

Wendel de Novais*

REPORTAGEM

wendel.novais@redebahia.com.br

Com o avanço da vacinação e a redução dos indicadores da covid-19, a retomada da economia baiana vai se intensificando. No caso do turismo – um dos setores dos mais afetados pela pandemia – o retorno já está sendo articulado em todo o estado. Ontem, a Secretaria de Turismo do Estado (Setur-BA) lançou o plano estratégico Viva Turismo Bahia, que vai apoiar a retomada das atividades no setor em quatro eixos: protocolos de biossegurança, capacitação profissional, promoção dos destinos e obras de infraestrutura (veja a lista de ações no quadro ao lado). Plano que vai oferecer 5.920 vagas para capacitação e qualificação profissional, sendo 4 mil para profissionais de diversas funções no setor e 1.920 para empresários que vão receber orientações de como empreender na retomada em uma ação que conta com a parceria do Sebrae.

Maurício Bacelar, secretário do Turismo da Bahia, destacou que o plano é pensado em quatro eixos para viabilizar o sucesso da retomada. "Com muita responsabilidade, estamos pensando na retomada do setor e criando um plano de retorno amplo, ancorado nestes quatro pilares que se mostram fundamentais na hora de pensar essa volta. E o governo está preparado para auxiliar nisso com investimento, promoção do setor ou mesmo o apoio a qualificação do turismo no nosso estado", afirmou Bacelar.

O secretário acrescentou: "A pandemia foi severa em todos os setores, mas foi muito mais incisiva no turismo. Turismo quer dizer deslocamento e agora, com avanço da vacinação, podemos retomar a atividade turística no estado. Com as iniciativas previstas no plano Viva Turismo Bahia, vamos recuperar o patamar de antes da pandemia, voltando a gerar emprego e renda", afirmou.

As ações destinadas à capacitação de milhares de profissionais do setor ganharam destaque no lançamento do plano. Isso porque, só com as 4 mil vagas disponíveis em turmas que começam a ter aula já em outubro, profissionais como as baianas de acarajé, guias turísticos, motoristas, servidores de hotéis, barmans e diversas outras funções terão não só a chance de agregar conhecimento para trabalhar neste retorno, mas também se inserir no setor que sofreu com demissões, principalmente, em 2020.

De acordo com o Observatório de Turismo da Bahia, no ano passado, 60,6% das 368 empresas baianas ouvidas em uma pesquisa sobre o impacto da pandemia relataram ter precisado demitir colaboradores para enfrentar o momento difícil.

Com as iniciativas previstas no plano Viva Turismo Bahia, vamos recuperar o patamar de antes da pandemia, voltando a gerar emprego e renda

Maurício Bacelar

Secretário do Turismo da Bahia

Serão mais de 40 cursos de qualificação para camareira, taxista, recepcionista, entre outros. Tudo isso para que o turista entenda a Bahia como um produto de excelência

Davidson Magalhães

Secretário do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte

Temos que buscar a capacitação da mão de obra do turismo da Bahia de forma permanente. Não só nessa retomada, mas de forma contínua nas nossas 13 zonas turísticas

Luciano Lopes

Presidente da ABIH-BA

Infelizmente, o plano foi construído sem consultar os verdadeiros operadores do turismo, que são agentes de viagens, guias, donos de hotéis, donos de restaurantes

Silvio Pessoa

presidente da Federação Baiana de Turismo e Hospitalidade do Estado da Bahia (Febha-BA)



Bahia lança plano para a retomada do turismo

Ação prevê, dentre outras coisas, a capacitação de quase 6 mil profissionais

A qualificação destes profissionais já era um pedido antigo dos municípios de características turísticas, segundo Davidson Magalhães, secretário do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte (Setre), que compareceu ao evento, assinou um protocolo de colaboração entre Setre e Setur e disse que os resultados dessa parceria serão quase que imediatos.

"O fruto desse protocolo que estamos assinando hoje (ontem), que é o programa de qualificação, vai ser lançado imediatamente agora no mês de outubro, com as primeiras turmas para que, quando a

nossa alta estação chegar, já termos passado por esse grande processo de qualificação", garantiu. "Serão mais de 40 cursos de qualificação para camareira, taxista, recepcionista, entre outros. Tudo isso para que o turista entenda a Bahia como um produto de excelência", acrescentou.

CULTURA

Já a Secretaria Estadual da Cultura (Secult) também assinou um termo de colaboração com a Setur para participar ativamente do Viva Turismo Bahia. A secretária Arany Santana destacou a união entre as secretarias. "Cultura e turismo são irmãos siameses, trabalhos que precisam agir em conjunto para dar ainda mais visibilidade a uma Bahia que tem sim o litoral como destaque, mas tem muito mais quando se fala de turismo. Seja na caatinga, na Chapada Diamantina ou em qualquer outro ambiente turístico do estado".

