



SENADO FEDERAL
SECRETARIA-GERAL DA MESA
SECRETARIA DE REGISTRO E REDAÇÃO PARLAMENTAR

REUNIÃO

31/05/2021 - 5ª - Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo

O SR. PRESIDENTE (Fernando Collor. Bloco Parlamentar da Resistência Democrática/PROS - AL. Fala da Presidência.) - Declaro aberta a 5ª Reunião do 1º Ciclo de Audiências Públicas da Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo do Senado Federal, realizada com o objetivo de discutir os impactos da pandemia sobre os diversos segmentos da indústria do turismo do nosso País.

Informo que as participações dos cidadãos serão recebidas nos seguintes canais: Portal e-Cidadania, que pode ser acessado a partir do site da própria Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo, e pelo Alô Senado, com o número 0800-612211.

Exmas. Sras. Senadoras, Exmos. Srs. Senadores, senhoras e senhores participantes desta audiência pública e estimados telespectadores que nos acompanham pela TV Senado, a pandemia de Covid-19 lançou o turismo internacional na pior crise da sua história. Os efeitos das restrições à mobilidade e do fechamento das fronteiras foram particularmente severos sobre as viagens internacionais.

A Organização Mundial do Turismo indica uma queda de 74% no fluxo de turistas estrangeiros em 2020. A perda de receitas alcançou a impressionante cifra de US\$1,3 trilhão. No Brasil, estima-se que a captação de turistas de outros países tenha recuado 26 anos, ao patamar registrado em 1994. A perda de receitas e de divisas poderá alcançar 50% em comparação com 2019. Frente a cenário tão preocupante, discutir o turismo internacional no País tornou-se urgente.

O tema proposto para a nossa Mesa de debates na noite de hoje está voltado justamente à discussão dos efeitos da pandemia sobre a atração de turistas estrangeiros no Brasil. Países em que a vacinação avança mais velozmente começam a flexibilizar a proibição de viagens dos seus nacionais ao exterior. A retomada do turismo global se dará em condições de pequena demanda inicial e grande competição entre os destinos. O avanço do nosso Plano Nacional de Imunização e a adoção dos mais rigorosos protocolos de biossegurança serão condições essenciais para pleitearmos participar da disputa por essa demanda reemergente.

Reitero aqui o que tenho afirmado repetidamente: a recuperação da atividade turística no Brasil avançará paralelamente ao recuo da pandemia e, para isso, só há um caminho: vacina no braço, comida no prato e carteira assinada.

Não bastassem os efeitos disruptivos da crise sanitária sobre a nossa atividade turística, também dificuldades estruturais parecem comprometer o crescimento sustentado da captação de turistas internacionais no País. Mesmo antes da pandemia, o número de visitantes estrangeiros permanecia aquém do potencial dos nossos atrativos e da quantidade, diversidade e beleza dos produtos turísticos de que dispõe o Brasil.

Em 2019, enquanto o fluxo mundial de turistas crescia 3,6%, a entrada de visitantes no Brasil registrava redução de 4%. Do total de 1,5 bilhão de turistas que circularam pelo mundo naquele ano, apenas 6,3 milhões visitaram o nosso País. Afinal, por que o Brasil recebe tão poucos turistas estrangeiros em relação ao nosso potencial? Quais os obstáculos conjunturais e estruturais que precisam ser equacionados para avançarmos no turismo internacional? Que providências devemos adotar a curto prazo para restabelecer condições sanitárias seguras, tanto para os estrangeiros, quanto para as nossas populações locais, para realocar o País na rota do turismo global? Essas são algumas das questões-chave que nos demandam reflexão e debate nesta noite em busca de respostas consistentes voltadas a ações efetivas.

Integram a nossa Mesa de debates hoje os seguintes palestrantes: o Sr. Carlos Brito, Diretor-Presidente da Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (Embratur); o 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 Sr. Bruno Reis, Interlocutor de Inteligência de Mercado e Promoção, além de Presidente da Empresa Potiguar de Promoção Turística (Emprotur-RN); o Sr. Alexandre Sampaio, representante de Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo; o Sr. Toni Sando, Presidente da União Nacional de Conventions & Visitors Bureau e Entidades de Destinos (Unedestinos); a Sra. Danielle Govas Pimenta Novis, Superintendente do Maceió Convention & Visitors Bureau - seja bem-vinda mais uma vez!

Dando início, concedo a palavra ao Sr. Carlos Brito, Diretor-Presidente da Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (Embratur).

O SR. CARLOS BRITO (Para expor.) - Boa noite a todos; boa noite a todos os Senadores da República que participam desta importante audiência pública. Muito obrigado pelo convite para contribuir com os trabalhos em andamento. Deixo o meu cumprimento especial aqui ao Senador Fernando Collor, Presidente da Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo, que convidou a Embratur para apresentar o seu trabalho e planos para o setor do turismo, tão afetado por esta inesperada pandemia global. Gostaria também de cumprimentar todos os participantes que se encontram aqui na audiência pública: o Toni Sando; o Bruno, do Fornatur; a Danielle; o Alexandre Sampaio; todos os Senadores aqui presentes; e o Bruno Reis, que também estou vendo aqui. Um abraço para todos.

O tema da audiência de hoje é "O Brasil na retomada do turismo internacional: estratégias para a ampliação de turistas estrangeiros no País". Por isso, convidei para estarem junto a mim nesta audiência o Silvío Nascimento, Diretor de Marketing da agência Embratur, o André Reis, gerente de gabinete do Diretor de Marketing, e o Heitor Kadri, para comporem a nossa mesa. Estamos à disposição aqui para colaborarmos com os trabalhos do Senado Federal, instituição vital para a atuação da Embratur, que há uma semana completou o seu primeiro ano como Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo.

O Senado aprovou a transformação da Embratur de instituto brasileiro de turismo para agência, por unanimidade, pois entendeu a importância da medida para o fortalecimento do turismo brasileiro. Desde então, junto ao Ministério do Turismo, quem tem na pessoa do Ministro Gilson Machado Neto um verdadeiro entusiasta do potencial brasileiro, para ser protagonista desse mercado, a Embratur está atuando para promover o turismo interno.

A mudança da missão da Embratur, que, normalmente, atua para atrair visitantes estrangeiros ao Brasil, irá perdurar até o final do mês de junho de 2021, atendendo ao que foi determinado na Lei nº 14.002, de 2020, sancionada pelo Presidente Bolsonaro após aprovação, pelo Congresso Nacional, da Medida Provisória nº 907/2019, exatamente a proposição enviada pelo Executivo ao Legislativo que transformou a Embratur de instituto em agência.

Com a chegada do mês de julho de 2021, ocorrerá a volta da promoção dos destinos brasileiros internacionalmente, atendendo à missão primeira da Embratur. Estamos convictos de que há muito trabalho pela frente e motivados para realizá-lo. Embora o turismo brasileiro tenha sido duramente impactado, assim como o foi no mundo inteiro, a situação teria sido ainda muito mais preocupante no Brasil se o Governo Federal não tivesse sido parceiro do *trade* e tomado diversas medidas. Fomos, também, um dos primeiros dez países do mundo a lançar o Selo Turismo Responsável, com protocolos de biossegurança, algo extremamente louvável para permitir que sejam realizadas atividades ligadas ao turismo. Chegamos a ver a recuperação acontecendo, com até 85% dos nossos voos domésticos já em operação em dezembro passado. Porém, infelizmente, tivemos o segundo ciclo da pandemia, que já começa a diminuir de novo, com queda na quantidade de mortos em todo o País.

Buscando incentivar o turismo interno, a Embratur realizou a campanha "Ser brasileiro é estar sempre perto de um destino incrível", para que uma parte dos, aproximadamente, R\$100 bilhões gastos por brasileiros no exterior anualmente pudesse gerar turismo aqui dentro do nosso País.

Trouxemos um vídeo que será apresentado agora.

Eu gostaria de pedir autorização para exibir o nosso vídeo da nossa campanha.

O SR. PRESIDENTE (Fernando Collor. Bloco Parlamentar da Resistência Democrática/PROS - AL) - Pois não.

(Procede-se à execução de vídeo.)

O SR. PRESIDENTE (Fernando Collor. Bloco Parlamentar da Resistência Democrática/PROS - AL) - Pois não! Tem novamente a palavra.

O SR. CARLOS BRITO - O.k., obrigado, Senador.

Como vimos, a campanha foi um sucesso. Sabedor da importância da vacinação irrestrita, o Governo brasileiro tem vacinado rapidamente e sido destaque mundial em relação ao número de doses entregues aos Estados. Esperamos que a população economicamente ativa do País seja vacinada até setembro de 2021, uma expectativa arrojada e que se baseia no fato de sermos atualmente o quarto país do mundo que mais ofereceu doses da vacina.

A Embratur está ajudando na divulgação do andamento da vacinação no Brasil. À medida que mais brasileiros estão vacinados, mais atividades de turismo poderão ser viáveis.

Garanto que vamos seguir sempre dispostos a fazer o Brasil aumentar sua participação no turismo mundial, e já trabalhamos para isso, mantendo nossa conexão com *trades* globais, enquanto trabalhávamos para promover o turismo interno.

Em reunião recentemente realizada com ministros de turismo das Américas, em evento promovido pela Organização Mundial do Turismo na República Dominicana, estive ao lado do Ministro Gilson Machado Neto, e voltamos de lá certos de que teremos uma recuperação destacada, pois o mundo inteiro só fala que o turismo de natureza é o mais procurado neste momento. A própria Organização Mundial do Turismo já destacou que, na retomada, o Brasil virá com tudo, uma ótima notícia, quando levamos em consideração os 290 bilhões de prejuízos que tivemos em 2020, o que... Na perda de 400 mil postos formais de trabalho.

