

## **BOAS PRÁTICAS: GERENCIAMENTO DO CENTRO DE CONVENÇÕES DO PANTANAL DE CORUMBÁ**

- Em busca de maior atratividade na oferta turística do destino e sustentabilidade socioeconômica do Centro de Convenções de Corumbá, foi assinado, em julho de 2013, o Termo de Cooperação Mútua entre a Fundação de Turismo do Pantanal e a FECOMÉRCIO-MS/SESC.
- Desta forma o SESC, que buscava iniciar suas atividades no município, passou a administrar o espaço, ao menos por cinco anos, tornando-o o maior e mais completo Centro de Convenções e Cultura do estado do Mato Grosso do Sul. Já se estuda a ampliação do convênio por mais cinco anos, incluindo o II bloco do centro de convenções, que teve as suas obras concluídas no fim de 2014.
- Além de cumprir com sua função inicial de recepção de eventos, o local aderiu a missão do SESC de “contribuir para o desenvolvimento humano e a qualidade de vida dos empregados do comércio de bens, serviços e turismo, seus familiares e por extensão a sociedade, promovendo acesso com qualidade a experiências, informações e ações nas áreas de cultura, saúde, esporte, turismo e educação”, com ambiência de centro de atendimento para turistas e a população em geral.
- De 2009 até a assinatura do termo, o espaço atendia gratuitamente em média 25.000 pessoas/ano, em sua maioria participantes de eventos municipais e de parceiros locais, com alto custo para o setor público, com despesas de manutenção anual na ordem de setecentos mil reais, o que descapitalizava o orçamento já enxuto da Fundação de Turismo, gestora do Centro.
- Outro fator de dificuldade era a carência de recursos humanos para gerenciar um espaço de 4.400m<sup>2</sup>, com a competência exigida em captação, organização e execução de eventos. Atualmente o espaço recebe 120.000 pessoas/ano, entre turistas, população local e participantes dos eventos que sedia.
- Além da maior visitação do espaço, tem-se como resultados da parceria a eficiência financeira e administrativa do Centro; a diversificação da experiência turística e incremento da oferta no âmbito do lazer, cultura e arte; a apropriação do espaço pela população local, gerando o sentimento de pertencimento do espaço que até então era visto como “do turista” (No Centro foi implantado um cinema, por exemplo, o que não existia no destino há mais de uma década); e a formação permanente de agentes culturais.