

CENÁRIO ATUAL E FUTURO PARA O TURISMO DA CIDADE DE SÃO JOSÉ DOS CAMPOS

**Flávio Mendes Furtado¹, Francis Regis Irineu², José Agnaldo Leite Pereira Junior³,
Patricia Marciano Leite⁴, Francisco Cristóvão Lourenço de Meloⁿ**

^{1,2,3,4} UnitaU/ Mestrados em Gestão e Desenvolvimento Regional – MGDR – Universidade de Taubaté –
Rua Visconde do Rio Branco, 210 Centro - 12020-040 - Taubaté - SP – Brasil

Resumo- Este artigo se propõe a analisar a situação atual do turismo em São José dos Campos e propor um cenário futuro baseado na atratividade e potenciais turísticos da cidade. Apresentamos inicialmente um breve histórico do desenvolvimento industrial e tecnológico da cidade, alguns conceitos de turismo, planejamento estratégico e desenvolvimento regional, além de apresentar a ferramenta SWOT, utilizada para o levantamento de forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. Destacamos o que a cidade oferece em recursos naturais e infra-estrutura urbana e rural, os programas desenvolvidos e patrocinados pela prefeitura e as alternativas que o morador e o visitante encontram para o lazer e compras. A partir deste retrato da situação presente, projetamos um cenário futuro a médio prazo, contemplando o que pode ser feito pelos órgãos públicos e/ou pela iniciativa privada para dinamizar este importante setor da economia regional. Concluimos com algumas idéias para dinamizar o turismo de negócios e eventos e o ecoturismo em São José dos Campos, reforçando sua vocação como centro tecnológico e de lazer na região do Vale do Paraíba.

Palavras-chave: Turismo, Planejamento Estratégico, Desenvolvimento Regional

Área do Conhecimento: Ciências Sociais Aplicadas

Introdução

O processo de desenvolvimento econômico regional envolve, além das transformações sociais, também um aproveitamento das diferenças regionais, ou seja, as regiões devem aproveitar suas vantagens comparativas e diversificar a sua economia baseada nos recursos e nas especificidades de cada região (BECKER, 2003).

O desenvolvimento industrial da cidade de São José dos Campos teve início na década de 40, quando grandes empresas como Rhodia, Johnson & Johnson e General Motors, se instalaram na cidade, consolidando São José dos Campos como pólo de concentração e atração de indústrias.

Porém, foi a partir de 1950 que as empresas de alta tecnologia na área aeroespacial começaram a se instalar em São José dos Campos e região. Tudo começou com a instalação do CTA – Centro Técnico Aeroespacial, atualmente Comando-Geral de Tecnologia Aeroespacial, e do ITA - Instituto Tecnológico de Aeronáutica, ligado ao Ministério da Aeronáutica (CURSINO; MATTA, 2003). O CTA foi criado de forma planejada, com excelente infra-estrutura de ensino, contando com quadro docente formado por professores brasileiros e estrangeiros, altamente qualificados, laboratórios com condição de experimentação em ambiente controlado, criação gradual de Institutos que estabeleceriam relações entre academia e indústria, integrando

pesquisa e aplicação industrial (SANTOS; LUZ, 2006).

A criação da Embraer e da Avibrás, estimulada pela forte presença militar desencadeada a partir de 1964 e alicerçada pela consolidação dos centros técnico-científicos citados acima, transformou a cidade em um dos cinco municípios mais desenvolvidos do estado de São Paulo, chegando, nos dias de hoje, à segunda posição em repasse de ICMS no estado, ficando atrás apenas da capital, alavancando a região.

A estrutura industrial do Vale do Paraíba, e principalmente de São José dos Campos, já era bem diversificada no início dos anos 70 do século XX. Nesta época, os setores mais modernos e complexos, como os produtores de bens intermediários, bens de capital e bens de consumo duráveis, concentravam aproximadamente 70% do valor da transformação industrial regional (NEGRÍ, 1992). Ao longo dos anos 70 e 80, com o dinamismo e o crescimento industrial da região, esta tendência se acentuou ainda mais. Apesar da crise no final dos anos 80, a privatização da Embraer trouxe novo estímulo à cidade, proporcionando a criação de empresas satélites para atender a esta nova demanda.

