

Portugal já tem cursos para receber chineses

Empresa alemã especialista no acolhimento de turistas chineses aconselha a fazer parcerias com Espanha

Portugal não é um destino para os turistas chineses que vêm à Europa pela primeira vez e querem 'bater' as grandes cidades como Paris ou Londres "para depois chegarem à China e poderem dizer: eu agora sou uma pessoa com uma experiência de viagem intercontinental". Mas tem um "potencial enorme para atrair viajantes mais experientes, com ofertas temáticas e adaptadas às necessidades dos chineses, que são ricos em dinheiro e pobres em tempo, mas em cooperação com outros destinos", com destaque para Espanha. É o aviso que deixa Wolfgang Arlt, presidente e fundador da COTRI (China Outbound Tourism Research Institute), instituição sediada na Alemanha e especializada em formação, consultoria e certificação no acolhimento de turistas chineses, com presença em 30 países.

Apostar na experiência dos vinhos, em programas de viagens envolvendo também Espanha, França ou Itália, além de experiências exclusivas, como a observação de baleias nos Açores, é o rumo que Portugal deverá seguir para atrair estes turistas em maior escala. "Não faz sentido tentar convencer chineses a visitar apenas Portugal, um país cuja população é metade da cidade de Pequim", faz notar o fundador da COTRI, instituição que passou



Wolfgang Arlt, fundador e presidente da COTRI, no lançamento do programa de formação em Lisboa FOTO ALBERTO FRIAS

a estar representada em Portugal através da Edeluc, consultora de negócios nacional virada em exclusivo para a China.

"A COTRI vai trabalhar com hotéis, restaurantes ou lojas de

O turista chinês vem para gastar dinheiro, raramente fala outra língua, consome serviços de luxo, mas tem pouco tempo

luxo e dar formação aos seus colaboradores para que possam adaptar os seus serviços aos turistas chineses e assim ter uma certificação, tal como há as estrelas Michelin", explica Fernando Costa Freire, sócio-gerente da Edeluc. "O turista chinês em muitos mercados é o que mais gasta *per capita*. Vem gastar dinheiro, raramente fala outra língua, procura serviços e hotéis de luxo, mas tem pouco tempo para despender", resume. "É um turista que quer ter o

maior número de experiências num curto espaço de tempo e tem necessidade de um nível de acolhimento nos hotéis que vai desde o tipo de refeições à necessidade de ter canais chineses de TV nos quartos, por exemplo. Mais importante ainda é a expectativa de experiência que estes turistas querem ter, e para as quais os hotéis devem estar preparados".

Wolfgang Arlt frisa ainda que para este tipo de turistas "a questão mais importante é se são tratados com respeito en-

quanto chineses e se têm informação disponível em chinês, independentemente de poderem falar outras línguas". O 'guru' no atendimento a turistas chineses frisa ainda que "os viajantes da China mais experientes, que não visitam a Europa pela primeira vez, já procuram ter experiências exclusivas num curto espaço de tempo, afirmando a sua autoimagem e estilo de vida, e querem ser vistos como viajantes globais" sendo este o segmento em que Portugal se deverá posicionar.

DE OLHO NA CHINA

■ A China já é o maior emissor de turistas no mundo: cerca de 100 milhões de chineses viajaram para fora do seu país em 2013

■ França recebeu no ano passado 700 mil turistas chineses, a Alemanha 600 mil e Espanha 300 mil

■ Portugal recebeu 53 mil turistas chineses em 2012, geradores de mais de 100 mil dormidas

"Portugal tem um enorme potencial junto do mercado chinês por já ser conhecido na China, graças ao longo historial de relações via Macau", lembra o fundador da COTRI, aconselhando a indústria turística portuguesa a "concentrar-se menos na cooperação com operadores chineses de viagens em pacotes e mais na operação de segmento elevado, virada para turistas que procuram viagens individualizadas e organizadas à medida".

CONCEIÇÃO ANTUNES

cantunes@expresso.imprensa.pt