



Encontro Estadual de Sensibilização e Engajamento

Atratividade Estadual e o
Papel do Empresariado na Governança



O *trade* turístico organizado como protagonista do desenvolvimento de destinos e produtos turísticos

Enzo Arns

CVB Gramado e Canela



CONTEXTO

- Secretarias estaduais e municipais, via de regra, definem os rumos, prioridades e linhas de atuação da cadeia produtiva do turismo, **com pouca ou nenhuma participação da iniciativa privada.**
- Destinos, produtos e atrativos se desenvolvem de forma lenta e com **desalinhamento** entre a visão dos executivos institucionais e a **realidade do mercado e da dinâmica de consumo.**
- Em destinos que se consolidam a partir da escolha do cliente, o **desenvolvimento ocorre de forma desordenada**, geralmente com infraestrutura e estruturas de mobilidade e sustentabilidade ineficazes e/ou insuficientes.



**PODER
PÚBLICO**

**INSTÂNCIAS
DE
GOVERNANÇA**

***TRADE*
TURÍSTICO**

PODER PÚBLICO

Limitado em sua
capacidade de atuação

Dificuldade de atuação
em arranjos regionais

- Barreiras técnicas
- Limitações organizacionais
- Burocracia da legislação
- Recursos escassos

- Diferenças políticas
- Rivalidades regionais
- Desalinhamento ideológico e técnico

TRADE TURÍSTICO

Acredita e exige um modelo de **Estado provedor**, investidor e responsável pela promoção dos destinos turísticos.

Enxerga seus pares como **concorrentes** e acredita que o sucesso do seu negócio depende da reserva de mercado e do enfraquecimento da concorrência.

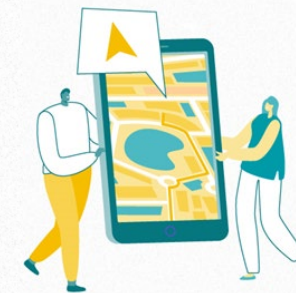
Minimiza a potencialidade das **instâncias de governança** e da formação de núcleos locais e regionais como estratégia de fortalecimento dos destinos e dos seus negócios.

INSTÂNCIAS DE GOVERNANÇA

Utilizadas para formalizar **repasses de verbas** e como gatilhos para a legalização do uso de recursos públicos.

Em sua grande maioria tem ação **consultiva** e, nos casos de instâncias deliberativas, costumam ter maioria pública e lideranças sem representatividade e liderança real do setor privado.

Instâncias de **caráter estratégico regionais** carecem de informações e dados estatísticos mínimos para atuar de forma estratégica nos territórios.



PROTAGONISMO DO SETOR PRIVADO

- Instituições de classe efetivamente representativas de seus pares e atuantes, não só na defesa patronal de seus associados, mas **liderando movimentos de mudança dos destinos** e de suas regiões.
- **Empresários investidores** não só nos seus negócios, mas em atividades e projetos que valorizem a sua região e os seus atrativos como um todo.
- **Representantes ativos e capacitados** para atuarem nas instâncias municipais, regionais e estaduais.
- Apresentam **projetos** e buscam **apoio institucional** e complemento de investimentos do poder público.

PAPEL DAS INSTÂNCIAS DE GOVERNANÇA MAXIMIZADO

- **Conselhos deliberativos**, com maioria do setor privado e com entidades realmente representativas e fortes.
- Instâncias de **governança regionais** com visão estratégica, gestão profissional e desvinculadas das amarras públicas.
- Turismo tratado como gerador de emprego, renda e desenvolvimento sustentável, a partir da **apresentação de projetos e pautas concretas** ao legislativo e executivo.
- **Parcerias público-privadas** em eventos, promoção e infraestrutura.

ESTUDOS DE CASO



Gramado | RS



Serra Negra | SP



Monte Verde | MG



SAIBA MAIS

✓ **GRAMADOTUR** Autarquia Municipal de Turismo de Gramado

www.gramadotur.rs.gov.br

✓ **MOVE** Agência de Desenvolvimento de Monte Verde e Região

www.monteverde.org.br

✓ **COMÉRCIO FORTE**

www.comercioforte.org.br





VAI
TURISMO
RUMO AO FUTURO

 · **Federações** · **Sindicatos** ·  · 

Sistema Comércio