

TURISMO DE NEGÓCIOS EM SÃO JOSÉ DOS CAMPOS: PERFIL DO CRESCIMENTO DO MERCADO HOTELEIRO (2000-2008)

Vanessa C. Mangialardo¹, Fernando J. G. Moreira², Friedhild M. K. Manolescu³

¹⁻² Univap/FCSAC, Av. Shishima Hifumi 2911, vanessa@univap.br

³ Univap/IP&D, Av. Shishima Hifumi 2911, frida@univap.br

Resumo- O turismo, segundo alguns pesquisadores e economistas, é uma atividade econômica que atrai investimentos além de gerar muitos empregos. O crescimento da Hotelaria na cidade de São José dos Campos, Região do Vale do Paraíba em São Paulo, acontece, principalmente, por influência do turismo de negócios já que agrega um grande número de indústrias nacionais e internacionais e tem sua imagem associada à desenvolvimento tecnológico (Embraer e INPE), além de sua infra-estrutura: saneamento, qualidade de vida e acessibilidade: rodovias, aeroporto (passageiro e carga). Sua localização é privilegiada, próxima às cidades de São Paulo e Rio de Janeiro (metrópoles brasileiras) e proximidade aos portos de São Sebastião e Santos.

Palavras-chave: Hotelaria, turismo de negócios, infra-estrutura de hospitalidade.

Área do Conhecimento: Ciências Sociais Aplicadas

Introdução

O turismo, segundo diversos economistas e pesquisadores, é a atividade econômica que mais produz receita em todo o mundo, um mercado que o Brasil, apesar de seu enorme potencial (cultura, paisagem, culinária, etc.), praticamente ignora. Deixando de estimular o turismo, o País perde uma fonte de renda com inigualável capacidade de distribuir-se entre a população, pois a riqueza fica no ponto turístico e impulsiona negócios, dos mais modestos aos mais sofisticados, além de gerar empregos.

Entretanto, só a observação do seu impacto na economia não basta para explicar e conter toda a complexa e múltipla importância na sociedade sob o rótulo “econômico”. Pelo contrário, o turismo é eminentemente um “fenômeno social” que, ao originar toda uma série de atividades, como transporte, alojamento, recreação e outras, as faz gerar outra série de efeitos sob o meio ambiente em que se desenvolve e que pode ser de caráter econômico, social, cultural e até ecológico.

Para que o efeito multiplicador do turismo sob a economia alcance bons resultados, antes de qualquer coisa é preciso planejar e/ou implantar uma infra-estrutura adequada, que atenda à demanda com qualidade. A infra-estrutura básica que o turismo utiliza, em primeira instância, provém da infra-estrutura básica urbana regulada pelo Estado, sendo ela: vias de comunicação (transporte e tecnologia), saneamento, e outros.

Com o objetivo de focar como o turismo interfere na paisagem urbana, colocamos em análise os dados que revelam o crescimento do número de estabelecimentos hoteleiros nos últimos anos (de 1990 a 2008), para demonstrar

como o turismo de negócios vem crescendo na região de São José dos Campos, ao mesmo tempo em que se faz necessário traçar um paralelo com o número de crescimento de indústrias, comércio e serviços, para tentar justificar o porquê do crescimento hoteleiro para executivos. Vale ressaltar também que, São José dos Campos torna-se a principal infra-estrutura hoteleira da Região do Vale do Paraíba, principalmente aos finais de semana (quando a taxa de ocupação para turismo de negócios é praticamente nula), suprimindo a demanda do turismo de lazer, religioso, cultural e ecoturismo (Taubaté, Aparecida, Cunha e São Francisco Xavier, respectivamente).

São José dos Campos e o turismo de negócios:

São muitas as condições que fazem de uma cidade um lugar propício para os negócios, sendo que a localização privilegiada marca pontos importantes. Localizada na via Dutra, o principal eixo econômico da América Latina, que liga os estados de São Paulo e Rio de Janeiro, se coloca de fácil acesso ao litoral Norte e à serra da Mantiqueira. Neste caso está a curta distância dos portos de São Sebastião e Santos e a curta distância do Aeroporto internacional de Guarulhos, além do que possui um aeroporto próprio, que juntamente com o de Confins em Belo Horizonte, serão os primeiros a operar no novo conceito do aeroporto-indústria concebido pela Infraero.

Conforme aponta o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) da Organização das Nações Unidas (ONU), São José dos Campos está entre as 25 cidades do país com melhores condições para se viver e também segundo a Revista Exame, está entre as dez melhores

idades do Brasil para se fazer negócios, fato esse que se ressalta em função do desenvolvimento tecnológico que se procede com crescimento das indústrias, do comércio e dos serviços.