Somos o único país do mundo a ter seis biomas em nosso Território. Temos, ainda, quase 8 mil quilômetros de costa, praias límpidas e com água quente o ano inteiro. E não temos desastres naturais, como muitos dos concorrentes do Brasil possuem.

Com recursos para realizarmos a promoção turística no exterior, a Embratur pretende levar o Brasil ao posto que merece no turismo, figurando entre os primeiros. Temos muito trabalho pela frente, também para conquistarmos os recursos necessários para isso. Contamos com os Senadores na missão de garantir à Embratur uma fonte perene de receitas. Precisamos estar em condições de brigar de igual para igual nessa disputa pelos turistas estrangeiros.

A retomada do turismo internacional dependerá da reabertura de fronteiras e do retorno gradual de confiança dos turistas. Isso será possível com a vacinação, que está acontecendo. Temos ressaltado a importância da aceitação de todos os tipos de vacinas aplicadas no mundo e reforçamos essa necessidade junto à OMT recentemente, durante a Fitur de Madri, a primeira grande feira do circuito internacional que foi realizada presencialmente.

Agradeço muito pela atenção dos Senadores, e agora passaremos à apresentação em que estão detalhadas as ações da Embratur para o turismo doméstico e também nosso planejamento para atuação internacional. Será apresentada pelo Diretor de Marketing, Silvio Nascimento, e eu peço autorização mais uma vez do Senador para que a gente possa exibir essa nossa apresentação.

O SR. PRESIDENTE (Fernando Collor. Bloco Parlamentar da Resistência Democrática/PROS - AL) - Muito bem! Muito bem! Não podem ser muitas apresentações, porque nós temos vários palestrantes. Eu gostaria que...

O SR. CARLOS BRITO - Essa é a última, Senador.

O SR. PRESIDENTE (Fernando Collor. Bloco Parlamentar da Resistência Democrática/PROS - AL) - ... o Carlos Brito se restringisse, então, a mais uma apresentação.

O SR. SÍLVIO DOS SANTOS NASCIMENTO (Para expor.) - Boa noite a todos. Na pessoa do Senador Fernando Collor, eu cumprimento todos os Senadores, e na pessoa do Alexandre Sampaio, cumprimento todos os participantes do *trade* turístico brasileiro.

Eu vou tentar ser bem rápido, bem breve e fazer uma apresentação curta, sucinta, resumida.

E vou falar um pouco antes sobre as questões dos resultados que nós tivemos, porque como bem falou o nosso Presidente aqui, através da MP 907, nós fomos restringidos pelo Congresso a trabalhar somente as promoções dos destinos internos do Brasil. Não podemos fazer nenhuma promoção internacional desde a aprovação da MP 907, que logo em seguida à sanção, se tornou a Lei nº 14.002. Então, nós trabalhamos para promover o Brasil internamente, e aí conseguimos realmente alguns resultados muito bons.

No final do ano passado, nós realizamos quatro *press trips*, em Minas Gerais, Bahia, Pernambuco e Rio Grande do Sul. Nessas *press trips*, nós tivemos mais de 100 parceiros estaduais, entre a iniciativa privada e a iniciativa pública. Nós tivemos a participação de 26 influenciadores e jornalistas, todos eles especializados no segmento viagens e turismo. Tivemos também, como resultado dessas *press trips*, 13 mil novos seguidores nas redes sociais da Embratur. E tivemos mais de 5 milhões de pessoas impactadas. Tivemos várias matérias publicadas em vários *sites*, revistas, de uma forma total.

Vou falar um pouco também das feiras internacionais de que ainda conseguimos participar, no início do ano de 2020. Uma delas foi nos Estados Unidos, a New York Times Travel Show. Tivemos também a participação na Holanda, na Vakantiebeurs. Fomos à Fitur, na Espanha. Esse ano fomos infelizmente sem estande. Participamos, conhecemos, mas infelizmente sem estande, dada a proibição da Lei nº 14.002. Mas ainda no início do ano passado, nós participamos da BIT, na Itália; da Anato, na Colômbia e, por fim, participamos também da Travel and Adventure Show, nos Estados Unidos.

Na participação nessas feiras, nós levamos 87 coexpositores - Estados, destinos, enfim. Nós tivemos, entre reuniões e contatos realizados, mais de 7,4 mil. Tivemos um ROI, em real, de 21 milhões. Na verdade, mais de 21 milhões. E um ROI 2020 de 5,93, quase seis vezes, não é?

Participamos também ainda das feiras nacionais, ali, no final do ano passado. Isso tudo, promovendo ainda o Brasil para o Brasil. Participamos da Abav Collab, que foi uma feira *online*, virtual. E participamos também das feiras presenciais que pudemos ter até o final de 2020. Uma delas, a Festuris, em Gramado, uma feira muito boa. A Boat Show, em São Paulo. Participamos também da...

Perdão, voltei aqui o eslaide.

Participamos da Visit Pernambuco e, enfim, do Festival Cataratas, em Foz do Iguaçu.

Isso tudo nos resultou num investimento total de R\$1,8 milhão. Tivemos mais de mil contatos realizados, entre reuniões e contatos. A expectativa de negócios, para os 12 meses seguintes, foi de mais de 2 milhões, e houve um retorno direto sobre o investimento que foi de quase 5 milhões.

Vamos falar um pouquinho agora o que é que a Embratur pretende fazer para que a gente possa contribuir com a retomada do turismo internacional. Já está prevista a participação do Brasil em cinco feiras internacionais. Na verdade, seis, porque a gente participa também da Expo Dubai. A Expo Dubai é uma feira que dura seis meses, mas participaremos uma semana a cada mês, nos Emirados Árabes. Participaremos da FIT América Latina, uma feira muito importante aqui na Argentina. Estaremos na WTM, em Londres, na Imex America, em Las Vegas, na ITB, em Xangai e, por fim, na IBTM, em Barcelona. Essas são as feiras das quais nós pretendemos participar. Quando digo pretendemos é porque a gente sabe que a palavra dessa pandemia é, justamente, imprevisibilidade e a gente não sabe se, realmente, vai continuar do jeito que está ou não, mas já estamos aí com a intenção de participar dessas feiras e muito otimistas de que possamos, realmente, participar.

Além disso, é intenção nossa a ativação de alguns mercados prioritários. Acreditamos, mesmo, que vamos ativar aí certa de quinze mercados prioritários - vão ser os clientes mérito dos senhores. Vamos também organizar, aí, sim, *press trips* internacionais, para os jornalistas e influenciadores.

Ainda dentro das ações internacionais, nós prevemos as aberturas da unidade da Embratur no exterior. Em cada continente, nós teremos um escritório da Embratur, o que vai ajudar a capilarizar e a reforçar a nossa presença no exterior.

A Embratur, também, está negociando ações de cooperação com a Espanha, com a China. Isso não vou detalhar porque, realmente, o tempo é curto. Estamos prevendo ações de cooperação com o MRE. A Embratur encaminhou proposta de acordo e cooperação para financiar projetos de promoção dos destinos brasileiros executados pelas embaixadas do Brasil no exterior. Vamos fazer campanhas nos países latinos. O nosso foco está na Argentina, no Chile, no Uruguai e no Peru, mas vamos também realizar campanhas nos países dos vistos, em que tivemos a isenção dos vistos ali, no ano de 2019. São eles Estados Unidos, Canadá, Austrália e Japão. Além desses aí, vamos reativar - agora, sim, vamos poder reativar -, a partir de julho, as redes sociais internacionais do Brasil, conhecidas como Visit Brasil e estamos também construindo um novo portal para o Visit Brasil, que será apresentado aos senhores em bom tempo.

Gostaria de agradecer. Devolvo, aqui, a palavra ao Presidente da Embratur para que ele possa finalizar.

O SR. PRESIDENTE (Fernando Collor. Bloco Parlamentar da Resistência Democrática/PROS - AL) - Para finalizar, tem a palavra o Presidente...

O SR. CARLOS BRITO (Para expor.) - Senador, eu queria agradecer e queria dizer a todos os senhores aqui que um dos grandes motivos, hoje, de o Brasil não ser tão competitivo no mercado internacional é justamente a questão da falta recursos.

Hoje a gente tem uma agência, a Embratur, com um potencial enorme, mas a gente fica limitado ao recurso que ela possui para trabalhar a promoção do Brasil no exterior. Então, como diz o nosso Ministro Gilson, a briga lá fora é de cachorro grande e a gente precisa colocar o Brasil na prateleira da forma que ele merece, mas, para isso, precisamos repensar a forma que a Embratur vai atuar e o recurso que vai vir para a Embratur representar o Brasil no exterior.

Temos condições de nos destacar. Estivemos agora na Fitur. Não tivemos o nosso estande lá, como falou o nosso diretor de *marketing*, pelo fato de a gente estar limitado diante da lei em fazer uma promoção internacional, mas participamos

de várias reuniões, e o Brasil, realmente, é o País que tem a bola da vez, é o País que tem tudo que o turista estrangeiro está querendo nesse momento pós-pandemia.

Então, encerro as minhas palavras dizendo que eu conto com todos vocês e que contem com a Embratur. Esperamos fazer um trabalho unido para que a gente possa realmente ter a retomada que o nosso País merece.

