

Bahia promove destinos turísticos junto a empresas de viagem dos Estados Unidos

Notícias

Postado em: 04/12/2019 10:12

O evento reúne as principais empresas de viagem da América do Norte.

Até sexta-feira (6), a Bahia participa da Conferência Anual e de Mercado da Associação de Operadores Turísticos dos Estados Unidos (Ustoa), realizada em Orlando, na Flórida. O evento reúne as principais empresas de viagem da América do Norte, em ambiente propício à divulgação de destinos de todo o mundo e reuniões de negócio. “Esta é uma vitrine importante, pois temos trabalhado estrategicamente o mercado norte-americano, que é ligado diretamente à Bahia pela Latam (voo Miami-Salvador). A Copa Airlines também tem sido grande parceira desde a implantação do voo Panamá-Salvador, com conexões em 13 cidades dos Estados Unidos, como Nova York e Orlando”, explica o chefe de Gabinete da Secretaria do Turismo da Bahia, Benedito Braga, presente à conferência. A Bahia conta com estande próprio, em localização privilegiada no Omni Orlando Resort, para divulgação do destino e encontros de negócios com agentes e operadores. Como uma pequena amostra da cultura do estado, uma baiana tipicamente trajada, participa do evento oferecendo fitinhas do Bonfim e cocadas. Nessa terça-feira (3), a reunião de Market Place Bahia foi promovida com o objetivo de ampliar a participação do estado no mercado de cruzeiros marítimos. Participaram do encontro Benedito Braga e Clecio Primo, vice-presidente da Viking, operadora de cruzeiros marítimos e fluviais. “A Viking abre negociações para expandir sua atuação no Brasil, com olhar estratégico para a Bahia”, pontua Braga, que apresentou investimentos na Baía de Todos-os-Santos. “Nos reunimos também com representantes do site Amadeus Travel Intelligence para ampliar a oferta de informações do nosso estado nessa plataforma”, completa. A agenda desta quarta-feira (4) inclui encontros com outras empresas americanas. Realizada desde 1972, a conferência da Ustoa reúne 700 profissionais de viagem nesta edição de 2019. Além da divulgação de destinos e networking, a programação inclui uma série de palestras. Em 2018, as empresas associadas venderam 4,8 milhões de pacotes de viagem.