



Vol 2, Nº 4 (enero/janeiro 2009)

**DESENVOLVIMENTO REGIONAL SOB A ÓTICA DO TURISMO: estudo de caso
do setor calçadista de Franca**

**REGIONAL DEVELOPMENT ACCORDING TO VIEW: study case in shoe industry
in Franca**

**Stella Maris Santos de Souza¹
Agnaldo de Sousa Barbosa²
Leandro Benediti Brusadin³**

RESUMO

Neste artigo encontram-se os resultados do trabalho executado na cidade de Franca, ocorrido entre novembro de 2007 a junho de 2008, consistida na iniciação científica com bolsa do CNPq. Teve como tema central a análise do setor calçadista de Franca e sua relação com o turismo local. A metodologia utilizada foi pesquisa qualitativa de análise de discurso junto ao agente de desenvolvimento local (ADAM). Situa-se, ainda, uma pesquisa de campo de linha observatória nos pontos turísticos, aeroporto, restaurantes e agências receptivas. Franca conta com o apoio do Comtur-Conselho Municipal de Turismo, Secretaria de Turismo, Franca e Região Convention & Visitors Bureau. O setor calçadista encontra-se em crise, porém foi o que mais gerou emprego no primeiro semestre. A saída deste setor pode estar no turismo, segmento de eventos, criando novos empregos e renda, aumento de demanda de turistas, diminuição da sazonalidade e desta forma movimentando todo o trade.

Palavras-chave: turismo; turista; infra-estrutura turística; setor calçadista; trade

¹ Aluna do 2º Ano do Curso de Turismo da Universidade de Franca. Bolsista de Iniciação Científica pelo CNPq.

² Doutor em Sociologia, docente e pesquisador da Universidade de Franca

³ Graduado em Turismo pela PUC-Campinas, Mestre em Hospitalidade pela Universidade Anhembi- Morumbi e Doutorando em História pela Unesp / Franca. Professor da Universidade de Franca, Centro Universitário de Franca, Universidade de Espírito Santo do Pinhal e da Pós-Graduação do Senac – Ribeirão Preto. (Co-orientador)

ABSTRACT

In this article we find the results of a study held in Franca, from November 2007 to June 2008, with scholarship of scientific initiation. Its central theme was the analysis of the shoe industry in Franca and its relation to the local tourism. The methodology was a qualitative research of discourse analysis with local development agency (ADAM). Besides, a field research observing the tourist attractions, airport, restaurants and travel agencies. Franca gets the support of Comtur, Tourism ministry, Franca and C&VB Region. The shoe industry is in crisis; however it created the most jobs in the first semester. To creation of new employments, the increase in number of tourists and the decrease of seasonality, organization of events, may be the solution to this problem is Tourism.

Keywords: tourism; tourist; tourism structure; shoe industry, trade.

INTRODUÇÃO

O calçado é a base da economia de Franca e sua relação com o turismo deve ser pensada de uma forma sistematizada a fim de contribuir para o desenvolvimento local. Verifica-se que os eventos do setor de calçado movimentam a economia local e podem dimensionar a capacidade turística deste município.

Situa-se na pesquisa a relação existente entre o turismo local e o setor calçadista. Atualmente, segundo o Ministério do trabalho, esse setor passa por uma crise, mas, que ao mesmo tempo foi o que mais gerou emprego no primeiro semestre de 2008. Também, tem como finalidade, mostrar que os *Franicanos* sentem orgulho de sua terra e estão conscientizados da importância do turista na cidade.

A fim de efetuar a discussão teórica no que tange ao desenvolvimento urbano e o turismo, diversas bibliografias foram utilizadas e algumas discutidas junto às reuniões do NEIC – Núcleo de Estudos da Indústria Calçadista, do CEDER - Centro de estudos do desenvolvimento Regional e do APLIS - Arranjos Produtivos Locais. Durante o primeiro semestre foi promovido pelo NEIC, um ciclo de estudos com diversos temas dentre eles: sustentabilidade, responsabilidade social e serviço social.

Para identificar a relação existente entre o setor calçadista de Franca e o turismo, foram realizadas pesquisas de campo, tais como, a entrevista de Augusto Vanini presidente da ADAM - Agência de Desenvolvimento da Alta Mogiana, realizada no dia 10 de abril do ano corrente. A metodologia utilizada foi pesquisa qualitativa de análise de discurso, com preparação de um roteiro estruturado e transcrição da entrevista na íntegra. Também foi realizada pesquisa de campo com linha observatória em pontos turísticos, restaurantes e no aeroporto, com o objetivo de verificar a sua infra-estrutura existente.

Dessa forma, a partir dos elementos teóricos e dados da pesquisa de campo, pôde-se obter várias considerações e propostas de melhoria em todo o *trade* turístico, assim como, uma contribuição inovadora para o debate acadêmico no que tange a este município.

