

Mais*

A AMPLIAÇÃO DA MALHA DA GOL É UMA DAS APOSTAS DO SETOR PARA RETOMADA DO TURISMO

NARA GENTIL



Turistas no Centro Histórico: apesar da pandemia, Salvador segue como um dos principais destinos do país

mo da Bahia, tem sido feito todos os esforços possíveis para manter os estabelecimentos abertos. "Muitos hotéis estão fechados e há uma grande perda de postos de trabalho, mas o setor tem tentado seguir. O trabalho está focado nos turistas nacionais e também do interior do estado", afirmou.

Já Jorge Pinto, vice-presidente da Abav, conta que não tem faltado empenho dos agentes de turismo. "As agências estão se virando como podem. Fazem promoções, eventos. Elas investem em divulgação e até criaram pacotes adaptados ao momento na tentativa de reaver os turistas perdidos", conta.

É o caso, por exemplo, da agência Bahiatravel que, em parceria com alguns hotéis, ampliou a diária para 32 horas e criou pacotes com pets incluídos. "Criamos projetos como 'Meu escritório é na praia', onde os hóspedes podem trabalhar com toda estrutura de internet, num local reservado e silencioso. Aderimos à tendência de estruturação para atender famílias com pets. Estamos sempre atentos às necessidades do público, que a cada dia têm mudado", diz Michele de Souza, gerente comercial.

O setor hoteleiro segue o mesmo caminho. "Além de um volume de divulgação em plataformas digitais muito grande, o segmento tem se movido para garantir oportunidades que sejam bem vistas por possíveis hóspedes. Há muitos hotéis, por exemplo, que fazem promoções em que o cliente compra três noites e ganha uma de graça, incluindo as refeições", informa Luciano Lopes, presidente da Associação Brasileira da Indústria Hoteleira (ABIH-Bahia).

Viviane Pessoa, diretora de marketing e vendas do Gran Hotel Stella Maris, diz que, desde o retorno das operações no ano passado, o hotel está se reinventando. "Pensando que agora o cliente fica mais no hotel, criamos, por exemplo, tarifas mais competitivas e incluímos uma ou duas refeições para evitar que o cliente precise circular para se alimentar", afirma.

***SOB SUPERVISÃO DA CHEFE DE REPORTAGEM PERLA RIBEIRO**

Salvador monta plano para retomar turismo

Capital baiana investe em divulgação e parceria com empresa aérea para aquecer setor

Wendel de Novais*

REPORTAGEM
wendel.novais@reddebahia.com.br

Com números relativos à pandemia melhores que de outras capitais, o setor de turismo de Salvador segue se empenhando para apresentar a cidade como um destino seguro e repleto de opções de lazer. Com foco nos turistas nacionais, o poder público e a iniciativa privada estão realizando uma série de ações promocionais para divulgar a capital baiana e assim "seduzir" os que buscam um local para passear. A Secretaria Municipal de Cultura e Turismo (Secult), por exemplo, promove, no mês que vem, atividades em parceria com a Gol, que transformou Salvador em um de seus hubs, estabelecendo 44 conexões nacionais mensais com a cidade.

"Nesse hub da Gol, milhares de pessoas passarão pelo aeroporto de Salvador para fazer uma conexão. O que a gente propôs foi a expansão

da conexão. Ao invés de passarem horas, as pessoas podem passar dias sem pagar uma nova passagem e ganhar entradas gratuitas em equipamentos da prefeitura como incentivo para explorar a cidade", diz Fábio Mota, titular da Secult, acrescentando que a proposta está bem "encaaminhada".

O turismo é um dos setores mais afetados pela pandemia em todo o mundo e, em Salvador, não é diferente. Segundo a Secult, de janeiro a abril de 2020, a cidade recebeu 2,4 milhões de visitantes. Já no mesmo período deste ano, este número ficou em 1,5 milhão. Vale lembrar que 84% da renda do município vem da área de serviços que, por sua vez, tem 30% das suas atividades ligadas ao setor de turismo.

Fábio Mota informou ainda que está previsto, em parceria com a Gol, o treinamento de agentes e operadores de turismo de cidades com mais embarques de turistas para Salvador. "A intenção é colocar Salvador na vitrine. Te-

mos uma cidade qualificada e vamos promovê-la. Vivemos um momento onde as viagens internacionais desapareceram. Então, montamos uma estratégia de atração do turismo interno, seja ele do interior ou do resto do país", explica Mota, que vê como ponto de exploração os voos diretos para cidades como Ilhéus, Porto Seguro, Barreiras e Vitória da Conquista estabelecidos com a ampliação de conexões da Gol.

Ainda em junho, a Secult e a Associação Brasileira de Agências de Viagens (Abav) vão promover 20 programas com historiadores e guias turísticos, que vão simular passeios em praias, ambientes culturais, centros gastronômicos e locais para esportes náuticos, que estão disponíveis para visitação respeitando os protocolos sanitários. As transmissões ocorrerão no perfil do facebook do Visit Salvador da Bahia.

PROMOÇÕES

Segundo Silvio Pessoa, presidente da Federação de Turis-

“A intenção é colocar Salvador na vitrine. Vivemos em um momento onde as viagens internacionais desapareceram. Então, montamos uma estratégia de atração do turismo interno, seja ele do interior do estado ou do resto do país Fábio Mota

Secretário Municipal de Cultura e Turismo