

TURISMO em PAUTA

QUEM PENSA E FAZ O TURISMO
ACONTECER.

MAIO | 2021



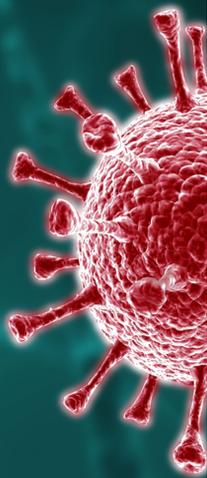
**Olhares sob o impacto do
coronavírus no turismo brasileiro**

Ed. 46

COM: ALEXANDRE SAMPAIO | EDUARDO SANOVICZ |
FERNANDO BLOWER | MURILO PASCOAL E
CAROLINA NEGRI | MAGDA NASSAR | FÁTIMA FACURI

Cetur
CNC

Em Ponta:



13

Vacinação em massa para a aviação atravessar a pior crise da história

Eduardo Sanovicz

06

Sobreviventes do caos

Alexandre Sampaio



21

Recuperação do setor de Food Service não se dará de um dia para o outro

Fernando Blower

CLIQUE NAS MATÉRIAS PARA ACESSO RÁPIDO

27

Vamos sim passar por tudo isso e voltar a ser fonte de sorrisos e emoções

*Murilo Pascoal e
Carolina Negri*



36

A recuperação da economia nacional não pode prescindir da força do Turismo

Magda Nassar

42

Recuperação do setor de Eventos (Turismo)

Fátima Facuri



CLIQUE NAS MATÉRIAS PARA ACESSO RÁPIDO



Sesc Senac

TURISMO EM PAUTA - Quem pensa e faz o Turismo acontecer

2010, número 46, MAIO 2021

Conselho Editorial: Alexandre Sampaio de Abreu, Ana Paula de Siqueira, Debora Dutra, Geraldo Roque e Luciana Neto.

Gerência Executiva de Comunicação: Ellenai Câmara | **Diagramação e Ilustração:** Fábio Louzada (Programação Visual/ Gerência Executiva de Comunicação da CNC) | **Revisão técnica:** Daniel Dutra | **Imagens:** Shutterstock

Turismo em Pauta / Confederação Nacional do Comércio de Bens,
Serviços e Turismo. – n. 01, out. 2010- . Rio de Janeiro: Confederação
Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo,
2021.

n. 46, mai. 2021.

Irregular

ISSN 2178-910X

Edição disponível somente na versão digital.

1. Turismo. I. Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e
Turismo. Conselho Empresarial de Turismo e Hospitalidade.

CDD 790.1805

Bibliotecário responsável: João Gabriel Bezerra – CRB-7: 6853

As matérias podem ser integralmente reproduzidas, desde que citada a fonte.

Os artigos publicados nesta revista são de inteira responsabilidade dos autores.

Publicação disponível também em: www.portaldocomercio.org.br

CNC - RIO DE JANEIRO

Av. General Justo, 307 CEP 20021-130

PABX: (21) 3804-9200

CNC - BRASÍLIA

SBN Quadra 1 Bl. B - nº 14 CEP 70041-902

PABX: (61) 3329-9500/3329-9501

portaldocomercio.org.br

Esperança e renovação

A revista **Turismo em Pauta** aproveita o mundo em transformação que estamos vivendo para se renovar na forma e no conteúdo. Mas sem abrir mão da qualidade de seus artigos, produzidos pelos maiores especialistas do setor.

Com um novo layout, mais atraente e moderno, a revista agora terá edições temáticas, buscando sempre trazer um tema relevante para o turismo brasileiro e seu desenvolvimento.

Como não poderia deixar de ser, esta primeira edição, vinda à luz em plena segunda onda da pandemia de covid-19, que assola o mundo desde o fim de 2019, está centrada nos reflexos das restrições de circulação das pessoas justamente naquela atividade que mais necessita da liberdade de ir e vir.

Os impactos são profundos. O cenário é de terra arrasada, com o fechamento de empresas e perdas de postos de trabalho. Destinos turísticos vivendo em situação dramática, com a economia profundamente abalada pela ausência dos visitantes.

A Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), junto com seu Conselho Empresarial de Turismo e Hospitalidade (Cetur), tem vocalizado as propostas para ajudar a resgatar o setor de sua mais longa e séria crise. Várias delas já foram atendidas pelo governo federal e tramitaram no Congresso. Mas é preciso avançar mais. E a CNC, por meio do Cetur, continuará na cruzada pela sobrevivência das empresas ligadas ao turismo.

É um compromisso histórico da Confederação. E é também uma manifestação de fé e confiança de que, apesar das grandes dificuldades vividas hoje, o turismo brasileiro vai emergir ainda mais forte quando tudo isso passar.

SOBREVIVENTES DO

CAOS





por

Alexandre
SAMPAIO

**Presidente da
Federação Brasileira
de Hospedagem e
Alimentação (FBHA)**

O Turismo teve os seus dias de glória. Antes da pandemia, o nosso setor era considerado um dos mais expressivos representantes da economia brasileira. Entretanto, a chegada da Covid-19 mudou completamente essa realidade. Hoje, em um cenário totalmente atípico, lutamos pela sobrevivência do segmento para que as nossas atividades não se extingam de vez.

Ano passado, no pico pandêmico que enfrentamos na primeira onda, calculou-se que 2019 foi o período em que o trade gerou mais empregos no País. Foram criados quase 36 mil novos postos de trabalho, um marco significativo para o empresariado e para os trabalhadores que atuam na área.

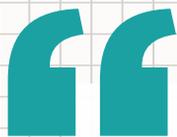
Além disso, também tivemos o melhor desempenho do setor desde 2017, com aumento de 2,2% no faturamento

real, totalizando R\$ 238,6 bilhões. Sabe-se que, antes de o coronavírus se tornar presente nos nossos dias, a população buscava, em ampla escala, refeições fora de casa, deslocamentos em viagens e serviços de hospedagem, conforme apresentado pelo Índice Cielo de Vendas do Turismo da CNC (ICV-Tur).

Nisso, foi contabilizado que os segmentos Restaurantes e Similares (53,3%), Transporte de Passageiros (26%) e Hospedagem e Similares (11%) foram responsáveis por 90% das vendas turísticas, com valor em torno de R\$ 216 bilhões. O crescimento que estávamos registrando era animador.



Por essa razão, a expectativa para 2020 era alta. Entretanto, um novo mundo se descortinou diante de nós, apresentando um inimigo invisível a ser combatido com uso de máscaras, isolamento social e higienização constante das mãos para evitar contaminações por uma infecção viral que, até poucos meses, ainda era misteriosa para todos.



Não podemos dizer que será possível recuperar tudo o que perdemos, mas não devemos desistir. Nosso setor é gigante, e devemos reconhecer que, ainda com os prejuízos gerais, poderemos sair mais fortalecidos e conscientes do nosso papel em relação à sociedade.



Estamos na batalha contra o coronavírus há um ano e, mesmo assim, ainda registramos perdas que podem se agravar. Desde março de 2020, somamos um prejuízo de R\$ 312,6 bilhões e, caso não tenhamos medidas assertivas para mudar essa situação, acumularemos déficits ainda piores. Logo no início deste ano, por exemplo, nosso setor já chegou ao mês de fevereiro operando com apenas 42% da capacidade mensal de geração de receitas. Os dados foram disponibilizados pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e são extremamente preocupantes.

É de conhecimento geral que, em janeiro, o Índice de Atividades Turísticas do País voltou a crescer. Todavia, não é possível vislumbrar uma recuperação com base nesses percentuais, visto que ainda passamos por um declínio constante de operações dentro do segmento, por conta das novas medidas restritivas que alcançam as regiões brasileiras.

O risco de lockdown integral se tornou iminente à medida que os casos de Covid-19 aumentam neste começo de 2021, causando, mais uma vez, uma baixa movimentação econômica devido à necessidade de ser implementado o afastamento social para minimizar a transmissão da doença.

