TURISMO

POTENCIALIZANDO O DESENVOLVIMENTO MUNICIPAL: OPORTUNIDADES, ESTRATÉGIAS E IMPACTOS NA GESTÃO LOCAL



COLEÇÃO Novos gestores 2025-2028

Município forte. Brasil forte. CNM

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE MUNICÍPIOS

TURISMO

POTENCIALIZANDO O DESENVOLVIMENTO MUNICIPAL: OPORTUNIDADES, ESTRATÉGIAS E IMPACTOS NA GESTÃO LOCAL



CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE MUNICÍPIOS

Brasília/DF, novembro de 2024.

Copyright © 2024. Confederação Nacional de Municípios – CNM.

Qualquer parte desta publicação pode ser reproduzida, desde que citada a fonte. Todavia, a reprodução não autorizada para fins comerciais desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais, conforme Lei 9.610/1998.

Impresso no Brasil. Disponível em: <https://www.cnm.org.br>

Catalogado na fonte pela Confederação Nacional de Municípios

N244t Nascimento, Mario Augusto Ribas
Turismo: potencializando o desenvolvimento municipal: oportunidades, estratégias e impactos na gestão local / Mario Augusto Ribas Nascimento, Marta Feitosa Lima Rodrigues, Mônica de Freitas Costa. -- Brasília: CNM, 2024.
44 p. : il. – (Coleção Novos Gestores – 2025-2028)

Inclui bibliografia
Disponível em: <https://www.cnm.org.br>
ISBN 978-65-83024-82-4

1. Turismo. 2. Gestão do Turismo. 3. Política de Turismo. 4. Planejamento Estratégico. 5. Plano Municipal de Turismo. I. Rodrigues, Marta Feitosa Lima. II. Costa, Mônica de Freitas. III. Título.

CDD 341.754

Ficha catalográfica elaborada por: Daiane S. Y. Valadares CRB-1/2802

Autores
Mario Augusto Ribas Nascimento
Marta Feitosa Lima Rodrigues
Mônica de Freitas Costa

Revisão técnica
Valtuir Pereira Nunes

Revisão de textos
KM Publicações

Revisão editorial
Daiane da Silva Yung Valadares

Diagramação
Eduardo Viana – Themaz Comunicação

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE MUNICÍPIOS

SGAN 601 Módulo N • Brasília/DF • CEP: 70.830-010
Contato: (61) 2101-6000 • e-mail: atendimento@cnm.org.br
www.cnm.org.br

COLEÇÃO

Novos gestores 2025-2028

Livro do prefeito – O que fazer na minha gestão?

Assistência Social – Assistência Social – Início de mandato: o que preciso saber?

Comunicação – Comunicação pública – Estratégias para uma gestão cidadã

Consórcios Públicos – Consórcio público – Possibilidades para a gestão municipal

Contabilidade Pública – O início de mandato – A importância do uso das informações contábeis para tomada de decisão

Cultura – Cultura para a nova gestão pública municipal – O que é necessário saber?

Defesa Civil – Proteção e defesa civil municipal – Alertas e orientações

Desenvolvimento Rural – Futuro do agro municipal – Ações para o desenvolvimento rural sustentável

Educação – Desafios e oportunidades da gestão da educação municipal

Finanças e Tributação – Um mapa para o sucesso da administração tributária: finanças e tributação municipal

Habitação e Planejamento Territorial – Gestão urbana e habitação – Um guia para as equipes técnicas municipais

Jurídico – Jurídico – Leis importantes para a gestão local

Meio Ambiente – Gestão ambiental municipal – Um guia para tomadores de decisão

Obras, transferências e parcerias – Obras, transferências e parcerias

Previdência – Previdência dos servidores municipais – Conceitos, obrigações e perspectivas

Saneamento Básico – Saneamento básico – Metas e novas obrigações municipais

Saúde – Saúde – O SUS no seu Município

Transporte e Mobilidade – Desbravando caminhos para uma gestão eficiente de transporte e mobilidade nos Municípios

Turismo – Turismo – Potencializando o desenvolvimento municipal: oportunidades, estratégias e impactos na gestão local

Diretoria CNM 2024-2027

CONSELHO DIRETOR

Presidente | **Paulo Roberto Ziulkoski**
1º Vice-Presidente | **Marcos Vinícius da Silva Bizarro**
4º Vice-Presidente | **Rafael Machado**
5º Vice-Presidente | **Joner Chagas**
1º Secretário | **Edimar Aparecido P. dos Santos**
2º Secretário | **Hudson Pereira de Brito**
1º Tesoureiro | **Francisco Nélio Aguiar da Silva**
2º Tesoureiro | **Fernando Sérgio Lira**

CONSELHO FISCAL

Titular | **Carlos Sampaio Duarte**
Titular | **Silvany Yanina Mamlak**
1º Suplente | **José Adinan Ortolan**
3º Suplente | **Paulo Ricardo Salermo**

CONSELHO REGIONAL

Região Nordeste – Titular | **Eduardo Gonçalves Tabosa Júnior**
Região Sul – Titular | **Mário Afonso Woitexem**
Região Sul – Suplente | **Amin José Hannouche**
Região Sudeste - Suplente | **Luciano Miranda Salgado**
Região Norte – Suplente | **Jair Aguiar Souto**
Região Centro-Oeste – Titular | **Wilson Tavares de Sousa Júnior**

Carta do Presidente

Prezado(a) municipalista,

A Confederação Nacional de Municípios (CNM) reconhece que o desenvolvimento do turismo no Brasil tem início no âmbito municipal. O turismo é uma atividade econômica com o potencial de dar visibilidade aos atrativos locais, otimizar os recursos disponíveis, gerar empregos e aumentar a renda, além de integrar diversos setores da economia local, contribuindo para o crescimento da arrecadação municipal.