1. ORIGEM E FORMAÇÃO DO SETOR CALÇADISTA DE FRANCA

Com o conhecimento do potencial turístico, constata-se a necessidade de conhecer a história do calçado deste grande pólo industrial localizado no Estado de São Paulo (a cidade de Franca). Suas atividades foram iniciadas em meados dos anos 1850, isto porque a cidade surgiu como *posto de monta* de tropeiros que transportavam sal e outros mantimentos para os sertões de Goiás.

A atividade, primeiramente era apenas artesanato tendo como principais [...] *características a evolução gradativa da fase artesanal, passando à manufatureira, para depois de quase meio século alcançar o estágio de indústria* (BARBOSA, 2007).

Floresceu no início de 1900, neste ano se instalou a primeira indústria de calçados da cidade, a Calçados Jaguar, criada e dirigida pelo pioneiro Carlos Pacheco de Macedo, que, através de processo produtivo seqüencial, dedicou-se à industrialização de sapatos e produtos correlatos, todos produzidos em couro. E junto com esta consolidação, iniciou-se a fase exportadora, porém poucos empreendimentos iniciaram seus negócios como *médias* empresas.

Analisando o capital inicial das 562 fábricas de calçados registradas em Franca nas sete primeiras décadas do século XX, constata-se o evidente predomínio das empresas que iniciam suas atividades de maneira bastante modesta. Percebe-se, a evolução do empreendimento foi lenta.

A maior das dez fábricas, em 1945, a *Calçados Palermo*, teve origem na oficina de sapateiro com pequeno comércio de calçados, iniciada em 1922 por João Palermo, então com 30 anos, italiano de Basilicata, com o exíguo capital de cinco contos de réis, o equivalente à época a US\$ 720.

A terceira e a quinta maiores fábricas, em 1945, respectivamente, a *Calçados Mello* e a *Calçados Samello*, tinham à sua frente dois irmãos filhos de imigrantes espanhóis: Antonio Lopes de Mello e Miguel Sábio de Mello. Apesar de irmãos, Antonio e Miguel tinham pais diferentes: o primeiro era filho do trabalhador rural Mariano Lopes Della Torre, do qual temos poucas informações, e o segundo de José Sábio Garcia, que veio para o Brasil em 1894, tendo trabalhado em fazendas de café no interior de São Paulo e Minas Gerais e também como limpador de trilhos da Cia. Mogiana de Estradas de Ferro.

A *Calçados Spessoto*, quarta maior em 1945, foi iniciada em 1924 pelo oficial de sapateiro Pedro Spessoto com cinco contos de réis, o equivalente a apenas US\$ 550. Quase dez anos depois, em 1933, o capital da empresa era ainda de 37 contos (cerca de US\$ 3,240), saltando para 200

contos em 1934 (cerca de US\$ 17,500). Subtende-se, dessa surpreendente elevação de capital, que a empresa tenha sido significativamente modernizada, pois o número de operários aumentou de 16 para 42. (BARBOSA, 2007).

Atualmente a *Democrata*, empresa surgida em meados do anos 80, é a líder do mercado de sapatos masculinos do país. O processo de globalização em desenvolvimento afetou dramaticamente a vida social, porém o setor calçadista sofreu poucas mudanças. Em suas fábricas prevalecem a habilidade manual. [...] “A trajetória nas indústrias predominantemente a partir do saber-fazer e não do conhecimento técnico-científico”[...] (SOUSA, 2007, p.6). Segundo Jorge Felix Donadelli(2007), presidente do Sindicato da Indústria de Calçado de Franca, a história do empresário do calçado é do sapateiro que cresceu.

O setor calçadista de Franca passa por uma crise; os empresários enfrentam dificuldades financeiras, sua origem humilde influi no comportamento empreendedor e na tomada de discussões, perante este mundo capitalista. Muitas indústrias da cidade estão mudando com o objetivo de encontrar mão de obra mais barata, este sobrevive da bravura do empresário que não desiste porque acredita no ideal de ser sapateiro.

Destaque-se ainda que a cidade tem instalados todos os elos da cadeia produtiva de couros e calçados. Todos os segmentos fornecedores das indústrias estão aqui instalados, além de institutos de pesquisas e testes industriais, a mais capacitada escola do SENAI para formação de mão-de-obra, que é referência mundial atualmente, dada a sua qualidade de ensino e os equipamentos utilizados, além de entidades engajadas fortemente em projetos que converjam para o crescimento da nossa indústria.

Este setor possui uma representatividade; o sindicato da indústria de calçados de Franca foi criada em 27 de agosto de 1959 tendo por finalidade precípua a defesa das indústrias de calçados e correlatos instaladas no município de Franca, sendo esta uma das mais importantes do setor calçadista nacional, sempre pautando sua atuação por rígidos princípios éticos o que se fez granjear, ao longo do tempo, grande respeitabilidade e imagem de seriedade por todos os nossos interlocutores.