Com novas ondas surgindo, o futuro ainda é muito incerto. O trabalho dos empresários do setor é assíduo e busca encontrar soluções capazes de reverter o cenário caótico no qual estamos inseridos.

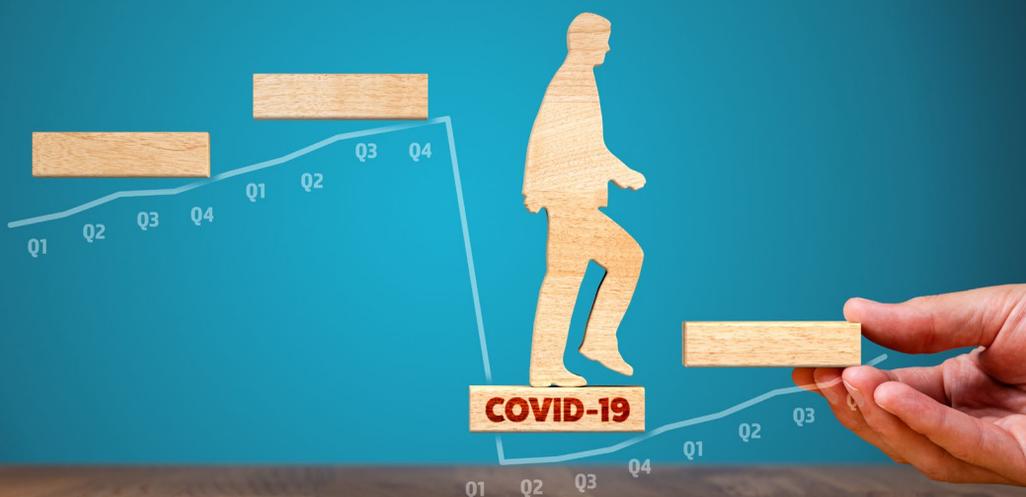
A retomada será longa e difícil, cheia de percalços. Nossas cidades estão batalhando pela vacinação geral da população, mas a realidade é que ainda temos um longo caminho para percorrer até que tenhamos um número significativo de vacinados. Isso influencia toda a perspectiva para o futuro do trade.

Por isso, a necessidade de extensão de ações emergenciais, como a Medida Provisória (MP) nº 1.045, aprovada em abril

deste ano, que institui o Novo Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda, permitindo a suspensão de contratos de trabalho e a redução da carga horária com diminuição proporcional do salário, para resguardar os empregos no turismo

Essa medida, dentro da situação em que estamos, poderia dar fôlego ao empresariado para, apesar de trabalhar com limitações, manter suas atividades. O nosso esforço deve estar concentrado na manutenção dos empregos e na movimentação econômica para gerar renda aos trabalhadores.

Precisamos pensar em alternativas estratégicas para não afetar a saúde pública e, tampouco, a economia brasileira. É incabível que mais demissões ocorram. Estamos com um percentual preocupante de desempregados e de empresas que, infelizmente, tiveram que fechar as suas portas. Precisamos do suporte governamental para mudar essa realidade.



Nós clamamos por socorro para hotéis, restaurantes, bares e similares. Portanto, buscamos, junto ao governo federal, a abertura de novas linhas de crédito e solução legislativa, a longo prazo, das relações de trabalho em curso.

No último ano, defendi fortemente que juntos somos mais fortes. Ainda precisamos dar longos passos para voltar à vida normal, e isso só será possível se tivermos apoio uns dos outros. O nosso futuro é promissor, não tenho dúvidas.

Não podemos dizer que será possível recuperar tudo o que perdemos, mas não devemos desistir. Nosso setor é gigante, e devemos reconhecer que, ainda com os prejuízos gerais, poderemos sair mais fortalecidos e conscientes do nosso papel em relação à sociedade.



Alexandre Sampaio de Abreu, empresário com mais de 39 anos de atuação nos mercados hoteleiros carioca e fluminense, preside a Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação (FBHA) e é responsável pelo Conselho Empresarial de Turismo e Hospitalidade da Confederação Nacional de Comércio de Bens, Serviços e Turismo (Cetur/CNC). Sampaio é, ainda, membro do Conselho Nacional de Turismo do Ministério do Turismo; e coordenador do Comitê Brasileiro de Normatização em Turismo (CB54), órgão de planejamento, coordenação e controle das normas relacionadas ao Turismo da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT). Com formação em Ciências Contábeis, Sampaio foi presidente do SindRio entre 2002 e 2010, quando assumiu a presidência da FBHA.

VACINAÇÃO EM
MASSA PARA A

AVIAÇÃO

ATRAVESSAR
A PIOR CRISE
DA HISTÓRIA





por

**Eduardo
SANOVICZ**

Presidente da Abear
Associação Brasileira
das Empresas Aéreas

A pior crise da história da aviação comercial brasileira ainda não terminou, e as chances de efetiva retomada da atividade só serão reais quando a vacinação em massa contra a Covid-19 se tornar um fato. Depois de o setor ter registrado, em 2020, seu pior resultado em 20 anos, com queda de 48,7% na demanda por voos domésticos e retração de 47% na oferta, em comparação com 2019, o agravamento da pandemia do novo coronavírus, no início deste ano, interrompeu uma tendência de retomada gradual da atividade que vinha sendo registrada mês a mês desde maio de 2020.

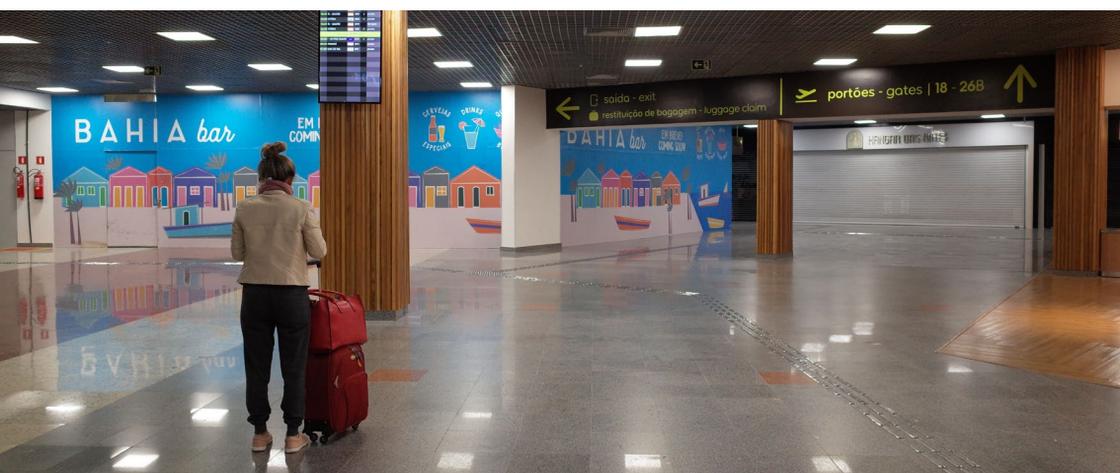
Ao todo, transportamos no ano passado menos do que a metade dos passageiros de 2019, ou 45,2 milhões, uma

diminuição de 52,5%. No mercado internacional, a situação foi ainda pior. O transporte aéreo de passageiros recuou 71% em 2020, em relação a 2019.



A oferta teve diminuição de 62,6% na mesma comparação. No total, foram transportados 6,8 milhões de passageiros, menos de um terço do fluxo de 2019.

A partir de maio de 2020, começamos a verificar uma retomada gradual da demanda por voos domésticos, com as companhias alcançando o pico de 1.798 decolagens diárias em janeiro deste ano, ou 75% da oferta diária de partidas em relação ao início de março de 2020, antes das medidas de isolamento social e fechamento de fronteiras. No entanto, com o agravamento da pandemia do novo coronavírus no País, as companhias aéreas nacionais registraram, em março, uma média de 1.258 partidas diárias domésticas, ou praticamente a metade (52,4%) da quantidade de decolagens pré-crise. Esse impacto negativo já havia sido verificado em fevereiro, quando a média diária recuou para 1.469 voos, o que equivale a 61,2% da malha aérea regular. Para abril e adiante, o cenário ainda é incerto.





