

Turismo

Tourism



Mônica Schneider

Sergipe em festa, 2011
Sergipe in festivity

Tourism

Denio Santos Azevedo¹

The need for surveys on the analysis of the COVID-19 pandemic impact on the international tourism in Brazil

In Brazil, tourism can be understood as one of the great propellers of economic development. According to the Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE), the sector represents 3.71% of the national Gross Domestic Product (GDP) and moves a heterogeneous, broad and complex chain of production. Aware of this, some cities have made changes in their political agendas for urban and rural space planning, with tourism as a fundamental element for some territories. In this context, there is greater interest in debates on the contributions of tourism to job creation and socioeconomic development. Tourists either become a reason for competition among cities or generate the need for joint planning by the tourist destinations of a certain area.

However, the COVID-19 pandemic has brought significant changes to tourism routine. It was necessary to rethink some practices, review projects and rethink tourist destinations. International tourism has been disrupted in several countries. Borders were closed and the presence of foreigners was prohibited. According to studies carried out by the Getúlio Vargas Foundation (IMPACTO..., 2020, p. 4), the economic losses generated in the context of the pandemic, “compared to the sector's GDP in 2019, will total R\$116.7 billion in

¹ PhD in Sociology. Professor of the Tourism Department of the Federal University of Sergipe (UFS).

Turismo

Denio Santos Azevedo¹

A necessidade da pesquisa na análise do impacto da pandemia de COVID-19 no turismo internacional no Brasil

No Brasil, o turismo pode ser entendido como um dos grandes propulsores do desenvolvimento econômico. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o setor representa 3,71% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional e movimenta uma cadeia produtiva heterogênea, ampla e complexa. Ciente disso, algumas cidades realizaram mudanças nas agendas políticas para o planejamento do espaço urbano e rural, tendo o turismo como elemento fundamental para alguns territórios. Nesse contexto, percebe-se o maior interesse pelos debates sobre as contribuições do turismo para a criação de empregos e para o desenvolvimento socioeconômico. O turista passa a ser um motivo de disputa na concorrência entre as cidades ou gera a necessidade de planejamento conjunto entre os destinos turísticos de determinado território.

Porém, a pandemia de COVID-19 trouxe mudanças significativas no cotidiano do turismo. Foi necessário repensar algumas práticas, rever projetos e repensar destinos turísticos. O turismo internacional foi interrompido em vários países. As fronteiras foram fechadas e a presença de estrangeiros foi proibida. De acordo com estudos realizados pela Fundação Getúlio Vargas (IMPACTO..., 2020, p. 4) as perdas econômicas geradas no contexto da pandemia, “em comparação ao PIB do setor em 2019, totalizarão R\$ 116,7 bilhões no biênio 2020-2021, o que representa perda de 21,5%

¹ Doutor em Sociologia. Professor do Departamento de Turismo da Universidade Federal de Sergipe (UFS).

the 2020 -2021 biennium, which represents a loss of 21.5% in total production for the period". Given this context, this article aims at analyzing the importance of surveying the impact caused by the COVID-19 pandemic in Brazil and at demonstrating the need to rethink strategies to generate growth in international tourism in the country.

The social actors who are at the forefront of tourism planning and tourism management can draw a profile of the desired tourist based on tourism demand surveys, for example. And when cities don't know each other? When they don't know the profiles of the tourists who visit them? And when there are no surveys to answer the previous questions? Tourism planning and management require targeted studies, primary data, dialogue with those who experience the daily life of tourism to reinforce its foundation and realize the need for updating or producing strategies to create the necessary infrastructure, attract the desired consuming public, minimize the impacts generated by the presence of tourists, exceed their expectations when visiting tourist destinations, optimize the services offered, among others.

