

SMART CHALLENGE TURÍSTICO

para o Caminho dos Jesuítas da América do Sul

QUE INOVAÇÕES EMPRESARIAIS PODEM ACELERAR A INTEGRAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA DO CAMINHO DOS JESUÍTAS DA AMÉRICA DO SUL?

UM DESAFIO DE INOVAÇÃO PELA INTEGRAÇÃO TURÍSTICA REGIONAL

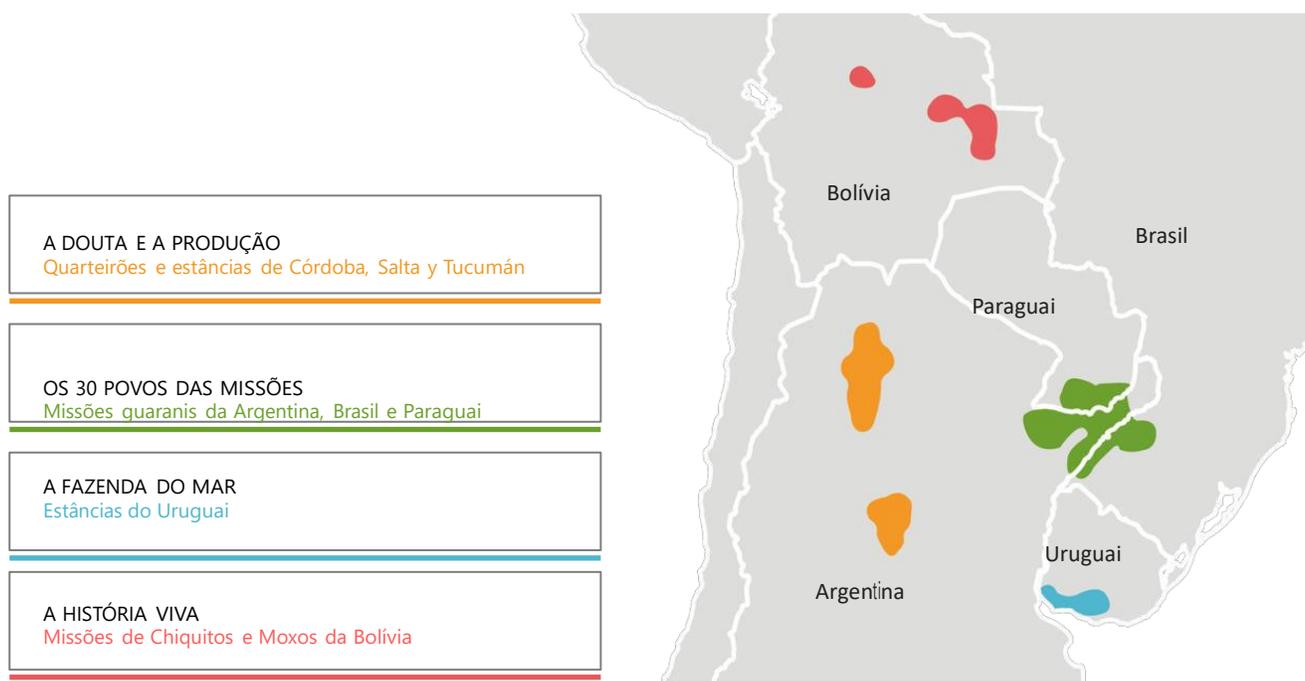
1. Contexto: O Caminho dos Jesuítas da América do Sul

O Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) está apoiando cinco países do Cone Sul (Argentina, Brasil, Bolívia, Paraguai e Uruguai) numa estratégia de integração regional baseada no desenvolvimento de corredores produtivos. O objetivo é fomentar o crescimento inclusivo da economia regional dos cinco países, gerando uma ferramenta útil para o planejamento e a gestão conjunta de investimentos públicos e privados.