Cerca de 3 mil profissionais da saúde foram transportados gratuitamente, assim como 3,8 milhões de vacinas contra a Covid-19 foram distribuídas em todo o País.

Foram transportados, também sem custos, 166 toneladas de alimentos, equipamentos como respiradores e Equipamentos de Proteção Individuais (EPIs) para diversas cidades brasileiras.



Apesar desse panorama adverso e inédito para a aviação comercial, as companhias pertencentes à Associação Brasileira das Empresas Aéreas (Abear) cumpriram seu histórico papel social ao contribuir para o combate ao novo coronavírus, por meio de ações sociais solidárias desde o início da pandemia. Cerca de 3 mil profissionais da saúde foram transportados gratuitamente, assim como 3,8 milhões de vacinas contra a Covid-19 foram distribuídas em todo o País. Foram transportados, também sem custos, 166 toneladas de alimentos, equipamentos como respiradores e Equipamentos de Proteção Individuais (EPIs) para diversas cidades brasileiras.

As associadas Abear ainda possibilitaram, de março a maio de 2020, a repatriação de 42 mil brasileiros, que ficaram impossibilitados de voltar ao Brasil porque a sua companhia aérea internacional parou. Esse total equivale a mais de 63% do total de passageiros que retornaram ao País por meio do transporte aéreo, esforço que incluiu as empresas internacionais e a Força Aérea Brasileira (FAB).

A contribuição da aviação comercial para o transporte gratuito de órgãos, equipes médicas e insumos para transplantes, que acontece desde 2001, não foi interrompida. Em 2020, as empresas aéreas transportaram gratuitamente 4.895 itens para transplante (órgãos, tecidos, insumos e equipes médicas), segundo dados da Central Nacional de Transplantes (CNT), do Ministério da Saúde. Nesse período, 2.911 voos levaram pelo menos um item a bordo.



Após um ano de pandemia, a expectativa é de que neste ano haja dois momentos. O primeiro semestre ainda é muito duro, difícil, de movimento reduzido impactado pela pandemia e por um cenário econômico ruim, mas temos sempre de lembrar que o respeito às medidas sanitárias deve ser mantido, com isolamento social e uso de máscaras, entre outros protocolos sanitários. O segundo semestre pode melhorar, desde que a vacinação massiva contra a Covid-19 comece a se tornar um fato.

Na Abear, quando começamos a monitorar os primeiros sinais da pandemia, elaboramos três grupos de ações para manter o País conectado. O primeiro bloco foi interno, ligado a redução de custos e revisão de contratos. A segunda frente foi marcada pelo diálogo com governo federal, estados, Ministério da Infraestrutura, Secretaria de Aviação Civil (SAC), Agência Nacional de Aviação Civil (Anac), Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária (Infraero), Ministério da Defesa, Força Aérea Brasileira (FAB), Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade), Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) e Ministério do Turismo, para uma série de ajustes de regulamentação e normas que nos possibilitou continuar voando. A medida mais visível foi a que permitiu que

todo mundo que tinha um bilhete pudesse remarcar-lo por até um ano sem qualquer custo. A terceira iniciativa foi a demanda econômica. Pedimos linha de crédito ao Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), que não vingou. Cada empresa buscou suas alternativas para



aliviar o caixa no momento em que a demanda e a receita despencaram.

Além disso, montamos na Abear um programa com oito áreas prioritárias focadas na recuperação da aviação daqui para frente:

- Enfrentar o alto custo do querosene de aviação (QAV), que no Brasil é um dos mais caros do mundo;
- Buscar alinhar o Brasil às melhores práticas mundiais do ponto de vista legal;
- Avançar em melhorias de infraestrutura e condições para ampliar carga aérea;
- Construir um ambiente regulatório cada vez mais alinhado com o mercado internacional, para aumentar a eficiência do setor;
- Apoiar o avanço das concessões aeroportuárias;
- Reforma tributária para a retomada do desenvolvimento;
- Construir uma Política de Aviação Regional para aumentar a conectividade do País;
- Construir um programa de estímulo às viagens aéreas, após a vacinação em massa se tornar uma realidade.

Para o conjunto da cadeia produtiva do Turismo, é fundamental que haja a implementação de um programa de fomento ao setor, por meio de parcerias e trabalho colaborativo entre os setores público e privado em ações de estímulo a viagens, incluindo lazer, negócios e eventos, com destaque para a urgência



deste último, que gera uma disseminação extremamente ampla de geração de trabalho e renda em diversos outros segmentos correlatos.

Destaco e reforço, porém, que só poderemos fazer com que todos se sintam seguros novamente para viajar a partir do momento em que a massificação do processo de vacinação seja um fato concreto.



Eduardo Sanovicz é presidente da Abear e Professor Doutor do Curso de Turismo da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (USP). Atuou como consultor-sênior em programas e ações nas áreas de Marketing e Turismo. Graduado em História, é Mestre e Doutor em Ciências da Comunicação pela USP. Entre 2007 e 2011, foi diretor da Reed Exhibitions Alcantara Machado. Entre 2001 e 2007, foi vice-presidente da International Congress & Convention Association (Icca). De janeiro de 2003 a agosto de 2006, foi presidente da Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (Embratur), tendo sido responsável pela implantação do Plano Aquarela e pela criação da Marca Brasil. Entre janeiro de 2001 e janeiro de 2003, foi presidente da Anhembi Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo. Entre abril de 1997 e dezembro de 2000, foi diretor de Operações do São Paulo Convention & Visitors Bureau. Foi, também, diretor de Turismo da Prefeitura Municipal de Santos, entre 1993 e 1996.

RECUPERAÇÃO DO SETOR DE



SERVICE NÃO SE DARÁ DE
UM DIA PARA O OUTRO





por

Fernando
BLOWER

Presidente do SindRio (Sindicato de Bares e Restaurantes do Rio de Janeiro) e **diretor executivo da ANR** (Associação Nacional de Restaurantes)

A economia do município do Rio de Janeiro, além dos inúmeros destinos em todo o estado, depende intrinsecamente do pleno funcionamento de bares e restaurantes. Para tanto, fica claro a importância de capital humano e financeiro circulando organicamente. É impossível desassociar nossas muitas cidades, algumas delas patrimônios do País e/ou do mundo, do trânsito de pessoas de outras partes do Brasil e do restante do planeta.

O início e a permanência alongada da pandemia foram suficientes para uma dolorosa corrosão nesta fundamental área da hospitalidade. Uma queda de 30,9% em relação a 2019, conforme divulgou o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em fevereiro deste ano.

A falta de uma efetiva ajuda em todas as instâncias

governamentais foi uma das grandes responsáveis pela quebraadeira, apesar de nossos constantes esforços em revelar o peso e a relevância de nossa cadeia produtiva na saúde econômica do estado.

Em janeiro deste ano, vimos com preocupação o fim do prazo previsto no Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda para redução de jornada de trabalho e salário e suspensão de contratos. No momento em que o setor, sabidamente dos mais afetados pela Covid-19, começou a dar leves sinais de recuperação, o encerramento do benefício colocou em risco a viabilidade de muitos negócios, incorrendo em um aumento do número já bastante alto de postos de trabalho fechados em bares e restaurantes. À época, considerando de março a outubro do ano passado, a categoria perdeu 18 mil vagas na cidade, com as atividades de mais de duas mil empresas do setor encerradas em 2020.