From this dialogue between theory and practice, it is possible to make reflective, critical, viable, necessary and applicable propositions. It is necessary to debate with the different representations of the so-called tourism supply chain, in order to understand the constant need for exchange between those who think of tourism and those who make it happen. It is necessary to realize the importance of the different possibilities of reading the quantitative and qualitative data presented by different institutions, based on different methods, contexts and analyses. The relevance of those who produce the data is similar to the task of those who have access to them, what analyzes they made and what actions they took based on the results of surveys. Surveys, when grounded, contextualized, can guide paths, indicate planning or execution flaws, demonstrate the need either for continuity or for changes and reduce errors in the process in the short, medium and long term. It is something that escapes from office ready-made plans, copied from different reality models and imposed on tourist destinations.

Tourism surveys create the need for constant updating of results, the construction of a time series and evaluation of tourism planning and management practices applied in a given reality. Tourism is dynamic, planning is flexible and managers and planners need to seek different goals within the tourism universe, in order to foster sustainable socioeconomic development, as well as more ethical and socially responsible tourism practices.

na produção total do período”. Diante desse contexto, esse escrito visa analisar a importância da pesquisa no impacto causado pela pandemia de COVID-19 no Brasil e demonstrar a necessidade de repensar estratégias que gerem crescimento do turismo internacional no País.

Os atores sociais que estão à frente do planejamento turístico e da gestão do turismo podem traçar um perfil do turista almejado a partir das pesquisas de demanda turística, por exemplo. E quando as cidades não se conhecem? Quando elas não conhecem os perfis dos turistas que a visitam? E quando não existe pesquisa para responder aos questionamentos anteriores? O planejamento e a gestão do turismo necessitam de estudos direcionados, de dados primários, de diálogo com quem vive o cotidiano do turismo para alicerçar a sua construção e perceber a necessidade de atualização ou de elaboração de estratégias para criar a infraestrutura necessária, atrair o público consumidor almejado, minimizar os impactos gerados com a presença de turistas, superar as expectativas dos turistas na visitação ao destino turístico, otimizar os serviços oferecidos, dentre outros.

Deste diálogo entre a teoria e a prática, é possível fazer proposições reflexivas, críticas, viáveis, necessárias e aplicáveis. É preciso chamar para o debate diferentes representações da chamada cadeia produtiva do turismo, com o intuito de entender a necessidade constante de troca entre aqueles que pensam e os que fazem o turismo acontecer. Perceber a importância das diferentes possibilidades de leitura dos dados quantitativos e qualitativos apresentados por distintas instituições, a partir de variados métodos, contextos e análises. A relevância de quem produz os dados é semelhante à tarefa de quem tem acesso a estes, quais as análises feitas e quais as ações foram embasadas a partir do resultado das pesquisas. A pesquisa, quando embasada, contextualizada, pode orientar caminhos, apresentar falhas no planejamento ou na execução, demonstrar a necessidade de continuidades ou mudanças e reduzir o erro no processo a curto, médio e longo prazo. É algo que foge dos planejamentos prontos, feitos em gabinetes, copiados de modelos com realidades distintas e impostos aos destinos turísticos.

A pesquisa em turismo cria a necessidade de atualização constante dos resultados, da construção de uma série histórica e de avaliações das práticas de planejamento e gestão do turismo aplicadas naquela realidade. O turismo é dinâmico, o planejamento é flexível e os gestores e planejadores precisam buscar diferentes metas a partir do universo do turismo, procurando promover um desenvolvimento socioeconômico sustentável, práticas turísticas mais éticas e com responsabilidade social.

O contexto social, histórico, político, cultural e econômico dos anos de 2020 e 2021 só pode ser entendido sob a ótica de um mundo marcado pela pandemia de CO-

The social, historical, political, cultural and economic context of the years 2020 and 2021 can only be understood from the perspective of a world marked by the COVID-19 pandemic. Therefore, the social isolation and/or distancing measures, the closing of airports, subway and trains stations and ports, in addition to the control on the highways, prevented or made it difficult for people to move. Commercial establishments, limited or closed tourist facilities and tourist attractions generated a significant increase in unemployment, potential loss of income and consumption, increase in poverty, among others, generating an unprecedented crisis in the tourism universe. In short, any time series will present a significant reduction of tourists in that period.