O SR. PRESIDENTE (Fernando Collor. Bloco Parlamentar da Resistência Democrática/PROS - AL) - Muito obrigado. Muito obrigado ao Sr. Carlos Brito, Diretor-Presidente da nossa agência, da nova Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo, Embratur.

Passo, agora, a palavra ao Sr. Alexandre Sampaio, Presidente da Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação e também representante, nesta nossa audiência pública, da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviço e Turismo.

O SR. ALEXANDRE SAMPAIO (Para expor.) - Boa tarde a todos. Quero saudar o Presidente da nossa Comissão, Senador Collor de Mello, em nome de quem saúdo todos os Senadores presentes, demais audiência e também uma especial saudação aos nossos companheiros que estão hoje abrilhantando esse ciclo de audiências, começando hoje.

Senador, eu queria me reportar aqui, dizendo que o Presidente da CNC mandou um caloroso abraço...

Vou falar mais alto...

Ele mandou um caloroso abraço - espero que estejam me ouvindo agora - e não pôde estar aqui conosco, mas na medida em que eu coordeno os trabalhos do Conselho de Turismo e Hospitalidade da CNC, cabe a mim, não só também como Presidente da Federação, fazer essa apresentação.

Ouvi atentamente a apresentação do Carlos Brito, nosso Presidente da Embratur. Acho que a situação é muito difícil desde o ano passado e se agravou no início de 2021.

Eu peço ao Roberto para fazer a apresentação do que eu mandei. Se ele puder passar, senão eu teria que...

Então, essa apresentação espelha para todos vocês, para todos os nossos ouvintes do Senado e também os que estão acompanhando os canais da TV Senado.

Passando por favor, o primeiro ciclo.

Dados levantados da Organização Mundial do Turismo, da qual nós fazemos parte. Através do seu barômetro, a gente consegue perceber o quão a evolução das restrições de fronteiras, desde abril de 2020 até os dias de hoje, limita o trabalho de captação de turistas internacionais.

Nós temos, literalmente, quase 87% de queda nas viagens internacionais, e, na América do Sul, essa foi uma queda mais rigorosa ainda, com quase 92%.

No segundo quadro, nós temos essa queda se materializando e continuamente há uma percepção de que, mês a mês, essa sistemática se materializa. Qual seja: há, em 2021, um desempenho, comparado com 2020, em que ainda houve uma diminuição de 72% nas chegadas aéreas internacionais. Qual seja: países, emissores de voos internacionais para o Brasil, limitaram um sem número de viagens, pelas dificuldades que o Brasil teria de percepção lá fora devido ao crescimento da pandemia em nossa região, em nosso País, uma limitação de queda de demanda e também uma percepção dessas companhias de não promoverem a chegada desses voos para cá.

No próximo quadro, vocês conseguem visualizar bastante bem essas questões. Qual seja: o número total, entre 2020 e 2021, é uma queda de 87%, o que denota uma variável que a gente não consegue controlar, mesmo que nós façamos promoção, como, eventualmente, é o trabalho da Embratur. Então, existe um momento muito difícil de se lidar e de sensibilizar mercados internacionais para virem ao Brasil.

No próximo quadro, nós temos esse processo já delineado pela própria Organização Mundial do Turismo quanto a cenários possíveis. Se nós tivéssemos um processo de uma vacinação em curso de maneira sistêmica, volumosa, talvez nós tivéssemos uma recuperação, em julho, de quase 66% nas chegadas internacionais em relação ao ano passado.

Num cenário dois, com uma recuperação mais estendida, a qual deve ser a nossa sistemática de vacinação, nós estamos com um aumento somente de 22% em relação ao ano passado e 67% abaixo dos níveis de 2019, segundo o barômetro da Organização Mundial do Turismo.

Projetando o próximo quadro, nós temos aí um comparativo sobre o processo de passageiros transportados, não só em mercado doméstico, mas também comparativamente com o internacional. Dá para nós vermos que nós vínhamos numa relação que se mantinha estável desde 2010; houve um crescimento em 2019 pequeno, mas ainda crescente, percentualmente, e isso desaba a partir do ano de 2020.

Nós estamos ainda, realmente, como um dos cinco mercados, até então, porque nós tínhamos uma destinação de turistas internacionais bastante significativa. Entretanto, isso muda dramaticamente no ano de 2020 e permanece com esse senão no ano de 2021.

No próximo quadro, nós temos a percepção de alguns especialistas ouvidos, não só internacionalmente, como também na iniciativa privada, de que nós precisamos de um plano de ação. Literalmente, nós precisamos harmonizar um protocolo com países da América do Sul. Eu sei que nós temos disparidades, inclusive, no processo de vacinação com o destino sul-americano, mas é importante aí a participação do Ministro no encontro na República Dominicana, quando se discutiu com ministros latinos uma situação que eu acho que é verdadeira quanto ao turismo de aventura, principalmente o turismo de natureza, mas é importante que nós tenhamos uma percepção de uma divulgação conjunta de toda a América do Sul.

É raro, atualmente, na conjuntura de recuperação dos países que estão sendo emissores de turismo com a Covid também afetando esses países, que nós tenhamos a pretensão de divulgar somente o Brasil de maneira una. Talvez, com um trabalho de uma divulgação conjunta, para baratear esse custo em que a Embratur, junto com outras entidades da América do Sul, outros países, com as suas estruturas governamentais, fazendo um trabalho de divulgação conjunta, seja mais fácil trazer esse turista ainda pouco, vamos dizer assim, receptivo a se deslocar para a América do Sul em função dos altos índices de contaminação. A deterioração do ambiente econômico, não só no Brasil, mas no mundo inteiro, dificulta esse volume da expectativa de turistas internacionais em curto espaço de tempo.

Eu coloco essas considerações para nós pensarmos em uma atuação conjunta, inclusive com a iniciativa privada, que pode colaborar com a Embratur de uma maneira conjunta, que, talvez, ações pontuais em que pudesse haver participação da iniciativa privada, já que a própria Embratur, hoje, é uma agência que carece de recursos, mas que possa ser decidido isso em conjunto, e não necessariamente por uma política proposta pela Embratur se não for partilhada e discutida com a iniciativa privada.

O próximo quadro.

Essas pesquisas do projeto de identidade digital, através dos viajantes do Fórum Econômico Mundial, destacam essas questões que devem ser levadas em conta. Então, os viajantes internacionais precisam se sentir seguros, com a saúde protegida, os novos protocolos do sistema de segurança precisam ser implementados e mais bem definidos e harmonizados entre os diversos países, talvez da América do Sul, porque, realmente, nós temos atrativos que podemos partilhar entre esses países já parceiros do Brasil nesse sentido.

Haverá uma mudança no segundo quadro e desse quadro, em que se fala da viagem sem contato, de um novo regime de segurança de saúde, qual seja, a impressão digital física dos leitores manuais deverá ser eliminada, isso em processos que envolvem as pessoas nos aeroportos. E a biometria, com auxílio de tecnologia de ponta, com os concessionários que recentemente assumiram aeroportos brasileiros, nos principais portões de entrada, tem que desenvolver uma tecnologia que permita o *touchless*, sem grandes problemas de controle de passaportes demorados, mas um sistema que permita, vamos dizer assim, agilidade no desembarço, porque as pessoas têm medo de se aglomerar, e isso seria um processo que desgastaria e que nos tiraria potencialidade em relação à atração.

Passando para o próximo quadro.

Esse novo viajante vai evitar locais superlotados. Então, a nossa divulgação de áreas comuns e de áreas como de natureza, como o Presidente da Embratur falou - e eu acho que é importante, sim -, mas viajantes de carro, no caso da discussão da divulgação também do Brasil, devem ganhar prioridade em relação a viagens de avião, apesar de nós termos aí uma recuperação ainda diminuta, mas o mercado doméstico de viagens aéreas vai continuar crescendo, mas, de forma preponderantemente na questão de viajar de carro.

Haverá grupos que irão optar por viagens internacionais que não requeiram carteira de vacinação, para evitarmos a burocratização disso, apesar de eu achar importante um documento virtual que garanta a percepção de que esse viajante está imunizado. Em muitas regiões do mundo, a ênfase nas viagens domésticas vai se implementar, quais sejam, esses nacionais de países emissores, logicamente do Brasil, mesmo que dispensados de visto, devem, num primeiro momento, dar ênfase a suas viagens domésticas, e eu falo dos próprios Estados Unidos e da própria Europa. Em muitos países do mundo, há de se considerar que o consumidor também perdeu um pouco de poder aquisitivo, e isso é um processo que deve demorar talvez algum tempo para que ele possa viajar de novo, dentro dos custos ou dentro dos gastos que ele podia preponderar nos anos passados.

Passando mais um quadro.

Os viajantes recorrerão às autoridades nas quais confiam para obter informações. Então, eu pergunto: quais Estados - e, talvez, o Bruno possa me responder, estou perguntando -, hoje, do Brasil têm *sites* oficiais voltados para esclarecimento

de suas práticas fitossanitárias para atender turistas? Quantos Municípios têm *sites* (*Falha no áudio.*) ... para esse processo também. Então

(*Falha no áudio.*) ... é um critério importante no processo de tomada de decisão. E eu pergunto também o que os hotéis, os restaurantes e as próprias agências, como fornecedores, devem disponibilizar e potencializar, apesar de o empresariado ter trabalhado intensamente na definição de protocolos, mas a isso deve ser dada ampla divulgação para deixar o turista, seja ele nacional ou internacional, seguro dentro desse processo de decisão de viagem. O próximo quadro. (*Pausa.*)

Houve um apelo dos consumidores para que todas as grandes empresas envolvidas inovem em serviços em termos de saúde e segurança. E eu me questiono se, após um ano e meio de pandemia, as empresas ainda possuem recursos para inovar cada vez mais.

