



# A união faz a força

Secretário de Desenvolvimento Econômico fala de iniciativas que visam fortalecer cada vez mais o comércio



Beto Oliveira

Revista, o secretário de Desenvolvimento Econômico e Turismo de Uberlândia, Dílson Dalpiaz Dias, fala não só deste assunto, como também das parcerias que o Município tem procurado estabelecer com entidades, Governo Estadual e instituições financeiras para facilitar o acesso ao crédito por parte do empresariado. Além disso, Dílson discorre ainda sobre os projetos voltados para o desenvolvimento do turismo na cidade e região, de requalificação do Centro de Uberlândia e também das propostas que estão sendo discutidas para serem implantadas no fim do ano – a data mais esperada pelos lojistas.

Em que pé estão as propostas do Município voltadas para o empresariado de um modo geral?

De acordo com o plano de governo do prefeito Odeldo Leão, nós procuramos tornar Uberlândia uma cidade mais atrativa para os investidores. Não só para os investimentos que vêm de fora, como também das empresas que já estão aqui

O Poder Público e a iniciativa privada podem e devem trabalhar juntos. Em entrevista à CDL e m

instaladas. Temos estabelecido um tratamento equânime até por uma questão de justiça. E isso tem dado resultados. Nestes primeiros 18 meses de governo nós atraímos mais de R\$ 1,9 bilhão, tanto em projetos novos, quanto em expansão.

Se por um lado procuramos criar oportunidades e facilitar a implantação de negócios é importante também o investimento na capacitação do empresariado. Então, trabalhamos com parcerias, por exemplo, com o governo do Estado – fato que não acontecia em Uberlândia há muito tempo. Com esse estreitamento, as fontes de financiamento que o governo de Minas oferece, através do BDMG, estão completamente acessíveis aos investidores que vêm para Uberlândia. Por outro lado, buscamos ainda fazer uma oferta significativa de microcrédito. Desde o primeiro momento a intenção é fortalecer esta oferta, primeiro com o Banco do Brasil e depois com Caixa Econômica Federal. Além da Prefeitura sempre ter apoiado o Banco do Povo e o Banco da Mulher.

A CDL realizou recentemente a Liquida Uberlândia. Como o senhor avalia os resultados da iniciativa?

Foi excelente, inclusive está sendo incluído no calendário oficial do município. Porque além de você movimentar o comércio numa época de baixas vendas, você vai além: cria a oportunidade de capacitação dos lojistas que aderem ao projeto. E também cria um clima propício para aquisição de bens em condições acessíveis, fazendo uma saudável movimentação no estoque do

comércio.

E é benéfico não só para a cidade mas para a região e o Estado. Outras cidades de Minas já estão procurando o Estado para ter os mesmos benefícios fiscais que a cidade teve. É sabido que o Estado parcelou o ICMS em três vezes. Então isto é importante para o fluxo de caixa do comerciante, além de 10 caminhões de prêmios. Então tudo isto cria um clima de expectativa positiva na população.

Dado este sucesso, a Prefeitura apóia a continuidade da iniciativa?

Sem dúvida alguma porque essa já era uma iniciativa de sucesso em outras capitais. Uberlândia foi a primeira cidade do interior de Minas a desenvolver este projeto. E os próprios organizadores do evento se mostraram positivamente surpresos com a organização que Uberlândia teve.

Falando de turismo de negócios, de que forma a prefeitura tem trabalhado para atrair um número maior de eventos?

Hoje o turismo é reconhecida mente uma das grandes vertentes do desenvolvimento econômico e social. Então, tão logo assumimos, tivemos a oportunidade de participar da criação do Circuito Turístico do Triângulo Mineiro. O Circuito permite o acesso aos incentivos do Governo Estadual e Federal. Então, tratamos de organizar este circuito que reúne 15 cidades próximas e, com isso, estamos criando a cultura do turismo na região e, conseqüentemente, atividades auto-sustentáveis na região ligadas ao turismo.