A entidade é dirigida por uma diretoria integrada por sete empresários, 9 conselheiros consultivos e 3 conselheiros fiscais. Atualmente a entidade é presidida pelo industrial Jorge Felix Donadelli, e conta com um quadro de 13 funcionários. O parque industrial da cidade veio crescendo, até que, na década de 1950, sofreu o primeiro grande impacto de crescimento: o governo federal, na época do presidente Juscelino Kubtschek liberou a importação de máquinas especiais para a fabricação de calçados, o que alavancou tecnologicamente o setor.

Desta forma conclui-se que o surgimento do setor calçadista foi um marco na cidade de Franca, o qual movimenta a economia, gerando empregos e impostos. Apesar da globalização

muitas indústrias tendem a produção fabril, sendo manual, como Opananken, é uma indústria de calçados ortopédicos, seu acabamento é todo feito a mão. A partir desse pequeno histórico do setor de calçados de Franca, deve-se tentar relacionar a questão do turismo local para compreendermos a relação entre ambos. Outro foco de preocupação é a auto-estima dos operários, desta forma o primeiro texto a ser discutido pelo NEIC no primeiro semestre foi *Auto-estima e desenvolvimento Social*, a auto – estima se tornou importantíssimo nos dias atuais, pois é através dela que os trabalhadores executam seus ofícios da melhor forma, tendo um salário justo, um local de trabalho adequado etc. “O toque diferencial da exposição de Lessa consiste justamente no enfoque interdisciplinar com que abordou a questão da auto – estima e da identidade nacional”.

Carlos Lessa trabalha com 2 visões do Brasil: um país grande, porém de auto- estima zero. Relacionando com o Turismo: muitos prefeitos não acreditam no potencial do Turismo como gerador de renda, de emprego, cultura e principalmente respeito por parte dos turistas. Muitos francanos enquadram-se nesta auto - estima zero, não sentem orgulho de sua cultura, uma vez que a mesma é baseada no setor calçadista, este setor passa por uma crise, mas independente disso a população deve sentir orgulho de sua história, desta forma descartando a idéia de cidade fim de linha e de sapateiros. E onde estaria a auto – estima de nosso país? No turismo. Deve-se acreditar no potencial do Brasil; pois o mesmo possui a maior extensão de litoral e conta com diversos segmentos culturais. A população está interessada em bom atendimento, qualidade de serviços, como a cidade possui muitos concorrentes, estas características citadas são indispensáveis para o futuro de qualquer empresa.

2. TURISMO LOCAL

Segundo os professores suíços Hunsiker e Krapf, em 1942, turismo é a soma de todos os fenômenos e das relações resultantes de viagem e da permanência de não-residentes, na medida em que não leva à residência permanente e não está relacionada a nenhuma atividade. Desta forma, os turistas, são visitantes temporários que permanecem uma ou mais noites no local visitado (BENI, 2006), cuja finalidade de viagem pode ser classificada sob um dos tópicos: lazer (recreação, férias, saúde, estudo, religião e esporte) negócios, família, missões e conferências.

Mario Carlos Beni (2006) identifica três tendências para a definição do Turismo: a econômica, a técnica e a holística, a qual é a mais utilizada, consiste em abranger a essência total do assunto. O turismo tem como principais características promover a difusão de informação sobre uma determinada região ou localidade, abrir novas perspectivas sociais como resultado do desenvolvimento econômico e cultural, integrar socialmente, desenvolver a criatividade em vários campos, etc. Para entender o turismo local torna-se necessário conhecer os segmentos existentes

como: o turismo sustentável que é garantir e assegurar os componentes dos diferenciais turísticos, o processo racional de exploração dos recursos ambientais naturais, histórico-culturais e temático-artificiais. A idéia de sustentabilidade; preservação do meio ambiente, usufruindo do meio sem o prejudicar. Ela é muito importante em todo setor seja ele industrial ou comercial. “Se destruímos as nossas riquezas os danos serão eternos”.(CARLOS LESSA, 2003, p.50)

O turismo, assim como todos os setores, gira em torno do capitalismo, segundo Carlos Lessa (2003) se a globalização for entendida como um processo pelo qual o mundo se articula, isso na verdade aconteceu, a sério mesmo. Assim, muitas barreiras foram quebradas e muitas portas se abriram. E qual a cor do povo brasileiro? Furta-cor! Pois são 5 Brasis em 1.

Realmente é o país do futuro, o gigante está despertando para economia, pesquisas, ou seja, está crescendo.

Turismo receptivo é aquele gerado por visitantes de outras localidades ou regiões emissoras, os quais permanecem mais de 24 horas e menos de um ano no local de chegada. (Universidade do Vale do Itajaí). A cidade de Franca possui também o segmento de turismo de negócios; que são os eventos como feiras, congressos, convenções, com estes há geração de empregos, renda e impostos; por isso a necessidade da cidade ter uma infra-estrutura turística correta juntamente com capital humano e o turismo rural; é o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade.

