

INVENTARIAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA NO BRASIL: REFLEXÕES TEÓRICO-METODOLÓGICAS

INVENTORY OF THE TOURIST OFFER IN BRAZIL: THEORETICAL-METHODOLOGICAL REFLECTIONS

INVENTARIACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA EN BRASIL: REFLEXIONES TEÓRICO-METODOLÓGICAS

Marcelo da Silva Taveira¹ 
Êndel Raul Pachêco da Costa¹ 

¹Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Currais Novos, RN, Brasil

Data de submissão: 12/02/2025 – **Data de aceite:** 31/08/2025

Resumo:

Objetivo – Apresentar uma metodologia para realização da inventariação da oferta turística a partir de instrumentos de coleta de dados flexíveis que se adequam à realidade de cada município/território brasileiro, cujos resultados sejam publicados e divulgados por meio de e-books em ambientes virtuais.

Desenho/metodologia/abordagem – A pesquisa é exploratório-descritiva de natureza crítica e de abordagem qualitativa. Foram realizadas pesquisas bibliográfica e documental em periódicos científicos, textos acadêmicos e documentos oficiais do Ministério do Turismo que versam sobre o tema, e realizou-se pesquisas de campo para coleta de dados e testagem da metodologia proposta.

Resultados – Propõe-se uma metodologia atualizada e validada empiricamente para a elaboração de inventários turísticos em diferentes municípios e territórios brasileiros, respeitando as particularidades e a dinâmica de cada realidade a ser inventariada. Trata-se de uma proposta teórico-metodológica que foi aperfeiçoada durante três anos ininterruptos (2022-2024) em municípios do sertão e de regiões litorâneas para verificação e ajustes dos instrumentos de coleta de dados e aperfeiçoamento metodológico.

Implicações práticas – Esta metodologia contribui no campo do planejamento e da gestão do turismo a partir de sua adequação tático-operacional às diferentes realidades brasileiras que são potenciais objeto de inventariação.

Originalidade/valor – A metodologia proposta considera 5 dimensões técnicas e um conjunto de atributos passíveis de inventariação, cujas dimensões 4 e 5 (Comércio Turístico e Atividades Comerciais de Apoio ao Turismo) são os elementos inovadores, pois foi verificado que a oferta de serviços comerciais para fins turísticos é fundamental ao aquecimento e diversificação da economia do destino, considerando a natureza do consumo turístico dos locais de visitação.

Limitações da pesquisa – Há desafios emergentes na implementação desta metodologia, a saber: consolidar a parceria com o Ministério do Turismo e órgãos estaduais de Turismo para validar e implementar a metodologia nas realidades regionais/locais; e adequar o processo de inventariação às ferramentas e recursos tecnológicos disponíveis na Academia e no Mercado.

Palavras-chave: Planejamento turístico; Inventariação da oferta turística; Nova metodologia; Inovação.

Marcelo da Silva Taveira: Doutor em Ciências Sociais e Professor do Curso de Turismo da Faculdade de Engenharia, Letras e Ciências Sociais do Seridó (FELCS/UFRN), Professor dos Programas de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR) e de Pós-Graduação em Gestão, Inovação e Sustentabilidade (PROPGIS) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Currais Novos, RN, Brasil. Email: marcelo.taveira@ufrn.br | Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5174-7943>

Êndel Raul Pachêco da Costa: Mestre em Turismo (UFRN) e doutorando em Turismo pelo Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR/UFRN). Professor Substituto do Curso de Turismo da Faculdade de Engenharia, Letras e Ciências Sociais (FELCS-UFRN), Currais Novos, Rio Grande do Norte (RN), Brasil. Email: endel.costa.118@ufrn.edu.br | Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9751-4272>

Abstract:

Objective – To introduce a methodological framework for conducting inventories of tourism offerings using flexible data collection instruments tailored to the specific contexts of Brazilian municipality/territory. The resulting data are intended for publication and dissemination via e-books in virtual environments.

Design/methodology/approach – The research adopts an exploratory-descriptive design with a critical, qualitative approach. It combines bibliographic and documentary analysis of scientific journals, academic literature, and official publications from the Ministry of Tourism, alongside fieldwork undertaken to collect data and test the proposed methodology.

Results – This paper proposes an updated and empirically validated methodology for compiling tourism inventories across different Brazilian municipalities and territories. The approach respects the local particularities and dynamics of each context. This theoretical and methodological proposal was refined over a three-year period (2022-2024) through application in hinterland and coastal regions, seeking to verify and adjust the data collection instruments and improve the methodologies.

Practical implications – This methodology contributes to the field of planning and tourism management based on its tactical-operational adaptation to the different Brazilian realities, enhancing the strategic value of the inventory.

Originality/value – The proposed framework encompasses five technical dimensions and a set of attributes subject to inventory. Dimensions 4 and 5 (Tourism Trade and Commercial Activities Supporting Tourism) represent the innovative aspects of the proposal, as the offer of commercial services for tourism was found to be essential for simulating and diversifying a destination's economy, considering the nature of tourist consumption in visited locations.

Research limitations – Emerging challenges include consolidating partnerships with the Ministry of Tourism and state-level tourism agencies to validate and implement the methodology in regional and local realities; and adapting the inventory process to the technological tools and resources available in the academic and market environments.

Keywords: Innovation; Inventory of the tourist offer; New methodology; Tourist planning.

Resumen:

Objetivo – Presentar una metodología para la realización de un inventario de la oferta turística utilizando instrumentos de recolección de datos flexibles y adaptados a la realidad de cada municipio/territorio brasileño, siendo los resultados publicados y difundidos a través de libros electrónicos en entornos virtuales.

Diseño/metodología/enfoque – Se trata de un proyecto de investigación exploratorio-descriptivo con un enfoque crítico y cualitativo. Se realizó una investigación bibliográfica y documental en revistas científicas, textos académicos y documentos oficiales del Ministerio de Turismo sobre el tema, así como una investigación de campo para recopilar datos y probar la metodología propuesta.

Resultados – Este artículo propone una metodología actualizada y validada empíricamente para el desarrollo de inventarios turísticos en diferentes municipios y territorios brasileños, respetando las particularidades y dinámicas de cada contexto. Esta propuesta teórica y metodológica se perfeccionó durante tres años consecutivos (2022-2024) en municipios del interior y la costa para verificar y ajustar los instrumentos de recolección de datos y mejorar las metodologías.

Implicaciones prácticas – Esta metodología contribuye al campo de la planificación y la gestión del turismo a partir de su adecuación táctica-operacional a las diferentes realidades brasileñas que son potencialmente objeto de inventariación.

Originalidad/valor – Una metodología propuesta considera 5 dimensiones técnicas y un conjunto de atributos pasivos de catalogación, cuyas dimensiones 4 y 5 (Comercio Turístico y Actividades Comerciales de apoyo al Turismo) son los elementos innovadores, puesto que se constató que una oferta de servicios comerciales para fines turísticos es fundamental para el aprendizaje y la diversificación de la economía del destino, considerando la naturaleza del consumo turístico de los lugares de visita.

Limitaciones de la investigación – Existen desafíos emergentes en la implementación de esta metodología, a saber: consolidar la alianza con el Ministerio de Turismo y las agencias estatales de turismo para validar e implementar la metodología en las realidades regionales/locales; y adaptar el proceso de inventario a las herramientas y recursos tecnológicos disponibles en la academia y el mercado.

Palabras clave: Innovación; Inventariación de la oferta turística; Nueva metodología; Planificación turística.

INTRODUÇÃO

Considera-se, neste artigo, que o turismo é um fenômeno sociocultural resultante das relações humanas, das conquistas sociais e do modo de produção capitalista, que constituem traços marcantes da sociedade moderna. E, portanto, também é uma atividade econômica potente e marcante na produção capitalista global, cuja consolidação como fenômeno de massa se deu efetivamente no século XIX. Para Boyer (2003), o deslocamento motivado por viagens a lazer satisfaz a necessidade cultural da civilização industrial, sendo um produto da evolução sociocultural.

Na sociedade de produção e de consumo de massa, inclusive de lugares, de paisagens e de experiências plurais, a urgência de planejar e gerenciar os destinos a partir de mecanismos e ferramentas de gestão eficientes e eficazes, tornou-se uma condição *sine qua non* no campo das políticas públicas do turismo. Destarte, uma plataforma comum aos destinos turísticos nacionais e internacionais no domínio do planejamento e da gestão do turismo, projeta-se como potente canal de organização, de sistematização e de compilação de informações e dados turísticos com base em fontes confiáveis oriundas de pesquisas e estudos científicos.

