

Salvador deve receber 9 mi de turistas

Previsão tem por base o bom desempenho no primeiro semestre

ADILSON FONSECA
REPÓRTER

Ainda faltam cinco meses para fechar o ano, mas os dados positivos verificados no primeiro semestre, com uma ocupação hoteleira de 61% (superior a igual período de 2017, que foi de 53%), já faz com que a previsão do setor turístico de Salvador projete um fluxo superior a nove milhões de turistas em 2018. Em 2017 foram 8,8 milhões de turistas.

E tudo parece conspirar a favor. Melhoria da infraestrutura urbana, com novos equipamentos na orla, e de mobilidade, diversificação da agenda de eventos e shows, e como se não bastasse, uma massificação das imagens da cidade exibidas em uma novela de grande audiência nacional da Rede Globo, o Segundo Sol. O site de busca de destinos turísticos, Kaiaky, já registrou um aumento na procura pelos internautas de 112% nos últimos três meses, tempo em que a novela esta no ar.

Internautas à parte ou não, o secretário de Cultura e Turismo de Salvador, Cláudio Tinóco, reconhece que a novela deve ajudar e muito o turismo em Salvador, mas diz que os resultados disso só serão sentidos a médio e longo prazo. Para ele, esse movimento ascendente vem sendo observado desde o início de 2017, quando alguns eventos, como o Festival da Virada, se consolidaram, inaugurando uma nova agenda turística na capital. "Ajuda e muito, mas é importante ressaltar todo um trabalho que vem sendo realizado para ampliar as ofertas de eventos e de equipamentos", disse.

Tinóco citou como fato a continuidade do fluxo de visitantes, mesmo no chamado período da Baixa Estação, que vai após o carnaval até o final de setembro. "Tivemos os dois últimos meses de melhor, junho e julho, com as melhores taxas de ocupação dos últimos seis anos ocupação e até a Alta Estação, temos eventos que movi-



Foto: Romildo de Jesus

INFRAESTRUTURA
Requalificação dos pontos turísticos atrai mais visitantes

mentarão a cidade", destacou. Como fato marcante ele lembrou que uma agenda pontual, como a da SuperBahia, na Arena Fonte Nova, num final de semana, proporcionou uma ocupação hoteleira de 80%.

RELATÓRIO

A Secretaria Municipal de Turismo dispõe de um relatório em que revela números animadores para o setor de turismo na cidade e projeta situações ainda mais confortáveis até o final do ano. Ainda sendo finalizado, o documento revelou, por exemplo, que mesmo com a greve dos caminhoneiros, em maio passado, os primeiros seis meses do ano registrou um crescimento do turismo em Salvador da ordem de 11,3%, superior ao mesmo período do ano passado.

Quem visitar o Centro Histórico de Salvador a partir do final do ano vai ter à disposição, além das atrações naturais do Pelourinho, o palácio da Sé (Palácio Arquiepiscopal) totalmente restaurado e aberto para visitação pública. Ali terá um memorial da Igreja Ca-

tólica na Bahia, onde o visitante conhecerá a história religiosa de Salvador.

Um pouco mais adiante, e também completamente restaurada, a Catedral da Sé, a principal e sede da Igreja Católica na Bahia. Além desses dois monumentos, a Casa do Carnaval, um prédio tombado entre a Catedral e o Palácio da Sé, vai ganhar um terraço com um restaurante-café. "São equipamentos que farão o diferencial do próprio diferencial que já é o Centro Histórico de Salvador", diz Cláudio Tinóco.

Para o secretário, para fazer jus ao crescimento do turismo em Salvador, a Prefeitura vem realizando a capacitação de agentes de viagens e operadoras do turismo, já tendo promovido 2.500 qualificações profissionais. Paralelo a isso o município vem intensificando a divulgação da cidade nos websites, com eventos como a Filpelô (Festival Literário do Pelourinho), o Festival da Primavera e a Maratona de Salvador. Ainda está sendo elaborado um Festival Gastronômico, sem data ainda definida.

Trade animado

Um dos grandes desafios do trade turístico em Salvador é manter a divulgação da cidade nos principais canais de viagens do Brasil e no exterior. É além das campanhas e exposições, o setor ganhou um reforço com a exibição da novela Segundo Sol, na Rede Globo. O site de busca Kayak fez um levantamento para analisar o impacto real destes programas nas escolhas de destinos dos turistas em todo o Brasil, e verificou que com a exibição da novela Segundo Sol, focada em Salvador, foi responsável por um aumento de 112% na procura.

