



# VIOLÊNCIA NÃO: PRIORIDADE TURÍSTICA

Presidente do Conselho de Administração da ABRACORP - Associação Brasileira de Agências de Viagens Corporativas, Carlos Prado comenta sobre as expectativas da indústria brasileira do turismo no governo Bolsonaro

por | LUIZ FRANÇA

**VIAGEM + LUXO: Qual o balanço que a ABRACORP faz neste ano que termina e quais são as expectativas para 2019, com a gestão do novo presidente Bolsonaro?**

**CARLOS PRADO:** A despeito das turbulências políticas de 2018, por conta das eleições e do reaquecimento tímido da economia, o ministro Vinicius Lummertz deixa um bom legado. Não por acaso, sua reconhecida bagagem técnica levou o governo eleito de São Paulo a entregar-lhe o comando da pasta do Turismo. Portanto, as expectativas da ABRACORP são otimistas.

**Indicado para assumir o Ministério do Turismo, de que forma Marcelo Álvaro Antônio poderá incrementar o turismo corporativo no Brasil, indo um pouco mais além do seu antecessor? O que a ABRACORP espera do novo ministro?**

O novo ministro tem um viés político explícito, por pertencer ao PSL de Bolsonaro, ser o deputado federal mais votado de Minas Gerais nas últimas eleições e integrar a chamada 'bancada evangélica'. Esperamos que o governo Bolsonaro enxergue o turismo como uma questão de Estado – e não um mero apêndice do mandato. Ademais, os bastidores da escolha de Marcelo Álvaro Antônio revelam sintonia da cúpula do novo governo, incluindo o economista Paulo Guedes, quanto

à preservação da pasta com status de Ministério. Bolsonaro, antes do segundo turno, recebeu um rol de propostas das principais lideranças setoriais da indústria do Turismo. Nesse contexto, a ABRACORP está pronta para contribuir, efetivamente, com uma abordagem mais ousada e contemporânea do potencial das viagens corporativas e do turismo, no seu todo.

**Em sua gestão como presidente da ABRACORP, quais são as medidas tomadas para tornar o turismo corporativo no Brasil mais atraente?**

Faço uma gestão que sucede a de Rubens Schwartzmann, de quem fui vice-presidente do Conselho de Administração. Demos continuidade ao cronograma dos projetos em implantação e expansão, como o BI ABRACORP – Inteligência de Dados, os comitês temáticos e o fortalecimento da marca ABRACORP na cadeia turística. Cabe

destacar, ainda, a edição dos Guias de Boas Práticas, desenvolvidos com a participação de fornecedores e clientes, e os Princípios de Valor dos Associados. Conteúdo disponível no portal da entidade: [www.abracorp.org.br](http://www.abracorp.org.br)

**Um comentário seu diz o seguinte: “O Brasil é o destino número um no ranking mundial dos países com mais atrativos naturais. E o oitavo com mais atrativos culturais”. Pergunto: com tantos argumentos favoráveis, por que nosso país não acontece, com o devido mérito a que tem direito, com expressividade no mercado turístico (lazer ou corporativo) internacional?**

Os dados são do estudo de competitividade para o Turismo realizado pelo Fórum Econômico Mundial. Dão conta de que o Brasil está em 1º lugar em atrativos naturais, num ranking de 136 países. Porém, em 106º lugar no quesito 'prioridade desse setor'. Transporte e Segurança Pública são complicadores graves. Falta de competitividade dos outros setores também afeta. Para o sociólogo italiano Domenico De Masi, autor do best-seller 'O Ócio Criativo', “o velho problema do Brasil com o turismo é a violência. Trata-se do principal inimigo”. Todos apostamos que o novo governo, de fato, adote uma política de Estado em relação à 'indústria do turismo'.

**“O velho problema do Brasil com o turismo é a violência. Trata-se do principal inimigo”**