O planejamento e a gestão do turismo de destinos e lugares com potencial e/ou de interesse turístico são potentes estratégias de organização espacial e de governança para fins de desenvolvimento responsável do turismo. A partir dessa premissa, entende-se que o levantamento da oferta turística é a primeira providência no processo de organização, planejamento e gestão em dado território, que, no caso deste estudo, considerou-se o âmbito municipal como *locus* e objeto de pesquisa e análise.

Nesse processo, o planejamento turístico sustenta-se na segmentação de mercado por meio da análise da oferta existente e do perfil da demanda, questões basilares no tocante à produção e ao consumo de bens e serviços turísticos nos locais visitados.

Este estudo tem por finalidade apresentar uma metodologia para realização da inventariação da oferta turística a partir de instrumentos de coleta de dados flexíveis que se adequam à realidade de cada município/território brasileiro, cujos resultados sejam publicados e divulgados por meio de *e-books* em ambientes virtuais.

A oferta turística é um dos componentes do produto turístico, sendo que sua análise e composição são essenciais para a construção e desenvolvimento de roteiros e rotas turísticas, o que possibilita aos visitantes conhecerem atrativos, serviços, cenários e experiências no momento da produção e consumo turísticos.

Diante da relevância e necessidade de aprimoramento metodológico para o levantamento, sistematização e divulgação de informações basilares da oferta turística, construiu-se uma nova metodologia de inventariação da oferta turística no contexto municipal ou distrital ou territorial, que poderá ser aplicada também em regiões e localidades turísticas ou com potencial.

A metodologia foi desenvolvida durante três anos consecutivos (2022-2024) e testada em municípios que integram o Mapa do Turismo Brasileiro (<https://www.mapa.turismo.gov.br>) (Brasil, 2025) e em destinos turísticos consolidados da região Nordeste, em realidades sertanejas e litorâneas. Consideraram-se as diversidades regionais e as especificidades locais presentes no vasto território brasileiro, incluindo as grandes metrópoles. Nesse sentido, trata-se de uma metodologia flexível que poderá ser adaptada à realidade de cada local, de acordo com a dinâmica territorial e o estágio de desenvolvimento do turismo, *locus* da inventariação da oferta turística.

Nesse ínterim, foram elaborados 20 inventários turísticos para a testagem e aprimoramento dos instrumentos de coleta de dados (formulários de pesquisa, *template*, planilhas), assim como, para a definição das etapas do processo constituídas por três eixos teórico-metodológicos: (1) Planejamento e Gestão; (2) Inventariação Turística; e (3) Apresentação e Publicação de Produtos Técnicos (inventários da oferta turística).

Para tanto, este artigo apresenta questões conceituais a respeito da inventariação turística e elenca as principais metodologias de inventariação turística desenvolvidas e presentes na literatura especializada em planejamento turístico.

Refletir sobre essa nova metodologia de inventariação turística com possibilidade de alcance nacional e que pudesse ser aplicada em diferentes escalas (local, regional e nacional), apresentou-se como o maior desafio ao longo do período de concepção e de proposição dessa metodologia. A partir disso, houve a necessidade de testar sua aplicabilidade e realizar os ajustes necessários no percurso metodológico, em que teoria e prática constituíram-se em pilares indissociáveis durante essa jornada.

REVISÃO TEÓRICA

Nesta seção serão abordados dois temas basilares à fundamentação teórica do artigo. Inicialmente, serão destacadas as principais definições de inventariação da oferta turística, de acordo com a literatura especializada e fontes oficiais dos organismos oficiais do turismo nacional. No segundo momento, apresenta-se uma discussão a respeito da natureza inovadora da metodologia proposta a partir de reflexões teóricas, de experimentação e de evidências empíricas.

A oferta turística é composta por um conjunto de produtos e serviços consumidos pela população flutuante (visitantes, turistas) durante sua estada no destino (Ruschmann, 2005; Fratucci & Moraes, 2020). A heterogeneidade de produtos, serviços e lugares visitados é um traço marcante na identificação e análise da oferta turística. Assim como Wahab (1977), Ferreira, Scalco e Fonseca (2021) alertam que a oferta turística engloba tudo que o destino tem a ofertar aos visitantes, sendo representada por uma gama de atrações, bens e serviços.

O reconhecimento e a sistematização dos dados da oferta turística de uma localidade, cidade, município ou região requer o emprego de instrumentos e ferramentas técnicas adequados a partir de metodologia desenhada para essa finalidade, ou seja, o uso de uma metodologia específica para a inventariação da oferta turística.

A "oferta turística é o conjunto de atrativos turísticos, serviços e equipamentos e toda infraestrutura de apoio ao turismo de um determinado destino turístico, utilizados em atividades designadas turísticas", de acordo com o Ministério do Turismo (Brasil, 2007, p. 50).

Lage e Milone (2000) definem a oferta turística como um conjunto quantitativo de bens e serviços que produtores desejam comercializar por um determinado preço num período temporal estabelecido, ou seja, referem-se à oferta turística por meio de uma perspectiva de custos, de mercado (produção e consumo), incluindo fatores específicos de precificação inerentes a esse tipo de negócio. Acrescentam, ainda, que para efeitos de análise da oferta, consideram-se as categorias: atrativos turísticos, equipamentos e serviços turísticos, e infraestrutura de apoio ao turismo. Os autores afirmam que:

O conhecimento destes elementos que compõem de forma global a oferta turística de uma região deve proporcionar a oportunidade de aproveitamento integral dos recursos turísticos existentes. Por meio de um levantamento de informações, dentro destes critérios, torna-se possível conhecer o cenário turístico do polo analisado, composto não somente pelos atrativos efetivamente existentes, mas também por recursos em fase potencial (Lage & Milone, 2000, p. 29).

Beni (2001) ao analisar a estrutura do turismo na perspectiva de um sistema, sinaliza que os bens turísticos são classificados como: materiais e imateriais, imóveis e móveis, duráveis e perecíveis, de consumo e de capital, e naturais e artificiais; e que os serviços turísticos podem ser classificados como: receptivos, de alimentação, de transporte, públicos, e de recreação (Beni, 2001, p. 38). Dias (2008) complementa, afirmando que "a oferta, constitui-se de tudo aquilo que faz parte do consumo, onde incluem bens, serviços públicos privados prestados ao turista, recursos naturais e culturais, eventos, atividades recreativas etc." (Dias, 2008, p. 59). Esses elementos compõem a oferta turística de um dado lugar, interpretação de uma parcela significativa de autores clássicos da literatura especializada em turismo.

A oferta turística é formada pelo conjunto dos diversos recursos que o receptivo possui para serem utilizados em atividades reconhecidas como turísticas, cujas características técnicas são: não estocável ou reservada, seus recursos são estáveis e consumidos na ocasião do local visitado (produção-consumo), os recursos são imóveis, é rígida e inadaptável, sensivelmente dependente das oscilações do mercado (oferta e procura), sucesso cultural e comercial condicionado à qualidade e aos preços praticados no destino (Andrade, 2002, p. 101-102).

Na concepção de Fúster (1972), a oferta turística é composta por três eixos fundamentais: infraestrutura, equipamentos turísticos (instalações, construções e comodidades para fins turísticos) e serviços (comercialização, comunicação e assessoria turística). Assim, o equipamento turístico é um bem tangível e o serviço está no campo do intangível (Lohmann & Panosso Netto, 2008). Tais elementos são fundamentais e indispensáveis ao processo de planejamento turístico do destino. Para Liñán & Solís (2021) a inventariação da oferta turística é um instrumento de gestão territorial que considera a heterogeneidade de atrativos naturais e culturais para fins de desenvolvimento sustentável do turismo.

A definição de oferta turística segue em movimento nas produções técnico-científicas no contexto do turismo global, no entanto, uma parcela significativa dentre as referências teóricas que são destaques e impactam na formação de estudantes de graduação e de pós-graduação e nas pesquisas de estudiosos do campo do turismo, discute que a oferta influencia no desenho e no perfil da demanda e vice-versa. Relacionando-se a oferta e a demanda, na visão de Lickorish & Jenkins (2000), os agentes de planejamento do turismo esforçam-se para prever a demanda para um determinado período, um prazo entre cinco e dez anos, comumente. A oferta turística é definida como a quantidade de produtos e/ou de serviços turísticos que envolve os setores privado, social e público que estão dispostos a colocar no mercado de acordo com os preços atuais praticados, a capacidade das suas instalações e a estrutura econômica da sua produção (García, 1992, p. 36).

