômico é um segmento importante a ser desenvolvido e fortalecido no país. Pensando em posicionar definitivamente o Brasil neste segmento e garantir o fortalecimento deste diferencial competitivo, o Ministério do Turismo, em parceria com o Instituto Federal de Brasília (IFB) realizou, em março de 2022, o I Seminário Internacional de Turismo Gastronômico.

O local escolhido para receber o evento inédito foi o município de Paraty (RJ), uma das quatro representantes brasileiras no campo da gastronomia da rede Mundial de Cidades Criativas. Na ocasião, o Ministério do Turismo apresentou seu [Programa Nacional de Turismo Gastronômico - Gosto Pelo Brasil](#).

O Programa traduz-se em ações de estruturação e promoção com o objetivo de desenvolver o turismo gastronômico e efetivar a vocação do Brasil como destino de excelência neste segmento, valorizando a diversidade e singularidade de sua gastronomia e contribuindo diretamente para ampliação das vantagens competitivas e o posicionamento do Brasil como destino gastronômico internacional.

Ao longo de 2022, o Ministério do Turismo promoveu seminários e cursos de qualificação com foco no desenvolvimento pleno de todo o segmento, caso do Curso de Turismo Gastronômico para Gestores de Turismo.

Em agosto foi dado mais um passo importante no sentido de entender melhor o segmento. Trata-se do lançamento do “Estudo sobre Tendências de Turismo Gastronômico - Brasil 2030”. Um documento desenvolvido a partir de análise de documentos e entrevistas com especialistas, prospectando um conjunto de 22 tendências.

Ainda segundo o documento, locais produtores de azeite, queijo, vinho, chocolate, café e carne são um atrativo poderoso para o turismo. Pensando na gastronomia e no fortalecimento do Turismo Rural, o Ministério do Turismo, em parceria com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento e a Universidade Federal Fluminense (UFF), promove o projetos Experiências do Brasil Rural que, neste ano, trabalhará roteiros ligados às cadeias agroalimentares do café, da cachaça, da farinha de mandioca e do mel, são o “Caminhos de Dona Francisca”, de Santa Catarina; a Rota do Engenho e a Rota Caminhos de Itabaiana, de Sergipe; a Rota Verde do Café, do Ceará; a Rota Turística do Café, o Roteiro do Café e do Vinho e a rota “Do Genoma à Xícara”. Estes três últimos em São Paulo.

8. CÂMARA TURISMO 4.0

Lançada em outubro de 2020, a Câmara do Turismo 4.0 é uma iniciativa que conta com a coordenação do Ministério do Turismo (MTur) e do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações (MCTI), com participação de instituições públicas e privadas empresariais, governamentais e acadêmicas.

A criação deste fórum, motivada por prioridade do Plano de Internet das Coisas (IoT, sigla em inglês), previsto no Decreto nº 9.854, de 25 de junho de 2019, tem como foco a inovação para o turismo na implementação de políticas públicas voltadas ao desenvolvimento de ações que propiciarão a digitalização e a transformação de destinos turísticos em destinos turísticos inteligentes.

Os objetivos estipulados pela Câmara são:

1. Facilitar a compreensão dos gargalos existentes nos destinos turísticos para a efetivação de ferramentas tecnológicas, de infraestrutura e outras capazes de elevar seu patamar de desenvolvimento inteligente;
2. Implantar ações para a transformação digital dos destinos;
3. Estabelecer estratégias que favoreçam a eficácia nos programas relacionados à segurança nos destinos turísticos brasileiros;
4. Auxiliar no compartilhamento de informações;
5. Buscar o aumento e a melhoria da digitalização nos destinos turísticos brasileiros;
6. Promover a adoção de soluções para os desafios ligados à mobilidade;
7. Organizar Fóruns de Inovação;
8. Promover Polos Tecnológicos do Turismo;
9. Promover a Difusão da Inovação, disseminando tecnologias e demandas por inovação para o aumento da produtividade e competitividade do setor turístico;
10. Fomentar o desenvolvimento de Novas Tecnologias no setor do Turismo;
11. Elaborar e apoiar estudos técnicos, próprios ou de órgãos e instituições públicas e/ou privadas;
12. Incentivar a criação e o desenvolvimento de Empresas de Base Tecnológica (startups), com aplicação no ambiente do Turismo.

O colegiado da Câmara de Turismo 4.0 tem como objetivo identificar gargalos à adoção de ferramentas tecnológicas na área, fomentar o desenvolvimento de inovações e incentivar a criação de startups voltadas ao segmento, entre outros propósitos. O trabalho permitiu, ainda, o lançamento de produtos como o Modelo Metodológico do DTI Brasil e o Catálogo de Soluções Tecnológicas para Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) apresentado na reunião virtual da Câmara de Turismo 4.0 em novembro.

A publicação, elaborada pelos ministérios do Turismo; da Ciência, Tecnologia e Inovações (MCTI) e o Instituto Ciudades del Futuro (ICF) da Argentina, reúne inovações tecnológicas na área de turismo desenvolvidas por micro e pequenas empresas, startups e órgãos públicos. (Acesse [AQUI](#)).