Ainda em janeiro de 2021, foram abertos 3.255 empregos de trabalho formais no setor de alimentação fora do lar no Brasil, resultado que representa uma desaceleração nas contratações frente aos meses anteriores. Nos últimos 12 meses, o País acumula extinção de 181.239 empregos no setor. O Estado do Rio de Janeiro, apesar do resultado negativo no acumulado dos últimos 12 meses (-23.414), apresentou saldo positivo de contratações no mês (+175), ao contrário do observado nos Estados de Minas Gerais (-550) e São Paulo (-3.434).





Em janeiro deste ano, vimos com preocupação o fim do prazo previsto no Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda (...). No momento em que o setor, sabidamente dos mais afetados pela Covid-19, começou a dar leves sinais de recuperação, o encerramento do benefício colocou em risco a viabilidade de muitos negócios, incorrendo em um aumento do número já bastante alto de postos de trabalho fechados em bares e restaurantes.



Entre as capitais, São Paulo (-37.504) e Rio de Janeiro (-15.745) fecharam o maior número de vagas formais de trabalho nos últimos 12 meses. Destaca-se que, em janeiro de 2021, o Rio de Janeiro registrou fechamento de vagas (-212) após quatro meses seguidos de abertura de postos de trabalho no setor.

Na cidade e no Estado do Rio, a atividade econômica com maior impacto sobre o mercado de trabalho formal, em função da pandemia, seguiu sendo a nossa. O setor soma 23.414 postos de trabalhos encerrados nos últimos 12 meses, dos quais 67,2% ocorreram no município (-15.745). Considerando todos os setores da economia, tanto o estado quanto a capital apresentaram saldo negativo de contratações formais.

É evidente que estamos cientes da crise sanitária sem precedentes, mas pleiteamos equivalência nas medidas restritivas que os governos nos têm imposto. O que vemos é o food service ser alvo de duras críticas, sofrendo com ações que não nos parecem coerentes se comparadas a outras categorias. Porém, nossa atual gestão sempre esteve ao lado do diálogo.

O futuro é incerto. Sabemos que o trabalho de recuperação não será de um dia para o outro. Sabemos, também, dos heróis por trás de uma grande resistência e resiliência. Entendemos que a maioria dos bares e restaurantes abertos atualmente está endividada, mas aguarda o momento de poder respirar fundo e livre de qualquer vírus letal. São milhares de famílias envolvidas, empresas e histórias de um Rio de Janeiro que não seria nada sem sua orla, suas ruas movimentadas e seus bares repletos de cariocas, de estrangeiros e brasileiros de toda parte, e cujo sonho é sentar para beber e comer, admirando a beleza única que nós temos a oferecer.



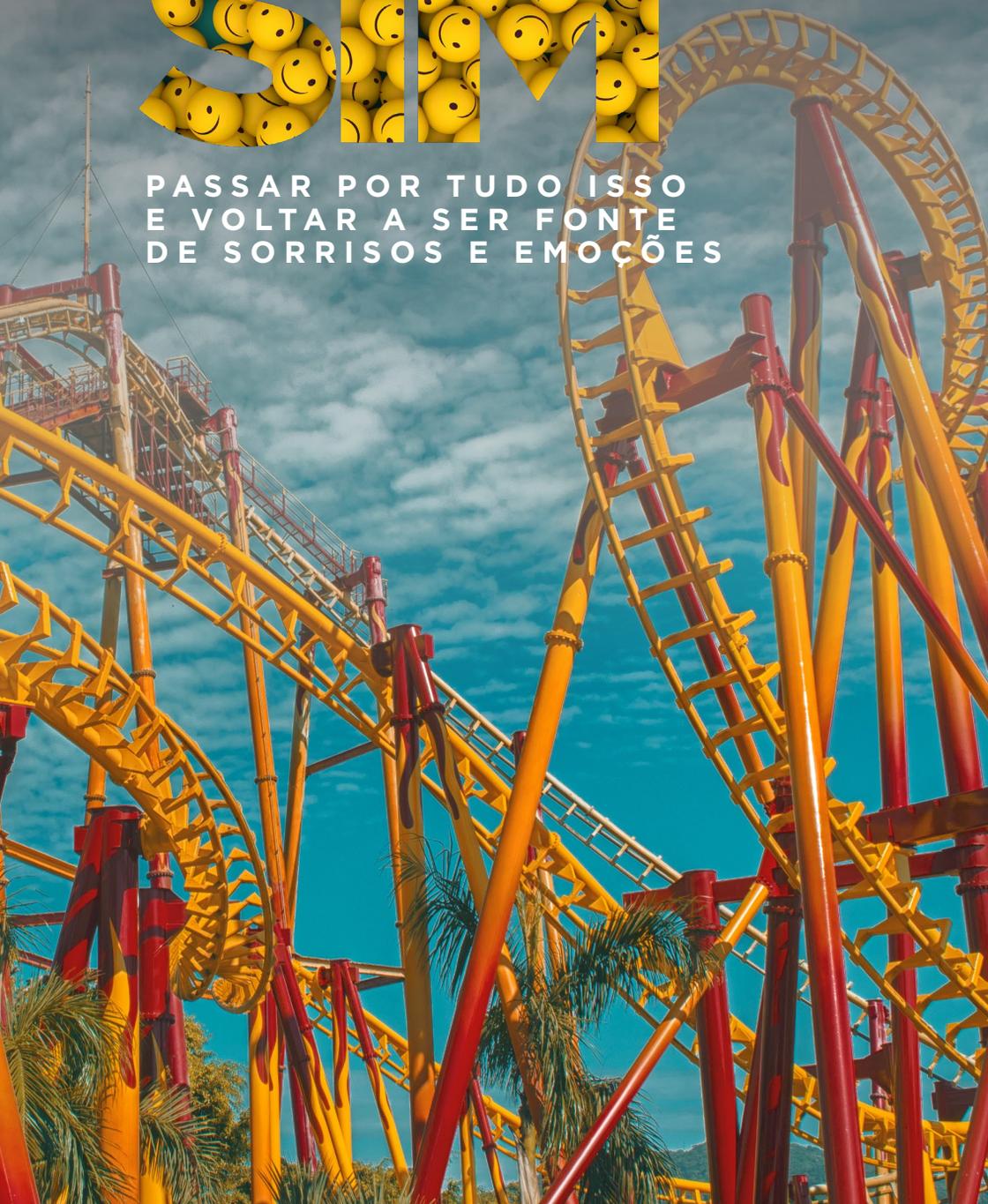


Fernando Blower é presidente do Sindicato de Bares e Restaurantes do Rio de Janeiro (SindRio), diretor executivo da Associação Nacional de Restaurantes (ANR) e sócio do Meza Bar. É formado em Direito pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Uerj) e pela Universidade de Paris. Também é pós-graduado em Direito Empresarial pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) e tem MBA Executivo em Administração pelo Instituto de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (Coppead) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

VAMOS

S M

PASSAR POR TUDO ISSO
E VOLTAR A SER FONTE
DE SORRISOS E EMOCÕES





por

**Murilo
PASCOAL**

Presidente do
Conselho do Sistema
Integrado de Parques
e Atrações Turísticas
(Sindepat)

**Carolina
NEGRI**

Diretora executiva do
Sistema Integrado de
Parques e Atrações
Turísticas (Sindepat)

Em nosso último artigo para esta publicação, em meados de 2019, falamos sobre o impacto dos parques temáticos na economia de uma região, representando muito além de meros atrativos turísticos. Um empreendimento é responsável pela geração de empregos, diretos e indiretos, pelo impulso de comércio local e de uma cadeia de fornecedores, por estimular a própria infraestrutura básica, de acesso rodoviário e aeroportos.

Justamente por ser um elo fundamental da cadeia do Turismo, assim que a crise sanitária mundial dava os primeiros indícios de gravidade, os empreendimentos mundo afora passaram a ter suas portas fechadas. Em meados de março de 2020, ouvimos a maior potência mundial do setor, Walt Disney World, anunciar o fechamento de todos os seus parques em escala global pela primeira vez na história da companhia.

