

ENTREVISTA / William Galvão Lopes

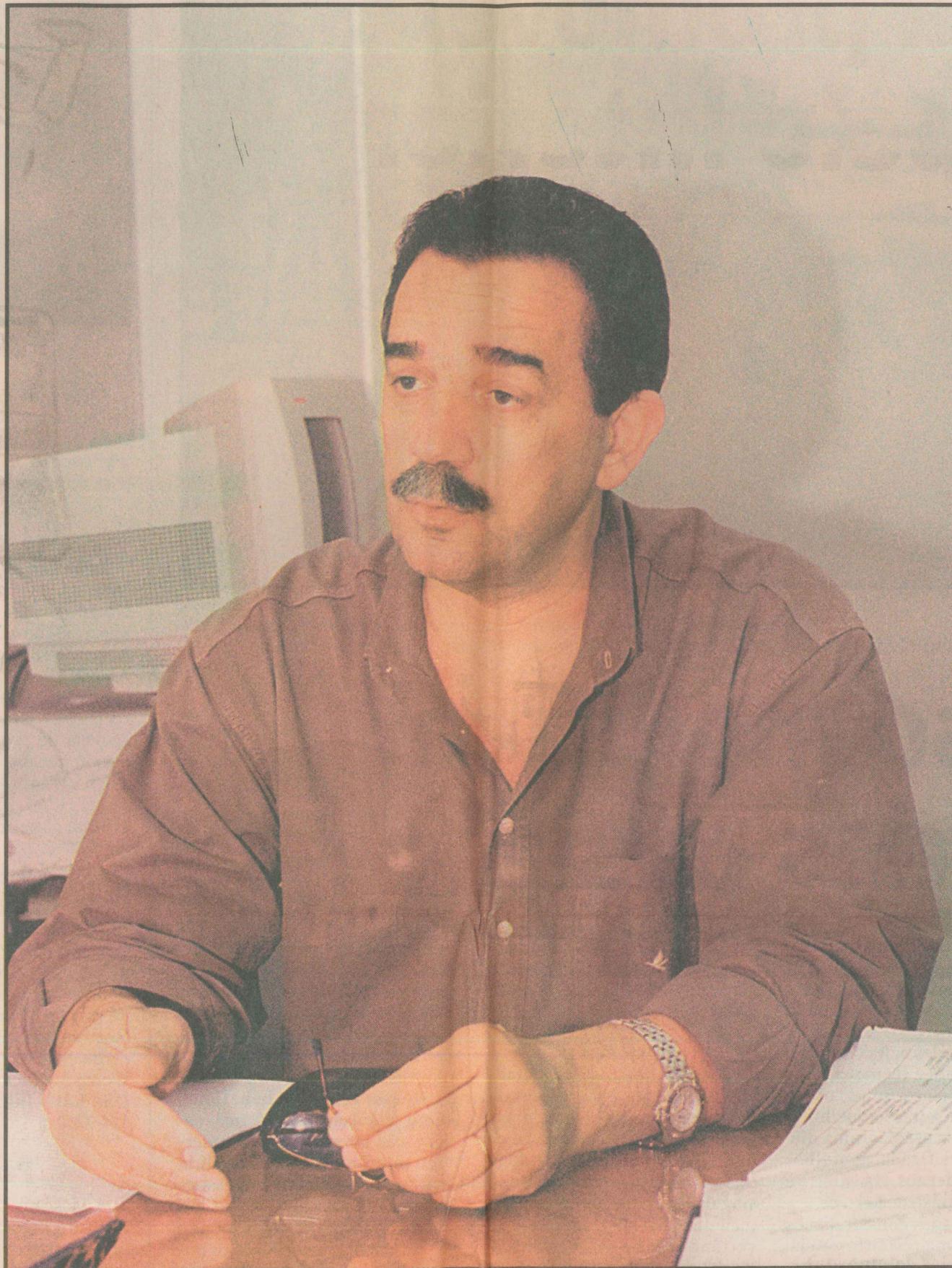
O subsecretário de Desenvolvimento Econômico da Prefeitura de Vitória, William Galvão Lopes, deixou o cargo de secretário executivo do Geres há três meses para cuidar do turismo capixaba. Como base para este novo exercício profissional usa a experiência adquirida na função anterior, que o colocava em contato direto com empresários e com as linhas de financiamento voltadas para o setor. A proposta, segundo Lopes, é acelerar a implantação ou incrementar projetos já existentes, como o Programa Nacional de Municipalização (PMNT), o Selo de Qualidade e a divulgação da Ilha de Vitória. A intenção é consolidar a cidade como pólo turístico, "porta de entrada para o Estado". No próximo dia 3, às 19 horas, no Centro de Convenções, serão empossados os membros do Conselho do PMNT. A entidade será presidida pelo próprio subsecretário. Os outros integrantes ainda não tiveram seus nomes anunciados. A idéia, no entanto, é agrupar pessoas de destaque no trade.

