



SENADO FEDERAL

Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo

O TURISMO PÓS - PANDEMIA



Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo

O TURISMO

PÓS - PANDEMIA

Brasília – DF

SENADO FEDERAL



Mesa Diretora do Senado Federal

Biênio 2021-2022

Senador Rodrigo Pacheco

PRESIDENTE

Senador Veneziano Vital do Rêgo

PRIMEIRO-VICE-PRESIDENTE

Senador Romário

SEGUNDO-VICE-PRESIDENTE

Senador Irajá

PRIMEIRO-SECRETÁRIO

Senador Elmano Férrer

SEGUNDO-SECRETÁRIO

Senador Rogério Carvalho

TERCEIRO-SECRETÁRIO

Senador Weverton Rocha

QUARTO-SECRETÁRIO

SUPLENTES DE SECRETÁRIO

1º suplente: Senador Jorginho Mello

2º suplente: Senador Luiz do Carmo

3º suplente: Senadora Eliziane Gama

4º suplente: Zequinha Marinho

Ilana Trombka

DIRETORA-GERAL

Gustavo A. Sabóia Vieira

SECRETÁRIO-GERAL DA MESA

Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo

PRESIDENTE: Senador Fernando Collor

VICE-PRESIDENTE: Senador Flávio Bolsonaro

(17 titulares e 17 suplentes)

TITULARES	SUPLENTES
Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil (MDB, REPUBLICANOS, PP)	
Marcelo Castro (MDB)	Eduardo Braga (MDB)
Nilda Gondim (MDB)	Eduardo Gomes (MDB)
Veneziano Vital do Rêgo (MDB)	
Eliane Nogueira (PP)	
Flávio Bolsonaro (PATRIOTA)	
Bloco Parlamentar PODEMOS/PSDB/PSL (PODEMOS, PSDB, PSL)	
Izalci Lucas (PSDB)	Roberto Rocha (PSDB)
Plínio Valério (PSDB)	Rodrigo Cunha (PSDB)
Soraya Thronicke (PSL)	Eduardo Girão (PODEMOS)
Styvenson Valentim (PODEMOS)	Flávio Arns (PODEMOS)
PSD	
Angelo Coronel (PSD)	Irajá (PSD)
Carlos Fávaro (PSD)	Nelsinho Trad (PSD)
Bloco Parlamentar Vanguarda (DEM, PL, PSC)	
Chico Rodrigues (DEM)	Jorginho Mello (PL)
Zequinha Marinho (PSC)	
Bloco Parlamentar da Resistência Democrática (PT, PROS)	
Jaques Wagner (PT)	Zenaide Maia (PROS)
Fernando Collor (PROS)	Jean Paul Prates (PT)
PDT/CIDADANIA/REDE (REDE, PDT, CIDADANIA)	
Alessandro Vieira (CIDADANIA)	Cid Gomes (PDT)
Eliziane Gama (CIDADANIA)	Acir Gurgacz (PDT)

CORPO TÉCNICO DA CONSULTORIA

Márcio de Oliveira Júnior

Eduardo Ribeiro

GABINETE DO SENADOR FERNANDO COLLOR

Joberto Mattos de Sant' Anna – Chefe de Gabinete

Marcus Vinícius Caldas Souto – Subchefe de Gabinete

Leonardo Antonio Onofre de Souza – Assessor

Arthur Maciel Motta – Assessor Parlamentar

Hebert Vieira Coutinho – Assessor

CORPO TÉCNICO DA SECRETARIA DE APOIO À COMISSÃO DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL E TURISMO

Marcus Guevara Sousa de Carvalho – Secretário da Comissão

Rodrigo Barbosa de Oliveira – Secretário Adjunto

Equipe Técnica:

Daiane de Moraes Soares

Gabriel Guimarães de Oliveira

Luciana Ferreira Cardoso

Luiz Carlos Santana de Freitas

Maria Fernanda S. S. F. Cruz

Rayanne Rossi Bougleux

Sarah M. Abrahão Tolentino de Vasconcelos

Contato

Secretaria de Apoio à Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo / CDR

Senado Federal | SACDR – Anexo II, Ala Senador Alexandre Costa, Sala 07, subsolo

Fone: 61 3303-4282 e-mail: scomcdr@senado.leg.br

Brasil. Congresso Nacional. Senado Federal. Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo.

O turismo pós-pandemia / Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo. -- Brasília : Senado Federal, [2021].

140 p. : il., fots., gravs. color.

Relatório consolidado do primeiro Ciclo de Debates sobre o Turismo.

1. Comissão parlamentar, Brasil, relatório. 2. Turismo, Brasil, relatório. I. Título.

CDDir 341.2537

CICLO DE DEBATES SOBRE O TURISMO

1º semestre de 2021

PREFÁCIO

É com imensa satisfação que apresento ao público este relatório consolidado do primeiro Ciclo de Debates sobre Turismo, realizado no âmbito da Comissão de Desenvolvimento e Turismo do Senado Federal.

O ciclo teve como objetivo discutir questões conjunturais e gargalos históricos enfrentados por diferentes segmentos turísticos no Brasil, na busca de soluções criativas e ações efetivas para a promoção do setor. Os debates se desenvolveram ao longo de sete audiências públicas, além da sessão de abertura que contou com a participação do Ministro de Estado do Turismo, Gilson Machado Neto.

A publicação ora apresentada registra as contribuições de um conjunto selecionado de especialistas e representantes de mais de vinte organizações do trade turístico, assim como de parlamentares e autoridades do Poder Executivo nas esferas federal, estadual e municipal.

Os temas discutidos abarcaram segmentos expressivos da atividade turística, abrangendo desde hotéis e resorts até bares e restaurantes, passando pelo setor aéreo, eventos corporativos, navios de cruzeiros, operadoras e agências de viagens e a retomada do turismo internacional.

Como não poderia ser diferente, os debates estiveram marcados pelo tema da pandemia de Covid-19, que teve impactos negativos históricos sobre a indústria do turismo no Brasil e no mundo. Em contraste, o cenário atual é felizmente alvissareiro. A vacinação avança com rapidez em todo o país e a atividade turística dá sinais consistentes de saída da crise.

O momento é, assim, apropriado para a concretização de iniciativas efetivas voltadas ao fortalecimento e expansão do setor. Este relatório apresenta rico material de análise e inspiração nesse sentido.

As belezas e os atrativos do nosso país são numerosos e incomparáveis. Habilitam o Brasil às primeiras posições no turismo mundial.

O desafio é grande. Que a nossa determinação para enfrentá-lo seja maior.

Mãos à obra!

FERNANDO COLLOR

Presidente da Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo

ÍNDICE

Abertura e palestra inaugural do Ciclo de Debates sobre Turismo	11
1ª Mesa – “Os efeitos da pandemia sobre os segmentos de resorts e hotéis no Brasil: panorama atual, desafios e perspectivas”	21
2ª Mesa – “Os efeitos da pandemia sobre o segmento de eventos corporativos: panorama atual, desafios e perspectivas”	31
3ª Mesa – “Setor aéreo e turismo: cenário atual e desafios para o período pós-pandemia”	47
4ª Mesa – “Segmento das operadoras, agências e navios de cruzeiros: cenário atual e desafios para o período pós-pandemia”	66
5ª Mesa – “O Brasil na retomada do turismo internacional: estratégias para a ampliação de turistas estrangeiros no país”	75
6ª Mesa – “Setor de Bares e Restaurantes: cenário atual e desafios para o período pós-pandemia”	106
7ª Mesa – O papel dos parques como indutores do turismo de lazer: estratégias para a ampliação de turistas nacionais e internacionais...	123

Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo (CDR)

Ciclo de Debates sobre o Turismo

Reunião de 10/5/2021

Abertura e palestra inaugural do Ciclo de Debates sobre Turismo

A abertura foi feita pelo Senador Fernando Collor, Presidente da Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo (CDR) do Senado Federal em 10 de maio de 2021. Na oportunidade, o Senador explicou os objetivos do Ciclo de Debates a ser feito pela Comissão, dividido em Turismo e Desenvolvimento Regional.

O Senador Fernando Collor ponderou que, como não poderia deixar de ser, os debates sobre esses dois temas estarão influenciados pela pandemia da Covid 19, que impôs consequências duríssimas ao País, seja no campo pessoal ou econômico. A crise sanitária se somou, portanto, a uma crise econômica. Nesse quadro, o setor de turismo foi um dos mais afetados pela pandemia, com redução próxima a 80% em 2020 segundo o IBGE, com prejuízos, fechamento de empresas e perda de empregos. Nesse quadro, as micro e pequenas empresas sofreram mais, respondendo por 87% dos estabelecimentos fechados em 2020.



Foto: Pedro França / Agência Senado

O Senador Fernando Collor, Presidente da Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo, dá início ao ciclo de debates.

Todos os segmentos da cadeia produtiva do turismo foram afetados: bares e restaurantes, pousadas, operadoras e agências de viagens, eventos corporativos, cruzeiros e transporte aéreo, por exemplo. O conjunto do setor registrou queda de faturamento de 37% em 2020.

É nesse cenário triste e preocupante que se insere o debate feito no Ciclo de Debates promovido pela Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo do Senado Federal.

No tocante à indústria do Turismo, é importante identificar os gargalos (alguns históricos) e, a partir disso, e apontar soluções e encaminhamentos, pois o setor pede socorro após ser atingido pela crise econômica que derivou da crise sanitária. Para isso, é preciso escutar os representantes dos vários segmentos da cadeia produtiva do setor de turismo, sendo esse um dos objetivos do Ciclo de Debates organizado pela Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo do Senado Federal.

As oitavas desses representantes foram então feitas em oito audiências públicas.

A primeira delas teve início com palestra proferida pelo Sr. Gilson Machado Neto, Ministro de Estado do Turismo, que abriu o ciclo de audiências públicas.

A seguir, houve uma mesa de debates sobre o tema “os efeitos da pandemia sobre o segmento de resorts e hotéis no Brasil: panorama atual, desafios e perspectivas”, com a presença de Ana Biselli Aidar, presidente executiva da Resorts Brasil; Manoel Linhares, presidente nacional da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis – ABIH; Orlando de Souza, presidente executivo do Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil – FOHB; Milton Hênio Neto de Gouveia Vasconcelos, diretor de relação institucional da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis de Alagoas – ABIH/AL.

Seguem os principais pontos da palestra do Ministro de Estado do Turismo e da mesa de debates que se seguiu a ela.

I - Identificação

Finalidade: debater o tema *“Os efeitos da pandemia sobre os segmentos de resorts e hotéis no Brasil: panorama atual, desafios e perspectivas”*.

II – Participante

Sr. Gilson Machado Neto, Ministro de Estado do Turismo.

III – Relato da exposição do convidado

Sr. Gilson Machado Neto, Ministro de Estado do Turismo

O Ministro do Turismo iniciou sua participação mencionando a dificuldade, quando foi coordenador do grupo temático do turismo, na transição governamental, para a liberação do visto para turistas americanos, canadenses, japoneses e australianos visitarem o Brasil. Sugeriu que o Brasil pode ter perdido bilhões de dólares para países do Caribe, que seriam concorrentes no setor, apenas por exigir visto para americanos.

Relatou que, com a dispensa do visto para americanos, os números do turismo começaram a crescer, até o início pandemia. Chamou atenção para o fato de que apenas 32%



Foto: Pedro França / Agência Senado

O Ministro lembrou que uma das maiores preocupações atuais é com a sustentabilidade, com a interface entre o meio ambiente e o turismo.

dos americanos possuem passaporte e os demais viajam apenas com carteiras de habilitação (*driver's licenses*). Nesse sentido, sugeriu debate, no âmbito do Congresso Nacional, sobre se compensaria ao Brasil adotar o mesmo procedimento já praticado com a Argentina e com o Uruguai e permitir a entrada de turistas americanos e canadenses no País, apenas com a carteira de motorista. Considerou que seria vantajoso pois, segundo ele, o americano não viria ao Brasil para obter uma carteira de trabalho regida pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) e, ademais, é um dos turistas que mais gastam.

Mencionou sua participação em reunião com ministros de Turismo das Américas. Salientou que o turismo de natureza está em evidência no mundo e que, para ele, nenhum país teria a vocação que o Brasil tem nesse setor. Destacou os biomas brasileiros: o Pantanal, o Pampa, a Mata Atlântica, a Amazônia, a Caatinga, o Cerrado, e a Amazônia Azul, com mais de oito mil quilômetros de costa e mais de 800 ilhas. Ressaltou a capilaridade hídrica do País, com mais de 50 mil quilômetros de margens de rios, lagoas e represas, onde o turismo náutico poderia atuar, e afirmou que o Brasil possui a maior ictiofauna do mundo. Pontuou que o Brasil é o país mais preservado do mundo pois, segundo ele, 86% da Floresta Amazônica permanece “igual a quando Jesus Cristo veio à Terra” e 66% do território brasileiro ainda é de áreas intocadas.

Reportou que esteve com o vice-presidente da Associação Internacional de Transportes Aéreos (Iata) e constatou que o Brasil conquistou confiança do mundo no setor. Avaliou que não era esperado o sucesso obtido, em um período de pandemia, quando o ministro da Infraestrutura, Tarcísio de Freitas, liberou 22 aeroportos para concessão. Segundo o ministro, foi alcançado quase 18 vezes o valor do lance mínimo e os 22 aeroportos terão um investimento de R\$ 6,1 bilhões. Observou que parte dos adquirentes dos aeroportos são companhias estrangeiras que estão investindo no Brasil.

Destacou que o maior patrimônio que um operador turístico possui são seus funcionários, seu capital humano, e que, nesse sentido, o governo tem implementado ações para manter o fluxo de caixa das empresas e flexibilizar as relações de trabalho, para que não haja ou se minimize a perda de empregos.

Registrou que, em 2020, apesar da queda de 80% no volume do setor, em novembro, dezembro e no começo de janeiro de 2021 (antes da segunda onda da pandemia) já havia uma significativa recuperação, inclusive em alguns aeroportos. O aeroporto de Maceió teve quase 90% de sua malha aérea recuperada e o de Recife, por ser um hub, com 110% de sua malha aérea restaurada. Com esses indicativos, avaliou que, em relação às companhias aéreas da América Latina, o Brasil foi o primeiro país que teve o turismo interno recuperado, pois já havia uma melhora, em dezembro de 2020, de 85% da malha aérea nacional.

Destacou que há em torno de 147 novos hotéis sendo construídos no País, alguns de cadeias americanas, como a Hard Rock Café, que está construindo hotéis em Fortaleza, na Ilha do Sol (Paraná), em São Paulo, em Natal, em Recife, em Foz do Iguaçu, em Campos do Jordão e em Jericoacoara. Ponderou que, para que o País se torne uma oportunidade, é preciso divulgá-lo para o mundo, pois tem condições de ter no turismo uma participação no PIB tão importante como a do agronegócio. Apenas 8% do PIB brasileiro é oriundo do turismo, enquanto agronegócio responde por mais de 20%. Relatou que o turismo emprega em torno de 7 milhões de pessoas e frisou a vocação do Brasil para turismo de natureza, o que o mundo irá buscar no período pós-covid-19.

Passou a responder questionamentos dos senadores e internautas. Sobre a aprovação da Medida Provisória que transformou a Embratur na Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (MPV nº 907, de 2019 / Lei nº 14.002, de 2020), foi indagado ao ministro do Turismo como se efetivou a implementação da Agência e como ela atuará no pós-pandemia para a recuperação do turismo nacional. Respondeu que a Embratur, devido à pandemia, não está fazendo nenhuma ação no exterior. Falou da necessidade de se criar, junto ao Congresso Nacional, fonte de recursos para a Agência, e sugeriu que o Brasil obtenha recurso para investir nos Estados Unidos, porque, segundo ele, é mais perto para o americano vir para a Amazônia do que ir para Las Vegas.

Perguntado sobre quais são as ações que podem ser adotadas para estimular e desenvolver o turismo regional e ecológico, tão importantes para estados como Roraima, afirmou não ter dúvida quanto ao potencial do estado, com atrações como o Monte Roraima, a Pedra Pintada e a Serra do Tepequém. Na pesca esportiva, os maiores recordes do *peacock bass* (tucunaré) estão na Região Amazônica, no Rio Negro. Falou do barco hotel, que circula a região e possui toda estrutura e segurança, além de ser autossustentável.



O ciclo teve como objetivo discutir questões conjunturais e gargalos históricos enfrentados por diferentes segmentos turísticos no Brasil.

Lembrou que uma das maiores preocupações atuais é com a sustentabilidade, com a interface entre o meio ambiente e o turismo. Acrescentou que hoje o turista tem uma consciência ambiental muito forte, pois há locais no mundo que sofreram com o excesso do turismo, o *overtourism*. Por isso, já há vários mecanismos criados para proteger o meio ambiente, totalmente viáveis, que podem ser implementados na Amazônia.

Alertou que, se o turista não encontra preservação ambiental, publica reclamações em *sites* como o Booking.com ou o Decolar.com. Segundo o ministro do Turismo, o maior fiscal do meio ambiente, além dos órgãos federais, estaduais e municipais, é o próprio turista.

Afirmou que o Brasil é um país exportador de turista, pois envia para o mundo em torno de 11 milhões de turistas todo ano, sendo que, com a pandemia, permaneceram no País. Nesse contexto, afirmou que esses turistas se surpreenderam, pois o turismo no Brasil, nos últimos 15 anos, evoluiu muito na qualidade e na capacitação dos funcionários. Acrescentou que o País envia praticamente mais do que a população da Suíça para o mundo e que deixa em torno de US\$19 bilhões no exterior, todo ano. Desta vez, esse dinheiro ficou no Brasil e foi o que, no final do ano, ajudou alguns hotéis, principalmente no Nordeste brasileiro.

Reafirmou que o Brasil tem um turismo interno forte, com mais de 90 milhões de pessoas que viajam internamente. Ponderou, todavia, que o Ministério não deixaria de fomentar a vinda do turista estrangeiro, e pontuou que o Brasil, atualmente, é o quarto país na América Latina a receber turistas, depois do México (1º), Argentina (2º), e República Dominicana (3º). Retomando a questão da Embratur, acentuou que é grande a disputa pelo turista internacional e que são necessários recursos para divulgar o país no exterior.

Fazendo uma comparação com os dias atuais, disse que, em 1966, o Brasil tinha 90 milhões de habitantes e recebia 4 milhões de turistas estrangeiros, época em que o mundo emitia 400 milhões de turistas. Hoje, enquanto o mundo emite 1,5 bilhão de turistas, o Brasil tem em torno de 210 milhões de habitantes e recebe apenas 6 milhões de turistas. Avaliou que não houve nem o crescimento inercial e que o Brasil permanece, há mais de 20 anos, quase no mesmo patamar.

Destacou ações do governo como a isenção de vistos e a valorização da divulgação no exterior, por meio da nova Embratur. Informou que ações do Ministério do Turismo receberam moção de aplauso da Organização Mundial do Turismo (OMT). Revelou que serão feitas concessões de ativos, por exemplo, por meio do Programa Revive (uma parceria entre o Ministério do Turismo brasileiro e o Ministério da Economia de Portugal) e explicou que o Brasil possui mais de 300 imóveis de valor histórico e cultural, como o Forte Orange (Ilha de Itamaracá-PE) e o Forte de Nossa Senhora dos Remédios (Fernando de Noronha-PE).

Registrou, também, parceria com a Organização para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), para concessão dos parques nacionais, inclusive na Amazônia. Citou no Mato Grosso do Sul, a Serra da Bodoquena; o Parque Nacional de Brasília; os Lençóis Maranhenses; Jericoacoara; a Chapada dos Guimarães; e o Parque Nacional da Capivara. São mais de 300 parques a serem concedidos para que a iniciativa privada explore com sustentabilidade.

Indagado sobre o Programa Emergencial de Retomada do Setor de Eventos (Perse), que estabeleceu série de medidas de auxílio ao setor de eventos, como a possibilidade de renegociar dívidas, e sobre como pretende atuar para que as ações cheguem à ponta e atendam ao setor turístico, respondeu estar alinhado quanto ao mérito da questão, mas que infelizmente há a questão econômica.

Sobre as ações de divulgação, disse é preciso estimular o turismo de curta e média distância, e a campanha que está sendo feita em parceria com a Embratur é nesse sentido: conheçam o Brasil, viagem pelo Brasil, porque ser brasileiro é morar onde o mundo sonha em tirar férias, é estar sempre ao lado de um destino incrível. Destacou que qualquer lugar em que se estiver no Brasil hoje, há cultura, gastronomia, ecoturismo, turismo rural. Ressaltou que um dos maiores rodeios do mundo é o de Barretos, São Paulo, e que os maiores campeões de rodeio do mundo, hoje, são brasileiros.

Registrou o empenho não só em amparar o setor de hotéis, mas também o setor de guias turísticos, o setor de pequenos operadores de barcos, de barcos hotéis e as companhias aéreas. Explicou que um país continental como o Brasil tem apenas 0,4 voo por brasileiro/ano, enquanto a Argentina tem 1,2 voo por argentino/ano; os Estados Unidos têm 2,7 voos; e a Colômbia tem 0,9 voo por habitante/ano. Nesse sentido, falou que é necessário destravar a aviação e o custo da passagem no Brasil. Informou que foi criado um grupo de estudo envolvendo a Embratur; os ministérios do Turismo, da Infraestrutura, da Justiça e da Segurança Pública; todos os *players* da Associação Brasileira das Empresas Aéreas (Abear); e foram detectados os vários gargalos que o Brasil possui na aviação. Segundo ele, o maior deles é o custo do combustível.

Salientou que o Brasil possui uma fábrica de aviões de qualidade, que pode suprir toda a aviação regional, e que se hoje o País oferecesse capacidade de o brasileiro voar como o colombiano (0,9 voo por habitante/ano) haveria demanda de 400 novas aeronaves. Finalizou ressaltando que o Brasil tem fabricante: a Embraer.

Solicitado a discorrer sobre o resultado da viagem à República Dominicana, onde se reuniram mais de 18 chefes de Estado das Américas para tratar da questão do turismo, Gilson Machado Neto pontuou que a preocupação de todos é a sobrevivência do setor durante a pandemia e a recuperação no período pós-pandemia. Revelou que foi criada a Carta de Punta Cana, que tem como um dos pilares a manutenção dos empregos. Para tanto, foi sugerida a criação de um protocolo para as Américas que auxilie as agências governamentais.

Relatou que solicitou ao secretário-geral da OMT, Zurab Pololikashvili, que provocasse a Organização para definir quais serão as vacinas aceitas no mundo todo. Informou que o Brasil tem quase 78 milhões de doses distribuídas e que os participantes da reunião não tinham notícia de como estava a vacinação do Brasil.

Outra questão debatida no encontro foi a flexibilização das leis trabalhistas. Segundo Gilson Machado Neto, o emprego será escasso e, no seu ponto de vista, com a flexibilização, será melhor ganhar menos, mas manter o emprego. Sobre o tema, levantou a necessidade de legislação para os colaboradores em navios de cruzeiro. Disse que o mundo evita contratar brasileiros nesses navios e explicou: quando um brasileiro é contratado por uma companhia de cruzeiro da Austrália, a exemplo, e o navio deixa aquele país, o brasileiro pode acionar a Justiça do Trabalho do Brasil. Reforçou a necessidade de que as leis brasileiras sejam modernizadas e ajustadas às leis de trabalho internacionais.

Indagado por internauta sobre o que está sendo preparado para reativar o turismo no Brasil em meio aos *lockdowns*, disse não concordar com a medida, pois considera que há normas para garantir o distanciamento das pessoas e para aumentar a segurança. Acrescentou que o Ministério do Turismo lançou o selo *Turismo Responsável – Limpo e Seguro*, no qual há mais de 27 mil empresas cadastradas, em torno de 15 segmentos turísticos, seguindo protocolos de biossegurança. Disse acreditar que há solução sem acabar com os empregos e que o Brasil está intoxicado pela política, mas ressaltou que o turismo é apolítico. Sobre se serão debatidas as conse-

quências da pandemia para as operadoras de turismo, transportadoras e guias, afirmou que sim e que esses são os mais impactados.

Questionado sobre quais são as políticas focadas no turismo rural, respondeu que há várias, principalmente para o período pós-pandemia. Relatou que esteve com a ministra da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Tereza Cristina, e que serão reativadas as festas pecuárias no Brasil, um setor que fomenta não só tecnologia, mas cultura. Complementou que, em ação conjunta com o secretário especial de Cultura, Mario Frias, irá agregar a parte cultural aos eventos rurais, por meio da Lei Aldir Blanc. Afirmou que há cerca de R\$ 3 bilhões para capilarizar no País, por meio de mais de quatro mil secretarias de cultura que receberam verbas do governo federal.

Sobre de que forma melhorar a imagem do país no exterior para se ter demanda de novos turistas, reafirmou que é preciso ter recursos, pois a disputa é grande, e opinou que com o pouco dinheiro que se tinha, o País era divulgado erradamente. Acrescentou que o Brasil tem o carnaval, o futebol, a caipirinha, a bossa nova, mas que não é apenas isso: o rodeio, o enoturismo, o forró, o frevo, a música sertaneja, as festas de São João. Reiterou, nesse contexto, a mudança de foco da Embratur, e lembrou que, em 2019, foi realizada campanha na Inglaterra, onde o Ministério do Turismo ganhou a WTM de Londres, um dos principais eventos de turismo do mundo.

Assegurou que o Brasil tem infraestrutura, aeroportos internacionais com pistas de mais de dois mil metros em praticamente todas as capitais brasileiras, com capacidade de receber voos *charter* de qualquer lugar do mundo, além de cerca de 43 mil hotéis.

Para finalizar, respondeu sobre o turismo ecológico como um foco para movimentar a economia. Garantiu que é necessário aprender com o mundo as boas práticas, o que já está sendo feito. Exemplificou que Maragogi, em Alagoas; Porto de Galinhas, em Pernambuco; e Jericoacoara, no Ceará, recebem turistas durante todo o ano, se quiserem. Disse que é possível perenizar os navios de cruzeiro no Nordeste do Brasil e em Angra dos Reis, no Rio de Janeiro. Afirmou, por fim, que não se vislumbra, no futuro, o turismo sem o meio ambiente preservado.

Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo (CDR)

Ciclo de Debates sobre o Turismo

Reunião de 10/5/2021

1ª Mesa do Ciclo de Debates sobre Turismo

I – Identificação

Finalidade: debater o tema *“Os efeitos da pandemia sobre os segmentos de resorts e hotéis no Brasil: panorama atual, desafios e perspectivas”*.

II – Participantes

1. **Sr. Manoel Linhares**, presidente nacional da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis – ABIH;
2. **Sr. Milton Hênio Neto de Gouveia Vasconcelos**, diretor de relação institucional da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis de Alagoas – ABIH/AL;
3. **Sra. Ana Biselli Aidar**, presidente executiva da Resorts Brasil;
4. **Sr. Orlando de Souza**, presidente executivo do Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil – FOHB.

III – Relato da exposição dos convidados

Sr. Manoel Linhares, presidente nacional da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH)

O convidado iniciou sua participação recordando que, no dia 26 de fevereiro de 2020, o então ministro do Turismo, Marcelo Álvaro Antônio, convocou o Conselho Nacional de Turismo (CNT) para falar sobre a pan-

demia que estava por vir, em reunião na qual estavam presentes o ministro da Saúde e equipe, representantes do ministério da Economia e demais ministérios envolvidos na rede do turismo.

Em decorrência da pandemia, segundo o Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), o setor de turismo deixou de arrecadar, de março de 2020 a fevereiro de 2021, cerca de R\$ 250 bilhões, deixando sem emprego mais de 400 mil trabalhadores formais. Manoel Linhares reportou que, com as atividades praticamente paralisadas e chegando a ficar de portas fechadas em todo o País por vários meses, a hotelaria foi um dos segmentos do turismo mais atingidos pelo isolamento social e pelas restrições impostas pelas autoridades estaduais e municipais. Em março de 2020, mais de 80% da hotelaria ficou fechada. Explicou que os 20% que permaneceram abertos receberam passantes, profissionais da saúde e algumas linhas aéreas que permaneceram operando, o que representou uma ocupação entre 5% e 8%, sendo que o ponto de equilíbrio para manter empreendimento no setor é entre 50% e 60% de ocupação.

Destacou a edição da Medida Provisória nº 936, de 2020, (Lei nº 14.020, de 2020) que possibilitou a renegociação de contratos de trabalho e a redução proporcional da jornada de trabalho e salário, e da Medida Provisória nº 944, de 2020 (Lei nº 14.043, de 2020), que garantiu linhas de crédito para pagar o salário dos colaboradores do setor, medidas que, para o convidado, salvaram mais de 60 milhões de empregos.

Destacou a necessidade de apoio integral, por parte do governo, ao Perse, que autorizou desconto de 70% das dívidas das empresas de turismo e eventos, permitindo o parcelamento dos valores restantes, fundamental para a travessia da crise e o estímulo à retomada da atividade econômica do setor. Avaliou que, além do Programa de Recuperação Fiscal (Refis), será necessário avançar na questão da desoneração de impostos, em especial de PIS e Cofins, o que, segundo o palestrante, o governo federal, por meio do ministro da Economia, Paulo Guedes, já se comprometeu que será feito. Enfatizou que a desoneração do PIS e da Cofins é fundamental para a criação de novos empregos pelo setor e para a retomada da atividade

econômica do turismo nacional. Sobre o assunto, ressaltou que o turismo é um dos setores que mais empregam e que somente a indústria da hotelaria gera 1,1 milhão de empregos, mais do que a indústria automotiva.

Reforçou a importância para o setor da aprovação da nova Lei Geral do Turismo, votada na Câmara dos Deputados em 2019, que aguarda designação de relatoria na Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania (CCJ) do Senado Federal (Projeto de Lei nº 1.829, de 2019). Por fim, defendeu a necessidade de se tratar o turismo nacional como uma política de estado séria e indutora do desenvolvimento.

Sr. Milton Hênio Neto de Gouveia Vasconcelos, diretor de relação institucional da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis de Alagoas – ABIH/AL

Ao iniciar sua apresentação, Milton Vasconcelos destacou o esforço do governo federal para a manutenção dos empregos e afirmou que o setor hoteleiro, como parte da cadeia de turismo, se não tivesse recebido esse suporte, teria passado por situação caótica. Começou, então, a discorrer sobre o cenário da hotelaria de Maceió, Alagoas.

Destacou a relevância do turismo para o estado e afirmou que, até antes do início da pandemia, quase 30% dos empregos formais vinham do setor e que a principal fonte de arrecadação dos municípios tem origem na hotelaria. Registrou que, com a pandemia, o segmento sofreu grande impacto e, na segunda onda, iniciou o desafio já de dentro da “UTI”.

Reforçou a importância da alteração da Lei Geral do Turismo, em tramitação no Senado Federal, a qual, para ele, aglutina a demanda das entidades que compõem o turismo, pois deverá impactar do empresário ao vendedor, ao artesão e ao pescador. Solicitou celeridade em pautar a matéria e relatou que na semana da audiência na CDR precisou fazer o desligamento de 50 colaboradores, o que testemunhou ser angustiante. Concluiu chamando atenção para a necessidade de se reverter esse cenário, pois o setor ainda permanecerá estagnado durante os próximos meses. Solicitou, por fim, ao ministro do Turismo, investimento em mídia e publicidade para aquecer o setor.

Sra. Ana Biselli Aida, presidente executiva da Resorts Brasil

Ana Aida começou ressaltando a importância das medidas adotadas na área trabalhista, de cancelamento e remarcação de reservas e também na busca por soluções relativas ao crédito. Registrou a união do setor desde o início da pandemia e citou a criação do grupo G20+ do turismo, cujo objetivo foi auxiliar na identificação de soluções para atravessar a crise gerada pela covid-19. O grupo é composto por associações relacionadas ao produto turístico e hoteleiro, como destinos, agências, operadoras de viagem e o segmento de eventos.

Iniciou mostrando apresentação elaborada pelo G20+, que trouxe o seguinte questionamento: será que interessa ajudar o setor de turismo a sobreviver e a se recuperar? Considerando a vocação do País para a área do turismo, como já mencionada pelo ministro do Turismo, afirmou que sim, mesmo neste momento delicado, pois as perspectivas são positivas, não só pela geração de emprego. Lembrou que o Brasil é reconhecido mundialmente pelo potencial de emprego gerado por meio dessa atividade e relatou que o País tinha, antes da pandemia, cerca de 3 milhões de empregos diretos e aproximadamente 7 milhões de empregos, entre indiretos e invisíveis. Acrescentou que o setor tem a capacidade de movimentar mais de 500 atividades econômicas.

Ressaltou que o Brasil é reconhecido por trabalhar com o turismo doméstico e que, por isso, não é tão dependente do turista internacional. Nesse contexto, avaliou que o momento é de oportunidade, o que não significaria que, no futuro, o País não possa também investir no turismo internacional.

Observou que o setor é capaz de produzir emprego com facilidade e que, ao passar o período mais crítico da covid-19, a geração de trabalho será retomada de forma rápida. Reforçou que o segmento tem efeito multiplicador bastante significativo, gerando muitas oportunidades de emprego e de renda em vários locais do Brasil, além do desenvolvimento regional e da diminuição da desigualdade no País.

Outro aspecto abordado foi a interdependência com o setor de transportes, a exemplo das companhias aéreas, que, segundo Ana Aidar, são movidas, especialmente, pela demanda de turismo de lazer, de eventos e de turismo corporativo. Nesse sentido, a partir do setor, afirmou que será possível auxiliar a retomada das rotas das companhias aéreas, o que beneficiaria a economia como um todo.