Com a ausência do movimento turístico por quase um

ano, seja no mercado doméstico, seja no internacional, não foi somente um parque que fechou suas portas. Toda a cadeia que dele depende, de repente, ficou sem renda. O receptivo, o guia, o comerciante que vende boia e protetor solar, o pipoqueiro, a rendeira e o ambulante. Conscientes da importância e relevância na economia local, no contexto em que estão inseridos, os empreendimentos se mobilizaram em diversas campanhas, de arrecadação de alimentos a produtos de higiene, e fizeram a sua parte no contexto da responsabilidade social da sua região.

Contexto do setor

A última estimativa do setor, feita em 2019, apontou aproximadamente 55 milhões de visitantes; geração de 130 mil empregos diretos e indiretos; e faturamento de R\$ 5 bilhões entre parques temáticos, aquáticos, de diversão, itinerantes, atrações turísticas e centros de entretenimento familiar.

O setor, cuja essência demanda um planejamento constante de novos investimentos, uma vez que depende da sua atratividade para captar novos visitantes, ou ainda levar o mesmo visitante para uma nova visita, vinha apresentando bons sinais de crescimento nos últimos anos, seja com novidades nos parques já existentes, seja com a inauguração de novos empreendimentos. Todos os associados Sindepat tiveram, entre 2018 e 2019, alguma novidade, de uma nova atração a serviços implementados.

Um sinal muito claro dessa essência em inovação pode ser confirmado com o fato de que, mesmo com a pandemia, muitos





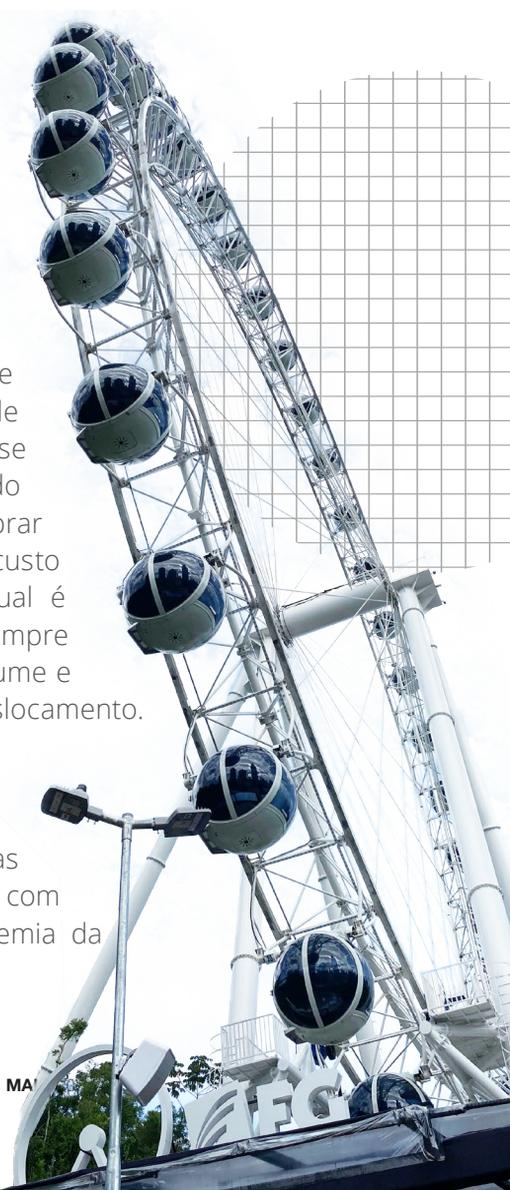
Estudos e pesquisas apontam que o turismo doméstico brasileiro será o grande pilar para a recuperação da economia. (...) estas previsões se tornam ainda mais verdadeiras, considerando o esgotamento emocional de todos, depois de meses e meses em casa; a elevação do dólar; e a impossibilidade de viagens internacionais para diversos destinos, em razão do fechamento das fronteiras para brasileiros.



parques e atrações continuaram seus investimentos ao longo do ano, em novas áreas temáticas, toboáguas, atrações, expansões e serviços. Houve ainda algumas aberturas, como a inauguração de um museu de automóvel e da roda-gigante FG Big Wheel, ambos em Balneário Camboriú - SC, em dezembro de 2020, e a inauguração do BioParque do Rio de Janeiro (o antigo zoológico transformado em um centro de conservação), em março deste ano, mostrando a resiliência do setor e a aposta do setor privado na atividade turística.

E estávamos confiantes de que o melhor ainda estava por vir. Isso porque, em outubro de 2019, a atuação do Sindepat junto ao Ministério do Turismo e à Secretaria Executiva da Câmara de Comércio Exterior (Camex), do Ministério da Economia, levou à isenção permanente do imposto de importação de uma série de equipamentos para parques e atrações, com vigência a partir de janeiro de 2020. A alta alíquota desse imposto, mesmo não existindo produção nacional, chegava a dobrar o valor dos equipamentos, cujo custo dolarizado já é elevado e ao qual é somada a taxa de frete – quase sempre para equipamentos de grande volume e diversas especificidades em seu deslocamento.

Quando o setor se viu livre desse imposto, em janeiro do ano passado, depois de mais de duas décadas de lutas, nos deparamos com a crise desencadeada pela pandemia da Covid-19 no mundo.



Pandemia e a retomada

No Brasil, os parques e atrações tiveram suas operações paralisadas entre março e abril, e reabriram a partir de julho. Alguns voltaram somente a partir de setembro. É uma atividade que não permite entregar seu produto por meio de aplicativos delivery, tampouco estocar uma descida de bondinho ou um giro na roda-gigante não vivida naquele dia. Há gestão de pessoas atuando em postos de trabalho que, na sua maior parte, só se dá em formato presencial. Sem público, sem famílias e sem crianças, não se fazem necessárias as inúmeras atividades do nosso negócio. Não é possível embalar uma descida na montanha-russa.

As medidas do governo foram fundamentais para ajudar as empresas a passar por aquele momento. Tanto as trabalhistas, ajudando as empresas que estavam com seu faturamento a zero por meses a manter seus colaboradores e pagar parte do salário em casos de redução de jornada e suspensão de



contrato, quanto aquelas que permitiram um alívio do caixa das empresas, como a que flexibilizou a negociação junto aos consumidores de serviços já contratados; ou ainda a medida que implementou aporte extraordinário ao Fundo Geral do Turismo (Fungetur) e a alguns fundos garantidores de crédito.

Os empreendimentos se organizaram para implementar rígidos protocolos sanitários em todos os pontos das operações, com o apoio das associações do setor, Sindepat e Associação das Empresas de Parques de Diversão do Brasil (Adibra), que os elaboraram com a participação de diversos profissionais do setor e pautados por parâmetros internacionais, tanto para funcionários como para visitantes. Novos processos, novos insumos e muito treinamento permearam os parques e atrações enquanto as portas estavam fechadas para o público.

Com as notícias da produção de vacinação em diversos cantos do mundo, e os números da pandemia no Brasil dando sinais de decréscimo, parecia que bons ventos se aproximavam.

O último trimestre de 2020 confirmou o que inúmeras pesquisas de tendências da indústria de viagens e turismo apontavam: um público ávido para sair de casa depois do susto e de tamanha reclusão. A demanda realmente mostrou sinais de reação, com fluxo de visitantes muitas vezes chegando ao mesmo patamar do que foi 2019. Percebeu-se, em alguns casos, inclusive, o aumento do ticket médio.



Mas a retomada foi logo interrompida pela chegada da segunda onda, que novamente paralisou as operações e postergou para um futuro ainda sem prazo determinado a esperança das boas previsões que existiam para a alta temporada (janeiro e fevereiro). Atualmente, quase a

totalidade dos empreendimentos brasileiros está novamente fechada.

Há medidas que precisam ser urgentemente tomadas pelo governo para ajudar o setor neste momento, assegurando que, assim que a crise diminuir, os parques e atrações, assim como diversos outros elos do Turismo, possam se tornar uma alavanca para o crescimento econômico.

