

# Parceria promove Salvador como destino

## Poder público se une ao privado para "vender" imagem da capital baiana

Sempre em busca de alternativas criativas para promover a captação de turistas, além de novos e rentáveis negócios para a capital baiana, a Secretaria Municipal de Cultura e Turismo (Secult) firmou parceria com a Salvador Destination para a implantação do programa "Salvador Nice to Meet You". A ação busca apresentar o "produto Salvador" a operadores de turismo, empresários, jornalistas e editores de fora da Bahia, visando maior capacidade de atração de visitantes e recursos para a cidade, a partir da exposição de suas belezas naturais, infraestrutura hoteleira e a aptidão natural da cidade para receber bem quem chega de fora.

Desde 2015, as estratégias da parceria conseguiram captar 68 eventos com capacidade de trazer 44 mil tu-

ristas para tratar exclusivamente de negócios, gerando 132 mil pernóites ou diárias de hotéis nas atividades que prosseguem ocorrendo até 2018, que, ao final, resultarão na emissão de aproximadamente R\$ 128 milhões de entrada de recursos para a capital baiana. As ações com promotores de congressos, empresários e jornalistas já trouxeram cerca de 1.500 pessoas para Salvador, segundo o presidente da Salvador Destination, Paulo Gaudenzi.

"Em parceria com a Prefeitura, realizamos inúmeros workshops Brasil afora e também em outros países, buscando associação com empresas sérias do setor de turismo, sempre com o foco de apresentar Salvador ao resto do mundo mostrando que, mesmo com o panorama econômico desfavorável, houve um crescimento significativo no fluxo hoteleiro da cidade. E isso se deve ao cuidado que a Prefeitura tem com a capital baiana, recuperando não apenas a cidade, mas a autoestima dos cidadãos", esclarece Gaudenzi.



Gaudenzi destaca parceria com Prefeitura para divulgar Salvador internacionalmente

**INVESTIMENTO** Apostando na ideia, o Executivo municipal está investindo cerca de R\$ 740 mil para a promoção da cidade em mercados emissores definidos como estratégicos, a exemplo de São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Santiago (Chil), Bogotá (Col) e Buenos Aires (Arg). O "Salvador Nice to Meet You" atua por meio da realização de rodadas de negócios com

dirigentes locais e nacionais das entidades realizadoras de eventos técnico-científicos.

A proposta também prevê a participação da capital baiana em eventos externos e a criação de um banco de dados de eventos, com o objetivo de inserir a capital baiana no circuito internacional. "O retorno tem sido bastante positivo e eficaz na divulgação das principais atrações

da cidade, sejam elas visuais, gastronômicas, de conforto e hospedagem ou lazer. Hoje Salvador possui uma orla totalmente requalificada, hotéis e restaurantes de qualidade e toda uma gama de produtos para apresentar àquelas pessoas que já conhecem e àqueles que ainda pensam em visitar a capital baiana", explicou o titular da Secult, Cláudio Tinoco.

## PRODETUR

# Projetos beneficiarão região central

Estimulados pelo Programa de Desenvolvimento do Turismo (Prodetur) de Salvador, os avanços em infraestrutura que visam mudar a cara da região central da capital baiana devem ter as licitações para obras abertas nos próximos 15 dias. A requalificação urbanística da Avenida Sete de Setembro e da Praça Castro Alves, cujos projetos de autoria da Fundação Mário Leal Ferreira (FMLF) estão em fase final de produção, são alguns desses exemplos. As intervenções tiveram contratos assinados no mês de junho, junto ao Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), e devem ser iniciadas no ano que vem.

"O primeiro passo está sendo a contratação de uma consultoria para dar apoio gerencial ao projeto. Para tanto, selecionamos cinco empresas no primeiro momento, que apresentaram suas propostas no dia 13 de novembro à comissão avaliadora", destacou o coordenador do Prodetur, Érico Mendonça. O resultado da seleção está previsto para dezembro deste ano.



Requalificação da Avenida Sete é um dos projetos previstos no Prodetur

**CRONOGRAMA** No dia 6 de novembro, foram recebidos os portfólios para contratação de uma empresa para elaborar o plano de marketing de Salvador e as propostas já estão em fase de análise. Em seguida, será feita a seleção das seis melhores colocadas, de acordo com os critérios do BID, até chegar à proposta vencedora, com resultado também estimado para dezembro. Outra licitação prevista para o programa refere-se à contratação de empresa

para supervisionar as obras da requalificação Avenida Sete/Praça Castro Alves.

Além disso, o programa vai licitar a contratação de consultoria especializada em pesquisas. A empresa vai fazer a mensuração, a partir da análise feita com 1.500 pessoas nos principais portões de saída da cidade (aeroporto, rodoviária, ferryboat), a fim de saber o perfil e a opinião dos visitantes em relação à capital baiana. "Queremos saber o que eles gostaram na cidade,

o que não gostaram tanto, a faixa etária desses visitantes e a origem de cada um. As consultas ocorrerão na alta, baixa e média estação de 2018, nos meses de janeiro, abril e setembro, respectivamente", detalhou Érico Mendonça.

Também haverá licitação, com previsão para o fim deste mês de novembro, para o Plano voltado a fortalecer as oportunidades de trabalho para a população afrodescendente da capital baiana, no turismo étnico-afro.

## PRAIAS E MUSEU

Em relação à requalificação dos trechos das orlas de Stella Maris, Praia do Flamengo, Ipitanga e Barra/Ondina, os projetos passam por revisão para adequação aos critérios estabelecidos pelo BID, e serão encaminhados nos próximos dias para aprovação. O mesmo acontece em relação à criação do Arquivo Público de Salvador e o Museu da História da Cidade, ambos na Praça Cairu, bem perto de dois dos maiores símbolos do turismo de Salvador: o Mercado Modelo e o Elevador Lacerda.

## PRODETUR

O Prodetur está estruturado em quatro eixos. Dois deles são: produto turístico competitivo e socialmente inclusivo, que inclui melhorias na infraestrutura da cidade, e comercialização turística, com a criação de um plano estratégico de marketing turístico. Outros dois eixos são fortalecimento institucional e gestão ambiental. Serão investidos US\$ 105 milhões, metade com recursos próprios da Prefeitura.