O conjunto de todos os serviços relacionados ao turismo recebe o nome de trade turístico, são as organizações privadas e governamentais atuantes no setor. Após definir trade turístico, torna-se viável trabalhar a definição de Turismo de Negócios/Eventos, sendo um conjunto de atividades de viagem, de hospedagem, de alimentação e de lazer praticado por quem viaja a negócios referentes aos diversos setores da atividade comercial ou industrial ou para conhecer mercados, estabelecer contatos, firmar convênio, treinar novas tecnologias, vender ou comprar bens e serviços (Andrade, 1997).

Para captação do turista é indispensável à existência de atrações turísticas; a parte de destinos turísticos de resorts litorâneos e cidades convencionais há uma vasta gama de destinos construídos com um propósito específicos na forma de acampamentos de férias e vilarejos, que atendem a diversos segmentos do mercado, como por exemplo, os mercados jovem e de famílias servidos pelos Butlins. Atrativo turístico é todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los. Em Franca estes atrativos agregam valor ao turismo da cidade. Os mesmos podem fazer parte do patrimônio Histórico/Cultural de uma cidade, são manifestações sustentadas por elementos materiais que se apresentam sob a forma de bens imóveis ou móveis. Para os bens imóveis deverão ser considerados

apenas aqueles ditos fixos, entendendo-se por bens móveis fixos, aqueles pertencentes ou não a coleções ou acervos, que em exposições permanentes no mesmo local.

Para possuir uma infra-estrutura turística; conjunto de obras e de instalações de estrutura física e de serviços urbanos básicos que dão suporte ao desenvolvimento da atividade turística em determinada área. São exemplos: sistema de transportes e de comunicações, hotéis, locadoras, posto de informações, bares e restaurante, entretenimento, é necessário o ComTur, Conselho Municipal de Turismo, o qual fomenta projetos de turismo junto à prefeitura municipal. E junto ao Comtur, estão o Convention & Visitors Bureau que é um organismo sem fins lucrativos, seus objetivos principais são a fomentação de projetos e viabilizar a captação de eventos e turistas, e o Ministério do Turismo, que tem por missão o desenvolvimento do turismo como uma atividade econômica sustentável, com papel relevante na geração de empregos e divisas, proporcionando a inclusão social. O Ministério do Turismo inova na condução de políticas públicas com um modelo de gestão descentralizado, orientado pelo pensamento estratégico.

Após esta, julga-se necessário a explicação de meios de hospedagem que é um estabelecimento administrado comercialmente por empresa hoteleira, destinado a prestar serviços de alojamento a hóspedes temporários, em unidades habitacionais especificamente construídas com essa finalidade, podendo ser um hotel; estabelecimento comercial de hospedagem, sem parâmetros predefinidos de classificação, situa-se em edificações de valor histórico, ou em construções novas, com predominância do estilo do proprietário na decoração interna, paisagismo do entorno, serviços com atendimento personalizado e cozinha regional ou internacional refinada.

A sinalização turística, também faz parte desta infra-estrutura, tem como objetivo sinalizar atrativos, vias e atrações turísticas de acordo com o código de trânsito brasileiro. Facilitando o entendimento do turista. A cor das placas é marrom, uma cor universal.

2.1 ATRATIVOS E RECURSOS TURÍSTICOS DE FRANCA

A fim de dimensionar os atrativos e recursos turísticos de Franca, seguem os seguintes atrativos e recursos do município, segundo a metodologia de identificação do Conselho Municipal de Turismo e a Prefeitura Municipal de Franca, divididos de acordo com os seus segmentos e a pesquisa de campo com linha observatória.

2.1 Atrativos e Recursos Culturais

Catedral Nossa Senhora da Conceição

A antiga Igreja Matriz de Nossa Senhora da Conceição, hoje catedral, foi iniciada em 1898 e inaugurada no ano de 1926, porém, aberta ao culto religioso católico desde 1913. Substituiu a antiga igreja da vila, um projeto do engenheiro italiano Carlos Zamboni – iniciativa do vigário da época, Monsenhor Cândido Martins da Silveira Rosa. Nos anos 70 sofreu modificações internas, adquirindo o aspecto atual. É um dos símbolos da cidade e ponto de referencia tradicional.



Foto 1: Catedral Nossa Senhora da Conceição
Fonte: Executada pela autora do trabalho

Igreja e Seminário Nossa Senhora Aparecida – Capelinha

Em 26 de 1924 foi benzida a pedra fundamental, onde se ergueria a Igreja de Nossa Senhora Aparecida, de responsabilidade dos Padres Agostinianos Recoletos. Em 1928 o Seminário já fazia parte da sua construção, podendo nele ser encontrada uma biblioteca com livros de edições raras dos séculos XVI e XVIII – época da invenção da imprensa. A festa da Padroeira acontece todo dia 12 de Outubro, recebendo cerca de 16.000 devotos. Mensalmente, no dia 22, é celebrada missa de Santa Rita de Cássia.