Estado aposta no avanço da vacinação contra a covid-19 e nas belezas naturais para atrair cada vez mais turistas

A proposta da Secult é divulgar as manifestações e tradições para fortalecer a diversidade cultural da Bahia. "Já somos parceiros da Setur de longa data. Nós entendemos que o turismo pode se fortalecer e enriquecer mostrando essa diversidade que é a Bahia. Precisamos que o turista entenda o jeito de ser baiano e conheça o grande patrimônio histórico e material que a Bahia oferece", disse Arany Santana.

REPERCUSSÃO

O empenho em capacitar os profissionais da área foi, inclusive, o que mais agradou Luciano Lopes, presidente da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis da Bahia (ABIH-BA), que elogiou a medida, mas pontuou que isso precisa superar a retomada. "O turismo é uma atividade baseada em serviço e, consequentemente, depende muito das pessoas. Então, temos que buscar a capacitação da mão de obra do turismo da Bahia de forma permanente. Não só nessa retomada, mas de forma contínua nas nossas 13 zonas turísticas para melhorar o nosso serviço prestado ao cliente final", ressaltou.

Lopes disse ainda que a construção de planos como este é fundamental para apoiar o processo de retorno do setor e que a ABIH-BA vê o Viva Turismo Bahia com bons olhos porque a estratégia é focada em pilares que julga como essenciais ao turismo.

"É importante ter um plano porque a atividade turística já está em retorno. E esse é um



PREINCIPAIS AÇÕES

● BIOSSEGURANÇA

Publicação do protocolo de segurança sanitária para os seguintes prestadores de serviços: meio de hospedagem, alimentos e bebidas, agências de receptivos e atrativos, transporte turístico, acampamentos e guias e condutores

Verificação das medidas de prevenção à covid-19

● CAPACITAÇÃO

Capacitação de 4 mil profissionais ligados ao turismo. Capacitação, em parceria com o Sebrae, de 1.920 empresários

Realização de 48 oficinas empreendedoras

Apoio aos empreendedores, através de teleatendimento com informações sobre acesso ao crédito e capacitação

Capacitação de gestores e técnicos dos 133 municípios

Auxílio na elaboração de projetos e captação de recursos

Apoio na definição dos segmentos turísticos prioritários

Subsídio na formatação de novos roteiros e produtos

● PROMOÇÃO

Projeto Volte Sempre Bahia voltado avaliação dos destinos turísticos da Bahia

Campanhas e sorteios de prêmios ao turistas

Projeto Bahia Redescobre a Bahia com o incentivo ao turismo regional

Projeto Divulga Bahia que entrará em um evento de promoção no mercado emissivo de Manaus

Participação em eventos de turismo como Abav Expo Internacional e Brasil Travel Mart

Captção de eventos

Road Show em dezembro que passará pro Belo Horizonte, Rio, Salvador, Recife, Porto Alegre, São Paulo, Brasília e Ribeirão Preto

Participação na convenção dos municípios brasileiros em Lisboa

Ativação da Estrada do Chocolate

Ações integradas com a Secult como o Projeto Capoeira Forte, a promoção das festas populares e a ativação da agenda cultural dos municípios

● INFRAESTRUTURA

Investimentos em municípios turísticos com requalificação urbana

Infraestrutura náutica nos terminais, marinas e atracadouros

Recuperação de patrimônios culturais

Implantação do Centro de Atendimento ao Turismo na Costa dos Coqueiros, em Imbassai

Segunda etapa da requalificação da Feira de São Joaquim

Prefeitura atua para atrair mais visitantes

A Secretaria Municipal de Cultura e Turismo (Secult) de Salvador também tem feito uma série de ações para a retomada da atividade turística na capital baiana. A Secult aproveitou o Dia Mundial do Turismo, comemorado ontem, por exemplo, para, em parceria com a Pastoral do Turismo (Pastur), promover ações com as empresas do setor da capital baiana. Na companhia do titular da pasta, o secretário Fábio Mota, e da vice-prefeita Ana Paula Matos, o trade fez uma visita guiada à Cidade da Música da Bahia, o mais novo equipamento turístico da cidade, inaugurado na semana passada.

Após a visita, o grupo acompanhou uma missa celebrada na Igreja dos Mares. Na ocasião, foi lançada a websérie Caminhos de Fé, que tem três episódios e retrata roteiros que dão a chance de quem assiste vivenciar

Setor hoteleiro de Salvador registrou, no mês passado, uma taxa média de ocupação de 45,68%

um pouco da experiência que igrejas, santuários, museus e templos católicos em Salvador têm a oferecer. A websérie também estará disponível no site salvadordabahia.com e pelo Instagram @visitsalvadordabahia, com todos os episódios no canal do Visit Salvador da Bahia, no YouTube, para quem se interessar.

