

UILER COSTA/DIVULGAÇÃO



Prefeito lista investimentos em atrações turísticas

O tradicional bairro de Santo Antônio Além do Carmo, no Centro Antigo de Salvador, é um dos mais procurados pelos turistas

O prefeito Bruno Reis ressaltou, durante a coletiva de anúncio do programa, os impactos que a pandemia gerou nos cofres da prefeitura, mas afirmou que não deixou de olhar para outros setores e que os recursos aplicados no turismo são vistos como investimento. “Só a conta de cinco meses de hospitais de campanha, de gripários e tendas demandou R\$ 131 milhões. A pandemia absorveu uma grande parcela de recursos públicos, mas isso não nos afasta dos nossos objetivos e compromissos”.

Bruno afirmou que a Casa da Música deve ser aberta em agosto. O Arquivo Público da Cidade deve ficar pronto no início de 2022. Além disso, hoje deve ser dada a ordem de serviço para requalificação total do Museu da Misericórdia e, até o dia 15 de agosto, a de recuperação do Mercado Modelo. Ele antecipou, ainda, a recuperação do Monumento Mário Cravo, a criação de um memorial em homenagem às vítimas da covid-19 e aos profissionais de saúde, e a implantação de uma roda-gigante inspirada na London Eye.

Segundo Reis, a Casa da Música deve ser inaugurada em agosto; cidade ainda vai ganhar novo monumento e uma roda-gigante

Que todos sejam bem-vindos

Iniciativa quer aumentar atração de visitantes na próxima alta estação

Carolina Cerqueira*

REPORTAGEM
carolina.cerqueira@reddebahia.com.br

Salvador passa a contar, a partir do próximo dia 30, com um novo projeto de atração de turistas para aquecer o setor responsável por 30% da geração de renda da capital. O Road Show Salvador 2021 vai promover a capital baiana em mais de 10 cidades do Brasil e da América do Sul. A iniciativa é da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis – Bahia (ABIH-BA) com patrocínio de R\$ 300 mil da prefeitura. O projeto é dividido em três etapas: Road Show, Fam Show e Hospitality Experience.

O anúncio foi feito ontem em coletiva de imprensa no Teatro Gregório de Mattos. O objetivo é aumentar a vinda de pessoas oriundas dos principais mercados emissores de turistas para Salvador. De acordo com o Observatório do Turismo, os hotéis da cidade tiveram uma ocupação de 34,5% no Verão 2020/2021. Para o Verão 2021/2022, a previsão de ocupação vai de 51,81% a 75,94% a depender do cenário analisado.

Estamos fazendo a requalificação da orla de Itapuã, Stella Maris, Praia do Flamengo e Ipitanga para melhorar o turismo de sol e praia
Fábio Mota

Secretário municipal de cultura e turismo

A primeira etapa do projeto é voltada para a capacitação de canais de vendas do turismo, incluindo cerca de 2 mil operadores e agentes de viagens nas cidades de Porto Alegre (RS), Aracaju (SE), Rio de Janeiro (RJ), Brasília (DF), Goiânia (GO), São Paulo/ABC (SP), Belo Horizonte (MG), Curitiba (PR), e Buenos Aires e Córdoba (ambas cidades na Argentina), e Santiago (Chile).

As segunda e terceira fases – Fam Show e Hospitality Ex-

perience – serão realizadas concomitantemente em novembro, quando também acontece uma rodada de negócios para firmar parcerias e pacotes. Serão trazidos para a cidade ao menos mil agentes de vendas e profissionais que influenciam a decisão de viagens do público final.

De acordo com o secretário municipal de cultura e turismo Fábio Mota, a média de dias que o turista fica hospedado em Salvador está em 6 e o objetivo da pasta é aumentar esse período para 10. A aposta está no turismo religioso e na melhoria da Orla. “Estamos fazendo a requalificação da orla de Itapuã, Stella Maris, Praia do Flamengo e Ipitanga para melhorar o turismo de sol e praia”, diz. “O turismo religioso sempre foi uma aposta. Nós estamos em franco desenvolvimento de roteiros”, completa.

O vice-presidente da Associação Brasileira das Agências de Viagem (Abav-BA), Jorge Pinto, se diz otimista com o projeto. “Já estamos tendo um crescimento progressivo e a ideia é que esse aumento se acelere já a partir de setembro”, afirma.

*COM ORIENTAÇÃO DA CHEFE DE REPORTAGEM PERLA RIBEIRO

Projeto de lives alcançou mais de 1 Mi de visualizações

Nesta terça (27) também foi apresentado o balanço do projeto Live Tour Salvador, realizado de 13 a 23 de junho pela prefeitura em parceria com a Associação Brasileira das Agências de Viagem (Abav-BA). Foram 11 edições de lives, com mais de 13 horas de conteúdo, 18 agências de receptivo participantes e mais de 70 atrações turísticas apresentadas ao mundo pela internet. As transmissões alcançaram mais de 1 milhão de visualizações e mais de 52 mil interações nas redes sociais, além de 250 mil visitas ao site salvadordabahia.com. Os programas foram conduzidos pelo jornalista José Raimundo e contaram com a participação de guias, historiadores e especialistas.

“Fomos surpreendidos com esse projeto. As agências de viagem do receptivo tiveram a oportunidade de mostrar a todos que estavam assistindo o trabalho que é feito junto aos turistas”, celebrou a presidente da Abav-BA, Ângela Carvalho. Segundo a Secult, a Live Tour aumentou de 31,9% para 25,6% a média de ocupação de quartos de hotéis na cidade entre os períodos de 13 de março a 12 de junho e de 3 de junho a 23 de julho.

Fomos surpreendidos com esse projeto. As agências de viagem do receptivo tiveram a oportunidade de mostrar a todos que estavam assistindo o trabalho que é feito junto aos turistas
Ângela Carvalho
Presidente da Abav-BA