No mundo todo, o turismo tem crescido em escala maciça a partir da década de 60 e registrou uma evolução rápida e constante nos últimos 30 anos em faturamento e em número de turistas. O setor tem mostrado uma grande capacidade de adaptação nas épocas de crises econômicas e a

tendência é que continue crescendo a taxas anuais de 4% (THEOBALD, 2001).

O planejamento do turismo deve ser realizado de acordo com o seu fator de regionalidade (IGNARRA, 1999). O Vale do Paraíba possui vários atrativos para seu desenvolvimento, como a facilidade de acesso, a localização, a infraestrutura local, além de ser uma região muito próspera, constituindo um grande pólo industrial e tecnológico. As atividades relacionadas com o turismo devem envolver uma série de objetivos estratégicos, tais como: reforçar a imagem do local, proteger o meio ambiente, proteger a herança cultural, melhorar a qualidade de vida da população, proteger os interesses do consumidor e promover o desenvolvimento econômico regional equilibrado.

Para atingir estes objetivos estratégicos, devem-se adotar políticas específicas de estímulo ao turista e melhoria de serviços: estabelecer roteiros turísticos, garantir a segurança dos turistas, evitar a concentração excessiva de turistas, facilitar viagens de famílias, desenvolver o turismo em regiões subdesenvolvidas, proteger, conservar e desenvolver recursos turísticos, preservar a beleza e a atratividade do local (BENI, 1997).

Para utilização de São José dos Campos como pólo turístico existem alguns aspectos privilegiados, como o banhado, cartão postal da cidade, região formada por uma planície aluvial que começa por um declive junto ao centro da cidade e termina nas margens do rio Paraíba, formando uma paisagem única, de dia ou de noite, e que atrai muitos turistas e moradores. O Distrito de São Francisco Xavier também se destaca como pólo turístico, pela proximidade com a mata Atlântica e pela fauna e flora exuberantes.

A cidade também conta com diversos parques e áreas verdes que constituem locais de presença constante da população em busca de lazer e descanso. Mesmo com a falta de segurança que prejudica o turismo no país inteiro, São José dos Campos ainda é uma cidade segura para os padrões brasileiros. O aumento gradual na renda per capita, nos últimos anos, contribui para melhorar os índices de desenvolvimento e redução de desigualdades, incidindo positivamente nas estatísticas de crescimento do turismo.

São José dos Campos também possui uma localização geográfica estratégica no Vale do Paraíba, está a 90 km de São Paulo, a 310 km do Rio de Janeiro, e a 147 km de Campinas. Está próxima ao litoral e a serra da Mantiqueira, sendo cortada pela Rodovia Presidente Dutra, o que facilita a circulação e geração de riqueza, fato comprovado pela renda per capita de sua população, mais de três vezes maior que a média paulista.

O aeroporto local está habilitado ao tráfego cargueiro internacional e tem sido utilizado por aeronaves transcontinentais. Apresenta a vantagem de ter menor tráfego e rápido desembarço aduaneiro. O aeroporto de Cumbica, em Guarulhos, e de Viracopos, em Campinas, que também são utilizados para o tráfego cargueiro, estão respectivamente a 76 km e 160 km de distância.

Estratégia é o que a empresa decide fazer, considerando o ambiente, para atingir os objetivos, respeitando os princípios, visando cumprir a missão do negócio. Segundo Peter Drucker, planejamento estratégico é o processo contínuo de, sistematicamente, e com o maior conhecimento possível do futuro contido, tomar decisões atuais que envolvem riscos; organizar sistematicamente as atividades necessárias à execução dessas decisões e, através de uma retro-alimentação organizada e sistemática, medir o resultado dessas decisões em confronto com as expectativas alimentadas (DRUCKER, 1984).

A estratégia de uma empresa baseia-se em alguns conceitos primordiais: o propósito, a análise do ambiente externo e a capacitação dos profissionais da empresa (COSTA, 2007). O propósito é representado pelos conceitos de missão, visão, abrangência, princípios e valores da instituição e eventualmente da sua opção estratégica.

A análise do ambiente externo pode ser baseada nos volumes atuais e futuros de demanda do mercado, consumidores, clientes, público a ser atendido, leis e regulamentações, concorrentes, governo, agências reguladoras entre outros (COSTA, 2007).

A capacitação da empresa observa exatamente o seu ambiente interno, ou seja, o que ela sabe fazer, mão-de-obra competente, corpo gerencial preparado, equipamentos adequados, instalações físicas em ordem, além de recursos financeiros suficientes (COSTA, 2007).