"Ao longo da pandemia, não paramos. Tivemos parceria com a Abav nas ações da Livetour com agentes de viagens no início, Hotshows com a ABIH, iremos lançar um Festival de Gastronomia com a Abrasel e hoje (ontem) realizamos o lançamento do primeiro episódio da websérie sobre turismo religioso nas nossas mídias sociais", disse o secretário do Turismo, Fábio Mota.

RESPOSTA POSITIVA

Na pandemia, a Prefeitura de Salvador continuou investindo no turismo, uma das principais atividades econômicas da cidade, e a resposta a isso tem sido positiva, de acordo com a Secult. A secretaria destaca a quantidade de turistas que tem visitado a cidade nos últimos dias. Um cenário que só é possível graças ao avanço da vacinação e a diminuição de casos de covid-19 na cidade, o que permitiu a liberação de eventos culturais.

Pensando no incentivo ao turismo seguro, a gestão municipal lançou o Selo Verificado, que comprova que o estabelecimento segue todos os protocolos de enfrentamento à covid-19. Outras ações de incentivo também foram realizadas, como o lançamento das websérie "Salvador Por Soteropolitanos", que apresenta bairros através de seus moradores e a "Live Tour Salvador", que mostrou nas redes sociais roteiros ao vivo dos pontos turísticos da capital baiana.

RITA BARRETO/DIVULGAÇÃO SETUR



Hotelaria de Salvador vê ocupação crescer

O avanço da vacinação contra a covid-19 e a redução do número de mortes pela doença já refletem na retomada da atividade turística na Bahia, de acordo com dados divulgados recentemente pelo IBGE e pela Associação Brasileira da Indústria de Hotéis da Bahia (ABIH-BA). Em agosto, por exemplo, o setor hoteleiro de Salvador registrou uma taxa média de ocupação de 45,68%, quase o dobro do registrado em agosto de 2020 (23,71%).

A diária média também acompanhou a tendência crescente fechando em R\$ 352,35 e em R\$ 267,29 sem considerar os hotéis de luxo. Com isso, o Revpar (indica-

tor ponderado da diária e taxa de ocupação) atingiu R\$ 160,95, um dos melhores do ano.

De acordo com Luciano Lopes, presidente da ABIH-BA, o avanço da vacinação, a abertura das praias e pontos turísticos, e a gradual retomada dos voos são os principais fatores responsáveis por essa recuperação. Além disso, a ABIH-BA, juntamente com a Prefeitura de Salvador e os hoteleiros, está atuando fortemente com ações promocionais visando divulgar a capital baiana em mais de 10 cidades do Brasil e da América do Sul para atrair cada vez mais visitantes.

Já o IBGE revelou que as ati-

vidades de serviços ligadas ao turismo na Bahia seguiram crescendo em julho (6,1%) frente ao mês anterior. Foi a terceira alta consecutiva para o indicador, que registrou a sua melhor marca para um mês de julho na série histórica, iniciada em 2011. No confronto com o mesmo mês do ano anterior, os serviços turísticos bateram novo recorde no estado. Tiveram mais uma vez o maior crescimento da série histórica, iniciada em 2012, e o melhor resultado do país (271,17%).

O forte avanço se deu frente a uma queda de 72,7%, registrada em julho de 2020, em comparação ao mesmo mês de 2019.

conjunto de ações que envolve variáveis fundamentais como a promoção, a reparação da infraestrutura, capacitação e cuidados com os protocolos. Sem dúvida, o plano vai ser uma ferramenta para que tenhamos a Bahia como um dos principais destinos turísticos do país", afirmou.

Já Silvio Pessoa, presidente da Federação Baiana de Turismo e Hospitalidade do Estado da Bahia (Febha-BA) reagiu de forma diferente. Ele declarou que o plano não apresenta novidades e não traz mudanças que julga necessárias.

"É uma versão de planos anteriores, sem inovação. Falta, por exemplo, o estado contratar uma agência de publicidade para o turismo porque tudo é concentrado na secretaria de comunicação e o turismo merece uma atenção especial. Tudo bem que eles vão para feiras nacionais de turismo, mas fazer isso para somente entregar fita do Bonfim e acarajé, sem uma mídia digital e um material promocional, é complicado", criticou.

Pessoa questionou ainda o fato de o plano ter sido construído sem a participação ativa de quem trabalha no setor, o que viu como um erro. "Infelizmente, o plano foi construído sem consultar os verdadeiros operadores do turismo, que são agentes de viagens, guias, donos de hotéis, donos de restaurantes. Ou seja, a cadeia produtiva do trade turístico. Por isso, poderia ter sido melhor", concluiu.

*COM ORIENTAÇÃO DA CHEFE DE REPORTE PERLA RIBEIRO