Aconselho a tecnologia de *touchless*, como foi falado, e todos os processos de inovação virtual, que, na atual conjuntura dos entes do turismo - digo entes privados -, devido à dificuldade econômica que esses entes estão passando, e nós podemos falar de eventos, de hotéis, de restaurantes, muitos deles abalados financeiramente na atual conjuntura, Senador, como eles vão poder inovar dentro desse processo da expectativa desse turista internacional que está por vir?

Esperamos melhorias nos quartos, nos aviões, é claro que esperamos, tudo isso impacta diretamente na escolha, mas as empresas e os destinos têm que estar preparados para essas exigências adicionais desses turistas internacionais.

Próximo quadro.

Eu acho que as estratégias têm que voltar. Podemos listar todas elas: criar políticas que incentivem a adoção de protocolos de segurança. Eu acho que, com alguma facilidade, dentro do aspecto ou de financiamento para essas empresas ou de recursos que possam ser aplicados com alguma calibragem tributária, eu acho que é importante a gente fazer isso.

Próximo.

Elevar o turismo internacional à condição de atividade exportadora. Nós discutimos isso na Comissão de Turismo. Eu acho que as empresas de turismo internacional podem e devem, a partir do seu processo, melhorar a questão da contabilização de PIS e Cofins. Intensificar o *marketing* digital. E eu acho que há mais duas... Otimizar os procedimentos de embarque, lógico. Investir na capacitação de protocolos e, por último, salvo erro, há mais uma colocação. Disponibilizar ferramentas para apoiar o empresariado nessas novas soluções.

Eu acho que eu tenho mais um quadro, mas eu acho que dá por aqui... Investir no turismo interno, claro, com certeza.

O próximo quadro.

Encerro.

Obrigado, Senador, eu acho que é essa a colocação que eu gostaria de fazer. Estou à disposição para qualquer informação. Muito obrigado.

O SR. PRESIDENTE (Fernando Collor. Bloco Parlamentar da Resistência Democrática/PROS - AL) - Muito obrigado ao Sr. Alexandre Sampaio, Presidente da Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação e também como Representante da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo.

Passo, agora, a palavra ao 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 SR. BRUNO WENDLING (Para expor.) - Boa noite.

Quero cumprimentar o Sr. Senador Fernando Collor e os demais Senadores que fazem parte desta Comissão; o Carlos Brito e a sua equipe, pela Embratur; o Bruno Reis, nosso companheiro de trabalho lá do Conatur, Presidente do Emprotur, um dos grandes especialistas do mercado internacional, foi por anos consultor da Embratur também; o Toni Sando, o Alexandre Sampaio, companheiros também e parceiros no turismo, estamos muito próximos nos últimos anos, por conta, agora, inclusive, da pandemia; e a Danielle Novis, que eu não a via, há muito tempo - Dani, é bom revê-la aqui na tela, é um prazer falar contigo.

Senador, escutei atentamente o nosso Presidente Carlos Brito, sobre algumas ações que a Embratur realizou, e também o Alexandre Sampaio, dando um pouco do panorama atual, infelizmente, da nossa atividade política. Eu quero concentrar aqui, em alguns pontos, que eu já venho, na verdade, Senador, é a primeira vez em que o senhor vai me escutar, mas eu já venho trabalhando e explicitando isso, em reuniões oficiais, dentro do Fornatur, junto ao ministério, junto à Embratur, e vai um pouco pegar carona no que o Alexandre falou. É um pouquinho anterior à questão da divulgação do nosso turismo lá fora, que é uma ação que o Brasil, há muitos anos, precisa fazer. Ela não é desta gestão da Embratur, não é direcionado,

mas de gestões passadas. Há praticamente mais de cinco anos que a gente vem cobrando isso. É o reposicionamento da imagem do Brasil no mercado internacional.

Eu falo isso, porque a gente vive o momento agora mais difícil da pandemia. Nós temos a oportunidade, agora, inclusive porque a Embratur não consegue ou não pode trabalhar com a promoção internacional, por conta da medida que vence agora em junho. E eu vejo que a gente perdeu ainda um tempo - é claro que a gente pode recuperar - importante para que a gente pudesse trabalhar internamente e de forma coordenada, naturalmente.

Nós tivemos, inclusive no ano passado, um mês antes da pandemia, dentro da Embratur, para poder apresentar inclusive algumas propostas que vêm ao encontro deste momento, como falei agora, que é o reposicionamento do Brasil. Por que eu falo do reposicionamento do Brasil, Senador, e quem está me escutando? É, de fato, porque a gente precisa mudar um pouco a imagem que o Brasil vem trabalhando há décadas, e que ela não vem mudando no mercado internacional. Foi muito dito aqui, agora por conta da pandemia, que vão se mudar algumas tendências do ecoturismo. Eu venho de um destino de ecoturismo aqui, no Mato Grosso do Sul, Pantanal e Bonito, e sou especialista também na área de ecoturismo, mas eu não vejo isso na composição da imagem do destino Brasil.

Então, eu quero muito mais colocar à disposição o Fornatur, neste momento, junto com as entidades de *trading*, com a Embratur, para que a gente possa fazer uma ação coordenada, aproveitando o tempo ainda que a gente vai ter até se voltar ao mercado internacional, ainda por conta da pandemia, porque, ao contrário do que foi dito, eu não concordo que a vacinação está indo numa velocidade que a gente espera, é preciso uma velocidade um pouco maior. E, como o senhor falou na sua abertura, só a vacina vai salvar o turismo no Brasil e a economia do Brasil. Ela precisa ser ampliada e acelerada para que as pessoas tenham confiança de viajar internamente, quanto mais para a gente receber turistas estrangeiros.

Portanto, a gente precisa coordenar esse trabalho com os Estados, que já vêm fazendo um trabalho de retomada. Afinal de contas, a política pública brasileira acontece, de fato, nos Estados e nos Municípios, para reconstruir essa imagem do Brasil, ou seja, quais são os segmentos amplos que a gente vai trabalhar, quais são os mercados prioritários internacionais que nós vamos atingir neste primeiro momento e quais são os destinos brasileiros que têm essa oferta que esse mercado emissor quer consumir, ou seja, inteligência de mercado.

O Bruno Reis, com certeza, vai abordar isso, porque ele é um especialista na área de inteligência de mercado. Isso passa por esse modelo de reconstrução, de planejamento estratégico. Não estou falando da campanha promocional. Eu até gostei da campanha, inclusive, que foi lançada, no ano passado, para trabalhar o mercado interno. Eu falo de um trabalho anterior de definição de estratégias, de reposicionar esses produtos, porque continuamos vendo ainda nas últimas feiras, no ano passado, naturalmente antes da pandemia, que os mesmos destinos são trabalhados no mercado internacional. A gente parece que não consegue evoluir um pouco nessa questão da imagem. Até o modelo de estande da Embratur permaneceu o mesmo.

Então, isso passa por um processo de reconstrução dessa imagem e de traçar mesmo quais são as prioridades, quais são os mercados prioritários para essa retomada, o que eles querem consumir de destinos não só no Brasil. Eu concordo com o Alexandre. Há um desafio muito grande, Alexandre, e não é de agora, de trabalhar, de forma integrada, com os nossos países aqui da América do Sul, para fortalecer a América do Sul, como um destino internacional, e quais são esses segmentos prioritários, o que os turistas querem consumir aqui para, para, daí, sim, quais são os diferenciais no Brasil. É, de fato, o ecoturismo? É ele que nos une? É a natureza, e não é mais só sol e praia, como vem sendo trabalhado ainda um dos principais segmentos mundiais? E há a manutenção dos interesses do mercado internacional em viajar pelo Brasil. Por mais que a Embratur estivesse amarrada e esteja amarrada ainda em realizar ações promocionais, as ações de manutenção, ou seja, conversa, articulação, manter reuniões com o mercado internacional, com os operadores *incoming*, com os operadores internacionais emissivos, podem ser feitas desde agora, desde o ano passado, na verdade. Há capacitações *on-line* também para manter o nível de interesse desses países emissores para o Brasil. A gente tem feito muito isto, vários Estados têm feito isto: capacitação *on-line*, porque, presencialmente, a gente não consegue ainda, para manter informações niveladas e aproveitar para lançar novas informações.

Por fim, corroborando com a fala do Alexandre, a questão de focar na inovação da oferta. Precisamos de um grande programa de apoio à inovação da oferta. Boa pergunta, não é, Alexandre? Até que ponto o empresário consegue pensar em inovação neste momento? Até que ponto ele consegue investir financeiramente em inovação neste momento? Nós precisamos de um apoio conjunto da Embratur, junto com o Ministério e com os Estados. Quem sabe um grande programa, Presidente Carlos Brito, de inovação da oferta turística brasileira, porque ela vai passar pelo processo de reposicionamento do Brasil.