Após esta análise podemos dizer que a instituição está apta a implementar seu plano de ação.

O embasamento para a pesquisa de campo foi por meio da análise SWOT, que diagnostica as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças no cenário estudado (KOTLER, 2000).

O modelo SWOT - *strengths* (forças), *weaknesses* (fraquezas), *opportunities* (oportunidades) e *threats* (ameaças), tem a função de confrontar as oportunidades e as ameaças externas à organização com seus pontos fortes e fracos. Este confronto trará a oportunidade de se entender o rumo a ser tomando pela empresa. A matriz formada pelo cruzamento destes itens tem quatro células de posicionamento da empresa com relação ao mercado (CHIAVENATO, 2003). O levantamento deve ser feito de forma idônea e

responsável e os seus dados devem ser isentos de preconceitos e livre de paradigmas, através de *brainstorming*, questionários, entrevistas, entre outros.

Ao se analisar o ambiente externo procura-se identificar todas as variáveis do macro ambiente e o ambiente setorial (COSTA, 2007). O macro ambiente afeta a organização por sistemas políticos-legais, econômicos, sociais tecnológicos e o ambiente setorial (WRIGHT; KROLL; PARNELL, 2000)

Metodologia

Foi utilizada a análise SWOT para diagnosticar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças no cenário atual do turismo na cidade de São José dos Campos, conforme Quadro 1.

Pontos Fortes
Localização geográfica privilegiada
Pólo Industrial

Pontos Fracos
Proximidade do litoral e da serra
Possível crise no setor industrial

Oportunidades
Fomento para o turismo de negócios e eventos
Investimento no Ecoturismo no distrito de São Francisco Xavier

Ameaças
Falta de leitos em hotéis
Falta de espaço para eventos

Quadro 1 – Levantamento para análise SWOT.

Resultados

Diagnóstico da Análise SWOT

Para alavancar o turismo em São José dos Campos, é necessário incrementar o turismo de negócios e eventos e o ecoturismo, levando em conta a localização privilegiada e a grande quantidade de indústrias.

As limitações para o crescimento do turismo de negócios e eventos são: a falta de espaços para eventos e a falta de hotéis.

A vulnerabilidade é que, apesar de estar muito bem localizada e ter fácil acesso, São José dos Campos está muito próxima do litoral e da serra da Mantiqueira, que acabam sendo concorrentes

para o turismo, principalmente o ecoturismo. Também, apesar da grande quantidade de indústrias, uma crise no setor pode afetar o turismo, principalmente de negócios e eventos.

Discussão

Com base na análise SWOT, e avaliando os quatro quesitos descritos no diagnóstico – alavancagem, limitações, vulnerabilidades e problemas potenciais, concluímos que a Prefeitura Municipal de São José dos Campos deve adotar as seguintes medidas com o objetivo de atrair mais turistas para a cidade:

- Incentivar a construção de novos hotéis, inclusive *Resorts* com melhores alternativas de lazer (campo de golfe, spa, *personal trainer* entre outros), através de incentivos fiscais e a doação de terrenos.
- Realizar parcerias com a iniciativa privada (PPP) para a construção de locais para grandes eventos, como centro de convenções.
- Fiscalizar ostensivamente a preservação do ecossistema.
- Ampliar a divulgação do Distrito de São Francisco Xavier.
- Investir em infra-estrutura, como a melhoria dos acessos ao Distrito de São Francisco Xavier.
- Realizar alianças e/ou parcerias com outras cidades do Vale do Paraíba, da Serra da Mantiqueira e Litoral Norte para programas turísticos conjuntos.
- Criar, manter e divulgar um calendário de eventos com alta atratividade para o turista.
- Incentivar a criação de um parque temático voltado ao público infantil e juvenil.
- Incentivar a diversificação da indústria joseense.
- Fortalecer outras áreas da economia local, concedendo incentivos ao comércio, serviços, pecuária, agricultura e inclusive o turismo.

Além disso, a cidade deve aproveitar o grande fluxo de pessoas que viajam a negócios e oferecer opções de turismo capazes de mantê-los em São José dos Campos nos finais de semana, período em que os hotéis ficam praticamente vazios. O ecoturismo, o turismo de aventura, rural, cultural, de lazer, gastronômico e de compras são ótimas possibilidades. Com um trabalho de divulgação apropriado, pode-se contornar um dos grandes entraves ao crescimento do turismo em São José dos Campos: a falta de consciência da população, que não percebe que a cidade é um lugar que oferece várias opções de lazer, como descrito

anteriormente. Da mesma forma, a pouca divulgação da cidade em feiras que ocorrem em outras cidades contribui para uma visão estereotipada de São José como centro puramente tecnológico e industrial.

