

Embratur corteja japoneses

por Alexandre Pinheiro
de Brasília

Selo de qualidade, chá e guias fluentes em japonês. Os três ingredientes fazem parte da receita da Empresa Brasileira de Turismo (Embratur) para atrair os turistas da terra do sol nascente. Ao longo do ano passado, 14 milhões de japoneses viajaram ao exterior. Para o Brasil, contudo, vieram somente 25 mil, apesar de 1,2 milhão de japoneses e descendentes viverem no País.

Melhorar esse quadro é o objetivo do presidente da Empresa Brasileira de Turismo (Embratur), Caio Luiz de Carvalho, que desembarca hoje no Japão, acompanhando o presidente Fernando Henrique Cardoso em sua mais importante viagem deste ano. Carvalho vai ouvir dos japoneses o que fazer para trazê-los para cá e mostrar que com a estabilização da moeda é hora de eles investirem em turismo por aqui.

Carvalho já tem algumas ações definidas. "As operadoras de turismo japonesas vão treinar os brasileiros", revelou, apontando como o Brasil atrairá esses novos turistas. O treinamento faz parte de um protocolo de cooperação assinado pela Embratur e a Associação Nacional de Turismo do

Japão e se concentrará em pacotes turísticos voltados para o ecoturismo, o Rio de Janeiro e Foz do Iguaçu.

O intercâmbio com a agência de turismo japonesa permitiu ao Brasil descobrir do que eles gostam. "Eles querem safáris fotográficos, ecoturismo e pesca esportiva e adoram a Amazônia e o Pantanal", diagnosticou Carvalho. Com o treinamento oferecido pelas operadoras do Japão, a Embratur quer que os hotéis brasileiros se estruturam para receber os novos hóspedes.

Após o treinamento, a associação de turismo do Japão vai dar selos de qualidade a projetos turísticos brasileiros. Na prática, eles estarão fazendo propaganda de atrações brasileiras ao mesmo tempo em que darão mais segurança a seus turistas que quiserem conhecer o País.

A Embratur quer elevar para 100 mil a média anual de turistas japoneses a visitar o Brasil. Em 1988, quando se comemorou o centenário da imigração japonesa, Carvalho foi responsável pela organização dos festejos. Apesar do apelo da data, somente 38 mil japoneses atravessaram o mundo para visitar o País.

A distância entre os dois paí-

ses é apontada por Caio Carvalho como um dos principais obstáculos à vinda dos japoneses, conhecidos por serem os turistas que mais gastam em viagens: média diária de US\$ 130 dólares per capita, US\$ 10 a mais do que os americanos.

INVESTIMENTOS

A Embratur vai levar ao Japão um leque de opções para investimentos em turismo no Brasil. Ao todo, a Bolsa de Negócios Turísticos criada pela estatal tem 43 novos projetos com investimentos potenciais de US\$ 3,5 bilhões e outro US\$ 1,27 bilhão em propostas de parques temáticos.

A ausência dos japoneses nesse setor da economia brasileira não surpreende Carvalho. "Eles não pensariam no Brasil enquanto a moeda não estivesse estabilizada", afirmou Carvalho, garantindo que este é o momento para atrair o capital japonês.

Entre os projetos que a Embratur leva na bagagem, sete são no litoral nordestino. O Ceará lidera a lista, com três propostas de investimentos em complexos turísticos. Bahia, Pernambuco e Rio Grande do Norte também estão na lista da Embratur, com um projeto cada.