Particularly with regard to international tourism, although Brazil is a continent-sized country, with such natural and cultural diversity, with significant improvements in recent years in the tourism infrastructure of some cities, with great potential for developing this market, it received, in 2018, only 0.47% of the total number of international tourists worldwide and 0.35% of their spending (ANUÁRIO..., 2019). The explanations for such numbers are the most varied and range from the lack of short, medium and long-term planning, distance from the main world outbound destinations, mainly Asia and Europe, need for specific strategies for the different realities of Brazil, airfare prices, the country's image in the world media, deficient strategies for tourism promotion, even more investment in technology, transportation and in the qualification of professionals working in the tourism sector.

However, even though Brazil does not stand out in international tourism, it had a significant loss of more than four million foreign tourists in 2020, when it received only 2,146,436, against 2019, with 6,353,141, and 2018, with 6,621,141 (Table 16.1). In 2020, 1,510,495 of these international tourists arrived in Brazil from three cities: São Paulo, with 634,006, Rio Grande do Sul, with 499,153 and Rio de Janeiro, with 377,336. According to the *Estudo de demanda turística internacional 2019 (Study of international tourist demand 2019)* ([2022]), published by the Ministry of Tourism, the cities of Rio de Janeiro (33.3%), Florianópolis (17%) and Foz do Iguaçu (16.2%) were responsible for attracting 66.5% of international leisure tourists who visited Brazil in 2019 (Table 16.2). Therefore, these cities are among the tourist destinations that most felt the economic losses with the absence of this consuming public in 2020, in Brazil.

Another way of understanding the proportion of these losses with the reduction of international tourists in Brazil is by analyzing the balance of payments of the tourism account. Data indicate the income and expense register of the provision of tourist services for residents and tourists. Such

VID-19. Portanto, as medidas de isolamento e/ou distanciamento social, fechamento de aeroportos, estações de metrô e trens e portos, além do controle nas rodovias, impediram ou dificultaram o deslocamento de pessoas. Estabelecimentos comerciais, equipamentos turísticos e atrativos turísticos limitados ou fechados, geraram aumento significativo do desemprego, perda potencial de renda e de consumo, aumento da pobreza, dentre outros, gerando uma crise sem precedentes no universo do turismo. Em suma, qualquer série histórica, apresentará redução significativa de turistas nesse período.

Especificamente com relação ao turismo internacional, o Brasil é um País com dimensões continentais, com tamanha diversidade natural e cultural, com melhorias significativas nos últimos anos na infraestrutura turística de algumas cidades, com grande potencial de desenvolvimento desse mercado, mas que recebeu, em 2018, apenas 0,47% do total de turistas internacionais mundiais e 0,35% de seus gastos (ANUÁRIO..., 2019). As explicações que justificam tais números são as mais variadas e vão desde a ausência de planejamento a curto, médio e longo prazo, distância dos principais destinos emissores mundiais, principalmente, Ásia e Europa, necessidade de estratégias específicas para as diferentes realidades do Brasil, valor cobrado nas passagens aéreas, a imagem do País na mídia mundial, estratégias deficientes de promoção turística, até maiores investimentos em tecnologia, transportes e na qualificação dos profissionais que atuam no universo do turismo.

Porém, mesmo o Brasil não sendo destaque no turismo internacional, apresenta uma perda significativa de mais de quatro milhões de turistas estrangeiros no ano de 2020, quando ele recebeu apenas 2 146 436, quando comparado com os anos de 2019, com 6 353 141, e 2018, com 6 621 141 (Tabela 16.1). Sendo que 1 510 495 destes turistas internacionais chegaram ao Brasil, em 2020, a partir de três cidades: São Paulo, com 634 006, Rio Grande do Sul, com 499 153 e Rio de Janeiro, com 377 336. De acordo com o *Estudo de demanda turística internacional 2019* ([2022]), publicado pelo Ministério do Turismo, as cidades do Rio de Janeiro (33,3%), de Florianópolis (17%) e Foz do Iguaçu (16,2%) foram responsáveis por atrair 66,5% dos turistas internacionais de lazer que visitaram o Brasil, em 2019 (Tabela 16.2). Portanto, as cidades aqui destacadas estão entre os destinos turísticos que mais sentiram as perdas econômicas com a ausência desse público consumidor em 2020, no Brasil.