Assim, todos os bens e serviços (atrativos turísticos, serviços e equipamentos turísticos e infraestrutura de apoio) disponibilizados apreciados e consumidos por turistas, por um determinado período temporal, podem ser caracterizados como a oferta turística (Lohmann & Panosso Netto, 2008; Vilela et al., 2023). De acordo com Trentin e Fonseca Filho (2020) "a realização do inventário da oferta turística é complexa pela quantidade de informações que devem ser registradas, pela logística, pelo apoio dos atores públicos e não públicos, demandando, sobremaneira, a coordenação vertical e horizontal para a obtenção de êxito" (Trentin & Fonseca Filho, 2020, p. 6).

A partir desse cenário referente à relevância do uso adequado da metodologia e das bases teóricas para a elaboração de inventários da oferta turística nos diferentes territórios e contextos nacionais, revisitou-se os principais estudos a respeito da temática, sua autoria, a concepção teórico-metodológica, ano de publicação e DOI (*Digital Object Identifier*) e/ou sítio virtual para consulta, conforme ilustrado no Quadro 1:

Quadro 1: Revisão da literatura especializada sobre inventariação turística

Título do estudo	Autoria	Concepção teórico-metodológica	Ano da publicação	DOI / Sítio Virtual
Inventariação Turística: por um modelo de superação metodológica	Pinto, Débora Beron & Moesch, Maruschka Martini.	Elencar métodos que compreendam o Inventário Turístico como instrumento base capaz de subsidiar um planejamento e desenvolvimento turístico diferenciado.	2006	V SeminTUR – Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/3/154.pdf
Os desafios metodológicos para uma abordagem científica do turismo: o inventário turístico	Pinto, Débora Beron.	Analisa o projeto piloto de inventariação turística do Ministério do Turismo entre os anos de 2005 e 2006 no Rio Grande do Sul.	2007	UCS https://repositorio.ucs.br/handle/11338/283
Inventário Turístico: experiências acadêmicas com metodologias e práticas no planejamento do turismo no Pontal Paulista/SP	Perantoni, Alisson; Silva, Leticia Aparecida Viterbo & Nagabe, Fabiane.	Expõe a experiência do Laboratório de Estudos e Planejamento para Consolidação da Oferta Turística (LEPCOT) na realização de inventário turístico com base na metodologia do Ministério do Turismo (2006).	2013	ABET https://periodicos.ufrf.br/index.php/abet/article/view/3033
Projeto de inventariação da oferta turística (INVTUR): benefícios para o planejamento e gestão do turismo, sob o ponto de vista dos pesquisadores: o caso da cidade de Parnaíba (Piauí - Brasil)	Brito, Adriana Santos & Melo, Rodrigo de Sousa.	Aponta as lacunas encontradas nos seguintes campos: infraestrutura geral; turismo; <i>marketing</i> ; políticas públicas; economia e; sustentabilidade a partir da elaboração do inventário turístico e propõe soluções no âmbito do planejamento territorial e turístico de Parnaíba, Piauí.	2013	Turydes https://revistaturydes.com/index.php/turydes/article/view/1661
Inventário turístico: sua importância para o Desenvolvimento local de Boa Vista/RR	Cavalcante, Jordana de Souza.	Considera alguns dados estatísticos levantados pela FETEC - Superintendência de turismo de Boa Vista/RR, realizado por meio de formulários turísticos disponibilizados pelo Ministério do Turismo.	2016	Textos e Debates, Boa Vista, n.30, p. 39-54, jul./dez. 2016 DOI: https://doi.org/10.18227/2317-1448ted.v2i30.3513
Evaluación turística de la región ACY: inventario turístico y de prestadores de servicios	Pérez-Hernández, L. & Gibaja-Romero, D. E.	O trabalho avalia a oferta turística dos municípios de Atoyac, Cuitláhuac e Yanga, no México, por meio do inventário da oferta turística.	2018	Revista Agroprodutividad https://doi.org/10.32854/agrop.v11i8.1105
Inventario turístico como base para la evaluación de los recursos turísticos del distrito de Chirinos, provincia de San Ignacio, Cajamarca – 2017	Vilela C., Z. K., Quiñones Huatangari, L., Alva C., R. R., & Gamonal Guevara, U.	Destaca a elaboração do inventário turístico para a avaliação dos recursos turísticos do Distrito de Chirinos, provincia de San Ignacio – Cajamarca, Peru – 2017. Foi elaborado o inventário turístico com base no manual de inventários do Ministério do Comércio Exterior e Turismo – Mincetur.	2019	Revista Pakamuros https://doi.org/10.37787/7gwqy966
Inventário da oferta turística: reflexões teóricas para o planejamento e ordenamento do espaço turístico	Fratucci, Aguinaldo César & Moraes, Claudia Corrêa de Almeida.	Uso do Inventário da Oferta Turística (IOT) como metodologia na obtenção de conhecimentos que possibilitem auxiliar o desenvolvimento de etapas e de intervenções no território por meio do planejamento turístico.	2020	Caderno Virtual do Turismo https://doi.org/10.18472/cvt.20n1.2020.1783
Gestão pública em turismo: coordenação e comunicação no processo de inventário da oferta turística	Trentin, Fábria, & Fonseca Filho, Ari da Silva.	Considera que a coordenação e comunicação são as bases teóricas utilizadas para interpretar algumas dificuldades na implementação do Projeto de Inventário da Oferta de Turismo do Estado do Rio de Janeiro (IOT-RJ).	2020	Caderno Virtual do Turismo https://doi.org/10.18472/cvt.20n1.2020.1768
Inventário turístico: constatações e considerações	Moraes, C. C. de A., Fogaça, I. F., & Soares, C. A. L.	Destaca as limitações das metodologias empregadas, os sucessos e percalços na organização da pesquisa e a alimentação e divulgação dos dados. Apesar dos avanços tecnológicos e dos resultados positivos obtidos, a experiência apontou para limitações, especialmente quanto à logística, ao uso da tecnologia, à disposição dos dados finais, à divulgação e à compreensão por parte dos usuários dos inventários, de seu valor no processo decisório de planejamento do turismo e necessidade de atualização constante.	2020	Caderno Virtual de Turismo https://doi.org/10.18472/cvt.20n1.2020.1749
O uso de VGI para elaboração de inventário turístico online	Santos, Pedro Henrique Jesus, Santos, Cristiane Alcântara de Jesus & Campos, Antonio Carlos.	Analisa a importância das tecnologias de informação e comunicação, sobretudo das Informações Geográficas Voluntárias (VGI), enquanto ferramentas que podem auxiliar nos processos de planejamento e gestão do turismo.	2021	Revista Turydes: Turismo y Desarrollo https://www.eumed.net/es/revistas/turydes/diciembre2021/vgi
El inventario turístico: un instrumento de gestión territorial sustentable del turismo en atractivos naturales del estado de San Luis Potosí, México	Ortiz Liñán, Mónica Elena & Vázquez Solís, Valente.	Propõe critérios para o desenvolvimento de gestão territorial com base no turismo em São Luís Potosí, México, a partir do inventário turístico da região e, assim, contribuir com a gestão turística de acordo com as características identificadas.	2021	Revista Investigaciones Turísticas https://doi.org/10.14198/INTURI2021.21.14
O inventário da oferta turística como estratégia de diálogo com a comunidade: um estudo de caso sobre o Parque Nacional das Semprevivas e seu entorno	Ferreira, Paula, Scalco, Raquel & Fonseca, Virgínia Martins.	A elaboração de inventários turísticos em Unidades de Conservação (UC), em parceria com a comunidade local, pode contribuir para o diálogo entre a equipe de gestão e a comunidade. Essa foi a estratégia adotada neste projeto de pesquisa para o levantamento da oferta turística nos distritos localizados no entorno do Parque Nacional das Semprevivas, visando à implementação do uso público na UC, desenvolvido por meio de parcerias.	2022	Revista Biodiversidade Brasileira https://doi.org/10.37002/biodiversidadebrasileira.v12i313.19

Fonte: Organização dos autores (2025).