O objetivo do catálogo é facilitar o acesso de gestores do setor a soluções que, especialmente no período pós-pandemia de Covid-19, auxiliem os destinos nacionais a melhorar sua competitividade turística, aproximando a oferta e a procura por projetos no ramo. Além disso, o documento busca constituir uma importante vitrine para os

responsáveis pelos serviços disponibilizados, a fim de valorizar ações empreendedoras voltadas ao segmento turístico.

9. BRASIL, ESSA É A NOSSA PRAIA

Criada com o objetivo de auxiliar cidades brasileiras a aprimorarem a gestão de orlas marítimas do país, bem como o desenvolvimento de ações que sensibilize práticas sustentáveis, o projeto “Brasil, essa é nossa praia” – lançado em 2021 - é uma parceria do Ministério do Turismo com a Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN).

A iniciativa visa a aplicação de diretrizes gerais de disciplinamento de uso e ocupação da orla, incentivando os municípios quanto à elaboração e implementação de um Plano de Gestão Integrada (PGI). O Plano agrega informações ambientais e patrimoniais sobre a localidade, e propõe um conjunto de ações que visam a mitigar os danos ambientais e promover o desenvolvimento sustentável da região, contribuindo também para a melhoria dos serviços de infraestrutura, de educação ambiental, sinalização das praias, balneabilidade, fluxo turístico, dentre outros.

Uma seleção feita pelo Ministério do Turismo selecionou 10 municípios para receberem a iniciativa piloto. São eles: Cabo Frio (RJ), Angra dos Reis (RJ), Barra do Garças (MT), Barreirinhas (MA), Salvador (BA), Natal (RN), Cruz (CE), Vila Velha (ES), Paraty (RJ) e Osório (RS). Todos os municípios receberam ao longo de 2022 visitas técnicas bem como oficinas de planejamento participativo para coleta de informações que servirão de base para elaboração dos PGIs.

Vale destacar que estes planos serão desenvolvidos pelas equipes dos municípios e, em seguida, disponibilizados para consulta pública. Quando concluídos, os planos serão avaliados por duas comissões técnicas: a Coordenação Estadual do Projeto Orla (CEPO) e a Coordenação Nacional do Projeto Orla (CNPO). Após essa avaliação, serão convocadas audiências públicas em cada município para validação final do documento.

10. BOLETINS DE INTELIGENCIA

Desenvolvidos pelo Departamento de Inteligência Mercadológica e Competitiva do Turismo (DIMEC), os Boletins de Inteligência Mercadológica do Turismo (BIMT) é um importante documento de inteligência metodológica que tem como objetivo municiar o

setor com informações de qualidade sobre segmentos turísticos, permitindo a melhoria no posicionamento de imagem dos destinos brasileiros.

Entre os segmentos já abordados pelo material estão: Religioso, Náutico, Turismo Rural e Gastronômico. Para acessar a íntegra dos Boletins, clique [AQUI](#).

11. PROGRAMA DE SEGURANÇA TURÍSTICA

Em fevereiro de 2022, o Ministério do Turismo lançou o Programa de Segurança Turística, iniciativa que envolve 59 ações em sete eixos e que ampliam a sensação de segurança dos turistas no país. O lançamento da iniciativa desenvolvida, em parceria com a Embratur, ocorreu no âmbito da 1ª reunião do Fórum de Segurança Turística.

Os sete eixos de atuação envolvem a segurança pública, a prevenção à exploração de crianças e adolescentes no turismo, as relações de consumo, transporte de turistas, defesa civil, vigilância sanitária e a comunicação proativa. O programa é resultado de uma série de reuniões realizadas ao longo de 2021, no intuito de desenvolver propostas que atendessem com eficiência à população turística do país.

Entre as expectativas do programa, está a contribuição para o posicionamento do Brasil como um destino seguro, a sensibilização dos diversos atores que contribuem para a segurança turística, melhoria das relações de consumo do turismo e a troca de informações entre instituições com gerência sobre defesa civil.

DEPARTAMENTO DE QUALIFICAÇÃO DO TURISMO (DEQUA)

1. CADASTUR

Em outubro de 2022, o Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos (Cadastur) alcançou seu recorde de registros - 145 mil prestadores regulares – um aumento de 90% em relação a dezembro de 2018 quando o número era de 74 mil. O número expressivo é resultado de um forte trabalho de sensibilização para a importância do Cadastur e a divulgação dos benefícios frente às políticas públicas do Ministério do Turismo.

Uma outra ação importante ligada ao Cadastur diz respeito a fiscalização de empreendimentos turísticos com cadastro obrigatório realizado pela equipe de fiscalização da Pasta. O trabalho que teve que ser paralisado durante a pandemia de Covid-19, foi reiniciado em 2021.

Neste ano, o trabalho de fiscalização completou cinco anos, tendo realizado a fiscalização em mais de 35 mil empreendimentos no Brasil inteiro, que foram juntamente orientados sobre a importância da formalização. Dos prestadores fiscalizados, 120 empreendimentos turísticos foram multados (0,3%), o que demonstra o caráter eminentemente orientativo/educativo da fiscalização realizada por este Ministério.

