

Hotéis próximos ao antigo centro amargam prejuízos

Com notícia de construção do novo equipamento por parte da Prefeitura, empresários esperam retomada

Há pouco mais de dois anos, a empresária Lígia Uchoa decidiu investir suas economias para abrir o Salvador Mar Hotel, localizado a 450 metros do antigo Centro de Convenções da Bahia. A expectativa era de que o negócio fosse de vento em popa, com os 69 leitos sempre ocupados não só na alta estação, mas também durante todo o ano, através da captação de visitantes nacionais e internacionais que participavam de seminários e congressos.

“Era fevereiro de 2016 quando assumi o hotel. No final do mesmo ano, estava programado para acontecer o Congresso Internacional de Odontologia da Bahia (Cioba) no Centro de Convenções. Estava com todas as reservas prontas e com o hotel 100%”, lembrou Lígia. Mas quando parte da estrutura do equipamento desabou, em setembro daquele período, todos os planos da proprietária do Salvador Mar Hotel foram ao chão.

“Estava em casa quando recebi a notícia que o centro havia desabado. Achei que fosse brincadeira porque ele estava sendo reformado. Terminou que levaram o evento de odontologia para outro lugar e tivemos que devolver o dinheiro das reservas”, lamentou. Antes do Salvador Mar Hotel se instalar na região, duas outras redes que funcionavam no imóvel haviam encerrado as operações por conta dos prejuízos decorrentes da baixa visitação de hóspedes, já que o Centro de Convenções administrado pelo estado já funcionava precariamente.

AGRURAS

Diante deste cenário, Lígia começou a ter meses e mais meses de agruras. Ela contou que tomou outra “pancada” ao saber que o espaço de convenções não seria mais reformado, passando a conviver com a incerteza diária se seu



Lígia Uchoa, do Salvador Mar Hotel: levaram o evento de odontologia para outro lugar e tivemos que devolver dinheiro das reservas

negócio sobreviveria. De 18 funcionários, entre camareiros, seis foram demitidos. De dois recepcionistas por turno, hoje há apenas um, sem contar os empréstimos tomados para pagar as contas.

“Tivemos que buscar outros nichos, montar estratégias e pensar no fôlego financeiro. Vim para cá por conta do Centro de Convenções. Sem

ele, não teria vindo. Teria investido dinheiro em hotelaria mesmo, mas em outro lugar. O centro de convenções é o grande ‘filão’ no inverno e durante todo o ano por conta dos eventos técnico-científicos como congressos, simpósios e feiras, motivos pelos quais turistas de negócios vêm a Salvador”, pontuou Lígia.

Ela espera que o novo Cen-

tro de Convenções, que será construído pela Prefeitura próximo ao antigo, retome o crescimento do setor. “Quando o prefeito ACM Neto fez o anúncio, ele quis dizer que Salvador vai entrar novamente para o destino de grandes eventos nacionais e internacionais. Isso significa que teremos 100% de hotelaria o ano todo. Não só na alta estação”.

Perda de faturamento e de empregos

O fechamento do Centro de Convenções impactou diretamente do turismo da capital baiana, ocasionando prejuízos para a economia local. Sandra Castelo Branco é gerente-geral do hotel Sol Plaza Sleep, localizado na Avenida Octávio Mangabeira, Armação, e, no período de 23 anos que trabalha lá, nunca viu tanta queda de ocupação como nos últimos dois anos, graças à queda no turismo de negócios.

“Perdemos completamente a hospedagem oriunda dos eventos do Centro de Convenções. Tivemos que fazer

●● **A expectativa é que voltemos a ter o sucesso que Salvador sempre foi. A cidade hoje está belíssima, brilhando de novo, diferente do caos de antes.**
Sandra Castelo Branco

Gerente-geral do hotel Sol Plaza Sleep



Sandra Castelo Branco, do Sol Plaza Sleep: Perdemos toda a hospedagem oriunda dos eventos do Centro de Convenções

demissões de 30 a 35 pessoas e reavaliar o conceito do hotel, refazendo ajuste na parte de alimentos e bebidas. O cardápio, que já era conhecido por trazer memória afetiva de comida caseira, passou a ter refeições mais rápidas e expressas, não tão elaboradas, porque não tem mais povo para comer. O público caiu 40%”, lamentou.

Sandra disse que a expectativa com o novo Centro de

Convenções que será erguido pela Prefeitura pertinho do seu empreendimento é de retomada. “Fiquei muito feliz com essa notícia. A expectativa é que voltemos a ter o sucesso que Salvador sempre foi. A cidade hoje está belíssima, brilhando de novo, diferente do caos de antes. Eu saí até com a cópia do edital na mão mostrando para todo mundo, acendi vela e tudo para o meu santinho”, vibrou.

Restaurantes também relatam queda

Outros segmentos do setor produtivo, além do hoteleiro, sentiram o baque da falta de um centro de convenções na capital baiana. O gerente do Restaurante Yemanjá, Júlio César Pires Santos, presenciou o movimento de clientes cair gradativamente. O faturamento, por exemplo, regrediu cerca de 20%. “Havia congressos para milhares de pessoas no centro de convenções e, como estávamos próximos dele, aqui enchia. Tivemos que investir mais em propaganda e estratégias para atrair a clientela, já que houve uma fuga de turistas”, disse.