Arquivo Histórico Municipal *Capitão Hipólito Antonio Pinheiro*

Sob sua guarda estão milhares de documentos antigos que são utilizados por pesquisadores que buscam conhecer e compreender a história do Nordeste Paulista. Criado em 1989, possui uma biblioteca de apoio, composta de obras fundamentais para o conhecimento da cultura brasileira. Seu patrono é considerado líder dos fundadores de Franca.

Museu Histórico Municipal *José Chiachiri*

Construído em estilo neo-romântico, abriga um acervo de 3.654 peças. É um dos mais importantes museus do interior brasileiro. Compõem-se de inúmeros objetos e documentos relativos à história de Franca e região. Fundado pelo jornalista e historiador José Chiachiri, em 1927, o antigo prédio já serviu de Casa da Câmara Municipal, Cadeia Pública, Fórum e Prefeitura Municipal.

Pinacoteca Municipal *Miguel Ângelo Pucci*

Artista plástico nascido em Franca organizou a 1ª Exposição que deu início ao acervo da instituição. Promove anualmente, em Abril, o Salão Acadêmico, e em Novembro, o Salão Contemporâneo. Conta com o acervo de artistas locais e regionais, e direciona especialmente suas atenções para as oficinas de arte.

Museu da Imagem e do Som – MIS *Bonaventura Cariollato*

Criado em 1992, destinava-se à coleta de depoimentos e imagens dos homens e mulheres que viram Franca crescer e se modificar. Faz parte de seu acervo inúmeras fotografias, que mostram a cidade em diferentes épocas, e da imprensa local. Seu patrono, Bonaventura Cariolato, italiano de nascimento, foi um célebre pintor francano que se destacou pela beleza de sua arte.

Museu do Calçado *Miguel Sábio de Mello*

Localizado no centro da cidade, possui aproximadamente 3 mil itens, entre peças de publicidade, fotografias e réplicas de sapatos que **remontam a história do setor calçadista.**



Foto 2: Museu do Calçado *Miguel Sábio de Mello*
Fonte: Executada pela autora do trabalho



Foto 3: Peças do Museu do Calçado Miguel Sábio de Mello
Fonte: Executada pela autora do trabalho

Colégio Champagnat

É o maior e mais belo prédio de arquitetura clássica de influência francesa na cidade. Sua construção iniciou-se em 1979. Foi fundada pelos Irmãos Maristas (congregação originada na França) pelo patrono do prédio, o Padre Champagnat. Atualmente, o prédio abriga a sede da Secretaria Municipal de Educação, Esportes e Cultura, além do Arquivo Histórico Municipal *Capitão Hipólito Antônio Pinheiro* e a Biblioteca Pública *Dr. Américo Maciel Castro*.

Estação Ferroviária – Mogiana

Inaugurada em 1887 com a chegada dos trilhos da Companhia Mogiana para transportar o café na região, também serviu a indústria calçadista na distribuição de seus produtos. Em 1971 a Companhia foi incorporada à FEPASA – Ferrovia Paulista S.A. e desativada no ano de 1977, devido às várias circunstâncias econômicas, dentre elas, o advento do automóvel. Abriga hoje repartições públicas diversas.

Relógio do Sol

É o único relógio do sol vertical do país, existindo outro igual na cidade francesa de Annecy. Construído pelo frade capuchinho, Frei Germano D'Annecy, em 1886, constitui-se em solitária lembrança do século passado na praça CONDEPHAT, municipal e estadual.

2.2 Atrativos e Recursos Naturais

As Quatro Estações

Escultura representada por quatro figuras de mulheres, que seguram nas mãos objetos alusivos às quatro estações do ano. A obra pode ser vista na Praça Central Nossa Senhora da Conceição.

Jardim Botânico

Oferece mudas de plantas dos mais variados tipos, inclusive para arborização urbanística. Conta com uma remanescente da Mata Atlântica, com aproximadamente 200 hectares, protegidos por lei como *Área de Proteção Ambiental e Mananciais*.

Parque de Exposições *Fernando Costa*

Com um espaço de 10 hectares, o parque é palco constante de feiras, festas e exposições. Foi criado no ano de 1943, data em que se realizou a 1º Exposição Agropecuária. Seu nome é uma homenagem ao governador do Estado de São Paulo, na época. Por ser bastante arborizado, as pessoas utilizam-no para descanso, leitura e caminhadas. Há nele um lago artificial, completando a harmonia e a paz do ambiente.

Orquidário Municipal Yaya Jacintho

Reúne uma diversidade de espécies de orquídeas, flor símbolo da cidade.

2.3 Turismo de Negócios e Eventos

Sala de Convenções Tower Hotel

A sala de convenções possui capacidade para mais de 300 pessoas em formato de auditório. O Tower oferece também cardápios para o *coffe break*, almoço, jantar e coquetel, de acordo com as necessidades do evento.

