wtm LATIN AMERICA
São Paulo, 14 – 16 April 2026

MINISTÉRIO DO TURISMO

Ministers' Summit na WTM Latin America 2026:

Diálogos estratégicos para um turismo responsável e regenerativo na América Latina





WTM Latin America 2026

Ministers' Summit
Expo Center Norte - São Paulo/SP

Este paper reúne o registro dos debates do Ministers' Summit, realizado pela primeira vez na WTM Latin America 2026, além de um resumo do estudo "Shaping Sustainable Tourism - The Role of Observatories in Latin America and the Caribbean" ("Moldando o Turismo Sustentável – O Papel dos Observatórios na América Latina e no Caribe", em tradução livre), apresentado por representantes da ONU Turismo e do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) durante o encontro.

A publicação reforça o compromisso da WTM Latin America com o fortalecimento do diálogo institucional e com a promoção de um turismo mais responsável, regenerativo e orientado por evidências na América Latina e no Caribe.

Expediente

Projeto editorial: **Comunica Hub**
www.comunicahub.com.br

Redação e edição: **Editora Vagâmen**
www.editoravagamen.com.br

Diagramação: **TwoMates**
www.twomates.com.br

As informações, dados e avaliações descritos nos pronunciamentos contidos neste documento são de responsabilidade dos respectivos participantes e foram editados para fins de clareza e concisão. A edição preservou o sentido das manifestações, com ajustes de idioma, linguagem, concisão e organização textual. É expressamente proibida a reprodução integral ou parcial deste documento sem prévia autorização.

A **WTM Latin America** é o principal evento mundial da indústria de viagens e turismo da América Latina. Realizada em São Paulo, a feira tem foco B2B e conecta profissionais do setor a oportunidades de negócios, networking e acesso a compradores qualificados. O evento reúne diferentes segmentos da indústria, como agências, operadoras, hospedagem, transportes, cruzeiros, produtos de luxo e tecnologia e, ao longo de três dias, permite acompanhar tendências, conhecer novos produtos e ampliar conexões profissionais. A edição de 2026 reuniu 935 expositores, representantes de 53 países, 35 mil profissionais do turismo e 70 conferências.

www.wtm.com/latin-america

wtm LATIN AMERICA
São Paulo, 14 – 16 April 2026

MINISTÉRIO DO TURISMO

ÍNDICE

Apresentação do projeto 04

Abertura oficial: Bianca Pizzolito,
Event Leader da WTM Latin America 05

Participantes do encontro 07

Pronunciamento de boas-vindas: Gustavo
Feliciano, Ministro de Estado do Turismo do Brasil 09

Apresentação: ONU Turismo 10

Destaques do estudo: BID 11

Debate interministerial 16

Encerramento 35

APRESENTAÇÃO

Este paper apresenta os principais pontos discutidos durante o 1º Ministers' Summit, realizado no âmbito da WTM Latin America, em 14 de abril de 2026, no Expo Center Norte, em São Paulo (SP). O encontro constitui um marco na trajetória institucional do evento ao incorporar à agenda latino-americana um fórum internacional de alto nível já consolidado no portfólio global da World Travel Market.

Parte da programação oficial da WTM Latin America, o Ministers' Summit configurou-se como um espaço estratégico de articulação entre ministros de turismo e representantes governamentais do turismo de oito países da América Latina e do Caribe, com foco no fortalecimento da cooperação regional e institucional, sob o tema "Turismo Latino-Americano: Responsável e Regenerativo para o Futuro". Ao reunir esses conteúdos, o paper preserva a memória da primeira edição latino-americana do Ministers' Summit, atuando como registro institucional.

Além de registrar os debates, este documento apresenta uma síntese do estudo *"Shaping Sustainable Tourism - The Role of Observatories in Latin America and the Caribbean"* — em tradução livre, "Moldando o Turismo Sustentável – O Papel dos Observatórios na América Latina e no Caribe" — produzido pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e pela ONU Turismo, e apresentado na abertura do fórum.

Vale reforçar que, ao longo deste paper, sustentabilidade, responsabilidade e regeneração são tratadas como dimensões complementares: reduzir impactos negativos, assumir compromissos sobre os efeitos da atividade e contribuir ativamente para a recuperação dos territórios.

A realização do Ministers' Summit na WTM Latin America 2026 amplia, no contexto regional, uma iniciativa já consolidada no portfólio global da WTM. Na WTM London, o Ministers' Summit chegou à 19ª edição em 2025 e, em parceria com a UN Tourism e o WTTC, reuniu mais de 50 ministros e lideranças internacionais em torno de debates sobre políticas públicas, investimento e estratégias para o futuro do turismo. O primeiro registro desse encontro em Londres é de 2007, quando foi realizada a reunião "Ministers' Summit on Tourism and Climate Change", fato que evidencia a relevância do encontro para o diálogo setorial internacional de alto nível.

Palavras-chave: WTM Latin America; Ministers' Summit; turismo sustentável; turismo responsável; turismo regenerativo; governança turística; observatórios de turismo; América Latina; Caribe; políticas públicas do turismo; cooperação regional; ONU Turismo; Banco Interamericano de Desenvolvimento; BID.

ABERTURA OFICIAL

Por Bianca Pizzolito

A primeira edição do Ministers' Summit marcou um momento relevante para o turismo latino-americano. Ao reunir, em São Paulo, representantes governamentais de diferentes países da região, o encontro consolidou um espaço de diálogo voltado à construção de uma visão compartilhada sobre os desafios e oportunidades que moldam o futuro do setor.

Mais do que uma agenda inserida na programação da WTM Latin America, o Ministers' Summit representou o reconhecimento de uma necessidade cada vez mais evidente: fortalecer a cooperação regional em torno de temas que transcendem fronteiras e exigem respostas construídas de forma coletiva.

O turismo latino-americano reúne uma extraordinária diversidade de destinos, culturas, patrimônios e experiências. Ao mesmo tempo, compartilha desafios comuns relacionados à sustentabilidade, à competitividade, à gestão dos territórios, à inclusão das comunidades locais e à necessidade crescente de orientar políticas públicas por meio de dados, evidências e mecanismos de governança.

Foi sob essa perspectiva que os participantes se reuniram para debater o tema "Turismo Latino-Americano: Responsável e Regenerativo para o Futuro". As reflexões apresentadas ao longo do encontro reafirmaram que o desenvolvimento sustentável do turismo depende não apenas da capacidade de cada país de avançar individualmente, mas de sua disposição para compartilhar experiências, construir conhecimento e atuar de forma articulada diante de desafios que são, em grande medida, comuns à região.

Este paper é um dos desdobramentos desse compromisso.

Seu propósito é registrar ideias, reflexões e aprendizados que emergiram durante o encontro, ampliando o alcance das discussões e contribuindo para que elas permaneçam acessíveis a gestores públicos, instituições, empresas, pesquisadores e profissionais que atuam no desenvolvimento do turismo na América Latina.

A realização do encontro e suas contribuições técnicas reforçaram ainda a importância de fortalecer instrumentos de monitoramento, inteligência e produção de conhecimento capazes de qualificar a tomada de decisão e apoiar políticas públicas voltadas para um turismo mais resiliente, responsável e regenerativo.

Entendemos, contudo, que o principal legado desta primeira edição vai além dos debates realizados, com a proposta de uma rede de diálogo que começou a ser construída a partir deles.

O Ministers' Summit não se encerra com sua realização. Ele inaugura uma plataforma permanente de intercâmbio entre países, instituições e lideranças comprometidas com o fortalecimento do turismo como vetor de desenvolvimento econômico, social, cultural e ambiental para a região.

Esperamos que este documento contribua para aprofundar as discussões iniciadas na WTM Latin America 2026 e, ao mesmo tempo, sirva como convite para que novos países e novos atores se unam a essa construção nos próximos anos.

Os desafios do turismo exigem cooperação. E as oportunidades que se apresentam à América Latina tornam-se ainda maiores quando escolhemos construí-las juntos.



