



Foto: Divulgação

# Uma cidade ALÉM DA FÉ

Abrigo do maior santuário mariano do mundo, a cidade de Aparecida luta para viabilizar oportunidades de negócios além dos muros da basílica

**C**idade sanfona. Assim pode ser definido o município de Aparecida, no interior de São Paulo, que teve sua construção econômica baseada no mercado da fé, característica que lhe rendeu a identidade peculiar de inchar e esvaziar repentinamente todas as semanas. Com aproximadamente 36 mil habitantes, distribuídos por uma área de 121 mil quilômetros quadrados, a cidade chega a receber 12 milhões de visitantes por ano.

Nossa Senhora Aparecida, considerada pelos católicos a padroeira do País, deu origem a esse caminho que leva tantos turistas e romeiros para visitar o Santuário Nacional, local que abriga

a imagem da santa. A estrutura da basílica acabou por representar quase que completamente a imagem da cidade, motivo que trouxe benefícios e desafios aos moradores.

## A fé que move

A fé é o principal motor econômico de Aparecida. Além das lojas alocadas na própria basílica, há comércio por todo o seu entorno. São hotéis, restaurantes, lojas e feira de ambulantes, todos dispostos a atender os turistas que chegam. A economia movida pela religião faz girar, por ano, em torno de R\$ 1,4 bilhão na cidade, montante 14 vezes superior ao próprio orçamento municipal.

Para a Secretaria de Indústria e Comércio de Aparecida, essa identidade do município se tornou o foco das políticas para avanço econômico local, como explica o secretário da pasta, Marcos Willian dos Santos. "A melhor maneira de alavancar a economia local é dar total assistência aos estabelecimentos comerciais da cidade, fazendo parcerias para capacitação e modernização. Assim, procuramos junto com a Secretaria de Turismo fomentar as atividades hoteleira, comercial e alimentícia", comenta.

Os dados comprovam a força do setor de comércio na cidade. Números da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) mostram que quase 60% da atividade econômica local se apoia nos estabelecimentos comerciais. A indústria aparece com menos de 6% do total. O secretário explica: "Aparecida possui extensão territorial urbana pequena, é uma cidade cortada por serras e, também, pelo Rio Paraíba, o que dificulta a criação de um polo industrial. Dessa maneira, os principais investimentos ocorrem na área de comércio e serviços", assinala Santos. As micros e pequenas empresas são maioria, com 96,8% do total de companhias ativas na cidade.

### Além da basílica

Aparecida vai além dos muros do santuário. Colocar essa realidade em prática, no entanto, tem sido um desafio de moradores e empresários da região. Uma pesquisa de campo feita pela empresa Design Echos, em parceria com a distribuidora de energia EDP Bandeirante, mostrou que um dos principais problemas é a falta de estabelecimentos para atender os mo-

radadores da cidade, como cita a cofundadora da empresa, Juliana Proserpio. "A maioria dos moradores de Aparecida trabalha em atividades ligadas ao turismo religioso, mas não gasta na cidade. Eles ganham dinheiro em Aparecida e gastam em cidades vizinhas, ocasionando uma evasão grande de capital", assinala.

Nos últimos dez anos, olhar para o morador tem sido uma oportunidade de negócio em Aparecida. É o que indica o gerente do Escritório Regional do Sebrae-SP em Guaratinguetá, Ricardo Calil. "Há dez anos, o comércio de produtos para consumo do dia a dia não era desenvolvido na cidade. Mas, de lá para cá, esse movimento tem mudado a partir da dinâmica do empreendedorismo. Aparecida começou a receber várias lojas e redes, o que manteve o cidadão aparecidense dentro da cidade para comprar."

Um exemplo dessa tendência foi a inauguração de uma unidade das Lojas Cem, rede que comercializa móveis e eletrodomésticos, com foco na classe C. A loja foi inaugurada no fim de 2008 ao perceber o potencial de consumo, como indica o supervisor geral da rede, José Domingos Alves. "Temos lojas praticamente em todo o Vale do Paraíba, mas não tínhamos em Aparecida. E percebíamos que o consumidor aparecidense comprava na vizinhança. Aparecida é um polo de consumo importante, e hoje atendemos também pessoas que visitam a cidade. Foi uma surpresa." A loja tem apresentado crescimento médio anual de 20% e contabiliza em torno de 2,5 mil compradores por mês, que gastam um ticket médio de R\$ 550. "É um bom investimento, tanto que atingimos

nossos objetivos e tivemos o retorno esperado", avalia Alves.

Os comerciantes locais, no entanto, ainda enfrentam dificuldades. É o caso da proprietária da loja Espaço Roma, especializada em roupas de festa, Márcia Oliveira. "O aparecidense gosta, sim, de comprar nas cidades vizinhas e venho percebendo que 70% dos clientes que nos procuram são de outras cidades", comenta. A loja, aberta em 2008, utilizou diversas ferramentas de marketing para atrair a clientela, como divulgações na mídia e em desfiles de moda. Hoje, os compradores vêm a partir do famoso "boca a boca", diz Márcia. Ainda assim, a empresária vê problemas para desenvolver o comércio na cidade. "Falta uma infraestrutura melhor para receber as pessoas", afirma.

### Os desafios de Aparecida

"Aparecida é uma cidade única e forte nas suas características de 'cidade sanfona' – ela incha e desincha muito rapidamente. Então, todo fim de semana vira uma cidade de 270 mil pessoas e, depois, volta a ser pequena. E, tal como uma pessoa, cria 'estrias'", avalia Juliana Proserpio. Essas "estrias" ditas por Juliana se referem a problemas e ranhuras que ficam no dia a dia da cidade, a exemplo do desafio econômico de potencializar outras atividades. "Muitos jovens saem do município para estudar e, quando voltam, não conseguem aplicar ideias no turismo religioso porque os próprios donos dos negócios são muito tradicionais e resistentes a novidades. Por isso, há evasão de talento em Aparecida", comenta.