Passou a detalhar as características do segmento de hotéis, que conta com quase 30 mil empresas. Há uma participação significativa de micro e pequenas empresas, correspondendo a 95% do segmento. Os 5% restantes são empresas de médio e grande porte, que têm relevância quanto à arrecadação em diversos municípios. Em 2019, o faturamento estimado estava em torno de R\$ 27 bilhões, gerando aproximadamente 360 mil empregos diretos, e os impostos arrecadados na esfera federal estavam em torno de R\$ 3,2 bilhões.

Mencionou existirem casos de hotéis de luxo de pequeno porte, localizados próximos a grandes polos geradores de demanda, com bons resultados, devido à demanda de brasileiros que costumavam viajar para o exterior e hoje frequentam empreendimentos próximos, que podem, muitas vezes, ter acesso de carro. O impacto no faturamento dos hotéis, de março de 2020 até os dias atuais, é da ordem de 50% ou 60%, dependendo da segmentação. Informou que a última pesquisa realizada especificamente sobre o segmento de hotéis já havia mostrado um número expressivo de demissões, acima, inclusive, da média dos dados do Caged, aproximadamente 30%.

Ainda sobre o setor de hotelaria, informou que quase todos do segmento fecharam por algum período durante os últimos 13 meses, alguns por mais tempo, como é o caso do ramo de eventos e de navios. Há também casos de hotéis que ficaram fechados, em 2020, por até seis meses. Alertou que atualmente o segmento voltou a ter vários empreendimentos fechados e lembrou que não há solução de *delivery* (como nos restaurantes) nesse tipo negócio, o que limita a recuperação.

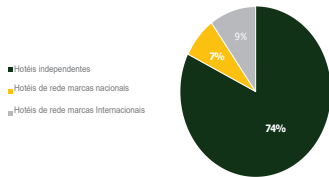
Destacou a existência de um ativo imobiliário no seguimento. Explicou que se trata de um negócio só possível a partir do próprio ativo imobiliário, o que significa que tem um alto custo fixo e uma grande folha de pagamentos. Acrescentou que, muitas vezes, no caso dos resorts, é entre 30% e 40% do custo. Revelou a dificuldade de encontrar soluções para hotéis corporativos e hotéis urbanos, pois o segmento é diferente de muitas atividades em que se consegue fazer uma mudança de rota com maior facilidade, e ressaltou que os investimentos nos ativos imobiliários são realizados essencialmente por brasileiros. Há empreendimentos de redes internacionais, que correspondem a 2% do setor, e 9% têm vínculo com alguma rede internacional, mas isso não significa que a rede investiu na propriedade. Finalizou ressaltando que a hotelaria é feita por brasileiros.

Apresentação da Sra. Ana Biselli Aidar



INVESTIMENTO NOS ATIVOS IMOBILIÁRIOS É REALIZADOS POR BRASILEIROS

Representação por tipo de propriedade



Hoteliária em números
Fonte: IJL, 2020

AS EMPRESAS DE MÉDIO-GRANDE PORTE IMPULSIONAM A GERAÇÃO DE EMPREGOS E ARRECADAÇÃO DOS MUNICÍPIOS

2/3
DO FATURAMENTO
TOTAL
R\$ 21 BIL

1/3
DO EMPREGOS
GERADOS
110.000

5%
DE TODOS
EMPREENHIMENTOS
1.400

Pesquisa de Serviços de Hospedagem (PSH)
Fonte: IBGE, 2018 (JUL 2018)

PLANO CONJUNTO ENTRE INICIATIVA PRIVADA E PODER PÚBLICO É O CAMINHO

Orlando de Souza - FOHB

PRECISAMOS DE AÇÕES ESPECÍFICAS PARA O SETOR SOBREVIVER, SE RECUPERAR E CRESCER

# 1 CURTO PRAZO	# 2 MÉDIO PRAZO	# 3 LONGO PRAZO
SOBREVIVER E RECUPERAR	REORGANIZAR	CRESCER
ALÍVIO FISCAL PL 5638	LEI GERAL DO TURISMO	REFORMA TRIBUTÁRIA
ESTÍMULO À DEMANDA	DEMANDAS TRABALHISTAS	AMBIENTE DE NEGÓCIO/ GUSTO BRASIL
- Programas para aumentar a base de consumidores de viagens e turismo (Voucher e Cassinos, exemplos)		

O TURISMO IMPACTA DIRETA E INDIRETAMENTE MAIS DE 571 ATIVIDADES ECONÔMICAS



TURISTAS PAGAM diretamente os serviços de cias, aéreas, locadoras de veículos, trem, cruzeiros, agências de viagens, hotéis, centros de convenções, restaurantes, esportes, arenas, entretenimento, recreação, etc.

AS EMPRESAS ACIMA adquirem produtos e serviços de marketing, relações públicas, limpeza, manutenção, alimentação, design, serviços de água, luz e gás, etc.

EM TODOS OS CASOS há criação de empregos que pagam salários, impostos, comissões, e geram lucro...

QUE FINANCIAM parte das atividades de agricultura, infraestrutura, tecnologia, construção civil, comunicação, educação, serviços de saúde, bancos e muito mais.

Instituto Brasileiro de Turismo
Fonte: IBTC, 2017 / Abigta, 2018

G20

Todo
Brasil é
Turismo

Para assistir ao vídeo da campanha,
[clique aqui:](#)

Sr. Orlando de Souza, presidente executivo do Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil (FOHB)

O convidado registrou como o setor se preparou desde o início da pandemia. Disse que foi elaborada uma espécie de *roadmap* de como o segmento

iria caminhar, em função da doença, e lembrou que inicialmente se achava que em 180 dias tudo estaria superado e iria começar uma nova fase.

Sobre o planejamento, explicou que a primeira fase compreende ações de curto prazo para que o setor sobreviva e se recupere. Segundo Orlando de Souza, esse é o *mindset* necessário



Foto: Pedro França / Agência Senado

"Em relação às companhias aéreas da América Latina, o Brasil foi o primeiro país que teve o turismo interno recuperado."

para o momento, pois não se pode pensar em grande retomada repentinamente. Alertou que é preciso sobreviver com alguma capacidade saudável para que, na retomada, haja tração suficiente para acompanhar a velocidade potencial de recuperação.

Ressaltou que todas as ações efetivadas pelo governo – medidas trabalhistas, redução ou suspensão de contrato de trabalho, alívio fiscal por meio do Perse – foram no sentido de fazer com que as empresas de hospedagem conseguissem sobreviver a uma crise de demanda sobre a qual não se tem controle e, nesse sentido, alertou para a necessidade de se pensar em estímulo de demanda. Lembrou que, conforme Ana Aidar explicou, existe uma demanda reprimida na área do lazer, mas observou que o mesmo ainda não ocorre nas áreas de hotelaria e de negócios que envolvem congressos, feiras e convenções, que dependem de vacinação mais consistente e rápida.

Citou dois exemplos de ações que teriam impacto imediato na demanda. Uma delas é um *voucher* turismo, cuja proposta está sendo desenvolvida pelo G20+ e outras empresas do setor. Solicitou apoio da CDR à iniciativa, por ser uma ferramenta que estimularia rapidamente a demanda. Outro ponto destacado foi a questão dos cassinos, que acredita serem indutores de demanda. Argumentou serem projetos concretos, pois não

adiantaria somente o alívio na folha de pagamento, no cashflow dos hotéis, sem um impacto de indução de demanda.

No médio prazo, o foco seria a reorganização do setor para o retorno às atividades. Reiterou a necessidade de atualização da Lei Geral do Turismo, o que considerou um mecanismo importante na regulação do setor. Sobre as demandas trabalhistas, avaliou que o mercado mudou, assim como as relações de trabalho, e que a hotelaria possui intensa mão de obra, seu maior insumo. Defendeu, portanto, que essas demandas sejam vistas, no caso específico da hotelaria, como uma ferramenta importante para a reorganização do setor no médio prazo. No longo prazo, destacou a reforma tributária como sendo de importante impacto na hotelaria e ressaltou que o setor perdeu muita competitividade por causa do ambiente de negócios e do custo Brasil.

Sobre a afirmação trazida por Ana Aidar de que o turismo impacta direta e indiretamente mais de 500 atividades econômicas, afirmou ser um estudo feito pela professora Mariana Aldrigue, da Escola de Administração e Turismo da USP, São Paulo, com dados do World Travel and Tourism Council (WTTC). Explicou que foi verificada a espiral que começa com os turistas que pagam diretamente pelo serviço que consomem, como companhias aéreas, locadoras, trens, cruzeiros, hotéis. O recurso que entra para essas empresas faz com que elas adquiram produtos, serviços de máquinas, de relações públicas, de energia, de *design*, de alimentação, ou seja, se transformam em compras para outros setores. Nessas empresas beneficiadas com as compras das empresas de turismo, em todos os casos, há criação de empregos, pagamento de salários, recolhimento de impostos, comissões, lucro, onde se localiza o grande impacto da geração de renda referida. O convidado explicou que essa renda financia parte de atividades que muitas vezes não são vistas como impactadas pelo turismo, como a agricultura, a infraestrutura, a tecnologia, a construção civil. Concluiu que a espiral é muito mais ampla que o momento em que o turista simplesmente paga o valor de uma diária de hospedagem, pois cria um efeito virtuoso que chega, por exemplo, ao agronegócio.

2ª Mesa do Ciclo de Debates sobre Turismo

1ª parte: Abertura

Na segunda audiência do Ciclo de Debates, realizada em 17 de maio de 2021, o Senador Fernando Collor, Presidente da Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo do Senado Federal, deu início aos trabalhos reafirmando o objetivo de discutir os impactos da pandemia sobre os diversos segmentos da cadeia de produção do turismo. Na segunda mesa, discutiram-se “os efeitos da pandemia da Covid 19 sobre o segmento de eventos corporativos: panorama atual, desafios e perspectivas”. Participaram Sr. William França, secretário nacional de Desenvolvimento e Competitividade do Ministério do Turismo; Sr. Armando Campos Mello, conselheiro da União Brasileira de Feiras e Eventos de Negócios (Ubrafe); Sr. Gervásio Tanabe, presidente Executivo da Associação Brasileira de Agências de Viagens Corporativas (Abracorp); Sr. Doreni Caramori Junior, presidente da Associação Brasileira dos Promotores de Eventos (Abrape); Sra. Fátima Facuri, presidente da Associação Brasileira de Empresas de Eventos (Abeoc); Sra. Danielle Govas Pimenta Novis, superintendente do Maceió Convention & Visitors Bureau (MC&VB).

O Senador Fernando Collor iniciou a audiência com algumas observações. Em primeiro lugar, o Senador apontou os impactos negativos da pandemia sobre setores intensivos em mão de obra, como o turismo, nos quais houve o aumento do desemprego e o fechamento de empresas. Todavia, o Congresso Nacional não ficou inerte, tendo aprovado o Programa Emergencial de Retomada do Setor de Eventos (PERSE).

Além disso, o Senador Collor afirmou que a discussão dos problemas do setor de turismo é importante para a retomada econômica e para a construção de planos de desenvolvimento pós pandemia. Como exemplo, o Senador citou o “turismo verde”, pois o Brasil tem uma das maiores áreas preservadas do mundo. O Senador Fernando Collor fez também um resumo das exposições feitas pelo Ministro do Turismo, Sr. Gilson Machado, e pelos expositores que participaram da primeira audiência do Ciclo de Debates (ver a seção anterior), destacando que os incentivos ao turismo têm impactos multiplicadores sobre outros setores econômicos e sobre a oferta de empregos, dado que o setor é intensivo em mão de obra. Por essas razões, a recuperação do setor de turismo constitui em “pedra de toque” para a economia brasileira.

A seguir, o Senador Fernando Collor traçou um panorama dos efeitos da pandemia sobre o chamado turismo de negócios. O segmento de viagens a negócios foi um dos mais afetados pela crise, com queda de 90,2% e de 81,7% no segundo e terceiro trimestres de 2020, respectivamente. Nesse quadro, os espaços e equipamentos destinados aos eventos ficaram ociosos e tiveram que ser destinados a outros usos. Ainda assim, houve ociosidade; dado o alto custo fixo associado a esses espaços e equipamentos, ela onera sobremaneira os empresários do setor.

De acordo com a análise feita pelo Senador Collor, especialistas afirmam que os eventos mudarão após a pandemia. Haverá mais eventos curtos e no formato online, o que levará à redução do número de viagens. Contudo, no médio prazo, os eventos presenciais devem ser resgatados. A ideia de que os efeitos serão sempre online se baseia em um pressuposto incorreto de que há substituição perfeita entre esses eventos e os presenciais. Esses últimos são preferíveis aos primeiros, pois viabilizam o networking e um aprendizado mais qualificado. Finda a pandemia, os eventos presenciais serão retomados, com impactos positivos sobre o setor de turismo.

Feitas essas considerações iniciais, foram propostos alguns pontos a serem discutidos pelos expositores: o aprendizado com a experiência internacional, ou seja, que medidas estão sendo empregadas em outros países

e que poderiam ser adotadas aqui? As inovações no turismo de negócios podem levar à criação de novos produtos? As tendências de turismo em espaço aberto e ecológico se aplicariam às viagens de negócios?

I - Identificação

2ª Mesa do Ciclo de Debates sobre Turismo

Finalidade: discutir o tema: *“Os efeitos da pandemia sobre o segmento de eventos corporativos: panorama atual, desafios e perspectivas”*.

II - Participantes

1. **Sr. William França**, secretário nacional de Desenvolvimento e Competitividade do Ministério do Turismo;
2. **Sr. Armando Campos Mello**, conselheiro da União Brasileira de Feiras e Eventos de Negócios (Ubrafe);
3. **Sr. Gervásio Tanabe**, presidente Executivo da Associação Brasileira de Agências de Viagens Corporativas (Abracorp);
4. **Sr. Doreni Caramori Junior**, presidente da Associação Brasileira dos Promotores de Eventos (Abrape);
5. **Sra. Fátima Facuri**, presidente da Associação Brasileira de Empresas de Eventos (Abeoc);
6. **Sra. Danielle Govas Pimenta Novis**, superintendente do Maceió Convention & Visitors Bureau (MC&VB).

III - Relato da exposição dos convidados

Sr. William França, secretário nacional de Desenvolvimento e Competitividade do Ministério do Turismo

O convidado, representante do Ministério do Turismo do Brasil, explicou que o ministro Gilson Machado Neto não pôde comparecer à Comissão, pois se encontrava em Madri, naquele momento, para participar de reunião de ministros do Turismo. Na oportunidade, ele também visitaria a Feira Internacional de Turismo (FITUR), que acontece na capital da Espanha, de onde trará sugestões e ideias para a reativação do setor.

Em sua opinião, o setor de eventos foi o mais impactado pela pandemia, seguido pelo segmento de eventos corporativos e viagens de negócios.

Entende que a retomada dos eventos presenciais, sobretudo na indústria do turismo, deverá acontecer, pois ela é feita de pessoas e emoções. Em que pese a reunião virtual resolver algumas questões, interação pessoal é muito importante nessa área; as pessoas preferem contato B2B (business to business). Portanto, para ele, a situação voltará a uma rotina próxima à do cenário anterior.

O setor aposta na vacinação, pois acredita que deixará as pessoas mais seguras para viajar, se encontrar com outras e se reunir. Exemplos no exterior demonstram essa afirmativa, pois países que atingiram grau expressivo de vacinação gradativamente voltaram ao normal. Citou Estados Unidos, em que alguns estados não exigem máscaras em locais abertos.

Solicitou apoio dos senadores e da Comissão para o setor, pois, apesar da tendência de retomada, ela não acontecerá imediatamente.

Disse que, no primeiro semestre de 2021, o Ministério do Turismo fez apenas o evento Gramado Summit, quando costumava fazer dez, em média, nesse período. Apesar de importante, foi um evento pequeno em proporções físicas, pois havia poucos palestrantes e pouco público presente. E não há nenhum evento confirmado para o primeiro semestre; somente planejado. A feira internacional World Travel Market, após ter sido adiada várias vezes em 2021, foi postergada para 2022.

Em sua opinião, o setor precisa ser redesenhado, pois, durante um bom tempo ainda deve conviver com eventos híbridos, parte presencial, parte on line. Além disso, a consultoria Bain & Company estima redução definitiva de 35% do setor, o que impactará não só operadoras de eventos,

mas também companhias aéreas, hotéis e agências de turismo corporativo e de negócios.

Sustentou que eventos nos moldes tradicionais, mesmo corporativos, como os realizados em grandes centros de convenção, deverão migrar para o ar livre. A pandemia fez surgir novas modalidades de turismo, como o chamado *glamping*, que consiste em camping de alto padrão, que pode ser objeto de ação corporativa de empresa com estrutura de menor porte.

Comentou que o Ministério tem pesquisado turismo em lugares estratégicos, como Alter do Chão, em Santarém, no Pará, uma das praias mais lindas do mundo; uma área aberta em plena Amazônia; e que estará lá, em duas semanas, para tentar estruturar o local para atrair grandes reuniões de empresas em eventos corporativos. Disse que no local há um centro de convenções sendo finalizado com recursos do BNDES; que o governo do Estado do Pará tem aportado recursos; que existe expectativa de grandes redes hoteleiras ocuparem o espaço, como a rede Fasano, que já demonstrou interesse; e, que o Ministério pretende discutir a questão da qualificação e da formação de mão-de-obra. Acrescentou que o piloto Lewis Hamilton, da Fórmula 1, tem planos de fazer na região uma etapa do circuito mundial da Fórmula E, de carros elétricos, que corre por áreas *off road*. Afirmou que o Ministério tem intenção de deixar esse legado estruturado.

Ao ser questionado sobre políticas públicas para o setor nesse período da pandemia, citou a MP nº 948, de 2020, apelidada de “não cancele, remarque”, convertida em lei e objeto de campanha publicitária por parte do Ministério do Turismo. Ela visa a estimular os consumidores a renegociarem, ao invés de cancelarem os eventos contratados. Por terem perdido fluxo de caixa e não terem de onde tirar o dinheiro, muitas empresas quebrariam se a pessoa exigisse reembolso imediato, de acordo com a lei dos direitos do consumidor. Acrescentou que a MP estabelece prazo limite de até final de 2021 para negociações, pois o cenário, àquela época, apontava para um desfecho mais breve da crise; ainda nem se falava em vacina naquele momento e se pensava numa espécie de imunização coletiva.

A MP 948 foi aplicada. O Ministério fez convênio com a Secretaria Nacional do Consumidor e com o Ministério da Justiça e inseriu o segmento do turismo na Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon), reservada, antes, a grandes bancos e telefônicas. Explicou que a Senacon consiste em plataforma de negociação direta, em que o consumidor fala com a empresa.

Houve adesão imediata de grandes empresas de turismo, como Decolar, CVC, entre outras, além do setor aéreo, interessados em negociar novas datas e evitar a judicialização. Evitou-se que as empresas tivessem que pagar multas e correção devido aos cancelamentos.

Afirmou que a MP 948 foi convertida em lei, cuja vigência termina dia 31 de dezembro de 2021, mas que será reeditada. Recentemente, o governo editou a MP 1.036 que prorroga os efeitos da legislação anterior para 31 de dezembro de 2022, dando um ano a mais para que os contratos e eventos já vendidos possam ser remarcados.

Solicitou apoio do Senado Federal para aprovação da MP nº 1.036, de 2021 o mais rápido possível e, se for viável, com apresentação de emenda que destine recursos ao setor do turismo e aperfeiçoe a legislação.

Disse que, em relação a políticas públicas, também houve legislação para criação de regras específicas para eventos de cunho mais cultural. A Secretaria Especial de Cultura repassou R\$ 3 bilhões de recursos da Lei Aldir Blanc diretamente para produtores. Ressaltou que, além disso, R\$ 5 bilhões – o que significa 25 vezes o orçamento total do Ministério – foram destinados exclusivamente para empresas que fazem parte do Cadastro Único do Turismo, o Cadastur.

Lamentou que, deste valor, somente R\$ 1 bilhão chegou ao empreendedor, e que o restante ficou preso no sistema bancário, porque as empresas não possuem garantia para contratar o crédito. O Congresso Nacional, então, criou mecanismos que pudessem dar segurança ao sistema bancário, como lastros, fundings, seguros, fundos garantidores e o Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (PRONAMPE).

Segundo ele, o desafio agora consiste em fazer com que os recursos cheguem aos 80% de pequenos e médios empreendedores das empresas do setor, justamente os que estão com dificuldades.

Mencionou que o Distrito Federal iniciou uma espécie de teste para a retomada dos eventos festivos e comemorativos. Liberou casamentos, aniversários e pequenas reuniões, desde que obedecidas algumas limitações e protocolos sanitários; num segundo momento, pretende autorizar eventos corporativos.

Observou que o Ministério do Turismo lançou o Selo Turismo Responsável, programa do governo para retomada do turismo, ao qual aderiram 27.871 estabelecimentos, em todo o País. Para tal, a empresa acessa protocolo estabelecido para o segmento no qual se enquadra – há regras para bares, hotéis, locadoras, entre outros –, analisa se está apta, faz o cadastro, baixa o selo e pode exibi-lo na porta do estabelecimento ou nas redes sociais. Trata-se de uma forma de garantir que ela se preocupa com a segurança dos seus empregados e dos que visitam o estabelecimento.

Sr. Armando Campos Mello, conselheiro da União Brasileira de Feiras e Eventos de Negócios (Ubrafe)

O conselheiro da Ubrafe disse que o setor, que já fez mais de 2 mil feiras de negócios em todo o País, gera R\$ 1 trilhão por ano. Também realiza feiras em todo o continente. No Brasil, elas estão mais concentradas nas Regiões Sul e Sudeste, especialmente no Estado de São Paulo, que alavanca R\$ 305 bilhões por ano com oferta diária de 350 mil metros quadrados de pavilhões.

Comentou que a Copa do Mundo, apesar de não ter sido boa para a cidade de São Paulo em relação a eventos de negócios – pois as feiras ficaram suspensas nesse período –, propiciou renda considerável para o restante do Estado, pois alojou 16 seleções. Além disso, a hotelaria encheu no primeiro fim de semana após a competição.

Esclareceu que, das 2 mil feiras brasileiras citadas, 1,2 mil são do agrogócio, multissetoriais, realizadas em espaços abertos na sua maior parte.

Acrescentou que, na área de congressos, o Brasil está entre os 20 maiores destinos mundiais; e, na América, fica atrás apenas dos Estados Unidos, do Canadá e da Argentina. Atualmente, congressos estão sendo realizados, principalmente na área de saúde, de forma também híbrida, para atender às necessidades do momento.

Enfatizou que o setor de feiras e eventos precisa retornar e, para tal, já elaboraram protocolos para volta das atividades tanto em pavilhões quanto ao ar livre. Entretanto, considera que o evento presencial é forma mais consistente de obter resultados e pediu colaboração do Senado brasileiro para o retorno das feiras, principal ferramenta de promoção comercial e ambiente democrático, em que convivem stands de 1000 m² de grandes empresas ao lado de pequenos negócios.

As feiras representam segmentos econômicos; e a Ubrafe está presente em mais de 52 delas. Acredita que elas deverão retornar brevemente em caráter nacional, movimentando a indústria do Brasil, mas, num primeiro momento, até pela dificuldade de viagens internacionais, não deve haver volume excessivo de público.

Apresentação do Sr. Armando Campos Mello

FEIRAS DE NEGÓCIOS
A mais completa ferramenta de mídia presencial no Brasil, atendendo a empresas de todos os portes e setores produtivos da economia.

1º Ciclo de Debates sobre o Setor de Turismo
Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo – Senado Federal
17/06/2021 – 18 horas

A UBRAFE

- UBRAFE – União Brasileira de Feiras e Eventos de Negócios
- Fundada em 1986;
- Mais de 100 feiras de negócios em seu calendário anual
- 35 empresas associadas - as principais empresas do setor de promoção comercial.

A UBRAFE – União Brasileira de Feiras e Eventos de Negócios é a associação de empresas promotoras e organizadoras de feiras e exposições, centros de exposições, empresas de logística internacional, de infraestrutura, serviços e monitoradoras de estandes. Sendo uma entidade privada sem fins lucrativos, criada em 1986, representa institucionalmente e politicamente o setor de feiras de negócios junto a todos os segmentos da economia brasileira, fazendo parte do Conselho Nacional de Turismo de São Paulo, e tem como objetivo congrega e fortalecer as empresas do setor de promoção comercial no cenário nacional e internacional. Resultamos que no Brasil existem mais de 2.000 feiras de negócios, incluindo o Agronegócio, que por sua vez dará a representativa econômica e social do nosso setor.

Brasil – o País das Feiras

TOTAL 2009

FEIRAS POR REGIÃO BRASILEIRA	TOTAL
NORTE	75
NORDESTE	272
CENTRO OESTE	147
SUDESTE	834
SUL	681
TOTAL - TOTAL - 1000/09 - 2.009	

REGIÃO NOROESTE: 272 FEIRAS
REGIÃO NORDESTE: 75 FEIRAS
REGIÃO CENTRO OESTE: 147 FEIRAS
REGIÃO SUDESTE: 834 FEIRAS
REGIÃO SUL: 681 FEIRAS

Fontes:
 • Conselho Ubrafe – Principais Feiras de Negócios do Brasil
 • Conselho de Feiras e Exposições (CONEFE)
 • Conselho Fenas Brasil
 • Conselho Brasileiro das Feiras de Agronegócio
 • Site Ubrafe Brasil
 • Site Ubrafe São Paulo
 • Site 90 Trade

Feiras de Negócios / Promoção Comercial Brasileira

Principal indutor do Turismo de Negócios do País

Ondas Multiplicadoras

As Feiras de Negócios ou B2B movimentam 50 ramos setoriais econômicos do País

The diagram shows a central core of 'Feiras de Negócios' (Trade Fairs) surrounded by concentric rings of sectors that are impacted. The sectors include:

- Empresas Comerciais
- Empreendedorismo
- Indústria
- Deixar de Alugar
- Logística
- Transporte
- Comunicação
- Montagem Desmontagem
- Empresas Operadoras e Locadoras
- Empresas de Serviços
- Empresas de Manutenção
- Empresas de Segurança
- Empresas de Limpeza
- Empresas de Construção
- Empresas de Energia
- Empresas de Saúde
- Empresas de Educação
- Empresas de Turismo
- Empresas de Alimentação
- Empresas de Vestuário
- Empresas de Beleza
- Empresas de Têxtil
- Empresas de Papel
- Empresas de Plástico
- Empresas de Metalurgia
- Empresas de Cerâmica
- Empresas de Vidro
- Empresas de Madeira
- Empresas de Têxtil
- Empresas de Papel
- Empresas de Plástico
- Empresas de Metalurgia
- Empresas de Cerâmica
- Empresas de Vidro
- Empresas de Madeira

IMPACTO E RESULTADOS DOS EVENTOS COM FOCO EM GERAÇÃO DE NEGÓCIOS NO ESTADO DE SÃO PAULO



Volume de Negócios Gerados por Eventos no Estado de São Paulo

- Valor* do Impacto anual na Economia Brasileira na geração de resultados para as empresas expositoras dos eventos:

R\$ 305 Bilhões de Reais

O equivalente a 4,6% do PIB Nacional

* Estes valores foram gerados em eventos de negócios realizados no Estado de São Paulo.



R\$ 1 Trilhão de Reais se projetar os números nacionais

Volume de Investimentos no Setor de Eventos = R\$ 16,3 bilhões/ano



Principais Números dos Eventos com foco na Geração de Negócios no Estado de São Paulo



"Fazer a Economia girar..."

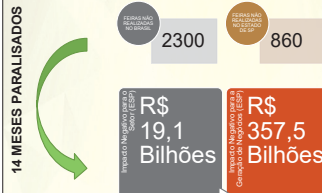
- Existe um **FATOR DE GERAÇÃO DE NEGÓCIOS** que potencializa a participação de empresas em eventos



R\$1 = R\$35

Cada R\$1,00 investido por empresas em eventos com foco em negócios resultou em um alto retorno e gerou vendas R\$ 35,00 para as empresas expositoras.

PERDAS DEVIDO A PANDEMIA



ABEOC BRASIL



- ABEOC Brasil – Associação Brasileira de Empresas de Eventos
- Fundada em 1977;
- Associadas em diversos segmentos que compõem a cadeia de eventos corporativos, principalmente na organização.

A ABEOC BRASIL tem por finalidade coordenar, orientar e defender os interesses de suas associadas, representadas por empresas organizadoras, promotoras e prestadoras de serviços para eventos, cadastradas no Ministério do Turismo, conforme Lei Geral do Turismo 11.771/08 e seu Decreto Regulamentador. Hoje, a ABEOC BRASIL está presente e regulamentada em 12 Estados: Bahia, Ceará, Espírito Santo, Goiás, Minas Gerais, Mato Grosso, Paraíba, Pernambuco, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, e São Paulo, sempre estimulando a prática de atividades com um elevado sentido ético nas relações entre as associadas e, entre estas e o mercado.

Brasil – Top 20 em Congressos

2019 RECORDE DE CONGRESSOS NO MUNDO

ICCA Statistics 2019 Top 20 Country and City Rankings

Rank	Country	2019	2018	USA
1	France	227	191	794
2	Spain	194	171	741
3	Italy	176	154	691
4	Germany	158	141	578
5	Japan	152	137	565
6	USA	149	141	564
7	Canada	125	117	425
8	UK	124	117	424
9	China	118	111	381
10	Portugal	118	107	381
11	USA	117	111	380
12	Spain	116	111	379
13	USA	115	111	378
14	USA	114	111	377
15	USA	113	111	376
16	USA	112	111	375
17	USA	111	111	374
18	USA	110	111	373
19	USA	109	111	372
20	USA	108	111	371

- A Icca (Associação de Congressos e Convenções Internacionais) registrou um número recorde de congressos em 2019. De acordo com as estatísticas da associação, foram 13.254 encontros realizados, a maior taxa anual já registrada pela entidade, com um aumento de 317 em relação a 2018, que já havia sido um recorde.
- Brasil marcou seu lugar no Top 20.
- Apenas 4 países das Américas no Top 20 - EUA, Canadá, Argentina e Brasil.
- O Brasil se encontra na 20ª posição, com 209 reuniões realizadas.

Brasil – Top 20 em Congressos

“ESSES NÚMEROS MOSTRAM A NECESSIDADE E A IMPORTÂNCIA DE EVENTOS PRESENCIAIS E, CONSEQUENTEMENTE, QUE O SETOR SERÁ FUNDAMENTAL NA RECUPERAÇÃO GLOBAL QUANDO FOR A HORA CERTA.”

CEO da Icca, Senthil Gopinath

Fonte:
Icca (Associação de Congressos e Convenções Internacionais) – Ranking 2019



Brasil – Retomada dos Congressos

Há grande expectativa do setor para o último trimestre de 2021 com:

- ▶ Vacinação atingindo percentual de segurança.
- ▶ Estabelecimento de um protocolo sanitário nacional (ABEOC Brasil / UBRAFE / Abrace já têm documento avaliado pelo Corpo Clínico do Hospital das Clínicas de São Paulo (Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/1V4u-gosaw6w-ut-4eDAs1g3JxtL4fo2m6/view?usp=sharing>).
- ▶ Concentração dos eventos repredados ao longo da pandemia. Isolamento tem mostrado o quanto a interação presencial faz falta.

O Brasil tem infraestrutura e atrativos, mas para há necessidade de articulação estratégica com o Mtur para o Turismo de Negócios, para atração e captação de grandes congressos internacionais.



Sr. Gervásio Tanabe, presidente executivo da Associação Brasileira de Agências de Viagens Corporativas (Abracorp)

O Sr. Gervásio Tanabe agradeceu a oportunidade do evento, que possibilita encontro com toda a cadeia que orbita o setor de viagens, especificamente o de eventos.

Afirmou que as informações vindas do exterior sobre experiências internacionais de retorno às atividades são motivadoras. A China já está realizando eventos corporativos; a receita do mercado aéreo doméstico chinês foi apenas 2,3% abaixo da do ano de 2019; alguns estados liberaram uso de máscaras nos Estados Unidos; o serviço aéreo doméstico americano transportou, no mês de março de 2021, mais de 40 milhões de pessoas – longe do quase 1 bilhão de pessoas transportadas em 2019, mas número promissor, pois significa 14% a mais da quantidade de passageiros de março de 2020.

Isso demonstra que o setor de turismo, tanto o corporativo quanto o de lazer, pode rapidamente se recuperar, pois é diferente de uma linha de produção, que tem demanda programada. Ele envolve grande número de pessoas e é impactante do ponto de vista de reação de negócios.

Comentou que, em Barcelona, no início do ano, fizeram evento para 5 mil pessoas, e o nível de contaminação pela covid-19 foi muito baixo, o que mostra que, desde que as empresas se preparem, eventos podem ser realizados. Ressaltou a necessidade de uso de máscaras e álcool em gel.

Entende que o uso de plataformas online vai continuar, mas tem dúvidas sobre até que ponto esse meio é capaz de criar conexão. Questionou, por exemplo, se num treinamento on line, o funcionário conseguiria reconhecer, absorver e interiorizar valores da empresa. Da mesma forma enxerga o processo de vendas; duvida que o cliente seja conquistado on line como o seria se o vendedor estivesse frente a frente com ele.

Para ele, o modelo de negócios deve sofrer mudanças, naturais em razão da covid-19, mas o setor tem convicção de que eventos corporativos irão retornar, desde que obedeçam a alguns critérios e cuidados. Ressaltou que companhias aéreas, agências de viagens, rede hoteleira, todos estão, de certa forma, procurando se proteger.

Concordou que a covid-19 vai obrigar à realização de eventos externos. No Nordeste, há vários lugares para esse tipo de experiências, e a Abracorp vê como positiva a descentralização dos eventos. Eles provavelmente deixarão de acontecer somente nas capitais, como Rio de Janeiro e São Paulo, o que vai aquecer o setor aéreo, o de turismo e o de serviços.