Bianca Pizzolito é Event Leader da WTM Latin America by RX Global, desde setembro de 2023. Com 16 anos de experiência no setor, ela ingressou na RX em 2013, como Executiva de Vendas para a segunda edição da WTM Latin America e, ao longo dos anos, assumiu a gerência comercial para os demais eventos do portfólio - WTM London, Arabian Travel Market e WTM Africa. É Bacharel em Lazer e Turismo pela Universidade de São Paulo (USP) e tem MBA em Gestão de Negócios pela Saint Paul Escola de Negócios.

REPRESENTATIVIDADE

A primeira edição do Ministers' Summit na WTM Latin America contou com a participação de autoridades de oito países da América Latina e do Caribe, além de representantes da ONU Turismo e do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID).

Após a abertura oficial, conduzida por Bianca Pizzolito, Event Leader da WTM Latin America, foram apresentados os principais destaques do estudo "Shaping Sustainable Tourism – The Role of Observatories in Latin America and the Caribbean" — em tradução livre, "Moldando o Turismo Sustentável: o Papel dos Observatórios na América Latina e no Caribe".

Na sequência, foi iniciado o debate interministerial, estruturado em blocos de perguntas e respostas e moderado pela Dra. Mariana Aldrigui, presidente do Advisory Board da WTM Latin America, professora e pesquisadora da Universidade de São Paulo (USP).



Brasil – Gustavo Feliciano

Ministro de Estado do Turismo. Natural de Campina Grande (PB) e formado em Direito, foi secretário de Turismo e Desenvolvimento Econômico da Paraíba entre 2019 e 2021.



Chile – María Paz Lagos

Subsecretária de Turismo do Chile e autoridade máxima do setor no país e líder do órgão subordinado ao Ministério da Economia, Fomento e Turismo.



Guatemala – Harris Whitbeck

Diretor-Geral do Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT), órgão responsável pela gestão do turismo na Guatemala.



México – Miguel Aguiñiga Rodríguez

Titular da Unidade de Inovação, Sustentabilidade e Profissionalização Turística da Secretaria de Turismo do Governo do México (SECTUR).



Panamá – Gloria De León

Ministra do Turismo do Panamá. A Autoridade de Turismo do Panamá (ATP) é o órgão governamental responsável por promover o desenvolvimento do turismo e fortalecer a posição do Panamá como destino turístico.



Santa Lúcia – Dr. Ernest Hilaire

Vice-primeiro-ministro do país e ministro do Turismo, Comércio, Investimento, Indústrias Criativas, Cultura e Patrimônio.



Uruguai – Cristian Pos Dalmás

Diretor Nacional de Turismo que, na ocasião, representou Pablo Menoni, ministro de Turismo do Uruguai.



Argentina – Dr. José María Arrúa (ouvinte)

Ministro de Turismo da província de Misiones, na Argentina que, na ocasião, representou Daniel Scioli, secretário de Turismo e Ambiente da Nação Argentina.



ONU Turismo – Heitor Kadri

Diretor do Escritório Regional da ONU Turismo para as Américas, sediado no Rio de Janeiro.



Banco Interamericano de Desenvolvimento – Juliana Bettini

Especialista sênior em Turismo do BID e líder da agenda de turismo para a América Latina e o Caribe.



Moderadora – Dra. Mariana Aldrigui

Presidente do Advisory Board da WTM Latin America, professora e pesquisadora da Universidade de São Paulo (USP).

PRONUNCIAMENTO DE BOAS VINDAS

Por Gustavo Feliciano

É uma grande alegria estar com vocês hoje. Quero parabenizar a WTM Latin America pela iniciativa de reunir tantos líderes no Brasil. Também não posso deixar de ressaltar o momento positivo que o turismo brasileiro tem vivido. Em 2025, alcançamos a marca de 9,2 milhões de turistas estrangeiros, um recorde histórico que representa um crescimento superior a 37%, fruto da dedicação do governo e do trabalho de articulação e promoção realizado pela Embratur.

No turismo interno, o Brasil também vive um momento muito positivo. Em 2025, registramos o recorde de 130 milhões de passageiros e iniciamos 2026 na mesma trajetória. Tivemos o melhor primeiro trimestre desde o ano 2000, com a chegada de mais de 3 milhões de turistas estrangeiros ao país.

O turismo constitui uma ferramenta de desenvolvimento social, capaz de gerar emprego e renda, além de promover a dignidade das populações residentes em diferentes territórios. No caso brasileiro, em razão da dimensão continental, as políticas buscam ampliar a inclusão social, assegurar a participação efetiva das mulheres e fortalecer práticas orientadas pela sustentabilidade. Nesse contexto, a WTM Latin America introduz um tema de especial relevância: a regeneração, pauta que vem sendo incorporada às discussões do turismo nacional.

Considerando que 70% dos turistas que visitam o Brasil são originários da América Latina, torna-se fundamental manter a proximidade, promovendo o diálogo e a troca de experiências que podem contribuir para o aprimoramento das políticas públicas voltadas ao turismo regional.

Quero saudar os participantes e desejar a todos um excelente evento.



Gustavo Feliciano é Ministro de Estado do Turismo do Brasil desde dezembro de 2025 e atua com foco na continuidade de políticas voltadas ao fortalecimento do setor como vetor de desenvolvimento. Natural de Campina Grande (PB) e formado em Direito, tem experiência em gestão pública, como secretário de Turismo e Desenvolvimento Econômico da Paraíba (2019-2021).

APRESENTAÇÃO: ONU TURISMO

Por Heitor Kadri



"Shaping Sustainable Tourism – The Role of Observatories in Latin America and the Caribbean" ("Moldando o Turismo Sustentável – O Papel dos Observatórios na América Latina e no Caribe", em tradução livre) foi um dos destaques do WTM Latin America Ministers' Summit.

Produzido pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e pela ONU Turismo, o documento de 42 páginas foi apresentado por Heitor Kadri, diretor do Escritório Regional da ONU Turismo para as Américas, e detalhado por Juliana Bettini, especialista sênior em Turismo do BID e líder da agenda de turismo para a América Latina e o Caribe.

BAIXE AQUI

Sabemos que a América Latina tem um grande potencial de crescimento, mas também enfrenta a falta de recursos de diferentes naturezas. Hoje, eu e a representante do BID apresentamos uma das entregas desse trabalho, mas queremos avançar muito mais e contamos com a colaboração dos senhores.

Com o Chile, que está iniciando uma nova gestão, queremos desenvolver projetos bilaterais. Com o ministro da Guatemala, já temos uma trajetória de trabalho em projetos voltados à conectividade. Com o ministro do México, há iniciativas na área de turismo esportivo. Com a ministra do Panamá, temos uma parceria de longa data. Ao vice-primeiro-ministro de Santa Lúcia, reforço que gostaríamos muito de contar com vocês como associados e colocamos nossa equipe à disposição para desenvolver projetos conjuntos. Com o Uruguai, temos cinco projetos em andamento no âmbito do Mercosul, envolvendo a comissão conjunta, ações de capacitação, turismo regenerativo, rotas religiosas e o Caminho dos Jesuítas.

Contem com a ONU como um todo e, em especial, com o escritório para as Américas, como parceiros na construção de políticas regionais. O governo brasileiro tem nos apoiado de forma muito contundente; por isso, agradeço ao ministro Gustavo, ao chanceler e ao presidente por todo o apoio que nos têm dado. Vamos transformar esse esforço em muitos projetos para a região.

Convido todos a acompanhar a excelente apresentação de Juliana Bettini, que abordará de que forma os nossos observatórios podem e devem contribuir nesta nova fase do turismo, transformando dados em informação útil, conhecimento aplicado e suporte à tomada de decisão.

Heitor Kadri é Diretor do Escritório Regional da ONU Turismo para as Américas.

