

Revisão da Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008 (Lei Geral do Turismo):



A Lei nº 11.771, de 27 de setembro de 2008 foi construída de forma participativa, em conjunto com o Conselho Nacional do Turismo, representando um marco para o Turismo Brasileiro. A Lei Geral do Turismo trouxe consigo a institucionalização da Política e do Sistema Nacional de Turismo; do Plano Nacional do Turismo e seus objetivos; definiu os prestadores de serviços turísticos, seus direitos e deveres; assim como as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico.

Todavia com a revolução digital ocorrida na última década, as mudanças no comportamento e nas relações de consumo entre o turista e os prestadores de serviços, assim como o surgimento de novos modelos de negócios, evidenciou a necessidade e urgência da revisão da Lei.

É nesse contexto que se faz imprescindível a adequação e modernização da Lei Geral do Turismo, nos moldes propostos pelo PL 2724/2015, para que o ambiente legal e normativo do setor acompanhe às novas necessidades do mercado e das relações de consumo e de negócios, tornando o setor mais competitivo e inovador.

Transformação da Embratur em uma Agência de Promoção Internacional



Houve um alto investimento feito pelo Brasil, para sediar grandes eventos e, especificamente: o Rio +20 (2012); a Jornada Mundial da Juventude 2013; a Copa das Confederações 2013; a Copa do Mundo FIFA 2014 e os Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016. O investimento empreendido pelo Brasil para realização desses megaeventos deixou muitos legados de infraestrutura, mobilidade urbana, acessibilidade, entre outros. Hoje, o País conta com destinos que possuem estruturas arrojadas capazes de concorrer com países já consolidados no mercado do turismo e de atrair, pelo menos, o dobro de turistas internacionais em um período de cinco anos. Contudo, se faz imprescindível que essa oportunidade ímpar seja capitalizada naquilo que, possivelmente, seja o maior legado da iniciativa: sua grande visibilidade internacional.

Há anos o Brasil é visto como um País de grande potencial, mas não consegue se posicionar diante de seus concorrentes de maneira competitiva. A situação de carência e instabilidade orçamentária não tem permitido que a promoção do turismo brasileiro seja realizada de forma estratégica e competitiva, tendo como consequência o baixo incremento do número de visitantes estrangeiros e também de viagens domésticas em nosso País. Um exemplo disso é o recuo do país no ranking global da International Congress and Convention Association – ICCA, que elenca os países que mais recebem eventos internacionais. O Brasil recuou quatro posições, passando da 11ª posição em 2015 para a 15ª posição em 2016.

Diante disso é que se torna imprescindível e urgente a adoção de um modelo institucional mais flexível, estratégico e moderno para a Embratur. A necessidade é premente e o momento é oportuno, uma vez que cabe à Embratur a promoção do turismo no exterior, e sua ação competente, articulada e imediata é fundamental para se colher os frutos potenciais proporcionados por meio dos megaeventos sediados pelo Brasil. A aprovação do PL 2724/2015 possibilitará que a gestão da Embratur seja efetivada em moldes mais contemporâneos, conferindo-lhe modernidade, agilidade e inovação, por meio da flexibilização dos seus processos de gestão, nos limites da lei, e garantindo mais recursos e alguns mecanismos facilitadores de sua atuação nos mercados internacionais em condições de igualdade com outros países.

Ampliação da conectividade aérea



Num país com dimensões continentais, dinamizar o setor aéreo é fundamental para expandir as fronteiras do turismo. Atualmente, 60 milhões de brasileiros viajam pelo país anualmente, mas há potencial para que outros 40 milhões fortaleçam esse mercado. Para ampliar o número de passageiros e facilitar os deslocamentos, o governo brasileiro adotou medidas que permitem a abertura do capital de companhias aéreas nacionais e a entrada de empresas estrangeiras, desde que tenham sede no nosso país e sejam constituídas pela lei nacional. O capital poderá ser 100% estrangeiro. A ideia é ampliar o número de companhias aéreas em operação. A entrada de mais investimentos e empresas tem como meta a criação de novas rotas, a redução de custos ao consumidor e a ampliação da aviação regional.



..... **DÚVIDAS?**

Entre em contato: turismo@cnm.org.br | (61) 2101-6606



1. A criação da Agência Brasileira de Promoção do Turismo (nova Embratur) irá gerar mais custos para o Governo. ❌

Não, pelo contrário, com a extinção da autarquia Embratur e a criação da Agência de Promoção do Turismo, sob formato de Serviço Social Autônomo, o orçamento anual da Embratur, de cerca de R\$65 milhões anuais, será devolvido para o Ministério do Planejamento e poderá ser utilizado em outras áreas do Governo.

A Nova Embratur usará recursos já existentes. Para custear a criação e manutenção da Agência será utilizado um percentual de 1,7% da arrecadação bruta dos concursos dos prognósticos das loterias federais e dos concursos similares.