A GAZETA - Todos os projetos turísticos da subsecretaria terão continuidade?

WILLIAM GALVÃO LOPES - Sim, só que agora com um pouco mais de dinamismo. Por exemplo, estamos agilizando o PMNT e, junto com a equipe do departamento de Turismo, configurando o Conselho, que toma posse no dia 3. No início da segunda quinzena de agosto faremos a primeira reunião. O Conselho terá um papel fundamental no que se refere a propor uma política de ação turística. É de extrema importância o Conselho ser representado por gente do trade, porque não se pode ter apenas o poder público fazendo turismo. Na verdade, nosso papel é de articular. Atrelado ao Conselho há o Fundo de Desenvolvimento do Turismo, voltado para a busca de recursos que irão financiar as ações, como divulgação, eventos... O município deverá se consolidar nas áreas de turismo de negócios, náutico e ecológico.

Desde a sua criação, o PNMT vem sendo aperfeiçoado. O que muda com a posse do novo Conselho?

O que muda é o fato dele ganhar força, ganhar expressão. Ele também passará a ser mais atuante, criando sinergia para a implantação de algumas ações. Por exemplo, recentemente a prefeitura criou o Convention Bureau. Agora, com o Conselho, vamos discutir a necessidade de Vitória estar mais estruturada para atender ao turismo de negócios. Isto



Evaristo Borges

Gestão

Estratégia desenvolvida pela Bahiatura, órgão de turismo baiano, pautará Galvão. 'É esta visibilidade a longo prazo que pretendemos ter aqui', afirma.

ra treinamento de pessoal) e o nosso pessoal do turismo. Deverá estar consolidado até o final do ano, com um bom número de estabelecimentos certificados. É de fundamental importância para que o turista possa se sentir atraído por um local com marca de qualidade. Equivale, mais ou menos, ao trabalho que é feito há anos pelo guia *Quatro Rodas*.

E o projeto de divulgação?

Ele já existe e vem sendo realizado nos últimos anos. Tem-se buscado a mídia nacional, com as equipes capixabas participando de grandes eventos como os congressos da Aba e eventos organizados pelo Convetion. Pretendemos fazer um trabalho mais estruturado, com a participação da iniciativa privada.

Esta união com a iniciativa privada já foi negociada?

É uma das ações prioritárias no projeto de divulgação. No segundo semestre, pretendemos definir este projeto, mostrando as peças que serão apresentadas aos grandes empresários. Estamos procurando apoio na Embratur. Encaminhamos uma proposta preliminar e iremos discutir com a diretoria a possibilidade de a entidade participar com experiência e recursos.

O próximo encontro da Abav está próximo. Como o nosso município será representado?

Estamos preparando um estande com folheteria e vídeo. A idéia é também organizar um fantur para operadores e verificar depois as dificuldades que tiveram para vender Vitória. Desse modo, saberemos o que trabalhar para que Vitória passe a ser um destino habitual das agências.

Mas as operadoras paulistas já olham o Estado com outros olhos.