DESTAQUES DO ESTUDO

Por Juliana Bettini



Shaping Sustainable Tourism – The Role of Observatories in Latin America and the Caribbean" (Moldando o Turismo Sustentável – O Papel dos Observatórios na América Latina e no Caribe)

O turismo na América Latina, no Caribe e no mundo vive um momento decisivo. Sabemos que o setor é uma poderosa alavanca para a geração de emprego, renda e investimentos, mas também reconhecemos que vem enfrentando pressões sociais, ambientais e territoriais cada vez mais intensas. Esse contexto nos leva a repensar a forma de atuação do setor turístico.

Tenho uma trajetória profissional inteiramente dedicada ao turismo, com mais de 25 anos de atuação no setor. A boa notícia que trago é que a nossa região está avançando nesse sentido, e o próprio tema da WTM Latin America evidencia esse movimento. Avançamos em direção a uma visão de turismo mais sustentável, inclusiva e resiliente. No entanto, essa transição não acontece de forma espontânea: precisamos de melhor coordenação e de decisões mais qualificadas, tanto na esfera pública quanto na iniciativa privada. E, para decidir melhor, é necessário medir melhor.

Esse é o valor estratégico dos observatórios de turismo e o tema que orientou o estudo que apresentarei a vocês. Os observatórios não são apenas espaços de produção de informação. Eles devem ser compreendidos como ferramentas de governança, pois permitem analisar impactos, antecipar tensões e subsidiar decisões públicas baseadas em evidências, contribuindo, no longo prazo, para um turismo mais sustentável, resiliente e regenerativo.

A sustentabilidade do turismo depende cada vez mais da nossa capacidade de transformar dados em decisões assertivas e com resultados mensuráveis. Esta apresentação reúne uma série de estudos de caso que demonstram exatamente como o uso temático de indicadores pode fortalecer o planejamento, proteger o patrimônio natural da nossa região e promover um turismo mais sustentável, mais inclusivo e mais resiliente.

Os observatórios de turismo são ferramentas que nos permitem aprimorar a governança em direção ao turismo que desejamos construir. Eles não devem ser vistos como uma função meramente estatística ou como uma ferramenta isolada, mas como instrumentos para governar melhor, não apenas com base em dados do setor público. Permitem fortalecer o planejamento integrado, especialmente considerando que o turismo se relaciona com diversos outros setores e que a articulação interinstitucional segue sendo um dos grandes desafios da área. É a partir dos dados que conseguimos melhorar essa integração.

Isso possibilita a mensuração das dimensões econômica, social e ambiental do turismo, avançando para uma abordagem mais ampla. Sabemos que já não basta medir apenas chegadas turísticas, gastos e ocupação. Medir volume, hoje, é insuficiente. É preciso incluir indicadores de novas dimensões, como os benefícios socioeconômicos que efetivamente chegam às populações dos territórios que recebem turistas.

A percepção dos residentes sobre o turismo, por exemplo, ainda não é uma discussão tão presente em nossa região quanto na Europa, mas trata-se de um tema central. O uso de recursos, como água e energia, e a gestão de resíduos, representam grandes desafios para a região, o que reforça a importância de antecipar riscos. Identificar os locais mais sensíveis para a realização da atividade turística é fundamental, e os observatórios nos permitem fazer isso.

Há cinco pontos que sintetizam os elementos identificados nos estudos de caso dos observatórios de turismo, a partir de entrevistas qualitativas com seus responsáveis, com as equipes que estão à frente dessas iniciativas e com a rede de atores nelas engajada. A correlação entre estudos de caso latino-americanos e experiências de outras regiões, sobretudo da América do Norte e da Europa, permite identificar elementos que podem e devem integrar uma agenda de política pública voltada a medir e governar melhor o turismo.

Os observatórios ajudam a qualificar decisões, antecipar riscos e reduzir custos; permitem identificar impactos e problemas emergentes; medem desempenho e orientam políticas públicas implementadas nos territórios; fortalecem a transparência das políticas e a prestação de contas à população por meio de indicadores; e contribuem para integrar o turismo a outras agendas públicas relevantes, como clima, meio ambiente, desenvolvimento urbano e mobilidade.

Também trago elementos de quatro casos destacados na publicação. Nenhum deles é perfeito, e a proposta não é replicar integralmente esses modelos em toda a região. O que se apresenta são elementos que funcionaram e diferenciais de cada experiência, que podem ser adaptados a outros destinos, em âmbito nacional, subnacional, na América Latina e em outras regiões do mundo.

O **Observatório de Buenos Aires**, um dos mais conhecidos, foi pioneiro na compilação de informações amplas sobre perfil, percepções e comportamento dos visitantes na cidade. Isso permitiu à província tomar decisões mais assertivas sobre estratégias de promoção e dialogar com as equipes de mobilidade a respeito de necessidades específicas em determinadas regiões.

O **Observatório de Bogotá** traz outros elementos relevantes. A cidade está inserida e engajada nas discussões sobre destinos turísticos inteligentes. O observatório incorporou a sustentabilidade de maneira objetiva, com uma série de indicadores e uma pesquisa de percepção junto a stakeholders públicos, privados e à população, considerada central no processo.

O **Estado de São Paulo** conta com o Centro de Inteligência da Economia do Turismo (CIET), observatório que nasceu com enfoque econômico, voltado a indicadores como chegadas e gastos, mas que, gradualmente, passou a incluir indicadores associados à sustentabilidade. Com o apoio do BID, foi possível desenvolver, há alguns anos, um piloto na região costeira do norte do estado, com a medição de indicadores associados à mudança ambiental, por exemplo.

Há ainda o exemplo do **Observatório de Guanajuato**, cujo diferencial está no fato de ele ter sido criado por meio de Acordo Governamental. Isso contribui para garantir continuidade e uma abordagem participativa. Não se trata de um esforço conduzido apenas pela política pública, mas de uma ação conjunta, com participação da iniciativa privada, da sociedade civil e da academia.

Em resumo, existem cinco características presentes nos observatórios que funcionam bem:

- Participação ampla e em todos os níveis;
- Obtenção de indicadores relevantes;
- Ancoragem institucional;
- Comunicação efetiva dos resultados;
- Trabalho em rede.

Se eu fosse destacar apenas uma delas, diria que a comunicação é uma das mais importantes. Afinal, se existem diversos dashboards que ninguém lê ou que trazem dados que são difíceis de interpretar, fica complicado usar a informação para orientar a tomada de decisão. O trabalho em rede, por sua vez, é uma característica que às vezes é subestimada, mas que se mostra fundamental para a harmonização da informação e para a aprendizagem conjunta.

Retomo a questão sobre “o que medir”. Existem muitos indicadores relevantes, mas não é necessário, nem recomendável, medir tudo. É essencial, entretanto, que cada território realize uma reflexão cuidadosa sobre suas necessidades específicas. A regra de ouro é trabalhar com **indicadores SMART**, acrônimo para: **S**pecific (específico), **M**easurable (mensurável), **A**chievable (atingível), **R**elevant (relevante) e **T**ime-based (temporal).

Não adianta buscar o dado perfeito se ele não é acessível ou se não será possível monitorá-lo de forma contínua. Os observatórios precisam adotar uma abordagem cuidadosa e estratégica na seleção dos indicadores. Nesse ponto, o estudo apresenta o caso específico do Tirol, no norte da Itália, que trabalha com um conjunto de 30 indicadores. Pessoalmente, considero um número elevado, mas foi o conjunto ao qual chegaram como possível de ser medido e efetivamente utilizado nas decisões do destino.

Além de reunir muitos elementos de boas práticas, o estudo também aponta os desafios enfrentados pelos observatórios no dia a dia. Quatro questões aparecem de forma recorrente nos casos analisados:

- Reconhecimento insuficiente do valor estratégico dos observatórios;
- Comunicação pouco efetiva dos resultados;
- Limitações de recursos humanos e financeiros;
- Falta de interoperabilidade entre os sistemas e ausência de indicadores harmonizados.