O objetivo desta cartilha é apresentar o turismo como uma atividade econômica estratégica aos Municípios, além de oferecer suporte aos gestores públicos na adoção de ações e ferramentas que impulsionem o turismo como um fator de crescimento sustentável, tanto em nível local quanto regional.

Compreender o turismo como um motor para o desenvolvimento municipal é essencial para assegurar a valorização da cultura, do meio ambiente e dos elementos tangíveis e intangíveis presentes nos Municípios brasileiros, visando à implementação de políticas que promovam um desenvolvimento local integrado e sustentável.

Esta cartilha complementa o material de orientação para a elaboração do Plano Municipal de Turismo.

Desejo uma boa leitura e uma excelente gestão!



Paulo Ziulkoski
Presidente da CNM

Sumário

1 Vamos conversar sobre o Turismo? 10

1.1 O que é turismo? 10

1.2 Que papel o Município desempenha no contexto do turismo? 11

2 O que se espera da Gestão do Turismo no Município? 14

2.1 Importância do turismo como oportunidade para o desenvolvimento municipal 14

2.2 O papel dos gestores municipais no turismo 14

2.3 Desenvolvimento sustentável e turismo 15

2.4 Desafios e oportunidades 15

2.5 Promoção e marketing turístico 16

3 Política de Turismo: O que é Importante conhecer..... 18

3.1 Lei Geral do Turismo 18

3.2 Plano Nacional de Turismo 19

3.3 Captação de recursos e atração de investimentos para o turismo 19

4 Planejamento Estratégico: como organizar o Turismo no seu Município? 21

4.1 Estrutura municipal: como organizar? 21

4.2 Dotação orçamentária: garantindo os recursos necessários 21

4.3 Plano Diretor: um instrumento estratégico 22

4.4 Conselho Municipal de Turismo: participação e gestão democrática 23

4.5 Plano Municipal de Turismo: um roteiro para o desenvolvimento 24

4.5.1 Inventário da oferta turística 24

4.5.2 Inventário da demanda turística 24

4.5.3 Segmentos turísticos no Brasil: vocação do Município 25

4.5.4 Oportunidades de crescimento com gestão estratégica 29

5 A Competitividade do Produto Turístico 31

5.1 Como planejar? 31

5.2 Como tornar o produto turístico competitivo? 32

5.3 Indicadores de competitividade turística 33

6 A CNM e o Turismo 34

6.1 O papel da CNM no turismo municipal 34

6.2 Programas e iniciativas da CNM 35

Conclusão 36

Referências 38

1 Vamos conversar sobre o Turismo?

1.1 O que é turismo?

Segundo a Lei Geral do Turismo, considera-se turismo o fenômeno social, cultural e econômico que envolve as atividades realizadas por pessoas físicas durante viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período inferior a 1 (um) ano, com finalidade de lazer, negócios, comparecimento a eventos, entre outros.

As atividades de turismo são importantes para o desenvolvimento social e econômico dos Municípios, desde que bem trabalhadas, e podem ser determinantes para o crescimento das cidades onde estão implantadas, tendo como um dos principais resultados o estímulo ao ambiente de negócios, o aumento da geração de emprego e renda e, por conseguinte, a melhoria da qualidade de vida da população local.

Com o turismo acelerado, o Município sai ganhando!

A movimentação turística gera impactos econômicos, como a criação de empregos e o aumento da renda, além de contribuir para o desenvolvimento social, cultural e ambiental, que vão além da localidade onde é praticado, movimentam toda a cadeia produtiva da região, Estado e país. É importante perceber que, com o desenvolvimento do turismo nas localidades, ampliam-se as possibilidades de captação de investimentos em infraestrutura básica e turística, visto que o Município se torna mais competitivo nos cenários nacional e estadual. Com a ativação do turismo, são observadas também melhorias na saúde pública, no saneamento, nas vias de acesso e na segurança, que beneficiam não só o turista, como também a população local.

1.2 Que papel o Município desempenha no contexto do turismo?

É no Município onde o turismo acontece, e se considerarmos que o turista, impulsionado pelo desejo de explorar, aprender ou vivenciar novas experiências, consome bens e serviços turísticos nas localidades visitadas, entenderemos a relevância do papel que o Município desempenha no contexto do turismo. O papel do Município no turismo é estruturar estratégias de gestão que permitam a promoção da atividade turística de forma inclusiva e sustentável.



DICA CNM

Conheça nossa Cartilha: "Turismo: um novo olhar – planejamento, oportunidades e estratégias".

Vale destacar a importância da estruturação da governança municipal para o turismo. O Município é o local onde se encontra o **atrativo turístico**, que é o principal motivo para a viagem do turista, e o **produto turístico** é gerado e consumido pelo visitante no próprio **destino**.