Concordou com William França sobre a capacidade de o setor de turismo reagir, bem como sobre a importância da vacinação para o retorno às atividades. Manifestou, entretanto, preocupação sobre o ponto da testagem, para dar segurança à realização de eventos e estimulá-los, questão que não é abordada no Brasil como acredita que deveria ser. Comentou que os países que estão retornando às atividades de convívio presencial cuidam tanto da vacinação quanto desse ponto.

Ao finalizar sua exposição, pediu apoio do Senado Federal para a aprovação da lei geral do turismo e para o PL nº 908, de 2021, que trata da responsabilidade solidária das agências de viagem.

Sr. Doreni Caramori Junior, presidente da Associação Brasileira dos Promotores de Eventos (Abrape)

O Sr. Doreni Caramori Junior destacou o forte impacto da pandemia no setor de turismo e no de eventos, que trabalham com matéria-prima do encontro, da aglomeração e da convivência. Referendou o que os convida-

dos anteriores afirmaram sobre o papel fundamental do setor de eventos na retomada das atividades econômicas do País, especialmente na geração de empregos e de oportunidades de forma rápida. Ao contrário de uma indústria, que para crescer necessita de construção de nova planta, para o setor basta estímulo para que aconteçam eventos e iniciativas em todo o Brasil.

Chamou atenção para o momento vivido pelo segmento de eventos, corporativos e não corporativos, que estão há mais de 15 meses com atividades completamente paralisadas e precisarão sobreviver a mais um período de inatividade, pois não poderão retornar num curto espaço de tempo.

Agradeceu a aprovação da Lei nº 14.148, de 2021, que contou com votação unânime no Senado, e pediu apoio para a análise dos vetos, que deverá acontecer em breve, bem como para o exame dos dispositivos legais complementares, que são as medidas provisórias que integram os temas do Programa Emergencial de Retomada do Setor de Eventos (Perse). Citou o PL nº 5.575, de 2020, que se refere ao Pronampe; a Medida Provisória nº 1.028, de 2021, de facilitação do acesso ao crédito; a Medida Provisória nº 1.036, de 2021, que trata de medidas emergenciais para atenuar os efeitos da crise nos setores de turismo e de cultura; e as Medidas Provisórias nº 1.045 e nº 1.046, de 2021, referentes à suspensão dos contratos de trabalho, importantes para a sobrevivência do setor. Conta também com a contribuição do Congresso na pressão junto ao governo, para que os termos de regulamentação sejam implementados.

Ponderou que o setor gostaria de estar pleiteando não essas questões, mas a retomada das atividades. Entretanto, devido aos fatores epidemiológicos, é necessário implementar medidas de sobrevivência até o retorno.

Ressaltou que, em que pese às decisões do Supremo terem transferido a estados e municípios a administração compartilhada do combate à pandemia, entende que medidas legislativas poderiam ser editadas de forma a garantir a retomada das atividades do setor mais brevemente. Mencionou que a vacina tem sido considerada resposta para essa volta, mas que o Congresso poderia garantir o retorno das atividades a partir de determinado percentual de vacinação.

Em sua opinião, se as feiras e os congressos que acontecerão ano que vem puderem ser vendidos hoje, e consumidor, empresas e clientes se sentirem seguros, isso permitirá que a empresa de eventos se mantenha viva até lá. Só haverá segurança, todavia, se houver legislação que impeça medidas restritivas a partir de determinado nível de vacinação. Considera que medidas legislativas de apoio à retomada, antecipadas e com abrangência nacional, evitariam custo de convencimento e negociação nos 5 mil municípios brasileiros.

Sustentou que essas medidas não confrontariam condições epidemiológicas, mas, ao contrário, estariam assegurando que, a partir de percentual significativo de vacinação e, em função, especialmente, dos índices internacionais, todos poderiam ter segurança de que os eventos aconteceriam e de que não haveria medidas restritivas isoladas. Acredita que essa forma evita o subjetivismo de governadores, prefeitos, Ministério Público e Poder Judiciário; cria um norte único; e permite que setores produtivos e seus clientes, nacionais e internacionais, se organizem.

Reiterou que, além das decisões sobre protocolos e medidas restritivas – fundamentais em nível estadual e municipal –, o setor precisa saber em que momento poderão dar segurança ao mercado sobre quando e como retornar, para começar a vender os eventos, e, conseqüentemente, manter as empresas vivas.

Precisou que não há dúvida de que as feiras de negócio voltarão a acontecer em 2022, mas aguardar que 70% da população esteja vacinada para abrir o processo de compra colocará em risco as empresas. É necessário antecipar esse período de compra, o que só acontecerá dando segurança ao setor e aos clientes.

Sra. Fátima Facuri, presidente da Associação Brasileira de Empresas de Eventos (Abeoc)

A convidada afirmou que não concorda com institutos de pesquisa, segundo os quais os eventos não voltam mais da maneira que eram. Acredita ser impossível que o setor que representa faça somente eventos virtuais.

Frisou que é necessário considerar que as entidades presentes à Audiência Pública representam mais de 50 setores econômicos, que movimentam cadeia de serviços de milhões de empregos e milhares de empresas.

Além disso, considera importante destacar que, em março de 2020, início da pandemia, o setor, que naquele momento contava com projeções de crescimento de 80%, teve que desmontar eventos que já estavam vendidos. Precisa, agora, não apenas retomar as atividades, mas entregá-los, até para que as empresas não sejam processadas judicialmente, principalmente o setor de feiras e congressos. Alguns promotores de eventos avaliam esses prejuízos em mais de R\$ 200 milhões.

Mencionou que a paralisia do setor tem efeito cascata, pois os eventos de negócios são responsáveis por 70% de ocupações dos hotéis, incrementam a procura pelo turismo de eventos; injetam bilhões de reais na economia nacional; e representam quase 5% do produto interno bruto (PIB) nacional. Os eventos, de modo geral, têm alta relevância para o turismo, para o fechamento de negócios, para o lançamento de produtos e para a difusão do conhecimento nos congressos científicos. E são alavancas para o desenvolvimento local, pois envolvem comércios, bares e restaurantes, transportes e toda a rede de serviços.

Em sua opinião, eventos podem ser virtuais ou híbridos para geração de conteúdo, mas precisam ser presenciais para geração de negócios. Como exemplo, citou uma feira de vinho, que tem degustação, ou eventos de agronegócios, com venda de equipamentos de custo elevado. Acrescentou que os que ocorreram virtualmente na China foram fracassados, mas que, todos os que puderam retornar tiveram crescimento de negócio de mais de 30%. Recordou também que, em caso de eventos somente virtuais, os centros de convenções não teriam utilidade.

Disse que gostaria que esta reunião fosse um marco de ações efetivas para a retomada dos eventos e consequente estabilidade do setor. Pediu ajuda do Senado Federal para aprofundar a discussão do que chamou de preconceito setorial, pois shoppings voltaram a funcionar, e acredita que

feiras também poderiam, até com mais controle, pois o setor tem como quantificar e qualificar chegada e destino dos visitantes.

Compreende a autonomia de estados e municípios, mas, em sua opinião, a legislação teria como categorizar o setor de eventos, permitindo que feiras e congressos retornassem antes de grandes shows, por exemplo, até para que pudessem entregar eventos já vendidos. Defendeu que o setor precisa de previsão e de retornar em 2021.

Sra. Danielle Govas Pimenta Novis, superintendente do Maceió Convention & Visitors Bureau (MC&VB)

Danielle Govas explicou que trabalha com turismo há muito tempo; foi secretária de estado durante oito anos, trabalhou no Sebrae e agora está no segmento de eventos e negócios. Destacou que, no período da pandemia, 40% das empresas ligadas ao setor mudaram o seu modelo de negócio; 60% fecharam; e 95% encontram-se endividadas.

Além da geração de ocupação, emprego e renda e do impacto do setor no PIB, mencionou a grande contribuição do setor de eventos na arrecadação de impostos.

Comentou que a retomada desse setor vai demandar esforço e prevê, pelos estudos e experiências de outros negócios, como o das companhias aéreas, que os patamares pré-pandemia só serão alcançados em 2024.

Informou que os Conventions fazem parte da União Nacional de CVBs e Entidades de Destinos (Unedestinos), cujo presidente é Toni Sando.

Apontou que eventos acontecem em qualquer época do ano, independentemente da temporada, mas menos de 8% dos eventos estão acontecendo no País, pois quase nenhum destino brasileiro está aberto para realização deles. Reforçou o que foi dito pelos convidados anteriores sobre importância de vacinas e de testagem, mas é necessário que se discuta retomada e abertura do setor, pois há estados, como São Paulo, que têm nos eventos e negócios sua principal fonte de renda e arrecadação.

Informou que, para Maceió, há previsão de eventos com impacto de R\$ 70 milhões para o segundo semestre, mas que o calendário do setor está

sendo represado, de modo geral, por falta de segurança, pois não se sabe se o destino estará aberto ou fechado seja para viagem de lazer, seja para de negócios.

Afirmou que eventos virtuais estão adequados para capacitação à distância e que eventos híbridos minimizam custos e oferecem oportunidades para outros tipos de participantes, mas os presenciais são imprescindíveis para rever pares, encontrar pessoas, compartilhar agenda social ou desfrutar de momento de lazer com a família num pré ou pós evento. Além disso, são importantes para a sobrevivência das entidades de classe.

Enxerga, na pandemia, uma série de oportunidades que pode ser trazida para a geração de novos negócios e empregos e considera salutar o desafio que representam essas discussões e mudanças não só para o segmento de eventos e negócios, mas também para o turismo como um todo, que vem se adaptando. Em sua opinião, o grande diferencial competitivo dos destinos e dos produtos será para os que estiverem investindo em tecnologia, em novos softwares, em novas formas de comunicação ou de entrega, na produção de vídeos e nas experiências, que deixarão de ser teóricas e precisarão ser práticas. Lembrou que, como aprendizado, também ficará o aproveitamento dos espaços abertos e citou Alagoas, cujo parque náutico poderia sediar uma série de eventos esportivos, mas que ainda não é aproveitado de forma mais profissional e agressiva.

Acredita que os questionamentos devem ser sobre como aproveitar o desafio para melhorar a qualidade dos produtos e dos serviços ofertados, seja no segmento corporativo, lazer, eventos ou negócios; sobre como qualificar melhor o destino para que, quando a demanda represada explodir – e prevê que seja uma demanda interna, inicialmente –, o setor possa entregar um destino qualificado, com mais experiências e mais competitivo; e sobre como agregar oportunidades de pré e pós evento para o lazer.

Pontuou ser necessário incluir as companhias aéreas nesse diálogo, pois não há turismo sem acessibilidade e sem avião.

Por fim, defendeu a necessidade de discutir a da lei geral do turismo.

Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo

Ciclo de Debates sobre Turismo

Reunião de 24/5/2021

3ª Mesa do Ciclo de Debates sobre Turismo

1ª parte: Abertura

Na terceira audiência do Ciclo de Debates, realizada em 24 de maio de 2021, foram realizadas duas mesas de debate, a primeira discutiu o tema “setor aéreo e turismo: cenário atual e desafios para o período pós-pandemia”. Dela participaram: o Sr. Eduardo Tati Nóbrega, diretor de Ordenamento, Parcerias e Concessões do Ministério do Turismo; o Sr. Eduardo Sanovicz, presidente da Associação Brasileira das Empresas Aéreas – ABEAR; e o Sr. Dany Oliveira, diretor Nacional da Associação Internacional de Transportes Aéreos no Brasil – IATA Brasil.

A segunda mesa teve como objeto o “segmento das operadoras, agências e navios de cruzeiros: cenário atual e desafios para o período pós-pandemia”. Dela participaram: Sr. William França, secretário nacional de Desenvolvimento e Competitividade do Turismo do Ministério do Turismo; Sra. Magda Nassar, presidente da Associação Brasileira de Agências de Viagens – ABAV; Sr. Roberto Haro Nedelciu, presidente da Associação Brasileira das Operadoras de Turismo – BRAZTOA; Sr. Marco Ferraz, presidente da Associação Brasileira de Cruzeiros Marítimos – CLIA BRASIL; Sr. Carlos Palmeira Lopes Villanova, presidente da Associação Brasileira de Agências de Viagens de Alagoas – ABAV/AL.

O Senador Fernando Collor, Presidente da Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo do Senado, deu início aos trabalhos afirmando que o setor aéreo foi duramente atingido pela pandemia, tendo registrado

em 2020 o pior ano de sua história em âmbito global. No Brasil, o setor fez fortes ajustes em sua estrutura de custos, o que teve impactos negativos sobre o emprego, fornecedores e arrendadores de aeronaves. Observou-se também que o poder público atuou para alterar prazos de devolução de passagens e pagamento de tarifas. No caso das operadoras, o cenário também é desafiador, pois as vendas caíram pela metade em 2020. A normalização das vendas de viagens e pacotes ocorreria apenas em 2023 a depender da imunização. Esta também é fundamental para a retomada de viagens em navios de cruzeiros.

Dito isso, o Senador Collor convidou os expositores, as Senadoras e os Senadores a pensar em alternativas e estratégias para a recuperação do setor de turismo, devolvendo ao setor dinamismo e empregos, próprios da sua posição chave na economia brasileira.

A seguir, o Senador Fernando Collor passou a palavra aos expositores.

I – Identificação

3ª Mesa do Ciclo de Debates sobre Turismo

Finalidade: discutir o tema: *“Setor aéreo e turismo: cenário atual e desafios para o período pós-pandemia”*.

II – Participantes

- 1. Sr. Eduardo Tati Nóbrega**, diretor de Ordenamento, Parcerias e Concessões do Ministério do Turismo;
- 2. Sr. Eduardo Sanovicz**, presidente da Associação Brasileira das Empresas Aéreas – ABEAR;
- 3. Sr. Dany Oliveira**, diretor Nacional da Associação Internacional de Transportes Aéreos no Brasil – IATA Brasil.

III – Relato da exposição dos convidados

Sr. Eduardo Tati Nóbrega, diretor de Ordenamento, Parceiras e Concessões do Ministério do Turismo

O convidado iniciou a apresentação abordando a interdependência entre o setor aéreo e o turismo; argumentou que a competitividade dos destinos turísticos depende fundamentalmente da conectividade aérea. Dessa forma, o Ministério do Turismo (MTur) tem como obrigação acompanhar e contribuir para o avanço e a retomada do setor aéreo nesse período. Por outro lado, o setor aéreo precisa ter conhecimento das ações do Ministério para apoiar a retomada do turismo, que é a principal fonte de receitas para o setor.

Apresentou uma perspectiva sobre o setor aéreo, do ponto de vista do Ministério do Turismo. Para tanto, expôs um gráfico que demonstrava a movimentação aeroportuária nos últimos anos. Na década de 2000, houve um grande avanço da movimentação de passageiros no modal aéreo, com a inclusão social de novos passageiros que passaram a voar pela primeira vez. Isso ocorreu em função de um bom ambiente macroeconômico, mas também de importantes avanços regulatórios que ocorreram naquele momento, com destaque para as liberdades tarifária e de rotas.

De acordo com o palestrante, a partir da crise que se iniciou na segunda metade da década de 2010, houve uma redução da movimentação aeroportuária, com uma retomada no final da década. Antes da pandemia, havia uma perspectiva positiva, de acordo com projeções da Secretaria de Aviação Civil. Esse cenário foi favorecido por medidas implementadas pelo governo na segunda metade da última década: modernizações regulatórias, flexibilização da franquia de bagagens, desoneração tributária e redução do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços (ICMS) sobre o querosene da aviação (QAV) em muitos estados. O Ministério do Turismo também apoiou com medidas importantes: a isenção de visto para alguns países fundamentais para o turismo brasileiro, a extinção de restrição ao capital estrangeiro em 2018, a política bem definida de negociações de acordos de serviços aéreos voltada à abertura de mercados e, preferencialmente, a acordos de céus abertos.

Essas medidas trouxeram o interesse do mercado internacional pelo Brasil, evidenciado pelas novas empresas que mostravam interesse ou começavam a operar no País. Em 2019, houve um bom resultado de movimentação para o setor aéreo, com aumento de 1,5% na movimentação aeroportuária e, em relação aos aeroportos regionais, crescimento de quase 5% quando comparado a 2018.

Ressaltou que a pandemia teve um impacto dramático no setor. Apresentou dados da Conjuntura do Setor Aéreo (SAC), publicada pela Secretaria de Aviação Civil em março desse ano, demonstrando quedas vertiginosas na movimentação de passageiros, com alguma perspectiva de melhora em 2021, mas que não retomará os níveis de pré-pandemia. Concordou que a retomada dependerá do avanço da imunização no País e de uma campanha conjunta entre as empresas aéreas e o governo, para dar confiança ao passageiro em voar no período pós-pandemia, demonstrando os protocolos que deverão ser seguidos.

Ponderou que é difícil mensurar a situação a curto prazo, mas que é importante ter uma perspectiva de retomada do setor no período pós-pandemia. Disse acreditar que o Brasil tem um panorama muito bom, pois já apresentava um potencial interessante antes da pandemia e houve melhorias no ambiente de negócios. Acrescentou que o País tem um mercado com números aquém do seu potencial: tem poucas empresas; apresenta uma baixa taxa de viagens *per capita* e uma participação pequena do fluxo e de passageiros internacionais. Segundo o expositor, há um potencial interessante para crescimento.

Afirmou que durante a pandemia, o governo vem trabalhando, dentro do possível, para mitigar os efeitos sobre o setor. Mencionou a Medida Provisória (MP) nº 925 que trouxe disposições importantes: regras mais flexíveis de reembolso e de remarcação; postergação do pagamento de tarifas e outorgas; e o reequilíbrio econômico-financeiro feito pela Agência Nacional de Aviação Civil (Anac) para os aeroportos. Ponderou que, apesar da mitigação, essas ações não são suficientes para garantir a saúde financeira do setor.

Citou algumas medidas estruturantes: a extinção do adicional de US\$18 da tarifa de embarque internacional e mudanças para disciplinar a judicialização. Falou sobre o prosseguimento da evolução regulatória que

incluiu o lançamento do programa Voo Simples, que visa a facilitar muitos dos procedimentos regulatórios existentes no setor.

Comunicou que o governo também tem avançado de forma consistente em relação a infraestrutura. Considerou o Programa de Concessões Aeroportuárias – que avançará até 2022 – um sucesso significativo. Frisou a recente realização do leilão da sexta rodada e afirmou que em 2021 haverá a sétima. Com isso, toda a rede federal de aeroportos brasileiros será gerida por concessionárias privadas. Ratificou que serão muitos bilhões de investimentos, muitos já realizados e outros nos próximos anos. Elencou como resultados desse programa: atração de operadores de renome internacional, aumento da satisfação dos usuários, melhora da infraestrutura e dos indicadores operacionais, além da criação de uma nova dinâmica comercial nos aeroportos. Acrescentou que, na retomada da pandemia, esse novo patamar da infraestrutura aeroportuária irá certamente contribuir.

Argumentou que, após esse avanço da infraestrutura federal, seria importante atentar para os aeroportos regionais e para o turismo. Ressaltou a importância de continuar o programa de investimentos federais, via fundo nacional de aviação civil, em aeroportos que estão sob gestão de estados e municípios, para que consigam atrair investimentos privados e realizar concessões. Citou a existência da experiência piloto em aeroportos da região amazônica, geridos por parcerias público-privadas (PPPs), pelo Ministério da Infraestrutura. Mencionou também a existência de aeroportos autorizados, que considera uma frente que pode ser discutida a fim de ser expandida.

Sobre os custos das empresas aéreas brasileiras, apresentou gráfico para identificar os primeiros itens de custo: combustíveis, pessoal e equipamentos. Frisou que são desafios para desonerar o setor. Afirmou que o custo de combustíveis de aviação no Brasil é ainda muito alto. Recentemente, um comitê dentro do Conselho Nacional de Política Energética, com participação de vários ministérios, fez um diagnóstico de todas as possíveis frentes para reduzir o custo dos combustíveis. Para ele, ampliar a concorrência no fornecimento de combustíveis da aviação é uma frente importante. Mencionou que a legislação trabalhista do setor aéreo pode passar por

melhorias que precisam ser discutidas. Sobre as aeronaves, disse acreditar que a grande questão é a desoneração tributária do *leasing*, que historicamente foi desonerado no Brasil e no mundo. O Ministério do Turismo, o Ministério da Infraestrutura e todo o setor vêm tentando achar soluções para o assunto, para que esse custo adicional não se some à pandemia.

Em prosseguimento, discorreu sobre o setor do turismo. Entre as medidas adotadas pelo Ministério para a mitigação dos efeitos da pandemia, listou as principais: a liberação histórica do crédito de R\$5 bilhões no fundo geral do turismo, com cerca de 70% já liberados para as instituições financeiras; as regras especiais de reembolso; a remarcação de serviços e eventos turísticos, recentemente postergadas; a campanha “Não cancele, remarque”; e o Selo Turismo Responsável.

Destacou a necessidade de retomada do setor após a pandemia, para isso afirmou que o Ministério tem trabalhado numa nova política agressiva de atração de investimentos. Mencionou ações que considerou importantes: a transformação da Embratur em agência de promoção; em 2020, a qualificação no Programa de Parceria de Investimentos (PPI) da política de atração de investimentos privados para o setor de turismo, que possibilitará diversos projetos para concessão; e o futuro lançamento do portal de investimentos, que será um grande espaço para divulgação e atração de investidores, de bancos de projetos e de *marketplace*.

Questionado sobre quais ações de incentivo estavam programadas pelo Ministério do Turismo para proporcionar uma real retomada do setor turístico, repetiu dado apresentado: a disponibilidade do crédito extraordinário de R\$5 bilhões para empresas do setor, que vem sendo liberado com velocidade. Desse valor, 70% já estão com as instituições financeiras, via Fundo Geral do Turismo (FUNDETUR), e podem ser contratados por empresários e microempreendedores do setor turístico. Esse recurso, segundo o palestrante, pode ser usado tanto para capital de giro quanto para investimentos em bens de capital.

Mencionou também uma política importante de atração de investimentos privados para o setor turístico. Nesse âmbito, disse que há bilhões de reais em investimentos previstos. O portal de investimentos vai mapear o potencial com os projetos disponíveis e os investidores interessados.

Acerca do certificado digital internacional de vacinas e dos testes de detecção do coronavírus mencionados por outros convidados, se posicionou favoravelmente, a despeito de o Ministério do Turismo não ser a instância competente para essas decisões no âmbito do governo federal.

Apresentação do Sr. Eduardo Tati Nóbrega

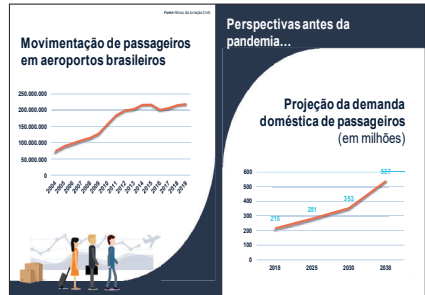
SETOR AÉREO E TURISMO
 Cenário atual e desafios para o período pós-pandemia
 Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo

Secretaria Nacional de Atração de Investimentos, Parcerias e Concessões

PROTECTORADO TURISMO

PARTE AMADA BRASIL

Brasília-DF, 24 de maio de 2021



Ações para melhorar o ambiente de negócios do setor aéreo

- ISENÇÃO DE VISTO PARA PAÍSES ESTRATÉGICOS
- FLEXIBILIZAÇÃO DA FRANQUIA DE BAGAGEM
- EXTINÇÃO DE RESTRIÇÃO AO CAPITAL ESTRANGEIRO
- REDUÇÃO DE ICMS SOBRE QAV NA MAIORIA DOS ESTADOS
- ACORDOS DE CÉUS ABERTOS

Novas empresas que iniciaram operação ou sinalizaram interesse em operar no Brasil

SKY norwegian

GLOBALIA flybondi.com

JetSMART virgin atlantic



Conjuntura do setor aéreo SAC/MINFRA Março/21

Situação atual

Movimentação de passageiros (Comparação fev/21 com fev/20)

Azul - 27,2%

Gol - 51,7%

Latam - 59,8%

Perspectiva 2021

"É esperado o transporte de, aproximadamente, 134,7 milhões de passageiros no ano de 2021. Em comparação à movimentação apurada no ano de 2020, esse montante é 35,8% maior".

Potencial de crescimento

numeros aquém da capacidade

- MERCADO CONCENTRADO EM TRÊS EMPRESAS
- 0,43% DO FLUXO INTERNACIONAL DE TURISTAS
- BAIXA TAXA DE VIAGENS PER CAPITA: 0,46
- APENAS 3% DOS TURISTAS VÊM DO EXTERIOR

Medidas de mitigação dos efeitos da pandemia e melhorias estruturantes

- REGRAS EXCEPCIONAIS DE REEMBOLSO E REMARCAÇÃO
- EXTINÇÃO DO ADICIONAL DA TARIFA DE EMBARQUE INTERNACIONAL
- POSTERGAR PAGAMENTO DE TARIFAS E OUTORGAS
- DISCIPLINA DA JUDICIALIZAÇÃO DE SERVIÇOS AÉREOS
- REQUILÍBRIO ECONÔMICO-FINANCEIRO

Evolução regulatória

- FOCO EM EMPRESAS DE PEQUENO PORTE
- REGISTROS DIFERENCIADOS
- REDUÇÃO DOS CUSTOS DE TREINAMENTO
- SIMPLIFICAÇÃO DE REGISTROS
- AMPLIAÇÃO DO CONHECIMENTOS DE SERVIÇOS

VOO SIMPLES

PROGRAMA DE MODERNIZAÇÃO DAS REGRAS DA AVIAÇÃO GERAL

Programa de concessões aeroportuárias

- 7 RODADAS AO TODO (6 CONCLUÍDAS)
- 61 AEROPORTOS AO TODO (44 JÁ CONCEDIDOS)
- +144 MILHÕES DE PASSAGEIROS POR ANO
- +5 BILHÕES DE DÓLARES INVESTIDOS
- +4 BILHÕES DE DÓLARES A SEREM INVESTIDOS
- APÓS 2022, 200 MILHÕES DE PASSAGEIROS CONTARÃO COM GESTÃO PRIVADA

Ampliação e melhoria da infraestrutura aeroportuária

Resultados

- AUMENTO NO NÍVEL DE SATISFAÇÃO DOS USUÁRIOS
- MODERNIZAÇÃO DOS TERMINAIS E EXPANSÃO DA CAPACIDADE
- MELHORIA DOS INDICADORES DE EFICIÊNCIA OPERACIONAL
- NOVAS OPORTUNIDADES DE PARCERIAS COMERCIAIS

Aeroportos regionais

- INVESTIMENTOS FEDERAIS EM AEROPORTOS
- PPPS FEDERAIS PARA REGIÃO AMAZÔNICA
- APOIO A ESTADOS E MUNICÍPIOS PARA ESTRUTURAR CONCESSÕES E ATRAIR INVESTIMENTOS

Desafios para o pós-pandemia

Custos e despesas dos serviços aéreos

Fonte: Painel de Indicadores do Transporte Aéreo 2020 - ANAC

- Aumento da concorrência no fornecimento de combustíveis de aviação
- Flexibilização da legislação trabalhista do setor aéreo
- Desoneração tributária do leasing de aeronaves

Mitigação dos efeitos da pandemia no setor turístico

- A MAIOR LIBERAÇÃO DE CRÉDITO PARA O TURISMO DA HISTÓRIA PELO FUNGETUR
- REGRAS EXCEPCIONAIS DE REEMBOLSO E REMARCAÇÃO DE SERVIÇOS E EVENTOS
- CAMPANHA "NÃO CANCELE, REMARQUE"



Sr. Eduardo Sanovicz, presidente da Associação Brasileira de Empresas Aéreas (ABEAR)

O convidado explicou que a Abear presta serviço à aviação e ao País há uma década. O surgimento da Associação ocorreu em virtude do crescimento da aviação, entre 2002 e 2012, quando, como consequência da implantação da política de liberdade tarifária somada a um processo de inclusão e de crescimento de renda, o número de passageiros triplicou e o tíquete médio caiu pela metade.

Apresentou três temas principais da agenda da Associação: a defesa da política de liberdade tarifária; a defesa de que a cadeia produtiva seja extremamente eficaz, pois atualmente há mais passageiros atendidos em aeroportos concessionados do que pela Infraero; e o ajuste do ambiente de negócios, de trabalho, regulatório e jurídico brasileiro e internacional.

Afirmou que se o maior desafio no Brasil é o custo do querosene, o segundo maior é alinhar o ambiente de trabalho brasileiro com as regras internacionais. Isso, segundo o palestrante, fará com que a aviação brasileira seja cada vez mais simples e acessível. Exemplificou que, no Brasil, o querosene é um pouco mais de um terço do custo de uma passagem, enquanto que ele equivale a 22% ou 23% dos custos de uma passagem vendida nos Estados Unidos ou na Europa.

A partir da implantação do Programa de Liberdade Tarifária, um ticket médio superior a R\$900 reais passou a ter um valor médio inferior a R\$400. Mencionou que, antes da pandemia, 12% dos bilhetes vendidos no Brasil tinham valor abaixo de R\$100; aproximadamente 60% dos bilhetes até R\$300; 1% dos bilhetes, acima de R\$1.500; e quase 2,5% dos bilhetes acima de R\$1 mil. Frisou que os mais caros eram bilhetes muito específicos, comprados geralmente próximo do momento do voo. Com a pandemia, as coisas se complicaram e o número de passageiros caiu a menos da metade, impactando o setor.

Ressaltou que enquanto a receita caiu quase 80%, o câmbio subiu 35%, com o Brasil se colocando como um dos países de maior desvalorização cambial do mundo; o que afetou em 52% os custos da aviação. Comentou sobre a parcela de custos da aviação que é dolarizada: pouco mais de um terço, com querosene; e aproximadamente 18%, com *leasing* e suas consequências. Dessa forma, reafirmou que a receita caiu quase 80%, enquanto que a metade do custo subiu 35%.

Frisou que a malha aérea brasileira foi reduzida a aproximadamente 8% no início da crise sanitária, entretanto, diferentemente do que ocorreu em quase todo o mundo, a aviação doméstica no País não parou em nenhum momento, mesmo com prejuízos brutais. Isso evitou que o País ficasse sem contato e, posteriormente, que passageiros repatriados, remédios, insumos e vacinas pudessem ser transportados. Exemplificou que, dos mais de 50 mil brasileiros repatriados, 42 mil retornaram ao País por empresas nacionais.

Disse que, nos meses de agosto e setembro de 2020, com a implantação dos protocolos de segurança sanitária, em conjunto com a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) e a Anac, a malha aérea começou a se recuperar, chegando a alcançar 75% em janeiro, mas voltou a cair com a nova onda da pandemia.

Comunicou que no mês de maio, pela primeira vez neste ano, o resultado da malha foi melhor que o do mês anterior, ficando em torno de 43%. Segundo ele, há também perspectiva de melhora para o mês de junho. Creditou esse crescimento a três fatores: à recuperação de alguns setores, à mudança de postura de algumas pessoas que retomaram seus planos e,

fundamentalmente, ao avanço da vacinação, que deixa as pessoas seguras para retornar suas atividades.

Ainda como efeito da crise sanitária, destacou a queda de mais de 70% da arrecadação tributária anual do setor, assim como da contribuição para o PIB.

Mencionou como ações do setor durante a crise: o transporte gratuito dos profissionais de saúde que foram combater a pandemia por todo o País – até o momento atual pouco mais de 7 mil –; e o transporte de quase 500 toneladas de alimentos, de equipamentos de proteção individual (EPIs) e de respiradores, destacadamente para Manaus. Acrescentou que, a partir do início da vacinação, ele e as empresas aéreas se apresentaram ao Ministério da Saúde para transportar gratuitamente as vacinas. Afirmou que todas as vacinas que estão chegando aos estados, exceto aquelas produzidas e utilizadas em São Paulo, estão sendo transportadas gratuitamente.

Descreveu algumas medidas internas ao próprio setor, pouco visíveis aos consumidores, voltadas a reduzir os custos para o enfrentamento da crise: revisão de contrato e dos custos de trabalho; devolução de aviões; e revisão de *leasings*. O palestrante informou que, mesmo antes da MP nº 936/2020, foi feito acordo com o conjunto dos sindicatos para redução de jornadas e salários, a fim de evitar demissões. Afirmou que não foram feitas demissões ao longo de praticamente um ano.

Citou outras medidas importantes: a MP nº 925/2020, que permitiu que todo passageiro trocasse o seu bilhete por até um ano, sem multa e sem custo extra; a malha essencial, que manteve todos no ar; o waiver dos slots, que foi a prorrogação das validades, dado que não haviam operações; o estacionamento das aeronaves com auxílio da Infraero e dos pátios militares; e o diferimento em tarifas e protocolo de segurança sanitária. No âmbito dessas medidas, destacou a parceria fundamental e o diálogo com o Ministério da Infraestrutura – particularmente com a Secretaria de Aviação Civil –, a Anac, a Infraero, o Departamento de Controle do Espaço Aéreo (DECEA), a Anvisa, o Ministério do Turismo, a Secretaria do Consumidor e o Congresso Nacional

Lembrou que as demandas do setor que envolviam o Ministério da Economia, principalmente o pedido de uma linha de crédito, não foram atendidas. Informou que 17 dos 20 maiores grupos de aviação do mundo

foram objeto de alguma decisão por parte dos seus governos, citando como exemplo os Estados Unidos, a Inglaterra, a França e a Holanda. Entretanto, no Brasil, cada empresa buscou um caminho alternativo: Chapter 11 americano; emissão de debêntures; e aplicação de recursos dos acionistas.

Em sequência, abordou questões importantes para o setor. Ratificou que a aprovação da MP nº 1.024/2020 é fundamental e pediu a atenção dos parlamentares para esse instrumento legislativo que renova até dezembro de 2021 o direito de remarcar o bilhete sem custo e sem multa. Disse que mais de 20 milhões de consumidores utilizaram esse acordo.