Atrás dessa movimentação temos o setor hoteleiro, que vem se intensificando, para suprir a demanda do turismo de negócios, na qual temos como principal indicador o setor industrial, característica marcante do município, que é responsável por 68,57% de sua atividade econômica. Emprega aproximadamente 63.000 pessoas, em 702 indústrias. Entre as principais indústrias instaladas no município estão a Embraer, General Motors, Ericsson, Johnson & Johnson, Kodak, Monsanto, Panasonic, Hitachi, Johnson Controls, Avibrás, Teccat, Solectron, Kanebo, Philips, Eaton, Bundy e Refinaria de Petróleo Henrique Lage/Petrobrás.

Estas grandes empresas são responsáveis pelo município ser o primeiro do interior do Estado de São Paulo na arrecadação do ICMS.

Nos últimos oito anos, segundo dados da Secretaria de Planejamento e Meio Ambiente de São José dos Campos, o maior crescimento se deu entre as indústrias de produtos alimentícios.

Tabela 1 – População Econ. Ativa – Ramo de Atividade

Item	Estilo
Indústrias	24,1%
Comércio	15,1%
Serviço Público	11,8%
Serviço Privado	39,5%
Outros	9,6

Fonte: SEADE 1997 – Pesq.de Emprego – Desemprego (PED) – SJ em dados 1998

Obs.: erro por aproximação desprezível

Os dados indicados na Tabela 2 apresentam, estatisticamente, o turismo de São José dos Campos, nos anos de 2000 e no biênio 2007-2008. Os dados da respectiva tabela correspondem às pesquisas do Comtur – Conselho Municipal de Turismo (ano de 2000) e levantamento de dados elaborado pelos autores, através de pesquisa de campo (ano de 2007 e 2008).

Tabela 2 – Motivo da viagem à Cidade

Motivação	2000	2007 - 2008
Negócios	53%	68%
Eventos	21%	42%
Lazer	11%	13%
Familiares (visita)	11%	15%
Saúde	4%	9%

Fonte: Comtur – Conselho Municipal de Turismo – 2000
Pesquisa de campo dos autores (2007-2008)

É visível o crescimento do turismo de negócios, o qual demanda por uma infra-estrutura de hospitalidade (acomodação, transporte e alimentação) especializados e diversificados.

O motivo da vinda destes turistas também apresenta um considerável crescimento, principalmente para a viagem de negócios e eventos, conforme tabela a seguir:

Tabela 3 – Motivo da vinda/visita/hóspedes/clientes

Motivo da vinda	2000	2007 a 2008
Negócios/vendas	49,9%	63%
Reuniões/projetos	20,9%	38%
Assistência técnica/empresas	9,3%	12%
Treinamento	8,8%	11%
Negócios particulares	5,7%	15%
Convenções / Eventos	5,4%	21%

Fonte: Comtur – Conselho Municipal de Turismo – 2000
Pesquisa de campo dos autores (2007-2008)

Quanto à procedência dos visitantes, verifica-se que a origem destino não sofreu muita alteração desde o ano de 2000. Desta forma, é necessário pensar, também, na melhoria de acessibilidade à cidade, analisando esta tabela 4, que mostra claramente de “onde” vem os visitantes temporários. Pensar no conforto da acessibilidade deste público é pensar no desenvolvimento da hospitalidade, conceito que se insere no planejamento urbano enquanto busca da qualidade de vida saudável, não só para os moradores, mas também para os “forasteiros”.

Tabela 4 – Procedência do visitante/ hóspede/cliente

Procedência	2000	2007-2008
Estado de São Paulo (Capital e Campinas)	65%	69%
Outros Estados (Rio de Janeiro /Minas Gerais/Paraná/ Bahia)	25,7%	32%
Outros Países	32%	32%

Fonte: Comtur – Conselho Municipal de Turismo – 2000
Pesquisa de campo dos autores (2007-2008)

Tabela 5 – Média de Permanência na Cidade

Permanência	Estilo	2000	2007 - 2008
Até 3 dias	24,1%	40,0%	49%
De 3 a 5 dias	15,1%	30,9%	36%
1 semana	11,8%	18,3%	9%
Quinzenal	39,5%	9,6%	9%
Mensal	9,6	1,2%	5%

Fonte: Comtur – Conselho Municipal de Turismo – 2000
Pesquisa de campo dos autores (2007-2008)

Tabela 6 – Como chegam os visitantes

Acompanhantes	2001	2007 a 2008
Sozinhos	60,9%	45%
Com colegas de trabalho	34,2%	46%
Com família	4,9%	9%
Transporte utilizado	2001	2007 a 2008
Carro próprio	60,0%	50%
Avião	24,5%	40%
Translado	9,0%	40%
Aluguel de carro	3,8%	8%
Ônibus	2,7%	5%

Fonte: Comtur – Conselho Municipal de Turismo – 2001
Pesquisa de campo dos autores (2007-2008)

Então, se o público externo que se quer atender é o “turismo de negócios”, e o que se tem a oferecer é a própria cidade, decorre que seu meio urbano físico, sua comunidade e as inter-relações existentes precisam ser formatadas para se reter a demanda esperada usufruindo deste espaço e precisam ser formatadas e geridas de forma que isto ocorra (ou que a atividade se intensifique) somando com a população local, seu meio urbano e seu meio ambiente, não exaurindo-os.