Outra ação importante desenvolvida no âmbito do Cadastur diz respeito a inclusão, no Portal do Cadastur, de um campo para a inclusão de canais oficiais de comunicação das Agências de Turismo e dos Meios de Hospedagem que servirão como fonte de consulta ao turista. Atualmente, mais de 3,6 mil empresas já forneceram os seus canais. Esse trabalho é realizado em parceria com empresas que atuam com redes sociais (ex. Facebook e Instagram), tendo como objetivo o combate às fraudes nessas redes, particularmente, o golpe comum de criação de páginas falsas.

Como parte do processo de digitalização dos serviços do Governo Federal e dentro do Cadastur foi criado o Crachá Digital para guias de turismo, facilitando o acesso à identificação de profissionais e a utilização de documentos digitais em processos, o que permite a redução de custos e da burocracia. De 2019 até setembro de 2022 foram emitidos 26 mil crachás de identificação para os guias de turismo.

Para mais informações sobre o Cadastur, acesse o [SITE](#).

2. CONSUMIDOR TURISTA

Resultado de uma parceria entre os ministérios do Turismo e da Justiça e Segurança Pública, as publicações Consumidor Turista e a publicação batizada de Consumidor Turista, busca garantir melhores experiências aos viajantes por meio de dicas e orientações que aprimorem as relações de consumo no setor.

As primeiras três edições, lançadas em setembro de 2022, foram direcionadas ao segmento de transporte aéreo e contaram com o apoio da Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC).

A quarta edição, lançada em maio de 2022, focou no segmento rodoviário e contou com a colaboração da Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT). A publicação cita ainda atrativos turísticos que podem ser conhecidos durante o percurso até os destinos, além de disponibilizar uma lista com números e contatos das rodovias federais sob concessão.

Em dezembro foi lançada uma nova edição do informativo, voltada para o turismo seguro em ambientes naturais, com informações importantes sobre cuidados que devem ser observados nas atividades na natureza. Essa edição contou com a colaboração da Associação Brasileira das empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura (ABETA).

3. CONSUMIDOR.GOV

Mais uma ação em parceria com o Ministério da Justiça e Segurança Pública (MJSP), o Consumidor.gov é uma plataforma gerida pela Secretaria Nacional do Consumidor do MJSP e que tem contado com apoio do Ministério do Turismo para sensibilizar os prestadores de serviços turísticos a aderirem a plataforma que permite a interlocução direta entre consumidores e empresas para solução de conflitos de consumo pela internet.

O registro de empresas do setor turístico na ferramenta foi possível graças a um Acordo de Cooperação Técnica firmado entre a Pasta e o Ministério do Turismo. Atualmente, a plataforma conta com 33 empresas exclusivamente cadastradas como prestadoras de serviços turísticos, no segmento de "Viagem, Turismo e Hospedagem" – isso sem considerar outras empresas que, de alguma forma, têm relação com o setor turístico, como companhias aéreas. De acordo com o último relatório de monitoramento do desempenho das empresas prestadoras de serviços turísticos na plataforma Consumidor.gov.br, referente ao segundo trimestre do ano – abril, maio, junho –, a taxa de resolução de problemas registrados no site é 70%.

O mecanismo representa um importante ganho para as relações entre consumidor e empresa uma vez que permite a comunicação direta para a solução de problemas de

consumo. É uma alternativa simples para o consumidor resolver, por meio da internet, problemas diretamente com as empresas cadastradas.

As premissas que regem a plataforma incluem a de que o acesso à informação potencializa o poder de escolha dos consumidores e contribui para o aprimoramento das relações de consumo e, ainda, a transparência e controle social, imprescindíveis à efetividade dos direitos dos consumidores. Tais informações apresentadas pelos cidadãos consumidores são estratégicas para gestão e execução de políticas públicas de defesa do consumidor.

4. FICHA NACIONAL DE REGISTRO DE HÓSPEDES

Em relação à Ficha Nacional de Registro de Hóspedes (FNRH), foram realizados estudos para embasamento da reformulação do sistema, objetivando modernizar a ferramenta de acordo com as necessidades atuais. Para isso, estão sendo realizadas reuniões de levantamento de necessidades para o novo sistema em uma ação coordenada pelo Gabinete da SNTur e Serviço Federal de Processamento de Dados (SERPRO).

O próximo passo será dado com o início do projeto piloto para validar com meios de hospedagem voluntários parte do modelo já desenvolvido.

5. DESCENTRALIZAÇÃO DA FISCALIZAÇÃO

Quanto ao projeto de fortalecimento do relacionamento com o setor e as secretarias estaduais de turismo, encontra-se em fase de assinatura, o acordo de cooperação para descentralização da fiscalização com o município de Guarujá, do estado de São Paulo, bem como o Acordo de Cooperação Técnica nº 02/2022 assinado e publicado no Diário Oficial da União (DOU) com o município de Armação de Búzios, no estado do Rio de Janeiro.