Entre os corredores produtivos encontra-se o corredor turístico ligado ao patrimônio cultural jesuítico, um legado histórico compartilhado pelos cinco países, que se desenvolveu entre os anos de 1569 e 1773 e que continua vivo até hoje. Esse corredor inclui 55 sítios do patrimônio jesuítico, 19 deles declarados Patrimônio Mundial da Humanidade pela UNESCO. Diversas experiências internacionais indicam que os projetos transfronteiriços turísticos são eficazes para impulsionar a integração regional. Por isso, na XXª Reunião de Ministros de Turismo do MERCOSUL em 2018, os cinco países entraram em consenso e validaram para este patrimônio a denominação “Caminho dos Jesuítas da América do Sul” (CJ), assim como sua missão, visão e estrutura:

- **VISÃO** (ou como os visitantes no ano de 2025 deverão perceber o CJ): O CJ é a principal rota turística da América do Sul e uma das mais amplas do mundo, reconhecido como itinerário religioso pelo Vaticano e declarado itinerário histórico-cultural pela UNESCO. É um destino escolhido pelos viajantes que querem descobrir o legado espiritual, educativo e organizativo-social dos jesuítas, a natureza a seu redor e a autenticidade de suas etnias e culturas vivas.

- **MISSÃO** (ou a gestão turística do CJ que os países devem alcançar até 2025): O CJ se tornou um referencial para o setor turístico internacional por seu modelo de desenvolvimento, no qual instituições turísticas dos cinco países, empresas e população local colaboram de maneira coordenada no desenvolvimento, gestão e promoção do destino regional. Graças a esse modelo, o Caminho se tornou um destino competitivo e sustentável, que tem conseguido difundir o legado jesuítico e dar valor ao patrimônio cultural e natural dos cinco países com uma identidade regional turística compartilhada.
- **ESTRUTURA:** Atualmente o CJ se estrutura em quatro zonas geográficas principais:
 - a. A DOUTA E A PRODUÇÃO. Quarteirão e estâncias jesuíticas de Córdoba, Salta e Tucumán, na Argentina.
 - b. OS 30 POVOS DAS MISSÕES. Missões guaranis da Argentina, Brasil e Paraguai.
 - c. A FAZENDA DO MAR. Estâncias do Uruguai.
 - d. A HISTÓRIA VIVA. Missões de Chiquitos e Moxos da Bolívia.



Esta conformação geográfica do CJ possibilita muitos relatos diferenciados e complementares entre si. É uma história universal com protagonistas, antagonistas, obstáculos, propósitos e desenlaces que permitem o desenvolvimento de inúmeras experiências turísticas. A seguir encontram-se exemplos de quatro visões diferenciadas para aproximar a narrativa do desenvolvimento de distintos tipos de turismo ao longo do CJ:

- **TURISMO CULTURAL:** O sonho dos Jesuítas. A Companhia de Jesus promoveu uma organização territorial única na América do Sul, que marcou o desenvolvimento sociocultural, religioso e econômico de uma parte da região. É um exemplo de convivência e prosperidade. A Ordem distinguiu-se por um especial interesse pelo ensino e são destacáveis suas contribuições artísticas, astronômicas, cartográficas, etnográficas, botânicas e médicas. O sonho foi truncado pelas complexas relações com outras ordens religiosas e com a metrópole.
- **TURISMO DE NATUREZA E AVENTURA:** As expedições dos Jesuítas por uma natureza indômita. A possibilidade de recriar a vivência jesuíta na Bacia do Rio da Prata, remontando aos rios Paraguai, Paraná e Uruguai, para continuar abrindo caminhos para o Chaco, o Guairá, o Paraná, o Tape e a Chiquitânia. Considerando os lugares onde os Jesuítas levantaram cartografia, sua chegada à América do Sul tem um evidente componente de exploração e descobrimento.
- **TURISMO RELIGIOSO/ESPIRITUAL:** O CJ como percurso para o interior. CJ como um caminho de peregrinação, como um marco para oferecer experiências turísticas de crescimento pessoal (retiros espirituais, meditação etc.).
- **TURISMO ÉTNICO/ETNO-TURISMO:** Cultura viva e legado jesuíta atual. Imersão na cultura e modo de vida das comunidades locais que atualmente moram no CJ, incluindo as reminiscências do legado jesuíta.