Aqui, em Mato Grosso do Sul, para finalizar, Senador, nós lançamos, há duas semanas, o programa Trilhar MS, que é um programa de inovação que consiste em várias etapas, desde a qualificação *on-line* junto com a Braztoa - a Braztoa, para quem não conhece, é a Associação Brasileira das Operadoras de Turismo -, passando por consultoria *on-line* e presencial;

editais de descentralização de recursos financeiros para apoiar as nossas regiões a formatarem novos roteiros turísticos; e editais para apoiar *startups* a desenvolverem soluções tecnológicas para baratearem, inclusive, esses serviços para os empresários, para a gestão de destinos. E a gente fecha um pouco desse pacote de apoio ao *trade* sul-mato-grossense, mas que eu tenho certeza de que pode servir também de referência.

Então, de novo, quero deixar o Fornatur à disposição, Presidente Carlos Brito, junto com a Embratur, para ajudar nesse processo de reconstrução e de redefinição da nova imagem do turismo no Brasil. E faço um novo pedido também, que eu já fiz diversas vezes - sei que não cabe só ao senhor, mas cabe ao Ministro e ao Presidente -: que o Fornatur possa integrar o Conselho da Embratur. Não é possível que o Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais, que representa a política pública estadual deste País e que lá, no Sistema Nacional do Turismo, dentro da Lei Geral do Turismo, é o órgão, junto com o Conselho Nacional, de assessoramento também e de apoio às políticas públicas nacionais, fique de fora desse importante colegiado. Eu vejo que é um caminho, é um espaço que a gente pode ter para apoiar e ajudar na construção das políticas públicas neste País.

Obrigado, Senador, pelo espaço.

Agradeço também aos demais participantes.

O SR. PRESIDENTE (Fernando Collor. Bloco Parlamentar da Resistência Democrática/PROS - AL) - Muito obrigado. Muito obrigado ao Sr. Bruno Wendling, Presidente do Fórum Nacional dos Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo (Fornatur).

Eu gostaria apenas de deixar de sobreaviso o Sr. Carlos Brito, Presidente da Embratur, para as considerações finais que caberão a ele ao final da apresentação que cada um dos nossos participantes hoje fará. Que ele possa fazer, então, as suas considerações finais.

E passo agora a palavra ao Sr. Bruno Reis, interlocutor de Inteligência de Mercado e Promoção e Presidente da Empresa Potiguar de Promoção Turística.

O SR. BRUNO REIS (Para expor.) - Boa noite.

Muito obrigado, Senador Fernando Collor.

Queria, em nome da Danielle, parabenizar pela iniciativa da organização desta reunião a todos os Senadores e Senadoras. Eu não vou ser repetitivo. Acho que eu concordo muito com o que o próprio Alexandre e o Bruno trouxeram e com várias partes do que o Presidente da Embratur, Carlos, trouxe também. São iniciativas excelentes e que, de alguma maneira, conseguem contribuir com a retomada do setor.

Eu sou um defensor da área. Eu sou turismólogo, eu sou Bacharel em Turismo, eu sou especialista em *Marketing* Turístico. Então, eu falo, com uma certa propriedade, que eu sempre sinto falta, nos fóruns de turismo, a gente falar sobre inteligência comercial. A gente sempre fala das ações de promoção, fala que vai fazer ativação em feira, fala que vai fazer ativação de capacitação, harmonizar o protocolo, mas a gente, de alguma maneira, não discute como essas decisões são tomadas.

E eu vejo o nível de profissionalismo com que outros países atuam na tomada de decisões do turismo, sempre pautados por inteligência comercial.

O nosso desafio sempre vai ser a governança, convergir interesse público e privado. Acho que o Alexandre e o Toni vão concordar comigo para que a gente consiga desenhar uma política convergindo os interesses públicos e privados.

Eu sinto falta, como gestor de um destino em que o serviço e o turismo - o Rio Grande do Norte - têm um apelo muito forte com esse setor, de ter um braço que pudesse me auxiliar na mensuração, por país, da projeção do retorno do turismo. A gente já deveria estar falando, hoje, sobre qual seria a projeção por país que a gente poderia começar a receber no curto, no médio e no longo prazos; sobre como está o nosso relacionamento com os principais atores dos mercados emissores.

O nosso nível de relacionamento com o mercado colombiano é diferente do mercado português, é diferente do mercado espanhol, do mercado americano. O produto que a gente leva para uma feira em Dubai é diferente do produto que a gente leva para uma feira argentina.

Eu tive, semana passada, reunião com as companhias aéreas em São Paulo, e ainda é uma grande interrogação a maneira como a gente vai se posicionar em relação à oferta hoteleira.

E, no Brasil, um dos gargalos - eu tenho bastante clareza em relação a isto - é que nós sempre fomos considerados um mercado exportativo. As companhias aéreas internacionais sempre têm muito interesse nos brasileiros viajando para fora. De que maneira a gente consegue reposicionar para que essa oferta de assento continue grande e alta, mas que sejam estrangeiros vindo ao Brasil? Isso foi o que eu senti muito em conjunto com as companhias aéreas, com que estive em reuniões, semana passada, em São Paulo.

Eu acho que, quando a gente tem uma ferramenta de inteligência em nível nacional, como existe no órgão de turismo de promoção de Portugal, que, para mim, é a grande referência de inteligência comercial, eu consigo analisar a capacidade da malha aérea, as locadoras de automóveis, eu consigo ver a ocupação da hotelaria num portal, num *dashboard* integrado no país. E, no Brasil, a gente ainda não tem isso, a gente não fala sobre isso.

Então, hoje, se você quiser saber como está a ocupação da oferta hoteleira no Brasil, esse dado está pulverizado em várias associações, que não são organizadas o suficiente para a gente ter isso num portal único. Então, talvez, a nossa grande falha é que isso não está organizado. E a gente acha que isso não é primordial, mas, quando um investidor vai tomar uma decisão para ver em qual país ele vai aportar investimento - eu sei porque eu estou passando isso agora, no Rio Grande do Norte, com o Hard Rock Cafe chegando, com a rede Accor chegando no destino -, a gente tem de se posicionar e mostrar esses dados de maneira organizada. E, no Brasil, eu sinto muito a falta disso ainda.

Eu sinto falta também de uma campanha de *recall* da marca. A Embratur, agora, completou um ano e lançou uma marca nova. De que maneira a marca que foi lançada de fato conecta com o turista, conecta com os operadores, com as companhias aéreas? Isso é uma ação de *marketing* de inteligência que deveria estar sendo realizada.

Para finalizar, de fato, o que eu sempre reforço é que a promoção de um destino não se resume só em participação de feira, são "n" ferramentas que têm que ser geridas para que a gente possa ter penetração nesses mercados de uma maneira mais organizada. E, de fato, é um papel do Governo Federal, é um papel da Embratur ser esse indutor dos destinos. Então os destinos deveriam estar por trás dessa grande matriz para a gente poder se organizar e de fato fortalecer os segmentos que podem ser explorados em cada um desses mercados.

Então queria agradecer, queria me colocar à disposição. Eu sempre gosto de participar de discussões que elevem o nível do turismo - eu acho que é para isso que está todo mundo aqui - e fico à disposição para quem também quiser conversar depois desta audiência.

Muito obrigado, Senador.

O SR. PRESIDENTE (Fernando Collor. Bloco Parlamentar da Resistência Democrática/PROS - AL) - Muito obrigado ao Sr. Bruno Reis, Interlocutor de Inteligência de Mercado e Promoção e Presidente da Empresa Potiguar de Promoções Turísticas.

Passo agora a palavra ao Sr. Toni Sando, Presidente da União Nacional de Convention & Visitors Bureau e Entidades de Destinos (Unedestinos).

O SR. TONI SANDO (Para expor.) - Sr. Presidente, Senador Fernando Collor, muito obrigado pela oportunidade.

Em nome do G20, que é a nossa entidade mãe entre as entidades, eu agradeço aqui também pela participação; à Danielle, que me ajudou a fundar a Unedestinos há uns cinco anos; ao Alexandre, confrade da Academia Brasileira de Eventos e Turismo; ao Carlos Brito - eu sou do Conselho Fiscal da Embratur e tenho aí a corresponsabilidade, que a gente possa transformar a Embratur na grande agência que a gente espera ser.

Existe uma frase que fala que sem verba não há verbo. Se a gente não tiver recurso necessário, também de nada adiantam as ideias e as propostas. Por outro lado, se a gente não tiver também a estratégia, como o Bruno, como os Brunos têm falado, a gente também não vai ter a oportunidade de fazer algo para colocar o Brasil de fato no cenário mundial do turismo.

O fato de o brasileiro não conhecer o Brasil já é uma grande falha nossa. E aí tanto a sociedade civil organizada quanto o setor público têm um compromisso de fazer com que a gente possa desenvolver economicamente através do turismo, do turismo e de eventos.

Permita-me fazer uma apresentação, Presidente Collor, que eu montei aqui em apenas dez minutos. São dez minutos cravados no relógio, para que a gente não tome tempo dos demais colegas, mas a proposta aqui é uma reflexão um pouco mais lúdica sobre - eu preciso só aprender a mexer aqui no Zoom - o que a gente gostaria de falar e a oportunidade que nós temos com relação ao futuro. A gente fala muito do futuro, mas a gente precisa fazer algumas reflexões.

A tela está passando na TV?

O SR. PRESIDENTE (Fernando Collor. Bloco Parlamentar da Resistência Democrática/PROS - AL) - Sim, sim.

O SR. TONI SANDO - Então, me permita, Presidente, Senador Collor, apresentar aqui rapidamente um pouco de uma visão de uma breve viagem do tempo, sobre tudo o que aconteceu no passado e que pode também fazer com que a gente possa refletir com relação ao futuro.

