



Estamos testemunhando um fato importante para o turismo da Bahia, o de que os turistas estão vendo muito mais do que a “baiana” tem, estamos testemunhando um incremento nas chegadas à Salvador em volumes ainda não divulgados pelos órgãos de turismo, mas a indústria hoteleira já comemora os 85% de taxas de ocupação.

O que falta então para que Salvador seja a primeira escolha de roteiro de viagem? Temos tudo o que se pode desejar em um ambiente turístico: Sol, clima muito agradável, praias, opções de entretenimento, excelentes restaurantes e bares, infraestrutura de transporte e de saneamento. O que nos falta então? Fácil de responder: falta o preparo das pessoas, falta um discernimento entre o que pode e o que não deve ser feito, falta o respeito à privacidade, falta formar a imagem de segurança que os turistas tanto prezam, falta uma política pública de respeito ao turista, de exploração ao turismo e não ao turista.

Recordo que a 15 ou 20 anos passados, a Bahiatura veiculou na Bahia, uma campanha maciça, cujo tema era: “Explore o turismo, não o turista”. E hoje, verificamos que não tivemos o resultado esperado, os trabalhadores de rua e uma massa de empresários (diferente de empreendedores), continua explorando o turista, continua sem respeitar a privacidade dos visitantes. Necessitamos fazer um marketing na sua essência para que o turismo bom seja o da Bahia. Quando a imagem do valor agregado é satisfatória, o turista vem.

O medo de que o volume de visitantes seja sempre pequeno favorece aos incautos empresários à elevação dos preços dos serviços, e isso gera uma imagem de que em Salvador tudo é caro, e surge neste momento o circuito pernicioso do **“caro não vou; não vem eu aumento o preço para compensar...”**UFA! Isso cansa.

Temos arquitetura, praias com sol, passeio de barco no dique do tororó, parque da cidade, parque de pituaçu, baía de São Tomé, passeio nas Ilhas, por do sol no mar - o único do Brasil, o exotismo da cultura negra, cidade alta e cidade baixa, elevador Lacerda, Cristo da Barra, meu Deus, quanto para se ver e tão pouco é explorado de tanta beleza, tão pouco é feito para gerar desejo de consumo pela Bahia, e até aqui só foi citado Salvador, a porta de entrada da Bahia. Daqui, deveriam sair caravanas para todo o interior, temos rios, cânions, corredeiras, passeios nas matas, trilhas, conhecer o sertão nordestino, comer ensopado de palma, mel silvestre em plena seca de 40 graus, degustar um bode assado na brasa, comer um camarão do canal e uma salada

Antonio Freire da Silva Neto é Bacharel em Marketing, especialista em Gestão Empresarial e em Educação Superior, Membro do Núcleo de Marketing da Bahia, Professor e Consultor. professor@academiadavenda.com.br - (71) 8721-6310 / 8837-6411



de aratu, meu Deus, quanto temos à oferecer aos turistas, e quantos turistas desejariam conhecer tanto e viajando tão pouco, o turismo da Bahia é o melhor do mundo, bastante que os empreendedores esqueçam dos órgãos públicos e se diferenciem, preparem seu pessoal de recepção, preparem seus negócios para ter um conforto condizente com nossas belezas naturais, é necessário que os empreendedores cobrem dos órgãos públicos políticas de organização e até mesmo o preparo dos ambulantes, já que esta cultura também faz parte da Bahia. E na pequenez, restringimos os visitantes ao turismo musical e ao turismo sexual associado ao carnaval e as festas populares. Sei que choca, mas é assim mesmo.

A imagem já esta sendo formada, só necessitamos fazer com que esta imagem seja muito boa, seja positiva e sem restrições, depende muito mais dos empreendedores do que do governo, depende da nossa vontade de colocar o turismo da Bahia no patamar que merece – O melhor lugar do mundo para se curtir as férias. Afinal, aqui, temos de tudo, e em grande quantidade.