Considerou importante construir uma política de aviação regional, gerando novas viagens para aeroportos que não são os de maior demanda, mas são relevantes.

Por fim, destacou a importância da manutenção dos acordos construídos pelas empresas em cada estado, no sentido de eliminar a grande distorção do ICMS. Lembrou que o voo internacional não paga ICMS sobre o querosene. Portanto, por conta dos acordos internacionais de que o Brasil faz parte desde a Constituição de 1988, é mais caro sair do Sudeste para o Nordeste do que para Santiago ou Buenos Aires, porque há um acordo tributário que não cobra o voo internacional.

Ratificou que os protocolos de segurança sanitária garantiram a retomada do setor, mas que há dois outros passos fundamentais: a vacinação em massa e um possível certificado digital de vacinação para o mercado internacional.

Questionado sobre a expectativa de abertura e do preço das passagens aéreas no setor turístico nos próximos meses, respondeu que os preços atuais são os mais baixos desde que a série começou a ser catalogada, em 2002, com a liberdade tarifária. Afirmou que quando a malha retomar e começar a ganhar velocidade, esses preços flutuarão de acordo com a sua evolução, mas acredita que a tendência são preços ainda levemente inferiores aos de 2019.

Por fim, solicitou ao presidente da Comissão que contatasse o presidente da Câmara dos Deputados, a fim de solicitar que a MP nº 1.024/2020 fosse pautada.

Apresentação do Sr. Eduardo Sanovicz

VOAR DE NOVO
Setor aéreo e turismo: cenário atual e desafios para o período pós-pandemia

EVOLUÇÃO DA AVIAÇÃO COMERCIAL BRASILEIRA

Doméstico: evolução anual da tarifa média real e do número de passageiros embarcados

Ano	Passageiros Embarcados (milhões)	Tarifa Média Real (R\$)
2010	31,0	R\$ 924
2011	32,0	R\$ 915
2012	33,0	R\$ 905
2013	34,0	R\$ 895
2014	35,0	R\$ 885
2015	36,0	R\$ 875
2016	37,0	R\$ 865
2017	38,0	R\$ 855
2018	39,0	R\$ 845
2019	40,0	R\$ 835
2020	45,2	R\$ 376

A queda real das tarifas pagas foi determinante para o crescimento notável da demanda doméstica no Brasil.

Tarifa ajustada pela inflação (IPCA) e dezembro de 2020. Fonte: ANAC, Estatísticas ABEAR.

IMPACTOS DA PANDEMIA

NOVO DECLÍNIO

Depois de um queda brusca no início da pandemia, em 2020, a média de partidas diárias voltou a crescer mês a mês, gradualmente, até janeiro de 2021. Contudo, com a segunda onda da pandemia, o número voltou a cair em fevereiro.

Mês	Partidas Diárias
ago/20	6,8%
set/20	8,1%
out/20	12,4%
nov/20	22,3%
dez/20	37,9%
jan/21	38%
fev/21	48,8%
mar/21	58%
abr/21	68,3%
maio/21	74,2%
jun/21	61,2%
jul/21	49%
ago/21	35,6%

Fonte: Sistema Nacional de Aviação Civil (SNAC) - Estatísticas do Programa Operacional Brasileiro (POB) - Estatísticas ABEAR - Publicado em 02/09/2021

FORÇA DO TURISMO

AVIAÇÃO E TURISMO

O transporte aéreo traz benefícios para os mais variados setores da economia, conectando pessoas e levando cargas no menor tempo. E o turismo é uma das principais atividades facilitadas pela aviação: graças à conexão aérea, empregos e renda são gerados em toda a cadeia do setor.

2019	3,6% do PIB brasileiro	R\$ 83,1 BILHÕES	tributos arrecadados
2019	4 MILHÕES de empregos	R\$114,6 BILHÕES	salários
2020	2,1% do PIB brasileiro	R\$ 53,5 BILHÕES	tributos arrecadados (-35,6%)
2020	2,4 MILHÕES de empregos	R\$73,1 BILHÕES	salários

Fonte: ANAC (2019, 2020, 2021), IBGE (2019, 2020), IBGE (2020), IBGE (2020), IBGE (2020)

QUEM SOMOS

A ABEAR foi criada em 2012 com a missão de estimular o hábito de voar. A entidade planeja, implementa e apoia ações para o crescimento da aviação civil no país.

PILARES

- Liberdade tarifária
- Eficiência da cadeia produtiva
- Regulamentação equivalente às regras internacionais

ASSOCIADAS

AFRETE, GOL, LATAM, LATAM, RIMA, VOEPASS

IMPACTOS DA PANDEMIA

Impacto da crise no setor aéreo
Comparativo: 3º trimestre 2019 x 3º trimestre 2020

Mercado	Variação da demanda
MERCADO DOMÉSTICO	-57%
MERCADO INTERNACIONAL	-93%

PERDA DE RECEITA TOTAL: -77% (R\$5,5 bilhões)

Enquanto isso, o câmbio subiu 35%

MERCADO DOMÉSTICO
Comparativo 2019 x 2020

Passageiros transportados: 2019: 96,1 milhões | 2020: 45,6 milhões

Aerossomos com operação regular de passageiros ao final do ano: 2019: 148 | 2020: 125

BENEFÍCIOS DA AVIAÇÃO NO BRASIL

CONTRIBUIÇÃO DO SETOR AÉREO

Item	2019	2020
Produto Interno Bruto (PIB)	1,4%	0,3%
Arrecadação de tributos	R\$32,6 BILHÕES	R\$10,0 BILHÕES (-70%)
Salários pagos	R\$42,9 BILHÕES	R\$13,3 BILHÕES
Empregos gerados (aerônautas, pilotos, tripulação, etc.)	1,5 MILHÃO	401 MIL
Direitos		60 MIL*

Além de democratizar o acesso ao transporte e melhorar a qualidade de vida da população em um país de dimensões continentais, a aviação comercial é um dos motores da economia brasileira.

* Passageiros a bordo com conexão

Fonte: ANAC (2019, 2020, 2021), IBGE (2019, 2020), IBGE (2020), IBGE (2020), IBGE (2020)

COMPROMISSO COM O BRASIL

ESFORÇO EM DIVERSAS FRENTES

As companhias aéreas brasileiras transportaram gratuitamente até o momento:

- 7,2 mil profissionais da saúde
- 480 toneladas de alimentos, EPI's e respiradores
- 53 milhões de vacinas movimentadas pelo Brasil

DE VOAZ PARA CASA
Em colaboração com o governo, as companhias também trabalharam para viabilizar o retorno ao país de cerca de 42 mil brasileiros

Fontes: AZUL, GOL, LATAM e VOEPASS
Os dados são referentes a março/2020 a 30/04/2021

VOAM DE NOVO ABEAR

MEDIDAS PARA ENFRENTAMENTO DA CRISE

MEDIDAS INTERNAS

- Revisão de custos e contratos
- Acordos trabalhistas

MEDIDAS REGULATÓRIAS E SETORIAIS

- MP 925/2020 (política de reembolso)
- Malha essencial
- Waiver slots
- Utilização de pátios militares e da Infraero
- Diferimento no pagamento das tarifas de navegação aérea (DECEA)
- Segurança sanitária

MEDIDAS ECONÔMICAS

- Linha de Crédito
- Ampliação do saque do FGTS para aeronautas e aerovôos

MINFRA/SAC, ANAC, INFRAERO, DECEA, ANVISA, MTUR, SENACON & CONGRESSO NACIONAL

VOAM DE NOVO ABEAR

AÇÕES PARA A RETOMADA

AVIAÇÃO E TURISMO

- MP 1024/2020 (Política de Reembolso);
- Aviação regional | essencial para ampliar a conectividade e o turismo;
- ICMS | manutenção dos acordos com os estados para estímulo à conectividade;
- Outras iniciativas de estímulo a viagens aéreas.

VOAM DE NOVO ABEAR

RETOMADA SEGURA

AVIAÇÃO E TURISMO

PROTOCOLOS DE SEGURANÇA EM VIAGENS AÉREAS

- Filtros HEPA
- Higienização de aeronave a cada novo embarque
- Uso de máscara
- Alcool gel em aeronaves e aeroportos
- Distanciamento (quando possível)
- Incentivo ao check-in online, entre outros

+ VACINAÇÃO EM MASSA

+ CERTIFICADO DIGITAL DE VACINAÇÃO

Voos internacionais

Nossos canais

(11) 2369-6007 | (61) 3225-5215

abear@abear.com.br

abear.com.br / agenciaabear.com.br

[@abear.br](https://www.instagram.com/abear.br)

[facebook.com/abear.br](https://www.facebook.com/abear.br)

[@abear_br](https://www.twitter.com/abear_br)

[linkedin.com/company/abear](https://www.linkedin.com/company/abear)

Sr. Dany Oliveira, diretor Nacional da Associação Internacional de Transportes Aéreos (Iata)

O convidado esclareceu que a Iata, fundada em 1945, é uma associação sem fins lucrativos, cuja missão tem sido representar, liderar e servir a indústria da aviação. Atualmente, há mais de 290 empresas aéreas associadas, que representam 82% do tráfego aéreo mundial. Para cada 100 passageiros que voam atualmente ou voavam até 2019, 82 utilizam empresas aéreas associadas à Iata. Essa associação possui mais de 1.400 colaboradores, de 102 nacionalidades, espalhados em mais de 50 países nos escritórios locais.

Discorreu sobre a relação entre a aviação e o turismo, na qual considera a aviação a espinha dorsal do turismo mundial. mencionou que no ano de 2019 1,5 bilhão de turistas viajaram internacionalmente, e 60% desses chegaram aos seus destinos por conta do modal aéreo. Ressaltou os

grandes números que o turismo gera para as economias de todos os países: em 2019, turistas gastaram U\$1,5 trilhão; a indústria do turismo suporta mais de 300 milhões de empregos e contribui para o PIB mundial com aproximadamente U\$9 trilhões, o equivalente à cerca de 10,4% da economia global.

Afirmou que a pandemia da covid-19 suscitou a pior crise que a indústria do transporte aéreo já presenciou, gerando a maior e mais profunda desconexão que a sociedade teve desde a 2ª Guerra Mundial. Com o auxílio de um gráfico, mostrou a evolução do número de passageiros transportados desde a fundação da IATA, indicando um recorde, em 2019, com mais de 4,5 bilhões de pessoas. Em função da pandemia, com o fechamento de fronteiras, o número de passageiros transportados caiu para pouco menos de 1,8 bilhão, número equivalente ao registrado em 2003 ou 2002. O convidado disse que a redução do número de passageiros reduziu a conectividade aérea e apresentou mapas com número de rotas e cidades conectadas em abril de 2019 e de 2020, demonstrando a forte redução do número de voos oferecidos em 2020. Em 2019, houve pouco mais de 39 milhões de voos operados e, em 2020, em torno de 16,2 milhões, o que corresponde a uma queda de 60%.

Na América Latina, segundo dados apresentados, a perda de conectividade impactou o número de empregos. Em 2019, 7,6 milhões de empregos eram suportados pelo transporte aéreo e, em função da pandemia, esse número chegou a 3,7 milhões no ano de 2020. Citou também o impacto na parcela do PIB suportado pelo transporte aéreo.

O convidado afirmou que, no âmbito mundial, as empresas aéreas tiveram um prejuízo de US\$126 bilhões em 2020; e que o ano 2021 será desafiador para o transporte aéreo, em virtude das novas ondas da doença e do surgimento das novas cepas. Segundo ele, considerando o ano de 2020 e a expectativa para 2021, estima-se US\$180 bilhões de prejuízo para todas as empresas aéreas no mundo. Esse valor equivale a 12% do PIB brasileiro.

Argumentou que os sinais de retomada ainda são instáveis pelo mundo, pois casos crescentes da covid-19 estão enfraquecendo a tendência do aumento de viagens, principalmente as internacionais. Expôs um gráfico que representava o mercado mundial em relação ao fluxo de passageiros domésticos e internacionais. O mercado doméstico teve uma rápida aceleração que se estabilizou no final de 2020, mas houve certa queda no início de 2021. Essa retomada foi visualizada com os números da China e dos Estados Unidos, em virtude da aceleração da vacinação. Em relação aos passageiros internacionais, os números estão muito aquém do esperado. Foi apresentado o mesmo gráfico apenas com a análise do mercado brasileiro. Disse acreditar que haverá a retomada dos passageiros domésticos, com a aceleração da vacinação a partir de abril e maio. Entretanto, há a necessidade de analisar por que o fluxo internacional ainda está com números muito baixos, equivalentes a 10% e 15% do que eram antes da pandemia.

Reforçou que o caminho é a vacina e demonstrou, com auxílio de gráfico, a correlação entre o número de pessoas vacinadas e a movimentação de passageiros nos aeroportos dos Estados Unidos. Pediu que a vacinação da população brasileira fosse acelerada, a fim de que haja a retomada do crescimento da aviação internacional e doméstica no País.

Argumentou que, no momento atual, uma grande oportunidade para o mercado brasileiro é atrair turistas internacionais vacinados que estão interessados em voar para a região. Entre os cinco grandes pontos para a retomada da aviação doméstica e internacional, apontou: a aprovação da MP nº 1.024/2020, que trata de reembolsos e cancelamentos; e o certificado digital internacional de vacinas. Considerou importante que a Anvisa acelere a disponibilidade de um certificado digital internacional de vacinas para viabilizar a reabertura das fronteiras e para que o Brasil comece a aceitar o fluxo de passageiros vacinados. Mencionou também a necessidade da adoção de testes antígenos, de maneira alternativa aos exames de RT-PCR.

Frisou que é vital para o Brasil reestabelecer a conectividade aérea. Demonstrou, com auxílio de gráfico, a diminuição do número de rotas no País quando dados de abril de 2019 foram comparados aos de 2020. Afirmou que o número de rotas tem aumentado e que o País tem muito a ganhar com o restabelecimento dessa conectividade. Exemplificou que, em 2019, 369 conexões com destinos internacionais renderam ao País em torno de R\$22 bilhões com os gastos que os turistas realizaram, além da geração de mais de 500 mil empregos catalisados na indústria do turismo e da aviação.

A despeito da necessidade de medidas imediatas para a crise, disse que há problemas estruturais no País, como o “custo Brasil” para o transporte aéreo. Conforme o palestrante, há um distanciamento do Brasil em relação às melhores práticas mundiais, assim como problemas estruturais. Citou o preço do combustível, o mais caro do mundo; a crescente insegurança jurídica; e as ineficiências do sistema como um todo.


Apesar dos problemas enfrentados em função da pandemia, recordou que na América Latina as empresas fizeram mais de sete mil voos de repatriação, transportando mais de 600 mil latino-americanos que estavam fora de suas casas. Mencionou também o transporte contínuo de vacinas, equipamentos médicos e profissionais de saúde.

Questionado sobre a expectativa do setor aéreo acerca da data de abertura das fronteiras para viagens internacionais, explicou que isso envolve uma conjunção de fatores. Citou que recentemente a Espanha permitiu viagens de passageiros brasileiros vacinados, e Israel tem flexibilizado as fronteiras para o turismo em virtude da acelerada vacinação. Isso depende do avanço da vacinação nos países. No caso do Brasil, é necessário também que a Anvisa acelere a emissão dos certificados digitais internacionais de vacina. Adicionalmente, ponderou que o País poderia repensar a estratégia de fechamento de fronteiras e possibilitar a entrada de passageiros vacinados, a exemplo de outros países da região, como o Equador, o Panamá e o México.

Apresentação do Sr. Dany Oliveira



3ª Mesa
Setor aéreo e turismo:
cenário atual e desafios
para o período
pós-pandemia

Fundada em 1945
Como principal veículo para **cooperação** entre as empresas aéreas na promoção de serviços aéreos **seguros, confiáveis e econômicos** beneficiando todos os consumidores

Nossa missão
REPRESENTAR, LIDERAR e SERVIR a indústria da aviação

Nossa visão
Trabalhar juntos para moldar o crescimento futuro de uma indústria do transporte aéreo **segura e sustentável** que conecta e **enriquece** nosso mundo

A IATA em números

290 Membros	82% Tráfego aéreo mundial	490+ Parcerias estratégicas	174 ESPs	50+ Países (inscrições locais)	1.400+ Colaboradores
-----------------------	-------------------------------------	---------------------------------------	--------------------	--	--------------------------------

Aviação é a espinha dorsal para o turismo mundial

Em 2019, **1,5 Bilhão** de turistas viajaram internacionalmente.
58% chegaram ao seus destinos por via aérea!

Esses turistas gastaram **US\$1,5 Trilhão**

O turismo suporta **319 Milhões** de empregos

e contribui com **US\$ 8,8 Trilhões** para o PIB mundial (10,4% da economia global)



Desconexão mais profunda da sociedade desde 2ª guerra mundial



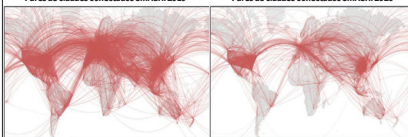
Passageiros transportados (bilhões)

Fonte: IATA e OACI

Conectividade aérea mundial foi dizimada

Parques de cidades conectados em Abril 2019

Parques de cidades conectados em Abril 2020



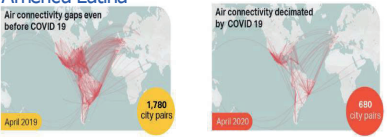
2019 39 Milhões de voos 22 Mil pares de cidades	2020 16 Milhões de voos 14 Mil pares de cidades
--	--

Fonte: IATA

Impacto direto da perda de conectividade na América Latina

Air connectivity gaps even before COVID-19

Air connectivity declined by COVID-19



2019: Situação pre-Covid 7,6 Milhões de voos operados para transporte aéreo US\$187 Bi PIB suportado pelo transporte aéreo	2020: Impacto de Covid 3,7 Milhões de voos operados para transporte aéreo US\$93 Bi PIB suportado pelo transporte aéreo
---	--

Fonte: IATA

Resultado financeiro global da indústria

2021 será um ano muito desafiador

Lucro/Prejuízo Empresas Aéreas - Mundo

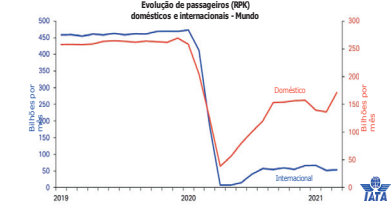


Fonte: IATA

Sinais da retomada ainda instáveis pelo mundo

Casos crescentes de COVID-19 enfraquecem tendência de aumento das viagens principalmente internacionais

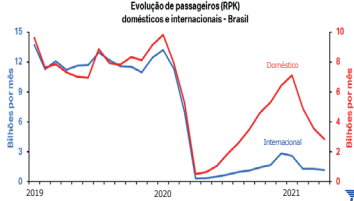
Evolução de passageiros (RPQ) domésticos e internacionais - Mundo



Fonte: IATA

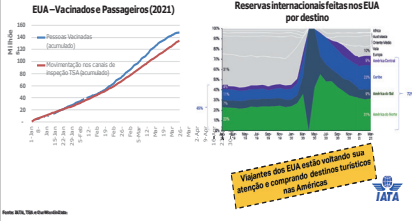
Efeito similar para o Brasil no início de 2021

Casos crescentes de COVID-19 enfraquecem tendência de aumento das viagens principalmente internacionais



As notícias sobre vacinas são muito positivas

Mas a recuperação do transporte aéreo mundial será mais lenta devido as dificuldades para vacinação em muitos países



Medidas necessárias ao enfrentamento imediato da crise

1. Aprovação da MP 1024/20 (sobre reembolsos e cancelamentos de bilhetes)
2. Diferimento dos pagamentos de tributos e tarifas
3. Regularização tributária (dívidas tributárias pendentes)
4. Exclusão do IR sobre leasing de aeronaves
5. Certificado Digital Internacional de Vacinas para viabilizar reabertura das fronteiras e adoção de testes de antígeno de maneira alternativa ao RT-PCR



Restaurar a vital conectividade aérea para o Brasil

Pares de cidades conectados em Abril 2019 Pares de cidades conectados em Abril 2020



Problemas estruturais – o “Custo Brasil” para o transporte aéreo



Um dos combustíveis mais caros do planeta



Insegurança Jurídica



Ineficiências do Sistema



A força para o bem!

Apesar de todo o impacto dessa catástrofe e fechamento de fronteiras para viagens aéreas...



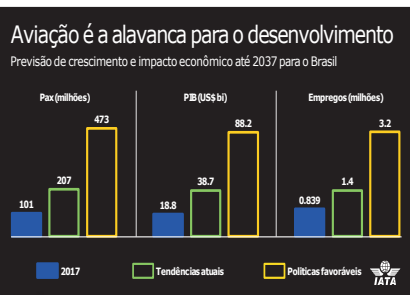
+7.000
Voos de repatriação

+675.000
Cidadãos que voltaram para casa

Transporte de vacinas, equipamentos médicos e profissionais de saúde!

Obrigado!

Dany Oliveira
oliveirad@iata.org



Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo

Ciclo de Debates sobre Turismo

Reunião de 24/5/2021

4ª Mesa do Ciclo de Debates sobre Turismo

I – Identificação

4ª Mesa do Ciclo de Debates sobre Turismo

Finalidade: discutir o tema *“Segmento das operadoras, agências e navios de cruzeiros: cenário atual e desafios para o período pós-pandemia”*.

II – Participantes

1. Sr. William França, secretário nacional de Desenvolvimento e Competitividade do Turismo do Ministério do Turismo;
2. Sra. Magda Nassar, presidente da Associação Brasileira de Agências de Viagens – ABAV;
3. Sr. Roberto Haro Nedelciu, presidente da Associação Brasileira das Operadoras de Turismo – BRAZTOA;
4. Sr. Marco Ferraz, presidente da Associação Brasileira de Cruzeiros Marítimos – CLIA BRASIL;
5. Sr. Carlos Palmeira Lopes Villanova, presidente da Associação Brasileira de Agências de Viagens de Alagoas – ABAV/AL.

III – Relato da exposição dos convidados

Sr. William França, secretário nacional de Desenvolvimento e Competitividade do Turismo do Ministério do Turismo

O convidado argumentou que, a despeito da vocação natural do País, alguns pontos precisam ser explorados para aperfeiçoar o turismo marítimo: estruturação dos portos, pois os cruzeiros envolvem navios gigantescos que não conseguem encostar em qualquer porto; promoção e venda desses destinos; e adequação dos destinos para que possam receber de uma única vez de quatro a dez mil pessoas quando da escala de um navio. Considerou que esse trabalho vem sendo conduzido ao longo dos anos.

Apresentou dados do Brasil que no biênio 2019/2020 recebeu: oito navios com 144 cruzeiros realizados; 28.730 leitos disponíveis; uma força de trabalho de 7.869 tripulantes; com tíquete médio de R\$ 4.256,00. Argumentou que esse turista está disposto a despender quase R\$1 mil por dia num período médio de cinco dias. Nesse biênio, foram gerados 33.745 postos de trabalho, número 5% maior do que o da temporada de 2018/2019.

De acordo com o palestrante, havia uma expectativa de crescimento do setor para a temporada 2020/2021, entretanto, a pandemia atingiu fortemente o mercado, que talvez tenha sido um dos mais impactados, junto com a área de eventos. Os números da Abear e da lata mostraram uma lenta retomada do setor aéreo, que ainda não foi possível no setor de cruzeiros e navios, pois esses demandam muitas pessoas no seu interior. Essa retomada só irá acontecer com o avanço da vacinação.

Informou que a pandemia causou perdas iniciais estimadas em R\$ 70 milhões, porque mais de 30 mil pessoas deixaram de ser atendidas. Acrescentou que esse cenário não é exclusivo do Brasil, é mundial. A despeito dessa situação, analisou com otimismo a aprovação no País da Convenção do Trabalho Marítimo. Considerou que essa era uma pendência e, agora, o País integrava o seleto grupo de 98 países que têm uma única legislação trabalhista. Antes disso, quando a embarcação entrava em águas territoriais brasileiras, a tripulação tinha que ser praticamente trocada, em função das regras de negócio.

Enfatizou a necessidade de ajustes da Lei Geral do Turismo e apresentou um documento ao presidente da Comissão que, segundo ele, havia

se prontificado a ajudar na tramitação da matéria quando as sessões presenciais do Congresso retornarem.

Disse que o País tem apenas 17 portos estruturados ou preparados para receber turistas, o que considera muito pouco. Comunicou que quatro novos portos estão sendo aperfeiçoados: Penha, em Santa Catarina; Itaparica, na Bahia; Ilha do Mel, no Paraná; e Alagoas, em Maceió. Em Maceió, o Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes (DNIT) está concluindo um terminal de passageiros, obra que ficou parada durante algum tempo, e, com o seu funcionamento, estima-se um fluxo de 80 mil passageiros anualmente fazendo turismo de escala. Isso reflete na economia local e de todo o País.

Por fim, reiterou um anúncio feito pelo ministro Gilson: o Ministério do Turismo e a Embratur irão participar, em 2022, da maior feira de cruzeiros do mundo, a Seatrade Cruise Global, que acontecerá na Flórida. Ressaltou que é o maior networking e o melhor business do segmento, no qual o Brasil apresentará suas belezas, potencialidades e a estruturação que vem sendo feita.

Sra. Magda Nassar, presidente da Associação Brasileira de Agências de Viagem (Abav)

A convidada esclareceu que a Abav é a maior associação de agenciamento do País, está nos 27 estados brasileiros e possui 2,2 mil associados em um universo de mais de 60 mil agências de viagens com CNPJs ativos. A associação representa o agenciamento de mais de 33% de todos os associados ao Cadastur do Ministério do Turismo; e tinha faturamento de mais de R\$33 bilhões em 2019. Ao final do ano de 2020, o faturamento caiu mais de 70% em virtude da pandemia. Considerou que a pandemia foi avassaladora para todo o setor de turismo e de eventos, mas que proporcionou a união do setor e um debate muito mais saudável para o futuro.

Informou que o turismo representou 8% do PIB do País em 2019 e disse acreditar que esse valor pode ser dobrado ou triplicado com a poten-

cialidade do Brasil. Exemplificou que a Espanha, segundo país que mais recebe turistas no mundo, recebeu cerca de 83 milhões de pessoas em 2019. Com a reabertura em junho, eles têm uma expectativa de receber quase 45 milhões de turistas. Os Estados Unidos atualmente distribuem vacina para os turistas, o que a palestrante chamou de turismo de vingança.

Argumentou que o turismo é uma indústria de resultados imediatos, cuja matéria-prima é o material humano. Enfatizou que os brasileiros repatriados foram ao exterior com auxílio de agências de viagens. Antes da pandemia, os agentes de viagem atenderam esses brasileiros e tiveram uma remuneração inicial; estão a postos fazendo um retrabalho, sem nenhuma remuneração. Ela disse considerar que os agentes de viagem são a linha de frente da pandemia no setor de turismo.

Reforçou a necessidade de aprovação da MP já mencionada, mas destacou que há outros pleitos que ainda precisam ser atendidos, como um projeto de lei de responsabilidade solidária, o qual disse ser fundamental para o setor do agenciamento. Argumentou que as agências não poderiam ser responsabilizadas por terceiros, mas o consumidor precisa ser protegido, por isso defendeu uma discussão ampla e aberta sobre o tema. Mencionou as isenções e renúncias fiscais, pois esse setor foi o mais afetado em todo o País.

Por fim, argumentou que o turismo mundial está se recuperando com uma readequação fundamental. Externou um olhar otimista para o turismo e enfatizou que o País necessita de mais vacinas, de organização e de abrir o caminho para o turismo, para que, até o final deste ano e em 2022, este setor devolva os investimentos ao País por meio dos 571 outros setores que influencia. Ao comparar a Espanha com o Brasil, citou que em 2019 enquanto a primeira teve cerca de 83 milhões de turistas, o Brasil recebeu 6 milhões, portanto, o País tem uma curva de crescimento muito maior. Acrescentou que o turismo brasileiro interno é de extrema qualidade e que o brasileiro precisa descobrir e investir no seu próprio País.

Sr. Roberto Haro Nedelciu, presidente da Associação Brasileira das Operadoras de Turismo (BRAZTOA)

Como representante da Braztoa, esclareceu que as operadoras de turismo montam pacotes com a matéria-prima que são os aviões, os hotéis, os roteiros turísticos, os cruzeiros e os navios. Esses pacotes são distribuídos para agências de viagens e clientes de um modo geral.

Em 2019, o faturamento entre os associados da Braztoa foi de R\$ 15 bilhões; e 6,5 milhões de pessoas foram transportadas dentro e para fora do Brasil. Em 2020, houve uma redução de 50% no número de passageiros transportados, com uma redução de 70% no faturamento. Isso ocorreu porque o ticket médio das viagens nacionais ficou exatamente em R\$ 979,00, o menor ticket médio nos últimos dez anos. As viagens foram encurtadas, foram viagens mais regionais, em torno de 500 km da cidade natal ou voos muito curtos.

Mencionou que em 2020 houve dois meses em que as vendas foram normais, basicamente para o exterior. Os meses de janeiro e fevereiro apresentaram um movimento razoável, mas apenas 4% do valor faturado foram com viagens internacionais, 96% foram viagens nacionais. Com as fronteiras fechadas, os operadores começaram a focar e olhar o produto nacional. Nesse âmbito, foi observado um problema: era muito mais fácil encontrar um produto diferenciado no mercado internacional do que no mercado nacional. Houve uma dificuldade de desenvolver esses produtos para transformá-los em produtos vendáveis. Foi realizado um trabalho para ajudar o mercado nacional a elaborar esses produtos de uma forma que fosse possível distribuí-los.

Reforçou as informações de que o turismo representa 8% do PIB brasileiro e impacta 500 setores. Exemplificou que um hotel de uma cidade pequena gera emprego para a camareira, que precisa de uma costureira para fazer o uniforme. Durante o ano de 2019, houve a perda de cerca de 297 mil postos de trabalho, pois a pandemia foi devastadora no setor de turismo. Atualmente, as pessoas têm receio de viajar em virtude das incertezas com

relação ao destino escolhido. Disse que cabe às agências e às operadoras tranquilizar os clientes e mostrar a melhor forma de viajar.

Enfatizou a necessidade de apoio do governo e do presidente desta Comissão; de aprovação da MP do Imposto de Renda das remessas, pois esse imposto prejudica as remessas para viagens internacionais; e de aprovação da MP nº 1.036/2020, referente aos cancelamentos do agenciamento.

Por fim, disse que, embora o representante do Ministério da Saúde tenha mencionado a disponibilização de 70% dos recursos, os bancos impõem muitas restrições para que as agências e as operadoras recebam esse dinheiro, pois consideram o turismo um setor de risco, mesmo com as garantias fornecidas pelo Fungetur.

Sr. Marco Ferraz, presidente da Associação Brasileira de Cruzeiros Marítimos (CLIA)

O convidado esclareceu que a Clia está para o setor de navios de cruzeiro assim como a lata está para o setor de companhias aéreas. A Associação é uma entidade global, com 15 escritórios em todo o mundo e sede em Washington. Há escritórios espalhados pela Europa, Ásia e América do Sul, inclusive em São Paulo. Atualmente, há 56 companhias marítimas associadas, denominadas armadoras; 350 parceiros executivos, que são os destinos; 13 mil agências de viagens associadas e, dentro dessas, 50 mil agentes de viagens, que se capacitam e se especializam na venda de cruzeiros.

Detalhou que, antes da pandemia, o setor de navios de cruzeiro vinha crescendo de forma consolidada. Era o seguimento que mais crescia no turismo – 4% a 6%, de 2009 até 2019 –, chegando a 30 milhões de cruzeiristas em 2019. Desses 30 milhões, metade são americanos, os maiores clientes dos navios; em segundo lugar, os europeus; em terceiro lugar, a China que cresce com quase 4 milhões de cruzeiristas; e em quinto lugar, a Austrália com 1,350 milhão. Na América do Sul, há apenas 1 milhão de cruzeiristas; no Brasil, há apenas 567 mil cruzeiristas, portanto, há um grande potencial de crescimento.

Explicou que 32% dos navios estão no Caribe e 28%, na Europa, ou seja, nesses dois destinos estão 60% de todos eles. A China, a Austrália e o Alasca têm 5% dos navios, enquanto a América do Sul, apenas 2%, apesar de ter 8% da população mundial e potencial de receber turistas para conhecer a costa e os rios por meio dos navios de cruzeiros.

Informou que o impacto econômico mundial do setor é em torno de US\$ 155 bilhões, equivalentes a cerca de R\$ 800 bilhões de reais; e mais de 1,1 milhão de empregos. Disse que o impacto de um cruzeirista na cidade que embarca é em torno de US\$ 385. Exemplificou que na Flórida o cruzeirista chega antes data do cruzeiro e vai embora depois; se hospeda; aluga um carro; visita os parques temáticos; e se alimenta. Isso atrai muitos recursos para os home ports. Nos destinos de trânsito, aqueles em que os cruzeiros chegam de manhã e vão embora à tarde, o cruzeiro é uma vitrine para o destino, pois o cruzeirista tem uma degustação da cidade e gasta em torno de US\$100 no destino. Cerca de 87% dos cruzeiristas querem voltar para uma estada em terra, futuramente.

Antes da pandemia, segundo o palestrante, a expectativa do setor era manter o crescimento anterior, entre 4% a 6%. Entretanto, a pandemia retirou 25 milhões de cruzeiristas dos navios brasileiros em 2020 e vai retirar em torno de 15 milhões em 2021. Afirmou que a perspectiva é evoluir seguindo a linha da expectativa anterior de crescimento, para alcançar 37,5 milhões de passageiros em 2024. Afirmou que o setor acredita na retomada rápida dos navios de cruzeiros; há 93 navios novos a serem entregues até 2027, que adicionarão 220 mil leitos aos 560 mil leitos existentes.

