



TURISMO à la carte

São Paulo criou vários circuitos temáticos, divididos por região. É só pegar o menu e escolher (tem para todos os gostos)

O Estado de São Paulo tem muitas atrações, porém, ainda pouco conhecidas entre os próprios turistas paulistas e de outros Estados. Para chamar a atenção, as regiões começaram a se unir em circuitos turísticos (atualmente, são 32) com base nas semelhanças locais. O momento pode ser ideal para eles, pois os viajantes estão com menos dinheiro no bolso e tendem a escolher destinos mais próximos e baratos.

Um dos circuitos de destaque é o da Costa da Mata Atlântica, que inclui nove cidades da Baixada Santista: Bertioga, Cubatão, Guarujá, Santos, São Vicente, Praia Grande, Mongaguá, Itanhaém e Peruíbe. A marca foi criada em 2003 pelo Santos e Região Convention & Visitors Bureau (SRCVB) e pelas nove prefeituras da região. “A iniciativa buscou fortalecer nossos diferenciais, e o desafio é fazer as pessoas redescobrirem a região, que vai além das praias. É um esforço por-

que, muitas vezes, o próprio morador local não conhece a cidade vizinha”, afirma o gerente executivo do SRCVB, Alexandre Nunes. Segundo ele, trabalhar em conjunto é complexo, especialmente considerando aspectos políticos. “É um cabo de guerra, mas o turismo é ideal para unir o mercado, pois as pessoas circulam por várias cidades quando viajam. O maior objetivo é fazer com que elas voltem”, conta.

Para divulgar o destino, a estratégia é identificar os distintos mercados (sejam para eventos, sejam para lazer), a fim de obter fluxo o ano inteiro e combater a sazonalidade. “Participamos de feiras com diferentes perfis, para cobrir todos os segmentos e despertar consciência sobre nós”, diz. Além de participar dos eventos, o circuito tem material gráfico completo sobre infraestrutura, portal na internet, aplicativo de celular em três idiomas e atuação constante nas mídias sociais.



Para avançar na promoção do destino, foram preparadas algumas novidades: em agosto, foi lançado um portal internacional na internet (inglês e espanhol) voltado a negócios e eventos, e, no ano que vem, deve ser lançado um observatório do turismo na região, em parceria com a Universidade Paulista (Unip), Etecs, Instituto Federal de Cubatão, Sebrae-SP, prefeituras, entre outros agentes. “Vamos criar uma metodologia para monitorar o fluxo de turistas na região, com base em dados de vendas de passagens de ônibus, pedágio, balsas, setor hoteleiro e eventos. Teremos ainda parte qualitativa para entender como o turista avalia a região. Com isso, podemos ser mais efetivos na criação de políticas públicas e acadêmicas, melhorando a formação da mão de obra”, completa Nunes.

Turismo rural

Outro destaque é o Circuito das Frutas, formado pelas cidades de Atibaia, Indaiatuba, Itatiba, Itupeva, Jarinu, Jundiá, Louveira, Morungaba, Valinhos e Vinhedo. Criado em 2000, o roteiro

nasceu da Associação de Turismo Rural do Circuito das Frutas, com o objetivo de desenvolver o turismo local. “As pessoas estavam preocupadas, porque desde a década de 1980 havia um desafio de agregar valor às propriedades rurais. A descoberta foi o turismo e, após 15 anos da criação do circuito, já nos desenvolvemos muito, porém, focamos em trazer turistas e em capacitar os empreendedores”, afirma o proprietário da operadora receptiva regional Rizzatour, José Luiz Rizzato, e um dos fundadores da entidade, hoje com 28 associados. Mesmo assim, ainda é um desafio convencer o produtor rural de que a propriedade dele não serve só para a produção. “Dos 2 mil produtores de frutas da região, apenas 120 trabalham ou estão começando a trabalhar conosco”, conta.

O circuito foi citado recentemente, destacando a cidade de Jundiá como uma das dez referências para o turismo rural no Brasil pelo Ministério do Turismo. A importância do circuito também pode ser medida em pesquisa realizada na ci-

dade, em 2014, que revelou que 500 mil turistas foram ao destino por causa do turismo regional no ano. Em virtude do desenvolvimento turístico, o setor empregava perto de 6 mil pessoas.

O roteiro tem o apoio regional do consórcio de dez municípios que fazem parte do circuito, pois dão aporte financeiro anual para ajudar na divulgação e se reúnem mensalmente para discutir ações. “Precisamos de apoios estadual e federal para criar projetos que nos ajudem a ser conhecidos em todo o Brasil e nos façam crescer”, explica. Para ele, os empresários precisam estar prontos para encantar os clientes e oferecer experiência, mostrando os contextos cultural e ecológico. O maior fluxo de turistas vem de grupos que compram os pacotes de agências emissivas, com forte destaque para a capital paulista. “Apesar de o maior número vir da cidade de São Paulo, temos bom fluxo de grupos do Rio de Janeiro vindos em feriados e períodos de férias, que ficam três ou quatro dias”, explica. Apesar da crise econômica, o volume de turistas para o roteiro continua constante. “O que nos ajuda é que estamos próximos da capital, oferecendo pouco deslocamento e baixo custo, e isso tem mantido a média de visitantes”, conta Rizzato.

