



EM JANEIRO DESTA ANO, A REGIÃO METROPOLITANA DA GRANDE VITÓRIA RECEBEU 480 MIL TURISTAS; A CHUVA E A CRISE AÉREA REDUZIRAM O FLUXO

O que fazer para dinamizar o turismo capixaba?

Carência de infraestrutura e falta de qualificação são problemas que exigem correção

CLÁUDIA FELIZ
cfeliz@redgazeta.com.br

O Espírito Santo é tão rico em belezas naturais, possui fácil acesso marítimo, rodoviário e aéreo, diversidade cultural, mas, turisticamente, não "acontece".

Ao contrário de cidades nordestinas e sulistas do país, muitas delas com atrativos semelhantes aos do território capixaba e até sem eles, o Estado onde mar e montanha garantem cenários de rara beleza, não atrai uma grande demanda de turistas.

Este ano, pelo menos em janeiro, a queda na Região Me-

namizar ainda mais o turismo nessa área.

O turismo corporativo e de negócios, gerado pela operação das grandes empresas que atuam no comércio exterior, garante quase 100% de ocupação dos hotéis de segunda à sexta-feira, em Vitória e Vila Velha. Principalmente por causa dele, três novos hotéis serão inaugurados neste ano e outros quatro serão erguidos nos próximos quatro.

Mas e o turismo de lazer? É nessa área que o Espírito Santo deixa a desejar, por causa de vários fatores. Falta de divulgação, falta de estrutura urbana, falta de qualificação de mão-de-obra, falta de integração entre os operadores do setor, são alguns deles.

SEM RETORNO. Nosso turismo de lazer é sazonal - cidades litorâneas lotam só no verão. Nossa infraestrutura atrai turistas que, na maioria das cidades, sequer pagam o investimento feito.



BELA VISTA. A bordo, é possível observar a beleza e o potencial econômico que existem na ilha e ao seu redor, mas, mesmo no verão, há dias em que não há passageiros suficientes. FOTO: FÁBIO VICENTINI

Poucos vão aos passeios na Baía de Vitória

Uma das belezas da Ilha não é desfrutada pela maioria dos seus visitantes

Recortada por enseadas, Vitória tem cinco praias e é a maior ilha de um arquipélago de 33 ilhotas. Mas a beleza natural extrapola os limites da Capital do Espírito Santo, cercada por outros municípios que compõem a Região Metropolitana.

Um passeio de barco ou escuna pela Baía de Vitória, mostra o bucolismo e a exuberância do lugar. Quem desfruta dessa opção turística ainda pode conhecer um pouco mais da força do potencial econômico do Estado, observando a movimentação dos navios que trazem e levam cargas preciosas, nos portos de Tubarão, de Vila Velha e de Vitória. Sem falar do contato direto com a beleza do manguezal, da vista privilegiada das praias e da própria cidade. Pena que poucos são os que usufruem de tudo isso.

Uma das poucas exceções foi a capixaba Aldine...

neiro, a queda na Região Metropolitana, em relação à temporada de 2006 foi significativa: 27,92%. A culpa seria da chuva, que atingiu fortemente Estados como Rio de Janeiro e Minas Gerais, e a crise no transporte aéreo.

É certo que, pelo menos em Vitória, uma vertente do turismo, a de negócios, passa à margem da dificuldade. Vai muito bem, obrigada, graças ao desenvolvimento econômico do Espírito Santo.

Enquanto turistas de lazer gastaram, em média, R\$ 65 per capita em janeiro deste ano, os de negócios gastam no mínimo o dobro.

A ampliação do aeroporto, a construção de um centro de convenções para grandes eventos - hoje, na Grande Vitória, as instalações existentes não permitem a realização de eventos com mais de 2,5 mil pessoas - são esperados com expectativa para di-

vestimento feito. Quem não conhece a história dos turistas que trazem para a temporada, de suas cidades, até as latinhas de cerveja - sem falar no queijo, no arroz, no feijão? É claro que bom para a economia local é aquele que se hospeda em hotel, se alimenta em restaurante, gasta no comércio.

Mas esse, quer cidades limpas, serviços de qualidade. E não quer ser explorado. Em janeiro, a subsecretária de Estado do Turismo, Márcia Abraão, diz que mudou um pouco o perfil do nosso turista, mas o mês foi atípico.

A GAZETA ouviu especialistas e empreendedores capixabas, em busca de sugestões para a dinamização do setor. E identificou exemplos de empresários que, superando carências infra-estruturais, lucram com os seus negócios, oferecendo o que temos de bom aos nossos visitantes.

Infra-estrutura deixa a desejar

Também a **segurança pública** tem que ser melhorada para tranquilidade do turista

litorâneos capixabas.

- Melhora no padrão de urbanização das cidades turísticas, incluindo a orla marítima, com base no Plano Diretor Municipal, disciplinando o trânsito, pondo fim às barracas sem infra-estrutura, como será executado em Guarapari.

- Melhora no padrão de higiene principalmente do comércio à beira-mar.

- Melhora da qualificação da mão-de-obra (garçons, camareiras), a exemplo do que fizeram cinco restaurantes da Grande Vitória, que matricularam seus garçons em aulas de inglês e espanhol.