Descreveu que em 13 de março de 2020 as operações foram voluntariamente paralisadas; o último desembarque ocorreu no dia 19 de março, em Santos; depois disso, os navios iniciaram as repatriações dos hóspedes e dos tripulantes. A partir desse momento, o setor se reuniu com especialistas, médicos e cientistas, para estabelecer os melhores protocolos da indústria de turismo em todo o mundo. O setor começou a operar em alguns destinos em julho do ano passado e está voltando de forma gradual em vários lugares de todo o mundo. Citou como exemplo operações na Itália, na



Foto: Pedro França / Agência Senado

Os cruzeiros marítimos foram tema de debate na Comissão.

Grécia, na Alemanha, em Taiwan, no Japão e em Singapura; e, em breve no Reino Unido e no Oriente Médio. Em junho, as operações serão retomadas no Caribe e, muito provavelmente, nos Estados Unidos, em julho. No fim do ano, a partir de outubro, as operações no hemisfério sul, incluindo Austrália, Brasil e o sul da América do Sul – Ushuaia com Antártida –, deverão voltar.

No Brasil, mencionou como melhor temporada o biênio 2010/2011, que teve 20 navios com 800 mil cruzeiristas; quando surgiram China, Cuba, África do Sul, sul da Ásia e Austrália, 13 navios foram perdidos para esses destinos, que estavam muito mais competitivos. No biênio 2016/2017, o País teve sete navios com 350 mil cruzeiristas. Com a evolução crescente, em 2019/2020 existiram 470 mil cruzeiristas. A falta de operações na última temporada deixou de gerar R\$ 2,5 bilhões e 35 mil empregos para o País; na cidade de escala, o impacto é em torno de US\$100 (R\$550). Um estudo realizado pela Fundação Getúlio Vargas, a pedido da Clia, apontou que R\$ 1 investido pelos associados gera R\$4,63 para o País.

Para a próxima temporada, informou que já há sete navios encomendados e confirmados com os associados, mas a aprovação final depende

da Anvisa. O primeiro navio tocará Fortaleza no dia 31 de outubro, e o último tocará Maceió no dia 19 de abril de 2022. Haverá 130 roteiros, 14 destinos, 550 escalas, totalizando mais de meio milhão de leitos em todos os navios. Santos, Rio de Janeiro e Salvador são os principais portos em número de escalas no País. A perspectiva é gerar mais de 35 mil empregos, mais de R\$ 2,5 bilhões e R\$330 milhões em impostos para o País. Dos sete navios, o menor tem 2,6 mil leitos e o maior, 6,6 mil leitos. Todos juntos têm 27 mil leitos que quando somados aos leitos dos tripulantes equivalem ao número de leitos do Distrito Federal. Mencionou também os navios de passagem, que são navios de estrangeiros que estão dando volta ao mundo; há 26 pedidos de escala no Brasil no fim de 2021, e a Clia está trabalhando junto à Anvisa para aprovar o quanto antes.

O convidado discorreu sobre protocolos que estão sendo aprovados por todas as autoridades sanitárias do mundo e incluem 100% de testes em todos os hóspedes e tripulantes; afirmou que estes últimos estarão vacinados para a operação. Citou: uma menor ocupação dos navios – o que causa um maior distanciamento a bordo –; o uso de máscaras; o redimensionamento dos restaurantes, dos passeios, das excursões; maior higienização; maior estrutura médica, com UTI, respiradores e monitoramento de sintomas a bordo; plano de contingência de isolamento a bordo; e hospitais privados em terra já contratados pelos associados. Com todas essas medidas, segundo ele, a aprovação pela Anvisa está próxima. Detalhou que reuniões mensais estão acontecendo com a Anvisa; há o apoio do diretor de Portos e Aeroportos Alex Machado, assim como dos destinos. Por fim, disse contar com o apoio do parlamento para o retorno das operações no Brasil.

Sr. Carlos Palmeira Lopes Villanova, presidente da Associação Brasileira de Agências de Viagens de Alagoas (Abave/Alagoas)

O palestrante disse que a Abave foi muito bem apresentada pela Sra Magda Nassar, presidente nacional, por isso disse apenas que ratificava tudo o que foi exposto por ela.

Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo

Ciclo de Debates sobre Turismo

Reunião de 31/5/2021

5ª Mesa do Ciclo de Debates sobre Turismo

1ª parte: Abertura

A quinta audiência do Ciclo de Debates, realizada em 31 de maio de 2021, teve como tema “o Brasil na retomada do turismo internacional: estratégias para a ampliação de turistas estrangeiros no país”. Participaram desse debate: Sr. Carlos Brito, diretor-presidente da Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (Embratur); Sr. Bruno Wendling, presidente do Fórum Nacional dos Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo (Fornatur) e da Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul; Sr. Bruno Reis, interlocutor de Inteligência de Mercado e Promoção e presidente da Empresa Potiguar de Promoção Turística (Emprotur-RN); Sr. Alexandre Sampaio, representante de Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo; Sr. Toni Sando, presidente da União Nacional de Conventions & Visitors Bureau e Entidades de Destinos (Unedestinos); e Sra. Danielle Govas Pimenta Novis, superintendente do Maceió Convention & Visitors Bureau.

O Senador Fernando Collor, Presidente da Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo abriu os trabalhos com uma análise do turismo internacional. De acordo com o Senador, a pandemia, com as restrições à mobilidade e o fechamento de fronteiras, teve efeitos severos sobre as viagens internacionais. A Organização Mundial do Turismo indicou uma queda de turistas estrangeiros em 2020. A perda de receitas foi de USD 1,2 trilhão. No Brasil, estima-se que o número de turistas tenha sido igual ao de 1994, com perda de receita em divisas estrangeiras de 50% em relação a 2019.

Dado esse cenário, tornou-se urgente a discussão do turismo internacional no País. A retomada será gradual e haverá grande competição pelos turistas, de acordo com o Senador Fernando Collor. Para competir, o Brasil tem que avançar rapidamente na vacinação e seguir rígidos protocolos de biossegurança.

O Senador também apontou os problemas estruturais que dificultam a captação de turistas internacionais pelo Brasil, que levam o número de turistas estrangeiros no País a ficar aquém do nosso potencial, mesmo antes da pandemia. Em 2019, o fluxo de turistas internacionais cresceu 3,6%. No Brasil, no mesmo ano, houve redução de 4%. De um bilhão de turistas estrangeiros em 2019, apenas 6,3 milhões visitaram o Brasil.

É preciso discutir por que captamos poucos clientes dado o nosso potencial, as nossas atrações. Quais são as restrições conjunturais e estruturais que dificultam a visita dos estrangeiros ao Brasil? Que providências devemos adotar a curto prazo para restabelecer condições sanitárias seguras para a população local e para os estrangeiros, questionou o Senador Collor? Para ele, devemos buscar respostas a essas questões e transformá-las em ações efetivas.

Na sequência, o Senador Fernando Collor passou a palavra aos expositores.

I – Identificação

5ª Mesa do Ciclo de Debates sobre Turismo, para discutir o tema: *“O Brasil na retomada do turismo internacional: estratégias para a ampliação de turistas estrangeiros no país”*

II – Participantes

1. **Sr. Carlos Brito**, diretor-presidente da Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (Embratur);

2. **Sr. Alexandre Sampaio**, representante da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo;

3. Sr. Bruno Wendling, presidente do Fórum Nacional dos Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo (Fornatur) e da Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul;

4. Sr. Bruno Reis, interlocutor de Inteligência de Mercado e Promoção e presidente da Empresa Potiguar de Promoção Turística (Emprotur-RN);

5. Sr. Toni Sando, presidente da União Nacional de Conventions & Visitors Bureau e Entidades de Destinos (Unedestinos);

6. Sra. Danielle Govas Pimenta Novis, superintendente do Maceió Convention & Visitors Bureau.

III – Relato da exposição dos convidados

Sr. Carlos Brito, diretor-presidente da Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (Embratur)

O convidado apresentou os planos da Embratur para o setor do turismo, destacando ter sido recentemente completado o primeiro ano da transformação do Instituto Brasileiro de Turismo em Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo, o que se deu com a aprovação da Lei nº 14.002, de 2020, por conversão da Medida Provisória nº 907, de 2019. Observou que essa alteração foi aprovada por unanimidade no Senado Federal, o que demonstra o entendimento da importância da medida para o fortalecimento do turismo brasileiro.

Carlos Brito informou sobre a previsão de retorno, a partir de julho de 2021, da promoção internacional dos destinos brasileiros, atendendo à missão principal da Embratur. Isso devido à determinação constante na lei de conversão, de que até seis meses após o fim do estado de emergência decorrente da pandemia, a agência estaria obrigada a promover exclusivamente o turismo doméstico. Disse que, embora o turismo brasileiro tenha sido duramente impactado, a exemplo do que ocorreu no mundo, a situação teria sido mais preocupante no Brasil se o governo federal não tivesse sido

parceiro do setor e tomado diversas medidas. Relatou que o Brasil foi um dos primeiros dez países do mundo a lançar o Selo Turismo Responsável, com protocolos de biossegurança, permitindo a realização de atividades ligadas ao turismo. Observou que, em dezembro de 2020, chegou a haver uma recuperação de 85% dos voos domésticos, até que se iniciou o segundo ciclo da pandemia.

Buscando fomentar o turismo interno, a Embratur realizou a campanha “Ser brasileiro é estar sempre perto de um destino incrível”, com o objetivo de incentivar que uma parte dos gastos de cerca de R\$ 100 bilhões efetuados por brasileiros no exterior fosse direcionada ao turismo interno. O orador apresentou um vídeo com dados da campanha realizada, no que se refere às peças de propaganda executadas e ao seu alcance entre o público alvo.

Assegurou que o governo brasileiro entende a importância da vacinação e tem sido destaque mundial em relação ao número de doses entregues aos estados, com a expectativa de que a população economicamente ativa seja vacinada até setembro de 2021. Informou que a Embratur tem atuado na divulgação do andamento da vacinação no Brasil, considerando que à medida em que mais brasileiros estiverem vacinados, mais atividades de turismo serão viáveis.

Mencionou a disposição de fazer o Brasil aumentar sua participação no turismo mundial, trabalhando em conexão com trades globais, paralelamente à promoção do turismo interno. Relatou sua participação em reunião realizada na República Dominicana com ministros de turismo das Américas, promovida pela Organização Mundial do Turismo (OMT). Disse que a avaliação da OMT é a de que o Brasil terá uma recuperação destacada, devido à alta procura mundial pelo turismo de natureza, o que considerou uma ótima notícia, tendo em vista prejuízos de R\$ 290 bilhões em 2020, com perda de 400 mil postos formais de trabalho. Destacou, ademais, que o Brasil é o único país com seis biomas em seu território, com quase 8 mil quilômetros de costa e praias límpidas e com água quente o ano inteiro, além de não ter desastres naturais, a exemplo de muitos países concorrentes.

O convidado solicitou ao Senado Federal apoio para assegurar fonte perene de receitas para a Embratur, que considera serem necessárias para a promoção turística do Brasil no exterior, permitindo que o País tenha chances de participar em condições de igualdade da disputa por turistas estrangeiros.

Observou que a retomada do turismo internacional dependerá da reabertura de fronteiras e do retorno gradual da confiança dos turistas, o que será possível com a vacinação. Defendeu a aceitação de todos os tipos de vacinas aplicadas no mundo, relatando que reforçou a necessidade dessa aceitação junto à OMT, durante a Feira Internacional de Turismo de Madri (Fitur), primeira grande feira do circuito internacional realizada presencialmente.

Em seguida, o diretor de marketing da Embratur Sílvio dos Santos Nascimento apresentou as ações da Embratur para o turismo doméstico e o planejamento das ações internacionais, à luz da restrição estabelecida pela Lei nº 14.002, de 2020. No período em que não foi possível realizar promoção internacional, o diretor informou terem sido alcançados bons resultados na promoção interna do turismo.

Destacou a realização de quatro press trips, nos estados de Minas Gerais, Bahia, Pernambuco e Rio Grande do Sul, contando com mais de 100 parceiros estaduais das iniciativas pública e privada. Esses eventos contaram com a participação de 26 influenciadores e jornalistas especializados no segmento de viagens e turismo. As ações levaram a um incremento de 13 mil seguidores nas redes sociais da Embratur e impactaram mais de 5 milhões de pessoas, além de terem resultado em diversas matérias publicadas em vários sites e revistas.

O diretor mencionou feiras internacionais realizadas no início de 2020, nas quais foi possível a participação da Embratur: a New York Times Travel Show, nos Estados Unidos; a Vakantiebeurs, na Holanda; a Fitur, na Espanha; a BIT, na Itália; a Anato, na Colômbia; e a Travel and Adventure Show, nos Estados Unidos. A participação nessas feiras contou com 87 coexpositores, como estados e destinos, tendo alcançado mais de 7,4 mil reuniões e

contatos realizados. O retorno sobre investimento (ROI) foi estimado em R\$ 21 milhões. Para o ano de 2020, o ROI foi estimado em 5,93, quase seis vezes.

Foram citadas entre as feiras nacionais a feira virtual Abav Collab; a Festuris de Gramado; a Boat Show, em São Paulo; a Visit Pernambuco; e o Festival Cataratas, em Foz do Iguaçu. Para tanto, houve um investimento de R\$ 1,8 milhão, tendo sido registrados mais de mil contatos e reuniões, com expectativa de negócios para os 12 meses seguintes de mais de R\$ 2 milhões e um retorno direto sobre o investimento de quase R\$ 5 milhões.

Sobre as ações da Embratur para incentivar a retomada do turismo internacional, o diretor informou a previsão de participação do Brasil em seis feiras internacionais: a Expo Dubai, nos Emirados Árabes Unidos; a FIT América Latina, na Argentina; a WTM, em Londres; a Imex America, em Las Vegas; a ITB, em Xangai; e a IBTM, em Barcelona. O diretor ressaltou que, embora exista a pretensão da Embratur de participar dessas feiras, não seria possível desconsiderar o cenário de imprevisibilidade.

Registrou a intenção da Embratur de ativar cerca de 15 mercados considerados prioritários, de organizar press trips internacionais para jornalistas e influenciadores e de abrir um escritório da agência em cada continente. Também mencionou tratativas sobre ações de cooperação com a Espanha, a China e o Ministério das Relações Exteriores. Registrou que a Embratur encaminhou proposta de acordo de cooperação para financiar projetos de promoção de destinos brasileiros executados por embaixadas brasileiras. Informou sobre campanhas a serem realizadas na Argentina, no Chile, no Uruguai e no Peru, além de países em que há isenção de vistos, como Estados Unidos, Canadá, Austrália e Japão. Por fim, o diretor manifestou a intenção de reativar as redes sociais internacionais do Brasil, conhecidas como Visit Brasil, que também será o nome de um portal a ser apresentado em setembro de 2021.

Retomando a palavra, o presidente da Embratur Carlos Brito afirmou que a falta de recursos para as ações da agência é um dos principais motivos de o Brasil não ser mais competitivo no mercado internacional de turismo.

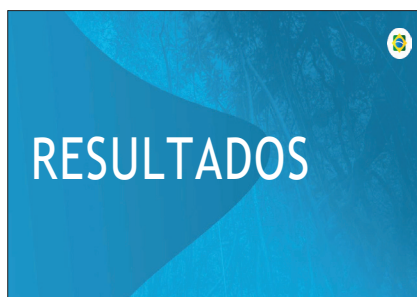
Posteriormente, em resposta a questionamentos, o presidente da Embratur afirmou que a saúde e o turismo andam juntos, informando sobre a expectativa de que a vacinação pudesse avançar, por meio da ação diuturna do governo federal e do Ministério da Saúde.

Afirmou que a Embratur não se limitava a feiras, promovendo uma campanha de fortalecimento do turismo interno, à luz da restrição legal temporária à atuação da agência no mercado internacional. Informou que a entidade pretendia viabilizar junto ao Congresso Nacional uma alteração legislativa que permitisse à Embratur dar continuidade a ações de promoção interna.

Assegurou que a Embratur vinha inovando em suas estratégias. Mencionou encontro com mais de 30 secretários de turismo municipais e iniciativas para ouvir estados e municípios para promover ações voltadas a cada destino. Citou a abertura de escritórios regionais e internacionais, com o objetivo de aumentar a capilaridade da agência. Alertou, no entanto, que não adianta planejar, mas não ter recursos para executar. Mencionou a campanha do vacinômetro, que permite ao turista se informar sobre quantas vacinas são recebidas diariamente e quantas pessoas são vacinadas.

Manifestou a confiança de que no cenário pós-pandemia haverá a retomada do turismo brasileiro, defendendo a união dos atores em prol do setor.

Apresentação do Sr. Carlos Brito



RESULTADOS – PRESS TRIP



MINAS GERAIS BAHIA PERNAMBUCO RIO GRANDE DO SUL



Destinos escolhidos com base em informações analisadas pela inteligência

RESULTADOS – PRESS TRIP



RESULTADOS – PRESS TRIP



13 mil novos seguidores
+ de 5 milhões de pessoas impactadas

RESULTADOS – PRESS TRIP



PAUTA POSITIVA PARA EMBRATUR E DESTINOS

PARTICIPAÇÃO EM FEIRAS INTERNACIONAIS



NY TIMES TRAVEL SHOW

ESTADOS UNIDOS



PARTICIPAÇÃO EM FEIRAS INTERNACIONAIS



VAKANTIEBEURS

HOLANDA



PARTICIPAÇÃO EM FEIRAS INTERNACIONAIS



FITUR

ESPAÑA



PARTICIPAÇÃO EM FEIRAS INTERNACIONAIS



BIT

ITALIA



PARTICIPAÇÃO EM FEIRAS INTERNACIONAIS



ANATO

COLÔMBIA



PARTICIPAÇÃO EM FEIRAS INTERNACIONAIS



TRAVEL & ADVENTURE SHOW LA

ESTADOS UNIDOS



RESULTADOS – FEIRAS



Investimento x Retorno
Feiras Internacionais de Turismo - 1º Semestre 2020

Coexposições	87
Reuniões/Contatos Realizados	7.467
ROI 12 meses em BRL	21.061.731,10
ROI 2020	5,93

PARTICIPAÇÃO EM FEIRAS NACIONAIS



ABAV COLLAB



PARTICIPAÇÃO EM FEIRAS NACIONAIS



FESTURIS

GRAMADO



PARTICIPAÇÃO EM FEIRAS NACIONAIS



SP BOAT SHOW

SÃO PAULO



PARTICIPAÇÃO EM FEIRAS NACIONAIS



VISIT PERNAMBUCO

PORTO DE GALINHAS



PARTICIPAÇÃO EM FEIRAS NACIONAIS



FESTIVAL CATARATA

FOZ DO IGUAÇU



RESULTADOS – FEIRAS

Investimento x Retorno (Geral)
Feiras Nacionais de Turismo - 2º semestre 2020

Investimento Total Feiras 2020	BRL 1.876.623,22
ROI - 12 Meses	BRL 2.095.134,40
Retorno Direto Sobre o Investimento (ROI)	4,54



AÇÕES FUTURAS



AÇÕES INTERNACIONAIS – FEIRAS

FEIRAS 2021				
FEIRA	CIDADE	PAIS	SEGMENTO	PÚBLICO ALVO
EXPO Dubai	Dubai	Emirados Árabes	Multiprodutos	Privado/Público
ETI - Encuentro Turismo - Feria Internacional de Turismo de Galicia Latina	Buenos Aires	Argentina	Multiprodutos	Turista e Público Privado
WTB - World Travel Market London	London	Reino Unido	Multiprodutos	Turista
WTF - Semana	Las Vegas	EUA	Missa	Turista
WTB China	Xangai	China	Multiprodutos	Turista
WTB México	Guadalajara	Espanha	Missa	Turista



AÇÕES INTERNACIONAIS – RELAÇÕES PÚBLICAS



Ativação dos
Mercados Prioritários



Organização de Press Trips
internacionais com
jornalistas e influenciadores

AÇÕES INTERNACIONAIS

ABERTURA DE UNIDADES DA EMBRATUR NO EXTERIOR



- Instalação de 5 unidades – 1 em cada continente;
- Ampliação do alcance das ações promocionais da agência, bem como da efetividade das articulações com agentes governamentais e econômicos;
- Objetiva aumentar nossa participação no ranking dos destinos mais buscados por esses emissores.



AÇÕES INTERNACIONAIS

COOPERAÇÕES BILATERAIS



A Embratur está negociando ações de cooperação:



Espanha
Intercâmbio/transfêrencia de informações, estatísticas, metodologias e tecnologias para o aperfeiçoamento gerido da atividade turística nos dois países. Organização de uma missão empresarial de investidores espanhóis para apresentação de oportunidades de investimento em atrativos turísticos no Brasil;



China
Intermediação do Governo Chinês para - junto às companhias aéreas estatais chinesas - ampliar a frequência e reduzir o tempo de conexão dos voos oriundos da China; (iv) Apoio do Governo Chinês na identificação de operadores turísticos interessados em comercializar destinos brasileiros.

AÇÕES INTERNACIONAIS

COOPERAÇÃO COM O MRE



A Embratur encaminhou proposta de acordo de cooperação para financiar projetos de promoção dos destinos brasileiros executados pelas Embaixadas do Brasil no exterior.

O objetivo é fortalecer as ações realizadas pelos postos diplomáticos, aproveitando a mão de obra qualificada e a capilaridade do Itamaraty.

A Embratur cede, sob demanda, imagens de alta resolução as Embaixadas para promoção dos destinos no exterior.



AÇÕES INTERNACIONAIS – CAMPANHAS



Campanha para Países Latinos

Tem o objetivo de manter as boas estatísticas, tendo em vista que esses países são tradicionalmente os maiores emissores de turistas para o Brasil.



ARGENTINA



CHILE



URUGUAI



PERU



Sr. Alexandre Sampaio, representante da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviço e Turismo

O convidado afirmou que a situação do setor de turismo é muito difícil desde 2020 e se agravou no início de 2021. Apresentou dados da OMT sobre a evolução das restrições de fronteiras desde o início da pandemia, que vêm limitando a captação de turistas internacionais. No mundo, houve queda de cerca de 87% nas viagens internacionais, sendo que na América do Sul esse número chegou a quase 92%.

Houve uma diminuição de 72% nas chegadas aéreas internacionais. Países emissores de voos internacionais para o Brasil limitaram muitas viagens, pela queda na demanda, pelas dificuldades que o País enfrentava e pelas percepções relativas ao crescimento da pandemia na região. Para o convidado, os dados demonstram variáveis que não se pode controlar, e mesmo que se faça promoção, como ocorre nas ações da Embratur, é muito difícil lidar com o momento e sensibilizar mercados internacionais para atrair viagens ao Brasil.

O debatedor apresentou cenários delineados pela OMT. Em um primeiro cenário, se houver uma vacinação ampla, seria possível uma recuperação de aproximadamente 66% das chegadas internacionais em relação a 2020, mas em um patamar 55% menor do que em 2019. No segundo cenário, mais provável, com índices menores de vacinação, seria possível um aumento de 22% das chegadas internacionais em relação a 2020, mas em níveis 67% abaixo dos de 2019.

Em seguida, foram apresentados dados sobre a evolução dos números de passageiros transportados nos mercados doméstico e internacional, indicando uma relação estável desde 2010, com um pequeno crescimento em 2019, quando foram transportados 95,3 milhões de passageiros no mercado doméstico e 24,1 milhões no mercado internacional. No mercado doméstico, o número caiu a 45,2 milhões em 2020. O convidado afirmou que o Brasil era um dos cinco maiores mercados domésticos do mundo e também atraía um número significativo de turistas internacionais, mas que as quedas em 2020 e 2021 foram dramáticas.

Destacou a percepção de especialistas e da iniciativa privada de que falta um plano de ação para a recuperação das viagens. Defendeu a necessidade de um protocolo harmonizado com países da América do Sul. Mesmo havendo disparidades, inclusive quanto ao processo de vacinação, observou que houve discussões nesse sentido no encontro de ministros ocorrido na República Dominicana e defendeu que haja uma divulgação conjunta de toda a América do Sul.

O orador explicou que um trabalho de divulgação conjunta do Brasil com outras entidades e estruturas governamentais da América do Sul poderia baratear os custos da Embratur, tendo como alvo turistas pouco receptivos à ideia de se deslocarem para a região. Destacou um cenário em que a deterioração do ambiente econômico dificulta que se tenha uma expectativa de turistas internacionais em grande volume em curto espaço de tempo. Também sugeriu uma atuação conjunta com a iniciativa privada em ações de promoção, tendo em vista que a Embratur carece de recursos.

O orador apresentou dados sobre o projeto de identidade digital de viajantes, proposto pelo Fórum Econômico Mundial, que precisa levar em conta que os viajantes internacionais precisam se sentir seguros e com a saúde protegida. Novos protocolos do sistema de segurança precisam ser implementados, bem definidos e harmonizados entre os diversos países da América do Sul, tendo em vista que há atrativos que podem ser partilhados entre esses países.

No novo cenário, as viagens deverão ocorrer sem contato e em um novo regime de segurança de saúde. Como exemplos, a impressão digital física dos leitores manuais deverá ser eliminada nos aeroportos. A biometria, com auxílio de tecnologia de ponta, deverá ser amplamente aceita. A tecnologia para entrada de dados “sem contato” (*touchless*), como controle de gestos, digitalização de documentos sem toque e comandos de voz, tem sido testada. O objetivo é evitar demora no controle de passaportes e permitir agilidade no desembarço, evitando aglomerações e prejuízos à atratividade turística.

O novo viajante vai evitar locais superlotados, o que reforça a divulgação de áreas comuns e de áreas de natureza. Viagens de carro devem ganhar prioridade em relação a viagens de avião, embora o mercado doméstico de viagens aéreas deva continuar crescendo.

O convidado observou que haverá grupos optando por viagens internacionais que não requeiram carteira de vacinação, para evitar a burocracia. Ainda assim, defendeu a existência de um documento virtual que garanta que esse viajante esteja imunizado. Anotou que em muitas regiões do mundo, haverá ênfase nas viagens domésticas, mesmo em locais emissores de turistas para o Brasil, como Estados Unidos e a Europa. Deve se considerar ainda que em muitos países o consumidor perdeu poder aquisitivo, o que pode adiar novas viagens.

Tendo em vista que os viajantes recorrerão às autoridades para obter informações, questionou quantos estados e municípios têm sites oficiais voltados para esclarecimento de suas práticas fitossanitárias para atender turistas, observando que esse seria um critério importante no processo de tomada de decisão. Sugeriu, ademais, que hotéis, restaurantes e agências, como fornecedores, disponibilizem amplamente informações sobre os protocolos para deixar os turistas nacionais ou internacionais seguros quanto à tomada de decisão sobre a viagem.

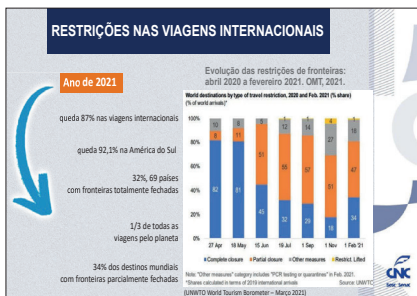
O orador relatou um apelo dos consumidores para que todas as grandes empresas inovem em serviços em termos de saúde e segurança. Questionou, porém, se depois de um ano e meio de pandemia as empresas ainda

teriam recursos para investir em inovação, com o uso de tecnologias recomendadas, como o touchless e a inovação virtual. Isso porque empresas de eventos, hotéis e restaurantes foram muito abalados financeiramente. Observou que as empresas e os destinos devem estar preparados para as exigências adicionais dos turistas internacionais.

Entre as estratégias sugeridas, recomendou a criação de políticas que incentivem a adoção de protocolos de segurança, incluindo a disponibilização de recursos e medidas tributárias. Como exemplo, citou a discussão sobre elevar o turismo internacional à condição de atividade exportadora, o que teria impacto na contabilização de PIS e Cofins. Sugeriu também a intensificação do marketing digital, a otimização dos procedimentos de embarque, investimentos na capacitação de protocolos, a disponibilização de ferramentas para apoiar o empresariado nessas novas soluções e os investimentos no turismo interno.

Apresentação do Sr. Alexandre Sampaio

CICLO DE AUDIÊNCIAS PÚBLICAS SOBRE O SETOR DE TURISMO
 "O Brasil na retomada do turismo internacional: estratégias para a ampliação de turistas estrangeiros no país"



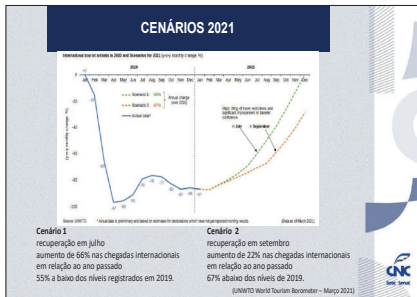
BRASIL - Chegadas Internacionais

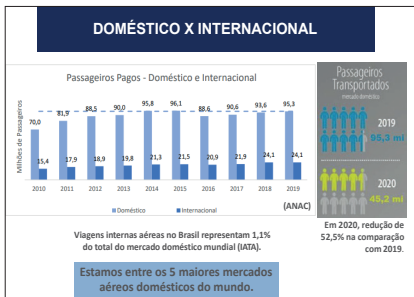
Em 2020 houve queda de 72% nas chegadas aéreas internacionais
 Entre janeiro e o início de abril de 2021 houve queda de 90,8%
 (Inovações Plus Intelligence) queda de 93,8% - nove principais países emissores

Desembarque de Passageiros em Voos Internacionais - Variação Mensal 2020-2021

Mês	2020			2021			Variação % 2021/2020
	Regulares	MH	Total	Regulares	MH	Total	
Total	2.896.148	117.806	3.013.954	319.790	14.311	334.101	87,7
janeiro	1.088.940	84.220	1.173.160	153.630	8.082	161.712	85,9
fevereiro	840.909	34.941	875.850	95.414	2.240	97.654	95,9
março	176.677	24.648	201.325	78.749	3.789	82.538	88,8

Dados comparativos de desembarque de passageiros em voos internacionais regulares e não regulares de 2020 e 2021, com variação percentual, baseado em dados coletados pela ANAC - Agência Nacional de Aviação Civil.





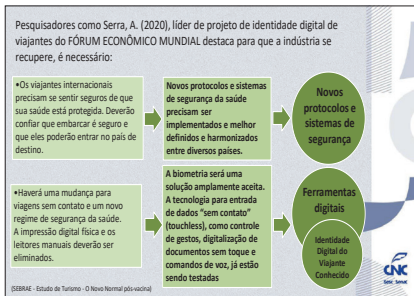
RECUPERAÇÃO DAS VIAGENS

Cerca de 20% dos especialistas sugerem que a recuperação poderia vir a ocorrer apenas em 2022 em razão de:

- Falta de um plano de ação** → há uma sensação de falta de um plano de ação coordenado entre os países para garantir protocolos harmonizados e restrições bem coordenadas.
- Contenção da covid** → o ritmo ainda lento da contenção da covid está gerando uma baixa confiança do consumidor no tocante a empreendedores viagens.
- Deterioração do ambiente econômico** → a deterioração do ambiente econômico segue como um obstáculo que irá requerer inteligência e inovação para ser ultrapassado.

CNC
Set. Serv.

(DEBRAE - Estudo de Turismo - O Novo Normal pós-vacina)



O NOVO VIAJANTE

- evitarão locais superlotados e preferirão o interior e o campo.
- as viagens de carro próprio no modal rodoviário – serão percebidas como uma forma "mais segura" de viajar.
- haverá grupos que irão optar por viagens internacionais que não requeram carteiras de vacinação.
- a ênfase nas viagens domésticas deverá suplantará as internacionais.

Em muitas regiões do país e do mundo, há que considerar que o **consumidor tenha perdido poder aquisitivo durante a pandemia**, sendo que a recuperação deste poder aquisitivo poderá ser lenta e até mesmo inerta.

CNC
Set. Serv.

(DEBRAE - Estudo de Turismo - O Novo Normal pós-vacina)

ESTAMOS PREPARADOS?

- Os viajantes cada vez mais recorrerão às autoridades nas quais confiam para obter informações precisas antes e durante suas viagens.

Quanto estados têm site oficial voltado ao turista?

Quanto municípios têm site oficial voltado ao turista?

- A higiene se tornará um critério tão importante no processo de tomada de decisão do viajante quanto o preço e a localização, fazendo com que os fornecedores e atores do mercado intensifiquem suas medidas de segurança e higienização.

Quantas empresas (hotéis, restaurantes, agências, etc) possuem protocolos de segurança e higienização?

CNC
Set. Serv.

(DEBRAE - Estudo de Turismo - O Novo Normal pós-vacina)

ESTAMOS PREPARADOS?

- Houve apelo dos consumidores para que todas as grandes empresas envolvidas no turismo inovem os serviços em termos de saúde e segurança.

Após um ano e meio de pandemia, as empresas possuem recursos para inovar?

- Esperam-se melhorias e inovações nos quartos, aviões e em qualquer espaço público que receba turistas. Tudo isso impacta diretamente na escolha de um destino, voo ou estadia.

As empresas e destinos turísticos estão preparados para receber viajantes nacionais e internacionais mais exigentes?

CNC
Set. Serv.

(DEBRAE - Estudo de Turismo - O Novo Normal pós-vacina)

ESTRATÉGIAS PARA A AMPLIAÇÃO DE TURISTAS ESTRANGEIROS

- Criar políticas públicas que incentivem a adoção de protocolos de segurança nos destinos e empresas e a formatação de novos produtos turísticos.
- Elevar a atividade do turismo internacional à condição de atividade exportadora e, portanto, merecedora das benesses dos programas oficiais de estímulo à exportação.
- Intensificar o marketing digital - Publicação de conteúdos relevantes, como notícias sobre a vacinação e adoção de práticas e procedimentos de segurança e higienização nos destinos brasileiros.
- Otimizar os procedimentos de embarque e recepção dos passageiros.
- Investir em capacitação sobre protocolos de segurança e higienização.
- Disponibilizar ferramentas e apoiar o empresário com novas soluções de atendimento e contato com seus consumidores.
- Investir no turismo interno para ampliar as viagens no país, gerando confiança no turista internacional.

