

NOTÍCIAS ZECA DIRCEU

Tríplice fronteira vive boom de hotéis de luxo

25/06/2011

Ótima reportagem da jornalista Fabiula Wurmeister, da sucursal da Gazeta do Povo, em de Foz do Iguaçu, sobre a economia e os investimentos turísticos na triplice fronteira, entre Brasil, Paraguai e Argentina. Segundo a matéria, os investimentos ultrapassaram R\$ 300 milhões, nos últimos quatro anos, em infraestrutura turística e hoteleira, para atrair um número cada vez maior de visitantes de todas as partes do mundo à região. Confira a matéria na íntegra.

Hotéis de luxo, restaurantes de alta gastronomia e lojas de artigos exclusivos têm assegurado à tríplice fronteira entre Brasil, Paraguai e Argentina um novo status. O maior shopping a céu aberto da América Latina – título pelo qual a região ficou conhecida no mundo nas décadas de 1980 e 1990 – começa a ser desbravado pelos empreendimentos de primeira linha, que têm se adaptado e oferecido cada vez mais opções aos chamados “turistas premium”. Nos últimos quatro anos, os investimentos ultrapassam os R\$ 300 milhões.

A hotelaria tem sido o principal alvo dos investidores. Empreendimentos de cinco e seis estrelas estão entre as inaugurações e projetos para os próximos três anos. Na lista figuram bandeiras como Orient Express, Slaviero, Bourbon e Holiday Inn.

Vizinhos dominam gastronomia e compras

Atreladas à hotelaria, as variedades gastronômicas e de compras à disposição do turista que vai a Foz do Iguaçu encontram espaço e se dividem entre Paraguai e Argentina. A culinária argentina e a excelência dos vinhos atraem consumidores mais exigentes. Segundo o secretário de Turismo de Puerto Iguazú, Jorge Miguel Flores, os restaurantes e enotecas locais têm sido a grande aposta do setor turístico. “Antes as opções eram poucas e mais domésticas. A vinda de hotéis de luxo e a percepção sobre a mudança do perfil dos turistas ajudou muito a ampliar e diversificar o nosso turismo.”

No Paraguai, o turismo de compras ainda é o principal atrativo. A diferença está no perfil dos consumidores. Lojas tradicionalmente voltadas ao turista premium, como a Monalisa, e a recém-inaugurada Sax estão aproveitando os bons ventos para anunciar ampliações. Hoje espalhada por 2,3 mil metros quadrados em três pisos, a Sax ganhará outros dois andares. “Aquele que

compra em grande quantidade continua tendo seu espaço, mas o que busca produtos exclusivos e um bom atendimento passou a ter mais opções”, afirma Gilmar Piolla, presidente do Fundo Iguaçu. (FW)

Estrutura e opções de lazer pesam na escolha

Para os turistas que viajam a lazer e em família, a estrutura diversificada e as opções de recreação para os filhos são os fatores de maior peso na hora de escolher o hotel e o destino. O empresário Rogério Bulhões e a esposa, Marina Moraes Barbosa, dizem que os feriados longe de casa e as viagens de férias, sejam no Brasil ou no exterior, precisam suprir as necessidades tanto do casal como dos três filhos: Victor, 12 anos; Arthur, 13; e Thomas, 4. Os cinco estão hospedados no Bourbon Cataratas.

O investimento de R\$ 30 milhões para a construção de uma nova ala com 155 apartamentos no Mabu Thermas e Resort de Foz do Iguaçu reforça a importância do destino. Segundo o superintendente da rede, Alberto Asseis, a expansão, que será entregue em 2012, se deve à crescente procura por eventos e hospedagem na região.

Entre os atrativos para os hóspedes estão mais duas fontes termais em níveis diferentes de profundidade, além das quatro disponíveis atualmente. O parque aquático e a área de eventos serão ampliados e o hotel vai implementar o conceito de cozinha-show, com preparo de pratos personalizados na presença do hóspede. Outros quatro restaurantes também serão inaugurados nas dependências do estabelecimento.

A atenção aos turistas mirins é uma das apostas do Bourbon Cataratas com o Espaço Turma da Mônica, onde as histórias e os personagens de Maurício de Sousa divertem e educam. “Estamos sempre oferecendo algo novo. Isso ajuda a atrair tanto aquele que se hospeda pela primeira vez como o que conhece e gosta do hotel”, justifica o diretor regional da rede, Francisco Calvo. Em 2010, os quartos e a trilha ecológica foram revitalizados, os restaurantes ganharam varanda e foi inaugurado o Spa Amazônia. Para este ano, o hotel ganhará uma nova entrada.

Diferencial

Para quem prefere a exclusividade da vista do maior conjunto de quedas d’água do mundo, o Hotel das Cataratas – administrado pela Orient Express desde 2007 – prima pelos detalhes. Ao

custo de R\$ 57 milhões, os 193 apartamentos foram totalmente remodelados. Obras de arte decoram vários ambientes. No quarto, os hóspedes são recebidos com um par de sandálias havaianas, jornais americanos, bombons e a previsão diária do tempo.

Em Puerto Iguazú, na Argentina, a rede Hilton investe no conceito “selva cinco estrelas”, e já reservou espaço em uma área verde às margens do Rio Iguaçu. Na reserva Iryapú, no mesmo município argentino, cinco hotéis já foram concluídos. Um deles é o Loi Suites, que promete privacidade e elegância no meio da selva. O hotel atrai principalmente turistas europeus, brasileiros e argentinos. A opção mais exclusiva são os bangalôs com jacuzzi no deck. Inaugurado há dois anos, o empreendimento consumiu cerca de US\$ 30 milhões para sair do papel.

Crescimento

Os empreendimentos, observa o presidente do Fundo de Desenvolvimento e Promoção Turística do Iguaçu, Gilmar Piolla, são resultado de mudanças iniciadas em 2007 para fortalecer o turismo de lazer e de eventos, possível graças às melhorias na infraestrutura. Em quatro anos, o número de voos regulares no aeroporto de Foz triplicou, passando de oito, operados por duas companhias, para 24, incluindo dois internacionais, ofertados por sete empresas aéreas.

Ainda de acordo com Piolla, a região finalmente entendeu que precisa valorizar a vocação turística que tem e investir na qualificação. “O turismo de lazer de luxo, equivalente ao turismo de eventos, é um segmento com maior valor agregado e que, por isso, deixa mais dividendos na cidade. Ao mesmo tempo em que oferece oportunidades melhores, exige mais qualidade.” Esses incrementos, lembra, têm reflexos também sobre o turismo de classe média e estão servindo de preparação para a Copa do Mundo de 2014 e para os Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro, em 2016.