O fortalecimento do desenvolvimento turístico do CJ é um instrumento com uma multiplicidade de facetas e adequado para acelerar a integração dos cinco países (Argentina, Bolívia, Brasil, Paraguai, Uruguai). Essa integração tem bases em um acervo histórico, natural e social compartilhado, que oferece a oportunidade de gerar novas alternativas produtivas, relacionadas a atrativos turísticos regionais únicos.

2. O Desafio



O potencial turístico do CJ ainda não foi aproveitado ao máximo, o que fica evidente na persistência de desafios que afetam a seu posicionamento, competitividade e impacto no desenvolvimento das comunidades locais. O planejamento e comercialização de produtos turísticos limitado a visões nacionais e em torno de ícones turísticos mais conhecidos são uma realidade, associada a distintos desafios, entre os quais se destacam aqueles:

- **De caráter logístico/administrativo:** como por exemplo a passagem por fronteiras, a diversidade de moedas, os diferentes requisitos para prestar serviços turísticos ou os diversos níveis de cobertura dos seguros turísticos em cada país;
- **De desenho da oferta turística:** em relação ao qual é preciso ampliar os relatos e narrativas, assim como a oferta, garantindo a complementariedade das narrativas e experiências turísticas ofertadas nos distintos países;
- **De marketing:** já que há uma heterogeneidade de marcas subnacionais e um posicionamento turístico ainda desigual e limitado;

- **De gestão turística:** pela ausência de informação de mercado e déficit de capacidades técnicas;
- **De adequação do nível de investimento público-privado:** para além dos ícones turísticos mais conhecidos;
- **De coordenação intersetorial e empresarial:** para priorizar destinos, circuitos e mensagens difundidas no nível regional;
- **De necessidade de recuperação da crise com a adoção de novos paradigmas:** o COVID-19 retardou planos de investimento e crescimento por parte das empresas turísticas face às restrições de mobilidade e à queda generalizada das chegadas turísticas. Portanto, é importante apresentar soluções integradoras, que acelerem a recuperação da atividade turística considerando os novos fatores determinantes da demanda (como a segurança sanitária). A pandemia oferece uma oportunidade para repensar os modelos de desenvolvimento turístico e identificar os fatores que permitirão a reconstrução do setor turístico de forma mais resiliente. A inovação pode ser um ingrediente para impulsionar o setor turístico de forma mais competitiva, mais sustentável e mais inclusiva.

Este *Smart Challenge* é uma aposta pela criatividade e inovação empresariais como instrumentos para acelerar o desenvolvimento turístico integrado do legado Jesuíta, contribuindo assim a uma recuperação mais rápida da atividade turística após a crise do COVID-19.

As autoridades de turismo dos cinco países, em conjunto com o Grupo BID e com o apoio da Organização Mundial do Turismo, buscam identificar novas soluções empresariais capazes de acelerar a integração turística do Caminho dos Jesuítas da América do Sul.

A principal pergunta que guia o desafio é:

QUE INOVAÇÕES EMPRESARIAIS PODEM ACELERAR A INTEGRAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA DO CAMINHO DOS JESUITAS DA AMÉRICA DO SUL?

Para ser elegíveis, as soluções empresariais propostas deverão ter as seguintes características:

- **Capacidade de acelerar a integração turística do CJ**, propondo inovações empresariais para os desafios mencionados anteriormente ou outros que possam ser demonstrados na proposta apresentada. Será valorizada a capacidade de integração geográfica das propostas, não podendo ser apresentadas soluções empresariais com uma visão apenas nacional (ou seja, deverão incluir pelo menos dois países do CJ).
- **Nível de inovação**, seja em termos de novas narrativas e produtos turísticos, com propostas de adoção tecnológica, ou por meio de novos processos empresariais. Um exemplo de inovação no desenho da oferta seria criar novas narrativas e experiências turísticas, como a da gastronomia missioneira nos diferentes países do CJ, cada experiência com identidade própria, mas complementares com o restante dos países. Um exemplo de inovação na adoção de novas tecnologias seria o uso de realidade aumentada ou virtual para a valorização de recursos jesuíticos. Outro exemplo de inovação para fazer frente ao desafio logístico do uso de diferentes moedas seria a adoção de *tokens* entre as companhias do CJ. Os projetos deverão detalhar o nível de inovação aportado por suas soluções empresariais.
- **Nível de sustentabilidade**, medida em termos de ações específicas e/ou recursos atribuídos a este âmbito no projeto empresarial, cuidando especialmente para a sustentabilidade ambiental, mas também considerando a inclusão social e os vínculos do turismo com as comunidades locais vulneráveis do CJ. Alguns exemplos de sustentabilidade ambiental seriam a redução do uso de recursos não renováveis, o incentivo ao consumo turístico responsável, a reciclagem, o reforço das conexões entre informação turística e ciência ambiental, entre outras possibilidades. Em termos de inclusão social, alguns exemplos seriam a formação profissional de grupos vulneráveis em destinos do CJ, a inclusão de pessoas com deficiência no sistema turístico etc.
- **Potencial de escalabilidade e nível de replicabilidade** em diferentes pontos do CJ.
- **Solvência técnica e diversidade de perfis** da equipe responsável pelo projeto proposto.