O presidente da Associação Brasileira (seção Bahia) da Indústria de Hotéis (ABIH), Glicério Lemos, disse que essa divulgação extra ajuda e em muito o turismo na cidade e por isso mesmo, aliado aos últimos números, também não esconde o otimismo. Ele diz que a ocupação hoteleira pode chegar a um patamar de até 20% de crescimento em relação ao ano passado. "Tivemos um crescimento em abril, maio e junho e devemos manter a tendência em

Ainda faltam cinco meses para fechar o ano, mas os dados positivos verificados no primeiro semestre, com uma ocupação hoteleira de 61% (superior a igual período de 2017, que foi de 53%)

julho", disse.

Segundo ele, hoje se colhe os resultados de um trabalho conjunto do trade turístico, com capacitação, divulgação e diversificação dos roteiros e eventos na cidade. No primeiro semestre a rede hoteleira da capital registrou 61% na sua taxa de ocupação, com um crescimento de 8% em relação a igual período de 2017, quando foi de 53%. No mês de junho, a taxa média de ocupação foi de 46,8%, contra 39,19% em junho de 2017.

Os dados da ABIH mostraram que nos quatro pólos hoteleiros de Salvador - Itapuã/Stella Maris, Barra/Rio Vermelho, Centro/Pelourinho e Stiep/Pituba, apresentaram um bom resultado no primeiro semestre de 2018, recebendo turistas nacionais e internacionais. "Os dados refletem

um cenário de retomada do setor turístico na Bahia, o que nos leva a fazer projeções otimistas de crescimento na taxa de ocupação até o final do ano.", disse. Os resultados fazem parte da Pesquisa Conjuntural de desempenho (Taxinfo), realizada em parceria com a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis - seções Bahia e Brasil. As informações são fornecidas diariamente pelos próprios hotéis ao Portal Cesta Competitiva e a média resultante constitui indicador para avaliar a evolução da atividade de hospedagem em Salvador. "Para 2019 as expectativas também são positivas com a construção do Centro de Convenções, reforma do aeroporto de Salvador, término da construção do metrô", completa Lemos.

CAMPANHA

Ajude as obras de Irmã Dulce, doe suas notas fiscais

JORDÂNIA FREITAS
REPÓRTER

"Quando alguém perguntar se você quer CPF na nota, diga sim a Irmã Dulce". Esse é o mote de uma campanha lançada ontem pelas Obras Sociais Irmã Dulce (OSID), com o objetivo de estimular o público a fazer doações de notas fiscais em prol da entidade, por meio da Nota Premiada Bahia. O programa estadual sorteia prêmios de até R\$ 1 milhão para quem exigir a emissão da nota fiscal com o CPF nas compras realizadas no mercado varejista. Além de concorrer a prêmios, o cliente pode escolher uma instituição social e uma de saúde, como a OSID, para doar a nota de maneira automática. Desde janeiro, quando a iniciativa foi criada, mais de 61 mil pessoas se cadastram para destinar os cupons fiscais às obras do anjo bom da Bahia.

O evento aconteceu no auditório do Centro de Ensino e Pesquisa Professor Adib Jatene (CEPPAJ), na sede da instituição, no Largo de Roma, em Salvador, e contou com a presença da cantora Margareth Menezes, estrela da campanha, que foi desenvolvida pela agência Engenhonovo. Comerciais de rádio, TV, além de distribuição de material gráfico em pontos comerciais integram as ações de marketing da iniciativa. Ao longo de 20 anos, a OSID já foi beneficiada com aproximadamente R\$16 milhões, oriundos das doações de notas fiscais. O montante ajudou, por exemplo, na construção do Hospital da Criança. Elas tam-

bém contribuem para a manutenção dos serviços de saúde e sociais desenvolvidos pela entidade. Um deles é o Centro de Acolhimento à Pessoa com Deficiência, que presta assistência integral a pessoas com múltiplas deficiências. Atualmente, 85 pessoas, de ambos os sexos, residem no local.

A superintendente da OSID, Maria Rita Pontes, disse que muitas pessoas ainda têm receio de informar o CPF no ato da compra, por conta de alguns mitos sobre questões fiscais. No entanto, ela espera que a campanha motive a população a aderir ao novo formato de doação e ajude não só as obras de Irmã Dulce, mas também outras instituições das áreas de saúde e social.

"Como a gente sabe que Irmã Dulce tem esse poder de convencer as pessoas e fazer acreditar que vale a pena, é isso que esperamos dessa campanha. Que haja um cadastramento maior no site e depois que as pessoas passem a dizer que querem incluir o CPF na nota na hora de comprar, mesmo se o caixa não perguntar", afirmou Maria Rita Pontes. Ao contrário do que acontece há alguns anos, quando o consumidor depositava o cupom fiscal em uma urna da instituição social ou de saúde que queria ajudar, hoje o processo está mais simples e rápido. Basta cadastrar o CPF no site do programa www.notapremiada.bahia.ba.gov.br e indicar a OSID como o órgão de saúde que pretende destinar as notas.

Foto: Romildo de Jesus



SOLIDARIEDADE

A cantora Margareth Menezes foi estrela da campanha