Há alguns temas que eu gostaria que vocês considerassem ao definir uma agenda ministerial relacionada à mensuração do turismo sustentável e ao uso desses dados para governar melhor o setor:

- Institucionalizar os observatórios, ainda que não necessariamente dentro da estrutura da administração pública, mas a partir de um modelo que assegure a continuidade do trabalho. A academia costuma ser uma parceira importante nesse sentido, assim como o setor privado;
- Criar um núcleo específico de indicadores, capaz de integrar o turismo a outros setores e gerar insumos para diferentes tipos de negociação;
- Garantir a participação de diferentes esferas, incluindo setor privado, sociedade civil organizada e academia;
- Criar plataformas de compartilhamento de dados e metodologias, como já se observa na Europa, o que pode servir como referência útil para a região.

Para concluir, reforço que não basta medir; é preciso saber o que medir para orientar melhor as políticas públicas e privadas da nossa região. Os observatórios podem ser elementos-chave nesse processo, permitindo avançar em direção a uma política turística mais estratégica, integrada e sustentável.

A reflexão que gostaria de deixar é se, de fato, estamos preparados para dar o próximo passo.

Juliana Bettini é especialista sênior em Turismo do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e líder da agenda de turismo para a América Latina e o Caribe.

DEBATE INTERMINISTERIAL

PALAVRA DA MODERADORA

Dra. Mariana Aldrigui

A realização de um Ministers' Summit neste momento é especialmente significativa. Embora saibamos que ministros da América Latina já tenham se encontrado em outras ocasiões, o contexto atual, marcado por conflitos globais e mudanças geopolíticas, reforça a percepção de que representamos uma das regiões mais seguras do mundo. Talvez esse seja um aspecto interessante e relevante para atrairmos mais turistas internacionais. Mas, para além disso, todos os países aqui representados, assim como nossos vizinhos, abrigam ecossistemas que estão no centro das atenções globais e que exigem esforços contínuos de preservação.

Além de reunirmos saberes tradicionais que preservam nossa cultura, é importante reconhecer que o turismo, em sua origem, constitui uma das forças econômicas mais poderosas do planeta. E essa mesma força pode, ao mesmo tempo, destruir tudo aquilo que desejamos preservar. Consumimos praias, comunidades, paisagens e culturas em nome do crescimento, o que revela uma grande contradição. A partir de agora, será necessário fazer escolhas que protejam as próximas gerações.

A boa notícia é que os dados provenientes da América Latina mostram que nossas respostas estão entre as mais inteligentes e aplicáveis à preservação. Não se trata mais apenas de sustentabilidade, mas de minimizar danos e avançar em direção a uma lógica regenerativa. Refiro-me ao turismo capaz de restaurar o que foi degradado, fortalecer o que é frágil e distribuir o que historicamente esteve concentrado. É sobre esse turismo responsável, regenerativo e conectado com o futuro que iremos conversar.

Agradeço a presença dos ministros do Brasil, do Chile, da Guatemala, do México, do Panamá, de Santa Lúcia e do Uruguai, além do representante da Argentina, que participa como ouvinte. Algumas questões serão direcionadas, mas fiquem à vontade para sinalizar, caso desejem compartilhar suas experiências, desafios e visões. Que este diálogo nos ajude a identificar caminhos comuns, fortalecer a cooperação regional e pensar, juntos, o turismo que queremos construir.

Dra. Mariana Aldrigui é presidente do Advisory Board da WTM Latin America, professora e pesquisadora da Universidade de São Paulo (USP).

BLOCO 1
Visão Regional

PERGUNTA - Qual seria, neste momento, o momento do turismo que traz mais orgulho para o ministro ou a ministra representante?

BRASIL

Resumindo, ficamos muito satisfeitos em trabalhar com o turismo, porque essa atividade econômica está conectada a diversas cadeias produtivas. Isso nos permite alcançar diferentes segmentos ao mesmo tempo. A diretriz do governo é fazer a diferença: promover mais dignidade, transformar a vida das pessoas e levar oportunidades à população. Esse é o principal objetivo, aquilo que mais nos motiva e o que se espera do turismo brasileiro.

CHILE

Para além dos governos de turno, essa agenda passou a ser compartilhada como uma política de Estado. Nessa lógica, contamos com um comitê de ministros e com marcos legais que precisam ser fortalecidos para que o turismo seja reconhecido como um verdadeiro setor econômico. Para isso, é indispensável promover a articulação com diferentes áreas do governo, como Obras Públicas, Telecomunicações e Cultura. Essa intersetorialidade é fundamental, embora nem sempre seja simples transformá-la em uma estratégia consistente e duradoura.

Hoje, existem estratégias orientadas à governança, à capacidade de intervenção no turismo e à ação coletiva, além de iniciativas voltadas à geração de emprego. O turismo deve ser tratado como um setor prioritário, não apenas por seu impacto econômico em números, mas, sobretudo, por sua capacidade de transformar a vida de muitas comunidades, fortalecer economias locais e melhorar a qualidade de vida das pessoas.

GUATEMALA

Ao longo de dois anos, buscamos consolidar um marco regulatório mais consistente para o setor, em um contexto voltado ao crescimento: o Plano Diretor de Turismo Sustentável 2026-2036. Ao pensar no futuro do turismo, é necessário integrar comunicação, planejamento e investimento, sempre por meio de um processo construído de forma conjunta.

Para a elaboração do plano, foi adotada uma metodologia baseada em reuniões participativas realizadas ao longo de vários meses, com representantes de comunidades indígenas, do setor privado, da academia e de autoridades locais, entre outros atores estratégicos que contribuíram com diferentes perspectivas.

Essa articulação em torno da identidade e da vocação dos territórios demonstrou que, quando bem planejados, eles podem se tornar sustentáveis, uma condição essencial para sua continuidade. O plano também permitiu fortalecer uma visão mais ampla, que valoriza a história das comunidades e promove um turismo no qual elas assumem o protagonismo.

MÉXICO

Podemos abordar esse tema a partir dos números. O ano de 2025 marcou um recorde histórico para o turismo internacional, com 47,7 milhões de visitantes internacionais, o maior número já registrado. Esse resultado representa um crescimento de 13,1% e merece ser destacado por ser fruto de um trabalho constante, não apenas de promoção, mas também de políticas públicas voltadas à diversificação da oferta turística e à geração de bem-estar compartilhado.

Temos 32 estados extremamente diversos. Esses 47,7 milhões de visitantes geram impacto econômico superior a 35 bilhões de dólares, constituindo uma fonte de renda muito relevante. Por essa razão, nosso presidente orientou a secretária de Turismo, Josefina Rodríguez, a intensificar as ações de promoção, com o objetivo de diversificar mercados, mas também de priorizar o turismo comunitário. Nossas comunidades indígenas têm papel central nesse processo. Promover o turismo a partir desses territórios significa ampliar oportunidades, fortalecer identidades locais e gerar bem-estar compartilhado.

O México é conhecido por sua cultura, tradições e gastronomia, o que fez com que esse tipo de turismo se tornasse tendência. Também é importante considerar o desenvolvimento de produtos capazes de atrair ainda mais turistas internacionais, diversificar a oferta e valorizar o turismo doméstico que tem papel fundamental, contribuindo para fortalecer os destinos, movimentar economias locais e ampliar os benefícios gerados pela atividade turística.

PANAMÁ

Muitos países passaram a se posicionar de forma mais estratégica, incluindo o Panamá, que ainda é um destino relativamente pouco conhecido. Temos concentrado esforços para transformar o Panamá em um polo de congressos e convenções. Por meio desses eventos, atraímos lideranças e promovemos debates relevantes a partir do próprio país. Essa estratégia contribui para atrair turistas de maior valor agregado, elevar a ocupação hoteleira e, naturalmente, ampliar o gasto turístico. Esse impacto não beneficia apenas os hotéis ou a cidade, mas toda a cadeia vinculada ao turismo. Ao final, trata-se não apenas de aumentar o número de turistas, mas de crescer com mais qualidade.

SANTA LÚCIA

É importante reconhecer o papel das conexões que o turismo gera para Santa Lúcia, mas isso precisa ser compreendido no contexto do país. Santa Lúcia é uma ilha pequena, com cerca de 180 mil habitantes, e recebe aproximadamente 1,2 milhão de visitantes por ano, o que demonstra o impacto que o turismo pode ter.