Outra forma de entendimento da proporção dessas perdas com a redução de turistas internacionais no Brasil se dá analisando o saldo da balança de pagamentos da conta turismo. Os dados indicam o registro de receitas e despesas relativos à prestação de serviços turísticos entre residentes e turistas. Através desta é possível fazer um registro contábil por um determinado período, anali-

register allows for the accounting of a certain period, for the analysis of investments, of the entry of money from abroad in the Brazilian tourism supply chain and the analysis of the country's international finances. In Brazil, the register of the balance of payments complies with the international norms of the International Monetary Fund (IMF) and is organized, analyzed and published by the Central Bank of Brazil (BCB).

Data from the *Anuário estatístico de turismo 2021* (2021 Tourism Statistical Yearbook), base year 2020, show a drop in expenditure on the tourism account balance of payments throughout the time series, started in 2013 (Graph 16.2). Despite this, revenue has been maintained with certain stability over the years (Graph 16.3). The sharp drop in both cases was recorded in 2020, which generated a significant increase in the deficit of the travel services account, reaching the mark of US\$857 million, according to a note from the External Sector, released by the BCB, on April 23, 2022. The expenses of Brazilians with trips abroad continue higher than the inflow of foreign exchange generated from the consumption of foreign tourists in Brazil. The reduction of this difference in recent years was basically due to the reduction in trips or expenses of Brazilians traveling abroad and not due to the increase of foreign tourists in Brazil.

Therefore, international tourism in Brazil needs to be rethought. Initiatives have been visibly discontinued. The transformations in investments in international tourism take place according to the public policy implemented, to focus on isolated actions, to changes in government and in the political and economic situation of the country.

With the reduction in the number of COVID-19 cases and deaths generated by this pandemic, it is possible to rethink the strategies for expanding international tourism in Brazil. The devaluation of the national currency, the Real, against the Dollar and the Euro can mean more interesting prices in tour packages for foreign tourists. Tourism representatives must come to a consensus, and ideas of larger investment by the State, of better tourist marketing and planning need to be put into practice.

It is necessary to invest in surveys and analyze the existing data to understand consumer behavior, the need to create new itineraries and the consolidation of tourist destinations with good tourism infrastructure. It is also necessary to bring the segment of events sector closer to that of tourism, to rethink public tourism policies, to invest in professional qualification, to strengthen the different governance bodies of the sector and to think about the real socioeconomic development that can be generated with international tourism.

sar investimentos, a entrada de dinheiro vinda do exterior na cadeia produtiva do turismo brasileiro e analisar o estado das finanças internacionais do País. No Brasil, o registro da balança de pagamentos segue as normas internacionais do Fundo Monetário Internacional (FMI) e é organizado, analisado e divulgado pelo Banco Central do Brasil (BCB).

Os dados do *Anuário estatístico de turismo 2021*, ano base 2020, demonstram queda na despesa da balança de pagamentos da conta turismo quando comparados através da série histórica, iniciada em 2013 (Gráfico 16.2). Apesar disso, a receita vai se mantendo com uma certa constância ao longo dos anos (Gráfico 16.3). A queda acentuada nos dois casos foi registrada no ano de 2020, o que gerou um aumento significativo no déficit da conta de serviços de viagens, atingindo a marca de US\$ 857 milhões, segundo nota de Setor Externo, divulgada pelo BCB, em 23 de abril de 2022. As despesas de brasileiros com viagens ao exterior continuam sendo maiores que a entrada de divisas, a partir do consumo de turistas estrangeiros no Brasil. A redução dessa diferença nos últimos anos se deu basicamente pela redução das viagens ou dos gastos de brasileiros em viagens ao exterior e não pelo aumento de turistas estrangeiros no Brasil.