No que concerne ao processo de inventariação da oferta turística, cada território e os entes a ele associados, poderão definir em parceria com as diferentes Instituições de Ensino Superior (IES) que ofertam cursos de graduação e/ou de pós-graduação em Turismo, a metodologia mais adequada para a construção do inventário turístico, considerando cada realidade municipal ou territorial, no tocante ao processo de planejamento e desenvolvimento do turismo; por meio de contratação de consultoria turística especializada; por meio de parcerias com instituições do Sistema S (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae – e Serviço Nacional de Aprendizagem do Comércio – Senac); e a partir de iniciativa de equipes técnicas dos órgãos municipais e/ou estaduais de Turismo. Essas são algumas das possibilidades utilizadas para inventariação da oferta turística no Brasil e de emprego dessa ferramenta no processo de planejamento e gestão, com intuito de organizar os municípios e territórios para fins turísticos.

O inventário da oferta turística é o levantamento detalhado, é como se fosse um Raio-X ou mapeamento minucioso direcionado ao turismo e as suas correlações e interfaces geográficas, socioculturais, ambientais, econômicas e políticas, que considera a dinâmica e a lógica territorial no processo (Braga, 2007; Bissoli, 2002; Ruschmann, 2005; Barretto, 2009). O inventário turístico, como é comumente denominado, é o levantamento pormenorizado dos atrativos e atrações que compõem a oferta turística, que podem ser hierarquizados metodologicamente e potencializados, para que sejam segmentados de acordo com a demanda, a fim de identificar o nível de interesse da localidade (Boiteux & Werner, 2009).

Considerando a linha do tempo referente ao processo de inventariação da oferta turística brasileira, Moraes *et al.* (2022); Lohmann e Panosso Netto (2008) mencionam o pioneirismo da Empresa Brasileira de Turismo (Embratur), que, em 1979, apresentou uma proposta metodológica para a Identificação do Espaço Turístico Nacional, em conformidade com as premissas do Centro Interamericano de Capacitação Turística para América Latina (CICATUR), da Organização dos Estados Americanos (OEA) e da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), no que resultou no documento intitulado “Inventário da Oferta Turística” publicado em 1980 e 1984, respectivamente.

O Ministério do Turismo desenvolveu uma metodologia de inventariação turística no período de 2004 a 2006, a partir de um projeto-piloto testado e validado no Rio Grande do Sul, que resultou na formalização de convênio com a Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), responsável em replicar a metodologia e por meio de parcerias com as IES que ofertavam o Curso de Graduação em Turismo, à época, nas Unidades Federativas (UF) do país. Desde então, essa metodologia tem sido adotada por pesquisadores, professores e estudantes da área de Turismo no território nacional para a elaboração de inventários turísticos (Brasil, 2022).

Essa experiência foi consolidada por meio do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, ocasionando o lançamento nacional no ano de 2006 do Projeto Inventário da Oferta Turística. Foi disponibilizado um conjunto de documentos técnicos pelo Ministério do Turismo, compreendendo o projeto de inventariação da oferta turística, manuais do pesquisador e o Sistema de Inventariação da Oferta Turística (INVTUR). A última atualização dessa metodologia ocorreu no ano de 2011, sendo possível consultar e realizar *downloads* dos formulários no portal *online* do Governo Federal do Brasil (<https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/-publicacoes/inventario-da-oferta-turistica>). Nesse sítio virtual é possível ter acesso aos formulários no formato *Portable Document Format* (PDF), organizados por e agrupados em três categorias, a saber: (A) Infraestrutura de apoio ao turismo; (B) Serviços e equipamentos turísticos; e (C) Atrativos turísticos.

Compreende-se a inventariação da oferta turística como um processo pelo qual se registra ordenadamente o conjunto de atrativos turísticos, de equipamentos e serviços turísticos e da infraestrutura de apoio existentes, visando à sistematização de dados e informações a respeito das potencialidades turísticas no contexto local ou regional.

As informações contidas no inventário turístico de cada território auxiliarão no processo de planejamento, avaliação e gestão do turismo, na construção de políticas públicas setoriais, na tomada de decisão e na atração de investimentos, com vista a melhores organização e qualificação do espaço, agregando assim, valor turístico ao município e/ou a região.

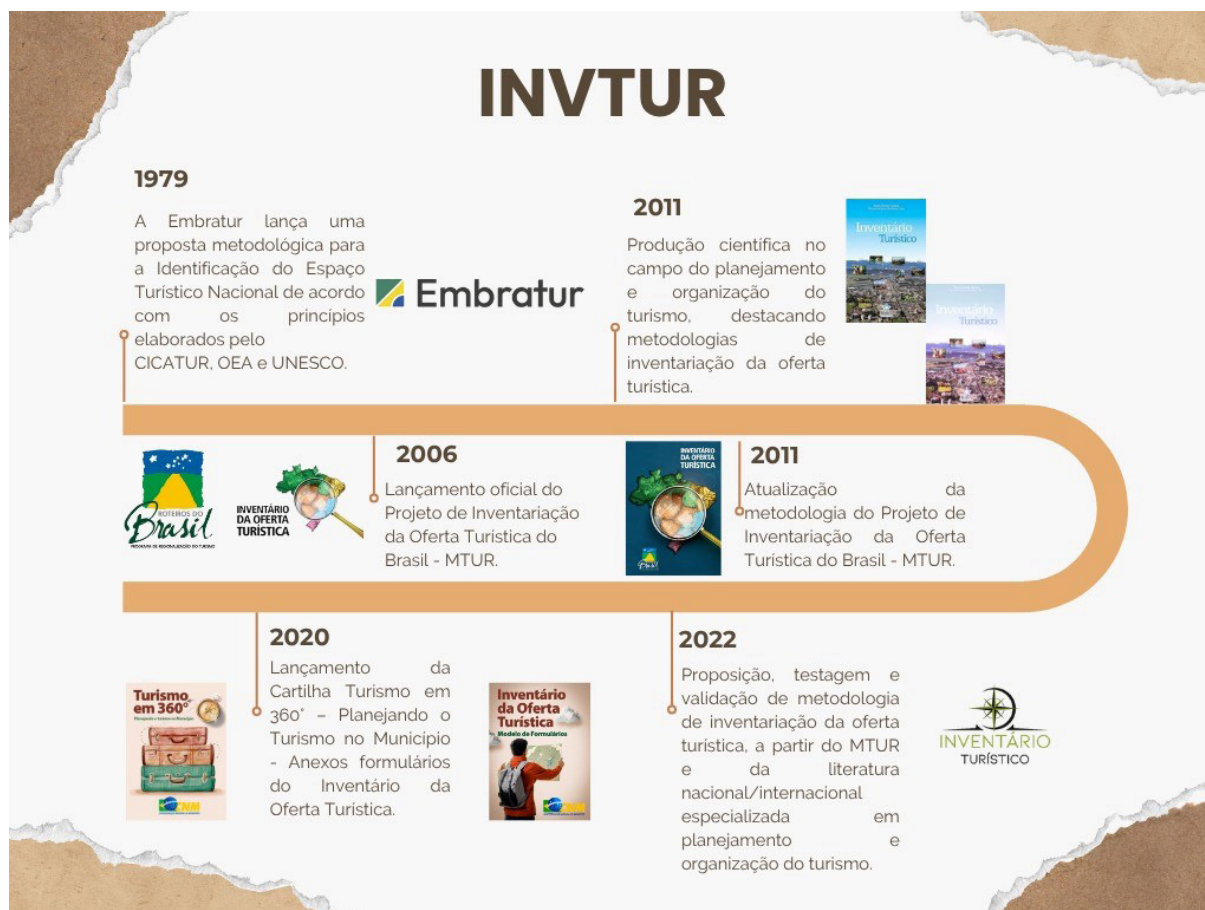
Recomenda-se que a inventariação da oferta turística seja realizada anualmente, à medida que o município ou a região ou o território identifique a real necessidade de atualização das informações, em decorrência da própria natureza da atividade turística e da dinâmica socioeconômica de cada realidade territorial e político-institucional.

A inovação metodológica no processo de inventariação da oferta turística levou em consideração a metodologia desenvolvida pelo Ministério do Turismo em 2006 e atualizada em 2011. Contudo, com o passar do tempo, verificou-se que a metodologia não tem correspondido às expectativas de municípios e regiões turísticas, que são plurais e diversificados, no que diz respeito à oferta e à demanda.