Gostaria de voltar em 1918.

Em apenas dois anos, aquela gripe, a gripe espanhola, contaminou mais de um quarto da população mundial. Houve 65% dos brasileiros contaminados.

A população do Brasil naquela época era de 30 milhões de pessoas, e o sistema de saúde também naquela ocasião entrou em colapso.

Os sintomas eram muito graves, não havia cura, e era muito arriscado cuidar dos doentes, mas, mesmo assim, assim como hoje, os profissionais de saúde fizeram tudo o que eles podiam. Naquela época, as únicas medidas contra aquele vírus eram o uso de máscaras e o distanciamento social.

É interessante que, em anúncios de jornais da época, colocavam como conselho ao povo exatamente as mesmas coisas que nós estamos vivendo hoje - evitar aglomerações, principalmente à noite; cuidar do nariz e garganta; não ter visitas; e, para as pessoas mais idosas, maior rigor no seu controle -, mas o que chama mais a atenção é que, 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 questão de meses, causando o colapso no sistema funerário. A estimativa é que essa gripe matou de 20 a 100 milhões de pessoas ao redor de todo o mundo.

É interessante que, enquanto as manchetes dos jornais eram estas, em outubro de 1918: "As providências do governo de muito pouco valeram até agora", "O Rio de Janeiro [que era a nossa capital] é um vasto hospital", "Não há médicos, não há remédios", em março de 1919, as notícias foram estas: "O carnaval triunfante", "A folia delirante", "Correu animadíssimo o primeiro dia [...]", ou seja, aquele ficou conhecido como o melhor Carnaval da história, foi uma grande festa de celebração da vida. Após tanta tristeza e sofrimento, a única solução foi forçar a alegria. Como diria Carlos Heitor Cony: "O Carnaval é uma festa que tenta ser alegre para os tristes".

A história nos mostra que, após uma pandemia, há sempre uma fase de muita euforia. Vemos isso acontecer como parte natural de alguns processos de luto. E o que é o luto senão o amor persistindo? Esse sentimento nos leva a dar mais valor à vida, podendo renovar a nossa vontade de viver. Aconteceu isso também na peste negra, resultando numa aceleração do movimento renascentista. Foi uma fase extremamente criativa, de valorização do humano, da natureza e, principalmente, do contato. Depois de tanto tempo de isolamento e distanciamento, vamos todos precisar de convívio e de aproximação, daremos mais valor aos vínculos, valorizando tudo aquilo de que fomos privados: o olho no olho, os abraços, os apertos de mão, os beijos no rosto e, principalmente, os sorrisos.

O que nós estamos vivendo hoje, Senador Collor, é muito triste e trágico, mas, assim como em outras pandemias, nós precisamos agora das máscaras e do distanciamento social. A nossa ciência e Medicina são muito mais avançadas do que em 1918, isso porque nós temos a vacina, que foi desenvolvida e implantada em menos de um ano, e é a única solução para acabar com a pandemia. E, assim que todos forem vacinados, "nada do foi será de novo do jeito que já foi um dia". Não teremos uma retomada, nós teremos um renascimento, um momento histórico, que será marcado pela inovação, pela renovação e pela disrupção, por isso a importância de nós do *trading*, junto com o setor público e com os Parlamentares, trabalharmos em união, para fazer essa retomada rapidamente, porque nós não vamos voltar ao passado, nós teremos uma oportunidade de dar um salto para o futuro.

Eu vou convidar os senhores e os demais presentes na Comissão a viajarem comigo para uma possibilidade próxima. Vamos imaginar que todos nós seremos vacinados neste ano, toda a população brasileira vacinada, assim como já está acontecendo nos Estados Unidos, assim como aconteceu em Israel. Sabe o que vai acontecer? Nós teremos o maior *Réveillon* de todos os tempos. Nós poderemos começar 2022 respirando aliviados, sair de casa e aproveitar a cidade, aglomerar à vontade o ano todo. Imaginem os almoços em família, jantares com os amigos, *happy hour* com os colegas, momentos em casal.

Além disso, 2022 será um ano bem simbólico. Nós teremos o centenário da Semana de Arte Moderna de 22, que foi um movimento artístico que marcou o início de uma nova era, e agora também não vai ser diferente. Por quê? Porque, depois de tanto tempo em casa, nós voltaremos a visitar museus, frequentaremos exposições. Imagine, Senador, a quantos filmes nós assistiremos nos cinemas, quantas peças de teatro, quantos shows, quantas festas! E, por falar em festa, nós viveremos juntos o maior Carnaval da história, uma celebração e uma festa que celebra a vida. Celebraremos também os aniversários de quem amamos. Teremos muitos casamentos. Novos bebês vão nascer, que farão parte das nossas vidas. Nossas crianças vão poder brincar, socializar com os amigos, se divertir. Viveremos bons momentos, construiremos boas memórias. Será também, Senador Collor, o bicentenário da Independência do Brasil...

O SR. PRESIDENTE (Fernando Collor. Bloco Parlamentar da Resistência Democrática/PROS - AL) - Exatamente.

O SR. TONI SANDO - ... no mesmo ano em que nós debateremos os projetos para o futuro do País, celebrando juntos a nossa democracia nas urnas. Logo após as eleições, teremos a Copa do Mundo, momento de unirmos o País em uma só torcida e ganharmos o hexacampeonato. Logo depois, teremos o Natal com nossas famílias, no ano em que teremos dado muito mais valor ainda aos laços familiares. Terminaremos 2022 celebrando um ano memorável.

Para além de todas essas boas memórias que colecionaremos, temos mais uma coisa que será essencial no mundo pós-pandemia - e aí é o ponto no qual o Bruno, o Alexandre, a Danielle, todos os meus parceiros da luta têm a dizer -: viajar, seja para perto, para longe, sozinho, em família, a dois, para praias, montanhas, cidades, para nos divertirmos, para relaxarmos, para nos aventurarmos. E a Embratur tem um papel importantíssimo nessa estratégia, tanto no turismo doméstico, enquanto ela tem a missão aqui no Brasil, quanto no turismo internacional, começando pelos países latino-americanos.

O setor de turismo viverá o seu melhor momento da história. Depois de passarmos tanto tempo em casa, as pessoas vão querer viajar, as pessoas vão precisar viajar. E nós seremos todos tomados por um forte desejo de explorar e redescobrir o mundo, e não apenas a lazer. Depois de tanto tempo em *home office*, em videoconferência, nós vamos ansiar por contatos humanos, voltar a ter contato com as equipes no trabalho, estar na mesma mesa, fazer apresentações olhando nos olhos, selar negócios com apertos de mão, voltar a viajar a trabalho. Frequentaremos congressos e seminários, voltaremos a participar de feiras, *workshops* e cursos, exposições e eventos de lançamento, ou seja, tanto o turismo de lazer quanto o de negócios viverão uma renascença.

E, durante uma pandemia, somos, naturalmente, um dos setores mais afetados e precisamos muito da ajuda dos Parlamentares, precisamos do Perse, precisamos de todo esse esforço que os Parlamentares têm feito junto com o Ministério de Turismo para viabilizar economicamente o setor. Mas, depois do pós-pandemia e depois dessa sobrevivência tão dóida, seremos o setor que mais vai prosperar, porque nós somos uma indústria toda baseada no contato humano. Nós 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 a nossa hospitalidade dará as boas-vindas para todos, com um sorriso nos aeroportos, nos meios de transporte, no acolhimento nos meios de hospedagem, com a nossa alegria, a nossa simpatia, que é típica do brasileiro, nos centros de convenções, nos bares, nos restaurantes, nos *shopping centers*, no comércio de rua. E o turismo, Senador, dirá, com uma só voz, "sejam todos bem-vindos a um novo mundo", porque somos a indústria da criação de boas memórias. E, assim que a pandemia tiver acabado, nós estaremos presentes na vida das pessoas fazendo o que nós do setor de turismo e eventos fazemos de melhor: criando momentos inesquecíveis.

Com tudo o que está acontecendo no presente, nós estamos precisando de perspectivas positivas de futuro. Nós precisamos de esperança e de expectativa de um futuro bom. Caso contrário, nós ficaremos presos na impotência e na paralisia do pessimismo e do desânimo. Saber que, depois de toda pandemia, o mundo foi tomado por uma forte pulsão de vida pode nos dar o entusiasmo necessário para nos prepararmos para essa fase que há por vir, porque nós podemos espalhar essa visão de futuro juntos. E agora é o melhor momento para fazer isso, porque dá para programar viagem, negociar preço, escolher espaço, ver disponibilidade de agendas... Nós estamos no momento certo 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.

E, no caso, para encerrar, Senador, os profissionais de *convention and visitors bureau* estão à disposição em todo o Brasil para fazer isso. Os *conventions bureaus* atuam na promoção de destino, na captação e apoio a eventos e programas de capacitação com uma grande missão: transformar o viajante num visitante. E isso Alagoas sabe fazer muito bem, Senador. Somos, aqui, uma grande rede de *convention bureau* pelo Brasil todo.

Enfim, não basta saber que há uma luz no fim do túnel; nós precisamos anunciá-la e promovê-la. A Terra vai girar em torno do Sol, e, em breve, o futuro será tudo de bom! E contamos com a sua ajuda, Senador.

Obrigado.