Fenafic

A FENAFIC - Feira Internacional de Couros, Máquinas e Componentes para Calçados - é a segunda maior feira do segmento no País. Organizada pela AFIC – Associação dos Fornecedores da Indústria Calçadista. Promovida pela Alto Empreendimentos Promoção de Feiras LTDA, anualmente, em Franca, São Paulo, a FENAFIC é uma referência para o setor coureiro-calçadista no Brasil e no exterior. Em 2007, quando a FENAFIC chegou a sua terceira edição, a Feira reuniu 226 expositores e mais de 450 marcas diferentes em um único local.



Foto 4: Fenafic

Fonte: Executada pela autora do trabalho

Expositores de São Paulo, Minas Gerais, Bahia, Rio Grande do Sul, Mato Grosso, Goiás, Itália e representantes da Alemanha, Hong Kong e Espanha participaram da Feira que aconteceu entre os dias 31 de julho a 3 de agosto, nos Pavilhões FENAFIC, em Franca. A 3ª edição da FENAFIC contou com visitantes de todas as regiões do País e do exterior totalizando um público de 18.528 visitantes, quase 80% a mais de crescimento comparando com o público da edição passada.

Franca

Atualmente este evento realiza-se na cidade de São Paulo, pois Franca não possuía infraestrutura necessária para receber a demanda.

Ao pensarmos esses dois segmentos do turismo em Franca, podemos perceber que um poderia agregar valor ao outro. No entanto, é necessário que seja identificado todos os elementos dessa oferta turística, assim como criação de políticas para profissionalização do turismo. Destaca-se que criação de curso de turismo por duas universidades podem contribuir para essa necessidade.

3. ÓRGÃOS DE APOIO AO TURISMO RECEPTIVO

A cidade de Franca conta com três órgãos que possibilitam suporte ao turista; o Comtur, Franca e Região Convention e Visitors Bureau e a Agência de Desenvolvimento da Alta Mogiana.

Comtur - Segundo o PMNT – Programa Nacional de Municipalização coordenado pela EMBRATUR, que visa implementar a política municipal de cidades cujo potencial turístico seja real e efetivo, a Prefeitura Municipal criou o Conselho Municipal de Turismo - COMTUR em 1998, através da Lei 5215/98 de 29/05/98. O Conselho funciona como um órgão deliberativo, consultivo e de assessoramento, responsável pela conjunção entre o Poder Público e a sociedade civil.

Franca e Região C&VB; altamente novo, abrange 27 municípios, tem como principal objetivo a captação de eventos para cidade e para a região, porém conta com apenas 3 associados.

A Adam é uma empresa privada, que tem como objetivo formatar projetos para o desenvolvimento regional, no que consiste no próprio nome Agência de Desenvolvimento da Alta Mogiana, sua diretoria é formada por empresários e representantes do poder público e empresas públicas, tem como objetivos buscar junto ao poder público recursos para que esses projetos possam ser implantados. (VANINI, 2008).

Para delimitar a ação desses órgãos junto ao turismo local, julgou-se necessária pesquisa de campo, sob o método qualitativo de entrevista com Augusto Cesar Vanini, presidente da ADAM. Segundo Vanini (2008), muitos projetos estão em estudo por parte da prefeitura, Comtur, C&VB e a ADAM, mas nenhum posto em prática.

Percebe-se um grande comprometimento e vontade de mudança por parte da ADAM. Para por estes projetos em prática a cidade está recebendo apoio de deputados estaduais.

A conscientização já foi feita tanto por parte do C&VB e do Comtur, foram realizadas reuniões com os empresários, tentamos colocar na cabeça deles; um empresário diz que a idéia é ótima e aí quando tentar reunir todos não consegue por em prática. Está um pouco difícil, o SEBRAE tem um papel importante nesta conscientização porque ele é um órgão que é ligado as esferas superiores, acredito que ele tem um potencial maior de conscientizar (Vanini,2008).

Ou seja, a conscientização possui falhas.

A cidade não está perdendo a sua identidade, uma vez que é baseada no setor calçadista, movimentando a economia da cidade e fazendo a diferença na economia do país. A população deve sentir orgulho de ser da cidade do calçado masculino. No setor do turismo, falta mão de obra capacitada para trabalhar em diversos segmentos como eventos, hotéis, agências, etc.

Portanto, percebe-se que a cidade necessita de reparos em diversas áreas, inclusive nos recursos humanos e financeiros. Falta infra – estrutura como hotéis de rede e locais para realização de eventos grandes. E o mais importante falta por em prática os estudos e projetos desenvolvidos pelos órgãos do turismo local.

4. SETOR CALÇADISTA E O TURISMO DE NEGÓCIOS

Com base nas discussões realizadas sobre turismo; suas particularidades e o setor calçadista torna-se possível a junção com o objetivo promover o crescimento da economia da cidade, gerar empregos e desta maneira encontrar uma saída para o setor calçadista. Uma vez, que este passa por uma profunda crise.