Portanto, o turismo internacional no Brasil precisa ser repensado. Percebe-se a descontinuidade nas ações. As transformações nos investimentos no turismo internacional mudam de acordo com a política pública implementada, foco em ações isoladas, mudanças de governo e a situação política e econômica do País.

Com a redução do número de casos de COVID-19 e de mortes geradas por essa pandemia é possível repensar as estratégias de expansão do turismo internacional no Brasil. A desvalorização da moeda nacional, o Real, frente ao Dólar e ao Euro pode significar preços mais interessantes nos pacotes turísticos para turistas estrangeiros. O diálogo entre os representantes do universo do turismo precisa existir, maiores investimentos por parte do Estado, o aperfeiçoamento do *marketing* turístico e o planejamento turístico precisam sair do mundo das ideias.

É necessário investir em pesquisas e analisar os dados existentes para entender os comportamentos de consumo, a necessidade de criação de novos roteiros e a consolidação de destinos turísticos com boa infraestrutura turística. É preciso ainda aproximar o setor de eventos ao de turismo, repensar as políticas públicas de turismo, apostar na qualificação profissional, fortalecer as diferentes instâncias de governança do setor e pensar no real desenvolvimento socioeconômico que pode ser gerado com o turismo internacional.

A análise do impacto da pandemia de COVID-19 por meio de diferentes pesquisas, baseada em dados quantitativos e qualitativos, que sejam atualizados constantemente e que gerem séries históricas podem produzir estratégias e planejamen-

The analysis of the impact of the COVID-19 pandemic through different surveys, based on quantitative and qualitative data, which are constantly updated and which generate time series, can produce strategies and plans suited to the new reality. Obtaining more assertive results, making investments worthwhile, generating strategies not yet applied in other contexts are possibilities that will be based on surveys. Sanitary measures must be kept to ensure the biosecurity of tourists, who had this concern increased during the pandemic. Public-private partnerships, easy and subsidized credit for individual micro-entrepreneurs, micro and small companies, increase in the number of flights in several cities, improved roads, reduced taxes for the sector and drop in fuel prices are urgent measures to give the sector a new breath.

References

ANUÁRIO ESTATÍSTICO DE TURISMO 2021. Ano base 2020. Brasília, DF: Ministério do Turismo, v. 48, 2021. Available from: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/acao-a-informacao/acoes-e-programas/observatorio/anuario-estatistico>. Cited: May 2022.

ANUÁRIO ESTATÍSTICO DE TURISMO 2019. Ano base 2018. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2019. Available from: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-53-05.html>. Cited: May 2022.

ESTUDO da demanda turística internacional 2019. Brasília, DF: Ministério do Turismo, [2022]. Available from: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-54-03/demanda-tur%C3%ADstica-internacional.html> . Cited: May 2022.

IMPACTO econômico do Covid-19: proposta para o turismo brasileiro. Rio de Janeiro: Escola de Administração Pública da Fundação Getúlio Vargas, 2020. 25 p. Available from: https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/01.covid19_impactoeconomico_v09_compressed_1.pdf. Cited: May 2022.

Translated by: Gisele Flores Caldas Manhães

tos adequados à nova realidade. Obter resultados mais assertivos, fazer valer os investimentos executados, gerar estratégias ainda não aplicadas em outros contextos são possibilidades que serão embasadas a partir das pesquisas. Há a necessidade em manter as medidas sanitárias para garantir a biossegurança de turistas que ampliarão essa necessidade durante a pandemia. A parceria público-privada, crédito facilitado e subsidiado para microempreendedores individuais, micro e pequenas empresas, aumento do número de voos em diversas cidades, melhoria das estradas, redução de impostos para o setor e do preço do combustível são medidas urgentes para criar um novo fôlego para o setor.