A seguir, apresenta-se a linha do tempo (Figura 1) com as fases e modalidades metodológicas da inventariação da oferta turística no Brasil, do pioneirismo da Embratur à nova metodologia descrita neste artigo:

Diante de tal problemática, a modernização da metodologia e de sua aplicabilidade impulsionaram a proposição metodológica nesse campo, respeitando as nuances e as particularidades territoriais dos diferentes contextos e cenários nacionais.

Figura 1: Linha do tempo da inventariação da oferta turística no Brasil



Fonte: Elaboração dos autores (2025).

METODOLOGIA

A pesquisa é do tipo exploratório-descritivo e interpretativo-reflexiva de natureza crítica e de abordagem qualitativa a respeito do objeto de investigação e do conteúdo analisado. A jornada metodológica foi organizada em três blocos, a saber: (a) pesquisas bibliográfica e documental; (b) pesquisa de campo com aplicação de formulários de coleta de dados, testagem e validação da metodologia de inventariação da oferta turística; e (c) proposição desta metodologia de elaboração de inventários turísticos.

O estudo inicia a partir de pesquisa bibliográfica com base na literatura especializada sobre planejamento turístico e o processo de inventariação turística a partir das mais variadas correntes teóricas e bases metodológicas. Assim, foram selecionados o Portal de Periódicos da Capes (<http://www.periodicos.capes.gov.br/>), que dispõe de várias bases de dados para o campo do Turismo como a *Science Direct*, *Scopus*, *Web of Science*, *Scielo*, *SpringerLink*, *Emerald*, entre outras, e o *Google Scholar* (<http://scholar.google.com.br>) ou Google Acadêmico, uma potente ferramenta de busca e consulta de dados online. Ademais, foram utilizadas obras clássicas especializadas na temática central desta pesquisa como referências fundamentais nesse processo analítico teórico-metodológico, conforme consta nos aportes teóricos deste estudo.

A pesquisa documental centrou-se nos textos técnicos desenvolvidos pelo Ministério do Turismo, especialmente no campo da metodologia de inventariação turística aplicada em escala nacional. Esses estudos foram o ponto de partida para o aperfeiçoamento e proposição da nova metodologia de inventariação turística exposta neste texto.

Assim, chega-se ao cerne da metodologia proposta, com destaque para as fases relacionadas ao processo de inventariação da oferta turística, que considera da fase inicial de planejamento à entrega do produto técnico e aos impactos gerados pelo estudo realizado, conforme ilustrado na Figura 2 a seguir:

Figura 2: Síntese do processo de inventariação da oferta turística



Fonte: Elaboração dos autores (2025).

A aplicação de 48 tipos de formulários e a testagem da metodologia aconteceram durante a pesquisa de campo, mais precisamente na fase 6 "Pesquisa *in loco*", ilustrada na figura 2, abrangendo vinte municípios de pequeno e médio portes, do sertão ao litoral, para garantir a diversidade, a heterogeneidade e a pluralidade de aspectos ambientais e culturais, de cenários territoriais e de desafios inerentes ao processo de planejamento, organização e gestão do turismo, com ênfase na inventariação da oferta turística em nível municipal.

Os territórios inventariados durante a testagem e o aperfeiçoamento da metodologia situam-se nos estados de Alagoas, Paraíba, Pernambuco e Rio Grande do Norte. Há previsão de realização de inventariação da oferta turística em destinos do estado do Ceará no biênio 2025-2026, bem como o fomento à sistematização e refinamento da metodologia com apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) nos próximos três anos (2026-2028).

RESULTADOS E DISCUSSÕES

A metodologia apresentada neste artigo, referente ao processo de inventariação da oferta turística, estrutura-se por meio de cinco Dimensões Técnicas, a saber: (1) Infraestrutura de Apoio ao Turismo; (2) Serviços e Equipamentos Turísticos; (3) Atrativos Turísticos; (4) Comércio Turístico; e (5) Atividades Comerciais de Apoio. Associada a cada uma dessas dimensões, tem-se um conjunto de atributos (objetos da inventariação - conteúdo turístico e temas afins) relativos à oferta turística municipal, regional ou territorial, conforme ilustrado no Quadro 2 a seguir:

Quadro 2: Metodologia de Inventariação da Oferta Turística

DIMENSÃO	ATRIBUTOS
1 - Infraestrutura de Apoio ao Turismo	Instalações, estruturas e serviços, públicos e privados, que proporcionam qualidade de vida e bem-estar aos residentes e visitantes, tais como: logística de transportes e mobilidade urbana, equipamentos e atendimento na área de saúde, saneamento básico, fontes de energia; segurança turística, espaços de lazer e esporte, serviços de educação, acesso à internet, dentre outras facilidades existentes no lugar.
2 - Serviços e Equipamentos Turísticos	Estabelecimentos comerciais, equipamentos turísticos e prestadores de serviços que proporcionam as condições necessárias para que o visitante tenha uma permanência satisfatória, com destaque para os serviços de: hospedagem, alimentação, lazer e entretenimento, transportes, agenciamento, guiamento, informações, hospitalidade, eventos, passeios e experiências positivas.
3 - Atrativos Turísticos	Elementos naturais: clima, relevo, vegetação, paisagem, sítios arqueológicos/paleontológicos, praias, rios, lagoas, biodiversidade e geodiversidade, unidades de conservação, parques ambientais, e outros atributos de ordem natural. Bens culturais materiais e imateriais: história, edificações/arquitetura, gastronomia, artesanato, expressões artísticas, espaços de memória, lugares, comunidades tradicionais, feiras e mercados culturais, acontecimentos, tradições, saberes e fazeres, objetos, personalidades, hospitalidade. São todos os elementos socioculturais que motivam a visita de pessoas ao destino. Atividades econômicas: extrativismo, setor industrial, setor de comércio e serviços, agropecuária. Produção associada ao turismo e experiências da economia criativa. Realizações técnicas e científicas contemporâneas: espaços e centros de natureza tecnológica e/ou de pesquisa e/ou de inovação, barragens/açudes, usinas e parques de produção de energia renovável e não renovável, planetários, aquários, oceanários, viveiros, bases militares. Eventos turísticos: atividades programadas (comerciais, socioculturais, técnicas, científicas, acadêmicas, promocionais, corporativas, esportivas, dentre outras) realizadas periodicamente, com potencial de gerar fluxo de visitantes regionais, nacionais e/ou internacionais.
4 - Comércio Turístico	Espaços e serviços especializados para fins de consumo turístico: galeria de arte, joalheria, lojas e centros de artesanato, lojas de souvenirs, artigos da produção associada ao turismo e geoprodutos.
5 - Atividades Comerciais de Apoio ao Turismo	Espaços e serviços comerciais: <i>shopping</i> , loja de conveniência/posto de combustível, oficina mecânica, farmácia/drogaria, centro comercial, serviços bancários, agência de câmbio, mercearia/mercadinho, dentre outros serviços e equipamentos que facilitem a permanência do visitante no destino.

Fonte: Elaboração dos autores (2025).

Esses atributos são especificados e organizados no instrumento de coleta de dados (formulário de pesquisa) de acordo com cada dimensão técnica do processo de inventariação da oferta turística. Os formulários (físicos e/ou eletrônicos) seguem uma estrutura padronizada contendo perguntas abertas e fechadas, adequando-se a cada *lôcus* ou serviço objeto da inventariação. Há flexibilidade no instrumento de pesquisa, de forma que os planejadores e pesquisadores responsáveis possam inserir ou retirar perguntas que não se adequem à realidade inventariada, aferindo certa dinamicidade às técnicas de coleta, tratamento e interpretação dos dados catalogados. Por exemplo, durante a inventariação da oferta turística do Distrito Estadual de Fernando de Noronha (PE) foram desenvolvidos dois formulários: Gestão e Governança do Turismo, e Transportes e Mobilidade, o que ratifica a natureza flexível e propositiva da metodologia.