Uma das saídas pode estar no turismo de negócios; com a criação de eventos, feiras e congressos. Através desses eventos, o setor calçadista poderia mostrar a sua qualidade e as novidades, recebendo não só expositores de Franca, mas de toda região. E com passar dos anos, havendo aceitação pode chegar a ter âmbito nacional e até internacional. Com isso, a cidade receberia demanda nacional e *“essa movimentação vai melhorar para todos”*. (Vanini, 2008).

Turismo de Negócios em Franca é movimentado pela indústria calçadista, o turismo cultural e o turismo de compras, agregam valor a este turismo; todos estes segmentos geram empregos, renda e motivam a infra-estrutura turística e o capital humano a se atualizarem, além disso, contribuem para o desenvolvimento local.

Além disso, com o novo Plano de Regionalização do turismo, a promoção de circuitos está em alta, por isso do projeto do Circuito do Calçado de Franca, desta forma, turistas e estudantes o fariam, com objetivo de conhecer a história do calçado, a indústria, seus proprietários, enfim tudo o

que diz respeito ao calçado de Franca. Também há possibilidade de promover feiras sobre o calçado. Havendo melhorias na infra-estrutura turística de Franca, as portas dos eventos estarão abertas.

5. ENTREVISTA ADAM: RESULTADOS E PROPOSTAS

A partir dos dados obtidos, percebe-se que a cidade já foi conscientizada por parte do poder público e órgãos turísticos. Porém nota-se falhas após esta; alguns meios de hospedagem, por exemplo, não permitem pesquisas e estudo de caso para fim de estudo, uma vez que os resultados obtidos serão de grande utilidade na melhoria da qualidade dos mesmos.

A ADAM busca junto ao poder público recursos para que esses projetos possam ser implantados. O Comtur tem mais ligação com o Franca e Região C&VB, que é o setor que deveria tratar o Turismo. Ele é novo e está descobrindo os caminhos para poder apresentar projetos ligados ao Turismo e um desses caminhos é trabalhar.

Constata-se a necessidade de melhorias na infra-estrutura, desta forma, uma verba está designada para o recapeamento da pista do aeroporto, porém, em visita realizada no mesmo, observa-se que a reforma não foi iniciada. Com o conhecimento da formação das empresas calçadistas de Franca, observa-se uma indústria formada por operários muitas vezes sem escolaridade e os proprietários de *chão de fábrica*, muitos empresários não são filiados ao sindicato do setor.

Após toda a pesquisa realizada foi possível reconhecer os pontos fortes e fracos da cidade e a partir deles gerar propostas de melhoria não só no *trade*, mas também em toda a cidade. Como:

- ✓ Criação de circuitos envolvendo as indústrias calçadistas; visitas no interior das fábricas com guia; e desta forma contar a história da fábrica, sua formação, etc. Ampliando o conhecimento de alunos, turistas e da própria população sobre questões da economia da cidade de Franca;
- ✓ Divulgação do setor calçadista, por meio de orelhões e lixeiras do calçado; em forma de botas e outros tipos de calçado. Seria mais um atrativo para a cidade e cada vez mais iria firmar a base da economia deste pólo;
- ✓ Construção de lugares com infra-estrutura necessária para realização de eventos de diversas áreas, centros de eventos, salões, etc. Com esta, grandes eventos poderiam vir para Franca e com eles movimentaria todo o *trade*;
- ✓ Conscientizar a população e os empresários da importância do Turismo e do setor calçadista, como gerador de emprego e impostos;

- ✓ Recapeamento da pista do Aeroporto Estadual, para o recebimento de aeronaves de médio e grande porte. Atualmente, o mesmo só recebe aviões particulares e de pequeno porte;
- ✓ Criação do programa *Fique mais um dia*, com atrações para os turistas que apenas pernoitam na cidade, desta forma poderiam fazer um tour na cidade e na região;
- ✓ Melhorias no atendimento prestado pela pequena hotelaria, ou seja, pensões, pensionatos e hotéis de pequeno porte, que muitas vezes não sabem da importância do turista em seu estabelecimento e até mesmo na cidade;
- ✓ Criação do Centro de Apoio ao Turista, com objetivo de disponibilizar informações corretas aos turistas, distribuição do guia turístico da cidade e guias de turismo a disposição de grupos de turistas;
- ✓ Criação de eventos relacionados ao setor calçadista; feiras, congressos, encontros; para que a cidade cresça com negócios e no setor;
- ✓ Divulgação dos atrativos da cidade e do calçado por meio do site da cidade; que atualmente não consta nada;
- ✓ Trabalho de planejamento junto aos cursos de Turismo das universidades existentes em Franca.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após fazer uso de todas as bibliografias descritas, conclui-se que Franca, possui grande potencial turístico, sendo este potencial de Turismo de eventos e negócios.

