

## "Precisamos divulgar mais o Brasil"

Jeanine Pires atuou por quase oito anos na Empresa Brasileira de Turismo, primeiro como diretora, depois como presidente. Hoje ela percorre os Estados brasileiros no trabalho de consultora no segmento do turismo. É daquelas profissionais que não apenas trabalha com o que gosta, mas convence e traz argumentos contundentes para uma aposta, cada vez maior, no turismo. Sobre o Brasil não tem dúvidas: ainda há muito o que o turismo nacional se desenvolver. Para os empresários que planejam enveredar por esse segmento traz a dica: um bom nicho são os equipamentos mais exclusivos. Questionada sobre em que segmento investiria no turismo, caso fosse empresária, ela destaca: "eu investiria em equipamentos para poucas pessoas e com um nicho de mercado diferenciado. Há uma fragmentação muito grande da demanda de turismo. Você tem clientes novos para esse novo tipo de produto". E Copa do Mundo? Jeanine Pires rebate as críticas de que o Brasil está pagando um preço muito alto para sediar esse evento. "A gente precisa ter a dimensão do que é Copa do Mundo. Se o Brasil concorreu com outros, fez projeto, cidades sedes exaustivamente avaliadas, essas pessoas da Fifa viram que temos capacidade de realização", destaca a consultora, que esteve em Natal participando do 3º Fórum de Turismo, evento promovido por Antonio Roberto Rocha e Gustavo Porpino. A consultora chama atenção que é preciso incentivar mais o mercado nacional e o turismo regional. Sobre isso, ela observa que em outros países 80% dos turistas são da própria região. Em solo brasileiro, essa estatística não chega a 40%. Ainda na análise do mercado nacional, Jeanine destaca que o Brasil precisa explorar mais o turismo e oferecer novos produtos aos turistas estrangeiros. "Precisa divulgar mais o Brasil, melhorar os produtos, mostrar o que ele (o brasileiro) pode fazer e descobrir o seu país. E ao mesmo tempo acredito que fazendo o inverso, fazer os estrangeiros gastarem mais no Brasil. Esse é um desafio", ressalta.

Foto: Marcos Issa



Jeanine Pires: No turismo, o Brasil vai crescer a geração de empregos diretos em 5 por cento, em 2012. Somos o sexto país em termos absolutos que mais gera emprego.

A convidada de hoje do 3 por 4 é uma entusiasta do turismo, uma profissional que atuou na iniciativa pública e privada, e hoje se consolida no mercado como consultora e palestrante.

**A senhora passou pela Embratur, onde foi presidente, e agora está na iniciativa privada, como consultora. O que a senhora trouxe do setor público para iniciativa privada?**

Eu tive uma experiência desafiadora e ao mesmo tempo super interessante porque eu peguei o período em que a Embratur focou o trabalho do Brasil no mercado internacional. Então nós avançamos muito na metodologia de promoção do Brasil no mercado internacional, que é o plano Aquarela. Isso possibilitou não só a gente conhecer melhor o Brasil, mas como posicionar o país no cenário internacional. Tivemos oportunidades em que fomos protagonistas de trabalho junto com o Google de comunicação digital, foram trabalhos interessantes que fizemos. Tivemos oportunidade de trabalhar a Copa da Alemanha, da África do Sul, os Jogos de Inverno de Vancouver, os Jogos de Pequim. Você veja que é uma experiência vasta, vivemos a crise de 2008. E vivemos um período que em 2003 o Brasil não era conhecido e não pautava nada no exterior. A gente passou por um momento a partir de 2007 e 2008 em que todo mundo começou a se interessar pelo Brasil. Isso fez com que a gente criasse um relacionamento internacional. Óbvio que essa experiência (na Embratur, de atuação no mercado) lhe traz um grande grupo de relacionamento, você consegue viver experiência, se relacionar com pessoas do país inteiro e do mundo inteiro. Essa é uma oportunidade que permite abrir os horizontes, ver que as vezes nós brasileiros achamos que só nós temos problemas, mas todos temos problemas. Está lá, Londres fazendo os Jogos Olímpicos com seus problemas específicos. Nós aqui com nossos problemas. Isso serve também para poder desenvolver mais credibilidade que a gente tem capacidade de realizar e de fazer.

**Mas o seu aprendizado no setor público, o que foi de mais preponderante que a senhora levou para o trabalho de consultora?**

A coisa mais importante que você aprende e descobre que eu continuo trabalhando é a importância econômica que o turismo tem para o desenvolvimento de um país. Isso eu não me canso de ler, de estudar. No turismo o Brasil vai crescer a geração de empregos diretos 5% em 2012. Somos o sexto país do mundo em termos absoluto que mais gera emprego (no turismo) e que tem maior importância no impacto direto do PIB. Isso são dados que demonstram que o turismo é o quinto item da pauta de exportação do Brasil. Se estamos falando de turismo, estamos falando de economia, de exportação, de geração de emprego, portanto, da contribuição que o turismo pode dar. Nesse cenário ainda precisa de mais investimento público em todas as áreas.