CNC
Set. Serv.

Cetur

Conselho Empresarial de Turismo e Hospitalidade da CNC

conselhodeturismo@cnc.org.br

CNC
Set. Serv.

Sr. Bruno Wendling, presidente do Fórum Nacional dos Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo (Fornatur) e da Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul

O convidado relatou que há alguns anos tem cobrado um reposicionamento da imagem do Brasil no mercado internacional. Afirmou que o momento, por ser o mais difícil da pandemia, e pelo fato de a Embratur não poder trabalhar com promoção internacional, seria a oportunidade para se recuperar o tempo perdido e trabalhar internamente de forma coordenada.

A proposta de reposicionamento a que se referiu o debatedor pretende mudar em parte a imagem que o Brasil vem trabalhando há décadas no mercado internacional. Como exemplo, afirmou que não costuma ver o ecoturismo na composição da imagem do Brasil como destino, destacando ser de um estado – Mato Grosso do Sul – com dois destinos com essa característica – Pantanal e Bonito.

Defendeu ações coordenadas entre os secretários e dirigentes de turismo, as entidades de *trading* e a Embratur, aproveitando o tempo restante até a volta ao mercado internacional, avaliando que a vacinação ocorria em velocidade aquém da desejada. Concordou que somente a vacinação poderia salvar o turismo e a economia do Brasil, devendo ser ampliada e acelerada para que as pessoas tivessem confiança para viajar. Quanto às políticas públicas defendeu que estados e municípios atuem conjuntamente para definir os segmentos a serem trabalhados e os mercados internacionais que se pretende atingir, bem como os destinos brasileiros que oferecem o que o mercado emissor quer consumir, utilizando-se, portanto, de inteligência de mercado.

Defendeu a construção de um modelo de reconstrução e de planejamento estratégico, para além da campanha promocional. Seria um trabalho anterior de definição de estratégias e de reposicionamento dos produtos, já que nas últimas feiras, foram trabalhados os mesmos destinos no mercado internacional, sendo que o mesmo modelo de estande da Embratur foi utilizado. É um processo de reconstrução de imagem e de definição de

mercados prioritários. Concordou com a necessidade de se trabalhar de forma integrada com os países da América do Sul, para consolidar a região como um destino internacional e definir os segmentos prioritários e os produtos que os turistas pretendam consumir. Seria o caso de definir um elemento que una esses destinos, o que poderia ser o caso do ecoturismo e da natureza.

Para o orador, há a manutenção dos interesses do mercado internacional em viajar pelo Brasil. Por mais que a Embratur não pudesse realizar ações promocionais, seria possível manter imediatamente conversas, articulações e reuniões com o mercado internacional, os operadores incoming e os operadores internacionais emissivos. Citou capacitações on-line para manter o nível de interesse de países emissores para o Brasil, afirmando que vários estados têm se valido dessa ferramenta.

Defendeu um programa de apoio à inovação da oferta, embora tenha reconhecido a dificuldade de se pensar em inovação, devido aos aspectos financeiros. Sugeriu que para tanto houvesse apoio conjunto da Embratur, do Ministério do Turismo e dos estados para um programa de inovação da oferta turística brasileira, passando por um processo de reposicionamento do Brasil.

Registrou o lançamento no Mato Grosso do Sul do programa de inovação Trilhar MS, que, em várias etapas, prevê a qualificação *on-line* junto com a Associação Brasileira das Operadoras de Turismo (Braztoa); a oferta de consultoria *on-line* e presencial; editais de descentralização de recursos financeiros para apoiar as regiões na formatação de novos roteiros turísticos; e editais para apoiar startups a desenvolverem soluções tecnológicas para baratearem serviços de gestão de destinos para os empresários. Para o convidado, esse pacote de apoio ao trade sul-mato-grossense pode servir de referência.

Por fim, o convidado solicitou que o Fornatur passasse a integrar o Conselho da Embratur. Disse não ser possível que um fórum que representa a política pública estadual de turismo do Brasil e faz parte do Sistema Nacional do Turismo, nos termos da Lei Geral do Turismo, fique de fora do conselho da Embratur.

Sr. Bruno Reis, interlocutor de Inteligência de Mercado e Promoção e presidente da Empresa Potiguar de Promoção Turística

O convidado iniciou sua exposição relatando seu estranhamento sobre a falta nos fóruns de turismo de discussões sobre inteligência comercial. Observou que as discussões sempre mencionam ações de promoção, ativação em feiras, capacitação e harmonização de protocolos, mas não abordam o processo de tomada das decisões. Por outro lado, percebe que outros países apresentam profissionalismo na tomada de decisões sobre o turismo, sempre pautados por inteligência comercial. Afirmou ser um grande desafio a governança e a convergência entre os interesses públicos e privados.

Disse sentir falta, como gestor de um destino – o Rio Grande do Norte – em que o turismo tem um apelo muito forte, de um setor que o auxiliasse na mensuração, por país, da projeção de retorno do turismo. Disse que já deveria haver uma projeção por país de turistas a serem recebidos em curto, médio e longo prazos, bem como informações sobre o relacionamento com os principais atores dos mercados emissores. Observou, por exemplo, que os níveis de relacionamento são diferentes quanto aos mercados colombiano, português, espanhol e estadunidense. O produto apresentado em uma feira em Dubai é diferente do produto levado a uma feira argentina. Relatou ter participado de reunião com companhias aéreas em São Paulo, mencionando haver uma grande interrogação sobre como seria o posicionamento em relação à oferta hoteleira.

O orador afirmou que um dos grandes gargalos existentes no Brasil é a percepção das companhias aéreas de que o Brasil seja um mercado de exportação, tendo interesse sobretudo nos brasileiros que viajam para o exterior. Questionou sobre como seria possível reposicionar a oferta de assentos para que estrangeiros venham ao Brasil. Para ele, quando se tem uma ferramenta de inteligência de nível nacional, como existe no órgão português de promoção de turismo, tido como referência de inteligência comercial, é possível analisar as capacidades da malha aérea e das locadoras

de automóveis, bem como a ocupação da hotelaria em um portal integrado do país, o que até o momento não existe no Brasil. Observou que os dados sobre ocupação hoteleira ficam pulverizados em várias associações, que não são organizadas o suficiente para disponibilizarem a informação em um portal único. Para o convidado, a grande falha é a ausência de organização dessas informações, que precisam ser apresentadas de forma organizada a investidores, citando como exemplo os investidores do Hard Rock Cafe e da rede Accor, recém-chegados ao Rio Grande do Norte.

O convidado disse sentir falta de uma campanha de “*recall* da marca”. Observou que a Embratur lançou uma marca nova, questionando sobre de que maneira essa marca se conecta com o turista, com os operadores e com as companhias aéreas, afirmando que uma ação de *marketing* de inteligência deveria estar sendo realizada.

Concluiu a exposição afirmando que a promoção de um destino não se resume a participações em feiras, havendo diversas ferramentas a serem geridas para que se possa acessar os mercados de uma maneira organizada e defendendo ser um papel do governo federal e da Embratur atuarem como indutores dos destinos.

Sr. Toni Sando, presidente da União Nacional de Convention & Visitors Bureau e Entidades de Destinos (Unedestinos)

O convidado iniciou sua exposição afirmando que se não houver os recursos necessários, não adiantam ideias e propostas. Por outro lado, se não houver estratégia, não haverá a oportunidade de se fazer algo para colocar o Brasil no cenário mundial do turismo. Para ele, o fato de os brasileiros não conhecerem o próprio país é uma falha do setor. Defendeu que a sociedade civil organizada e o setor público tenham o compromisso de desenvolvimento econômico através do turismo em geral e do turismo de eventos.

Propondo reflexões sobre o que fora discutido, o convidado traçou um paralelo com a pandemia de gripe espanhola iniciada em 1918, que conta-

minou mais de um quarto da população mundial e causou a morte de 20 a 100 milhões de pessoas. No Brasil, com de 30 milhões de pessoas, a doença contaminou 65% da população, sendo que o sistema de saúde entrou em colapso. Os sintomas da doença eram muito graves, não havia cura e era muito arriscado cuidar dos doentes. A despeito disso, assim como na pandemia de covid-19, os profissionais de saúde fizeram tudo o que podiam. Em 1918, as únicas medidas contra vírus eram o uso de máscaras e o distanciamento social.

O orador apresentou anúncios de jornais da época da gripe espanhola, observando que a população recebia os mesmos conselhos da atualidade: evitar aglomerações, principalmente à noite; cuidar do nariz e garganta; não ter visitas; e ter mais controle para pessoas idosas. Do mesmo modo, em todo o mundo as pessoas mudaram suas rotinas com medo de contrair a doença e de perder seus entes queridos. Mesmo assim, 35 mil brasileiros morreram em alguns meses, causando colapso no sistema funerário.

O convidado apresentou manchetes de jornais de outubro de 1918 como: “As providências do governo de muito pouco valeram até agora”, “O Rio de Janeiro é um vasto hospital” ou “Não há médicos, não há remédios”. Em março de 1919, as notícias foram: “O carnaval triunfante” ou “A folia delirante”, no que ficou conhecido como o melhor carnaval da história, uma grande festa de celebração da vida.

Segundo o expositor, a história mostra que, após uma pandemia, há uma fase de muita euforia. Traçou um paralelo com alguns processos de luto, apontando um sentimento que faz com que se dê mais valor à vida e renova a vontade de viver. Observou que após a peste negra houve a aceleração do movimento renascentista, uma fase extremamente criativa, de valorização do humano, da natureza e, principalmente, do contato. Afirmou que, depois de tanto tempo de isolamento e distanciamento, todos precisarão de convívio e de aproximação, dando mais valor aos vínculos, aos abraços, aos apertos de mão, aos beijos e aos sorrisos.

Assim como em outras pandemias, as máscaras e o distanciamento social são necessários na atualidade. A ciência e a medicina são mais avan-

çadas do que em 1918, o que se evidencia pelo desenvolvimento e implantação de vacinas em menos de um ano, o que seria a única solução para acabar com a pandemia. Para o orador, após a vacinação, haverá um renascimento, um momento histórico marcado pela inovação, pela renovação e pela disrupção. Defendeu, portanto, que o *trading* trabalhe em conjunto com o setor público para promover uma retomada rápida, acreditando que não haverá um retorno ao passado, mas um salto para o futuro.

Para o convidado, se toda a população brasileira for vacinada em 2021, o Brasil poderá ter o maior *réveillon* de todos os tempos, e em 2022 serão possíveis atividades que incluam aglomeração, como almoços em família, jantares com os amigos, *happy hour* com os colegas e momentos em casal.

Observou que o ano de 2022 será simbólico, tendo em vista o centenário da Semana de Arte Moderna de 22. Será possível voltar a visitar museus e frequentar exposições, cinemas, peças de teatro, shows e festas. Disse acreditar que ocorrerá o maior carnaval da história, e que haverá muitas celebrações de aniversários, casamentos e nascimentos de bebês. Lembrou que em 2022 ocorrerá o bicentenário da Independência do Brasil, em um ano em que serão debatidos projetos para o futuro do País, com o processo eleitoral. Haverá a Copa do Mundo, um momento que possibilita a união do País. Enfim, acredita que o ano de 2022 será memorável.

Nesse cenário pós-pandemia, o convidado afirmou que as viagens serão comuns, defendendo o papel da Embratur de traçar estratégias para o turismo doméstico e para o turismo internacional. Para ele, o setor de turismo, tanto de lazer quanto de negócios, viverá o seu melhor momento da história. Depois de passarem tanto tempo em casa, as pessoas vão querer viajar e serão tomadas por um forte desejo de explorar e redescobrir o mundo, e não apenas a lazer. Depois de tanto tempo em *home office* e videoconferência, as pessoas estarão ansiosas por contatos humanos, com as equipes no trabalho. Haverá o desejo de estar na mesma mesa e de selar negócios com apertos de mão, em viagens a trabalho. As pessoas voltarão a frequentar congressos e seminários e a participar de feiras, *workshops*, cursos, exposições e eventos de lançamento.

Observando que o setor de turismo foi um dos mais afetados pela pandemia, depende dos esforços do Congresso Nacional e do Ministério do Turismo para viabilizar economicamente o setor, mencionando o Programa Emergencial de Retomada do Setor de Eventos (Perse).

O orador assegurou que o setor de turismo e eventos será um dos motores econômicos e afetivos da era pós-pandemia, e a hospitalidade brasileira dará boas-vindas a todos, nos aeroportos, nos meios de transporte e no acolhimento nos meios de hospedagem, com a alegria e a simpatia que são típicas do brasileiro, o mesmo ocorrendo nos centros de convenções, nos bares, nos restaurantes, nos shopping centers e no comércio de rua. O setor de turismo estará presente na vida das pessoas criando momentos inesquecíveis.

Para o orador, é necessário ter perspectivas positivas de futuro, para que as pessoas não fiquem presas na impotência e na paralisia do pessimismo e do desânimo. A ideia de que depois das pandemias o mundo sempre foi tomado por uma forte pulsão de vida pode trazer o entusiasmo necessário para que as pessoas se preparem para o futuro. Observou que já era possível programar viagens, negociar preços, escolher espaços e verificar disponibilidade de agendas. Disse ser um momento propício para unir a Embratur, o Ministério do Turismo, os secretários estaduais e municipais de Turismo e toda a cadeia produtiva de viagens, turismo e eventos.

Ao concluir, o convidado registrou que os *conventions bureaus* atuam na promoção de destinos e na captação e apoio a eventos e programas de capacitação, de modo a tornar os viajantes em visitantes.

Apresentação do Sr. Toni Sando



União Nacional de CVBs e Entidades de Destinos

Um futuro Tudo de Bom!

Antes de falar do futuro, vamos fazer uma breve viagem no tempo e voltar ao voltar ao ano 1918 onde em apenas dois anos a gripe espanhola contaminou 1/4 da população mundial e 65% dos brasileiros foram contaminados.

Na época a população do Brasil era de 30 milhões e o sistema de saúde entrou em colapso, não havia cura e era arriscado cuidar dos doentes, mas mesmo assim, os profissionais da saúde fizeram o que podiam.

As únicas medidas contra o vírus eram o uso de máscaras e o distanciamento social. Em todo o mundo as pessoas mudaram suas rotinas com medo de contrair a doença e de perder seus entes queridos.

Cerca de 35 mil brasileiros morreram causando o colapso do sistema funerário. A estimativa é que a gripe matou de 20 a 100 milhões de pessoas no mundo todo.

Mas enquanto em outubro de 1918 as manchetes do jornal destacavam: *O Rio de Janeiro é um vasto hospital; As providencias do governo de muito pouco valeram até agora; Continuamos entregues a Divina Providencia, Não há médicos, não há remédios...* em março de 1919 as manchetes foram totalmente diferentes: *O carnaval triunfante, A mão alegre da folia empolga a cidade; A folia delirante de ontem; O Entusiasmo popular excedeu toda a expectativa.*

Aquele evento ficou conhecido, na época, como o maior carnaval da história e uma grande festa de celebração da vida. Após tanta tristeza, a solução foi a alegria, como disse Carlos Heitor Cony sobre esse episódio, o carnaval é uma festa alegre para os tristes.



União Nacional de CVBs e Entidades de Destinos

A história nos mostra que depois de uma pandemia há uma fase de muita euforia. Vemos isso acontecer durante o processo de luto, e o que é o luto senão o amor persistindo? Esse sentimento nos leva a dar mais valor à vida podendo renovar nossa vontade de viver.

Aconteceu assim também depois da peste bubônica resultando numa aceleração do renascimento, uma fase de valorização do humano e da natureza e principalmente do contato.

Depois de tanto tempo de isolamento e distanciamento, vamos todos querer e precisar de convívio e aproximação e com certeza, daremos mais valor aos vínculos humanos com a valorização do contato, do olho no olho, do abraço, do aperto de mão, do beijo no rosto e do sorriso.

Tudo que estamos vivendo hoje é extremamente triste e trágico e assim como em outras pandemias precisamos agora do distanciamento social e das máscaras, mas nossa ciência e medicina é bem mais avançada e em menos de um ano de pandemia, já temos a vacina, a única solução para acabar com a pandemia.

E assim que todos forem vacinados, não teremos uma retomada, teremos um renascimento, como a letra da música do Lulu Santos, nada do que foi será de novo do jeito que já foi um dia.

Vivemos um momento histórico que será marcado pela inovação, pela renovação e pela disrupção. Não vamos voltar para o passado, porque teremos a oportunidade de saltar para o futuro.

Se fizermos um exercício de futurologia positiva, imaginado o que acontecerá se estivermos todos vacinados até dezembro deste ano, poderemos ter o maior



réveillon de todos os tempos e poderemos começar o ano respirando aliviados, saindo de casa e respirando o ar livre, aglomerando a vontade e almoçando em família, jantando com os amigos, e curtindo um happy hours com os colegas.

Além disso, 2022 promete ser um ano agitado. Teremos o centenário da Semana de Arte Moderna, que nossa Academia Brasileira de Eventos e Turismo já está compartilhando a programação das comemorações, que começa agora, com a Secretaria de Cultura do Estado de São Paulo e com São Paulo Convention & Visitors Bureau. A Semana de Arte Moderna foi um importante movimento artístico e cultural, que marcou o início de uma nova era e que não será diferente depois de tanto tempo em casa.

Poderemos visitar museus e ir a exposições, assistir filmes no cinema, peças de teatro, shows, festas. E por falar em festa, viveremos o maior carnaval da história, uma grande festa de celebração da vida.

Celebraremos também os aniversários de quem amamos e teremos muitos casamentos, novos bebês vão nascer e fazer parte das nossas vidas. Nossas crianças poderão brincar livremente, socializar com os amigos, ser crianças e se divertirem.

Teremos muitos bons momentos e construiremos boas memórias.

Será também o bicentenário da independência do Brasil, no mesmo ano que debateremos um projeto de futuro para o país celebrando juntos a nossa democracia nas urnas e logo depois das eleições, teremos a copa do mundo, que cria e representa a união e mobiliza as emoções. Será o momento especial de unir todo o país em uma só torcida em busca do nosso hexacampeonato.



E logo depois teremos finalmente um natal com a família reunida dando mais valor ainda aos laços familiares e terminaremos 2022 celebrando um ano memorável.

Mas para além de todas essas memórias boas, tem mais uma coisa que será essencial nos pós pandemia: Viajar.

Viajar para perto ou para longe, sozinho, com a família, a dois ou com amigos, seja para praias, montanhas ou cidades e nos divertir, relaxar ou nos aventurar.

O setor do turismo viverá seu melhor momento da história e depois de tanto tempo em casa *as pessoas vão querer viajar, as pessoas vão precisar viajar* e seremos todos tomados por um desejo de redescobrir e explorar o mundo lá fora e não apenas a lazer. Depois de tanto tempo em home-office e de video conferências, vamos ansiar por contato humano também no trabalho, voltar a ter contato com nossas equipes, colaborar juntos numa mesma mesa, fazer apresentações olhando no olho, negociar com apertos de mãos e voltar a viajar a trabalho.

Frequentaremos novamente congressos, feiras, exposições, workshops, eventos de incentivo. Tanto o turismo de lazer como o de negócios viverão uma renascença, afinal somos uma indústria baseada no contato humano e estaremos em uma fase histórica onde isso será muito precioso e valioso.

O setor de turismo e eventos será um dos motores econômicos e afetivos dessa nova era pós pandemia e nossa hospitalidade dará as boas-vindas para todos, com nosso sorriso nos aeroportos e nos aviões, com nosso acolhimento nos hotéis, com nossa simpatia e alegria nos eventos, nos bares, restaurantes, shopping centers, comércio... Teremos de volta as comemorações presenciais



da Páscoa, Dia das Mães, dos Pais, dos Namorados, Parintins, São João, Oktoberfest, Natal Iluminado....

Somos a indústria da criação de boas memórias, por isso o turismo dirá com uma só voz: *Sejam bem vindos a um novo mundo!*

E assim que a pandemia acabar, estaremos presentes nas vidas das pessoas, fazendo o que fazemos de melhor, criando momentos inesquecíveis.

Com tudo que está acontecendo no presente. Estamos precisando de perspectivas positivas de futuro. Precisamos de esperança e da expectativa de que o futuro será bom, caso contrário ficaremos presos na impotência e na paralisia.

Saber que depois de toda pandemia o mundo foi eletrizado por uma forte pulsão de vida, pode nos dar o entusiasmo necessário para nos prepararmos para essa fase que está por vir.

Dentre todas as incertezas que o mercado e as pessoas vivem hoje, há, pelo menos, uma certeza: os desafios serão superados. A pandemia irá passar, a vacinação, uma hora, será plena, a economia voltará a aquecer e a população voltará a se encontrar. Não basta saber que há luz no fim do túnel. Precisamos anunciá-la e promovê-la.

Dado o contexto e a mobilização de nos unirmos pela vacina, o ano de 2022 já é a representação exata desta esperança concreta; e os sinais são múltiplos e finalmente desejamos que nossos bravos profissionais da saúde tenham um tempo para suas merecidas férias.



União Nacional de CVBs e Entidades de Destinos

Hoje o setor trabalha para a sobrevivência, com as associações e entidades setoriais dialogando diariamente com o poder público para garantir um contexto possível para se manter as operações, compromissos e empregos. Em paralelo, é certo que o setor irá se reerguer, apesar de todos os traumas e dificuldades, forte, com novos formatos e mais necessário do que nunca.

As organizações de Conventions e de Visitors Bureaus atuam na prospecção de eventos futuros, na capacitação do bem receber e na promoção dos destinos. Apesar de todas as dificuldades e ajustes necessários neste período, não pararam um só segundo.

Seguiram e seguem atuantes, prontos para atender as demandas de prospecção, apoio e captação de eventos, que já estão sendo preparados para 2022, 2023, 2024 e mais, com profissionais qualificados e os melhores fornecedores da cadeia produtiva de turismo, eventos, hotelaria, entretenimento, gastronomia, comércio e viagens, em um trabalho que pode ser realizado seguindo o distanciamento social e todos os protocolos de saúde, higiene e bem-estar.

São peritos também na articulação público-privada, na escolha do destino certo e na busca pelos parceiros ideais para viabilizar qualquer evento e ações de promoção de um destino. Para escolher um destino certo para suas necessidades, consulte os Convention e os Visitors Bureaus em todo Brasil, no site unedestinos.com.br.

Temos de gerar energia e planejar desde já, inclusive, para obter as melhores propostas de preços, espaços e disponibilidade de agenda



O futuro está logo ali e, para isso, temos que nos preparar hoje, apesar das limitações impostas no momento.

A Terra vai girar em torno do Sol, e em breve vai ficar tudo de bom.

Toni Sando de Oliveira

Administrador de Empresas com MBA em Gestão Empresarial pela FGV.

Atuou no mercado financeiro, seguros e cartões de crédito no Banco Noroeste, Banco Nacional e Unibanco. Na academia, foi professor na Universidade Metodista e Senac.

Na hotelaria atuou como gerente geral de marketing para América do Sul. Atualmente esta como Presidente da Unedestinos, Presidente Executivo do São Paulo Convention & Visitors Bureau e 1o VP da Asociación CVBs Latam El Caribe e membro dos Conselhos Municipal, Estadual e Nacional de Turismo.

Ocupa a cadeira no. 22 da Academia Brasileira de Eventos e Turismo.

Sra. Danielle Novis, superintendente do Maceió Convention & Visitors Bureau

A convidada concordou com a ideia de que nas estratégias para o turismo faltam inteligência comercial, mensuração de resultados e métricas a atingir. Para ela, a pandemia traz a oportunidade de se repensar o posicionamento como destino turístico do Brasil, tendo em vista, inclusive, suas dimensões continentais.

Observou que o Brasil é um destino distante para o resto do mundo. Mencionou a falta de incentivos às companhias aéreas, ressaltando que a maioria dos destinos mundiais, ao contrário do Brasil, têm suas companhias aéreas próprias, o que fortalece e incentiva a retomada. Questionou se estariam sendo pensadas estratégias de fortalecimento das companhias aéreas brasileiras para fortalecer o *hub* e promover a integração dentro do País.

Considerando a experiência da região Nordeste, a convidada observou que o turista europeu não costuma vir ao Brasil para passar apenas uma semana, sendo necessário promover as regiões de forma integrada, formatando os produtos turísticos de forma a incentivar uma maior permanência. Mencionou, os programas de *stopover*, a exemplo do que ocorre na Europa e em São Paulo. Medidas como essa permitiram ao turista estrangeiro transitar pelo País sem custos adicionais, além de aumentar a competitividade do destino.

A oradora ressaltou que existe muito espaço ocioso no mercado interno brasileiro, que capta menos de 1% do fluxo mundial de turistas. Disse haver espaço para trabalhar também o mercado doméstico, observando que a pandemia gerou a oportunidade de os brasileiros conhecerem o próprio país.

Concordou com a perspectiva de uma retomada futura satisfatória, bem como com a afirmação de que a vacinação é imprescindível para avançar com a retomada do setor de turismo, ressaltando que o Brasil ainda estava atrasado em relação a esse ponto.

A oradora questionou os motivos de o setor de turismo não ter sido incluído entre os grupos prioritários da vacinação, destacando ser um setor em que o contato humano é priorizado e que se trata de um dos maiores geradores de emprego e renda, com grande capilaridade. Observou que estados e municípios poderiam decidir nesse sentido, mas que seria mais fácil se houvesse uma determinação uniforme.

Concordou que falta em certa medida inovação nas ações da Embratur, que permitam recuperar o tempo perdido em função da pandemia. Disse que sem recursos não é possível avançar. Elogiou a transformação da Embratur em uma agência, afirmando que essa medida permitirá que a instituição cumpra o seu papel de promover o Brasil no mercado exterior. Defendeu para tanto que exista um orçamento condizente com as expectativas, bem como estratégias diferentes e uso de inteligência comercial, para atingir diferentes mercados, com a promoção dos diferentes atrativos existentes no Brasil.

Por fim, manifestou sua confiança de que o setor de turismo vai alavancar a economia do País no período pós-pandemia, defendendo que o setor receba a atenção merecida.

Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo (CDR)

Ciclo de Debates sobre o Turismo

Reunião de 07/6/2021

6ª Mesa do Ciclo de Debates sobre Turismo

1ª parte: Abertura

A sexta audiência do Ciclo de Debates, realizada em 7 de junho de 2021, teve como tema “setor de bares e restaurantes: cenário atual e desafios para o período pós-pandemia”. Participaram da mesa de debates: Sr. William França, Secretário Nacional de Desenvolvimento e Competitividade do Ministério do Turismo; Sr. Fernando Blower, Diretor Executivo da Associação Nacional de Restaurantes (ANR); Sr. Graco Terceiro Neto Parente Miranda, Diretor da Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação (FBHA), e Presidente do Sindicato das Empresas de Hospedagem e Alimentação de João Pessoa (SEHA/JP); Sr. Paulo Solmucci, Presidente da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL); Sr. Brandão Júnior, Presidente da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes de Alagoas; Sr. Marcelo Maia, Diretor Institucional da Associação Brasileira de Franchising (ABF); e Sr. Ely Mizrahi, Presidente do Instituto Foodservice Brasil (IFB).

O Senador Fernando Collor, Presidente da Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo abriu os trabalhos com uma análise do segmento de bares e restaurantes da cadeia produtiva do turismo, bastante afetado pela crise decorrente da pandemia. Houve necessidade de fechamento dos estabelecimentos e restrição de horários de funcionamento, com graves impactos sobre o setor de bares e restaurantes, principalmente os de pequeno porte.

Muitos desses estabelecimentos exerciam forte atração turística, avaliou o Senador Collor, mas não só. Sua importância para a geração de

emprego e renda deve também ser destacada: o setor responde por 30% do PIB nacional e por 52% dos empregos diretos no País. A crise levou à demissão de cerca de um milhão de trabalhadores no setor de bares e restaurantes, de um total de 6,4 milhões de empregos oferecidos no setor.

Mas há esperanças de recuperação do setor devido à recuperação da economia. Há também iniciativas governamentais que têm impacto positivo sobre o setor, como o PRONAMPE (Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte), que se tornou perene após a aprovação da Lei nº 14.161, de 2021. Importante também para a recuperação da economia e do setor de bares e restaurantes é o avanço da vacinação, pontuou o Senador Fernando Collor.

Na sequência, o Senador Fernando Collor passou a palavra aos palestrantes.

I – Identificação

6ª Mesa do Ciclo de Debates sobre Turismo

Finalidade: Discutir o tema: *“Setor de Bares e Restaurantes: cenário atual e desafios para o período pós-pandemia”*.

II – Participantes

- 1. Sr. William França**, secretário nacional de Desenvolvimento e Competitividade do Ministério do Turismo;
- 2. Sr. Fernando Blower**, diretor executivo da Associação Nacional de Restaurantes (ANR);
- 3. Sr. Graco Terceiro Neto Parente Miranda**, diretor da Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação (FBHA), e Presidente do Sindicato das Empresas de Hospedagem e Alimentação de João Pessoa (SEHA/JP);
- 4. Sr. Paulo Solmucci**, presidente da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL);

5. **Sr. Brandão Júnior**, presidente da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes de Alagoas;

6. **Sr. Marcelo Maia**, diretor Institucional da Associação Brasileira de Franchising (ABF);

7. **Sr. Ely Mizrahi**, presidente do Instituto Foodservice Brasil (IFB).

III – Relato da exposição dos convidados

Sr. William França, secretário nacional de Desenvolvimento e Competitividade do Ministério do Turismo

O convidado frisou que, desde o início da pandemia, o Ministério do Turismo identificou a necessidade de socorrer o setor de bares e restaurantes, com ações diretas e imediatas, para que não sofresse um impacto tão grave. Pontuou que o segmento do turismo, incluindo os bares e restaurantes, foi um dos primeiros afetados pelas medidas restritivas de horário de funcionamento e de *lockdown*. Mencionou que o turismo brasileiro vinha crescendo e, nessa esteira, foi acompanhado pelo setor de bares e restaurantes: em 2019, o setor faturou R\$ 238 bilhões, com crescimento de 2,2% em relação a 2018, enquanto os empregos formais cresceram 1,2%.

Explicou que o Ministério do Turismo propôs revisão da Lei Geral do Turismo, que já tinha tramitado na Câmara dos Deputados e estava no Senado. O objetivo do Ministério era desregulamentar o setor, para abrir o mercado e retirar os entraves para empresas, dentro da linha defendida pelo ex-ministro Marcelo Álvaro Antônio, pelo ministro Gilson Machado Neto e pelo presidente Jair Bolsonaro. Todavia, com a pandemia, muitos projetos tiveram que ser suspensos.

Afirmou que, de imediato, com a aprovação da MP 936/2020, foi possível a manutenção de empregos para o segmento dos bares e restaurantes, embora muitos não tenham conseguido chegar até o final de 2020, tendo havido perda significativa de estabelecimentos. Citou, ainda, que foram

criadas políticas para o setor aéreo e para agências, para que esses ramos não perdessem liquidez. Foi aprovada medida provisória para disponibilizar R\$ 5 bilhões, por meio do Fundo Geral do Turismo (Fungetur), para empresas do setor turístico inscritas no Cadastro Único de Turismo (Cadastur). Segundo o participante, a Caixa Econômica Federal estava ofertando R\$400 milhões para os seus clientes que quisessem esses recursos, com taxas diferenciadas, juros subsidiados, maior prazo de carência e de pagamento.

Reiterou que o governo tem se esforçado para salvar o setor e evitar as perdas e os fechamentos. Lamentou que a pandemia esteja se estendendo mais do que se imaginava e que muitas vidas tenham sido perdidas. Disse caber ao Ministério do Turismo desenhar a retomada, e que, para tanto, conta com a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) e com os demais segmentos da área turística.

Por fim, ressaltou a importância da vacina para a retomada do setor e colocou-se à disposição para colaborar com o que for de competência do Ministério do Turismo.

Respondendo a questionamentos de internautas, o participante afirmou que o Ministério do Turismo, em conjunto com a Anvisa, estabeleceu protocolos de atendimento para orientar os 15 segmentos que compõem a cadeia do turismo. Essas orientações estão disponíveis no *site* do Ministério. Disse, também, que foram oferecidos cursos *on-line*, em parceria com o Sebrae, para o treinamento dos colaboradores; e que foi lançado o selo Turismo Responsável, para adesão das empresas cadastradas no Cadastur, desde que cumprido um conjunto de regras estabelecidas pelo Ministério.

Sr. Fernando Blower, diretor executivo da Associação Nacional de Restaurantes (ANR)

O expositor ressaltou que, desde o início da pandemia, um setor que sofreu muito foi o turístico, estando nele incluídos o de bares e restaurantes e o de eventos e entretenimento. As restrições foram muito graves, com

fechamentos durante um longo período. Mencionou que a maioria das empresas do setor é de pequeno porte – cerca de 75% estão inscritas no regime de apuração do Simples –, ou seja, são empresas que, por sua natureza, normalmente não têm capital de giro para sustentar longos períodos de recessão. Passado mais de um ano, o pouco capital de giro que existia já se foi há muito tempo. Muitos, infelizmente, acabaram fechando as portas, e outros ainda estão em situação periclitante devido ao nível de endividamento muito alto.