3. Quem Pode Apresentar Propostas?

Poderão participar empresas de qualquer setor de atividade, em fase de crescimento, legalmente constituídas em pelo menos um dos cinco países integrantes do CJ (Argentina, Bolívia, Brasil, Paraguai e Uruguai), com uma proposta inovadora para acelerar a integração da oferta turística do CJ. Poderão ser pessoas físicas ou jurídicas, de acordo com a legislação de seus respectivos países.

Também se encoraja que essas empresas se apresentem com parceiros de qualquer um dos 481 países membros do BID, caso seja necessário fortalecer sua equipe ou a proposta de valor da solução empresarial. Nesse caso, a empresa localizada em um dos cinco países do CJ deverá liderar a proposta.

As empresas devem comprovar pelo menos dois anos de atividade antes da apresentação para esta convocatória. Serão priorizadas as empresas viáveis e em fase de crescimento antes da crise do COVID-19, que estejam procurando ampliar e diversificar sua atividade. Serão aceitas propostas de empresas que estejam com suas atividades temporariamente pausadas devido ao COVID-19, sempre que comprovada a sua viabilidade antes da chegada da crise sanitária.



¹ Argentina, Alemanha, Áustria, Bahamas, Barbados, Bélgica, Belize, Bolívia, Brasil, Canadá, Chile, China, Colômbia, Coréia do Sul, Costa Rica, Croácia, Dinamarca, Equador, El Salvador, Eslovênia, Espanha, Estados Unidos, Finlândia, França, Guatemala, Guiana, Haiti, Honduras, Israel, Itália, Jamaica, Japão, México, Nicarágua, Noruega, Países Baixos, Panamá, Paraguai, Peru, Portugal, Reino Unido, República Dominicana, Suécia, Suíça, Suriname, Trinidad e Tobago, Uruguai, Venezuela.

4. Que Apoio as Propostas Ganadoras Receberão?

As propostas ganhadoras farão parte de um Programa de Aceleração Empresarial (PAE) de 12 semanas de duração gerenciado pela Wayra², que: (i) prestará assessoria técnica, legal e comercial especializada e mentorias personalizadas; (ii) dará acesso a clientes potenciais (B2B), a oportunidades de investimento e a redes de colaboradores regionais e internacionais; e (iii) impulsionará o desenvolvimento do ecossistema empresarial necessário para viabilizar a proposta. O PAE consta de quatro etapas, com resultados associados a cada uma delas:

Etapa 1 – Diagnóstico 360°

Objetivos: Analisar, validar e/ou reorientar as hipóteses sobre a solução empresarial proposta. Determinar o nível de viabilidade da solução inovadora apresentada, de forma que seja possível elaborar um plano de intervenção personalizado, focado em fortalecer as áreas mais fracas. Será importante determinar como a proposta se insere no modelo operacional prévio da empresa/empresas participantes e como ela pode fortalecê-las no curto e no médio prazo.

O trabalho incluirá a análise do design/ concepção e desenvolvimento do produto, a identificação dos mercados-alvo, a situação legal e financeira, a adequação problema-solução, validando hipóteses e apoiando quando for necessário para chegar-se à solução empresarial definitiva.