No entanto, nosso foco não está apenas no aumento dos indicadores. O que mais importa é o efeito do turismo sobre as comunidades. Se o setor for estruturado de modo que uma parcela maior da renda gerada permaneça na ilha e chegue às comunidades, os benefícios poderão alcançar muito mais pessoas.

O turismo movimenta milhões de dólares, mas a questão central é: quanto desse valor realmente permanece no país? Em muitos casos, é apenas uma pequena parte. Por isso, nosso objetivo é construir uma estrutura capaz de reter mais recursos, fortalecer as comunidades e oferecer maior estabilidade à população. Tenho orgulho do desenvolvimento do turismo comunitário em Santa Lúcia e acredito que essa articulação representa um caminho importante para o futuro.

URUGUAI

O turismo já é uma atividade estratégica para o desenvolvimento do país. Nos últimos 20 anos, registrou um aumento de 88% no número de visitantes e de 278% na entrada nominal de divisas. No entanto, talvez o aspecto mais importante tenha sido a construção de uma agenda política nacional, baseada especialmente no associativismo e na articulação entre os setores público e privado. Trata-se de uma grande transformação vivida pelo país na última década e, como também se observa em outras nações, de um processo que ultrapassa governos e administrações.

Há temas que precisam ser aprofundados, outros que se consolidaram como consensos, o que também deve ser reconhecido. Além disso, é fundamental destacar que a legislação do país consagra o turismo e o lazer como expressões do direito humano ao descanso e à recreação. Isso atribui ao Estado a responsabilidade de criar políticas que ampliem o acesso da população ao turismo, seja por meio do turismo social, do turismo interno ou de outras iniciativas.

PERGUNTA - O turismo intrarregional é um dos grandes ativos de nossa região. O que seu governo está fazendo para atrair e fidelizar o viajante latino-americano que já conhece a região e busca experiências mais autênticas?

URUGUAI

Para o Uruguai, os países vizinhos, especialmente a Argentina, representam cerca de 70% do fluxo turístico e, por isso, são mercados essenciais. No último ano, passamos a personalizar a promoção turística nesses destinos e redistribuímos melhor os recursos disponíveis, com maior ênfase no Brasil, sem deixar de reforçar também a presença na Argentina. Além disso, foi aprovado recentemente, na Lei de Orçamento, um instrumento voltado à conectividade aérea, concebido também em uma perspectiva regional, aspecto especialmente relevante no contexto sul-americano.

Também lançaremos, no próximo mês, um novo instrumento chamado “Más Valor Turismo”, destinado a apoiar pequenas empresas turísticas que já estejam em funcionamento há, pelo menos, dois anos. A proposta é contribuir para que elas agreguem valor por meio da acessibilidade, do turismo regenerativo, de uma abordagem inclusiva em termos de gênero, de uma proposta de valor mais qualificada e de melhores estratégias de trabalho e comercialização.

Também colocamos em pauta a internacionalização da cultura, por entendermos que ela constitui um dos principais elos de fidelização dos visitantes. A relação de irmandade que temos com Brasil, Argentina, Paraguai e Chile, baseada nos vínculos regionais, talvez seja a ação de marketing mais poderosa que podemos desenvolver.

MODERADORA - Ministra Glória, você nos falou do Panamá como hub de eventos. Há alguma estratégia adicional do país para captar o turista latino-americano?

PANAMÁ

Em parceria com a Copa Airlines, desenvolvemos o programa Panamá Stopover, que busca transformar passageiros em trânsito em visitantes efetivos. Trata-se de uma iniciativa conjunta entre o setor privado e o governo, demonstrando, mais uma vez, que a articulação entre ambos pode gerar resultados positivos.

Essa estratégia nos permite dialogar com um turista em potencial que talvez não considerasse o Panamá como destino. Dessa forma, a escala deixa de ser apenas um ponto de conexão e passa a representar uma oportunidade de permanência no país. Com isso, aumenta a ocupação hoteleira, cresce o gasto turístico e os benefícios se distribuem por toda a cadeia do turismo.

MODERADORA - Santa Lúcia recebeu pelo menos 35% dos visitantes do próprio Caribe. Sendo nosso único representante de um país caribenho, como o senhor interpreta esse turista intrarregional? Como a gente consegue trazer mais turistas regionais?

SANTA LÚCIA

Nosso maior desafio e, provavelmente, um obstáculo para os visitantes, é a conectividade de transporte entre as ilhas. Embora estejamos geograficamente próximas, os deslocamentos aéreos entre os territórios insulares ainda são difíceis, tanto pelo porte das aeronaves quanto pelo alto custo das viagens.

Além disso, muitos territórios insulares dependem de taxas e impostos cobrados sobre o transporte como fonte de receita para cumprir compromissos financeiros com organismos como o Banco Mundial, o BID e outras instituições. Como esses custos são repassados ao consumidor, o preço final das passagens torna-se muito elevado. Em muitos casos, mais da metade do valor do bilhete corresponde a taxas, o que dificulta ainda mais a circulação entre as ilhas.

Apesar disso, há um fluxo significativo de visitantes motivados por atividades esportivas, culturais e festivais, muito frequentes no Caribe. Ainda assim, viajar entre as ilhas continua sendo caro. Em certos casos, chega a ser mais barato voar até Miami e depois retornar para uma ilha vizinha do que realizar um voo direto entre dois destinos caribenhos.

A conectividade com a América Latina é uma questão que espero compreender melhor durante esta visita, para que possamos discutir as possibilidades de integração entre as ilhas caribenhas e os países latino-americanos.

PERGUNTA – A conectividade aérea permanece como um dos principais desafios do turismo latino-americano. Qual é a aposta de seu país em relação a novas rotas, aeroportos e infraestrutura para facilitar a circulação de turistas na região?

CHILE

Foram registradas 28 milhões de chegadas, sendo 12 milhões correspondentes a turistas estrangeiros. O principal desafio é evitar que todos os turistas tenham, necessariamente, de passar por Santiago, ampliando a oferta de voos regionais e descentralizando a conectividade aérea. É um desafio em escala continental.

Muitas vezes se estabelece uma comparação com a Europa: um visitante chega a Madri e, a partir dali, consegue seguir com facilidade para Londres ou para a França. O ideal seria alcançar algo semelhante em nossa região, não apenas a partir das capitais, mas também de outras localidades.

Nesse sentido, já está em desenvolvimento um plano aeroportuário que contempla aeroportos internacionais na Patagônia, no norte e no centro do país, além da ampliação da operação de aeroportos que funcionarão 24 horas. O grande desafio, portanto, é fortalecer a rede nacional de aeroportos, ampliar sua capacidade e promover a descentralização da conectividade.

BRASIL

Nessa área, o Brasil conta com o Novo PAC, programa lançado pelo governo federal em 2023, por meio do qual o Ministério de Portos e Aeroportos conseguiu estruturar investimentos públicos e privados. Foram realizados aportes importantes, inclusive no Aeroporto do Galeão, no Rio de Janeiro, com investimento de R$ 2,9 bilhões.

Esse investimento ampliará a capacidade de atendimento ao fluxo internacional, com mais frequências e novas conexões, projetando um avanço significativo nos próximos anos. A Gol, por exemplo, anunciou que fará do aeroporto um hub internacional do grupo, concentrando 25% do fluxo internacional, com 68 frequências semanais para mais de 20 destinos.

A principal política que o Brasil vem adotando é a modernização dos aeroportos e o aumento da conectividade, de modo a reduzir o custo da operação aérea. Uma das formas de avançar nesse sentido é por meio da regionalização. O governo federal vem construindo e ampliando aeroportos regionais, além de investir fortemente nesse setor. O Brasil tem crescido muito, e o desafio é fazer isso de forma organizada.