Pé na estrada

Trabalhando fora do apoio financeiro das prefeituras, o circuito Caminho do Sol, que corta dez cidades do interior paulista, totalizando 241 quilômetros de percurso, aposta em experiência similar ao Caminho de Santiago, popular destino para peregrinos na Espanha. O roteiro começou em 2002 graças ao entusiasmo de José Carlos Palma. “Resolvi criar um ambiente



para caminhadas a longa distância, dotado de ampla infraestrutura que permitisse às pessoas ter contato com a natureza e vivenciar momentos de reflexão e introspecção. A relação com as prefeituras é simplesmente social. O Caminho do Sol é uma instituição privada e não depende em nada das prefeituras ou de qualquer órgão ou verba pública”, explica Palma.

No ano passado, estiveram no circuito 674 peregrinos e 428 “bicigrinos” (ciclistas) passando pelas cidades de Águas de São Pedro, Cabreúva, Capivari, Itu, Mombuca, Piracicaba, Pirapora do Bom Jesus, Salto, Santana de Parnaíba e São Pedro. “Optei por cruzar o máximo possível a área rural para que o Caminho pudesse proporcionar um maior contato com a natureza. Isso também dá visibilidades turística e midiática a pequenas cidades, vilarejos e distritos por onde passa o circuito. Assim, a passagem de peregrinos influencia diretamente a economia local, com os consumos de produtos, alimentação e serviços”, explica. Ainda de acordo com ele, o perfil dos turistas que escolhem o circuito é de acima de 40 anos, com ligeira vantagem do público feminino, vindos de todos os Estados, além de países como Alemanha, Áustria, Argentina, Bélgica,

Estados Unidos, França, Espanha, Japão, Itália e Venezuela.

Já o Circuito Turístico Religioso, que inclui os municípios de Aparecida, Guaratinguetá, Lorena, Canas e Cachoeira Paulista, é mais recente, criado em 2007 após a visita do Papa Bento XVI ao Brasil. Seguindo a trilha, em 2009, foi criada Associação dos Guias do Circuito Turístico (AGCTUR) para unir a mão de obra especializada da região. “Formamos a entidade quando ainda éramos alunos do curso de turismo local, mas, hoje, temos 50 profissionais associados”, diz o presidente da AGCTUR, João Gilberto de Oliveira.

O maior desafio enfrentado para o aumento da oferta de serviços pelo grupo é o próprio fluxo de pessoas que as cidades recebem, formado por visitantes de um dia, muitas vezes guiados por um coordenador de romaria das paróquias, e não turistas que se hospedam e permanecem. “Eles são autoguiados e acham que não precisam de profissional especializado”, explica. Por isso, muito dos trabalhos são contratados por agências de turismo de fora, que enviam grupos do Sul e do Nordeste, e preferem trabalhar com serviço especializado e legalizado.

Outro desafio, segundo Oliveira, é a carência de pensar produtos turísticos fora da visita da basílica, principalmente com os apoios da inovação e do empreendedorismo locais. Por isso, uma das soluções da entidade foi criar a Romaria Nacional dos Profissionais do Turismo, que terá sua segunda edição neste ano, em setembro, e buscar apoio do Consórcio de Desenvolvimento Integrado do Vale do Paraíba (Codivap), com o objetivo de incentivar a busca de

guias formalizados, assim como a divulgação do destino.

Mais apoio

O turismo fora da capital também ganhou um apoio especial neste ano, com a aprovação do projeto de Lei Complementar nº 32/2012, que prevê a ampliação do número de municípios beneficiários com os recursos vinculados ao Fundo de Melhorias das Estâncias. A iniciativa institui que 140 municípios paulistas serão de interesse turístico. Para poder se encaixar, as cidades deverão preencher alguns critérios, como: possuir potencial turístico; meios de hospedagem; serviços de alimentação, de transporte, de segurança, de informação e receptivos; plano diretor de turismo; entre outros. Com isso, o governo estadual planeja aumentar o investimento no turismo por meio de um fundo constitucional que, para este ano, prevê um aporte de R\$ 268 milhões para as 70 cidades com estâncias turísticas existentes.

O Sebrae-SP também está lançando catálogos para divulgar circuitos e roteiros e suas diversas possibilidades. Os primeiros volumes lançados são sobre o Circuito Turístico Águas Paulista e o Roteiro Turístico Caminhos Baixa Mogiana. Cada publicação tem informações sobre os municípios abordados e o circuito em questão. O conteúdo informa aos turistas a história, destaques das cidades, dicas, informações úteis e indicações de locais para visitas, bem como onde comer e se hospedar. A expectativa é que todo esse movimento e a especialização dos destinos façam com que o turismo regional cresça cada vez mais, mostrando a paulistas e pessoas de outras regiões os prazeres de se conhecer o Estado de São Paulo. &



Casarão histórico em Jarinu (SP) serviu de apoio às expedições dos bandeirantes

Foto: Divulgação