Referências

ANUÁRIO ESTATÍSTICO DE TURISMO 2021. Ano base 2020. Brasília, DF: Ministério do Turismo, v. 48, 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/observatorio/anuario-estatistico>. Acesso em: maio 2022.

ANUÁRIO ESTATÍSTICO DE TURISMO 2019. Ano base 2018. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2019. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-53-05.html>. Acesso em: maio 2022.

ESTUDO da demanda turística internacional 2019. Brasília, DF: Ministério do Turismo, [2022]. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-54-03/demanda-tur%C3%ADstica-internacional.html>. Acesso em: maio 2022.

IMPACTO econômico do Covid-19: proposta para o turismo brasileiro. Rio de Janeiro: Escola de Administração Pública da Fundação Getúlio Vargas, 2020. 25 p. Disponível em: https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/01.covid19_impactoeconomico_v09_compressed_1.pdf. Acesso em: maio 2022.

Tabela 16.1 - Chegadas de turistas no Brasil - 2018-2020*Table 16.1 - Tourist arrivals to Brazil - 2018-2020**(continua/to be continued)*

País de residência permanente/ Country of permanent residence	Chegadas de turistas/ Tourist arrivals		
	2018	2019	2020
Total/Total	6 621 376	6 353 141	2 146 435
África/Africa	64 605	69 436	14 334
América Central/Central America	45 991	43 896	9 625
América do Norte/North America	689 583	750 484	217 123
Canadá/Canada	71 160	77 043	26 950
Estados Unidos/United States	538 532	590 520	172 105
México/Mexico	79 891	82 921	18 068
América do Sul/South America	4 050 598	3 597 179	1 383 550
Argentina/Argentina	2 498 483	1 954 725	887 805
Bolívia/Bolivia	126 253	132 069	45 449
Chile/Chile	387 470	391 689	131 174
Colômbia/Colombia	131 596	126 595	27 129
Paraguai/Paraguay	356 897	406 526	122 981
Peru/Peru	121 326	135 880	33 895
Uruguai/Uruguay	348 336	364 830	113 714
Venezuela/Venezuela	40 761	40 160	11 636
Outros/Other countries	39 476	44 705	9 767
Ásia/Asia	255 138	290 974	70 081
Japão/Japan	63 708	78 914	20 476
Outros/Other countries	191 430	212 060	49 605

Tabela 16.1 - Chegadas de turistas no Brasil - 2018-2020*Table 16.1 - Tourist arrivals to Brazil - 2018-2020**(conclusão/concluded)*

País de residência permanente/ Country of permanent residence	Chegadas de turistas/ Tourist arrivals		
	2018	2019	2020
Europa/Europe	1 460 740	1 531 275	430 166
Alemanha/Germany	209 039	206 882	61 149
Áustria/Austria	29 643	22 051	6 077
Bélgica/Belgium	31 004	28 178	7 153
Espanha/Spain	147 159	145 325	32 665
França/France	238 345	257 504	70 369
Holanda/Netherlands	62 651	59 752	16 532
Reino Unido/United Kingdom	154 586	163 425	48 595
Itália/Italy	175 763	182 587	45 646
Portugal/Portugal	145 816	176 229	51 028
Suíça/Switzerland	70 040	63 826	17 063
Outros/Other countries	196 694	225 516	73 889
Oceânia/Oceania	54 675	69 861	21 547
Não especificado/Unspecified	46	36	9

Fonte/Source : Anuário estatístico de turismo 2021. Ano base 2020. Brasília, DF: Ministério do Turismo, v. 48, 2021. Disponível em/Available from :

<https://www.gov.br/turismo/pt-br/acao-a-informacao/acoes-e-programas/observatorio/anuario-estatistico>. Acesso em: jan. 2022/Cited : Jan . 2022.