Quanto ao incentivo direto ao turismo de negócios temos participado de feiras e eventos em várias cidades do Brasil, levando o nome de Uberlândia e divulgando a cidade. E mais, nós participamos, inclusive, com recursos materiais para viabilização de eventos de negócios na cidade. Só no ano passado, a Prefeitura investiu mais de R\$ 500 mil na área de turismo de negócios.

E quais as ações já assumidas?

O turismo de negócio tem que estar estruturado de forma que ele se complemente com o turismo de lazer. Porque as pessoas que vêm participar de congressos, seminários, entre outros, passam na cidade dois ou três dias. E muitas pessoas vêm acompanhadas. Então se você tiver um turismo que complemente a atividade destes acompanhantes e estenda a estadia desta família, deste casal, você está trazendo mais divisas e movimentando o comércio.

E hoje parece ser este o grande desafio...

Exatamente. Hoje (11 de setembro), pela manhã, tivemos uma reunião no Conselho Municipal de Turismo, onde temos três câmaras de trabalho: uma de gastronomia, uma de hotelaria e outra de agenciamento de viagens. Estas câmaras justamente funcionam para trazer idéias. Por exemplo, no momento estamos realizando uma reciclagem dos motoristas de táxi. A sinalização turística da cidade também foi uma iniciativa das câmaras. Então nós procuramos fazer com que este turismo complementar se desenvolva em Uberlândia.

E que tipo de produto este turista que vem a Uberlândia consome com mais frequência?

Olha, o turista, normalmente, tem como objetivo a novidade. Então, ele é muito focado nas coisas da região. O nosso Mercado Municipal é um ponto de bastante atração. O artesanato, a comida típica, incluindo os restaurantes típicos de comida mineira, os restaurantes que oferecem churrasco. Além disso, o comércio em geral, porque às vezes, quando a pessoa está em viagem ela aproveita o tempo para adquirir um bem que precisa.

E hoje, nossos lojistas estão preparados para atender esta demanda?

Creio que este é um desafio permanente. Já temos em Uberlândia turistas estrangeiros. Então é sempre um desafio para os nossos estabelecimentos comerciais ter uma pessoa que possa atender adequadamente o nosso turista, que tenham pessoas que dominem, principalmente, as línguas mais universais: espanhol e inglês.

O fim do ano chega e com ele a data mais esperada do ano pelos lojistas. Como a Prefeitura vai trabalhar no sentido de otimizar esta data?

Uma das coisas que já estamos discutindo é o projeto de Natal. Por que você criando um clima adequado, as pessoas vão se sentir atraídas, mais motivadas, mais felizes e automaticamente estarão dispostas a adquirir no nosso comércio local aqueles bens que ela julga importante.

E o que está sendo pensado

para criar este clima?

O que nós pensamos é criar uma linguagem padrão de comunicação. Criar eventos e oportunidades em vários setores da cidade, propiciando uma atividade mais intensa. No ano passado tivemos vários eventos na área da cultura, musicais, em vários locais da cidade. E na medida do possível vamos criar uma iluminação que possa, à noite, refletir uma mensagem positiva, um cenário que transmita o espírito do Natal, que é de confraternização, de alegria.

Um assunto sempre discutido é a requalificação do Centro. Como o Poder Público avalia esta questão?

Isso é fundamental. Tanto que é um projeto discutido pelo prefeito Odeldo Leão. Mas isso ninguém faz só. É um projeto de parceria. Tão logo chegamos aqui começamos a discutir este assunto, mais estreitamente com a CDL, envolvendo toda a ONG G7. Já temos o esboço do que o projeto será e, em breve, será lançado publicamente com as etapas a serem cumpridas. É uma necessidade que o Centro da cidade requer e tanto a Prefeitura quanto as forças vivas da cidade estão cientes disto. Mas é um projeto de fôlego, de longo alcance que nós temos que fazer por etapas. Nós só vamos conseguir resolver problemas crônicos da região, caso do trânsito no Centro, na medida em que tivermos um horário de funcionamento e de coleta de lixo devidamente negociado com os lojistas e o poder público. Então isto vai passar por um grande acordo, um grande entendimento que nós estamos desenvolvendo principalmente com a CDL, que é o principal interlocutor dos lojistas.