**Mais investimentos na divulgação do destino turístico?**

Em todas as coisas. Na infraestrutura geral, que é aquela que beneficia toda comunidade, na infraestrutura turística e ao mesmo tempo em promoção. Por isso que a Copa do Mundo e os Jogos Olímpicos são muito importantes para o Brasil. Porque a visibilidade que isso vai trazer para as cidades sedes da Copa ou para o Brasil como

um todo é muito grande. Não se teria dinheiro ou recurso para promover um país como ocorre quando você promove uma Copa ou Jogos Olímpicos. Essa é uma oportunidade. Do lado privado também acredito que a gente precisa avançar muito mais na qualidade dos serviços que a gente está oferecendo, acho que o empresário precisa cada vez mais precisa ser um obstinado por qualidade porque o brasileiro que agora começa a viajar para o exterior e depois vai viajar dentro do Brasil, ele vai querer encontrar no país (Brasil) não só o mesmo preço, mas a mesma qualidade que ele encontrou lá fora. O novo brasileiro que está viajando é um cliente completamente desconhecido nosso. E ainda tem um tema que a indústria do turismo precisa avançar é o desenvolvimento sustentável, do ponto de vista econômico, ambiental e social. O turismo é altamente dependente de recursos naturais. Se você tiver recursos naturais degradáveis, se tiver pobreza, se tiver patrimônio histórico que não é preservado. A indústria poderia colaborar muito mais com a erradicação da pobreza, o emprego, o desenvolvimento sustentável do que ela já colabora. Ela tem muitas práticas, há muitas coisas feitas, mas isso precisa ser ainda o foco essencial do setor.

### **Como a senhora avalia a competitividade do mercado internacional e nacional pelo cliente brasileiro?**

Isso é levado pelo câmbio favorável e o acesso a bens de consumo. Se você for comparar o que fazem os brasileiros no exterior e o que fazem os estrangeiros no Brasil é muito diferente. O brasileiro ele viaja, compra um eletrônico, compra roupa, compra enxoval de bebê porque ele tem acesso a novos bens de consumo ou a bens de consumo que no Brasil são mais caros. O estrangeiro que vem para cá não vem fazer isso. Ele tem as suas necessidades básicas de consumo atendidas porque é uma sociedade que tem um patamar diferenciado de desenvolvimento. Acho salutar que os brasileiros viajem (para o exterior) até porque isso vai ajudar a gente a melhorar a indústria de turismo no Brasil.

### **Mas como fixar o brasileiro no turismo nacional?**

Precisa divulgar mais o Brasil, melhorar os produtos, mostrar o que ele (o brasileiro) pode fazer e descobrir o seu país. E ao mesmo tempo acredito que fazendo o inverso, fazer os estrangeiros gastarem mais no Brasil. Esse é um desafio. Nós poderíamos dizer que tipo de experiência ele poderia ter, que tipo de atrativo ele poderia visitar, o que poderia comprar. A gente ainda não sabe fazer isso com tanta agressividade como fazem os Estados Unidos na hora que estão recebendo um visitante. São clientes diferentes. É difícil a gente comparar. Nossa tarefa é política de incentivo para o brasileiro viajar no seu país.

### **A impressão que temos no Brasil é que o turismo ainda é muito pouco explorado no país, que tem dimensão continental. A senhora tem essa percepção?**

Acho que a nossa atividade está engatinhando. Ela é muito jovem, assim como é em outros países. A gente tem um país do tamanho de continente, ainda pouco integrado ao continente sul-americano. Enquanto em outros países 80% dos turistas são da própria região, aqui nós temos 30% ou 40%. Então a viagem dentro do continente e do próprio país é de longa distância por isso que o mercado regional é muito importante.

Há um grande potencial e muita coisa inexplorada. Por isso que é uma oportunidade para gente também ordenar essa exploração, tanto permitindo a exploração como a experiência do visitante e a preservação.

**Há quem diga que o brasileiro está pagando muito caro pela Copa do Mundo.**

Eu não concordo. Primeiro os estádios estão sendo construídos com financiamento público, mas não com dinheiro público. É um dinheiro que depois vai voltar porque é financiamento. Todas as infraestruturas que serão feitas de mobilidade urbana, de transporte. São estruturas que vão ficar para sociedade. A gente precisa ter a dimensão do que é Copa do Mundo. Se o Brasil concorreu com outros, fez projeto, cidades sedes exaustivamente avaliadas, essas pessoas da Fifa viram que temos capacidade de realização.

**Se a senhora fosse empresária hoje e tivesse que investir em um destino seria onde?**

Eu não tenho resposta. Você tem grandes oportunidades. Mas se fosse na área de sol e praia eu investiria em equipamentos para poucas pessoas e com um nicho de mercado diferenciado. Há uma fragmentação muito grande da demanda de turismo. Você tem clientes novos para esse novo tipo de produto. Se fosse um investimento na área de ecoturismo o Brasil em lugares maravilhosos que você poderia trabalhar.