Tabela 16.2 - Chegadas de turistas no Brasil, por Unidades da Federação de acesso - 2018-2020

Table 16.2 - Tourist arrivals to Brazil, by Federation Unit of arrival - 2018-2020

Unidades da Federação de acesso/ <i>Federation Unit of arrival</i>	Chegadas de turistas/ <i>Tourist arrivals</i>		
	2018	2019	2020
Total/Total	6 621 376	6 353 141	2 146 435
Amazonas	36 064	29 306	5 762
Pará	28 720	26 006	5 552
Pernambuco	121 169	111 920	24 181
Bahia	148 637	152 221	45 151
Ceará	107 420	112 920	23 287
Rio de Janeiro	1 293 342	1 252 267	377 336
Minas Gerais	81 850	54 424	13 701
São Paulo	2 250 994	2 358 979	634 006
Paraná	948 388	1 006 752	296 765
Rio Grande do Norte	28 672	27 888	8 548
Rio Grande do Sul	1 087 191	772 686	499 153
Mato Grosso do Sul	91 518	81 392	27 204
Santa Catarina	226 362	200 746	142 008
Distrito Federal/ <i>Federal District</i>	75 672	73 860	19 013
Outros/ <i>Others</i>	95 377	91 774	24 768

Fonte/*Source*: Anuário estatístico de turismo 2021. Ano base 2020. Brasília, DF: Ministério do Turismo, v. 48, 2021. Disponível em/*Available from*: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/observatorio/anuario-estatistico>. Acesso em: jan. 2022/*Cited*: Jan. 2022.

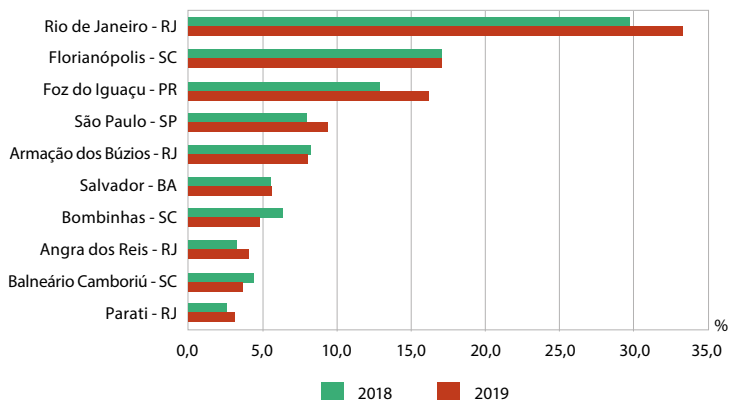
Tabela 16.3 - Agências de turismo cadastradas no CADASTUR - 2020
Table 16.3 - Travel and tourism agencies listed in CADASTUR - 2020

Unidades da Federação/ <i>Federation Units</i>	Agências/ <i>Agencies</i>
Brasil/Brazil	32 522
Rondônia	221
Acre	149
Amazonas	571
Roraima	105
Pará	418
Amapá	76
Tocantins	235
Maranhão	465
Piauí	164
Ceará	693
Rio Grande do Norte	446
Paraíba	556
Pernambuco	1 233
Alagoas	597
Sergipe	321
Bahia	1 240
Minas Gerais	2 747
Espírito Santo	437
Rio de Janeiro	4 995
São Paulo	9 810
Paraná	1 712
Santa Catarina	1 184
Rio Grande do Sul	1 725
Mato Grosso do Sul	380
Mato Grosso	434
Goiás	884
Distrito Federal/ <i>Federal District</i>	718

Fonte/*Source* : Anuário estatístico de turismo 2021. Ano base 2020. Brasília, DF: Ministério do Turismo, v. 48, 2021. Disponível em/*Available from* : <https://www.gov.br/turismo/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/observatorio/anuario-estatistico>. Acesso em: jan. 2022/
Cited : Jan . 2022.