As dimensões 4 e 5, Comércio Turístico e Atividades Comerciais de Apoio ao Turismo são os elementos inovadores dessa metodologia, pois verificou-se que a oferta de serviços comerciais para fins turísticos são basilares ao aquecimento e diversificação da economia do destino, necessitando de mapeamento e classificação no campo do planejamento de áreas pensadas e estruturadas para práticas diversificadas de consumo, sobretudo em destinos em que o turismo encontra-se em estágios de maior desenvolvimento ou de consolidação, a exemplo de: Fernando de Noronha, Caruaru e Porto de Galinhas (PE), Pipa, Natal e São Miguel do Gostoso (RN); Porto Seguro, Salvador e Trancoso (BA), Aquiraz, Fortaleza e Jericoacoara (CE); Campina Grande, Bananeiras e João Pessoa (PB), São Paulo, Campos do Jordão e Bertioga (SP); Rio

de Janeiro e Petrópolis (RJ); Belo Horizonte, Ouro Preto e Uberaba (MG); Belém e Santarém (PA); Gramado (RS); Balneário Camboriú, Blumenau e Florianópolis (SC); Manaus e Parintins (AM); Foz do Iguaçu e Curitiba (PR); Goiânia e Pirenópolis (GO); e milhares de outros destinos existentes no país, que, de acordo com dados de 2025 do Mapa Brasileiro do Turismo, são, no total, 2.668 municípios situados em 357 regiões turísticas no Brasil (Brasil, 2025).

Essa proposição metodológica foi desenvolvida para ser aplicada às diferentes realidades e localidades brasileiras, considerando um destino como o distrito administrativo, a exemplo de Alter do Chão (Santarém/PA), com 6.740 habitantes, ou a cidade de São Paulo/SP com os seus 11.451.999 habitantes (IBGE, 2022). Nessa perspectiva, a metodologia é flexível e salvaguarda as premissas e técnicas do processo de planejamento turístico e do levantamento sistemático da oferta, a partir de rigor técnico-científico.

A Figura 3 ilustra as 15 etapas operacionais do processo metodológico da inventariação da oferta turística, em consonância com os três eixos estruturantes que são implementados. Considera-se, no modelo, a etapa inicial referente às premissas de formalização de parcerias institucionais até a fase de publicização dos resultados e entrega de produtos técnicos por meio de plataformas e canais digitais.

Figura 3: Processo metodológico da inventariação da oferta turística



Fonte: Elaboração dos autores (2025).

Depois de experimentações e testagem da metodologia de inventariação da oferta turística, propõem-se que o Ministério do Turismo, organismos oficiais de turismo das UF, municípios e distritos administrativos possam utilizar esta metodologia em parceria com instituições de ensino superior que ofertam cursos de Turismo em níveis de graduação e/ou de pós-graduação, a fim de conhecer, quantificar e qualificar a oferta turística nacional, incluindo os destinos situados em locais remotos do país, para que a partir de tal esforço, possa-se pensar e desenvolver políticas públicas no campo do planejamento e estruturação dos destinos turísticos com base em dados técnico-científicos atualizados e confiáveis.

A inovação metodológica refere-se à proposição detalhada de cinco dimensões técnicas consideradas no processo de inventariação da oferta turística, com destaque para as dimensões Comércio Turístico (que se referem a espaços e serviços especializados para fins de consumo turístico, por exemplo: galeria de arte, joalheria, lojas e centros de artesanato, lojas de suvenires, artigos da produção associada ao turismo e geoprodutos), e Atividades Comerciais de Apoio ao Turismo (que são espaços e serviços comerciais, como: shopping, loja de conveniência/posto de combustível, oficina mecânica, farmácia/drogaria, centro comercial, serviços bancários, agência de câmbio, mercearia/mercadinho, dentre outros serviços e equipamentos que facilitem a permanência do visitante no destino), consideradas, até então, como atributos/elementos vinculados à infraestrutura de apoio ao turismo na literatura especializada e na metodologia desenvolvida pelo Ministério do Turismo e instituições parceiras.

Assim, as dimensões 4 e 5, cujos atributos se materializam no território espacial, lócus da inventariação da oferta turística, são compreendidas nesta metodologia como elementos diferenciados e inovadores, em que foram elaborados novos formulários de coleta de dados direcionados aos serviços de Comércio Turístico e de Atividades Comerciais de Apoio ao Turismo. A seguir, tem-se o Quadro 3 com o detalhamento dessas dimensões, a categoria do instrumento de coleta de dados e a tipificação dos atributos:

Quadro 3: Dimensões Técnicas 4 e 5 da nova metodologia InvTur

DIMENSÃO TÉCNICA	FORMULÁRIO FÍSICO/ELETRÔNICO	TIPIFICAÇÃO
4 - Comércio Turístico	D4.1 Comércio Turístico	Tipo: D4.1.1 Comércio Turístico Subtipos: D4.1.1.1 Loja de artesanato/ <i>souvenir</i> D4.1.1.2 Loja de artigos fotográficos D4.1.1.3 Antiquário/Galeria de arte D4.1.1.4 Loja de artigos religiosos D4.1.1.5 Produção audiovisual D4.1.1.6 <i>Shopping Center</i> /Galeria de moda D4.1.1.7 Galeria de joias D4.1.1.8 Loja de artigos esportivos D4.1.1.9 <i>Delicatesse</i> /Empório (Gastronomia) D4.1.1.10 Outros
	D4.2. Compras Especiais	Tipo: D4.2.1. Compras Especiais Subtipos: D4.2.1.1 Feira/Mercado D4.2.1.2 Galeria/ <i>Boulevard</i> D4.2.1.3 Shopping D4.2.1.4 Plantas/Flores/Frutas/Hortaliças D4.2.1.5 Antiquário D4.2.1.6 Cantina D4.2.1.7 Alambique/Cachaçaria D4.2.1.8 Outras
5 - Atividades Comerciais de Apoio ao Turismo	D5.1 Comércio e Serviços de Apoio ao Turismo	Tipo: D5.2.1 Serviços de Saúde e Bem-Estar Subtipos: D5.2.1.1 Academia D5.2.1.2 <i>Crossfit</i> D5.2.1.3 Pilates D5.2.1.4 Natação D5.2.1.5 Hidroginástica D5.2.1.6 Estúdio de dança D5.2.1.7 Massagem D5.2.1.8 Meditação/ <i>Yoga</i> D5.2.1.9 Spa D5.2.1.10. Outros
	D5.2 Serviços de Apoio ao Turismo	Tipo: D5.1.1. Serviços de imagem e beleza Subtipos: D5.1.1.1. Salão de beleza D5.1.1.2. Barbearia D5.1.1.3. Estética corporal/facial D5.1.1.4. Manicure e pedicure D5.1.1.5. Maquiadora(o) D5.1.1.6. <i>Designer</i> de sobrancelhas D5.1.1.7. Outros
	D5.3 Serviços de Apoio ao Turismo	Tipo: D5.3.1 Serviços comerciais de apoio Subtipos: D5.3.1.1 Borracharia/Oficina mecânica D5.3.1.2 Lava-jato D5.3.1.3 <i>Pet shop</i> D5.3.1.4 Posto de combustível D5.3.1.5 Loja de conveniência D5.3.1.6 Serviço gráfico D5.3.1.7 Supermercado/Mercadinho/Mercearia D5.3.1.8 Farmácia/Drogaria D5.3.1.9 <i>Lan house</i> D5.3.1.10 <i>Coworking</i> D5.3.1.11 Outros
	D5.4 Serviços de Apoio ao Turismo	Tipo: D5.4.1 Serviços Bancários Subtipos: D5.4.1.1 Agência bancária D5.4.1.2 Lotérica D5.4.1.3 Casa de câmbio D5.4.1.4 Banco 24h D5.4.1.5 Correspondente bancário D5.4.1.6 Outros
	D5. 5 Locadoras de imóveis por temporada	D5.5.1 Negócios Imobiliários

Fonte: Elaboração dos autores (2025).