SAIBA MAIS:

Em termos simples, temos:



O **atrativo turístico** é o recurso, serviço ou estrutura que inicialmente desperta o interesse do turista. Ele é o "elemento bruto", a base ainda não explorada pelo turismo, sem a qual a atividade turística não pode se desenvolver plenamente.



O **produto turístico**, por sua vez, é o atrativo já estruturado, enriquecido com facilidades, serviços de hospitalidade e comercializado de maneira organizada por um valor definido.



O **destino turístico** é o local que reúne tanto o atrativo quanto o produto turístico. Em um único destino turístico, é possível encontrar vários atrativos e produtos turísticos diferentes, ampliando as opções e experiências oferecidas aos visitantes.

2 O que se espera da Gestão do Turismo no Município?

2.1 Importância do turismo como oportunidade para o desenvolvimento municipal

Com o desenvolvimento do turismo nas localidades, ampliam-se as possibilidades de aumentar a arrecadação municipal, além de viabilizar a captação de investimentos em infraestrutura básica e turística. Gerir um Município é uma tarefa desafiadora que exige visão estratégica, planejamento de longo prazo e gestão eficiente dos recursos. A Confederação Nacional de Municípios (CNM), por meio de sua Área Técnica de Turismo, oferece apoio na criação de projetos de gestão sustentável para que os Municípios se destaquem como destinos turísticos competitivos, tanto no cenário nacional quanto internacional.



DICA CNM

Consulte o material disponível sobre essa área no site da CNM:

2.2 O papel dos gestores municipais no turismo

Os gestores municipais de turismo têm a responsabilidade de transformar o potencial turístico de sua localidade em resultados concretos, através de planejamento estratégico e de uma gestão eficiente. O sucesso de um destino turístico depende essencialmente da estruturação da **governança** sobre a atividade, abrangendo os atrativos naturais ou culturais, a infraestrutura, a promoção do destino e a qualidade da experiência que o turista encontra ao chegar.

É papel dos gestores, portanto, desenvolver e fortalecer a estrutura turística, que inclui desde a criação de políticas públicas efetivas até o fomento de parcerias com o setor privado e as comunidades locais. A implementação de um Plano Municipal de Turismo, baseado em um diagnóstico preciso da realidade local, é essencial para identificar oportunidades e definir ações que possam tornar o Município competitivo no mercado turístico.

2.3 Desenvolvimento sustentável e turismo

No contexto do turismo, a **sustentabilidade** é um princípio chave. O desenvolvimento sustentável do turismo assegura que os recursos naturais e culturais do Município sejam preservados, ao mesmo tempo em que promove a inclusão social e o crescimento econômico. Para os gestores municipais, isso significa adotar práticas que garantam o equilíbrio entre o uso dos recursos para fins turísticos e sua preservação para as gerações futuras. Iniciativas como o turismo comunitário, o ecoturismo, turismo rural e a valorização de produtos culturais locais podem ser estratégias eficazes para promover o desenvolvimento sustentável. Além disso, é fundamental garantir que a comunidade local se beneficie diretamente das atividades turísticas, criando um ambiente de participação e cooperação.

2.4 Desafios e oportunidades

O Brasil enfrenta uma série de desafios no setor turístico, como a falta de infraestrutura adequada em algumas regiões, problemas de conectividade e a necessidade de qualificação da mão de obra. No entanto, esses desafios também representam oportunidades para os gestores municipais inovarem e adaptarem soluções criativas que possam alavancar o potencial de suas localidades. A capacitação profissional é um fator determinante para o sucesso de qualquer destino turístico.

Investir em treinamento para profissionais que atuam no setor de turismo no Município, como guias, atendentes e prestadores de serviços, melhora a qualidade do atendimento e a experiência do turista, o que, por sua vez, aumenta a competitividade do destino.

2.5 Promoção e marketing turístico

A promoção é outra área onde o gestor municipal tem um papel fundamental. Uma estratégia de marketing bem elaborada é capaz de atrair turistas, tanto nacionais quanto internacionais, para conhecerem o Município. O uso de plataformas digitais, redes sociais e parcerias com influenciadores e operadores de turismo pode aumentar a visibilidade do destino.

Além disso, participar de feiras de turismo, eventos regionais e nacionais é uma excelente maneira de divulgar o Município e atrair investimentos. A imagem que o destino transmite é um dos principais fatores que influenciam a decisão do turista, por isso, é essencial manter uma comunicação clara, atrativa e alinhada às expectativas do público-alvo.

Com o crescimento constante do turismo nos Municípios brasileiros, é crucial que as gestões municipais adotem estratégias claras para promoção e comercialização do destino, buscando alternativas que tornem o Município competitivo no mercado regional. A estruturação de segmentos inovadores e criativos, a realização de eventos e a oferta de produtos adequados aos segmentos de consumo escolhidos são alternativas que funcionam e trazem resultados rápidos. Um planejamento adequado é fundamental para estruturar os destinos turísticos, integrando políticas públicas de ordenamento territorial ao desenvolvimento regional.

O turismo no Brasil apresenta um cenário promissor, com inúmeras oportunidades para os Municípios que souberem aproveitar seus recursos de maneira estratégica. O gestor municipal de turismo

desempenha um papel central na criação de um ambiente propício para o desenvolvimento dessa atividade. Por meio de um planejamento eficiente, foco na sustentabilidade e promoção adequada, o Município pode se destacar como um destino atrativo e economicamente viável, contribuindo para o bem-estar da população local e o crescimento da região como um todo.