Conclusão

O turismo é uma atividade que tem crescido substancialmente em todo o mundo, em decorrência do próprio crescimento econômico que tem ocorrido nos últimos anos, tanto nos países desenvolvidos, quando nos emergentes. Este fato tem chamado a atenção dos governantes quanto à necessidade de investir na melhoria das condições estruturais que sustentam esta atividade.

Neste contexto, faz-se necessário um planejamento estratégico que contemple um conjunto de orientações sobre o potencial futuro da demanda, facilitando decisões coordenadas por parte de todos os setores envolvidos. Utilizando cenários futuros, definem-se as políticas a serem empregadas e formulam-se os planos de ação para que se possam atingir os objetivos traçados.

São José dos Campos possui uma posição privilegiada no cenário brasileiro, devido à sua localização geográfica estratégica, próxima às duas maiores capitais do país, ao litoral e à serra da Mantiqueira. Além disso, atrai muitos turistas de negócios, pois possui grande concentração de indústrias de vários setores, como automobilístico, telecomunicações, químico, aeroespacial, pesquisas tecnológicas, entre outras.

Existem alguns projetos em andamento como a construção do Teatro Municipal, do Museu Municipal, de um pequeno Zoológico no Parque da Cidade, a revitalização de praças e parques, a preservação do patrimônio histórico, a preocupação em preservar o meio ambiente, entre outros.

A ampliação da rede hoteleira, a criação de um centro de convenções de grande porte, a construção de novos shopping centers, a ampliação dos já existentes, a construção de um parque temático, a divulgação das belezas naturais presentes no município, como o Distrito de São Francisco Xavier, devem ser estimuladas e isso pode ser feito através de incentivos a investimentos e parcerias público-privadas.

Atualmente, postos volantes de informações turísticas estão sendo montados em eventos, dentro e fora de São José dos Campos e existe o projeto para montagem de quiosques nos shoppings da cidade, para dar orientações e dicas turísticas. Além disso, é necessária uma campanha para conscientização da população local que não percebe o potencial que São José dos Campos apresenta para o turismo.

Por todos estes motivos, constatamos que a cidade tem realmente grande potencial para o desenvolvimento do turismo e que a Prefeitura Municipal de São José dos Campos está atuando principalmente nas áreas do turismo em que a cidade tem maior vocação: turismo de negócios e eventos e ecoturismo.

O turismo é um fator importantíssimo para o desenvolvimento regional e o fortalecimento do turismo em São José dos Campos contribuirá muito para o desenvolvimento do Cone Leste Paulista.

Referências

BECKER, D. Desenvolvimento Regional. Abordagens Interdisciplinares. Santa Catarina: Edunisc, 2003.

BENI, M.C. Análise Estrutural do Turismo. São Paulo: Editora Senac, 1998.

CHIAVENATO, I. SAPIRO, A. Planejamento Estratégico – Fundamentos e Aplicações. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

COSTA, E. A. Gestão Estratégica: Da empresa que temos para a empresa que teremos. 2ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

DRUCKER, P. Introdução à Administração. São Paulo: Pioneira, 1984.

IGNARRA, L. R. Fundamentos do Turismo. São Paulo: Pioneira, 1999.

KOTLER, P. Administração de Marketing – Edição do Novo Milênio. 10ª Ed. São Paulo, Prentice Hall, 2000.

NEGRI, B. A indústria de transformação do estado de São Paulo (1970-1989). 1992. In: Diagnósticos setoriais da economia paulista: Setores de indústria e de serviços. Coleção São Paulo no limiar do século XXI, v. 3. São Paulo: Fundação SEADE, 1992, p. 13-79.

SANTOS, I. C.; LUZ, M. S. Ciência, tecnologia e pesquisa tecnológica. G&DR, v. 2, n. 3, p. 4-31, set-dez 2006.

THEOBALD, W. F. Turismo Global. São Paulo: Editora Senac, 2001.

WRIGHT, P.; KROLL, M. J.; PARNELL. Administração Estratégica: Conceitos. São Paulo: Atlas, 2000.