Neste ano, houve aumento da oferta internacional, com ampliação dos pontos de entrada e das conexões. Também alcançamos um recorde histórico de 17 milhões de passageiros internacionais no Brasil. O país tem dimensões continentais e profundas diferenças regionais, e o desafio é justamente regionalizar e ampliar essa expansão de maneira sustentável. Hoje, a maior parte da demanda está concentrada nas regiões Sul e Sudeste, onde os aeroportos já operam próximos ao limite de sua capacidade. Nosso desafio é levar essa demanda também para outras regiões do país.

BLOCO 2
Turismo responsável e regenerativo

PERGUNTA - O mundo avança do turismo sustentável para o turismo regenerativo, que não apenas minimiza o dano, mas restaura ecossistemas e fortalece comunidades. Há exemplos no seu país onde o turismo possa ser usado como uma força ativa de recuperação?

GUATEMALA

O que move o turismo são os produtos autênticos. Para chegar a eles, é necessário ouvir mais, aproximar-se das comunidades nos territórios e adotar processos de valorização, documentação e recuperação. Esse movimento não apenas fortalece a participação das comunidades nas políticas públicas, como também amplia o senso de pertencimento, contribuindo para que esse trabalho seja reconhecido com a seriedade que merece. Como governo, temos atuado de forma próxima às comunidades para oferecer as ferramentas necessárias à implementação dessas iniciativas.

MÉXICO

Há vários anos, foi criado o programa “Pueblos Mágicos”, voltado a localidades situadas a uma distância de uma a duas horas, por estrada, de um aeroporto ou de uma cidade principal. O programa surgiu em um contexto de expansão da infraestrutura rodoviária, com estradas, rodovias privadas e vias de alta velocidade, que fez com que muitos turistas deixassem de passar por esses povoados durante seus deslocamentos. Assim, a iniciativa buscou incentivar os visitantes a saírem da rota principal para conhecer os municípios, suas tradições e sua cultura, elementos que sustentam a atividade turística.

Nesta administração, o programa conta hoje com 177 “Pueblos Mágicos”. No entanto, ele precisa evoluir. Por isso, passamos a medir diferentes aspectos e, aqui, retomo a importância dos observatórios, porque, como foi falado anteriormente, não é possível aprimorar aquilo que não se mede. Avaliamos diversos indicadores para compreender em que estágio se encontra cada “Pueblo Mágico” e, a partir da Secretaria Federal de Turismo, oferecemos apoio para que possam avançar nos pontos em que ainda apresentam necessidades.

É importante trabalhar a sustentabilidade, preservar tradições e culturas e, em alguns casos, melhorar a hotelaria ou a infraestrutura de acesso. Temos atuado junto a essas localidades, em um processo que também caminha ao lado do turismo comunitário. Afinal, não basta que um "Pueblo Mágico" seja bonito e acessível; é preciso que ofereça produtos de qualidade. Para isso, desenhamos rotas nas quais o turista pode ver artesãs e artesãos trabalhando diretamente em suas casas e valorizamos cozinheiras e cozinheiros tradicionais, reconhecendo seu papel na experiência turística e na preservação da cultura.

Também estamos trabalhando para digitalizar os "Pueblos Mágicos", pois observamos que, entre as novas gerações, grande parte do consumo ocorre de forma eletrônica, com uso de carteiras digitais. Muitas vezes, o turista deseja comprar algo, mas o comerciante não consegue receber dessa forma. Por isso, estamos oferecendo capacitação e ferramentas para que eles possam realizar operações digitais e, assim, tenham melhores oportunidades de gerar renda. Isso é especialmente importante porque muitos visitantes já não carregam grandes quantidades de dinheiro em espécie; ao permitir o pagamento digital, facilita-se a compra e agrega-se valor à experiência como um todo.

PERGUNTA – O turismo que verdadeiramente transforma é aquele que coloca as comunidades locais no centro. Como o seu governo está garantindo que os benefícios do turismo cheguem de fato às populações locais, incluindo comunidades indígenas, rurais e mulheres empreendedoras?

URUGUAI

Estamos promovendo o trabalho associado ao turismo rural em todo o país, com foco principalmente nas empresas rurais. Ao mesmo tempo, atuamos em diferentes dimensões dessa agenda. Também atribuímos grande importância à articulação territorial, envolvendo as organizações dos destinos e incentivando a participação da academia e dos sindicatos na gestão cotidiana.

Além disso, há um debate importante que gostaria de retomar: o da regeneração, diretamente relacionado ao envolvimento das comunidades. No Uruguai, um dos desafios é evitar que iniciativas fiquem restritas a casos isolados, experiências pontuais ou esforços desconectados. O ponto central está em construir métodos de melhoria integral para esses processos. Esse é o sentido de um trabalho orientado por uma visão mais humanista.

CHILE

Acredito que, quando falamos da Patagônia, é fundamental considerar as comunidades locais e sua relação com impactos de alcance nacional. Há territórios em que o desenvolvimento local depende dessa articulação entre o contexto mais amplo e a realidade das comunidades que vivem no entorno.

Existem áreas da Patagônia Central em que o acesso ainda é mais difícil e, nos últimos anos, foi realizado um trabalho importante para compreender melhor as identidades, as marcas e os desafios desses territórios. O mesmo ocorreu em Rapa Nui, onde também houve esforços para repensar a forma como o território é imaginado e valorizado. Defendo muito a ideia de que cada território deve ser reconhecido a partir de sua própria identidade.

Além disso, retomando a questão dos dados, concordo com o que foi colocado pelo representante do México: são os dados que elevam a qualidade da gestão. Hoje, estamos trabalhando em um centro de inteligência e seguindo a mesma lógica mencionada pela ministra do Panamá: não basta crescer, é preciso crescer melhor. Para isso, precisamos incorporar novos indicadores, pois são eles que permitirão uma avaliação mais realista e qualificada.

BRASIL

O Brasil pode ser definido como um país de dimensões continentais e extremamente privilegiado por sua natureza. Seu potencial turístico é enorme. Embora existam referências muito conhecidas, como o Carnaval, o país oferece muito mais do que isso, reunindo uma grande diversidade de experiências, paisagens e identidades regionais.

Diante de um território tão extenso, torna-se essencial desenvolver políticas de planejamento, melhoria contínua e contingência, sempre considerando as particularidades do país. Por ser uma nação muito diversa, esse trabalho precisa envolver diferentes setores e múltiplas frentes de atuação.

Ao mesmo tempo, é importante destacar os avanços na preservação ambiental e o fortalecimento das ações voltadas às áreas costeiras e à sustentabilidade. Esse é um tema central, e a forma como o governo brasileiro o conduz também contribui para projetar uma imagem positiva do país.

PERGUNTA - A inteligência artificial e os dados estão transformando a forma como os destinos se promovem e como os viajantes tomam suas decisões. Como o seu ministério está usando a tecnologia para promover melhor o seu destino e melhorar a experiência do visitante?

GUATEMALA

Gostaria de destacar que estamos utilizando sistemas de análise e, neste momento, incorporando modelos internacionais mais tradicionais, cruzando essas informações com dados de cartões de crédito. Ao mesmo tempo, estamos implementando sistemas que possam funcionar melhor em diferentes contextos.

Nosso modelo existe há muitos anos e precisa ser atualizado tanto em sua forma de implementação quanto em sua lógica de investimentos. Para isso, é preciso atuar de maneira mais objetiva, dentro de um marco geral. Também estamos implantando sistemas voltados à eficiência de processos e ao atendimento oficial ao público, o que facilita a articulação com as comunidades e permite que os benefícios retornem a elas.

MÉXICO

O DataTur teve um papel muito importante para nós, ao permitir medir não apenas a receita, mas também a forma como estamos diversificando a atividade turística. Temos parcerias, por exemplo, com a Visa e com o banco BBVA, que geram dados em tempo real sobre o gasto médio em cada localidade. Na estratégia de digitalização dos “Pueblos Mágicos”, conseguimos identificar onde o gasto é gerado. No caso dos Estados Unidos, georreferenciamos a origem dos turistas que chegam ao país e os destinos para os quais se deslocam para organizar melhor a promoção turística nesses destinos e fortalecê-los.