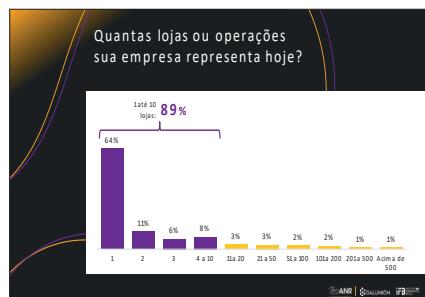
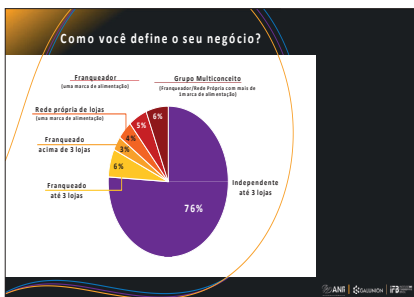
Comentou que as empresas que se sustentaram, o conseguiram por meio de financiamentos públicos, como o Pronampe, com taxas de juros razoáveis. Outras aderiram ao mercado bancário tradicional, que, em razão do risco, ou não fornecem créditos ou os fornecem a juros muito altos. Isso gera, em todo o segmento, uma preocupação muito grande, pois as contas já estão chegando.

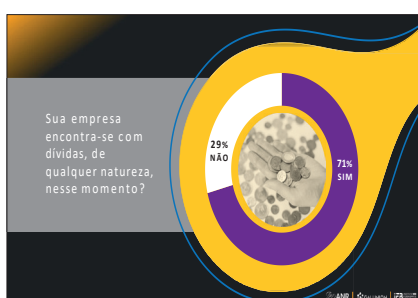
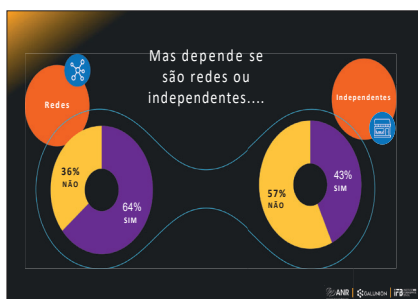
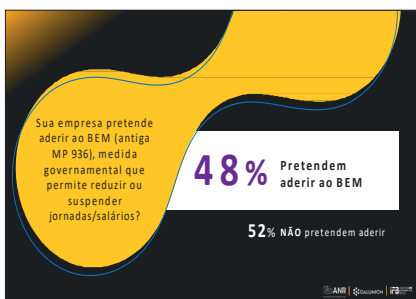
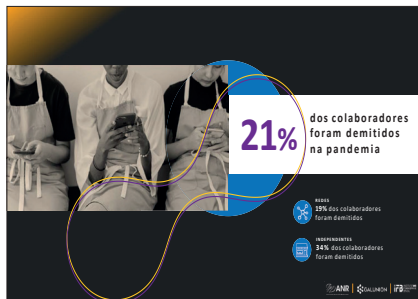
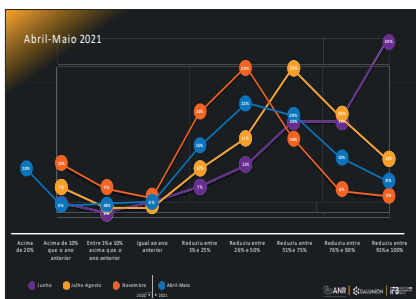
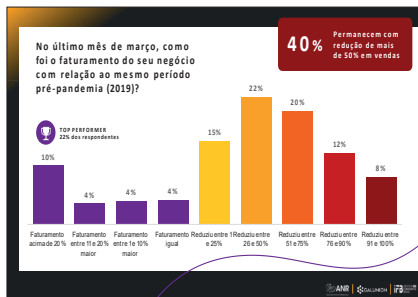
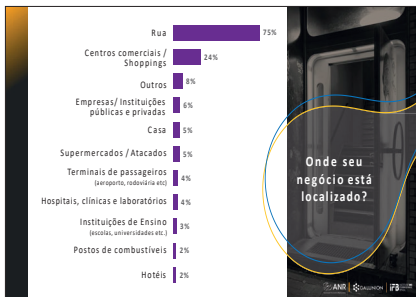
Ressaltou que o setor de bares e restaurantes é o que mais emprega jovens no Brasil. Com a crise, esses jovens não terão a sua primeira oportunidade de ingresso no mercado de trabalho, como tradicionalmente ocorria. Mencionou dados de uma pesquisa realizada pela ANR, em parceria com o Instituto Foodservice Brasil (IFB) e com a Galunion – Consultoria para Foodservice, segundo os quais cerca de 71% dos estabelecimentos estão endividados e um terço deles está com mais de um ano de faturamento comprometido, ou seja, são empresas que demorarão alguns anos para conseguir quitar suas dívidas, por se tratar de setor com margens muito apertadas. Ademais, 62% afirmaram que não possuem capital de giro para novas restrições; 75% promoveram demissões; 68% mencionaram capital de giro e dívidas como os principais desafios futuros; e 40% ainda estão com um faturamento de menos da metade do que tinham pré-pandemia – gradualmente vão se recuperando, mas não conseguem quitar seus custos básicos, o que as leva a deixar de pagar custos importantes, como, por exemplo, os tributos.

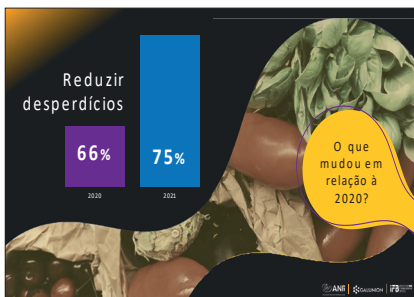
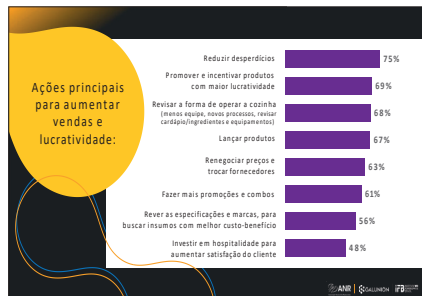
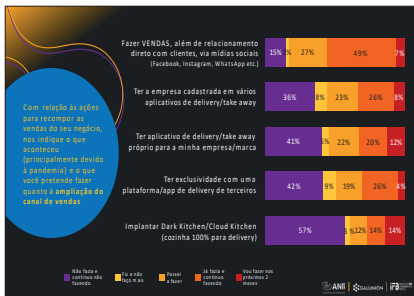
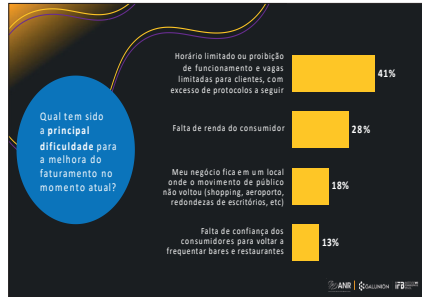
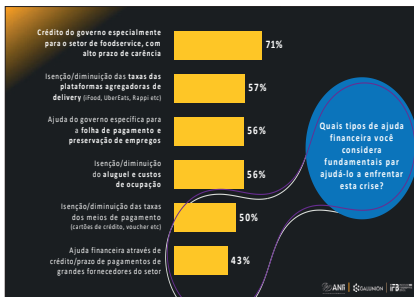
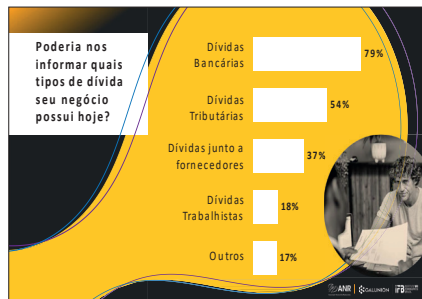
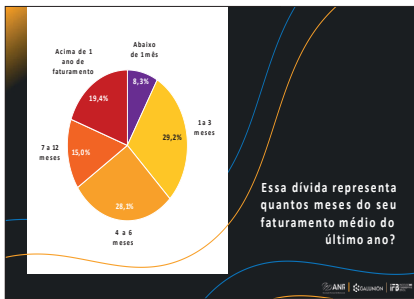
O convidado concluiu que a crise para o setor é de longo prazo, pois a recuperação será muito lenta, mesmo com a vacinação. Frisou

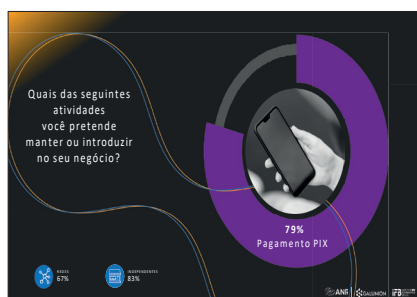
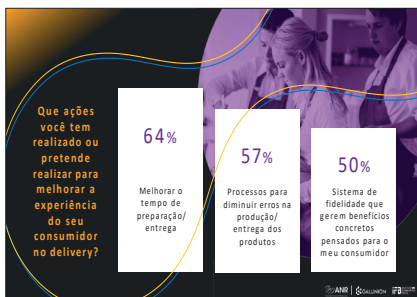
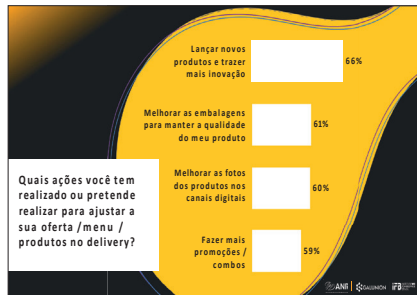
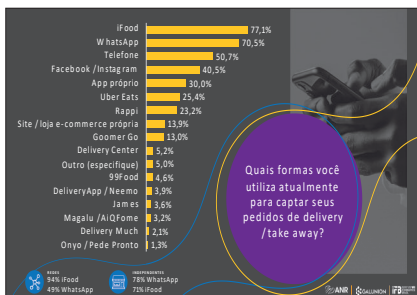
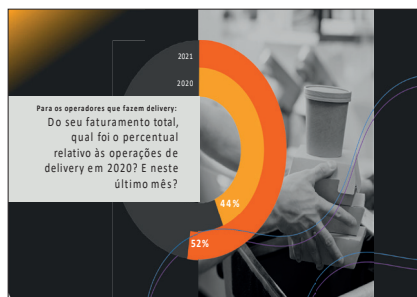
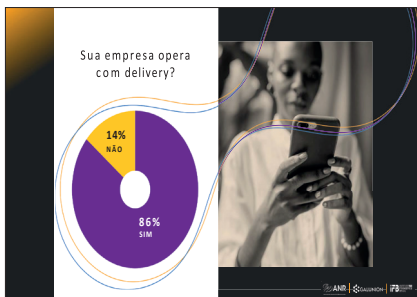
que, sendo o setor que mais desempregou, sobretudo jovens, precisa de atenção especial para que eles possam retornar ao mercado de trabalho. Afirmou ser necessária a flexibilização contínua das medidas restritivas, sem retrocessos, com retorno consciente, seguindo protocolos, para que o segmento consiga operar com nível de faturamento. Clamou ao governo um olhar especial ao setor, por ser um dos mais afetados. Disse que o Pronampe, o BEm e o Fungetur foram fundamentais para garantir as atividades dos bares e restaurantes, e ressaltou ser importante priorizar a questão do crédito, pois são empresas que não têm mais condição de adquirir crédito convencional e não terão certidões negativas. Ademais, ressaltou que as empresas precisam de programa de parcelamento especial, tal qual o Programa Emergencial de Retomada do Setor de Eventos (Perse), aprovado recentemente.

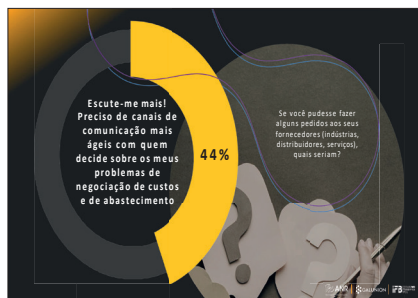
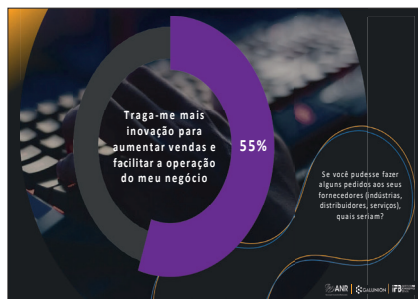
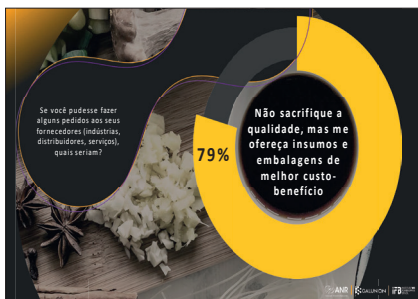
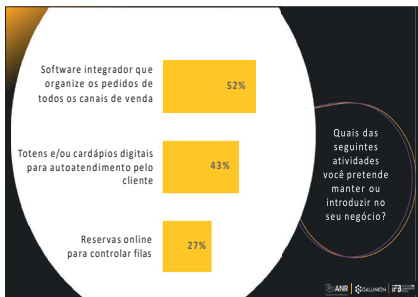
Apresentação do Sr. Fernando Blower

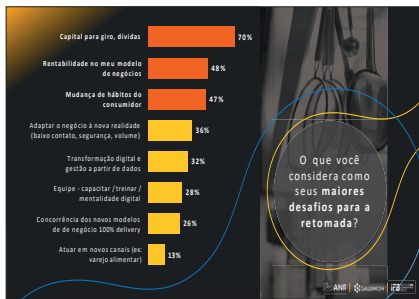
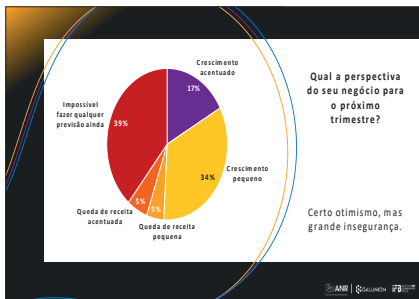












- Após esta 1a Onda da Pesquisa sobre o Impacto da Covid-19 nos operadores, destacamos:
- IMPACTO SEVERO DE LOCKDOWNS:** É dramática a situação dos restaurantes e demais operadores, onde 65% afirmam que não teriam condições financeiras para mais um mês de restrições.
 - O SETOR ESTÁ COM MUITAS DÍVIDAS:** O cenário de endividamento atingiu a todos operadores, sejam redes, sejam independentes, em média 73%. As maiores dívidas são bancárias (BNB), seguidas por cartões de crédito. O BNB americana alguns, no entanto, o setor já reduziu muito cobranças.
 - OS OPERADORES SEQUEM ADOPTANDO NOVAS PRÁTICAS:** O setor segue se reinventando, especialmente adotando novos canais de vendas. Destaque para penetração das vendas por WhatsApp nos independentes e para a adoção de pagamento PIX.
 - DESAFIOS MAIS RELEVANTES:** Os 3 principais desafios apontados, respectivamente o capital de giro/dívidas, a rentabilidade dos modelos de negócio e as mudanças em hábitos do consumidor revelam que estamos diante de uma grande transformação, que somente será positiva se tivermos apoio para dar mais fôlego e perspectiva ao setor.

Agradecimentos

Destacamos as seguintes empresas que colaboraram para que esta pesquisa atingisse a melhor representatividade de operadores de foodservice do Brasil.

A Associação Nacional do Restaurantar é uma entidade de âmbito nacional, que representa empresários e colaboradores do setor de food service em suas relações com os poderes públicos, entidades de classe e junto à sociedade em geral.

Além disso, contribui para o desenvolvimento das regiões do setor e auxilia na permanente capacitação de profissionais para o segmento. Os associados da ANR reúnem hoje mais de 3 mil pontos comerciais no Brasil, entre restaurantes independentes, franquias e grandes redes de alimentação.

Para saber mais, acesse: anrbrasil.org.br

Há mais de dez anos no mercado, a Galunion é uma empresa associada em alimentação e catalisadora de crescimento, inovação e inovação em pilos dos negócios e profissionais do Foodservice.

Atuamos em projetos de consultoria e estratégia, estudos, mentorias, cursos, mídias técnicas, eventos e soluções inovadoras baseadas em dados, para todos os tipos de foodservice.

Para saber mais, acesse: galunion.com.br

Criado por iniciativa de representantes das principais empresas do setor, o Instituto Foodservice Brasil representa a unidade de cadeia de abastecimento, prestadores de serviços e operadores, que juntos buscam soluções para temas que impactam o mercado de alimentação fora do lar.

Para saber mais, acesse: institutofoodservicebrasil.org.br

anrbrasil.org.br/
[@anrbrasil](https://www.instagram.com/anrbrasil/)
[fb.com/anrbrasil](https://www.facebook.com/anrbrasil)
[in.linkedin.com/company/anrbrasil](https://www.linkedin.com/company/anrbrasil)

galunion.com.br
[@galunion_br](https://www.instagram.com/galunion_br)
[fb.me/galunion](https://www.facebook.com/galunion)
[in.linkedin.com/company/galunion](https://www.linkedin.com/company/galunion)

institutofoodservicebrasil.org.br
[@institutofoodservicebrasil](https://www.instagram.com/institutofoodservicebrasil)
[fb.me/institutofoodservicebrasil](https://www.facebook.com/institutofoodservicebrasil)

Sr. Graco Terceiro Neto Parente Miranda, diretor da Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação (FBHA), e Presidente do Sindicato das Empresas de Hospedagem e Alimentação de João Pessoa (SEHA/JP)

O participante iniciou sua apresentação informando que 300 mil estabelecimentos fecharam as portas e ocorreram mais de um milhão de demissões. Ressaltou que as taxas de juros ofertadas no primeiro momento, como o crédito emergencial, não existem mais, e que as empresas já não conseguem mais financiamentos, pois não dispõem de certidões negativas. Citou o exemplo do Pronampe, que está em vigor e tem recurso, mas os empresários já possuem um passivo e não conseguem honrar o pagamento dos tributos e dos financiamentos: ou compram mercadorias e insumos para vender, ou pagam as contas.

Relatou que ocorreu retração de mercado de aproximadamente 4,5% no setor de serviços; houve a maior queda entre os índices integrantes do PIB e diminuição de 5,5% no consumo das famílias, com variações nos estados.

A respeito dos decretos dos estados de fechamento dos serviços ou redução de horário de funcionamento, o convidado fez a crítica de que alguns deles determinaram a redução de horário inclusive para os serviços de *take away* ou *delivery*, afetando uma das poucas maneiras de manter as pessoas em casa. Argumentou que a alimentação fora do lar também é serviço essencial. Também criticou o fato de que muitos decretos são editados ao menor sinal de aumento de casos, de surpresa, sem diálogo com os empresários e com as associações, que não conseguem se planejar, por exemplo, quanto aos estoques de produtos perecíveis. Por outro lado, alegou que as medidas restritivas em relação ao comércio e serviços, como o *lockdown*, não demonstraram queda do número de casos de contaminação pela covid-19.

O participante ponderou que não existe fórmula perfeita para o enfrentamento da pandemia, sendo necessário discutir, com cautela, maneiras

para que os serviços continuem funcionando sem causar risco à sociedade.

Em seguida, o convidado tratou do *delivery*, pontuando que consiste em uma forma de trabalho possível, mas que representa apenas um complemento, além do fato de muitas empresas não conseguirem se modernizar a ponto de atender nessa modalidade, como é o caso dos restaurantes que trabalham com rodízio. Além disso, existem as porcentagens cobradas pelos canais de venda, os chamados *marketplaces*, em torno de 20% a 27% do valor do pedido, sendo que o segmento de alimentação não atinge essa mesma taxa de lucratividade.

O expositor comentou que a gorjeta é significativa na base de cálculo da remuneração dos colaboradores, mas diminuiu drasticamente com o fechamento dos salões. Essa, além de outras razões, como a suspensão dos contratos de trabalho, provocou um movimento de migração de mão de obra qualificada para outros segmentos. Assim, sugeriu que as associações, a federação e os sindicatos do Brasil se juntassem para fazer uma campanha de conscientização, estimulando os consumidores finais a contribuírem com gorjetas.

Outra preocupação levantada pelo expositor foi a perda do que chamou de memória gastronômica, ou seja, a perda de parte do patrimônio cultural local com o fechamento de restaurantes antigos e tradicionais.

Por fim, mencionou desafios a serem discutidos e enfrentados: a perda de mão de obra qualificada, como já citado anteriormente; mudança do perfil de consumo, verificado pela diminuição do fluxo de clientes nos salões; necessidade de criação de mecanismos como a rotatividade de áreas da cidade e fechamento seletivo, para evitar aglomerações; criação de compensação financeira dos municípios e dos estados quanto aos impostos das respectivas competências, o chamado passaporte fiscal; facilitação do acesso às linhas de crédito do Pronampe e do BNDES FGI, principalmente em relação às micro, pequenas e médias empresas; e plano de vacinação como categoria prioritária para os envolvidos no setor do turismo.

Apresentação do Sr. Graco Terceiro Neto Parente Miranda

CICLO DE AUDIÊNCIAS PÚBLICAS SOBRE O SETOR DE TURISMO
"Setor de Bares e Restaurantes: Cenário atual e desafios para o período pós pandemia"

CENÁRIO ATUAL

Período	Variação (%)
Q1-20	0%
Q2-20	-4,5%
Q3-20	-1,4%

300 mil estabelecimentos fecharam suas portas no Brasil.
+ de 1 milhão de desempregados no setor.

Os mais afetados são os **pequenos e médios estabelecimentos** que sofreram com a queda no faturamento e fecharam as portas por causa das **difficultades para obter linhas de crédito.**

CENÁRIO ATUAL

- Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a **retração no setor de serviços**, onde restaurantes e bares se enquadram, foi de **4,5% em 2020**.

Uma das maiores quedas entre os índices integrantes do Produto Interno Bruto do Brasil.

- Já o **consumo das famílias** teve declínio de 5,5% mas isso varia de estado para estado.
- No Paraná, por exemplo, o Instituto aponta índice negativo de 8,5% no faturamento das empresas e 29,9% no consumo das famílias.

DECRETOS

- A fim de controlar a pandemia de Covid-19 muitos estados e municípios decidem fechar os serviços, assim a gastronomia só pode trabalhar por delivery, drive-thru e take away.
- Os decretos são publicados quando a onda de casos aumentam e os estabelecimentos são pegos de surpresa.
- Muitos estabelecimentos se adaptaram e adotaram protocolos de segurança, no entanto, as medidas restritivas são para todo o setor e não consideram aqueles que se adequaram as normas.
- A forma como a divulgação dos decretos aconteceu eleva os prejuízos com o desperdício de alimentos em função do fechamento sem aviso prévio.

O lockdown é uma estratégia questionável quanto aos efeitos e deve vir acompanhada de uma série de medidas compensatórias para população e as empresas.

DELIVERY

- Delivery e retirada são apenas um complemento e, normalmente, correspondem a algo em torno de 25% do faturamento total.
- Para muitos estabelecimentos o delivery não se encaixa ao modelo de negócio (shopping centers, churrascarias, etc.).
- As porcentagens cobradas pelas plataformas são acima de 20% no valor do pedido, algumas chegam a 27%.
- A redução da jornada de trabalho e redução do salário foram medidas tomadas por muitos empresários e com o delivery a remuneração dos garçons é ainda mais impactada devido ao não complemento das gorjetas.

Os bares e restaurantes buscam também outras alternativas como a redução de custos, aumento de prazos, postergação do pagamento das parcelas de empréstimos, atraso e não pagamento de obrigações tributárias a fim de manter o negócio funcionando.

GASTRONOMIA E TURISMO

Após "45 dias na UTI do Santander", Piantella fecha as portas

Restaurante tradicional em queda 20% no faturamento por pandemia recente. De acordo com o empresário, o estabelecimento não conseguiu obter crédito para manter as portas abertas.

- A culinária local do destino é uma parte importante da experiência dos **turistas** para vivenciar um destino.
- A **gastronomia** como ingrediente na exploração turística oferece o acesso ao patrimônio cultural, possibilitando conhecer à história, à cultura e ao modo de viver de uma comunidade no formato de **turismo cultural**.

Restaurantes tradicionais e conceituados estão fechando suas portas em todo o País. Nossa memória gastronômica esta sendo perdida.

DESAFIOS

- Os bares e restaurantes estão perdendo sua mão de obra qualificada.
- Mudança no perfil de consumo.
- Criar processos que envolvam rotatividade de áreas cidade com fechamento seletivo para evitar aglomerações.
- Criar compensações financeiras dos municípios e estados nos impostos de competência de cada ente para as empresas – Passaporte fiscal.
- Pronampe – os empresários continuam com dificuldade de acesso às linhas de crédito.
- BNDES FGI facilitar a obtenção de crédito por micro, pequenas e médias empresas.
- Realizar fiscalização para evitar aglomeração e disponibilizar testes e vacinação.

FBHA
Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação

Sr. Paulo Solmucci, presidente da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL)

O convidado iniciou sua apresentação ressaltando que a pandemia dividiu o Brasil em dois: o Brasil que ganhou, que está se recuperando, e o Brasil que perdeu muito, como é o caso do setor de bares e restaurantes.

Frisou ser muito importante que a ajuda do governo seja mais específica para os que realmente precisam. Citou como exemplo o Pronampe, que foi aberto para todas as empresas, mesmo para as que nem precisavam e acabaram se beneficiando.

O participante ponderou que, embora tenha havido avanços, como o Perse, para o setor de eventos, não mais do que 40% dos estabelecimentos do setor de alimentação foram atendidos. Dentre esses, 74% ainda precisam de novos empréstimos, devido à absoluta ausência de liquidez que assola o setor. Lembrou também que, ainda que o BEm e o Pronampe tenham sido implementados, chegaram com muito atraso, pois as necessidades do setor são urgentes. Exemplificou dizendo que, em abril de 2021, 91% das empresas não conseguiram liquidar os salários até o quinto dia útil do mês; que já foram perdidos 1,3 milhão de postos de trabalho; e que 335 mil empresas fecharam.

Destacou que, no setor do turismo, 53% dos empregos estão no setor de alimentação, e que este corresponde a um terço do PIB do turismo, o que significa que a retomada do setor de bares e restaurantes também representa retomada do turismo. Exaltou a aprovação pelo Senado do PL 33/2020, o Marco Legal do Reempreendedorismo, e clamou pela sua aprovação na Câmara, para assegurar a renegociação de dívidas. Por fim, reiterou a necessidade de apoiar os empreendedores, para que prosperem e, passada a pandemia, possam voltar ao endividamento normal.

Sr. Brandão Júnior, presidente da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL) de Alagoas

Na mesma linha dos demais participantes, o convidado criticou a manutenção de medidas restritivas para o setor de alimentação fora do lar

sem que haja estudos comprovando ser ele o responsável pelo aumento de casos de covid-19. Mencionou que o setor, no início da pandemia, desenvolveu todos os protocolos necessários para a convivência segura, não sendo justificável que até hoje existam restrições de funcionamento. Observou que, embora esteja ocorrendo a vacinação, não há previsão de quanto tempo levará para abarcar toda a população.

Pontuou que as dívidas contraídas durante a pandemia deixam mácula na história do empresário e geram dúvidas sobre a real possibilidade de retomada dos negócios. Também afirmou que há várias situações dentro de um mesmo Brasil, pois existem atividades que estão crescendo, enquanto o setor da alimentação fora do lar está em situação de grande declínio.

O convidado defendeu a possibilidade de perdão fiscal por parte do governo, para que o setor, impedido de funcionar, possa pensar no futuro. Frisou que atividades como o *delivery* representam faturamento de, no máximo, 10% a 20%, o que não cobre os custos fixos das empresas. Por fim, citou que, em Alagoas, 79% das empresas do segmento estão operando com prejuízo, e 74% têm dívidas com tributos, com fornecedores e com colaboradores. Pouco mais de 25% estão conseguindo honrar as suas despesas. Clamou pela facilitação do crédito e, se possível, o perdão das dívidas fiscais.

Sr. Marcelo Maia, diretor Institucional da Associação Brasileira de Franchising (ABF)

O convidado apresentou um panorama do setor de *franchising*, que abrange diversas atividades econômicas e tem apresentado números bastante heterogêneos. Mencionou que, dentro do *franchising*, setores como o de casa e construção, e saúde e beleza, apresentaram crescimento significativo. Por outro lado, dos 12 setores abrangidos pela ABF, o de hotelaria e turismo foi o que apresentou pior desempenho, como nunca visto. Fazendo comparativo entre o faturamento do primeiro trimestre de 2021 com o primeiro trimestre de 2020, disse ter ocorrido queda de 46%, e, em números

acumulados nos últimos 12 meses, de 60%. Por outro lado, o participante ressaltou que o segmento de hotelaria e turismo é o mais representativo no universo de *franchising*.

De acordo com o convidado, foi realizada pesquisa, em maio de 2021, para entender as principais preocupações dos associados. Sob a ótica do franqueador, as três mais citadas foram: pagamento de tributos, questões trabalhistas e crédito. Comentou que o Pronampe foi uma medida benéfica, mas possibilitou diversas utilizações indevidas, além de ter sido insuficiente. Pelo lado dos franqueados, que são primordialmente micro e pequenos empresários, os principais problemas foram falta de crédito e problemas com os contratos de aluguel (sujeitos a variações de índices como o IGP-M). Por essa razão, rogou que o Congresso discuta sobre índices que “sirvam de guarda-chuva para essas relações”, ainda que sejam de cunho privado.

Finalmente, clamou por celeridade na vacinação, para permitir que, no segundo semestre, haja recuperação da economia e retomada das atividades.

Sr. Ely Mizrahi, presidente do Instituto Foodservice Brasil (IFB)

O convidado ressaltou que o setor de alimentação fora do lar vem enfrentando o maior desafio já vivenciado, agravado pela falta de perspectiva futura. Relatou que tratativas com o BNDES e com o Ministério da Economia revelaram que os problemas do setor estavam sendo tratados como se fossem iguais aos dos demais setores. Todavia, o setor de alimentação fora do lar e o de turismo enfrentam questões muito diferentes. Citou como exemplo os setores do agronegócio e de tecnologia, que se beneficiaram com a pandemia, enquanto o setor de serviços e o de comércio foram amplamente impactados, especialmente pelos protocolos instituídos sem análise da dinâmica de cada setor.

Em suma, o participante frisou que o segmento busca a sobrevivência e que sofreu impacto muito diferente em relação aos demais setores da economia, não podendo ser tratado da mesma forma pelos governantes.

Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo (CDR)

Ciclo de Debates sobre o Turismo

Reunião de 14/6/2021

7ª Mesa do Ciclo de Debates sobre Turismo

1ª parte: Abertura

A sétima audiência do Ciclo de Debates, realizada em 14 de junho, teve como objetivo discutir o “papel dos parques como indutores do turismo de lazer: estratégias para a ampliação de turistas nacionais e internacionais”. Participaram da mesa de debates: Sr. Jorge Luiz de Lima, secretário de Desenvolvimento da Indústria, Comércio, Serviços e Inovação do Ministério da Economia; Sr. Eduardo Tati Nóbrega, diretor do Departamento de Ordenamento, Parcerias e Concessões do Ministério do Turismo; Sra. Vanessa Santos da Costa, presidente da Associação das Empresas de Parques de Diversões do Brasil (Adibra); Sra. Carolina Negri, diretora executiva do Sistema Integrado de Parques e Atrações Turísticas (Sindepat); e Sr. Ricardo André Duarte Santos, presidente da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis de Alagoas (ABIH/AL).

O Senador Fernando Collor, Presidente da Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo abriu os trabalhos afirmando que o Ciclo de Debates sobre o Turismo promovido pela Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo do Senado Federal, por meio de um amplo debate que contou com a participação de 24 instituições públicas e privadas, lançou luz sobre os desafios enfrentados pelo setor de turismo no Brasil. Foram discutidos os desafios enfrentados por todos os segmentos da cadeia produtiva do turismo.

A sexta audiência teve o objetivo de discutir mais um segmento dessa importante cadeia produtiva do turismo: o segmento de parques e atrações



O segmento de parques em 2019, faturou por volta de R\$ 5 bilhões de reais, teve cerca de 55 milhões de visitantes e gerou aproximadamente 130 mil empregos diretos e indiretos.

turísticas. Segundo o Senador Fernando Collor, esse segmento tem algumas particularidades que valem ser destacadas. Em primeiro lugar, é inegável seu impacto econômico sobre as regiões que os abrigam, com efeitos positivos sobre os fornecedores locais e sobre a geração de emprego, sem falar na oferta de infraestrutura, como rodovias e aeroportos. Além disso, são em geral empreendimentos intensivos em equipamentos, que demandam investimentos e esforços de inovação constantes para estimular a volta dos visitantes e atrair aqueles que visitarão os parques pela primeira vez.

Segundo o Senador Collor, o segmento vinha apresentando bom desempenho antes da pandemia. Em 2019, faturou por volta de cinco bilhões de reais, teve cerca de 55 milhões de visitantes e gerou aproximadamente 130 mil empregos diretos e indiretos. O potencial do segmento de parques é imenso. É preciso pensar em estratégias para apoiar esse segmento tão importante para o setor do turismo e para a economia brasileira quando se aproxima o fim da crise sanitária em função do avanço da vacinação.

Na sequência, o Senador Fernando Collor passou a palavra aos palestrantes.

I - Identificação

7ª Mesa do Ciclo de Debates sobre Turismo

Finalidade: discutir o papel dos parques como indutores do turismo de lazer: estratégias para a ampliação de turistas nacionais e internacionais.

II - Participantes

1. **Sr. Jorge Luiz de Lima**, secretário de Desenvolvimento da Indústria, Comércio, Serviços e Inovação do Ministério da Economia;
2. **Sr. Eduardo Tati Nóbrega**, diretor do Departamento de Ordenamento, Parcerias e Concessões do Ministério do Turismo;
3. **Sra. Vanessa Santos da Costa**, presidente da Associação das Empresas de Parques de Diversões do Brasil (Adibra);
4. **Sra. Carolina Negri**, diretora executiva do Sistema Integrado de Parques e Atrações Turísticas (Sindepat);
5. **Sr. Ricardo André Duarte Santos**, presidente da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis de Alagoas (ABIH/AL).