3 Política de Turismo: O que é Importante conhecer

O turismo no Brasil evoluiu significativamente desde a criação da Embratur, em 1966, sendo hoje um dos pilares do desenvolvimento econômico nacional. A Constituição Federal de 1988 reconhece a relevância do turismo, vinculando-o à preservação do patrimônio cultural, histórico e natural.



3.1 Lei Geral do Turismo

A Lei 11.771/2008, recentemente atualizada pela Lei 14.978, de 2024, regulamenta a **Política Nacional de Turismo**, definindo as atribuições do governo federal, dos Estados e dos Municípios, e estabelecendo diretrizes para o planejamento e a promoção do turismo no Brasil

3.2 Plano Nacional de Turismo

O **Plano Nacional de Turismo 2024-2027**, elaborado com a participação ativa dos membros do Conselho Nacional de Turismo, do qual a CNM faz parte, orienta as ações do governo federal para o desenvolvimento do turismo no país, destacando o Programa de Regionalização do Turismo, que busca integrar as ações federais, estaduais e municipais para uma gestão eficiente e estruturada dos destinos.

O documento se baseia na sustentabilidade e na Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU), considerando mecanismos de gestão inteligente, dados, estudos confiáveis, além de boas práticas em turismo no mundo.



SAIBA MAIS:

Conheça o Plano Nacional de Turismo 2024-2027:

3.3 Captação de recursos e atração de investimentos para o turismo

A captação de recursos e a atração de investimentos são ferramentas que o gestor municipal pode utilizar para impulsionar a atividade de turismo. Para tanto, é necessário estabelecer estratégias com objetivo de implantar as políticas públicas que permitam a projeção de novos cenários econômicos voltados para investimentos específicos para a área de Turismo.

O desenvolvimento de propostas de projetos e programas, que tem como principal objeto a captação de recursos das mais diversas fontes, públicas ou privadas, fazem parte do conjunto de ações voltadas para a atração de investimentos e captação de recursos.

Com esse objetivo, o gestor municipal pode utilizar:

- emendas parlamentares;
- recursos do governo federal;
- recursos do governo estadual;
- Parcerias Público-Privadas (PPP's);
- consórcios;
- participação em chamadas de projetos e editais de agentes financeiros nacionais e internacionais;
- parceiros nacionais como os do Sistema "S" (Sebras, Sesc, Senac) e os organismos internacionais.

A captação de recursos e a atração de investimentos são as peças-chave para o desenvolvimento do setor turístico.



SAIBA MAIS

Saiba mais na Cartilha da CNM: "Turismo: Atração de Investimentos a partir de Estratégias Inovadoras".

Esses recursos podem ser direcionados a projetos que envolvem:

- infraestrutura turística;
- gestão descentralizada do turismo;
- planejamento territorial;
- promoção turística;
- fomento à iniciativa privada;
- qualificação de serviços e profissionais;
- realização de eventos.

4 Planejamento Estratégico: como organizar o Turismo no seu Município?

4.1 Estrutura municipal: como organizar?

A estrutura administrativa do turismo no Município deve ser organizada para garantir eficiência e integração entre setores. Isso implica em:

- **criação de uma Secretaria ou Departamento de Turismo**: ter um órgão específico que coordene todas as ações relacionadas ao turismo é essencial. Esse setor será responsável por formular e executar políticas públicas de turismo;
- **equipe técnica especializada**: assegure que o quadro de profissionais seja composto por especialistas em áreas como planejamento, marketing turístico, eventos e sustentabilidade. O envolvimento de profissionais capacitados é a chave para o sucesso;
- **integração com outras pastas municipais**: o turismo é uma atividade que interage com diferentes setores, como cultura, meio ambiente, infraestrutura e desenvolvimento econômico. Portanto, a estrutura municipal deve estar preparada para trabalhar de maneira articulada com essas outras Secretarias.

4.2 Dotação orçamentária: garantindo os recursos necessários

Para que o turismo avance de forma organizada, a disponibilidade de recursos financeiros é um aspecto crucial. Aqui estão os pontos a considerar:

- **previsão no orçamento municipal**: o turismo deve ter uma dotação orçamentária própria dentro do orçamento anual do Município, assegurando que haja verbas para projetos, manutenção de atrativos e promoção do destino;
- **captação de recursos externos**: além dos recursos municipais, busque outras fontes de financiamento. Isso pode incluir convênios com governos estaduais e federais, além de parcerias com o setor privado e entidades do Terceiro Setor;
- **fomento e editais**: fique atento aos editais de fomento ao turismo, lançados por entidades públicas e privadas, que oferecem suporte financeiro para projetos de desenvolvimento turístico.

4.3 Plano Diretor: um instrumento estratégico

O Plano Diretor municipal é um documento que orienta o desenvolvimento do Município a longo prazo, e o turismo deve estar integrado a ele. Alguns pontos a serem observados:

- **identificação das zonas turísticas**: delimite áreas do Município que têm potencial turístico, sejam elas naturais, culturais ou urbanas. Essas zonas precisam de regulamentação especial para preservação e uso sustentável;
- **normas de uso e ocupação do solo**: estabeleça regras claras para o uso do solo nessas áreas, equilibrando o desenvolvimento urbano com a preservação do patrimônio histórico, ambiental e cultural.