Além disso, levamos em conta que os visitantes nem sempre chegam por via aérea; muitos também viajam por estrada. A partir desses dados, conseguimos compreender melhor de onde vêm esses turistas. Essa é uma forma de utilizar a informação para realizar uma promoção muito mais efetiva e direcionada.

MODERADORA – É o banco ou são as bandeiras de cartão que compartilham os dados com o governo?

A Secretaria de Turismo mantém parceria com o banco e com a Visa, que compartilham determinados dados conosco com base em indicadores previamente definidos, sempre respeitando critérios de confidencialidade e segurança no uso das informações. Não se trata de uma base completa, mas, considerando a representatividade da Visa no México, é uma referência relevante, pois traz informações específicas sobre o comportamento do turista, não somente em relação ao gasto médio, como também ao tipo de consumo realizado, como restaurantes, artesanato, compras e outros segmentos.

PANAMÁ

O que foi dito pela Guatemala e pelo México, não sei se mencionaram também os dados móveis, tem um papel importante. E não se trata apenas de saber onde o turista esteve quando chegou, mas também o que consumiu e de que país veio, para poder cruzar essas informações com os dados de migração.

O que foi apresentado sobre o observatório seria interessante incluir dentro do data lake que estamos começando a implementar, embora até agora ele tenha nos fornecido apenas a quantidade de visitantes que entram no país. Precisamos dar esse passo adicional se quisermos ter, no futuro, um sistema interno mais sólido e representativo.

URUGUAI

Temos dados móveis, fundamentalmente. Estamos fazendo uma reformulação completa na política nacional. Não temos ainda os dados dos bancos, nem de outras fontes desse tipo, mas estamos trabalhando com o Ministério da Economia e das Finanças para gerá-los do zero. Além disso, temos com o BID uma estratégia de Turismo 4.0, com um investimento nacional e um projeto-piloto, e agora também estamos pensando em alguns passos adicionais para essa estrutura que estamos construindo entre todos.

MODERADORA - Não falo em nome de nenhum ministério, mas deixo uma sugestão: que se considere, junto ao BID e à ONU Turismo, a criação de um Observatório de Turismo Latino-Americano, coletivo e baseado em dados qualificados para a região.

BLOCO 3
Futuro e cooperação

PERGUNTA - Como grandes eventos globais, como a Copa do Mundo, uma cúpula internacional, um reconhecimento ou uma grande citação na mídia podem transformar a imagem de um destino para sempre? De que forma um país se aproveita ou se prepara para aproveitar essa oportunidade para dar um salto no posicionamento turístico?

GUATEMALA

Identificamos oportunidades importantes, especialmente na valorização do que as próprias comunidades podem oferecer e na preparação para atrair eventos de projeção latino-americana. Um desses eventos teve grande repercussão midiática, mobilizando a imprensa e setores especializados da América Latina, e seus efeitos continuam gerando resultados meses depois.

Atrair eventos desse tipo, ainda que menores, mas mais inclusivos, pode ser uma estratégia muito eficaz. Atualmente, há três projetos em andamento na Cidade da Guatemala voltados ao fortalecimento da oferta de entretenimento. Quando o primeiro deles estiver concluído, em cerca de um ano, ele poderá contribuir para reposicionar a cidade como uma das capitais mais relevantes da região.

Esse movimento tende a transformar significativamente a Cidade da Guatemala, inclusive com novos hotéis já licenciados, contribuindo para aprimorar a qualidade da infraestrutura turística.

MÉXICO

O México será novamente sede da Copa do Mundo de futebol, e esta será a terceira vez que um estádio do país participará da abertura do torneio. Isso nos deixa muito felizes. No entanto, mais do que sediar o evento, o mais importante é a preparação contínua. O México tem em sua população um dos maiores ativos do turismo nacional, ao lado de seus grandes destinos naturais. Por isso, estamos trabalhando para fortalecer essa capacidade de acolhimento.

O benefício desse processo é a construção de uma imagem positiva do país. Apesar das contradições e de aspectos que, por vezes, repercutem negativamente, a Copa representa uma grande oportunidade para mostrar ao mundo o quanto o México é extraordinário.

Para isso, estamos adotando medidas concretas, inclusive no âmbito das políticas migratórias, como a implementação do visto eletrônico para o Brasil a partir deste ano, além de ajustes voltados a outros países. Mas essa estratégia não se limita à Copa. O México também recebe grandes eventos internacionais, como a Fórmula 1, jogos da NFL, partidas de beisebol e grandes turnês musicais, todos com forte impacto econômico e turístico.

Já está demonstrado que temporadas de grandes produções artísticas, com várias apresentações em uma mesma cidade, geram importante movimentação econômica. Por isso, em cidades como Monterrey, Guadalajara, Cidade do México, Quintana Roo e Cancún, estamos trabalhando para incorporar esses eventos como parte das políticas públicas de atração turística e de fortalecimento da imagem internacional do país.

PANAMÁ

Ao nos consolidarmos como um país voltado para congressos e convenções, não visualizo, no curto prazo, o Panamá como sede de uma Copa do Mundo. Mas temos outras possibilidades: já fomos sede de um campeonato mundial de surfe.

Há pouco, falávamos sobre a importância da integração das comunidades para gerar impacto econômico dentro dos próprios territórios. Santa Catalina, por exemplo, possui uma onda de classe mundial e tornou-se conhecida por isso. Próxima dali está a Isla Coiba, um patrimônio natural e parque nacional. Nesse sentido, conseguimos trabalhar em conjunto com os moradores de Santa Catalina para que se envolvam mais com a atividade turística, percebam essa renda de forma direta e possam criar mais operadoras de turismo e formar guias capazes de conduzir essas experiências.

Vamos participar da Copa do Mundo; não vamos ser sede dela tão cedo, mas temos destinos naturais que podem se transformar em grandes palcos.

BRASIL

O Brasil já sediou duas edições da Copa do Mundo e conhece a importância de se posicionar e receber bem. Como comentávamos durante o nosso almoço, um grande diferencial do nosso país, além de belezas naturais, da diversidade cultural e dos vários biomas que possui, é o calor humano. O povo brasileiro é o nosso maior ativo e o nosso maior diferencial: somos acolhedores, sabemos receber e compreendemos a importância do turismo.

É fundamental preparar a população para compreender o significado de um evento como esse, o que ele traz de positivo para o país e qual legado deixa, não apenas em infraestrutura, como acontece com a Copa do Mundo, mas principalmente no posicionamento internacional do país. Nós vimos o que aconteceu em 2014, aqui no Brasil, e depois, em 2016, com os Jogos Olímpicos.

Esperamos que 2027, quando sediaremos a Copa do Mundo de Futebol feminino, também nos permita reafirmar esse discurso de que o nosso grande diferencial continua sendo o nosso povo. Quero aproveitar a ocasião para fazer um convite a todos que puderem vir ao Brasil para acompanhar a Copa do Mundo Feminina no ano que vem.

PERGUNTA - Se os países aqui representados pudessem acordar uma única ação conjunta em turismo — seja um corredor, uma política compartilhada ou um padrão regional —, qual seria, em sua opinião, a medida de maior impacto para a América Latina?

CHILE

Acredito que muito do que discutimos anteriormente sobre rotas combinadas e modelos integrados está relacionado à necessidade de facilitar o trabalho entre fronteiras, melhorar as condições de conectividade aérea e construir uma América muito mais integrada. E isso depende de decisões políticas.

Também considero importante avançar na produção e no uso compartilhado de dados, de forma mais proativa, para orientar a tomada de decisões, tanto em relação aos mercados e destinos quanto na construção de um turismo mais sustentável no longo prazo. A ideia é que possamos deixar destinos melhores do que aqueles que encontramos ao iniciar a gestão.