O SR. PRESIDENTE (Fernando Collor. Bloco Parlamentar da Resistência Democrática/PROS - AL) - Muito obrigado ao Sr. Toni Sando, Presidente da União Nacional de Convention & Visitors Bureau e Entidades de Destinos (Unedestinos). Muito obrigado sobretudo por essa injeção de otimismo e por ter descortinado para todos nós um futuro que se avizinha e do qual nós todos estávamos nos distanciando com uma ideia sempre mais pessimista do futuro.

O futuro que se prenuncia em relação ao Brasil é auspicioso. Diferentemente do que comentavam no início deste ano aqueles especialistas da área da economia, achando que o ano de 2021 seria um ano em que teríamos uma queda do nosso produto interno abaixo de 4% e que nós estaríamos com as nossas contas com a inflação em alta, com nossas contas todas desreguladas, o que está sendo demonstrado agora na prática é exatamente o contrário. As previsões daqueles mesmos que prenunciavam um desastre econômico para o final deste ano já anunciam que não, que nós teremos um crescimento que poderá chegar a 5% este ano de 2021; que a inflação ficará dentro da meta estabelecida; que nós teremos a maior receita do nosso agrobusiness da história; enfim, que nós teremos, como já estamos tendo, condições de uma empregabilidade maior - mais de 1 milhão de empregos foram criados neste primeiro trimestre no Brasil.

Então, tudo isso prenuncia - nos anuncia, melhor dizendo -, esses números nos anunciam que nós temos condições, sim, de pensar como nesta mensagem que nos trouxe o Dr. Sando. É essa mensagem de otimismo que deve contaminar a todos nós, e não esse vírus, que nos deixa com esse pensamento pessimista de que o mundo que nós iremos encontrar, depois de passada essa pandemia, será um mundo mais egoísta, um mundo em que as pessoas passarão a conviver em pequenos grupos - como agora estão sendo, de alguma maneira, estimuladas a conviver -, em pequenos grupos familiares ou de amigos, isolados entre si, sem a possibilidade do abraço e do sorriso. Então, sobre esse mundo no qual alguns achavam que sairíamos dessa pandemia, um mundo mais egoísta e mais ensimesmado, em que as relações interpessoais estivessem sacrificadas, com a sua apresentação, Dr. Sando, demonstrou-se exatamente o contrário: que nós temos, sim, motivos para estarmos acalentando que novos dias irão chegar em favor de toda a humanidade e, particularmente, em favor do Brasil.

Nós podemos, sim, pensar que o Brasil, ao final deste ano de 2021, terá a sua população toda vacinada - a população, a que me refiro, de adultos - com as duas doses. Há motivos, sim, para nós esperarmos que isso possa, então, dar possibilidade ao setor do turismo nacional de poder fazer uma retomada. É claro que é muito difícil, num momento como esse, em que nós estamos lidando com o imponderável, o imponderável que é esse vírus, e com essas variantes que ameaçam chegar - agora há uma segunda variante, uma terceira variante... Então, tudo isso nos deixa desassossegados; todos esses fatores nos trazem desassossego. Mas acontece que nós temos aí a possibilidade de trazer essa vacina, e, com as vacinas distribuídas para todos e imunizando-se a população brasileira, nós teremos condições de sair, sim, do momento crítico em que nós nos encontramos. É preciso manter acesas as nossas esperanças. E essa mensagem trazida pelo Dr. Sando nos reconforta e nos restaura as expectativas de que teremos, sim, um ano de 2022 muito auspicioso.

Eu passo agora a palavra à Danielle Novis, Superintendente do Maceió Convention & Visitors Bureau.

A SRA. DANIELLE GOVAS PIMENTA NOVIS (Para expor.) - Boa noite a todos. Boa noite, Senador. Obrigada, mais uma vez. É um privilégio estar aqui com vocês. Em nome do *trade* turístico de Alagoas, nós os saudamos e agradecemos essa deferência.

Estou feliz também de participar deste momento, porque acaba sendo um encontro de amigos. Eu queria cumprimentar a todos na figura do Toni Sando, que é o Presidente da minha entidade, o meu Presidente. E estou feliz de encontrar o Alexandre, encontrar os Brunos - já tivemos oportunidade de trabalhar juntos; eu também sou uma especialista em gestão e *marketing* de destinos.

Falar por último e depois dessa apresentação do Toni é até uma covardia, porque a gente já escutou tanta coisa interessante da Embratur e dos meninos também.

Eu queria reiterar o que o Bruno Wendling e o Bruno Reis falaram - eu assisti a toda a apresentação da Embratur; também já tive a oportunidade de trabalhar com eles -: sinto um pouco falta dessa questão da inteligência comercial, da mensuração dos resultados, das métricas para a gente atingir. Eu acho que essa pandemia nos traz a oportunidade de repensar a forma de posicionamento do Brasil como destino turístico - e um destino imenso, continental.

O Brasil é um destino distante para o resto do mundo. Vale a pena a gente ressaltar que os europeus viajam dentro da Europa, os americanos viajam dentro da própria América. Então, nós somos um País emergente e um País distante também. E aí, nessa questão, eu senti falta e sinto falta de alguma colocação em relação aos incentivos às companhias aéreas. A maioria dos destinos mundiais têm suas companhias aéreas próprias. Isso fortalece e incentiva muito essa retomada. Nós infelizmente não temos a nossa. Temos poucas companhias aéreas. Então, de que forma estão sendo pensadas estratégias de fortalecimento, por exemplo, da Gol e da Azul como companhias que podem fortalecer esse *hub* e promover essa integração dentro do próprio Brasil?

Falando especificamente aqui do Nordeste - eu tenho o Bruno aí pertinho de mim -, é uma fórmula antiga, mas que na verdade fazia muito sucesso, e por nós sermos justamente este País tão grande, de que forma nós vamos promover e trabalhar de forma integrada as Regiões? Falo aqui pelo Nordeste, por exemplo. O europeu não vem ao Brasil para passar uma semana. Então, a gente precisa, de alguma forma, formatar os nossos produtos, colocar esses produtos na prateleira, oferecendo um Brasil com uma permanência maior.

Aqueles programas de passaportes, de *stopover* que a gente vê acontecendo - São Paulo fez isso também, não é, Toni? -, a gente vê a Europa fazendo isso também, e a gente perdeu isso aqui no Brasil. De que forma a gente pode ter alguma coisa nesse sentido, para que esse estrangeiro venha cá para conhecer uma Região integrada e possa transitar pelo Brasil sem um custo adicional e para que a gente se torne um País interessante e competitivo para esse tipo de mercado?

Ressalto, a gente sabe muito bem que a gente tem um espaço muito ocioso dentro do mercado interno. O Brasil não capta nem 1% do fluxo mundial de turistas. Então, existe um espaço muito grande para a gente trabalhar esse mercado doméstico. Não sei se foi o Alexandre que colocou... O Toni colocou: o brasileiro não conhece o Brasil, e a gente tem a

oportunidade de fazer isso agora com a pandemia. Concorro com o Toni, os grandes problemas, as grandes pandemias despertam uma vontade muito grande nas pessoas. Existe já esse histórico dessa retomada de uma forma muito satisfatória, e o turismo vem cumprir esse papel, não tenho a menor dúvida.

Reforço também a questão de que nós só vamos conseguir avançar, tanto no *incoming*, como também na exportação de turistas, com a questão da vacinação. Nós estamos ainda um pouco atrasados. O mundo hoje só vai aceitar pessoas vacinadas, e a gente já tem uma restrição em relação a isso.

Faço um questionamento: acho que todo brasileiro tem o direito de ser vacinado, mas gostaria de entender, já que nós somos um setor de pessoas para pessoas, em que o contato humano é priorizado, por que é que, a exemplo da construção civil, o setor de turismo não foi contemplado no programa de imunização. Nós somos um dos maiores geradores de emprego e renda, com uma capilaridade absurda, não só de empregos formais, mas de informais também. E senti falta dessa estratégia, dessa política nacional de incluir o setor de turismo nessa campanha nacional de imunização. A gente sabe que os Estados e Municípios podem fazer isso, mas, se viesse de cima para baixo, seria mais fácil. Isso facilitaria muito a aceleração do nosso trabalho.

E fica essa minha pergunta também, como os Brunos fizeram, para a Embratur. Concorro, a gente já vem participando de... Na verdade, a sensação que eu tenho é de que a gente está continuando a fazer o que a gente já vem fazendo há alguns anos, mas me falta um pouco da questão inovação para ganhar esse tempo perdido nesses anos em função da pandemia.

Sando, você falou muito bem: sem dinheiro, as nossas intenções ficam só na poesia. A gente não consegue avançar. Então, já temos esse grande ganho de a Embratur finalmente virar uma agência "desengessada" e que vai poder fazer o que a gente sempre esperou que ela fizesse: cumprir o seu papel na promoção do Brasil no mercado exterior. Mas é preciso que isso seja feito justamente com um orçamento que condiga com todas essas expectativas. Mais uma vez, ressalto o que os meninos colocaram: estratégias diferentes, inteligência comercial. Nós somos um País muito grande, com diferentes atrativos, com diferentes possibilidades. Não consigo entender - talvez, isso não tenha sido apresentado para a gente - de que forma esse posicionamento vai se dar e como é que a gente vai atingir esses mercados tão diferentes também.

Não tenho dúvidas de que nós somos o setor que vai alavancar a economia do País pós-pandemia. É preciso, mais uma vez... Peço que se olhe para esse setor, de direito e de fato, como ele merece ser encarado e traduzido.

Senador, muito obrigada, mais uma vez. Tem sido um privilégio.

Caros amigos, muito bom ver vocês!