A iniciativa pretende capacitar servidores nesses municípios, a fim de ampliar a área de atuação do MTur em locais em que ainda se faz necessária a regularização por parte do setor, bem como a sensibilização/fiscalização para sua legalização.

6. QUALIFICAÇÃO

A Coordenação-Geral de Qualificação do Turismo (CGQT) tem desenvolvido uma série de ações com vistas a implementação da Política Nacional de Qualificação no Turismo (PNQT) incluindo a realização de cursos em parceria com instituições parceiras como:

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE); Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins (IFTO); Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB); Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense; entre outros.

Entre os cursos de qualificação ofertados estão: Atendimento ao Turista – Brasil Braços Abertos (BBA); Inglês; Agente de Recepção e reservas em Meio de Hospedagem; Copeiro; Espanhol Básico; Espanhol Intermediário; Mensageiro em Meio de Hospedagem e Garçom; especialização em Atrativos Turísticos Culturais e Naturais; entre outros.

Desde 2020, as iniciativas de qualificação que vem sendo desenvolvidas qualificaram 54.467 pessoas.

Desta forma, o Ministério do Turismo cumpre seu papel de elevar o turismo à condição de importante vetor de desenvolvimento econômico e social do país. Por meio da qualificação no turismo, a Pasta busca a geração de empregos, a contribuição para a redução das desigualdades sociais e econômicas regionais, a promoção da inclusão social pelo crescimento da oferta de trabalho e a melhor distribuição de renda.

Para mais informações, [ACESSE](#).

7. WOULD YOU LIKE

Lançado em março de 2022, o Would You Like é um método inovador de qualificação do idioma inglês voltado para prestadores de serviços turísticos de maneira simplificada. A iniciativa consiste em usar o termo associado a palavras diversas de modo a fornecer noções básicas do idioma e melhorar a prestação de serviços aos turistas estrangeiros que visitam o Brasil.

Para permitir que profissionais do turismo de todos os segmentos tenha acesso ao método, o Ministério do Turismo disponibilizou em seu canal do Youtube, 20 episódios com cerca de cinco minutos voltados a segmentos como: Condutores de turismo de pesca esportiva; Condutores de turismo náutico; Garçons; Motoristas de aplicativo; Taxistas e Atendentes de quiosques de praia.

Para ter acesso aos vídeos, basta acessar [ESTE LINK](#).

1. O DESAFIO DA PROMOÇÃO DURANTE A PANDEMIA

Em 2020, ano mais desafiador para o turismo brasileiro em razão da pandemia de Covid-19 foi marcado por uma série de restrições que fecharam fronteiras internacionais e domésticas. Diante das ações adotadas pelo governo federal para proteger o setor frente as perdas financeiras que ameaçavam os negócios e empregos do setor no país.

A primeira campanha foi a “Não Cancele, Remarque” que visava estimular a remarcação de reservas de passagens e hospedagens ao invés de cancelamento e reembolso, que representariam grande prejuízo para o trade turístico. A campanha gerou 1.233.537 cliques que direcionavam para a página da campanha e 166.912 visualizações completas do vídeo da campanha dentro das plataformas dos veículos contratados.

Ainda com o intuito de equilibrar a economia no setor turístico, o MTur lançou duas fases para a campanha “Consumidor.gov.br”, uma plataforma de negociação desenvolvida pelo Ministério da Justiça na qual se pode comunicar diretamente com as empresas participantes, que se comprometem a receber, analisar e responder as reclamações de seus consumidores em até 10 dias.

No segundo semestre do mesmo ano, o MTur lançou a campanha “Selo Turismo Responsável”, um programa que estabelece boas práticas de higienização para cada segmento do setor, o que gerou mais de 31,9 mil cadastros de adesão aos protocolos estabelecidos de saúde. O MTur lançou ainda a campanha “Fungetur”, divulgando os R\$ 5 bilhões no Fungetur para crédito emergencial a empreendedores do turismo, montante previsto na Lei 14.051/20 para auxiliar empreendimentos turísticos no momento de crise fortemente influenciada pela pandemia.

Em 2020, o Ministério incorporou às suas atribuições a Política Nacional de Cultura com a transferência da Secretaria Especial da Cultura (Secult), trazendo para sua responsabilidade o desenvolvimento de políticas públicas para cultura também fortemente atingida pela pandemia.

Nesse sentido, o MTur lançou a “Campanha Aldir Blanc”, com o intuito de divulgar a lei que previu o auxílio financeiro ao setor cultural com o objetivo de dar suporte a profissionais da área que foram impactados e fornecer informações aos interessados no setor cultural.

No final de 2020, o desafio do MTur foi executar uma campanha publicitária para comunicar o início da retomada do turismo de forma responsável e segura. Com isso, foi lançada a “Campanha de Retomada do Turismo” que traz estímulo e alertas necessários para os brasileiros voltarem a viajar com segurança e destaca pontos importantes como medidas de segurança tomadas pelo turista, evidência para o Selo Turismo Responsável e prioridade para o modal rodoviário. O conceito da campanha foi “Viaje com responsabilidade”. Redescubra o Brasil”.