III - Relato da exposição dos convidados

Sr. Jorge Luiz de Lima, secretário de Desenvolvimento da Indústria, Comércio, Serviços e Inovação do Ministério da Economia

O convidado contou que está há um ano no cargo, pela primeira vez trabalhando no governo, e que veio do setor produtivo, onde comandava uma rede de sete empresas, sendo uma delas de hotéis.

Externou indignação com a porcentagem de participação do turismo no produto interno bruto (PIB) do Brasil, frente ao potencial turístico brasileiro no cenário internacional. Nos melhores momentos, essa participação chegou a 8%, ao passo que a participação do setor no PIB mundial é de

10%. De acordo com ele, antes da pandemia, o Brasil recebia em torno de 6,3 milhões de visitantes por ano, enquanto a Argentina recebia 6,7 milhões; a Malásia, 15 milhões; e o México, 25 milhões. Isso sem comparar com países que recebem mais visitantes por ano: Estados Unidos, China, França, Espanha e Itália. O Brasil só não tem turismo de esporte de inverno, mas possui, por exemplo, praias mais bonitas do que as do Caribe, região que recebe 30 milhões de visitantes por ano.

Desse modo, apontou a necessidade de projetos de curto (devido à pandemia), médio e longo prazos. Segundo ele, estão discutindo projetos estruturantes em conjunto com o Ministério do Turismo e com o G20 do turismo, pois, antes de qualquer plano, é preciso haver de base um projeto de Estado, que pode levar até 15 anos. Esse projeto deve envolver temas como infraestrutura, malha aérea, treinamento, construção e meio ambiente. Em sua opinião, é preciso, por exemplo, facilitar as construções na costa, porque tratar a questão ambiental no litoral não é a mesma coisa que tratar do assunto na Amazônia. É preciso também rever os procedimentos para a abertura de negócios no Brasil. Destacou que a falta de infraestrutura necessária para receber turistas em praias e em lugares como o Jalapão faz com que esses locais sejam associados apenas ao turismo de aventura e a um turismo barato. Além disso, em alguns momentos, é mais barato para o brasileiro ir à Miami do que ir ao Beach Park, no Ceará. E a malha aérea internacional com voos direto para o Nordeste facilita a atração de visitantes, que não precisam se deslocar para São Paulo para chegar às praias nordestinas. Disse considerar inaceitável a participação do turismo no PIB não dobrar em dez anos.

Sublinhou que o setor foi destruído pela pandemia e que as discussões em torno do Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Pronampe), do Programa Emergencial de Retomada do Setor de Eventos (Perse) e do Programa de Recuperação Fiscal (Refis) são tentativas de aliviar esse impacto. Além disso, as vacinas são importantes para que haja uma retomada mais rápida.

Enfatizou três pontos que considera fundamentais: estabelecer um processo a curto prazo, pós pandemia; considerar a redução das viagens de negócios, dado que as reuniões virtuais devem permanecer mesmo com o fim da pandemia; e incentivar o turismo de parques (temáticos e não temáticos), que atrai o turismo interno. Tudo deve ser considerado em um projeto estruturante, elaborado junto com o Ministério do Turismo e outros ministérios, com o apoio do Congresso.

Por fim, disse ser importante definir o que é emergencial, mas sem perder de vista um projeto estruturante para curto, médio e longo prazos, que se transforme num projeto de Estado, liderado pelo Senado (que tem uma modificação menor a longo prazo do que o Executivo), para que ele não morra com as mudanças de governo. Ressaltou que, em sua opinião, o potencial de turismo do Brasil é muito maior, como deve ficar provado quando forem publicados os dados do acordo de cooperação técnica (ACT) contratado com a KPMG.

Em suas considerações finais, ressaltou que o maior projeto a cargo de sua Secretaria, mas que depende de outros ministérios, outras secretarias, bem como do Congresso Nacional, é o custo Brasil, que corresponde a um gasto anual de R\$ 1,5 trilhão ao ano. Por serem medidas que precisam de tempo até serem completamente implantadas, precisam ser iniciadas o quanto antes. Segundo ele, atualmente, já foram tirados R\$ 280 bilhões e há 22 projetos no Congresso, dos quais cinco já foram votados e 17 estão acordados, que podem contribuir com a retirada de mais R\$ 500 bilhões. Entre eles, estão o BR do mar, o marco das ferrovias, o marco elétrico e as reformas tributária e administrativa. Se forem votados ainda em 2021, será possível chegar em dezembro deste ano com redução potencial de R\$ 800 bilhões e, no primeiro trimestre de 2022, atingir R\$ 1 bilhão, com as medidas infralégais. Em sua opinião, as razões para o País não receber mais do que 6 bilhões de visitantes por ano são: custo Brasil; licenciamento ambiental; burocracia; e malha aérea e infraestrutura deficientes. É preciso uma logística diferente da existente para que o turista possa facilmente se deslocar por todo o País.

Sr. Eduardo Tati Nóbrega, diretor do Departamento de Ordenamento, Parcerias e Concessões do Ministério do Turismo

O convidado iniciou sua exposição concordando com o Sr. Jorge Luiz de Lima que o Brasil tem um potencial enorme e inexplorado no turismo. Disse estar de acordo que o caminho é melhorar o ambiente de negócios tanto no setor privado quanto no público, com a oferta de parcerias e concessões. Dito isso, passou a sua apresentação, focada em como tornar mais atrativo para a iniciativa privada o investimento turístico no âmbito dos parques naturais brasileiros.

Primeiramente, apresentou dados da sexta edição do Boletim de Inteligência de Mercado no Turismo, publicado pelo Ministério do Turismo no final de 2020, dedicado ao tema parques. Conforme os dados publicados, o Brasil possui 334 unidades de conservação federal (sem contar as estaduais e municipais), que ocupam 9% do território nacional. Ademais, de acordo com o relatório de competitividade do turismo do Fórum Econômico Mundial, o Brasil é a segunda nação mais competitiva do mundo em termos de atrativos naturais. Assim, possui todas as condições para ser uma potência do turismo.

Ressaltou que o turismo em unidades de conservação tem crescido bastante. Passou de 7 milhões de visitantes, em 2015, para 15 milhões, em 2019. O segmento tem um impacto econômico significativo: um estudo de 2018 concluiu que ele foi responsável pela geração de 90 mil empregos diretos e R\$ 3,8 bilhões em valor agregado, incluindo a geração de empregos e serviços nos municípios vizinhos à unidade de conservação.

No entanto, todo esse potencial tem uma baixa exploração econômica de turismo. Das unidades de conservação, apenas 17% são abertas à visitação. Apesar de os aspectos ambientais limitarem a possibilidade de visita, há um número grande de unidades que poderiam ser abertas. Além disso, entre as abertas à visitação, apenas 30% cobram a entrada. Sendo assim, há um potencial turístico não monetizado, que poderia gerar recur-

tos a serem utilizados na conservação ambiental, nos gastos de manutenção e na melhoria da infraestrutura, para que os turistas possam usufruir com conforto da visitação dos parques.

Nessa linha, surgiu a iniciativa de concessão de parques no Ministério do Turismo, uma a o que já foi desenvolvida de maneira bastante tímida em alguns casos. Um exemplo de sucesso   o Parque Nacional do Iguaçu, que já foi concedido há algum tempo e está em processo de nova concessão. Sublinhou que a concessão permite conciliar conserva o ambiental com o desenvolvimento turístico e gera o de emprego e renda, dado que a autoridade ambiental segue com a competência para a fiscaliza o, o plano de manejo segue tendo que ser cumprido, e o contrato de concessão pode prever todas as diretrizes necessárias em termos de conserva o ambiental. Contudo, isso deixa de ser feito às custas dos recursos públicos. Por outro lado, a melhoria da estrutura de visita o atrai investimentos para novos empreendimentos associados   cadeia de turismo, gerando emprego e renda.

Nesse cenário, o Ministério do Turismo decidiu fazer uma parceria com o Ministério do Meio Ambiente para a estrutura o de concessões de parques e unidades de conserva o nacionais. Assim, estão financiando a contrata o de estudos de viabilidade e terminando a contrata o dos primeiros pilotos. Conforme explicou, trata-se de um projeto em total parceria do Ministério do Turismo com o Ministério do Meio Ambiente e com o ICMBio, que possui a competência legal de fiscaliza o e regulamenta o dos parques nacionais. Para as próximas etapas, estão previstas parcerias com estados para concessão de parques estaduais, abrindo um novo leque de oportunidades.

Por fim, disse acreditar que essa lógica de atua o vale também para melhorar o ambiente de negócios para outros segmentos do turismo, como parques temáticos e parques de diversão.

Em suas considera es finais, sublinhou que a visão do Ministério do Turismo   que desenvolvimento do turismo em parques nacionais, por

meio da concessão de parques, deve sempre ter como foco conservação e aproveitamento turístico. Concordou com um comentário de telespectador de que conhecer um parque é importante para a conservação dele. Do seu ponto de vista, o parque que nunca é visitado sofre uma pressão muito menor da opinião pública e da mídia, se tiver alguma fragilidade de conservação.

Quanto ao risco de contaminação de covid-19, disse acreditar que os atrativos turísticos ao ar livre são de fato mais seguros, o que inclui os parques temáticos e, principalmente, os naturais. Apontou que tem havido uma procura maior por esse tipo de atividade e que há expectativa de que essa procura se torne perene, mesmo com o fim da pandemia.

A respeito da acessibilidade dos parques, opinou que a concessão deve ser uma ferramenta para a estruturação dos parques nesse sentido também, que a questão deverá estar contemplada em qualquer projeto de concessão.

Apresentação do Sr. Eduardo Tati Nóbrega

O papel dos parques como indutores do turismo de lazer
Estratégias para a ampliação de turistas nacionais e internacionais
Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo
Secretaria Nacional de Atração de Investimentos, Pesquisa e Concessões
INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO
NÍVEL AMPLIA BRASIL
14 de junho de 2021

Turismo em Parques Potencial
334 unidades de conservação federais
9% do território nacional
2ª nação mais competitiva do mundo em atrativos naturais
BOLETIM DE INTELIGÊNCIA DE MERCADO NO TURISMO
Parques do Brasil
1ª edição - setembro/2020
RIMT

Fontes: ICMIlio - Monitoramento da visitação em Unidades de Conservação Federais: Resultados de 2019 e breve panorama histórico. Fórum Econômico Mundial. Relatório de Competitividade do Turismo 2019

Turismo em Parques Crescimento
BOLETIM DE INTELIGÊNCIA DE MERCADO NO TURISMO
Parques do Brasil
1ª edição - setembro/2020
RIMT

Ano	Nº de Visitantes por Ano em Unidades de Conservação Federais
2019	15.335.273
2018	12.395.970
2017	10.734.422
2016	8.296.484
2015	7.305.178

Fonte: ICMIlio - Monitoramento da visitação em Unidades de Conservação Federais: Resultados de 2019 e breve panorama histórico.

Turismo em Parques Impacto econômico
90 mil empregos diretos
2,7 bilhões de reais em renda
1,1 bilhão de reais em impostos
3,8 bilhões de reais em valor agregado
BOLETIM DE INTELIGÊNCIA DE MERCADO NO TURISMO
Parques do Brasil
1ª edição - setembro/2020
RIMT

Fonte: SOUZA, T. V. S. B.; SIMÕES, H. B. Contribuições do Turismo em Unidades de Conservação Federais para a Economia Brasileira - Efeitos dos Gastos dos Visitantes em 2018



Concessão de Parques Oportunidade para o Turismo

Concessão permite conciliar:

- Conservação ambiental
- Desoneração do poder público
- Melhoria da estrutura de visitação
- Atração de novos empreendimentos
- Oferta de novos serviços
- Geração de emprego e renda

Autoridade ambiental segue com competência de fiscalização

Concessão de Parques Apoio do MTUR

➢ MTUR está financiando a contratação de estudos de viabilidade para concessão de Unidades de Conservação

Projetos desenvolvidos em parceria entre:

- Ministério do Turismo
- Ministério do Meio Ambiente
- ICMBio

Secretaria Nacional de Investimentos, Parcerias e Concessões

snalc@turismo.gov.br

MINISTÉRIO DO TURISMO
PATRIMÔNIO
BRASIL
TURISMO
BRASIL

Sra. Vanessa Santos da Costa, presidente da Associação das Empresas de Parques de Diversões do Brasil (Adibra)

Inicialmente, a Sra. Vanessa Santos da Costa destacou que, em 2019, quase 300 milhões de pessoas visitaram os 25 maiores parques temáticos e os 20 maiores parques aquáticos do Brasil.

Para ilustrar o potencial do setor de parques de diversões, informou que a atração turística por onde passam mais pessoas em Paris é a Disneyland, e não o Louvre ou a Torre Eiffel.

No Brasil, estão localizados seis dos dez maiores parques temáticos da América Latina, incluindo o Beto Carrero World, o segundo maior em visitação entre esses dez. Se o País recebe pouco mais de 6 milhões de estrangeiros por ano, somente nesses dez parques, passam mais de 15 milhões de visitantes.

Além dos Estados Unidos, países como Singapura, Vietnã, Malásia, Emirados Árabes e Índia também têm políticas específicas para o setor. Pontuou que o potencial para atrair público e renda pode ser explorado de diversas maneiras: por meio da concessão de terras, da isenção de impostos, de criações de parcerias público-privadas (PPPs), de incentivos fiscais e de criação de distritos de turismo. E o retorno é imediato, com geração de emprego e renda, aumento da arrecadação dos impostos e desenvolvimento local.

Citou como exemplo de sucesso o caso de Dubai, onde os parques de diversões são responsáveis por 65% da receita total do turismo da região, mesmo com tantos outros atrativos turísticos. No Brasil, dois exemplos são o Beach Park e o Beto Carrero World. Conforme informou, dados de uma pesquisa mostram que mais de 50% dos turistas que foram para Fortaleza tinham como objetivo visitar o Beach Park. Contudo, acabaram visitando outros atrativos turísticos da região, gerando renda também para rendeiras, jipeiros, bugueiros, hotéis e pousadas. O Beto Carrero World, por sua vez, recebeu mais de 2 milhões de visitantes em 2019, gerou 4 mil empregos diretos e indiretos e fomentou outros atrativos em Camboriú. Ademais, a valorização imobiliária na região passou dos 20.000%, desde a inauguração do parque.

Ainda para ilustrar o potencial do setor, relatou que, mesmo no meio da pandemia, foi inaugurado um parque aquático em Alagoas no qual foram investidos mais de R\$ 35 milhões. De acordo com a Sra. Vanessa Santos da Costa, um parque de diversões não apenas fomenta e gera renda, mas também tem um grande potencial de aumentar a permanência do turista no local. Mesmo um parque de diversões itinerante, quando chega a um município sozinho ou quando vai participar de alguma exposição pecuária, gera muitos empregos e impostos, e movimentam a economia local.

Apresentação da Sra. Vanessa Santos da Costa

**7ª Mesa do 1º Ciclo
Debates sobre Turismo**

O papel dos parques como indutores do turismo de lazer: estratégias para a ampliação de turistas nacionais e internacionais.



Adibra
Associação dos Empreendedores
Parques de Entretenimento do Brasil

Vanessa Costa
presidente ADIBRA

A MOVIMENTAÇÃO DE VISITANTES NO MUNDO

Top **25+**
Parques Temáticos do Mundo

Top **20+**
Parques Aquáticos do Mundo

31,103,000
Visitantes em 2019

253,724,000
Visitantes em 2019

QUAL A ATRAÇÃO TURÍSTICA PAGA MAIS POPULAR EM PARIS ?




LOUVRE

TORRE EIFFEL



Disneyland Paris
14,9 milhões de visitantes

Louvre
9,6 milhões de visitantes

Torre Eiffel
6,9 milhões de visitantes

Fonte: TripAdvisor, 2019 | 28 Junho 2019

Top **10+**
Parques Aquáticos da América Latina

10,242,000
Visitantes em 2019

01. THERMAS DOS LABRANHAS, Olímpia - BRASIL
02. AQUARIUM ATLANTIS WATER PARK, Fortaleza - BRASIL
03. HOT PARK RIO QUENTE, Caxias do Sul - BRASIL
04. PARQUE ACQUATIC JOCOMIL, São Martin - GUATEMALA
05. BEACH PARK, Apucarana - BRASIL
06. PISCALAGO, Guaratá - COLOMBIA
07. MAGIC CITY, Sumaré - BRASIL
08. THERMAS WATER PARK, São Pedro - BRASIL
09. HOT BEACH, Olímpia - BRASIL
10. PARQUE ACQUATIC EL ROLLO, Moravia - MÉXICO

© 2020 TPA / ACDM

Top **10+**
Parques Temáticos da América Latina

15,075,000
Visitantes em 2019

01. SIX FLAGS MÉXICO, Mexico City - MÉXICO
02. BETO CARRETO WORLD, Santa Catarina - BRASIL
03. PARQUE KAREL, Curitiba - MÉXICO
04. MUNDO PERAN, Guatemala City - GUATEMALA
05. LA PERLA DE CHIAPAS, Arriaga City - MÉXICO
06. PLAZA DE JASANO, Monterrey - MÉXICO
07. PARQUE MUNDO IDENTIVA, Bogotá - COLOMBIA
08. FANTASIA BANDA, Santiago - CHILE
09. PARQUE DEL CAJÓN, Quindío - COLOMBIA
10. PARQUE DE LA COSTA, Buenos Aires - ARGENTINA

© 2020 TPA / ACDM

OS PARQUES TEMÁTICOS IMPACTAM POSITIVAMENTE NO CRESCIMENTO DO TURISMO

Países como Singapura, Vietnã, Malásia, Emirados Árabes, Índia e regiões como Orlando e Califórnia criaram políticas especiais para atrair investimentos em:

- Concessão de Terras
- Construção de Infraestrutura
- Impostos de Importação baixos
- Taxação inteligente
- Co-financiamento
- Incentivos Gerais
- Criação de Distritos especiais para desenvolvimento da atividade de Turismo

Investimentos Públicos e todos os outros incentivos são pagos através do alto retorno em:

- Geração de Empregos
- Crescimento do Turismo
- Aumento da arrecadação
- Desenvolvimento Regional

Impacto de Parques e Atrações no Turismo Local

Crescimento

+9,000 %
População em 10 anos

2x mais
Visitantes em 10 anos

72% da receita com turismo
Visitantes internacionais

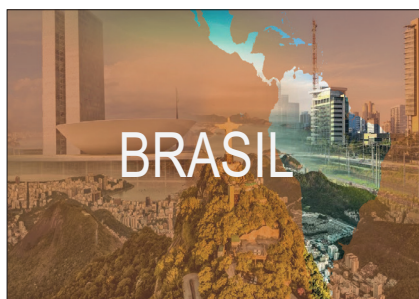
65% da \$ do Turismo de lazer
provem de Parques

DESENVOLVIMENTO REGIONAL PELO TURISMO

Case Dubai

Para evitar depender somente do petróleo, o governo investiu em atrações turísticas como base de desenvolvimento.

Políticas especiais para parques temáticos



Carolina Negri, diretora executiva do Sistema Integrado de Parques e Atrações Turísticas (Sindepat)

A Sra. Carolina Negri apresentou algumas características do modelo de negócios de parques, para esclarecer os entraves existentes no Brasil e mostrar a importância de uma política de Estado para o desenvolvimento do setor.

Segundo a convidada, as três premissas do setor são: grandes investimentos, retorno a longo prazo e necessidade de constante renovação.

A renovação depende da importação de atrações, como montanhas-russas, rodas-gigantes, carrosséis e toboáguas, que não têm similares nacionais. São equipamentos de alta tecnologia, com sistemas de segurança e engenharia altamente qualificados, elaborados por fabricantes internacionais já consolidados, com custo em dólar ou em euro. O primeiro grande entrave reside no fato de eles serem considerados bens de consumo, e não bens de capital. Na opinião da convidada, deveriam ter um tratamento tributário similar ao do maquinário das indústrias, assim como linhas de financiamento, pois são os maiores ativos dos parques. Explicou que, depois de muitas décadas, em janeiro de 2020, conseguiram derrubar o imposto de importação, que era de 20%, mesmo sem a existência de produto similar no mercado nacional. Contudo, ainda há um significativo cascadeamento de impostos, além dos gastos com a importação propriamente dita. E a alta carga tributária se mantém quando é preciso realizar o reparo de algum equipamento, pois todos os insumos são importados.

Outro ponto, que poderia ser resolvido por uma política de Estado que fornecesse uma maior segurança jurídica, é a demora no licenciamento ambiental, que dificulta até mesmo a expansão dos parques existentes. Também faltam linhas de financiamento para os empreendimentos.

Ressaltou que os parques são grandes geradores de empregos, como foi mencionado pela Sra. Vanessa Santos da Costa. Assim, o custo fixo com pessoal é muito alto, dada a elevada carga tributária que incide sobre folha de pagamento no Brasil. Corresponde a cerca de 40% dos custos. Energia elétrica corresponde a outro custo elevado.

Incidem ainda sobre o setor duas características prejudiciais para o turismo de maneira geral: a sazonalidade, uma vez que as curtas férias escolares são o período de maior movimento; e as diversas leis de meia-entrada nas esferas federal, estadual e municipal, cujos beneficiários são jovens em idade escolar, basicamente 50% do público dos parques.

Sendo assim, defendeu que uma política perene de Estado, que dê segurança jurídica para os investidores nacionais e internacionais, melhoraria a competitividade dos produtos já existentes, assim como incitaria novos investidores a apostarem no País. Lembrou que, quando um parque é im-

plantado em uma região, é estimulado o crescimento de outros setores do turismo no local, com a construção de hotéis, resorts e atrativos paralelos.

Esclareceu que 80% das empresas são micro e pequenas empresas, ao passo que 20% são grandes. Porém, as últimas são responsáveis por 70% do faturamento e 60% dos postos de trabalho. Assim, há toda uma cadeia de empreendimentos em que os pequenos dependem dos grandes. São parques temáticos, parques naturais, parques de diversão, parques aquáticos, empreendimentos de entretenimento *indoor* e *outdoor*.

Sobre os impactos da covid-19 no setor, ressaltou que o faturamento no início da pandemia foi equivalente a 70% do faturamento do mesmo período em 2019. Ademais, perderam 25% dos postos de trabalho e ficaram 100% fechados por cerca de oito meses em 2020. Em 2021, o fechamento durou uma média de três a quatro meses, sendo que alguns empreendimentos continuavam fechados na data desta audiência. Isso sem possibilidade de *delivery*, venda de produto em estoque (como no varejo) e com um alto custo fixo de manutenção dos brinquedos. De maneira geral, o turismo sofreu uma queda de 80% de faturamento.

Com a vacinação, já é possível observar uma retomada em alguns casos, mas muito lenta, principalmente porque houve um aumento de despesas com a implementação dos protocolos de higiene e a redução da capacidade de ocupação. Além disso, a malha aérea reduzida impacta diretamente os destinos que não estão perto dos grandes centros, como é o caso de muitos parques temáticos e parques naturais. Sublinhou que os consumidores ainda não se sentem seguros para consumir viagens na situação atual em que o País se encontra.

Por fim, discorreu sobre os diálogos do setor tanto com o Congresso quanto com os Ministérios do Turismo e da Economia. Disse já haver uma proposta encaminhada de estudo da questão fiscal. A reforma tributária é fundamental, porque o setor não tem crédito para rebater. A expectativa é conseguir encontrar alternativas criativas para ajudar a indústria do turismo a sobreviver e a se recuperar, a exemplo do que tem acontecido em países onde a vacinação já está avançada. Destacou ainda ser importante que se faça a avaliação da Lei Geral do Turismo, em tramitação no Senado. Segundo

ela, para o crescimento sustentável a longo prazo, além das políticas de Estado, é preciso melhorar o ambiente de negócios e reduzir o custo Brasil, para atrair investidores internacionais. Em conclusão, disse acreditar que o turismo tem um papel fundamental no desenvolvimento regional de todos os destinos brasileiros e que os parques podem ser vetores desse desenvolvimento.

Apresentação da Sra. Carolina Negri

**7ª Mesa do 1º Ciclo
Debates sobre Turismo**

O papel dos parques como indutores do turismo de lazer: estratégias para o empolgação de turistas nacionais e internacionais.

sindepat
Sistema Integrado de Gestão e Proteção Ambiental

Carolina Negri
diretora SINDEPAT

SITUAÇÃO NO BRASIL

INVESTIMENTO

Parques temáticos requerem **valucosos investimentos** (capital intensivo).
O retorno financeiro se dá a **longo prazo**.
Há a necessidade imperiosa de **renovogio constante**.

EQUIPAMENTOS PARA PARQUES TEMÁTICOS

Fortes **dependências de equipamentos importados**, sem similar nacional.
São considerados como bens de consumo, quando na realidade são: **bens de capital**.
Alta tecnologia e extrema segurança.

Utilizando que os parques temáticos representam toda a cadeia do turismo.

EXEMPLO DO PREÇO FINAL DE UM EQUIPAMENTO IMPORTADO:

	PREVISTIVEL	ISE	ACUMULADO
Valor do produto (FAB)		1.000.000	
Frete e Seguro	10%	100.000	1.100.000
Imposto de Importação I	20%	220.000	1.320.000
Imposto Federal (IPI)	20%	274.000	1.594.000
Imposto Estadual (ICMS)	18%	286.000	1.880.000
Alíquota	7%	131.760	2.011.760
PIF	9,68%	197.910	2.209.670
CFOPIS	2,1%	47.210	2.256.880
Impedimento	4%	91.881	2.348.761
PREÇO FINAL			2.348.761

Até 2017/18, equipamentos para parques tinham de 30% a 50%.

O QUE IMPORTAMOS?

Parques temáticos requerem **valucosos investimentos** (capital intensivo).
O retorno financeiro se dá a **longo prazo**.
Há a necessidade imperiosa de **renovogio constante**.

EQUIPAMENTOS PARA PARQUES TEMÁTICOS

Fortes **dependências de equipamentos importados**, sem similar nacional.
São considerados como bens de consumo, quando na realidade são: **bens de capital**.
Alta tecnologia e extrema segurança.

SITUAÇÃO NO BRASIL

OPERACÃO

Grande gerador de empregos, com **número de empregos muito elevado**.
Custo fixo com pessoal e utilidades (energia elétrica) é altíssimo.
Altos custos trabalhistas (judiciário).
Alta carga tributária.
Fortes sazonalidade com curto período de férias escolares.
Leis de **meio-empresa** em todas as esferas.

FALTA DE INCENTIVOS PARA ATRAÇÃO DE GRANDES INVESTIMENTOS EM COMPLEXOS TURÍSTICOS:
PARQUES, HOTÉIS, ATRAÇÕES, SHOPPING, GASTRONOMIA, ARTESANATO E ENTERTENIMENTO

DIFICULDADE E DEMORA NO LICENCIAMENTO AMBIENTAL

FALTA DE LINHAS DE FINANCIAMENTO ADEQUADAS AO PERFIL DO NEGÓCIO

SITUAÇÃO NO BRASIL

OPERACÃO

Grande gerador de empregos, com **número de empregos muito elevado**.
Custo fixo com pessoal e utilidades (energia elétrica) é altíssimo.
Altos custos trabalhistas (judiciário).
Alta carga tributária.
Fortes sazonalidade com curto período de férias escolares.
Leis de **meio-empresa** em todas as esferas.

Criação de **Política de Estado** abrangente com segurança jurídica para **viabilização de projetos e captação massiva de investimentos.**

Melhoria da **competitividade dos produtos já existentes**, bem como estimular **novos investimentos** para desenvolvimento de novos destinos, com novos hotéis e resorts, novos prestadores de serviços, outros atrativos, e assim **promover o desenvolvimento de regiões**, com geração de emprego e renda



CONTEXTO ATUAL IMPACTOS COVID – 19

PARQUES E ATRAÇÕES CATALISADOR DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL EM TODAS AS REGIÕES DO PAÍS

PERFIL DAS EMPRESAS	CARACTERÍSTICAS DO SETOR	IMPACTO DA PANDEMIA
TOTAL DAS EMPRESAS 1.500 PORTE DAS EMPRESAS: (Dados: Anuário 2020) Micro/Pequeno: 79% Média/Grande: 21% (RFB – maio/2020) Cbx.: Médio e Grande são responsáveis por: 70% do faturamento e 40% dos empregos (Balanço: Aditiva & Síndica)	OPERAÇÃO DIVERSIFICADA: PARQUES, TRANSPORTES, MANUTENÇÃO DE EQUIPAMENTOS, AGENCIAS DE VIAGENS, SERVIÇOS DE EMPREENDEDORISMO DE ENTRETENIMENTO (jogos e eventos) MUITOS SÃO A MOTIVAÇÃO PRINCIPAL DO TURISTA PARA REALIZAÇÃO DE VIAGENS INTENSIVO EM MDO Entre 35-45% dos custos – folha de pagamento	QUEDA NO FATURAMENTO 2020/2019 - 70% a -75% (Aditiva & Síndica) % DE POSTOS DE TRABALHOS PERDIDOS - 25% (Aditiva & Síndica)

O SETOR DE PARQUES DURANTE A PANDEMIA

100% DOS EMPREENDIMENTOS FICARAM FECHADOS

SEM POSSIBILIDADE DE DELIVERY

ATIVOS COM ALTO CUSTO FIXO, MESMO PARALISADO, MANUTENÇÃO OBRIGATORIA e INOVAÇÃO CONSTANTE

NÃO HÁ POSSIBILIDADE DE ESTOCAR PRODUTOS

OS PILARES DO SETOR DE TURISMO FORAM EXTREMAMENTE IMPACTADOS PELA PANDEMIA

COMPARATIVO DO FATURAMENTO mar/2020-fev/2021-mar/2019-4ev/2020

EVENTOS	PARQUES E ATRAÇÃO	AGENCIAMENTO	HOSPEDAGEM	NAVIOS DE CRUZEIROS
-95%	-72%	-60%	-65%	-100%

Fonte: Estimativa indicada pelos segmentos que completou o G20*

O PROCESSO DE REINÍCIO DO SETOR É COMPLEXO COM RESTRIÇÕES DIVERSAS

Introdução de higienização acendeu em custos adicionais.

Redução na malha aérea impacta o acesso da demanda aos destinos

Operação com reduções com capacidade de atendimento reduzida

Consumidores ainda não estão seguros

Parte das empresas ainda paralisadas sem perspectiva de reabertura.

PRECISAMOS DE AÇÕES ESPECÍFICAS PARA O SETOR SOBREVIVER, SE RECUPERAR E CRESCER

#1 CURTO PRAZO	#2 MÉDIO PRAZO	#3 LONGO PRAZO
SOBREVIVER E RECUPERAR ALÍVIO FISCAL PL 5638 ESTÍMULO À DEMANDA -Programas para aumentar a base de consumidores de viagens e turismo (EX.: Voucher)	REORGANIZAR LEI GERAL DO TURISMO DEMANDAS TRABALHISTAS	CRESCER REFORMA TRIBUTÁRIA AMBIENTE DE NEGÓCIO/CUSTO BRASIL

“ O turismo tem **papel fundamental** no desenvolvimento regional, e os parques podem ser vetores desse desenvolvimento. ”

Sr. Ricardo André Duarte Santos, presidente da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis de Alagoas (ABIH/AL)

O convidado iniciou sua apresentação concordando que existem entraves que fazem com que o Brasil não atraia uma grande quantidade de visitantes. Em sua opinião, 6 milhões de visitantes ao ano é um número irrisório, quando se sabe que a Disney da França, sozinha, recebe 15 milhões de visitantes. O Brasil tem produtos turísticos, equipamentos, e só perde devido aos entraves burocráticos.

Para ilustrar a situação, citou o exemplo da Costa dos Corais em Alagoas, o segundo maior complexo de arrecifes do mundo. Conforme relatou, havia um problema muito sério em Maragogi, que atrai um público considerável com suas piscinas naturais. Diante do alto número de turistas, foi necessário um Termo de Ajustamento de Conduta (TAC) e, com isso, um plano de manejo, que limitou a frequência das pessoas e delineou outras exigências, como a presença de biólogos na região. Desde então, a região trabalha muito bem com o turismo, sem destruir a beleza natural. E o Brasil possui inúmeros outros atrativos semelhantes. Fernando de Noronha, em sua opinião, é um produto maravilhoso, mas os entraves na ilha dificultam o processo de tornar o destino atrativo para os estrangeiros.

Sublinhou que, para respeitar a natureza, é preciso conhecê-la. E, nesse sentido, os parques nacionais têm um caráter educativo fundamental. Comentou que, em Maceió, tinha um parque municipal que estava abandonado, frequentado apenas por traficantes. Depois que um funcionário da prefeitura tomou a iniciativa de começar a cuidar desse parque, a população passou a frequentar, respeitar e ajudar a cuidar.

No que diz respeito aos parques temáticos, citou o caso de Gramado. Segundo ele, até 1995, a cidade possuía poucos parques. Atualmente, em um pacote de viagem de sete dias, é quase impossível conhecer todos os parques. O resultado disso é que a cidade tem uma ocupação e uma diária média altíssimas, quando comparada a outros destinos do Brasil.

Lembrou que há outros entraves, como a inexistência de uma segunda língua. Isso não é uma barreira para a África do Sul, por exemplo, que, por falar inglês, atrai turistas da Europa e dos Estados Unidos.

Em conclusão, pontuou que os entraves existentes impedem que os estrangeiros sequer conheçam o País. Quando isso acontece, 95% manifestam o desejo de voltar, o que considera a maior prova de satisfação. Desse modo, enquanto houver os entraves – burocracia, custo elevado, impostos – não tem como o turismo prevalecer no Brasil.

