

TRIBUNA LIVRE



MAELY COELHO

Os pingos nos is do turismo capixaba

Muito se tem feito nos últimos governos pela estruturação, promoção e consolidação do destino Espírito Santo. Mas para nós, que atuamos e defendemos a indústria do turismo, o sinal de alerta continua aceso.

O fato de evidenciarmos e comemorarmos que estamos bem, que o destino está em franca expansão, não nos impede de projetarmos criticamente o futuro e de nos cobrarmos que podemos ser muito melhores.

Uma de nossas preocupações diz respeito à impetuosa necessidade de sinergia e envolvimento dos vários setores da economia para que o Estado torne-se o destino ideal em qualquer época do ano.

Se cada setor defender apenas o seu lado, não chegaremos a lugar algum. Soluções como a mudança de data do Carnaval de Vitória repercutem sobre toda uma cadeia de fornecedores, requerem disposição para mudanças, mas geram resultados positivos.

A visão estratégica da Prefeitura de Vitória e da Liga das Escolas de Samba, e o apoio dos demais envolvidos, fez com que o evento se tornasse um produto turístico de evidência.

Agora, vários segmentos abocanham os frutos do Carnaval de Vitória. Prova disso é que o evento movimentou, em sua última edição, R\$ 14 milhões, beneficiou direta e indiretamente cerca de 10 mil pessoas e ampliou em 25% a ocupação hoteleira, mesmo em um período considerado de baixa estação.

E este é um dos propósitos e preocupações do trade. Criar produtos turísticos para aquecer períodos com pouca demanda e, desta forma, gerar desenvolvimento durante todo o ano, como têm feito outros destinos.

São Paulo, por exemplo, apesar de ser o maior centro de negócios e eventos da América Latina, sentia os vazios e perdas dos feriados prolongados e finais de semana. Por isso, passou a promover e divulgar o destino

como lazer cultural nesses períodos.

O Espírito Santo pode se beneficiar de estratégias como a de São Paulo, que tem perfil turístico similar ao do nosso estado ao atrair visitantes principalmente para o período de expediente comercial - de segunda a sexta.

A Grande Vitória pode facilmente abraçar a estratégia de fazer esse turista permanecer mais tempo no Estado e atrair aqueles que buscam tranquilidade nos períodos de baixa demanda.

Para isso, precisamos que alguns gargalos sejam tratados de forma estratégica, discutidos em todos os escalões, inclusive com a sociedade.

O fechamento de atrativos turísticos, supermercados, shoppings, restaurantes e comércios aos domingos e feriados é um deles.

É inaceitável que um destino qualificado não dê opções de entretenimento, serviços e lazer para seus visitantes nos feriados e domingos.

O fato de o turista buscar o Espírito Santo para descansar não quer dizer que ele não queira frequentar cinemas, parques, museus, fazer compras nos shoppings e aproveitar bons restaurantes. É justamente o contrário.

Precisamos mudar essa realidade. É fundamental que os governos estadual e municipais abracem essa pauta e crie incentivos aos segmentos de comércio e serviços.

Também é de extrema importância que o assunto entre novamente em debate e seja aberto à opinião da sociedade e de outras entidades.

Maely Coelho é presidente do Espírito Santo Convention & Visitors Bureau