Entre as medidas, apoiar empresários que continuam sem faturamento a manter seus empregados, com quitação de parte da folha de pagamento; e, do ponto de vista tributário, uma desoneração temporária de impostos, permitindo a estas empresas um alívio no caixa, tão sufocado desde o fim do primeiro trimestre de 2020. Empresas que, ao primeiro sinal de retomada da demanda, imediatamente voltarão a crescer e contratar. Além disso, será fundamental o investimento do Ministério do Turismo (MTur) em campanhas de divulgação dos destinos brasileiros, estimulando na demanda a vontade de descobrir seu País.

Estudos e pesquisas apontam que o turismo doméstico brasileiro será o grande pilar para a recuperação da economia. Em um país que nunca dependeu de turistas estrangeiros, mantendo por décadas o pífio número de 6 milhões de visitantes/ano, estas previsões se tornam ainda



mais verdadeiras, considerando o esgotamento emocional de todos, depois de meses e meses em casa; a elevação do dólar; e a impossibilidade de viagens internacionais para diversos destinos, em razão do fechamento das fronteiras para brasileiros.

Não temos dúvida do tamanho do potencial do turismo brasileiro, para os próprios brasileiros e para o mundo. Nossos parques e atrações, nossos colaboradores e nossos investimentos, todos são feitos e existem por uma razão: por acreditarmos nesta indústria. Que gera emprego, renda, desenvolvimento, que olha e cuida do meio ambiente e da comunidade em que está inserido, e que gera o melhor ingrediente na bagagem de volta de um turista: a experiência, a memória e o sorriso no rosto. Estamos preparados e ansiosos para voltar nossa produção.



Murilo Pascoal é administrador de empresas formado pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) em São Paulo, especializado em Gestão de Parques Temáticos pela Cornell University/International Association of Amusement Parks and Attractions (Iaapa). Consultor e gestor de parques e atrações turísticas. É diretor-geral do Grupo Beach Park Entretenimento.

Carolina Negri é formada em Turismo e pós-graduada em Marketing pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). Atuou nas áreas de Comunicação & Marketing e Relações Institucionais em diversos setores do trade de Turismo: parques temáticos, Secretaria de Turismo, atrativos culturais.

A RECUPERAÇÃO
DA ECONOMIA
NACIONAL NÃO PODE
PRESCINDIR DA

FORÇA

DO TURISMO





por

Magda
NASSAR

**Presidente da
Associação
Brasileira de
Agências de
Viagens (Abav
Nacional)**

Um ano após decretado o estado de pandemia, nos resta o alento da certeza de que já estivemos mais longe do dia em que o mundo voltará a respirar sem aparelhos. Na Europa, a Islândia foi anunciada como o primeiro país do continente a controlar o coronavírus, e o Reino Unido, em apenas dois meses, conseguiu reduzir de 1,3 mil para 36 o número de óbitos diários, prevendo que até julho terá 100% da população adulta vacinada.

Embora ainda sem a mesma nitidez no nosso horizonte, receber a notícia de que o Brasil está desenvolvendo novas fórmulas de vacina contra a Covid-19, paralelamente ao avanço do cronograma de imunização nacional em curso, nos enche de esperança de que também podemos estar próximos de ter melhores dias.

São boas notícias após os meses de março e abril, intensos também para o nosso turismo, tão duramente afetado pelos efeitos de uma pandemia que por aqui ainda não deu sinais de trégua.

A assinatura da Medida Provisória (MP) nº 1.036, concedendo a extensão até 2022 dos efeitos da vigente Lei nº 14.046/20, que dispõe sobre o adiamento e o cancelamento de serviços, de reservas e de eventos dos setores de turismo e de cultura, nos trouxe um princípio de alívio em meio a esse caótico estado de calamidade pública. Foi um fôlego necessário às agências, em especial, porque elas vinham pressionadas com os prazos de viagens de seus clientes vencendo e se encurtando demais, ao mesmo tempo em que novas quarentenas, restrições e serviços limitados mantêm restritas as opções do mercado.

Cada pequena vitória é um passo adiante em direção à recuperação de um segmento que perdeu 60% do seu faturamento no ano passado, e que segue próximo de zero nestes primeiros meses do ano, em face do agravamento da pandemia. É fundamental, nesse processo de recuperação, acelerar o plano de imunização e intensificar o programa de conscientização da população sobre a importância da manutenção dos protocolos de biossegurança. Mas sem o



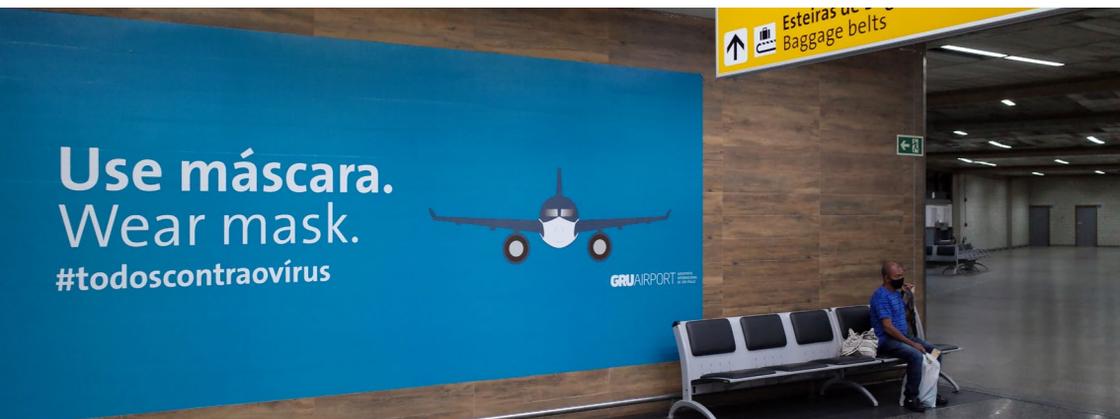
“

É fundamental, nesse processo de recuperação, acelerar o plano de imunização e intensificar o programa de conscientização da população sobre a importância da manutenção dos protocolos de biossegurança. Mas sem o auxílio necessário, não sobreviveremos a mais um ano com nossa economia tão fragilizada.

”

auxílio necessário, não sobreviveremos a mais um ano com nossa economia tão fragilizada.

Em conjunto com as demais entidades do setor, travamos nos últimos 12 meses lutas diárias em Brasília pelo reconhecimento do Turismo como vetor de desenvolvimento econômico. Trata-se do setor que é detentor de um dos mais altos níveis de empregabilidade e de geração de renda, que antes da crise respondia por 8% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional. Tivemos conquistas importantes no ano passado, como a referida Lei nº 14.046/20, que, além de conferir mais equilíbrio às relações consumeristas, salvaguardou a justa remuneração das agências de viagens pelos serviços de intermediação; a MP nº 936/20, convertida na Lei nº 14.020/2020, que flexibilizou os contratos de trabalho; e a MP nº 963/2020, convertida na Lei nº 14.051/2020, que disponibilizou crédito extraordinário para o setor via recursos do Fundo Geral de Turismo (Fungetur).



Esse plano emergencial, traçado em 2020, precisa de continuidade para que se mantenha efetivo até que se decrete o fim do estado de pandemia. Incluem-se aí a prorrogação do programa que permitiu a suspensão de contratos e a redução

de jornada, no ano passado, e a criação de mecanismos para que os recursos e linhas de crédito disponibilizadas cheguem, efetivamente, até a ponta.

Além disso, considerando as especificidades deste setor, temos ainda outros dois pleitos importantes que seguem pendentes de aprovação no governo. São eles o Programa Emergencial de Retomada do Setor de Eventos (Perse), aprovado na Câmara e no Senado Federal e sancionado pelo presidente da República, com vetos, os quais retornarão ao Congresso para análise; e, ainda, a publicação de Medida Provisória que reduz a alíquota do Imposto de Renda Retido na Fonte (IRRF) sobre as remessas de dinheiro ao exterior, que hoje onera em 25% as agências e operadoras de turismo.