SAIBA MAIS

Saiba mais sobre plano diretor em:

4.4 Conselho Municipal de Turismo: participação e gestão democrática

O **Conselho Municipal de Turismo (Comtur)** é uma instância participativa que colabora na formulação e no acompanhamento das políticas públicas de turismo. Ele deve ser composto por:

- **representantes do poder público**: Secretarias municipais e órgãos afins;
- **representantes da iniciativa privada**: associações comerciais, donos de hotéis, restaurantes e operadores de turismo;
- **sociedade civil**: ONGs, entidades de classe, associações de moradores.

As funções do Comtur incluem:

- **acompanhamento do Plano Municipal de Turismo**: garantir que as ações previstas no plano sejam executadas;
- **fomento ao diálogo**: promover a comunicação entre diferentes setores envolvidos no turismo;
- **sugestões e propostas**: propor melhorias e inovações para o desenvolvimento do turismo local.

O planejamento estratégico para o desenvolvimento do turismo em seu Município é um processo dinâmico e desafiador, que exige uma visão clara e ações coordenadas. Ao seguir os passos indicados nesta cartilha, será possível estruturar uma gestão turística eficaz, garantindo o desenvolvimento sustentável e promovendo o bem-estar da comunidade local. A participação da sociedade civil, do setor privado e das diferentes Secretarias do Município é essencial para que o turismo floresça de forma integrada e inclusiva.

4.5 Plano Municipal de Turismo: um roteiro para o desenvolvimento

O **Plano Municipal de Turismo (PMT)** é um documento essencial que define as metas, estratégias e ações a serem seguidas para promover o turismo. Esse plano deve ser construído em colaboração com a comunidade e o setor privado. Veja como estruturá-lo:

4.5.1 Inventário da oferta turística

O inventário da oferta turística mapeia todos os atrativos, equipamentos e serviços que o Município oferece. O que deve ser incluído:

- **atrativos naturais e culturais**: praias, montanhas, museus, centros históricos e eventos culturais;
- **equipamentos e serviços**: hotéis, restaurantes, guias turísticos, transportes etc.;
- **infraestrutura de apoio**: postos de atendimento ao turista, acessibilidade, sinalização e segurança.

4.5.2 Inventário da demanda turística

O inventário da demanda turística faz um estudo sobre o perfil dos turistas que visitam ou têm interesse em visitar o Município. Compreenda:

- **quem são os turistas?** Nacionalidade, faixa etária, classe social, motivações, preferências;
- **o que procuram?** Atrativos específicos, atividades de lazer, ecoturismo, turismo histórico, turismo gastronômico etc.;
- **comportamento de consumo**: gasto médio, duração da estadia, épocas de maior fluxo.

Esses dados são essenciais para direcionar campanhas de promoção e adequar os serviços oferecidos, bem como identificar a vocação turística do Município.

4.5.3 Segmentos turísticos no Brasil: vocação do Município



Quanto à vocação turística do Município, é importante destacar que, ao planejar a atuação, o gestor municipal deve investir no segmento que mais se adeque ao inventário. O turismo no Brasil é um setor bastante diversificado, abrangendo uma vasta gama de segmentos, que vão desde belezas naturais e culturais até eventos e atividades esportivas.

Abaixo estão os principais segmentos de turismo no Brasil e uma breve explicação de cada um:

1. Turismo de Sol e Praia



Com seu litoral de 7.367 km de extensão, o Brasil é internacionalmente conhecido por suas praias deslumbrantes, que atraem turistas de todo o mundo. Esse segmento inclui a visita a esses destinos para lazer, relaxamento e atividades aquáticas. Exemplos mais populares são o litoral do Nordeste (como Porto de Galinhas e Jericoacoara), Rio de Janeiro e Florianópolis.

2. Ecoturismo



O **ecoturismo** é voltado para o contato direto com a natureza e a prática de atividades ao ar livre, como trilhas, observação de fauna e flora e exploração de áreas de conservação ambiental. O Brasil possui uma rica biodiversidade, com destinos icônicos como a Amazônia, o Pantanal, Chapada Diamantina, Chapada dos Veadeiros e o Parque Nacional do Iguaçu.

3. Turismo de Aventura



Este segmento é voltado para turistas em busca de experiências que envolvam adrenalina e desafios. Inclui atividades como rafting, tirolesa, escalada, rapel, mergulho e parapente. Bonito (Mato Grosso do Sul), Brotas (São Paulo) e a região da Chapada dos Veadeiros são exemplos de destinos importantes nesse segmento.

4. Turismo Cultural



O turismo cultural envolve a imersão em aspectos históricos, artísticos e tradicionais de uma região. No Brasil, há uma grande diversidade cultural, com

museus, festas populares (como o Carnaval no Rio de Janeiro, Salvador e Recife), até o turismo histórico em cidades como Ouro Preto (Minas Gerais) e Olinda (Pernambuco).