Resultado esperado:

- Plano de ação personalizado para atender ao desafio de integração turística selecionados e à escalabilidade das empresas participantes, com KPIs claros que devem ser alcançados ao final do PAE.

Atividades específicas:

- a) Revisão de toda a informação relacionada à solução empresarial proposta, a equipe de trabalho, as empresas participantes, os destinos nos quais a proposta será desenvolvida.
- b) Workshops e sessões em grupo e individuais com especialistas em ferramentas de *Design Thinking* da Wayra em relação ao desenvolvimento de produto, comercialização, aspectos legais, econômicos e financeiros, digitalização e tecnologias emergentes.

² <https://hispan.am.wayra.com/chile>

c) Elaboração de mapa de atores relevantes para o sucesso da solução empresarial proposta (incluindo competidores).

d) Elaboração do plano de ação para garantir a tração e a viabilidade da solução empresarial, assim como a escalabilidade das empresas participantes.

Etapa 2 - Fortalecimento de Capacidades Técnicas e Empresariais

Objetivo: Fortalecer as capacidades de gestão empresarial para o desenvolvimento e implementação exitosos da proposta.

Resultados esperados:

- Elaboração de um *business plan* detalhado da proposta, a partir do qual as empresas poderão contatar e atrair potenciais parceiros e/ou investidores, fornecedores, clientes potenciais. O *business plan* será pautado na solução empresarial das empresas participantes, para apoiar seu crescimento.
- Realização de capacitação necessária sobre como abordar os potenciais investidores/parceiros/fornecedores/clientes/meios de comunicação.

Atividades específicas:

a) Acompanhamento técnico para a delimitação definitiva da Proposta de Valor e validação com testes de mercado rápidos.

b) Workshop de *growth hacking*: identificação de oportunidades para alcançar resultados rápidos com a proposta. Isso implica projetar e executar diferentes experimentos.

c) Workshops e assessoria personalizada para a captação de capital/financiamento em função de necessidades de cada proposta/empresa participante.

d) Definição do entorno legal e laboral a ser considerado na solução empresarial. Workshops e assessoria personalizada para que as empresas incorporem a regulação a ser seguida nos diferentes países de intervenção à solução proposta. Acompanhamento na identificação de perfis de profissionais e características dos recursos humanos necessários.

e) Identificação de possíveis soluções tecnológicas que ajudem a reforçar a competitividade/produzividade/controlar os custos.

f) Coaching grupal de CEOs: Capacitação dos CEOs das empresas participantes em temas de liderança, trabalho em equipe, tomada de decisões.

g) *One on one - Mentor*: Reuniões personalizadas regulares das equipes com mentores designados para esclarecer dúvidas e acompanhar o processo.

h) *Media Training*: Treinamento com jornalistas e especialistas em comunicação digital para trabalhar na estratégia de comunicação e apoiar as empresas a ganhar visibilidade.

Etapa 3 –Softlanding

Objetivo: Reconhecer as condiciones e características do novo mercado em que se operará, apoiado pelos representantes locais da rede Open Future e Wayra.

Resultados esperados:

- As empresas validam sua proposta de negócio *in situ*, conhecendo a situação real dos destinos nos quais se pretende operar (sempre considerando as condições sanitárias e restrições vigentes).
- São realizados os ajustes finais ao *business plan* da solução empresarial, caso necessário.

Atividades específicas:

a) Reunião Virtual com atores relevantes dos destinos do CJ em que se operará (autoridades turísticas, outros empreendimentos com potencial de competir/colaborar, representantes da sociedade civil e de meios de comunicação)

b) Diretores de Hubs Open Future/ Wayra

c) Reunião com Líderes de Inovação da *Corporate Venturing Latam*

d) *Famtours* (sujeito a condições e restrições sanitárias vigentes)

Etapa 4- Pré-lançamento e Networking

Objetivo: Apresentação da proposta a atores-chave para sua posterior implementação, garantindo condições prévias necessárias para seu êxito.