2. AS AÇÕES EM 2021

Durante o ano de 2021, o Ministério do Turismo promoveu a segunda fase da campanha Não Cancele, Remarque após o Poder Executivo editar medida provisória que prorroga as regras para os organizadores cancelarem ou remarcarem eventos nas áreas de turismo e de cultura prejudicados pela pandemia de Covid-19.

O Portal de Investimentos, estratégia desenvolvida pelo Ministério do Turismo para servir como catálogo digital de empreendimentos turísticos que podem atrair novos investidores, também foi tema de campanha publicitária divulgada pela Pasta.

Tendência do turismo no pós-pandemia, o Turismo de Natureza também foi tema de campanha de promoção trabalhada pela Pasta. O segmento de ecoturismo deverá absorver grande parte da demanda reprimida de turistas, especialmente pelas condições favoráveis a não disseminação do vírus e pelo desejo das pessoas de se conectarem com a natureza, após tanto tempo de isolamento social e restrições. Nesse contexto o reposicionamento do Brasil no Turismo de Natureza deve ter como foco a experiência do viajante.

Também foi desenvolvida campanha publicitária sobre a Retomada do Turismo comunicando, de forma clara e objetiva, os benefícios em se viajar num país preparado para receber o turista, bem como o incentivo à viagem com segurança e responsabilidade, uma vez que ações implementadas pelo Ministério do Turismo, desde o início da pandemia, contribuíram para preservar o setor, orientaram o trade turístico a seguir protocolos de saúde, além de incentivar a negociação amigável entre consumidor e empresas do setor por meio de uma plataforma online do Ministério da Justiça, possibilitando um retorno gradual e seguro do fluxo turístico no país.

3. FESTAS JUNINAS

Os grandes eventos foram completamente paralisados durante a pandemia de Covid-19 e após dois anos de suspensão, as festas juninas tiveram seu retorno em 2022. Mais do que um importante indutor de fluxo turismo doméstico e regional, as festas de São João movimentam mais de R\$ 1 bilhão apenas na região Nordeste, não à toa onde estão localizados os maiores eventos e festivais juninos.

Sabendo da importância das festas para a economia regional e criação de postos de trabalho, o Ministério do Turismo lançou a campanha **Vai ter São João, sim!**

A ação teve como objetivo convidar toda a população para viajar ao país em um tom carregado de alegria e esperança, estimulando a participação e a comemoração da volta dos festejos juninos. Como apoio à campanha de Festas de São João, foram produzidos ainda dois materiais, um vídeo e um portfólio sobre festejos juninos, cujo conteúdo é atemporal e que podem ser utilizados em outras épocas do ano:

4. CIDADES CRIATIVAS

Como reforço da campanha Cidades Criativas, o MTur investiu na produção de uma websérie com 12 episódios dedicados a cada um dos destinos que ostentam o título da Unesco. Os episódios estão disponíveis no Youtube do Ministério do Turismo e também foram exibidos, por meio de parceria institucional, na programação da TV Brasil.

5. CONVÊNIOS

Em 2020 foram celebrados oito convênios com recursos provenientes de Emendas Parlamentares Impositivas para a realização de marketing e publicidade relacionada à promoção e ao apoio à comercialização de roteiros e destinos turísticos, totalizando um investimento de R\$ 2.483.710,50, detalhados a seguir:

Nº Convênio	Conveniente	Objeto	Investimento
901919	Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul - FUNDTUR	Veiculação de campanha promocional e de Marketing visando o fomento do turismo do estado do Mato Grosso do Sul	R\$ 401.733,00
901930	Secretaria de Estado de Turismo da Bahia	Promover o destino Parque Nacional da Chapada Diamantina e seus produtos de destaque no mercado nacional	R\$ 395.267,50
901948	Município de São Miguel das Missões	Promoção, divulgação e marketing: o destino Rota Missões Jesuíticas	R\$ 182.700,00
901946	Secretaria Municipal de Turismo, Esporte e Lazer - SEMTEL	Realização, desenvolvimento e implantação da Campanha Experimente Maceió	R\$ 100.000,00
902139	Secretaria Municipal de Turismo, Esporte e Lazer - SEMTEL	Realização, desenvolvimento e implantação da Campanha Experimente Maceió	R\$ 100.000,00
901908	Empresa Potiguar de Promoção Turística S/A – EMPROTUR	Promoção do Estado do Rio Grande do Norte na Principais Cidades da Região Sudeste do País	R\$ 491.666,00
901924	Empresa Potiguar de Promoção Turística S/A – EMPROTUR	Promoção do Rio Grande do Norte nos mercados das regiões Sul, Norte, Nordeste e Centro-Oeste do Brasil	R\$ 592.576,00
905875	Empresa Potiguar de Promoção Turística S/A – EMPROTUR	Produção de Websérie Potiguar e criação de peças digitais	R\$ 319.768,00
TOTAL			2.483.710,50

Como uma das ações da retomada do turismo para a efetiva recuperação do turismo nacional, os estados foram convidados a apresentarem propostas de campanha promocional, com o objetivo de divulgar seus destinos locais e impulsionar o turismo regional. O resultado foi o apoio a 17 projetos que totalizaram o investimento de R\$ 7.797.787,90.