- Melhoria dos acessos viários e na sinalização turística

- Garantia de mais e melhor segurança pública, para tranquilidade de moradores e turistas que visitam as cidades.

Trânsito caótico, quiosques sem estrutura e qualidade de atendimento, falta de lixeiras e deficiência no serviço de coleta de lixo, falta de segurança, ausência de banheiros e chuveiros. Boa parte do litoral do Estado padece desses problemas, que desagravam, em muito, ao turista que verdadeiramente interessa: aquele que efetivamente gasta, mas que exige qualidade no seu atendimento.

O QUE FAZER

- Investimento em saneamento básico - a exemplo do que vem fazendo o governo com o Projeto Águas Limpas, para despoluição dos ecossistemas

Estado é pouco divulgado

Governo quer parceria da iniciativa privada para uma divulgação do ES em nível nacional

Falta divulgação do potencial turístico do Espírito Santo em nível nacional. Quem lê revistas, jornais, ouve rádio e assiste à TV pouco conhece do território capixaba, ao contrário do que acontece com cidades do Nordeste, do Sul, e do próprio Sudeste brasileiro. Governo e empresariado admitem que é preciso investir mais em marketing.

Aliado a esses problemas, há outro, ressaltado pela própria subsecretária estadual de Turismo, Márcia Abraão. Ela afirma que mui-

tos capixabas não conhecem o seu próprio Estado e, por isso, mesmo - e também por causa de uma baixa auto-estima - não têm uma cultura que os leve a falar bem das potencialidades do Espírito Santo.

“Em Salvador, há praias muito ruins, táxis velhos, sem ar-condicionado, mas o baiano não fala mal da sua cidade”, diz a subsecretária.

Presidente da Associação Brasileira de Bacharéis em Turismo, Gustavo Starling aponta falhas também na falta de qualificação de muitos dos que se propõem a atuar como guias turísticos.

O QUE FAZER

- Ampliar os investimen-

tos em marketing, numa parceria público-privada.

Em 2006, o governo do Estado investiu R\$ 1,5 milhão em anúncios nos principais jornais de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Brasília, além de inserções nos cinemas e em canais de TV por assinatura, como o Sport TV. Este ano, busca parceria com o Movimento Empresarial Espírito Santo em Ação, para que grandes empresas possam ajudar financeiramente na divulgação nacional do Estado.

- Incluir noções de turismo no currículo escolar, principalmente nas cidades que vivem desse negócio, para que a população aprenda a valorizar e a receber bem o turista, sem explorá-lo.

Destinos turísticos sem integração

No Espírito Santo, há destinos turísticos para públicos de gostos variados, com interesses voltados para os prazeres do litoral, turismo religioso, náutico, ecológico e para agroturismo. Mas entre essas sete rotas, falta integração.

O QUE FAZER

- Promover a integração entre as empresas turísticas - principalmente hotéis e pousadas - para que o visitante que chegue à Capital, por exemplo, possa ser motivado a dividir sua estada, indo a outras regiões. Um turista pode ficar quatro dias no litoral e três na montanha.

- Fixação de tarifas atraentes na hotelaria, opções de lazer e gastronomia de qualidade, logística de transporte organizada. São fatores que estimulam o visitante a percorrer o Estado.

foi a capixaba Aldinetti Guarnieri de Vasconcellos, 41 anos, que levou o filho Erick, de oito anos, para um passeio de escuna.

A única empresa especializada em passeio de escuna na baía de Vitória, a Cores do Mar, existe há oito anos, pode-se dizer que por insistência do veterinário Bênedito Gaspar Magalhães.

Ele se queixa do baixo fluxo de usuários - sem citar números, sob a alegação de que quem vem à Capital para turismo de negócios não dispõe de tempo e nem é estimulado para a programação diurna. Como as escunas, com capacidade para 50 pessoas, só saem com no mínimo dez, muitas vezes não há demanda suficiente.

São três os passeios: “Caminhos do Sol” - sai do píer de Iemanjá, em Camburi, vai até o Porto de Tubarão, à Praia da Costa, às ilhas do Boi e do Frade, e à Curva da Jurema; “Ilha de Vitória” - segue do mesmo píer pelas ilhas do Boi e do Frade, Terceira Ponte, Centro de Vitória, Ponte Florentino Ávidos, Museu Ferroviário, Penedo e Convento da Penha, além do Forte Piratininga; e “Rota Manguezal” - sai do Cais do Hidroavião e vai até Maria Ortiz, passando pela Ilha das Caieiras, Canal dos Escravos e Estação Ecológica Ilha do Lameirão.

COMO MELHORAR

- Oferecer também opções de programações com almoço e jantar a bordo, incluindo atrações musicais de qualidade, atraindo assim um público de maior poder aquisitivo no segmento de turismo de lazer.

- Ampliar os convênios com escolas, atingindo também a rede privada de ensino, o que garantiria maior fluxo de usuários ao longo do ano nos passeios de interesse ecológico.

- Adotar uma política mais agressiva de marketing para divulgação dos passeios marítimos, favorecendo a captação de um público maior, tanto de capixabas quanto de turistas que visitam a Capital do Estado.