Lutas diárias que mantêm unidas as principais entidades do setor em pleitos comuns pela sustentabilidade dos seus associados, e ao enfrentamento de uma crise que já contabiliza R\$ 312,6 bilhões (em perdas acumuladas) desde março de 2020. Seguimos juntos. A recuperação da economia nacional não pode prescindir da força do Turismo.



Magda Nassar é presidente da Associação Brasileira de Agências de Viagens (Abav Nacional). Bacharel em História pela Université de Nancy, mãe do Leonardo, cidadã do mundo, empreendedora, investidora em startups e palestrante em lideranças, Magda é agente de viagens desde 1987, diretora da Trade Tours Viagens e foi a primeira mulher a ocupar a Presidência da Braztoa (2015 a 2019) e da Abav Nacional (2019 a 2021).



**DO SETOR DE EVENTOS
(TURISMO)**



por
**Fátima
FACURI**

**Presidente da
Associação Brasileira
de Empresas de
Eventos (Abeoc Brasil)**

Eventos e turismo sempre andaram de mãos dadas, no crescimento ou no caos. A proximidade das atividades pode ser considerada indissociável. Um bom evento precisa de equipamentos de qualidade para abrigar o evento em si, hospedar participantes, movimentar os pontos turísticos das cidades e regiões envolvidas e fazer crescer o setor de serviços. Do outro lado, o Turismo precisa dos eventos como importantes atrativos e geradores de negócios, independentes da sazonalidade.

O dia 13 de março de 2020 marcou a ruptura no crescimento que o setor de eventos projetava para 2020. Naquela época, de acordo com pesquisa divulgada pela Abeoc Brasil, 73% das empresas esperavam obter maior faturamento em 2020. Em média, elas esperavam que esse crescimento fosse de aproximadamente 6% na receita. Com relação à contratação de funcionários, os dados indicavam que 44% das empresas

esperavam aumentar suas equipes. Em contrapartida, esperava-se que 49% das empresas mantivessem o número de funcionários.

Entre as estratégias mencionadas pelas empresas para se tornarem mais competitivas, “promover a inovação” se destacava ao ser mencionada por 56% delas. Em seguida, “estabelecer parcerias”, com 55%; “investir em mais tecnologias”, com 54%; “aumentar a produtividade”, com 49%; e “investir em comunicação digital”, com 48%. Planos interrompidos por uma paralisação de 100% e que, no vaivém das ondas setoriais decretadas pelos governos estaduais e municipais, se estende trazendo desespero, desemprego e novos desafios. O primeiro deles é resistir para recomeçar.

ESTRATÉGIAS MENCIONADAS PELAS EMPRESAS PARA SE TORNAREM MAIS COMPETITIVAS:

- Promover a inovação (56%)
- Estabelecer parcerias (55%)
- Investir em mais tecnologias (54%)
- Aumentar a produtividade (49%)
- Investir em comunicação digital (48%)

O turismo nacional não perdeu menos. Foram mais de R\$ 55 bilhões em faturamento em 2020, segundo a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (Fecomércio-SP). Um estrago de 33% em relação a 2019. Todos os segmentos envolvidos sofreram o impacto, a começar pela aviação, que chegou a cair 95%, de acordo com a Agência Nacional de Aviação Civil (Anac). Alimentação e alojamento faturaram 36% menos que em 2019. Os setores turísticos que mais sofreram foram as atividades culturais, recreativas e esportivas, que viram o faturamento cair 27,6%; as empresas de transporte terrestre, com 12,9%; e as locadoras de veículos e agências de viagens, que registraram queda de 12,1%.



Falta-nos agora, principalmente, vacinação em massa da população e entendimento de que o Brasil é um destino turístico por natureza, e que esta é a sua força. Neste contexto, os eventos em geral, especialmente congressos e feiras de negócios, têm papel incontestável no alavancar da rede hoteleira, A&B, transporte aéreo e comércio.



A retração causada pela Covid-19 assolou vidas e a economia como um todo. Desde o princípio, entidades como a Abeoc Brasil e outras ligadas aos eventos e ao turismo estão imbuídas em conquistar, junto às diversas esferas do Poder Público, medidas que venham a socorrer empresas, trabalhadores e suas famílias. Está irremediavelmente claro que saúde e economia não são estranhas entre si, mas dependentes e base para a construção de uma sociedade, se não igualitária, mais justa.

Nos últimos 12 meses, foram diversas as conquistas, pleitos econômicos, trabalhistas e sociais atendidos, além de definições no âmbito comercial, como a Medida Provisória (MP) nº 948. Assim, aos trancos e barrancos, a indústria de Eventos tenta se manter viva até que seja possível retomar atividades ou, então, que os dirigentes do País visualizem o setor como um dos mais seguros para fazer a economia voltar a girar e, claro, como elo de uma grande corrente, o Turismo também voltar a crescer.

Feiras e congressos estão prontos para essa volta. Preparamos protocolos sanitários que, com o aval de corpo clínico do Hospital das Clínicas de São Paulo, vêm se juntar às dezenas de outras normas de segurança e higiene que sempre seguimos como forma de salvaguardar equipes, parceiros e público. Ao nosso lado, hotéis, centros de convenções e pousadas também estão a postos. O selo do Turismo Seguro garante essa propriedade.



Falta-nos agora, principalmente, vacinação em massa da população e entendimento de que o Brasil é um destino turístico por natureza, e que esta é a sua força. Neste contexto, os eventos em geral, especialmente congressos e

feiras de negócios, têm papel incontestável no alavancar da rede hoteleira, A&B, transporte aéreo e comércio.

A retomada será gradativa e precisará de planejamento. O mesmo planejamento que cada grande evento exige, e a cumplicidade e a integração entre os setores serão primordiais para acelerar esse processo. Estamos mais unidos do que nunca, na luta, nas conquistas e, em breve, nas vitórias.



Fátima Facuri é formada em Administração, com mais de 30 anos de experiência no setor de eventos, e diretora da Open Brasil Promoção e Eventos, empresa há mais de duas décadas neste segmento. Em 2015, foi escolhida presidente da Abeoc Rio de Janeiro para o triênio 2015/2017. Em 2017, foi eleita presidente da Associação Brasileira de Empresas de Eventos (Abeoc Brasil) para o triênio 2018/2020 e, em seguida, reeleita para mais três anos. Diretora da Área de Congressos do Sindicato de Empresas de Promoção, Organização e Monstagem de Feiras, Congressos e Eventos do Estado de São Paulo (Sindiprom-SP). Representante do setor no Conselho Nacional de Turismo (CNT), no Conselho Empresarial de Turismo e Hospitalidade da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (Cetur/CNC) e no Fórum das Entidades do Setor de Eventos, nas cadeiras reservadas à Abeoc Brasil.

TURISMO em PAUTA

Prezado leitor, este é o seu espaço na revista Turismo em Pauta. Deseja ver algum tema sendo abordado, tem sugestões, dúvidas, comentários ou críticas? Envie e-mail para: conselhodeturismo@cnc.org.br



Fiel ao compromisso histórico de ter na defesa da atividade turística um dos pilares de sua atuação, a CNC abre um espaço de reflexão para que especialistas do setor e da área acadêmica possam, com conhecimento e profundidade, tratar de temas relevantes para o setor.