Nesse sentido, o Quadro 4 a seguir elenca os elementos similares das metodologias de inventariação da oferta turística identificadas neste estudo, em conformidade com o aporte teórico utilizado nesta análise:

Quadro 4: Similitudes e inovações metodológicas de inventariação turística vigentes no Brasil

BASE METODOLÓGICA DE INVENTARIAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA	ATRIBUTOS COMUNS / SIMILARES	ATRIBUTOS INOVADORES
Literatura especializada em planejamento turístico.	Inventário da Oferta Turística (IOT) que considera dados a partir de eixos técnicos: infraestrutura, de serviços e equipamentos turísticos, e de atrativos turísticos que geram fluxo de visitantes.	- Ênfase na relevância do OIT como instrumento/ferramenta para o processo de organização, desenvolvimento e gestão do turismo; - Construção de formulários de coleta de dados para fins de inventariação da oferta turística; - Entrega e publicação de produtos acadêmicos - inventários turísticos.
Ministério do Turismo.	Inventário da Oferta Turística - INVTUR que contempla três categorias técnicas: (A) infraestrutura de apoio ao turismo, (B) serviços e equipamentos turísticos de apoio ao turismo, e (C) atrativos turísticos.	- Aplicação em escala nacional; - Material técnico operacional para pesquisadores/acadêmicos (Manual do Pesquisador – Módulos A, B e C); - Conjunto de formulários de pesquisa estruturados a partir de cada categoria técnica; - Priorização da participação de pesquisadores (estudantes e docentes) de cursos de graduação em Turismo ofertados no país; - Desenvolvimento de plataforma virtual para fins de registro e divulgação dos resultados do INVTUR.
Proposição metodológica deste estudo.	Inventário da Oferta Turística - InvTur que abrange cinco dimensões técnicas e seus respectivos atributos como: infraestrutura de apoio ao turismo, serviços e equipamentos turísticos, atrativos turísticos, comércio turístico e atividades comerciais de apoio ao turismo.	- Organização dos elementos da oferta turística em cinco dimensões de natureza técnica; - Considera as atividades comerciais existentes no destino como elementos que podem gerar fluxo turístico, além de enriquecer a experiência e vivência empírica da viagem; - Construção de 48 formulários de pesquisa que são flexíveis e que podem ser modificados/readequados à oferta turística de cada município ou território; - Inclusão do atributo Segurança Turística como elemento da oferta, em consonância com Política Nacional de Turismo Responsável do MTUR; - Participação ativa dos gestores públicos dos destinos no processo de inventariação turística (antes, durante e depois da pesquisa de campo); - Difusão ampla com auxílio de plataformas e mídias digitais do produto técnico na modalidade e-book (Inventário da Oferta Turística) junto à sociedade.

Fonte: Elaboração dos autores (2025).

Os instrumentos de coleta de dados do Ministério do Turismo estão inseridos no sítio virtual oficial da entidade e podem ser acessados por meio de *download* (<https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/inventario-da-oferta-turistica>), cuja metodologia encontra-se em vigência e, ainda, versa como a principal referência metodológica para elaboração de inventários da oferta turística no Brasil.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base na metodologia de inventariação da oferta turística do Ministério do Turismo (2011) e após a realização de 20 inventários da oferta turística no período de 2022 a 2024, chegou-se a esta proposição metodológica, testada e experienciada em diversificadas realidades territoriais, que resultou na sua comprovação técnico-científica e na eficácia

teórico-metodológica. Posto isto, esta metodologia possui relevância e impacto nacional na perspectiva técnica do planejamento e da organização do turismo, uma vez que poderá ser utilizada em municípios, distritos ou territórios, cuja aplicação será conduzida por pesquisadores de cursos de graduação e/ou de pós-graduação em Turismo, em parceria com múltiplos atores sociais, agentes públicos e operadores de mercado/*trade* turístico.

Nesse sentido, esta metodologia contribui no campo do planejamento e da gestão do turismo, tendo em vista que aborda um panorama geral da oferta turística das localidades com potencial ou dos destinos consolidados, e tornou-se um instrumento mais completo com a inserção de novas dimensões técnicas: comércio turístico e atividades comerciais de apoio ao turismo, as quais são de profunda relevância no processo de produção/consumo do espaço e dos bens turísticos comercializados. Assim, tais dimensões qualificam o processo de planejamento, de organização e de gestão dos territórios, considerando a experiência dos visitantes/turistas nas práticas turísticas, bem como na inserção desse novo conteúdo no produto técnico (inventário turístico) para conhecimento dos *stakeholders* e para a criação de políticas públicas de turismo mais condizentes com a realidade territorial.

Destarte, o inventário da oferta turística é uma ferramenta fundamental no campo do planejamento, da gestão e da governança turística municipal, distrital ou territorial para os gestores públicos, os empresários, os prestadores de serviços turísticos, os visitantes/turistas e os residentes, que também podem usufruir das informações deste documento para fins de estudos, investimentos, formatação de produtos e criação de negócios. Sugere-se que as partes interessadas no turismo realizem e utilizem o inventário da oferta turística para o planejamento turístico e divulguem amplamente para que a sociedade possa ter acesso e conhecimento das informações levantadas e catalogadas minuciosamente por uma equipe técnica que lança mão, nesta ferramenta, de informações relevantes para a melhoria da qualidade da experiência turística nos destinos e bem-estar das pessoas (anfitriões, trabalhadores e visitantes).

No campo da produção do saber turístico, considera-se esta proposição como um avanço teórico-metodológico no domínio do planejamento turístico. No entanto, há desafios emergentes no processo permanente de aperfeiçoamento desta metodologia, destacando-se: (i) construção de uma plataforma *online* com conteúdo técnico-científico, instrumentos de coleta de dados, produtos formatados e estratégias metodológicas de inventariação turística; (ii) constituição de uma rede de pesquisa com docentes e especialistas da área de planejamento turístico para atuar nas cinco macrorregiões do Brasil na perspectiva regional/territorial; (iii) consolidar a parceria com o Ministério do Turismo e órgãos estaduais de Turismo para validar e implementar a metodologia nas realidades regionais/locais; (iv) publicar material didático (cartilhas, manuais e cadernos técnicos) com o detalhamento da referida metodologia para ampliar e socializar a produção do conhecimento científico junto às instituições de ensino, às entidades representativas do turismo, às comunidades receptoras e às Instâncias de Governança Regional (IGR) existentes no país; e (v) aplicação de recursos da Inteligência Artificial (IA) a partir do ChatGPT, do *Decktopus* e do *DeepSeek*, na construção de instrumentos de coleta de dados, no tratamento e sistematização de informações, e na apresentação e entrega de resultados.

Nessa perspectiva, esta metodologia de inventariação da oferta turística segue em processo de aperfeiçoamento sistemático e flexível, que poderá ser uma referência nacional nos anos subsequentes, a partir da reverberação dos resultados alcançados e da implementação dos cinco pontos elencados anteriormente.

Os resultados desta pesquisa contribuem com a reflexão a respeito da relevância de fomentar políticas públicas, de planejar e organizar destinos, e de gerir as destinações a partir de dados confiáveis da oferta turística, considerando a qualidade técnica da equipe e a metodologia cientificamente comprovada e atualizada, em conformidade com as demandas emergentes do setor turístico nacional e das singularidades locais.

Metodologicamente, esta pesquisa apresenta uma nova forma de realizar a inventariação da oferta turística a partir de instrumentos de coleta de dados flexíveis que se adequam à realidade de cada município/território brasileiro, e a publicação dos resultados obtidos no processo de inventariação por meio de *e-books* em ambientes virtuais.

A principal limitação deste estudo para efeitos de reflexão teórica e análise comparativa entre as metodologias de inventariação da oferta turística vigente foi o referencial bibliográfico produzido cientificamente, em que a principal referência técnica é a metodologia desenvolvida pelo Ministério do Turismo, que é utilizada amplamente no país, apesar de se encontrar desatualizada e sem o funcionamento do sistema informatizado (INVTUR).

Os desafios gerenciais e operacionais desta proposição metodológica são consolidar a parceria com o Ministério do Turismo e órgãos estaduais de Turismo para fomentar a metodologia nas realidades regionais/locais, e adequar o processo de inventariação da oferta turística às ferramentas e recursos tecnológicos disponíveis na Academia e no Mercado.

Estudos futuros poderão discorrer de forma mais detalhada quais são os alcances e as limitações da metodologia de inventariação turística proposta neste artigo, assim como elucidar e propor questões no campo do emprego das tecnologias e sistemas digitais para potencializar e aprimorar o processo de construção de inventários turísticos, a partir de instrumentos de gestão do tempo, do gerenciamento das equipes técnicas envolvidas e da formatação de produtos (inventários turísticos) e das repercussões no desenvolvimento do turismo de municípios e territórios brasileiros.