Nº Convênio	Conveniente	Objeto	Investimento
905140	Agência do Desenvolvimento do Turismo, Cultura e Economia Criativa	Realização campanha promocional Descubra o Tocantins	R\$ 500.000,00
904365	Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul - FUNDTUR	Veiculação de campanha promocional e de marketing visando o fomento do turismo regional do Mato Grosso do Sul	R\$ 500.000,00
904380	Goiás Turismo – Agência Estadual de Turismo	Produção de Material Promocional para os Destinos Turísticos de Goiás	R\$ 500.000,00
906319	Minas Gerais Secretaria de Estado de Cultura e Turismo	Realização de campanha publicitária com foco em rádios e jornais e produção de sacolas ecobags para distribuição em eventos promocionais	R\$ 500.000,00
905637	Paraná Turismo	campanha publicitária para promoção do turismo no Estado do Paraná em duas ações: verão maior e Paraná para o paranaense	R\$ 500.000,00
905204	Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo	Campanha publicitária para promoção do Turismo no Estado do Rio Grande do Sul com foco em viagens regionais	R\$ 500.000,00
905011	Secretaria de Estado de Turismo	Campanha publicitária de retomada do Destino Pará que impulsionará o turismo regional dentro do mercado brasileiro	R\$ 499.984,24
905943	Secretaria de Estado de Turismo do Distrito Federal	Campanhas de Promoção e Divulgação do Destino Brasília para a Retomada da Atividade Turística pós Pandemia	R\$ 431.311,14
905006	Secretaria de Estado do Turismo	Campanha publicitária para promoção do Turismo no Estado do Espírito Santo	R\$ 500.000,00
904368	Secretaria de Estado do Turismo	Promover o destino Sergipe no mercado regional e nacional	R\$ 500.000,00
905013	Secretaria de Turismo	Promover, através de campanhas promocionais e publicitárias o destino Bahia visando o retorno das atividades turísticas para a alta estação	R\$ 500.000,00
905740	Secretaria do Turismo	Campanha publicitária com abrangência Nacional pra Promoção do Destino Ceará	R\$ 500.000,00

905005	Secretaria do Turismo do Estado do Piauí	Promoção e a Divulgação dos Atrativos Turísticos do Estado do Piauí	R\$ 448.820,00
904546	Empresa de Turismo de Pernambuco Governador Eduardo Campos – EMPETUR	Produção de material de divulgação promocional turística com foco nos municípios do Litoral, Agreste e Sertão de Pernambuco	R\$ 494.917,25
904369	Empresa Estadual de Turismo – AMAZONASTUR	Veiculação de Campanha Promocional do Destino Amazonas em revista de bordo	R\$ 500.000,00
905136	Empresa Paraibana de Turismo S/A – PBTUR	Ações para Promover e Divulgar a Paraíba no Mercado Nacional	R\$ 434.420,27
904379	Empresa Potiguar de Promoção Turística S/A – EMPROTUR	Criação de vídeo promocional, para veiculação on-line e off-line, e mídia aeroportuária OOH com o objetivo de promover o estado do Rio Grande do Norte como destino seguro para a retomada de viagens do público nacional	R\$ 488.335,00
TOTAL			R\$ 7.797.787,90

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

Nº Convênio	Conveniente	Objeto	Investimento
904305	Minas Gerais Secretaria de Estado de Cultura e Turismo	Realização de campanha publicitária	R\$ 3.000.000,00
907215	Autarquia Municipal de Turismo - GRAMADOTUR	Promoção de Gramado no mercado nacional	R\$ 1.500.000,00
TOTAL			R\$ 4.500.000,00

A atipicidade do ano de 2020 fez com que os esforços da CGFET fossem redobrados, resultando no apoio a 12 projetos por meio de convênios com recursos provenientes de Emendas Parlamentares Impositivas, com realização prevista para o ano de 2021, conforme as medidas sanitárias vigentes à época. O investimento total destes projetos soma R\$ 3.577.350,00.

Nº Convênio	Conveniente	Objeto	Investimento
901887	Fundação de Cultura e Arte Aperipê de Sergipe - FUNCAP	12º Arrasta-pé do 18 do Forte	R\$ 600.000,00
906535	Superintendência de Fomento ao Turismo do Estado da Bahia-BAHIATURSA	São João da Bahia 2021 - Paripe	R\$ 475.200,00
906534	Superintendência de Fomento ao Turismo do Estado da Bahia-BAHIATURSA	São João da Bahia - Pelourinho	R\$ 455.400,00
904375	Município de Aparecida de Goiânia	Natal: O Mundo dos Sonhos – 8ª Edição	R\$ 100.000,00
901900	Município de Cachoeira de Goiás	134ª Festa em Louvor ao Divino Pai Eterno	R\$ 100.000,00
901892	Município de Gavião Peixoto	10ª Festa Junina de Gavião Peixoto	R\$ 270.000,00
901912	Município de Jequitibá	32º Festival de Folclore de Jequitibá	R\$ 300.000,00
901894	Município de Jerônimo Monteiro	27ª Expoagro de Jerônimo Monteiro	R\$ 197.200,00
901897	Município de Linhares	Forró do Pontal 2021	R\$ 200.000,00
901902	Município de Niquelândia	18ª Cavalgada rumo ao Muquém	R\$ 100.000,00
901885	Município de Palma	35ª Exposição Agropecuária do Município de Palma	R\$ 199.800,00
901914	Município de Sapucaia	29ª Expo Sapucaia	R\$ 579.750,00
TOTAL			R\$ 3.577.350,00