Gráfico 16.1 - Dez cidades brasileiras mais visitadas pelos turistas internacionais, para lazer - 2018-2019

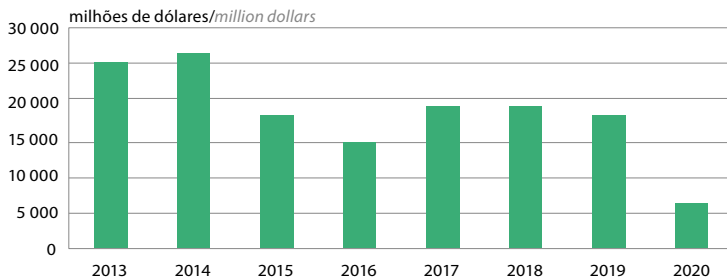
Graph 16.1 - Ten most visited cities in Brazil by foreign tourists, for leisure - 2018-2019



Fonte/Source: Estudo da demanda turística internacional 2019. Brasília, DF: Ministério do Turismo, [2022]. Disponível em /Available from: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-54-03/demanda-tur%C3%ADstica-internacional.html>. Acesso em: jan. 2022/Cited: Jan. 2022.

Gráfico 16.2 - Despesa da balança de pagamentos da conta turismo - 2013-2020

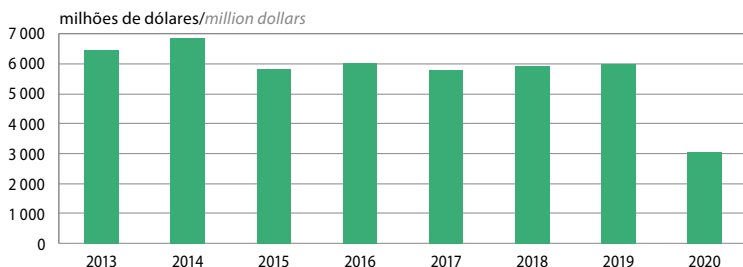
Graph 16.2 - Expenditure in the balance of payments of tourism account - 2013-2020



Fonte/Source: Anuário estatístico de turismo 2021. Ano base 2020. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2021. Disponível em /Available from: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/observatorio/anuario-estatistico> Acesso em: jan. 2022/Cited: Jan. 2022.

Gráfico 16.3 - Receita da balança de pagamentos da conta turismo - 2013-2020

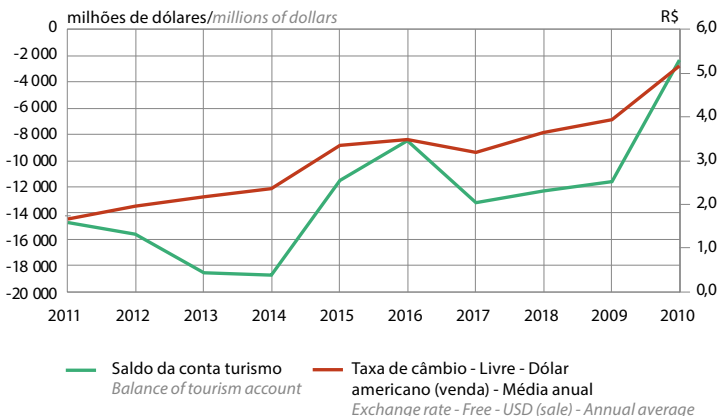
Graph 16.3 - Revenue in the balance of payments of tourism account - 2013-2020



Fonte/Source: Receita e despesa cambial turística no Brasil: variação percentual anual. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2021. Disponível em/Available from: <http://dadosefatos.turismo.gov.br/estat%C3%ADsticas-e-indicadores/receita-cambial.html>. Acesso em: jan. 2022/Cited: Jan. 2022.

Gráfico 16.4 - Taxa de câmbio e saldo da balança de pagamentos da conta turismo - 2011-2020

Graph 16.4 - Exchange rate and balance of tourism account - 2011-2020



Fonte/Source: Receita e despesa cambial turística. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2021. Disponível em/Available from: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/estat%C3%ADsticas-e-indicadores/receita-cambial.html>. Acesso em: jan. 2022/Cited: Jan. 2022.