

Para esclarecer as dúvidas a respeito do PL 2727/2015, O Ministério do Turismo reuniu os principais questionamentos a respeito do PL e esclarece os mitos que circulam sobre o assunto.

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

✘ Mito. 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.

✘ Mito. 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.

✘ Mito. 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.

✘ Mito. 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.

✘ Mito. 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.

✘ Mito. 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.

✘ Mito. 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.

✘ Mito. 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.

✘ Mito. 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.

✘ Mito. 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 hospedagens a higienizarem os quartos e estabelece o período máximo para que isso ocorra, contribuindo assim para a qualidade dos serviços oferecidos aos hóspedes.