

Jeanine Pires: legado da Embratur foi inovar no modo de promover o Brasil



Logo após uma reunião com Mário Moysés; que a substituiu no cargo; na sede da Embratur; Jeanine Pires concedeu uma entrevista exclusiva ao MERCADO & EVENTOS onde fez um balanço de sua gestão e falou dos desafios no trabalho de promoção do Comitê Rio 2016. Depois de explicar que até o início de setembro será realizado um trabalho de transição; ela garantiu que os compromissos assumidos em sua gestão serão cumpridos.

Confira abaixo os trechos desta entrevista.

Transição - "O modelo de transição será feito sem problemas até porque o Mário Moysés tem acompanhado de perto o trabalho da Embratur. É uma pessoa que tem uma experiência importante; que fala diversas línguas e tem um conjunto de qualidade que pode contribuir muito neste trabalho de promoção e comercialização. Hoje fizemos a comunicação aos funcionários de que a agenda internacional até o final do ano será cumprida destacando normalmente a Copa de 2014 com foco maior para as 12 cidades sede; como já vem acontecendo".

Futuro – "Sobre o convite recebido; considero maravilhoso este novo desafio em minha carreira. O trabalho a ser realizado a partir da minha participação nas APOs - Autoridades Públicas Olímpicas; com uma participação compartilhada que envolve vários setores; incluindo turismo e promoção é mais um desafio que espero contribuir que tem a ver com a possibilidade de se trabalhar o legado das Olimpíadas que é importante para se mostrar uma nova imagem do país. Em setembro já receberemos a visita do COI para discutir como isso será feito e a minha experiência acumulada à frente da Embratur pode ser importante neste processo de construção".

Legado - "O Brasil ganhou uma credibilidade nos principais países emissores pela maneira como vem trabalhando o setor turístico e que foi obtida a partir de um trabalho de equipe; e que contou com apoio de parcerias no setor público e privado que viabilizaram programas que ajudaram a solidificar isso; como foi o Plano Aquarela; uma metodologia de se promover o Brasil. Desde que foi iniciado este trabalho de focar as ações da Embratur no mercado internacional; ainda com o Eduardo Sanovicz; temos desenvolvido uma série de ações onde eu destaco o profissionalismo e que se refletiu num resultado acima das pessoas; num legado para a instituição; com um orçamento voltado para países prioritários sem esquecer a melhoria de relacionamento com o mercado por meio de um trabalho de RP no exterior onde fomos premiados. Eu diria que inovamos a forma de divulgar e promover o Brasil com ferramentas como o google maps e os filmes em 3D.

Agradecimento e resultados - Agradeço muito o trabalho em equipe e a todos os profissionais que colocaram toda a experiência acumulada nas áreas onde atuam. É uma equipe comprometida que constrói de forma conjunta os resultados. Todo este trabalho resultou em ações que tem uma agenda com participação em mais de 400 eventos por ano. Registramos nestes seis primeiros meses do ano um crescimento de 13% na entrada de divisas em comparação a igual período do ano passado. Mas para ser uma ideia devemos chegar ao final do ano com quase US\$ 6 milhões em divisas; o que representa um incremento de 130% em relação a 2003. Lembro também que há sete anos tínhamos pouco mais de 400 voos internacionais por semana e atualmente estamos com quase mil voos. Outro aspecto que faço questão de ressaltar diz respeito a nova imagem do país no exterior e basta ver como somos recebidos e respeitados. Isso é resultado de vários fatores e o primeiro deles é a liderança do presidente Lula. A minha saída já foi noticiada no mercado internacional e repercutiu. Isso mostra que o nosso trabalho é reconhecido".

Desafios - "O meu maior sonho e que não consegui completar totalmente foi a mudança no modelo de gestão da Embratur. Ele já está bem fundamentado a partir de um trabalho com o professor Rubem Falconi; um especialista do Brasil. E no momento em que se discute muito a questão das mudanças na gestão pública em diversas áreas; creio que esta é uma condição para que a Embratur cumpra sua função de modo a ser mais competitiva. Isso passa pela criação de uma fundação; uma agência de promoção; uma empresa; enfim; este é um desafio a ser perseguido".

Eleições - "Os novos dirigentes vão encontrar um trabalho de promoção e comercialização no exterior do país estruturado. Os programas de verba descentralizada também independem de quem for eleito e será mantido. Ali não interfere o interesse político de privilegiar um ou outro. Temos um critério já pré-estabelecido com foco na promoção internacional com um orçamento que está no patamar dos grandes players internacionais".

Olimpíadas - "Todo trabalho de promoção e comercialização está atrelado aos investimentos e a melhoria na qualidade do turismo receptivo. O programa de competitividade é um desafio que envolve todos os setores da cadeia produtiva do turismo e da economia com responsabilidades do setor público e privado".