2. A Agência Brasileira de Promoção do Turismo (nova Embratur) irá usar recursos que atualmente são destinados a atividades essenciais, como saúde e educação. ❌

Não. Serão utilizados 1,7% da arrecadação bruta dos concursos dos prognósticos das loterias federais e dos concursos. Esse percentual será deduzido do montante destinado à taxa de administração, que atualmente é de 20% destinado à CAIXA.

3. Com a criação da nova Embratur serão criados novos cargos em comissão. ❌

Não. Inclusive os cargos em comissão que atualmente estão alocados para a entidade serão devolvidos para o Ministério do Planejamento e poderão ser extintos, possibilitando uma economia no orçamento da União de cerca de R\$3,8 milhões por ano.

4. Os servidores da atual Embratur serão prejudicados. ❌

Os direitos dos servidores efetivos serão mantidos. Inclusive tais servidores poderão ser cedidos à Agência Brasileira de Promoção do Turismo por um período de até três anos.

5. A abertura total de capital estrangeiro das companhias aéreas vai acabar com a soberania nacional. ❌

O projeto prevê que somente companhias aéreas com sede no Brasil poderão operar em nosso país. Com isso, se uma companhia quiser operar a aviação doméstica, terá que constituir empresa em solo brasileiro, gerando emprego, renda e pagando os devidos impostos referentes à operação no Brasil.

6. O mercado aéreo nacional está em crise. A entrada de novas empresas internacionais irá causar desemprego no Brasil. ❌

A entrada de capital estrangeiro no setor pode representar crescimento do mercado, viabilizando a criação de novas vagas de trabalho, mais investimentos nas empresas aéreas, bem como em setores afetados indiretamente como peças e equipamentos, manutenção, administração, entre outros.

7. A abertura de capital estrangeiro das aéreas beneficia somente os empresários. ❌

A abertura de capital irá atrair mais empresas para atuar no país. Com isso, teremos mais opções de companhias, garantindo maior competitividade e, conseqüentemente, mais opções de rotas e menor preço das passagens – beneficiando diretamente o turista brasileiro.

Além disso, com mais empresas poderemos ampliar o número de destinos, atraindo para o mercado de turismo aqueles brasileiros que até então tinham que se deslocar de ônibus até uma cidade para conseguir acessar um aeroporto. A ideia é estimular, com isso, a aviação regional.

8. O Brasil já tem uma oferta grande de voos, a população não precisa mais de novas rotas. ❌

Pesquisa nacional realizada em 2017 revelou que mais da metade da população brasileira considera a malha aérea brasileira insuficiente. Mais de 73% dos brasileiros são a favor do aumento do número de companhias aéreas no Brasil e 65% apoia a abertura de capital estrangeiro das empresas aéreas.

9. A transformação da Embratur em agência não vai impactar a vinda de turistas ao Brasil. ❌

A promoção do turismo internacional é uma atividade muito especializada, que repercute fortemente no desenvolvimento econômico e social dos países. No Brasil, o turismo impacta mais de 50 segmentos da economia, gerando emprego e renda para mais de sete milhões de brasileiros.

Essa situação não é diferente em outras partes do mundo o que acirra a competição entre países que mantêm agências especializadas, flexíveis, ágeis e profissionalizadas atuando na promoção do turismo internacional. Porém, enquanto o Brasil investiu irrisórios US\$ 20 milhões na promoção internacional no último ano, concorrentes diretos no mercado turístico investiram muito mais: México US\$ 490 milhões, Colômbia US\$ 100 milhões, Equador US\$ 90 milhões e Argentina US\$ 60 milhões. O modelo institucional adotado no Brasil para a promoção do turismo não tem permitido que a Embratur enfrente competidores internacionais em termos de igualdade, não só em função dos baixos recursos disponíveis, como também pela reduzida flexibilidade do modelo. A transformação em agência dará mais musculatura para competirmos, de forma mais igualitária, a atração de turistas com outros destinos.

10. O PL diminui o número de horas das diárias de hotéis, ferindo o direito do consumidor. ❌

Não há diminuição do número de horas da diária. A proposta não fere e nem diminui o direito do consumidor, pelo contrário, deixa claro para o consumidor a quantidade de horas que poderá ser utilizada para a limpeza do apartamento, o que hoje, com a redação atual, não é possível.

A nova Lei Geral do Turismo possibilitará aos meios de hospedagem a destinação do quarto do hotel pelo período máximo de duas horas para fins de operacionalização da administração hoteleira para higienização. A nova redação obriga os meios de hospedagem a higienizarem os quartos e estabelece o período máximo para que isso ocorra, contribuindo assim para a qualidade dos serviços oferecidos aos hóspedes.