5. Turismo de Negócios e Eventos

Esse segmento é focado na visitação de cidades para participação em feiras, congressos, convenções, reuniões de negócios e eventos corporativos. São Paulo é o principal destino de turismo de negócios no Brasil, seguido de cidades como Rio de Janeiro e Brasília, que frequentemente sediam eventos nacionais e internacionais.



6. Turismo Rural

O turismo rural oferece aos visitantes a oportunidade de vivenciar a vida no campo, participar de atividades agropecuárias e se conectar com tradições e costumes rurais. Esse segmento é muito forte no Sul do Brasil, especialmente em Estados como Rio Grande do Sul e Santa Catarina, onde os turistas podem conhecer vinícolas, fazendas e sítios.



7. Turismo Gastronômico

A gastronomia brasileira é outro grande atrativo. O turismo gastronômico convida os visitantes a experimentar a culinária local em diversas regiões do país. O Nordeste, por exemplo, é famoso pelos seus pratos à base de frutos do mar e ingredientes regionais, enquanto São Paulo é um centro de culinária internacional. O Sul, por sua vez, se destaca pelo churrasco e pelas vinícolas.



8. Turismo de Saúde e Bem-Estar

Esse segmento é voltado para pessoas que viajam em busca de tratamentos de saúde, reabilitação ou relaxamento. O Brasil possui vários destinos com

spas, resorts de bem-estar e estâncias hidrominerais, como Caldas Novas (Goiás) e Araxá (Minas Gerais), que oferecem terapias com águas termais.

9. Turismo Religioso



O turismo religioso no Brasil atrai milhões de peregrinos anualmente para eventos e locais sagrados. A cidade de Aparecida, em São Paulo, que abriga o Santuário Nacional de Nossa Senhora Aparecida, é o principal destino de peregrinação no país. Além disso, festas religiosas como a Romaria de Nossa Senhora de Nazaré, em Belém (Círio de Nazaré), atraem grande público.

10. Turismo de Esportes



O turismo de esportes é impulsionado por eventos esportivos, como corridas, torneios e campeonatos. Grandes eventos, como a Copa do Mundo de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016, consolidaram o Brasil como destino para esportes de várias modalidades. O país também é destino para o surfe, futebol e esportes radicais.

11. Turismo de Luxo



Segmento que atende ao público que busca experiências exclusivas e de alto padrão. Isso inclui hospedagens em hotéis de luxo, cruzeiros, experiências gastronômicas exclusivas, além de serviços personalizados. Destinos como Trancoso (Bahia), Fernando de Noronha e resorts no Nordeste estão entre os favoritos.

12. Turismo de Compras



Cidades como São Paulo e Rio de Janeiro também atraem turistas interessados em compras. O Brasil possui grandes centros comerciais, outlets e feiras de artesanato. O turismo de compras é frequentemente

associado ao turismo de negócios, mas também é buscado por turistas que visitam grandes centros urbanos.

Esses segmentos refletem a diversidade do Brasil, onde cada região oferece uma combinação única de atrações que pode agradar tanto os turistas locais quanto os internacionais. Cada Município deve identificar seus atrativos naturais e culturais e verificar em qual segmento ou segmentos eles melhor se enquadram. A vocação turística de uma localidade depende diretamente de suas características geográficas, culturais e sociais, assim como do perfil dos visitantes que pretende atrair.



SAIBA MAIS

Acesse a cartilha " Turismo em 360º – Planejando o turismo no seu Município " da CNM.

4.5.4 Oportunidades de crescimento com gestão estratégica

Uma vez mapeados os atrativos e identificados os segmentos turísticos em potencial, o próximo passo para os gestores municipais é investir em uma gestão estratégica e sustentável. Isso envolve a criação de políticas públicas que incentivem o desenvolvimento do turismo, promovam o destino e garantam que o crescimento da atividade seja equilibrado com a preservação dos recursos locais.

Os gestores devem buscar parcerias com a iniciativa privada, operadores turísticos e organizações comunitárias para fomentar o turismo de maneira inclusiva e participativa. A formação de redes colaborativas entre Municípios vizinhos também pode fortalecer o turismo regional, criando roteiros integrados e ampliando o tempo de permanência do turista na região.

Por fim, a promoção adequada do destino é essencial. Um planejamento estratégico de marketing turístico, que utilize plataformas digitais, redes sociais e parcerias com influenciadores e mídia especializada, pode colocar o Município no radar dos turistas nacionais e internacionais.

O turismo pode ser um importante motor de desenvolvimento econômico, social e cultural para os Municípios brasileiros. Com uma gestão estratégica, voltada para a sustentabilidade e baseada no potencial único de cada localidade, os gestores municipais têm a oportunidade de transformar o turismo em uma fonte de progresso para suas comunidades. Avaliar o potencial turístico, identificar os segmentos adequados e investir em infraestrutura e promoção são passos fundamentais para o sucesso desse processo.

5 A Competitividade do Produto Turístico

O setor turístico tem se mostrado uma fonte crescente de desenvolvimento para os Municípios brasileiros, criando empregos, movimentando a economia e promovendo o bem-estar da comunidade. No entanto, para que o turismo atinja todo o seu potencial, é essencial que os gestores municipais compreendam conceitos estratégicos e saibam como torná-lo competitivo.