GUATEMALA

Em escala regional, seria muito importante desenvolver estratégias de destinos integrados, como já se discute na América Central, considerando que há muitas afinidades e oportunidades de atuação conjunta entre os países. Por isso, pensar o turismo de forma multidestino, em uma perspectiva mais regional, é essencial. E, nesse contexto, a conectividade é um tema central.

MÉXICO

Eu faria duas propostas, sendo que a primeira diz respeito ao observatório de turismo. Ter indicadores é excelente, mas a questão central é como utilizar esses dados para medir a capacidade de carga de cada destino. A lógica comercial quase sempre pressiona por mais crescimento: mais turistas, mais quartos, mais visitantes. Entretanto, é essencial compreender qual é a carga real de cada destino e em que ponto ele deixa de suportar maior pressão turística.

O desafio é construir um modelo que permita afirmar com clareza, inclusive ao setor empresarial, até onde o crescimento é viável. Já existem exemplos em algumas praias e áreas específicas que são fechadas quando atingem seu limite, mas essa lógica ainda precisa ser aplicada aos destinos de forma mais ampla. Afinal, quanto um destino suporta em termos de fluxo turístico, consumo de água, eletricidade e uso geral da infraestrutura?

A segunda proposta é criar uma definição conjunta de turismo comunitário. Nossos países compartilham raízes e elementos culturais, o que poderia dar origem a uma política latino-americana comum, voltada à valorização de origens, ao fortalecimento da cultura e à defesa do patrimônio.

PANAMÁ

Do meu ponto de vista, a prioridade é continuar avançando no uso de dados e informações que apoiem a tomada de decisões, beneficiem cada país e cada região e permitam um crescimento mais sustentável. A segunda prioridade é fortalecer a conexão entre os países. Venham ao Panamá, conheçam nossos destinos e conectem-se com a beleza que temos a oferecer. Essa também é uma forma simples e concreta de aproximar toda a América Latina.

SANTA LÚCIA

Antes de responder, gostaria de retomar um ponto anterior. Falou-se sobre futebol e Copa do Mundo, e isso me fez lembrar um exemplo importante de Santa Lúcia. Em 2024, uma atleta local venceu a prova dos 100 metros rasos nos Jogos Olímpicos. Durante dois dias, o país se tornou um dos lugares mais pesquisados no Google em todo o mundo.

Milhões de pessoas passaram a buscar informações sobre Santa Lúcia: como chegar, onde ficar e o que fazer no país. Tudo isso foi impulsionado pela visibilidade olímpica. Esse exemplo mostra o poder que um grande evento esportivo, ou mesmo a participação destacada de um atleta, pode ter na promoção internacional de um país.

Talvez Santa Lúcia não tenha escala para sediar uma Copa do Mundo de futebol, mas o tamanho de um país não define o alcance do impacto que ele pode gerar.

Também estamos avançando no uso de dados para direcionar ações de marketing e promoção. No entanto, para mim, a questão central é estruturar o turismo para que mais pessoas do próprio país sejam protagonistas dessa atividade e se beneficiem dela. Não faz sentido que a maior parte da riqueza gerada pelo turismo saia dos nossos países. O desafio é fazer com que essa riqueza permaneça com a nossa população e fortaleça as economias locais.

URUGUAI

Em linha com o que foi discutido anteriormente, especialmente em relação à promoção e ao uso de dados, reforço que esses elementos já têm um peso importante nos projetos que estamos desenvolvendo. Também avançamos na velocidade de implementação, mas, acima de tudo, ainda enfrentamos um desafio na área de comercialização.

Entendo que esse tema precisa ser trabalhado de forma conjunta, pois não depende apenas de coordenação institucional ou normativa, mas também de algo fundamental: conhecimento e transferência contínua de conhecimento, para além de contatos ou articulações ocasionais.

BRASIL

O Ministério vem buscando fortalecer a integração regional, porque nós acreditamos que essa atuação conjunta pode aproximar nações, reduzir desencontros e tornar as ações mais consistentes. Precisamos seguir aprendendo uns com os outros e conhecendo melhor a realidade de cada país.

Nesse sentido, gostaria de agradecer, mais uma vez, a presença de todos. Estou muito feliz com esta interação, que é extremamente valiosa para que cada país e cada região possam desenvolver políticas públicas que levem em conta suas particularidades e identidades próprias.

Espero que o diálogo de hoje contribua para estreitar relações e aperfeiçoar iniciativas. Saio muito entusiasmado deste evento e desejo que cada participante leve consigo reflexões e aprendizados relevantes para aplicar em sua região.

Que esse intercâmbio produza bons frutos e que possamos continuar colaborando para o desenvolvimento do turismo sustentável na América Latina.

MODERADORA - Eu ficaria mais algumas horas aqui porque gosto muito de ouvir estratégias. Há 30 anos estudo temas relacionados ao turismo, especialmente em nossa região, e penso que o desafio de transformar utopias em documentos e de fazer com que mais pessoas tenham acesso a esse conhecimento ficou muito claro entre os nossos debatedores.

Antes de encerrar, quero agradecer a presença da Argentina, aqui representada pelo Dr. José María Arrúa, Ministro de Turismo da Província de Misiones, região que abriga as Cataratas do Iguaçu e parte da Mata Atlântica com uma das maiores biodiversidades do continente. Ele acompanhou este encontro com atenção, e sua presença é um sinal claro de que a integração regional que tanto defendemos começa exatamente assim: por meio da presença, da escuta e da construção conjunta.

Há três anos, quando respondi a uma pesquisa sobre a imagem internacional da América Latina, percebi, para minha tristeza e, certamente, para a felicidade dos argentinos, que a imagem do país do futebol começava a se deslocar para a Argentina, em razão da conquista da Copa do Mundo do Catar e da projeção de Messi, então vivendo nos Estados Unidos. A combinação entre a imagem de destino acolhedor, a força do futebol e a natureza, faz da Argentina também um destino de grande destaque entre nós. Por isso, eu queria fazer essa menção.

Cabe a mim agradecer, de coração, a gentileza das palavras e da atenção do Sr. Harris Whitbeck, da Guatemala; do Sr. Cristian Pos Dalmás, do Uruguai; da Sra. Gloria De León, do Panamá; da Sra. María Paz Lagos, do Chile; do Sr. Miguel Aguiñiga Rodríguez, do México; e do Dr. Ernest Hilaire, de Santa Lúcia.

Quero agradecer imensamente, em nome de toda a equipe da WTM Latin America, ao Ministério do Turismo, na pessoa do ministro Gustavo Feliciano, por nos permitir realizar este encontro. Que este seja o primeiro de muitos, um espaço de discussão de alto nível em que possamos, de fato, trocar ideias, aprender e aprimorar as boas práticas da América Latina e do Caribe.

Para encerrar, convido os participantes a receber a placa comemorativa, que marca a realização do primeiro Ministers' Summit da WTM Latin America.



Da esquerda para a direita: Dr. José María Arrúa; Dra. Mariana Aldrigui; Bianca Pizzolito; Gloria de León; Gustavo Feliciano; María Paz Lagos; Dr. Ernest Hilaire; Miguel Aguiñiga Rodríguez; Cristian Pos Dalmás; e Harris Whitbeck

wtm LATIN AMERICA
São Paulo, 14 – 16 April 2026

MINISTÉRIO DO TURISMO

WTM Latin America 2026

Ministers' Summit
Expo Center Norte
São Paulo/SP

A **WTM Latin America** é o principal evento mundial da indústria de viagens e turismo da América Latina. Realizada em São Paulo, a feira tem foco B2B e conecta profissionais do setor a oportunidades de negócios, networking e acesso a compradores qualificados. O evento reúne diferentes segmentos da indústria, como agências, operadoras, hospedagem, transportes, cruzeiros, produtos de luxo e tecnologia e, ao longo de três dias, permite acompanhar tendências, conhecer novos produtos e ampliar conexões profissionais. A edição de 2026 reuniu 935 expositores, representantes de 53 países, 35 mil profissionais do turismo e 70 conferências.

www.wtm.com/latin-america

É expressamente proibida a reprodução integral ou parcial deste documento sem prévia autorização.