Resultados esperados:

- Apresentação da proposta a potenciais investidores
- Apresentação da proposta a atores-chave de comunicação dos destinos e mercados-alvo
- Apresentação da proposta a potenciais fornecedores e colaboradores

Atividades específicas:

a) *Meet the companies:* Este evento tem como objetivo principal conectar as empresas a empreendimentos ou instituições dos destinos-alvo.

b) *Investors´ Day:* Espaço no qual os empreendimentos apresentam a proposta a investidores, a *Venture Capital* e *Business Angels* colaboradores, assim como a representantes do setor bancário local em função de suas necessidades.

c) *Rodadas de Negócios:* Evento para que possam conhecer futuros clientes, com reuniões personalizadas.

d) *Reuniões com outros empreendedores regionais:* Reunião com empreendedores da rede Open Future da Wayra do mesmo setor, similares ou complementares. Este espaço buscará identificar lições aprendidas e usá-las em prol das empresas no momento do lançamento comercial e escalado.

e) *Demo Day* Final junto aos meios de comunicação: Evento onde serão mostrados os avanços e marcos cumpridos durante o PAE, com o objetivo de dar visibilidade aos empreendimentos e acelerar a chegada de oportunidades comerciais posteriores.

5. Benefícios Esperados

Espera-se que o PAE acelere o nível de maturidade das propostas selecionadas, reforce a equipe e a proposta de valor e acelere o lançamento das propostas, uma vez finalizado o apoio prestado. Serão geradas todas as condições possíveis para o sucesso das propostas, tanto no âmbito técnico, como financeiro, de posicionamento e relacionamento com atores-chave nos destinos e mercados emissores alvo.

A partir dessa convocatória pretende-se gerar conhecimento e superar alguns dos obstáculos que impedem a existência de uma visão turística integrada do CJ e, conseqüentemente, uma consolidação mais rápida do mesmo como produto no mercado turístico internacional.



6. Critérios de Avaliação

As propostas serão avaliadas de acordo com os seguintes critérios (pontuação total sobre 100):

A. **Capacidade de integração turística** da proposta no marco do CJ, como descrito no ponto 2 destas bases (necessidade de considerar mais de um país do CJ): 20% da pontuação

B. **Nível de inovação** da proposta, como descrito no ponto 2 destas bases: 20% da pontuação

C. **Grau de impacto positivo ambiental e social**: 20% da pontuação. O impacto da proposta sobre o meio-ambiente e sobre comunidades locais será avaliado; esperando-se o máximo benefício em relação a ambos.

D. **Potencial de escalabilidade e replicabilidade da proposta**: 20% da pontuação. A escalabilidade será dada pelo potencial de crescimento e a replicabilidade pela capacidade de replicar a solução em diferentes entornos do CJ.

E. **Solvência técnica da equipe do candidato e de seus parceiros**: 20% da pontuação. Neste ponto será valorizado contar-se com uma equipe de profissionais e com uma solução empresarial já pré-definidos.

7. Como Participar?

O processo de apresentação da proposta inclui dois passos:

Paso 1: Preencher o formulário online, no prazo especificado no ponto 9 desse documento.

Paso 2: Fazer o upload e envio online dos documentos de elegibilidade:

- Currículos dos integrantes da equipe

As empresas selecionadas para participar do programa deverão entregar também:

- Registro legal das empresas que são candidatas
- Estatutos
- Estados financeiros anuais dos últimos dois anos (se houver cese de atividade em 2020, incluir dos anos anteriores)

O não cumprimento da entrega da informação solicitada ocasionará a desqualificação.

8. Processo de Seleção

O processo de seleção terá duas fases:

I. Candidatura

A convocatória estará aberta de 25 de março a 26 de abril de 2021.

Após completar a solicitação online e fazer o upload dos documentos solicitados, uma equipe técnica formada por membros do Grupo BID, da Organização Mundial do Turismo e da Wayra revisará e analisará as propostas.

II. Seleção

Serão selecionadas as propostas com base nos critérios descritos no ponto 6 e segundo cronograma do ponto 9.

9. Datas Importantes

25 de março a 26 de abril

9 de abril

26 de abril

27 abril até 30 de abril

3 de maio

Recebimento das candidaturas

Open Day- Respondemos suas dúvidas

Encerramento das candidaturas

Avaliação de projetos

Pitch de finalistas e anúncio de ganhadores

O BID reserva-se o direito de modificar este cronograma em qualquer momento, sem aviso prévio.