Esta cartilha oferece orientações sobre como melhorar a competitividade do produto turístico, além de esclarecer o papel da Confederação Nacional de Municípios (CNM) e revisar conceitos fundamentais para uma boa gestão do turismo. Para que o turismo de um Município se destaque no mercado e atraia visitantes, é necessário que o produto turístico seja competitivo. Isso significa que ele deve ser atrativo, de qualidade, bem promovido e, acima de tudo, satisfazer as necessidades dos turistas.

5.1 Como planejar?

O planejamento começa com a avaliação do conjunto de atrativos, serviços e experiências oferecidos aos turistas. Ele inclui:

- **atrativos naturais e culturais**: paisagens, praias, parques, monumentos, museus, festas tradicionais;
- **infraestrutura de acesso e serviços**: transportes, hotéis, restaurantes, guias, centros de informações turísticas;
- **experiências e vivências**: gastronomia, artesanato, atividades de lazer, passeios turísticos e culturais.

5.2 Como tornar o produto turístico competitivo?

Algumas estratégias são essenciais para aumentar a competitividade do produto turístico do Município:

- **qualidade e inovação**: investir na qualidade dos serviços e na criação de novas experiências que surpreendam o visitante. Treinamento da equipe, inovação em pacotes turísticos e melhoria constante são vitais;
- **promoção adequada**: a promoção do destino deve ser eficaz e voltada ao público-alvo. Utilize estratégias de marketing digital, como redes sociais, sites de viagens e plataformas de busca, além de parcerias com agências de turismo;
- **sustentabilidade**: o turismo responsável e sustentável agrega valor ao produto turístico, garantindo a preservação dos recursos naturais e culturais e atraindo um público consciente;
- **integração com a comunidade local**: o envolvimento da comunidade é essencial. O turismo precisa beneficiar os moradores, promovendo a economia local, o emprego e a preservação das tradições culturais;
- **parcerias**: trabalhar em conjunto com o setor privado pode ajudar a desenvolver o turismo no Município. Hotéis, restaurantes e operadores de turismo, quando integrados a estratégias municipais, ajudam a fortalecer o destino.

5.3 Indicadores de competitividade turística

Medir a competitividade é tão importante quanto desenvolvê-la. Utilize indicadores como:

- **número de turistas**: quantidade de visitantes ao longo do ano e comparativo entre os demais Municípios da região;
- **gasto médio por turista**: indicador de quanto cada visitante contribui para a economia local;
- **índice de satisfação do turista**: com pesquisas de opinião, para aferir a qualidade percebida pelo visitante durante a estadia;
- **sustentabilidade**: ações realizadas para preservar o meio ambiente e o patrimônio cultural.

6 A CNM e o Turismo

A Confederação Nacional de Municípios (CNM) tem desempenhado um papel fundamental no apoio às gestões municipais para o desenvolvimento de políticas públicas na área de Turismo. A CNM oferece uma série de orientações para facilitar a organização e o fomento do turismo em Municípios de todas as regiões do país.

6.1 O papel da CNM no turismo municipal

A CNM trabalha em parceria com os Municípios para:

- **oferecer capacitação e assistência técnica**: a CNM promove treinamentos, seminários e workshops voltados para a gestão pública de turismo, capacitando gestores em temas como planejamento estratégico, captação de recursos e parcerias público-privadas;
- **apoio à criação de Planos Municipais de Turismo**: a CNM orienta sobre a elaboração de planos de turismo, que são essenciais para guiar o desenvolvimento do setor no Município de maneira organizada e estratégica;
- **fomento a parcerias e acesso a recursos**: a CNM ajuda os Municípios a acessar programas e editais de fomento ao turismo, tanto em nível federal quanto em outras fontes de financiamento.

6.2 Programas e iniciativas da CNM

Algumas das iniciativas e ferramentas oferecidas pela CNM incluem:

- **programas de capacitação**: cursos e webnários voltados para o desenvolvimento de competências dos gestores municipais em temas turísticos;
- **banco de boas práticas**: um repositório de *cases* de sucesso de turismo municipal, que serve como inspiração para outros gestores;
- **articulação política**: a CNM atua na defesa dos interesses dos Municípios junto ao governo federal e ao Congresso, buscando e propondo a implementação de legislações favoráveis ao desenvolvimento do turismo local;
- **realização de eventos técnicos**: a Área Técnica de Turismo da CNM realiza, em parceria com os Municípios, o evento "Cidades Históricas, Turísticas e Patrimônio Mundial" e o evento "Governança para o Turismo", com o objetivo de identificar os gargalos para o desenvolvimento do turismo nas regiões e qualificar a gestão. Conheça e acompanhe nosso calendário de eventos.

Conclusão

A CNM entende que começa pelo Município a evolução do turismo no Brasil, como atividade econômica capaz de desenvolver as potencialidades, gerar emprego e renda, integrar diferentes setores da economia e aumentar a arrecadação.

Ao compreender a importância e a capacidade de mobilização do turismo como atividade econômica e de desenvolvimento municipal, entende-se que, além dos atrativos naturais ou culturais já existentes, é necessário se pensar o Município como um todo. No processo de planejamento de destinos turísticos, torna-se fundamental, portanto, o planejamento da atividade turística de forma adaptada à realidade municipal. Nesse processo são identificadas características locais, dificuldades, necessidades, diferenciais e oportunidades.