A revista Turismo em Pauta é feita por quem sabe, para contribuir, de forma efetiva, com a construção de um Turismo cada vez mais forte, vocacionado e integrado à economia do nosso País.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO

Presidente: José Roberto Tadros

Vice-presidentes: 1º – Francisco Valdeci de Sousa Cavalcante, 2º – Luiz Carlos Bohn, 3º – Lázaro Luiz Gonzaga. Abram Abe Szajman, Darci Piana, Edison Ferreira de Araújo, Eliezir Viterbino da Silva, José Arteiro da Silva, José Lino Sepulcri, José Marconi Medeiros de Souza e Raniery Araújo Coelho

Vice-presidente Administrativo: Luiz Gastão Bittencourt da Silva

Vice-presidente Financeiro: Leandro Domingos Teixeira Pinto

Diretores: Abel Gomes da Rocha Filho, Aderson Santos da Frota, Aldo Carlos de Moura Gonçalves, Alexandre Sampaio de Abreu, Ari Faria Bittencourt, Carlos de Souza Andrade, Nilo Ítalo Zampieri Júnior, Hermes Martins da Cunha, Itelvino Pisoni, Ivo Dall'Acqua Júnior, Jeferson Furlan Nazario, José Wesceslau Júnior, Marcelo Baiocchi Carneiro, Marcos Antônio Carneiro Lameira, Maurício Cavalcante Filizola, Rubens Torres Medrano e Sebastião de Oliveira Campos

Diretores Administrativos: 1º – Marcelo Fernandes de Queiroz, 2º – Antônio Florêncio de Queiroz Junior

Diretores Financeiros: 1º – Marco Aurélio Sprovieri Rodrigues, 2º – Ademir dos Santos

Conselho Fiscal: Domingos Tavares de Sousa, Lélío Vieira Carneiro e Valdemir Alves do Nascimento

Conselho Empresarial de Turismo e Hospitalidade

Diretor da CNC: Alexandre Sampaio de Abreu

Conselho Empresarial de Turismo e Hospitalidade. Mandato 2018-2021

MEMBROS EFETIVOS

Conselhos e Câmaras de Turismo das Federações do Comércio de Bens, Serviços e Turismo

FBHA – Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação

FENACTUR – Federação Nacional de Turismo

ABAV – Associação Brasileira de Agências de Viagem

ABEAR – Associação Brasileira de Empresas Aéreas

ABEOC – Associação Brasileira de Empresas de Eventos

ABETA – Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura

ABIH NACIONAL – Associação Brasileira da Indústria de Hotéis

ABLA – Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis

ABOTTC – Associação Brasileira das Operadoras de Trens Turísticos e Culturais

ABR – Associação Brasileira de Resorts – Resorts Brasil

ABRACORP - Associação Brasileira de Agências de Viagens Corporativas

ABRAPE – Associação Brasileira de Promotores de Eventos

ABRASEL NACIONAL – Associação Brasileira de Bares e Restaurantes

ABRASTUR – Associação Brasileira de Turismo Social

ALAGEV – Associação Latino-Americana de Gestores de Eventos e Viagens Cooperativas

ANR – Associação Nacional de Bares e Restaurantes

ANTTUR – Associação Nacional dos Transportadores de Turismo e Fretamento

AMPRO – Associação de Marketing Promocional

BITO – Associação Brasileira de Turismo Receptivo Internacional

BRAZTOA – Associação Brasileira das Operadoras de Turismo

CLIA BRASIL - Associação Brasileira de Cruzeiros Marítimos

FOHB – Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil

Instituto Brasil de Convention & Visitors Bureau

SEBRAE NACIONAL – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SINDEPAT – Sistema Integrado de Parques Temáticos e Atrações Turísticas do Brasil

UBRAFE – União Brasileira dos Promotores de Feiras

UNEDESTINOS – União Nacional dos Convention & Visitors Bureux e Entidades de Destinos

MEMBROS CONSULTIVOS

ALEX CANZIANI	GENARO CESÁRIO
ALFREDO LAUFER	GEORGE IRMES
ALLEMANDER J. PEREIRA FILHO	GÉRARD R. JEAN GILBERTO F. RAMOS
ANITA PIRES	GILSON CAMPOS
ANTONIO HENRIQUE BORGES DE PAULA	GILSON GOMES NOVO
ANTONIO PEDRO VIEGAS FIGUEIRA DE MELLO	GUILHERME PAULUS
ARMANDO ARRUDA PEREIRA DE CAMPOS MELLO	HORÁCIO NEVES
ARNALDO BALLESTÉ FILHO	ITAMAR DA SILVA FERREIRA FILHO
AROLDO ARAÚJO	JOANDRE ANTONIO FERRAZ
ASPÁSIA CAMARGO	JOÃO CLEMENTE BAENA SOARES
BAYARD DO COUTTO BOITEUX	JOMAR PEREIRA DA SILVA ROSCOE
BEATRIZ HELENA BIANCARDINI SCVIRER	JONATHAN VAN SPEIER
CAIO LUIZ DE CARVALHO	JORGE SALDANHA DE ARAÚJO
CARLOS ALBERTO AMORIM FERREIRA	JOSÉ ANTONIO DE OLIVEIRA
CARLOS ALBERTO LIDIZIA SOARES	JOSÉ GUILHERME DE MORAES NETO
CARMEN FRIDMAN SIROTSKY	JOSÉ GUILLERMO CONDOMÍ ALCORTA
CLEBER BRISIS DE OLIVEIRA	JOSÉ HILÁRIO DE OLIVEIRA E SILVA JÚNIOR
CONSTANÇA FERREIRA DE CARVALHO	JUAREZ AUGUSTO DE CARVALHO FILHO
DALTRO ASSUNÇÃO NOGUEIRA	LEILA SERRA MENEZES FARAH DE ARAÚJO
DIRCEU EZEQUIEL DE AZEVEDO	LEONARDO DE CASTRO FRANÇA
EDGARD FREDERICO HASSELMANN	LIBERATO PINTO
EDUARDO JENNER FARAH DE ARAUJO	LÚCIO EMILIO DE FARIA JUNIOR
EDUARDO JORGE COSTA MIELKE	LUIZ CARLOS BARBOZA
FAISAL SALEH	LUIZ GUSTAVO MEDEIROS BARBOSA

LUIZ STRAUSS DE CAMPOS	RESPICIO A. ESPÍRITO SANTO JR.
MARCIO BENSUASCHI	RICARDO CRAVO ALBIN
MARCO AURÉLIO GOMES MAIA	RICARDO OLIVEIRA DA SILVA
MARCO NAVEGA	ROBERTA GUIMARÃES WERNER
MARCIA REGINA ALONSO PFISTERER	ROBERTO DE ALMEIDA DULTRA
MARIA CONSTANÇA MADUREIRA HOMEM DE CARVALHO	ROSELE BRUM FERNANDES
MARIA ERCÍLIA BAKER BOTELHO LEITE DE CASTRO	SALVADOR SALADINO
MARIA ELIZA DE MATTOS	SAMUEL AUDAY BUZAGLO
MARIA LUIZA DE MENDONÇA	SAVIO NEVES FILHO
MÁRIO BRAGA	SERGIO LUIZ BICCA
MAUREEN FLORES	SÉRGIO PAMPLONA PINTO
MAURÍCIO DE MALDONADO WERNER FILHO	SILVIA MADUREIRA
MAURO PEREIRA DE LIMA CÂMARA	SONIA CHAMI
NILO SERGIO FÉLIX	TÂNIA GUIMARÃES OMENA
NORTON LUIZ LENHART	VENÂNCIO GROSSI
ORLANDO KREMER MACHADO	VIVIANNE GEVARD MARTINS
ORLANDO MACHADO SOBRINHO	
OSIRIS RICARDO BEZERRA MARQUES	
PAULO DE BRITO FREITAS	
PAULO PIZÃO	
PAULO ROBERTO WIEDMANN	
PAULO SOLMUCCI JÚNIOR	
PEDRO FORTES	
PERCY RODRIGUES	

Quer saber mais sobre o Conselho Empresarial de Turismo e Hospitalidade (Cetur) da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, (CNC) e suas ações sobre o turismo? Acesse:



[instagram.com/cetur_cnc](https://www.instagram.com/cetur_cnc)



[facebook.com/cetursistemacnc](https://www.facebook.com/cetursistemacnc)



portaldocomercio.org.br/sobre-a-cnc/areas-de-atuacao/cetur

Cetur

CNC