

Brasil investe para atrair endinheirados do golfe

Tainã Bispo

O Brasil planeja entrar na rota dos destinos turísticos de jogadores de golfe. A estratégia de atrair esse público específico não foi uma decisão do acaso. Segundo a Confederação Brasileira de Golfe, os 50 milhões de praticantes do esporte no mundo são consumidores de maior poder aquisitivo que planejam suas viagens sempre levando em consideração o hobby. Além disso, o jogador de golfe gasta entre 50% e 100% mais do que os turistas convencionais - algo em torno de US\$ 500 por dia - em viagens que não duram menos que dez dias.

"É um segmento fiel ao esporte e com gastos altos durante a viagem", afirma Jeanine Pires, presidente do Instituto Brasileiro do Turismo (Embratur), órgão do Ministério do Turismo.

De olho no potencial desse nicho de mercado, as incorporadoras tomaram a dianteira. Nos próximos dois anos, serão inaugurados pelo menos 30 campos de golfe no Brasil, a maioria deles ligados à empreendimentos turísticos como hotéis e resorts. Estima-se que o golfe já movimente cerca de US\$ 500 milhões por ano no Brasil.

Para intensificar a busca por golfistas internacionais, a Embratur fechou uma parceria com o Bureau Brasileiro de Turismo de Golfe, entidade da Confederação Brasileira do Golfe, na semana passada. Serão investidos neste ano cerca de R\$ 1 milhão - mais do que o dobro do valor aplicado no ano passado - em feiras para promover as terras verde-amarelas, capacitação e treinamento dos profissionais do setor e em uma pesquisa sobre o segmento.

Nenhuma das entidades sabe, neste momento, qual será o impacto do projeto no futuro. Porém, é certo que ainda há muito a ser explorado, inclusive entre os praticantes brasileiros do esporte, que vêm aumentando. Hoje, há 25 mil golfistas no país. Há dez anos, eram apenas 7 mil.

Mas a principal aposta do governo e das entidades privadas agora é o turista. "O Brasil ainda é um destino não conhecido. Mas tem potencial para se tornar um dos destinos líderes para o turismo de golfe na América Latina nos próximos cinco anos", afirmou o inglês Peter Walton, presidente da Associação Internacional dos Operadores de Turismo de Golfe (IAGTO, na sigla em inglês) e consultor da parceria entre a Embratur e o Bureau. "O Brasil entende que esse investimento trará benefícios. Será capaz de gerar mais receita e ajudará a atrair eventos de negócios também."

Para atrair esses consumidores, ávidos por conforto e alternativas de lazer - é aconselhável, por exemplo, ter três campos de golfe próximos do resort - o Brasil terá que competir com destinos latino-americanos bem mais conhecidos, como México, Caribe e Argentina.

A aposta da iniciativa privada é alta. Estima-se que um campo custe cerca de US\$ 10 milhões a US\$ 15 milhões - e pelo menos 30 estão em construção no Brasil. Segundo Albert Gauss, coordenador geral do Bureau, a maior parte desses empreendimentos estão sendo construídos em conjunto com resorts e estão localizados em Estados como Bahia, Pernambuco, Santa Catarina. Segundo o Bureau, há diversos grupos empresariais investindo no setor, como Encalso, Odebrecht, o espanhol Sanchez, entre outros.

Até cinco anos atrás, os campos eram de condomínios ou clubes privados. Tanto é que, dos 107 campos de golfe que existem em território brasileiro atualmente, apenas 23 estão ligados ao turismo. Um dos desafios dos empreendedores do setor está relacionado à qualidade dos campos. De acordo com informações do Bureau, há somente seis campos de nível internacional no Brasil.



Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 20, 21, 22 e 23 mar. 2008, Tendências&Consumo, p. B5.