O papel do Município é estabelecer ações necessárias para prover o desenvolvimento da infraestrutura básica e a capacitação adequada, que proporcionarão o bem-estar da população local e dos turistas, promovendo o Município como destino turístico.

Quando o Município decide adotar uma política de turismo, está intrínseca a responsabilidade de pensar o planejamento de forma sustentável, inclusiva e integradora. Congregar a comunidade, o empresariado, o terceiro setor e o poder público em torno da importância do turismo não é uma tarefa fácil, pois o processo de planejamento e a posterior implantação da atividade irão influenciar na estrutura econômica do local e no modo de vida da população residente.

Como facilitador, o processo de planejamento do turismo ordena os objetivos, a forma como serão alcançados, quem serão e quais as competências dos responsáveis, além de estabelecer prioridades.

O foco da atividade turística é o bem-estar social. Existe uma máxima do *trade* turístico que diz que: o Município só é bom para o turista se for bom para seus habitantes, ou seja, se a localidade está bem es-

truturada e organizada, está mais preparada para divulgar sua imagem de maneira crível e positiva.

A partir da correta estruturação da atividade turística, espera-se que os benefícios atinjam a economia local e regional, envolvendo toda a comunidade, o que justifica os investimentos no turismo como uma alternativa de desenvolvimento municipal.

A CNM conta com o engajamento dos gestores ao movimento municipalista com vistas ao desenvolvimento do turismo como uma oportunidade que pode, a partir do planejamento estratégico dessa atividade econômica, produzir um efeito multiplicador na economia local, contribuir significativamente com a melhoria da qualidade de vida da população, gerar oportunidades de emprego e garantir o desenvolvimento sustentável e inclusivo.

Referências

BARRETTO, Margarita. *Manual de iniciação ao estudo do turismo.* 4ª ed. Campinas: Papirus, 2003.

BENI, M. C. Planejamento estratégico e gestão local/regional do turismo. *In*: *Turismo de Base Local*: identidade cultural e desenvolvimento regional/ Giovanni Seabra (organizador). João Pessoa: Editora Universitária/ UFPB, 2007.

Beni, Mário Carlos. *Análise estrutural do turismo*. 14ª ed. São Paulo: SENAC, 2006.

BOULLÓN, Roberto C. *Planejamento do espaço turístico.* São Paulo: Ed. Aleph, 1983.

BRASIL, Coordenação Geral de Regionalização. *Programa de Regionalização do Turismo — Roteiros do Brasil:* Módulo Operacional 7 – Roteirização Turística. Brasília, DF: Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, 2007b.

BRASIL, Coordenação Geral de Regionalização. *Programa de Regionalização do Turismo — Roteiros do Brasil:* Módulo Operacional 8 – Promoção e Apoio à Comercialização / Brasília: Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, 2007c.

BRASIL, Ministério do Turismo. *Inventário da Oferta Turística.* Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2011.

BRASIL, Ministério do Turismo. *Plano Nacional de Turismo 2018-2022:* Mais empregos, mais desenvolvimento. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2018.

Brasil, Ministério do Turismo. *Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil,* Projeto Inventário da Oferta Turística, 2006.

BRASIL. Lei 11.171/2008. Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico. *Diário Oficial da União,* 2008.

BRASIL. Ministério do Turismo. Cadernos do Turismo. *Programa de Regionalização Roteiros do Brasil.* Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2007.

BRASIL. Ministério do Turismo. *Plano Nacional de Turismo.* Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2013-2016.

BRASIL. Ministério do Turismo. *Política Nacional de Turismo:* diretrizes gerais. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2007c.

BRASIL. Ministério do Turismo. *Referências conceituais para o planejamento e gestão do turismo.* Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2007b.

BRASIL. Ministério do Turismo. *Referências conceituais para o planejamento e gestão do turismo.* Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2007b.

CAMPOS, Luis Carlos da Silveira. *Turismo de natureza*: uma abordagem teórica e prática. São Paulo: Manole, 2004.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. *Geografia do turismo*: práticas de planejamento e sustentabilidade. 2ª ed. São Paulo: Roca, 2014.

IGNARRA, Luiz Renato. *Fundamentos do turismo.* 8ª ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, José Manoel G. *Turismo: teoria e prática***.** 12ª ed. São Paulo: Atlas, 2000.

RUSCHMANN, Doris Van de Meene. *Turismo:* como aprender, como ensinar**.** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 1997.

Turismo, oportunidade para o desenvolvimento municipal. CNM. Brasília-DF, 2016
UNWTO, World Tourism Organization. Site institutional. Madrid: 2016. Disponível em: http://www2.unwto.org/en. Acesso em: 4 out. 2024.

VALLS, José-Francisco. *Gestão de destinos turísticos sustentáveis*. Porto Alegre: Bookman, 2006.

Anotações

Anotações

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE MUNICÍPIOS

Sede
SGAN 601 – Módulo N
CEP: 70830-010
Asa Norte – Brasília/DF
Tel/Fax: (61) 2101-6000

Escritório Regional
Rua Marcílio Dias, 574
Bairro Menino Deus
CEP: 90130-000 – Porto Alegre/RS
Tel/Fax: (51) 3232-3330

/PortalCNM
@portalcnm
/TVPortalCNM
/PortalCNM
/portalcnm

www.CNM.org.br

E mais de **200 entidades microrregionais** de Municípios