



RAFAEL MEDELIMA/MTUR

Aeroportos concentram 68% das chegadas internacionais ao país

Turistas estrangeiros movimentam R\$ 33,6 bi no Brasil em 7 meses

Os gastos de turistas internacionais no Brasil somaram o equivalente a R\$ 33,6 bilhões entre janeiro e julho de 2026 — US\$ 6,543 bilhões — alta de 9,4% sobre o mesmo período do ano passado, segundo dados do Banco Central. O avanço acompanha a chegada de quase 6 milhões de visitantes estrangeiros. O transporte aéreo respondeu por 68% das entradas no período e registrou crescimento de 12% frente aos sete primeiros meses de 2025. Só em julho, os turistas deixaram US\$ 899 milhões no Brasil, quando os aeroportos concentraram mais de 77% das chegadas. O resultado evidencia o efeito do turismo internacional sobre os segmentos da cadeia produtiva do turismo. Os números também ressaltam o peso da conectividade aérea na atração de visitantes e na distribuição dessa receita pelos destinos brasileiros.

Dois navios a menos custam caro ao país

O Estudo de Perfil e Impactos Econômicos de Cruzeiros Marítimos no Brasil, realizado pela Fundação Getulio Vargas em parceria com a CLIA Brasil, mostra o efeito da perda de oferta. Com dois navios a menos na temporada 2025/2026, o país teve queda de 28% no número de cruzeiristas e de 24% nos postos de trabalho. “Cada navio que a gente ganha, ou que a gente perde, envolve R\$ 574 milhões e mais de 10 mil empregos”, destacou Marco Ferraz, presidente da CLIA Brasil. O setor movimentou R\$ 4,28 bilhões.

DIVULGAÇÃO/CLIA



Marco Ferraz analisa impacto da perda de navios de cruzeiros

Oferta de navios volta a crescer no Brasil

A temporada de cruzeiros 2026/2027 começa com sinal de recuperação. Serão oito navios na costa brasileira, ante sete no ciclo anterior, com 817,5 mil leitos, alta de cerca de 24%, além de 187 roteiros e 675 escalas. A recomposição, porém, ainda não devolve ao país os nove navios de 2024/2025. O avanço mostra que há espaço para crescer, mas também que a manutenção dessa oferta dependerá da capacidade do Brasil de competir com outros mercados internacionais pela alocação da frota. A temporada terá início em 31 de outubro.

Competitividade define futuro dos navios

O estudo aponta que atrair e manter navios exige avanços em infraestrutura portuária, custos operacionais, conectividade, tributação, segurança jurídica e ambiente regulatório. O Brasil disputa embarcações com mercados consolidados, como Caribe e Mediterrâneo. A atual temporada traz recuperação, mas o desafio é transformar esse movimento em tendência e ampliar a presença dos cruzeiros de forma estável.

Biometria nos terminais

O Ministério de Portos e Aeroportos criou uma política para padronizar o uso de biometria em aeroportos, portos e hidrovias. A medida prevê integração entre sistemas e reconhecimento facial em diferentes etapas, com o objetivo de agilizar embarques e reforçar a segurança. O cronograma de implantação nos terminais não foi definido.

Milhas em dinheiro

A Câmara aprovou novas regras para programas de fidelidade. Pelo PL 3.083/26, empresas que quiserem restringir a venda ou transferência de milhas terão de oferecer uma opção oficial para convertê-las em dinheiro. Sem essa alternativa, o consumidor poderá negociar seus pontos no mercado secundário. O texto segue para a análise no Senado.

Setor reage

A mudança provocou reação no mercado. A ABEMF alerta para riscos de fraude, aumento de custos e redução de benefícios dos programas e critica a tramitação acelerada do projeto. A Abracorp também pede maior debate antes da análise pelos senadores e teme efeitos sobre a segurança e a previsibilidade das relações no setor de viagens.

Reforma e aviação

A IATA levou a Brasília uma delegação com três associações e 13 companhias aéreas para defender que a regulamentação da Reforma Tributária preserve a competitividade e a conectividade internacional do Brasil. A entidade alerta que o aumento de custos, complexidade e insegurança jurídica podem afetar investimentos e a oferta de voos.

Diversidade no turismo

O Grupo Cataratas foi reconhecido, pelo segundo ano consecutivo, como líder entre pequenas e médias empresas na Pesquisa Ethos/Época de Diversidade 2026. O Grupo também foi apontado, pela quarta vez, como a empresa mais diversa do setor de turismo no Brasil, em avaliação sobre equidade, inclusão e gestão de pessoas.

Hotel no Galeão

O Aeroporto Internacional Tom Jobim, no Rio, ganhará um novo hotel de bandeira internacional, com investimento estimado em R\$ 90 milhões. O empreendimento terá inicialmente 232 quartos, além de restaurante, salas de reunião, spa e academia. O hotel prevê a geração de 150 empregos diretos e tem inauguração prevista em até 24 meses.



Passinato criou o projeto a partir de experiências com o filho Arthur

Turismo Azul prepara o setor para acolher autistas

Projeto alia capacitação, selo e tecnologia à inclusão real no turismo

Por **Sérgio Nery**

Viajar ainda pode significar enfrentar ambientes barulhentos, filas, mudanças inesperadas e equipes despreparadas. O Turismo Azul Inclusivo quer mudar essa realidade ao preparar empreendimentos e conectar o setor às famílias de pessoas autistas. Em fase final de estruturação, o projeto prevê formação, adequação de experiências, certificação e um marketplace orientado pelo perfil sensorial do viajante.

A iniciativa nasceu da vivência de Gustavo Passinato com o filho Arthur e dos desafios compartilhados com Gisela, mãe do menino e especialista em formação. Segundo o IBGE, o Brasil tem 2,4 milhões de pessoas diagnosticadas com autismo, equivalente a 1,2% da população.

Em entrevista exclusiva ao Correio da Manhã, Passinato, CEO e fundador do projeto, explica que a primeira transformação exigida de hotéis, restaurantes e atrações não é necessariamente física. “É de conhecimento, preparo e atitude”, afirma. A capacitação aborda acolhimento, comunicação e atuação em situações de sobrecarga sensorial. Conforme o tipo de estabelecimento, o processo pode

incluir cardápios visuais, comunicação alternativa, mapas sensoriais e espaços com menor nível de estímulo.

A previsão é lançar o Selo Azul Inclusivo e o marketplace ainda no segundo semestre de 2026. A família poderá informar necessidades sensoriais para localizar hotéis, restaurantes, atrativos, guias, receptivos e passeios preparados.

Ainda não há locais oficialmente certificados. Restaurantes estão confirmados para iniciar os treinamentos, enquanto hotéis e outros empreendimentos seguem em negociação. O processo terá avaliações, atualização das equipes e renovação periódica. “Nossa preocupação é que o selo represente uma preparação real, e não apenas uma ação de comunicação ou marketing”, ressalta.

O projeto formalizou parcerias com IDT-CEMA, Atibaia e Região Convention & Visitors Bureau e Abrajat, além de manter tratativas com MTur, Embratur e Sebrae. A iniciativa também inspirou o PL 2.684/2026, de Cezinha de Madureira (PL-SP), que cria um selo federal, válido por ao menos dois anos, para prestadores que adotem práticas inclusivas, adaptem ambientes e treinem equipes.