Fica o convite para que venham a Alagoas, para que venham a Maceió desfrutar das nossas praias, da nossa hospitalidade e de tudo o que a gente tem a oferecer. Alagoas é um Estado pequeno, geograficamente, tem praias belíssimas, mas também tem muita coisa interessante para oferecer. E acho que vale muito esse esforço.

Uma boa noite e obrigada.

O SR. PRESIDENTE (Fernando Collor. Bloco Parlamentar da Resistência Democrática/PROS - AL) - Muito obrigado, Danielle Novis, por suas palavras. Muito obrigado, de forma especial, pelo convite que faz a todo o Brasil para que visite Maceió, para que visite Alagoas, não somente pelas suas belas praias, mas pelo seu artesanato, pela sua cultura, pela sua gastronomia, enfim, pela hospitalidade do nosso povo. Vocês todos estão, mais uma vez, convidados a não se esquecerem de incluir no seu trajeto, quando puderem fazer uma viagem, Alagoas e Maceió como seus destinos.

Antes de passar a palavra ao Presidente da Embratur, Sr. Carlos Brito, para as considerações finais e respostas às indagações que aqui foram colocadas pelos nossos participantes da audiência pública de hoje, eu gostaria de ler algumas das perguntas. Foram várias. Quero dizer a todos os senhores e senhoras que esta audiência pública foi aquela que mais recebeu perguntas dos nossos internautas. Nós selecionamos aqui - foram cerca de cento e poucas - umas 12 ou 13 para colocar aos senhores e ao Presidente da Embratur, já que as perguntas que são feitas, além daquelas considerações que são também colocadas, dizem respeito mais diretamente à ação da Embratur.

Sônia Santana, de São Paulo: "Quais são os mecanismos de controle e ação para impedir que turistas vindos de países entrem sem triagem? E qual seria o plano de contingência?"

Sara Carolina, de Rondônia: "Divulgação da diversidade brasileira deve ser ampliada para as demais regiões. O litoral consome toda a atenção. O que farão a respeito disso?"

O que ela não estará pensando de nós que estamos fazendo aqui esse convite especial para visitar o nosso litoral?

De Geová Chagas, de Minas Gerais: "Com o surgimento de novas variantes do vírus, seria uma boa ideia a retomada do turismo internacional?"

De Vitor Hugo, do Distrito Federal: "Como retomar o turismo sem prejudicar a saúde pública brasileira?"

De Adahilton Aníbal, de São Paulo: "Vai ser exigida vacina para entrar no País?" - no caso, ele está perguntando se vai ser exigida a vacina para entrar no Brasil.

Kauana Oliveira, do Paraná: "Se houver um aumento nos casos de Covid-19 devido à ampliação de turistas estrangeiros no País, como irão resolver este problema?"

Efraim Rodrigues, de São Paulo: "Se o Brasil todo fizer barreiras sanitárias nos aeroportos e fronteira regular, poderemos voltar com o turismo?"

Patrícia Maria, do Rio Grande do Sul: "Fomentar turismo internacional em plena pandemia é colocar em risco a saúde pública. Quais protocolos de segurança há para essa proposta?"

Nelma Denise, do Rio de Janeiro: "O que o Governo Federal está fazendo para evitar a entrada e a proliferação de novas variantes do vírus no território brasileiro?"

Laura de Camargo, de Goiás: "O Governo brasileiro irá tomar as mesmas medidas que os outros países já tomam com viajantes brasileiros? Haverá 15 dias de isolamento?"

Aqui ficamos nessas perguntas que foram as selecionadas dentre as mais de 100 que nós recebemos na noite de hoje

Agora, sim, passo a palavra ao Presidente da Embratur para as suas considerações finais, adicionando às considerações finais as respostas das perguntas e indagações que ficaram aqui colocados no ar ao Sr. Carlos Brito, Presidente da Embratur.

O SR. CARLOS BRITO (Para expor.) - Boa noite, Senador.

Primeiro, eu quero dizer que foi muito gratificante participar aqui com todos que estão nesta audiência pública.

Eu quero dizer a todos aqui que estão participando que a saúde e o turismo andam juntos. É por isso que no meu discurso, no início da audiência pública, eu falei bem sobre a vacinação. Nós acreditamos que logo, logo, teremos já a maior parte do nosso País vacinado. Estamos vendo os números crescendo diariamente, e acreditamos no Governo Federal e no Ministério da Saúde, que está trabalhando diuturnamente para que a gente possa resolver esse gargalo.

Em relação às ações da Embratur, a Embratur não está se limitando apenas a feiras. A Embratur fez uma campanha fortalecendo o turismo interno, cumprindo com a medida provisória que proibiu a Embratur de atuar no mercado internacional e fortalecendo cada vez mais os destinos incríveis que a gente tem em nosso País. Então, no pós-pandemia, a Embratur vai trabalhar e vai tentar junto ao Congresso para que a gente aprove uma medida provisória, um projeto de lei para que a Embratur possa dar continuidade na sua promoção interna.

As nossas estratégias não são estratégias que ficaram para trás; estamos inovando, sim. Amanhã teremos um encontro com mais de 30 secretários de turismo municipais aqui na Embratur. É uma parceria e um evento, o primeiro encontro, que está acontecendo na Embratur com a Sindetur. Então, nós estamos escutando os Municípios e estamos escutando também os Estados para que a gente possa promover ações destinadas para cada Município, para cada Estado.

Em relação também a uma medida inovadora que a gente teve agora: a gente abriu os escritórios regionais, ou seja, os nossos escritórios e cada região para que a gente possa aumentar a nossa capilaridade. Iremos também abrir escritórios internacionais, pelo menos um em cada continente. Mas volto a falar: não adianta planejar, planejar, planejar e não ter recurso para executar. A Embratur precisa ser tratada como uma grande agência e que ela possa, realmente, tratar o nosso País da forma que ele realmente merece, a gente precisa ter competitividade no mercado internacional.

Então, queria dizer a todos vocês que eu agradeço a participação da Embratur, contem com a Embratur. Vamos trabalhar, sim; estamos trabalhando a campanha do vacinômetro, para que a gente possa otimizar, cada vez mais, o turista, para que ele saiba quantas vacinas estamos recebendo diariamente e quantas pessoas estão sendo vacinadas.

Sabemos que a vacina é a solução para a retomada do turismo. Não temos dúvida de que pós-pandemia teremos, realmente, a retomada do turismo. E queria dizer a todos vocês aqui que contem com a Embratur. Estamos disponíveis para receber todos vocês aqui no *trade*, como viemos trabalhando agora durante a pandemia, para juntar as nossas ideias. É um momento, como disse o Toni Sando, é um momento de união, é um momento em que precisamos sentar e resolver a situação do nosso País.

Então, vamos nos juntar, vamos trabalhar juntos e fazer com que essa retomada seja a retomada que realmente o nosso País merece.

Muito obrigado a todos.

Queria agradecer ao Senador Fernando Collor pela oportunidade e dizer, Senador, que estarei sempre à disposição, com toda a nossa equipe, para esclarecer o que for necessário em relação ao nosso turismo internacional e, se Deus quiser, continuaremos trabalhando também a promoção nacional, mesmo após o mês de junho.

Muito obrigado a todos.

O SR. PRESIDENTE (Fernando Collor. Bloco Parlamentar da Resistência Democrática/PROS - AL) - Muito obrigado ao Presidente da Embratur pela sua participação.

E também, somente lembrando, Presidente, uma questão que aqui foi colocada, que é a da inovação, se não seria o caso de nós inovarmos mais, sermos mais audaciosos, avançarmos mais nas nossas práticas e avançarmos mais nas nossas ideias em relação ao turismo, ao fomento do turismo no Brasil, interna e externamente. A questão da inovação, que aqui foi colocada.

Agradeço, portanto, mais uma vez, ao Presidente da Embratur pela sua participação, ao Sr. Bruno Wendling, ao Sr. Bruno Reis, ao Sr. Alexandre Sampaio, ao Sr. Toni Sando, que nos brindou, nesta noite, com uma aula de otimismo e de esperança, e à Danielle Novis, pela participação.

Gostaria de comunicar a todos que estão aqui conosco, às Sras. e aos Srs. Senadores, aos nossos ouvintes e aos nossos palestrantes desta noite, que realizaremos, na próxima segunda-feira, dia 7 de junho de 2021, a 6ª Mesa do nosso ciclo de debates, com o tema "Setor de bares e restaurantes: cenário atual e desafios para o período pós-pandemia".

Teremos como palestrantes: o Sr. William França, Secretário Nacional de Desenvolvimento e Competitividade do Ministério do Turismo; o representante da Associação Nacional de Restaurantes; o representante da Associação Brasileira de *Franchising*; o representante do Instituto *Foodservice* Brasil; o representante da Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação; o representante da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) Nacional; e o representante da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) de Alagoas.

Esta será uma das mais concorridas, sem dúvida, audiências públicas que nós teremos nesse nosso ciclo. Eu convido a todos que estão nos assistindo neste momento para não deixarem de participar. Na próxima segunda-feira, portanto, às 18h, conto com a presença de todos.

Agradeço a todos os palestrantes pelos esclarecimentos prestados.

Agradeço, mais uma vez, a participação das Sras. e dos Srs. Senadores, de todos os internautas, que vieram hoje com muitas indagações pertinentes para o tema abordado pela nossa audiência pública. Muito boa noite.

(Iniciada às 18 horas e 04 minutos, a reunião é encerrada às 19 horas e 32 minutos.)