Já Suelane Rocha Silva, dona do Bar e Restaurante das Meninas, na Rua Melvin Jones, contou que as vendas caíram 50% com o fechamento do centro de convenções, cenário bem diferente de quando ela chegava a contratar mão de obra para suprir



Júlio César, do Yemanjá: “Houve fuga de turistas”

a alta demanda. “O governo do estado foi totalmente omissivo. O Centro de Convenções gerava emprego, e a própria cultura da cidade deixou de ganhar muito”.

●● **Tivemos que investir mais em propaganda e estratégias para atrair a clientela, já que houve uma fuga de turistas.**
Júlio César Pires Santos

Gerente do Restaurante Yemanjá

Trade vislumbra recuperação de negócios

Prejuízo calculado pelo setor após fechamento do antigo Centro de Convenções é de R\$2 bilhões

O cardápio de opções disponíveis para promotores de eventos do setor de turismo de negócios em Salvador ficou comprometido desde que o antigo Centro de Convenções da Bahia, na Boca do Rio, foi fechado pelo governo do estado, em 2016. De lá para cá, as ações deste nicho de mercado passaram ao largo da Bahia, que perdeu posicionamento estratégico frente a outras capitais nordestinas e demais estados brasileiros. Estima-se que o prejuízo à cidade já soma R\$2 bilhões. A expectativa do trade é que esse cenário mude a partir da construção do novo

Centro de Convenções. Segundo o presidente da Associação Baiana de Empresas de Receptivo, Connor O'Sullivan, o novo Centro de Convenções trará equilíbrio ao setor e preencherá um espaço abandonado na gestão de negócios e eventos correlatos. "É a única possibilidade de preencher essa lacuna existente no turismo de negócios e lazer desde que perdemos o antigo centro. A expectativa geral se resume em um grande alívio que impactará em eventos de grande porte e de qualidade, sempre na perspectiva de gerar mais emprego e renda, que é o que a



Presidente da Fecomércio diz que maior demanda do setor turístico é o Centro de Convenções

cidade mais precisa neste momento", disse.

A opinião é compartilhada por representantes de outras entidades integrantes do trade da capital. Para Roberto Duran, presidente do Conselho Baiano de Turismo (CBTur) e do Salvador Destination, "já passou da hora de Salvador retomar seu espaço no que tange ao turismo empresarial". Segundo ele, "dentro deste leque que envolve turismo, lazer e negócios, a capital baiana necessita deste equipamento, que terá um impacto vital para a economia local". Salvador atualmente está fora do prin-

cipal eixo turístico nacional. Então, esse novo equipamento será o divisor de água do setor", acrescentou.

"É o que mais desejamos no momento. A maior demanda atual do setor de turismo na Bahia é um Centro de Convenções bem localizado e apto a receber eventos de alcance nacional e internacional. Além do impacto causado na autoestima de quem atua no setor, um empreendimento deste porte será crucial para alavancar de uma vez a economia soteropolitana", declarou Carlos Andrade, presidente da Fecomércio-BA.



A capital baiana necessita deste equipamento, que terá um impacto vital para a economia local
Roberto Duran

Presidente do CBTur e Salvador Destination

Mercado rentável em todo o país

O mercado de eventos corporativos é um dos mais rentáveis do país, respondendo pela movimentação de R\$ 209,2 bilhões em receitas anuais. O montante representa 4,3% do PIB (Produto Interno Bruto) brasileiro, além de ser responsável direto pela geração de 7,5 milhões de empregos, além da geração de impostos na ordem de R\$ 48,7 bilhões.

Recentemente, a Associação Brasileira das Agências de Viagens Corporativas (Abracorp) divulgou números que atestam o sucesso do setor, que registrou crescimento de 10,2% nas vendas nos primeiros semestres de 2016 e 2017. O segmento movimentou uma cadeia produtiva que envolve mais de 50 segmentos, entre transporte, hospedagem, tradução, limpeza e alimentação, dentre outros.

Em 2018, o destaque vem dos segmentos de transporte aéreo, hotelaria, locação de



Turismo de negócios representa 4,3% do Produto Interno Bruto brasileiro

veículos que, juntos, ameaçaram R\$ 2,628 bilhões. O valor é diluído em vendas de passagens, diárias e serviços a viajantes corporativos, computadores entre os meses de janeiro e março, superando os R\$ 2,386 bilhões de 2017.

Para garantir este sucesso e sustentar o negócio com vida, o mercado, aliado aos entes governamentais, apostam em infraestrutura e condições favoráveis à realização de grandes eventos. É justamente neste ponto que Salvador fica

atrás dos principais competidores, principalmente devido à falta de um Centro de Convenções de grande porte, que representa 78% das demandas dessa indústria.

"Para recolocar a capital baiana novamente no foco

de feiras, congressos e outros eventos de negócios, é necessário garantir um novo espaço capaz de atender a demanda esperada. É nesse contexto que o novo Centro de Convenções encontra Salvador e a Bahia, à margem de toda essa movimentação que tem impactos significativos na ativação econômica, sendo responsável pela geração imediata de emprego e renda", avaliou o secretário municipal de Desenvolvimento e Urbanismo, Sérgio Guanabara.

R\$ 209,2 bilhões

É a receita anual movimentada pelo segmento de turismo de negócios no país