Em 2021 foram celebrados seis convênios com entes públicos, com recursos oriundos de Emendas Parlamentares Impositivas, indicadas para a ação orçamentária 20Y3. Destes, dois são destinados à promoção do turismo no mercado nacional e quatro à realização de eventos de caráter tradicional e de notório conhecimento popular, que comprovadamente contribuam para a o fomento da atividade turística e a geração de fluxo turístico.

Nº Convênio	Conveniente	Objeto	Investimento
918539	Município de Taubaté	376º Aniversário da cidade de Taubaté/SP.	R\$ 100.000,00
916411	Consórcio Intermunicipal Caminhos dos Cânions do Sul	Realização da campanha promocional: Descubra o território Geoparque Aspirante Cânions do Sul	R\$ 100.000,00
918571	Município de São Francisco de Paula	Festa do Pinhão – 24ª Edição	R\$ 150.000,00
919109	Superintendência de Fomento ao Turismo do Estado da Bahia- BAHIAATURSA	São João da Bahia - PELOURINHO	R\$ 290.000,00
918443	Município de Aracaju	Promoção e Divulgação do Destino Aracaju	R\$ 1.000.000,00
918748	Município de Engenheiro Paulo de Frontin	13ª Feira do Produtor Rural	R\$ 224.000,00
TOTAL			R\$ 1.864.000,00

Já no ano de 2022 foram celebrados nove convênios com entes públicos, com recursos oriundos de Emendas Parlamentares Impositivas, indicadas para a ação orçamentária 20Y3. Destes três são destinados à promoção do turismo no mercado nacional e seis à realização de eventos de caráter tradicional e de notório conhecimento popular, que comprovadamente contribuam para a o fomento da atividade turística e a geração de fluxo turístico.

Nº Convênio	Conveniente	Objeto	Investimento
936217	Município de Ilha Grande	XV Festival do Caranguejo	R\$ 189.000,00
928680	Município de Pirambu	8º São João Antecipado	R\$ 400.000,00
928892	Município de Siriri	São João da Nossa Terra	R\$ 200.000,00
929743	Município de Feira Nova	8ª Ressaca do São Pedro	R\$ 198.000,00
928369	Município de Riachuelo	5ª Riachuelo Folia	R\$ 200.000,00
936346	Consórcio Intermunicipal Caminhos Cânions do Sul	Campanha Descubra o território Geoparque Mundial da UNESCO Caminhos dos Cânions do Sul – II Etapa	R\$ 100.000,00
929745	Município de Capitólio	Projeto de Divulgação e Marketing Turístico de Capitólio	R\$ 500.000,00
936181	Município de Tibau do Sul	Campanha Publicitária para promoção do turismo do Município de Tibau do Sul	R\$ 100.000,00
936741	Município de Guapimirim	5º Festival de Inverno de Guapimirim	R\$ 340.322,40
TOTAL			R\$ 2.227.322,40

Compete ao Departamento de Marketing e Eventos (DME) acompanhar, fiscalizar e analisar a execução física dos convênios celebrados no âmbito do além dos trâmites nos respectivos sistemas: Plataforma +Brasil, SIAFI e SEI.

Em 2020, a CFCC recebeu em sua unidade SEI 84 processos que somavam R\$ 47.178.239,07 e aguardavam análise/reanálise da execução física de convênios e verificação de suspensão de registro de inadimplência.

Deste montante, foram analisados no período de julho a dezembro o total de 50 processos, equivalente à 68% da demanda total.

No ano de 2021 foram realizadas 145 análises e concluídos 88 instrumentos. Já em 2022 foram realizadas 68 análises, sendo concluídos mais 38 convênios.

Destaca-se que neste relatório não consta o detalhamento das análises dos instrumentos devido ao robusto e complexo volume de informações, que podem ser consultadas na Plataforma +Brasil, além da possibilidade de emissão de relatórios por meio do Painel das Transferências.

6. PARTICIPAÇÃO EM FEIRAS E EVENTOS DE TURISMO E PATROCÍNIO

Em 2020, devido à pandemia da Covid-19, o Ministério do Turismo esteve presente institucionalmente em dois eventos, divulgando suas ações e políticas, respeitando as medidas sanitárias locais vigentes de enfrentamento à pandemia da Covid-19.