Sem dúvida. Precisamos não só divulgar o Estado, mas manter contato com estas operadoras. Elas trabalham uma série de estados e com o Espírito Santo essa questão é flutuante. Há períodos em que trabalham Vitória ou Guarapari; e outros, em que não vemos isto refletido nem na mídia e nem em pacotes.

Como se dará a exploração das áreas públicas?

Há uma lei municipal que permite à prefeitura ceder áreas para que a iniciativa privada possa fazer investimentos de interesse turístico. Inicialmente serão disponibilizadas cinco áreas. O projeto

ra atender ao turismo de negócios. Isto significa ter mais equipamentos turísticos, principalmente hotéis e centros de eventos.

É um trabalho a longo prazo?

Sim. Na verdade, o que esperamos é segmentar isto em duas etapas. A primeira, ao longo dos próximos doze meses. A idéia é consolidar o Conselho, o Fundo e as articulações da prefeitura com o trade e com o Convention. A médio e longo prazos, a prefeitura estará se voltando para a concessão de áreas públicas visando atrair investimentos indispensáveis para que a atividade turística se multiplique. Até pelas características geográficas de Vitória, existe um grande potencial, apesar de algumas restrições. Nós não temos potencial para sediar indústrias.

Segundo o Convention, o turismo de negócios é responsável por 50% da atividade em Vitória. Concretizando esses projetos, a Capital se voltará para este segmento?

Acho que sim, seja por ser a Capital, seja por ter em seu entorno um conjunto de empreendimentos expressivos na área de negócios, como a CST, Aracruz e outras empresas que permitem fortalecer o turismo de negócios. É bom ressaltar que temos de explorar a questão da ilha, do mar, o que pode nos levar a criar mais atrativos que poderão, até mesmo, fortalecer este segmento. E há o turismo ecológico, que está sendo atendido com o projeto Rota Manguezal.

O que é preciso para equilibrar as três vertentes?

É uma questão de articulação por parte da prefeitura. Ela precisa buscar na iniciativa privada suporte para novos investimentos ou modernização dos que já existem. A prefeitura está caminhando neste sentido através do Conselho e da exploração de cinco áreas: o cais de hidroaviões em Santo Antônio, a Pedra da Cebola na Mata da Praia, a Cruz do Papa na Enseada do Suá e os dois piers na Praia de Camburi. Além do mais, está sendo discutida a questão da Ilha da Fumaça e de outras áreas.

Na arrecação municipal, qual a participação do turismo?

Não temos este dado ainda. Sabemos

‘Sempre vimos mais discurso que ação’

Para o subsecretário, alguns planos são prioritários. O da Orla, por exemplo, que inclui o aumento da faixa de areia na praia de Camburi, remodelação dos quiosques e nova iluminação do trecho, sem falar na Rota Manguezal. O momento é diferente, observa Galvão. “Ao longo dos últimos anos, vimos muito mais discurso do que ação. Na verdade, nunca tivemos ações concretas e com continuidade.”

SILVANA HOLZMEISTER

que há um efeito em cadeia. Quando se tem um evento na área de turismo em Vitória, isso movimenta uma cadeia: bares, restaurantes, quiosques, prestadores de serviço. Para Vitória, o turismo representa uma grande fonte de geração de empregos e de renda. Estamos preocupados em obter esta dimensão, até porque, na medida em que soubermos claramente o impacto do turismo em termos financeiros, isso facilitará a estratégia para atrair novos investimentos.

Planejaram até onde pretendem?

Ao longo da implementação desses projetos será criado um banco de dados que permitirá avaliar o retorno disso tudo. É necessário que a gente tenha condições de dimensionar o número de turistas e o gasto médio de cada um deles. Hoje se tem grandes números, mas os números concretos precisam ser melhor trabalhados.

Quando este banco de dados começará a ser preparado?

Durante o aperfeiçoamento do PMNT, que trabalha com uma metodologia desenvolvida pela Organização Mundial de Turismo, a OMT. Acreditamos que nos próximos doze meses esse

banco de dados já esteja em funcionamento.

É possível ter um banco de dados completo sem a participação dos outros municípios que compõem a Grande Vitória?