A cidade está se mobilizando, possui C&VB, Comtur e a Agência de desenvolvimento da Alta Mogiana, o que falta é uma nova conscientização no trade; restaurantes, bares, hotéis, com intuito de explicar que esta união trará recursos e aumento na demanda em todos os setores. A idéia é tornar Franca pública, ou seja, vender a cidade para os turistas com toda cultura que ela possui, sendo uma cidade receptiva e acolhedora.

O setor calçadista de Franca sente a necessidade de união por parte dos empresários, que não se interessam pelo sindicato do setor, atualmente contam com apenas 100 associados. Muitos deles, não se preocupam com o conhecimento, pensam que o calçado é a única forma de emprego que a cidade pode oferecer. Pelo contrário, Franca está em expansão em diversas áreas como a da lingerie e do turismo. E com esta expansão, a sustentabilidade torna-se cada vez mais necessária. Esta união trará melhorias para o setor como; melhores condições de trabalho, tecnologia, exportação e claro o calçado sairia desta crise, que abalou tantas indústrias, forçando-as a sair de Franca e ir para o nordeste. Percebe-se a necessidade do desenvolvimento local mais sólido, pois com ele é possível, uma organização da mesma e o recebimento de verbas para investimento em projetos. A economia

está baseada no capitalismo; adquirir e preservar o patrimônio. “*O modelo dominante de crescimento econômico expressa o anseio do capital global por uma economia sem fronteira*” (DOWBOR,2006). Abriu-se um leque de capital: financeiro, natural; que está se esgotando e humano; que se tornou indispensável. Segundo Rodrigues, desenvolvimento local seria um processo de superação de problemas sociais, cujo âmbito numa sociedade se torna, para seus membros, mais justa e legítima.

Conclui-se que em locais com estrutura de empresas mais consolidada, por sua vez, o importante é manter o que já existe e falta promoção desenvolvimento para operários. Enquanto nas metrópoles se assiste a um aumento constante da contaminação do ar, dos congestionamentos de trânsito e da criminalidade em geral, em muitas regiões economicamente atrasadas ainda se desfruta de uma boa qualidade de vida, regiões avançadas deveriam se reorganizar, abordado pelo APLIS – Arranjos Produtivos Sociais para Inclusão Social.

Desta forma, o turismo pode contribuir para o desenvolvimento local de diversas maneiras, como gerador de renda, impostos, empregos e promotor de eventos. Assim, a cidade recebe maior demanda de turistas, um grande aumento na economia e o setor calçadista torna-se preponderante mais uma vez.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, José Vicente. *Fundamentos e dimensões*. 5. ed. São Paulo: Ática, 1998.

BRASIL. *Turismo*. Disponível em: <<http://www.brasilturismo.com/index.php>>. Acesso em: 4 fev. 2008.

CASTELLI, Geraldo: *Excelência em hotelaria: uma abordagem prática*. 5. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005.

DADOS_RAIS__MUN_2__PAULISTAS

Diário da Franca – 08/4/2001- O que acontece no setor calçadista

EMBRATUR. *Diretrizes do programa nacional de municipalização do turismo*. Brasília, EMBRATUR, 1999.

GUIA QUATRO RODAS. *Brasil 2006*. São Paulo: Abril, 2006.

LESSA, Carlos: *Auto-estima e desenvolvimento social*. Organização Mundial do Turismo OMT-WTO-BTO. Desenvolvimento de turismo sustentável: manual para organizadores locais. Publicação de Turismo e Ambiente, 1994.

SANT'ANNA, D. G. T.; SÁ DE OLIVEIRA, M. T. C.; BERENSTEIN, S. G. *Gestão participativa para um turismo sustentável: o caso da costa do descobrimento*. Salvador: Secretaria de Cultura e Turismo, 2001.

SESSA, Alberto. *Turismo e política de desenvolvimento*. Porto Alegre: Unionter, 1993.

SOUZA, Agnaldo Barbosa. *O desenvolvimento local na era da globalização*.

Turismo- visão e ação/ Universidade do Vale do Itajaí, Curso de Mestrado em Turismo e Hotelaria – ano 2, n.4 (2000)—Itajaí: Semestral. Ed.

VANINI, Augusto. Pesquisa de campo-entrevista

Google. Disponível em: <<http://www.google.com.br>>. Acesso em: 23 abr. 2008.

HotelierNews. Disponível

em: <<http://www.hoteliernews.com.br/HotelierNews/Hn.site.4/index.aspx>>. Acesso em: 24 abr. 2008.

Ministério do Trabalho e Emprego. Disponível em:

<<http://www.mte.gov.br/geral/estatisticas.asp#caged>>. Acesso em: 31 mar. 2008.

Ministério do Turismo. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br>>. Acesso em: 4 fev. 2008.

Turismo São José do Campos <<http://www.turismo.sjc.sp.gov.br/comtur.asp>>. Acesso em: 31 mar. 2008.