EVENTO	DATA DE REALIZAÇÃO	MODALIDADE	INVESTIMENTO
ABAV Collab	06 a 08/10/2021	Participação em evento	R\$ 905.700,00
Feira Nacional de Artesanato	06 a 08/10/2021	Participação em evento	R\$ 700.920,00
TOTAL			RS 1.606.620,00

Já durante o ano de 2021, o Ministério do Turismo patrocinou três eventos e esteve presente institucionalmente em 10, divulgando suas ações e políticas, respeitando as medidas sanitárias locais vigentes de enfrentamento à pandemia da Covid-19.

EVENTO	DATA DE REALIZAÇÃO	MODALIDADE	INVESTIMENTO
34ª Edição do Rally Piocerá	26 a 30/01/2021	Patrocínio	R\$ 175.000,00
Seminário virtual - Turismo Internacional da China: Potencial do Mercado	15/04/2021	Participação em evento	R\$ 17.339,50
Gramado Summit	05 a 10/05/2021	Participação em evento	R\$ 320.000,00
WTM Latin America	10 a 12/08/2021	Participação em evento	R\$ 72.260,00
ABAV Expo	06 a 08/10/2021	Participação em evento	R\$ 523.810,00
Agrinordeste	06 a 08/10/2021	Participação em evento	R\$ 173.414,77
FESTURIS	04 a 07/11/2021	Participação em evento	R\$ 450.000,00
Nordeste Arretado	22 a 28/11/2021	Participação em evento	R\$ 1.100.000,00
	19 a 8/11/2021	Patrocínio	R\$ 700.000,00
9ª Feira Internacional de Turismo na Amazônia (FITA)	25 a 28/11/2021	Participação em evento	R\$ 139.000,00
Festival das Cataratas	01 a 03/12/2021	Participação em evento	R\$ 409.112,84
TOTAL			RS 4.079.937,11

Já em 2022, o Ministério do Turismo patrocinou 11 eventos e esteve presente institucionalmente em outros 11, divulgando suas ações e políticas que possibilitaram interação com o trade turístico, agentes de governo e com a sociedade em geral.

A comunicação realizada pelo MTur, seja por meio de ações próprias e/ou parcerias com outros órgãos e entidades, tem como finalidade divulgar os programas de governo e o conjunto de atividades realizadas pelo Órgão, em prol da sociedade, visando o atendimento da missão, competências e diretrizes governamentais, além de permitir a comunicação dirigida a esses públicos.

A seguir é possível conferir o detalhamento das participações institucionais e patrocínios realizados nos anos de 2020 a 2022:

EVENTO	DATA DE REALIZAÇÃO	MODALIDADE	INVESTIMENTO
35ª Edição do Rally Cerapió	23 a 28/01/2022	Patrocínio	R\$ 260.000,00
Rio Innovation Week	13 a 16/01/2022	Participação em evento	R\$ 200.000,00
14ª edição do evento Pesca & Companhia Trade Show 2022	17/03 a 20/03/2022	Participação em Eventos	R\$ 204.987,00
Sindepat Summit	23/03 a 24/03/2022	Patrocínio	R\$ 36.800,00
25º Congresso Nacional do Ministério Público	23/03 a 25/03/2022	Patrocínio	R\$ 170.000,00
Boat Show - Abril	05/04 a 10/04/2022	Participação em Eventos	R\$ 1.100.000,00
WTM Latin America	05/04 a 07/04/2022	Patrocínio	R\$ 400.000,00
Apresentação do Trilhas Goiânia 2022	26/05 a 29/05/2022	Participação em Eventos	R\$ 150.000,00
27ª BNT MERCOSUL	27/05 a 28/05/2022	Participação em Eventos	R\$ 148.438,00
Gramado Summit	04/06 a 08/04/2022	Patrocínio	R\$ 192.000,00
Maior São João do Mundo	10/06 a 10/07/2022	Patrocínio	R\$ 350.000,00
VII Feira Internacional das Esmeraldas	24/06 a 26/06/2022	Patrocínio	R\$ 150.000,00
55º Festival de Parintins 2022	24/06 a 26/06/2022	Patrocínio	R\$ 250.000,00
Boat Show - Setembro	23/09 a 28/09/2022	Participação em Eventos	R\$ 500.000,00
33ª Regata Internacional Recife-Fernando de Noronha (Refeno)	18/09 a 28/09/2022	Patrocínio	R\$ 250.000,00
ABAV Expo	21/09 a 23/09/2022	Participação em Eventos	R\$ 452.980,60
11ª Brazil Travel Market	20/10 a 21/10/2022	Participação em Eventos	R\$ 254.000,00
FESTURIS	03/11 a 06/11/2022	Patrocínio	R\$ 450.000,00

AGRINORDESTE	01/11 a 04/11/2022	Participação em Eventos	R\$ 219.364,75
Festival das Cataratas	30/11 a 12/03/2022	Participação em Eventos	R\$ 498.698,40
19ª Semana Nacional de Ciência e Tecnologia	28/11 a 04/12/2022	TED	R\$ 350.118,80
10ª Edição do PRÊMIO BRAZTOA DE SUSTENTABILIDADE	01/12 a 04/12/2022	Patrocínio	R\$ 300.000,00
TOTAL			R\$ 6.887.387,55