Não é possível fazer de Vitória um pólo turístico sem a participação dos outros municípios, até mesmo daqueles que estão no litoral ou na montanha. Vitória é a porta de entrada do Estado. É preciso articular pois há um conjunto de atrativos importantes para aumentar o período de estadia e o gasto médio de cada turista. Parcerias diminuam custos. Por exemplo, é possível fazer uma pesquisa com um custo menor incluindo-se outros municípios. Mas esta é uma relação que ainda precisa ser trabalhada. Isto agora poderá ser feito com a participação da Secretaria Estadual de Turismo.

Por que o turismo demorou tanto para deslançar?

Faltou ou falta planejamento de médio e longo prazos e continuidade em termos de ação. Por trás disso está a ausência de determinação política para implementar o turismo como fonte de recursos. Ao longo dos anos, as ações não tiveram continuidade administrativa. Era uma secretaria de Estado que acabava, outra que se criava, depois uma câmara setorial...

O Estado vive hoje um período diferente?

Está sinalizada para uma época diferente. A Capital desenvolve um trabalho há alguns anos, o Vitória do Turismo, que está inserido no planejamento estratégico do município desde a administração anterior, de Paulo Hartung. Agora, no governo de Luiz Paulo, foi considerada prioridade. Parece que existe um interesse concreto do governo em consolidar o turismo como uma vertente importante. Mas é preciso tempo para uma melhor avaliação, já que a situação das finanças públicas do Estado não permite um trabalho mais dinâmico.

O Vitória do Turismo abrange os projetos mencionados?

Sim. São quatro projetos: o PMNT, o Selo de Qualidade, a divulgação e a melhoria das informações turísticas.

Como está o processo de implantação do Selo de Qualidade?

Prendemos trabalhar dois segmentos. O primeiro deles será o de bares e restaurantes. É um trabalho feito em parceria com a Secretaria Municipal de Saúde (Vigilância Sanitária), Senac (pa-

disponibilizadas cinco áreas. O projeto será discutido com os empresários, seguido de um processo de licitação. O empresário investirá com garantia de retorno. Poderá se ter concessões por períodos de 15, 20 e até 30 anos. Existem empresários interessados mas estamos procurando consolidar o trabalho em duas etapas: legalização das áreas e discussão das propostas. A princípio, todos os interessados são moradores locais, mas se pretende buscar parceiros de fora também.

Existe idéia do será construído nesses locais?

Sim. A Secretaria de Desenvolvimento Urbano está preparando os projetos. Por exemplo, no caso do Hortomercado, a intenção é criar no local um centro gastronômico, mantendo suas características atuais. Serão construídos boxes para a venda de hortifrutigranjeiros, flores, produtos do agroturismo, mas com uma particularidade: explorar a vista bonita para o mar.

Esta proposta está fechada?

Foi finalizada pela prefeitura. Porém, durante a discussão com o Conselho e com os empresários poderão surgir idéias interessantes a serem trabalhadas.

As outras áreas têm, também, projetos direcionados?

Nos piers de Camburi planeja-se abrir lojas de produtos esportivos, ancoradouros e restaurantes, explorando um terreno que hoje só serve de passagem. Do mesmo modo, no cais de hidroaviões. Na Pedra da Cebola queremos construir lanchonetes, cafés e lojas, para que as pessoas possam permanecer mais tempo lá. E há, ainda, a Fafi, que ganhará livraria e café.

O capixaba está pronto para enfrentar as mudanças provocadas pelo aumento do fluxo turístico?

Quando falamos no PMNT, falamos da preocupação em desenvolver a conscientização da população. Isso passa pela educação escolar, pelo trabalho com os agentes que lidam diariamente com o turista, pelo motorista de táxi, guarda de trânsito, dono do bar. Mas não é difícil, na medida que as pessoas começarem a entender a importância do turismo para o desenvolvimento de sua comunidade.

‘A criação da Secretaria Estadual de Turismo poderá mudar este perfil’

‘Precisamos manter estreito contato com as operadoras’