REFERÊNCIAS

- Andrade, J. V. de. (2002). *Turismo: fundamentos e dimensões*. São Paulo: Ática.
- Barretto, M. (2009). *Planejamento responsável do turismo*. 2ª ed. Campinas, SP: Parirus.
- Beni, M. C. (2001). *Análise estrutural do turismo*. 6ª ed. São Paulo, SP: Editora Senac.
- Bissoli, M. A. M. A. (2022). *Planejamento turístico municipal com suporte em sistemas de informação*. 3ª ed. São Paulo, SP: Futura.
- Boiteux, B. do C., & Werner, M. (2009). *Introdução ao Estudo de Turismo*. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier.
- Boullón, R. C. (2002). *Planejamento do espaço turístico*. Bauru, SP: EDUCS.
- Boullón, R. C. (2005). *Os municípios turísticos*. Bauru, SP: EDUCS.
- Boyer, M. (2003). *História do turismo de massa*. Bauru, SP: EDUSC.
- Braga, D. C. (2007). *Planejamento turístico: teoria e prática*. Rio de Janeiro, RJ: Campus/Elsevier.
- Brasil. (1979). *Empresa Brasileira de Turismo. Identificação do Espaço Turístico Nacional*. Rio de Janeiro, RJ: EMBRATUR.
- Brasil. (1984). *Empresa Brasileira de Turismo. Inventário da Oferta Turística - Metodologia*. Rio de Janeiro, RJ: DIPLAN/CEBITUR.
- Brasil. (2006). *Ministério do Turismo. Inventário da oferta turística: estratégia de gestão*. Brasília, DF: Ministério do Turismo.
- Brasil. (2006). *Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Projeto Inventário da Oferta Turística*. Brasília, DF: Ministério do Turismo.
- Brasil. (2007). *Ministério do Turismo. Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 8 – Promoção e Apoio à Comercialização*. Brasília, DF: Ministério do Turismo.
- Brasil. (2007). *Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: Introdução à Regionalização do Turismo*. Brasília, DF: Ministério do Turismo.
- Brasil. (2011). *Ministério do Turismo. Inventário da Oferta Turística*. Brasília, DF. Recuperado de: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/-publicacoes/inventario-da-oferta-turistica>.
- Brasil. (2022). *Ministério do Turismo. Manual de Desenvolvimento de Projetos Turísticos de Geoparques no Brasil*. Brasília, DF. Recuperado de: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/-publicacoes/manual-de-desenvolvimento-de-projetos-turisticos-de-geoparques/ManualdeDesenvolvimentoProjetosTuristicosdeGeoparquesnoBrasilV2.pdf>.
- Brasil. (2025). *Ministério do Turismo. Mapa do Turismo Brasileiro*. Brasília, DF. Recuperado de: <https://www.mapa.turismo.gov.br>.
- Brito, A. S., & Melo, R. de S. (2013). *Projeto de inventariação da oferta turística (INVTUR): benefícios para o planejamento e gestão do turismo, sob o ponto de vista dos pesquisadores: o caso da cidade de Parnaíba (Piauí - Brasil)*. Turydes. 6(15). Recuperado de: <https://www.eumed.net/rev/turydes/15/gestao-turismo.html>.
- Cavalcante, J. de S. (2016). *Inventário turístico: sua importância para o Desenvolvimento local de Boa Vista/RR*. Textos e Debates, 2(30). DOI: <https://doi.org/10.18227/2317-1448ted.v2i30.3513>.
- Dias, R. (2008). *Introdução ao turismo*. São Paulo, SP: Atlas.
- Ferreira, P., Scalco, R., & Fonseca, V. M. (2022). *O Inventário da Oferta Turística como Estratégia de Diálogo com a Comunidade: um Estudo de Caso sobre o Parque Nacional das Sempre-Vivas e seu entorno*. Biodiversidade Brasileira – BioBrasil. Edição Temática: Gestão do Uso Público: Turismo e Lazer em Áreas Protegidas, 12(3): 284-304. Recuperado de: DOI: 10.37002/biobrasil.v12i3.1931.
- Fratucci, A. C. & Moraes, C. C. de A. (2020). *Inventário da oferta turística: reflexões teóricas para o planejamento e ordenamento do espaço turístico*. Caderno Virtual de Turismo, 20(1). DOI: <https://doi.org/10.18472/cvt.20n1.2020.1783>.
- Fuster, F. (1972). *Introducción a la teoría y técnica del turismo*. Madrid: Nacional, Tomo I.
- Fuster, F. (1972). *Teoría y Técnica del Turismo*. Madrid: Nacional, Tomo I.
- IBGE. (2022). *São Paulo*. Rio de Janeiro, RJ: IBGE. Recuperado de: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/sao-paulo/panorama>.
- Lage, B. H. G., & Milone, P. C. (2000). *Turismo: teoria e prática*. São Paulo, SP: Atlas.
- Lickorish, L. J., & Jenkins, C. L. (2000). *Introdução ao turismo*. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier.
- Lohmann, G. & Panosso Netto, A. (2008). *Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas*. São Paulo, SP: Aleph.
- Moraes, C. C. de A., Fogaça, I. F., & Soares, C. A. L. (2020). *Inventário Turístico: constatações e considerações*. Caderno Virtual de Turismo, 20(1). DOI: <https://doi.org/10.18472/cvt.20n1.2020.1749>.

- Ortiz Liñán, M. E., & Vázquez Solís, V. (2021). El inventario turístico: un instrumento de gestión territorial sustentable del turismo en atractivos naturales del estado de San Luis Potosí, México. *Investigaciones Turísticas* (21), pp. 305-327. DOI: <https://doi.org/10.14198/INTURI2021.21.14>.
- Perantoni, A., Silva, L. A. V., & Nagabe, F. (2013). Inventário Turístico: experiências acadêmicas com metodologias e práticas no planejamento do turismo no Pontal Paulista/SP. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, 3(1), pp. 62-70. Recuperado de: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/abet/article/view/3033>.
- Pérez-Hernández, I. (2018). Evaluación turística de la región ACY: inventario turístico y de prestadores de servicios. *Agro Productividad*, 11(8). DOI: <https://doi.org/10.32854/agrop.v11i8.1105>.
- Pinto, D. B., & Moesch, M. M. (2006). Inventário da oferta turística: reflexões teóricas para o planejamento e ordenamento do espaço turístico. In: *Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul*, 1, 2003, Caxias do Sul. Anais... Caxias do Sul, RS: UCS, 1 CD ROM.
- Pinto, D. B. (2007). Os desafios metodológicos para uma abordagem científica do turismo: o inventário turístico. [Dissertação de Mestrado. Universidade de Caxias do Sul]. Repositório da Universidade de Caxias do Sul. Recuperado de: <https://repositorio.ucs.br/handle/11338/283>.
- Ruschmann, D. (2005). Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente. 12ª ed. Campinas, SP: Papirus.
- Santos, P. H. J., Santos, C. A. de J., & Campos, A. C. (2021). O uso de VGI para elaboração de inventário turístico online", *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*. Turydes. Turismo y desarrollo local. Recuperado de: <https://www.eumed.net/es/revistas/turydes/diciembre2021/vgi>.
- Stigliano, B. V., & César, P. de A. B. (2005). Inventário turístico. Campinas, SP: Alínea.
- Trentin, F., & Fonseca Filho, A. da S. (2020). Gestão pública em turismo: coordenação e comunicação no processo de inventário da oferta turística. *Caderno Virtual de Turismo*, 20(1). DOI: <https://doi.org/10.18472/cvt.20n1.2020.1768>.
- Vilela C., Z. K., Quiñones Huatangari, L., Alva C., R. R., & Gamonal Guevara, U. (2023). Inventario turístico como base para la evaluación de los recursos turísticos del distrito de Chirinos, provincia de San Ignacio, Cajamarca – 2017. *Revista Científica Pakamuros*, 7(2). DOI: <https://doi.org/10.37787/7gwqy966>.
- Villa, A. G. (1992). La planificación de centros turísticos de México. Balderas, México: Editorial Limusa.
- Wahab, S. A. (1977). Introdução à administração do turismo: alguns aspectos estruturais e operacionais do turismo internacional, teoria e prática. São Paulo, SP: Pioneira.

DISPONIBILIDADE DOS DADOS

Os dados de pesquisa não estão disponíveis.

CONTRIBUIÇÃO DOS AUTORES

Marcelo da Silva Taveira: Concepção da pesquisa, revisão da literatura, coleta de dados, análise de dados e considerações finais.

Êndel Raul Pachêco da Costa: Revisão da literatura, revisão textual e considerações finais.

Editor: Luiz Carlos da Silva Flores

Editor de Seção: Bruno Fernandes Mendes