O “turismo de negócios” é a atividade que vem se desenvolvendo no meio urbano em São José dos Campos, que oferece oportunidades de negócios, motivadas por: vendas, reuniões, projetos, assistência técnica, negócios empresariais, treinamentos, negócios particulares, convenções e eventos, feiras, congressos, simpósios, cursos de aperfeiçoamento pessoal, etc.

Conseqüentemente, quanto mais dinâmico e desenvolvido for este meio, mais intensas as relações e transações nas áreas de negócios. Este movimento apresentará o meio urbano como atrativo e causará o fluxo de pessoas de outras localidades, que ao se deslocarem para esta cidade se apresentarão como “turistas de negócios”. Estarão inseridas no “processo turístico”, pois estarão fazendo uso de todo o mecanismo próprio do turismo, como: estadia por pouco tempo, alimentação, infra-estrutura viária e dos meios de transporte, meios de comunicação e farão isto por um curto espaço de tempo, não mantendo nenhum vínculo definitivo com o local. Este elemento ainda incrementará a demanda pelo sistema de lazer ativo ou cultural local, pois dele almejará fazer uso em suas horas de descanso. Pode-se então dizer que o turista de negócios é duas vezes turista.

Reconhece-se a contribuição do turismo ao turismo urbano na medida em que esta forma de atividade possibilita que ela seja exercida em

meios urbanos que não possuem os atributos naturais tradicionalmente externos, alimentará investimentos internos com a criação de emprego e renda, para suprir e incrementar a demanda.

Como investimento na rede hoteleira, para o ano 2006 a 2009, o Departamento de Projetos Particulares da mesma Prefeitura, tinha computados 22 novos empreendimentos (hotéis e Flats) aprovados ou ainda em trâmite para aprovação ou não. Em número de leitos, isto representa um acréscimo de 77,57% (2356 unidades) do computado para o ano de 2008.

Conforme Ansarah, turismo de negócios corresponde a:

“viagens motivadas por interesses voltados a uma atividade lucrativa ou de desenvolvimento profissional. É a ação cujo propósito é a possibilidade de realização de contatos, negócios ou obtenção de conhecimentos a eles relacionados, (...) as atividades impulsoras mais comuns são: congresso e seminários; exposições; feiras; reuniões de trabalho; intercâmbios de qualquer espécie; eventos esportivos; eventos religiosos, (...) os equipamentos e serviços mais utilizados pelo “homem de negócios”, são: meios de transporte; hospedagem; locais para eventos; entretenimento e lazer.” (2006)

Conclusões

Concluí-se que São José se mantém em destaque não só entre os 42 municípios da Região do Vale do Paraíba, mas também com importante destaque nacional, fato esse em função de sua localização entre Rio de Janeiro e São Paulo e principalmente em função dos altos investimentos propiciados pelas indústrias, cuja característica é de maior pólo tecnológico do Brasil, e que essa forma tem atraído uma crescente procura por hospedagem, intensificando a construção de uma série de novos hotéis, pousadas e outros, afim de suprir essa demanda tão requisitada pelos executivos. Percebemos também que a infra-estrutura hoteleira crescente em São José dos Campos atende a demanda de outros tipos de turismo que acontecem nos outros municípios da Região do Vale do Paraíba, durante os finais de semana, feriados e férias; mantendo assim, uma taxa de ocupação linear durante todo o ano (fonte: Comtur, reunião em 25/06/2007).

Dessa forma atentamos a questão do planejamento urbano a fim de direcionar o crescimento desse ramo, tendo em vista que

interfere de forma significativa na cidade, sendo necessário acima de tudo um acompanhamento cada vez maior com relação a infra-estrutura local, atendendo a necessidade do ramo hoteleiro.

Referências

- ANSARAH, Marília G. R. Turismo - segmentação de mercado. São Paulo: Futura, 1999.
- BALANZÁ, Isabel M. NADAL, Mônica C. Marketing e comercialização de produtos turísticos. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
- BOULLÓN, Roberto C. Planejamento do espaço turístico. Bauru, SP: EDUSC, 2002.
- CASTROGIOVANNI, Antonio C. (org). Turismo urbano. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2001.
- COMTUR, Conselho Municipal de Turismo, Prefeitura Municipal de São José dos Campos. Arquivo interno, não publicado. Relatório de pesquisas do perfil turístico da cidade de 1999 a 2001.
- DENCKER. Ada F. M.(coord.). Planejamento e gestão em turismo e hospitalidade. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.
- LASHLEY, Conrad e MORRISON, Alison (orgs.), Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado. Barueri, SP: Manole, 2004.
- YÁZIGI, Eduardo. Civilização urbana, planejamento e turismo: discípulos do amanhecer. São Paulo: Contexto, 2003.