

“Os Jogos do Rio 2016 trarão um impacto de US\$ 11 bi para o PIB”

Meta é ampliar fluxo de turistas estrangeiros ao país de 4,8 milhões no ano passado para 11 milhões em 2020

Fábio Suzuki
fsuzuki@brasileconomico.com.br

À frente do Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur) desde 2006, Jeanine Pires deixou oficialmente o cargo na semana passada e está cotada para assumir a agência para promoção olímpica da Rio 2016 (APO). Com autoridade para falar no assunto, ela aponta os benefícios que a Copa 2014 e a Olimpíada 2016 podem trazer ao país e cita os obstáculos que terão que ser enfrentados até o início dos eventos.

Como avalia a imagem do Brasil no exterior para a atração de investimentos estrangeiros?

A projeção e o protagonismo que o país conquistou em diversas áreas nos últimos anos fazem do Brasil um destino muito atraente para os estrangeiros. Foram US\$ 26 bilhões em investimento externo direto em 2009, um aumento de 150% do que foi investido em 2003.

Qual foi o impacto no turismo pelo Brasil sediar a Copa 2014 e os Jogos Olímpicos 2016?

Houve um grande interesse de investidores tanto em áreas ligadas ao turismo, como também em obras de infraestrutura que têm impacto direto no setor — aeroportos, portos e rodovias. Várias cadeias internacionais de hotéis, como Accor, já anunciaram abertura de novas unidades até 2016. E outras redes, como a canadense Four Seasons, vai iniciar as operações no Brasil.

Há uma projeção da verba que poderá entrar no país por conta dos dois grandes eventos?

A Embratur realizou um estudo detalhado e um planejamento para os próximos dez anos, visando ampliar os benefícios para o turismo com a Copa e os Jogos Olímpicos. Esses dois eventos são momentos chave, mas não podem ser vistos como um objetivo ou um fim, e sim um meio de acelerar processos — de obras, de infraestrutura, de projeção global do país. No Plano Aquarela 2020, colocamos uma meta de chegar a US\$ 17,6 bilhões em divisas trazidas pelos turistas estrangeiros ao Brasil em 2020. Hoje, são cerca de US\$ 6 bilhões anuais. E isso não acontecerá apenas no turismo. Um estudo feito pela Fundação Instituto de Administração (FIA), a pedido do Ministério

“

[Entre os problemas de infraestrutura], aeroportos são sempre um tema importante para o turismo internacional de um país como o Brasil, onde 74% dos estrangeiros chegam via aérea. No turismo interno, a questão se estende também para rodovias. Apesar dos avanços, a oferta hoteleira e a qualificação dos serviços também precisa evoluir

do Esporte, indica que os Jogos Olímpicos trarão um impacto de US\$ 11 bilhões para o PIB brasileiro de 2009 a 2016. De 2017 até 2027, o impacto chegará a US\$ 13,5 bilhões.

Quais foram as ações do governo para aproveitar essas oportunidades?

No final da Copa da África do Sul lançamos uma campanha global de promoção turística com uma série de ações de publicidade e promoção nos principais países do mundo, um forte trabalho de mídia digital e redes sociais para divulgar o que um turista que virá em 2014 e 2016 pode fazer, além de participar dos eventos. O objetivo é aproveitar a grande exposição de mídia espontânea para impulsionar a vinda de turistas estrangeiros antes, durante e depois dos eventos. O país ga-



Jeanine Pires deixou a Embratur na semana passada, após quatro anos na presidência

nhá muito se o turista que vier para os jogos ficar uma semana a mais para conhecer outras cidades. Essa preocupação existe em todo o governo. O Ministério do Esporte, por exemplo, está fortalecendo seu programa de incentivo à formação de atletas de alto rendimento. A área econômica tem ampliado investimentos para infraestrutura. Ou seja, o governo está cuidando do legado dos grandes eventos para o país.

Qual o aumento esperado no fluxo de turistas no Brasil?

A meta estabelecida pelo Plano Aquarela 2020 é alcançar 11 milhões de turistas estrangeiros daqui a dez anos.

Como solucionar o problema da segurança para os turistas?

O impacto da questão de segurança é bem menor no exterior

do que imaginamos. Fazemos pesquisas anuais com os turistas estrangeiros que estão saindo do Brasil e a principal queixa vem da falta de sinalização turística. A questão de segurança aparece em terceiro lugar, atrás também de telecomunicações. Mas esse tema é importante e os três níveis de governo têm dado atenção para essa questão.

Que iniciativas estão sendo realizadas para resolver o problema do idioma para a recepção dos turistas no país?

Quando a Copa foi confirmada no país, um dos primeiros programas que o Ministério do Turismo lançou foi justamente de treinamento do pessoal envolvido no receptivo turístico — taxistas, garçons, recepcionistas — em idiomas estrangeiros. O programa já está qualifican-

do, em inglês e espanhol, 80 mil profissionais de turismo e estudantes da área nos 12 estados que sediarão o evento.

A senhora pode assumir a agência para promoção olímpica da Rio 2016 (APO). Que papel terá a entidade?

A APO é um consórcio dos três níveis de governo para acompanhar a execução e entrega de todas as responsabilidades assumidas pelo poder público com o Comitê Olímpico Internacional, para os Jogos Olímpicos e Paraolímpicos de 2016. Além disso, a APO vai comunicar, dentro e fora do Brasil, o andamento dos projetos, os avanços e toda a preparação do país para fazer um evento que, tenho certeza, vai entrar para a história. Fazer parte desse processo é um desafio maravilhoso. ■