A capacitação dos trabalhadores é outro gargalo encontrado pela Design

## E a santa apareceu

A história da cidade de Aparecida está diretamente ligada à história da imagem da padroeira, que deu origem a toda essa trajetória de fé e devoção. Preocupados em providenciar o jantar para o poderoso Conde de Assumar, de passagem pela Vila de Guaratinguetá, a caminho de Vila Rica (atual Ouro Preto), onde iria assumir o cargo de governador da Capitania das Minas Gerais, três pescadores retiraram com suas redes, do Rio Paraíba do Sul, uma imagem de Nossa Senhora da Conceição. A imagem que surgiu das águas ficou abrigada durante anos na casa de um dos pescadores, até que, em 1745, foi construída uma capela no Morro dos Coqueiros.

Os frequentes relatos de milagres atribuídos à santa fizeram com que fosse criada uma freguesia de Guaratinguetá, batizada de Aparecida. Em decorrência da intensa peregrinação de fiéis, a capela foi ampliada e, em 1888, Nossa Senhora Aparecida e Vila de Aparecida ganharam uma igreja maior, conhecida hoje como Basílica Velha – ou Matriz Basílica. Em 1928, a Terra da Padroeira finalmente conseguiu sua emancipação de Guaratinguetá, e sua história de fé prosseguiu com a construção, em 1955, do Santuário Nacional, segunda maior basílica e maior santuário mariano do mundo.

Localizada no Vale do Paraíba, a meio caminho das duas maiores metrópoles do País – São Paulo e Rio de Janeiro –, é cortada pela mais importante rodovia brasileira, a Via Dutra. Essa localização privilegiada facilita a acessibilidade ao município, tanto por transporte rodoviário quanto por aéreo, em razão da proximidade com as duas capitais, que detêm os maiores e mais movimentados aeroportos do Brasil. Destaque no cenário turístico do País, Aparecida é conhecida como "capital Mariana da Fé" e recebe anualmente mais de 12 milhões de visitantes, constituindo-se como maior centro de peregrinação religiosa da América Latina.



## Os números de Aparecida

**1955**

foi o ano que a Basílica de Nossa Senhora de Aparecida começou a ser construída;

**1982**

foi o ano que o Santuário Nacional passou a realizar, em definitivo, as atividades religiosas;

**1,3 milhão**

de metros quadrados é a área total do Santuário Nacional;

**380**

é a quantidade de lojas localizadas no Centro de Apoio ao Romeiro;

**12 milhões**

de turistas são recebidos anualmente.

Echos. “Há um problema grande de empregos informais na cidade, dificultando a elaboração de regras e a qualificação dos empregados. Isso porque o funcionário se sente desestimulado em investir nos estudos e não ser reconhecido pelo chefe, o que gera uma acomodação”, avalia Juliana. Nesse quesito, o secretário de Indústria e Comércio cita a recente mudança da Feira de Ambulantes e o trabalho do governo para regularizar a situação dos trabalhadores. “Existe apoio por parte da prefeitura para quem já está na feira, pois novas licenças de ambulantes não são mais concedidas. O espaço já está em seu limite. O que procuramos é melhorar as condições de trabalho”, indica Santos.

No estudo feito na cidade, a Design Echos notou que faltam opções de lazer, entretenimento, cultura e educação para os moradores, áreas que poderiam ser exploradas por empresários. De olho em incentivar o desenvolvimento das atividades turísticas na cidade e estimular novas ideias, a EDP Bandeirante, a partir do diagnóstico feito, criou ações tecnológicas e sociais na cidade. Uma delas foi a modernização de todos os medidores de energia do município. Outra foi um trabalho educacional com jovens para despertar o olhar sobre o turismo, como explica o assessor do Instituto EDP, Paulo Ramicelli. “Fizemos parceria com a prefeitura e criamos uma política pública com a criação de uma cartilha para educação sobre turismo. Alunos do ensino fundamental passaram a ter, desde 2014, aulas para mostrar ao aluno como tratar o turismo local e quais os pontos turísticos e questões de sustentabilidade, com um olhar no futuro. O objetivo é

quebrar muros para atrações além da basílica”, explica.

Para empreendedores de olho em Aparecida, especialistas reforçam: público e espaço para inovar nos negócios não faltam.

### O peso de ser Vale do Paraíba

Aparecida é uma das 39 cidades que compõem a recém-consolidada região metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte. Planos não faltam, segun-

do o diretor do escritório da Empresa Paulista de Planejamento Metropolitano (Emplasa), José Celso Bueno. “Na região, temos municípios com grande capacidade turística. Por isso, vamos explorar potencialidades e fazer projetos para estimular esse desenvolvimento. Esta é uma das prioridades: promover ações para ampliar o desenvolvimento da região”, indica.

A localidade conta, inclusive, com recursos próprios para tocar ações de

melhoria nas cidades. Por enquanto, o capital disponível para projetos e programas está em torno de R\$ 8 milhões, segundo Bueno. A expectativa é que, com o passar dos anos e evolução do trabalho no Vale do Paraíba, mais recursos sejam destinados aos trabalhos de melhoria dos 39 municípios. “Estamos passando por um processo de aprendizado sobre como esse novo formato de governança pode contribuir para a região”, assinala Bueno. &



Foto: Divulgação