

## O TURISMO RURAL DA CIDADE DE PIRACICABA E SUA EXPANSÃO UTILIZANDO-SE AS FERRAMENTAS DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO CONTEMPLADAS NO PROJETO PIRACICABA 2010

Marcos Antonio Gallani

Administrador de Empresas, Professor Universitário, Mestrando do Mestrado em Administração Universidade Metodista de Piracicaba e Consultor em Turismo

Antonio Carlos Giuliani [Giuliani.marketing@uol.com.br](mailto:Giuliani.marketing@uol.com.br)

Administrador de Empresas, Professor e Coordenador do Mestrado em Administração, Universidade Metodista de Piracicaba

### RESUMO

O trabalho analisa a importância do planejamento na utilização dos espaços rurais, procurando definir quais são as características principais, e o seu crescimento no Brasil e no mundo. O objetivo foi mostrar que a utilização das ferramentas do planejamento e do desenvolvimento sustentável são importantes no fomento do turismo rural. Na literatura brasileira, são escassos os estudos nessa área, a pesquisa é de caráter exploratório e descritivo GIL (1997) o que ressalta a importância da pesquisa exploratória para tornar o problema mais explícito, através de pesquisas bibliográficas definiu-se o que é planejamento, quais são suas etapas e estratégias, e através do Projeto Piracicaba 2010, mostrou como deverá ser aplicado planejamento para obter os possíveis resultados.

**Palavras-chaves:** Desenvolvimento Sustentável, Planejamento Estratégico, Turismo Rural.

### ABSTRACT

The work analyzes the importance of the planning in the use of the rural spaces trying to define which are the main characteristics, and its growth in Brazil and in the world. The objective was to show that the uses of the tools of the planning of the sustainable development they are important in the fomentation of the rural tourism. In

the Brazilian literature, the studies in that area scarce, the research has to exploratory character and descriptive GIL (1997) Which points out the importance of the exploratory research to turn the most explicit problem, Through bibliographical research it was defined what is planning, which are its stages and strategies, and through the Project Piracicaba 2010, we showed how the planning should be applied to obtain the possible results.

**Keywords:** Sustainable development, Rural Tourism, Strategic Planning.

### **Introdução:**

O turismo rural promove o intercâmbio entre o homem da cidade e o meio rural, com vantagens para ambos, tendo como objetivo estimular as atividades geradoras de benefícios sociais, econômicos e culturais. Em tempos de globalização, a terra não pode ser considerada, nem constituída mais como um simples ativo onde se especulava somente o fruto que se extraia da mesma, portanto não se deve desprezar outra forma de obter lucros como no caso o turismo rural. Inicialmente de maneira complementar e depois como uma nova forma de negócios, o turismo rural está mudando a mentalidade de muitos fazendeiros e sitiantes do interior do Brasil.

Justamente com a produção agropecuária, a exploração turística rural vem sendo encarada como mais um produto capaz de gerar empregos e divisas locais. Além disso, o turismo rural possibilita a entrada de turistas de outros países, pois as diferentes culturas de outros países, como por exemplo, a européia e a japonesa, apreciam muito esse tipo de atividade. A Embratur destaca que: “Promover um turismo organizado e administrado pela população rural com uma oferta de pequena escala permite que os benefícios econômicos do turismo tenham incidência na sociedade rural”. O sucesso da atividade ligada ao turismo rural advém do envolvimento de toda a comunidade, família e funcionários do local na atividade turística.

A interiorização territorial, em alguns países, em especial no Brasil, iniciou-se pelo litoral e recebe algumas denominações como: turismo rural, turismo alternativo, turismo verde, ecoturismo, agroturismo, turismo cultural, turismo de aventura,

turismo ambiental entre outros. Não importa a terminologia adotada, pois se deve constatar que o turismo pode ser um recurso para os espaços rurais, que procuram uma nova alternativa de desenvolvimento local e, ao mesmo tempo, uma oportunidade de valorizar seu patrimônio, suas paisagens e sua cultura.

Ainda recentemente, entendia-se por turismo rural todos os fluxos turísticos que tinham como cenário para seu desenvolvimento o meio não-urbano, independente de suas motivações, atividades, nível de interesse pela cultura rural, vínculos com a população agrária e modalidades de alojamento.

Conforme a definição de Cals, Capellà e Vaqué:<sup>1</sup> “sin embargo, es más apropiado referirse a la globalidad de los movimientos turísticos que se desarrollan en el medio rural con la expresión ‘turismo en espacio rural’, y reservar la de turismo rural para aquellas manifestaciones que en mayor medida se identifican con la especificaciones de la vida rural, su hábitat, su economía y su cultura”.

No espaço rural o turismo inclui uma gama de modalidades. Como atividade multidisciplinar acontece no meio ambiente, isto é, fora das áreas urbanizadas. É um agente motivador do trabalho para as famílias residentes no campo. Como forma alternativa de turismo, as propriedades rurais que possuem atividade produtiva podem oferecer não só diversos tipos de serviços turísticos, como hospedagem, alimentação e venda de produtos artesanais locais, mas também a oportunidade dos visitantes desfrutarem de trilhas e diferentes ambientes rurais, em contato com a natureza e costumes fora do ambiente urbano. Pode-se dizer que em virtude da grande variedade de paisagens nas diferentes regiões rurais, bem como da riqueza e diversidade cultural nas propriedades com sistema produtivo peculiar, cada espaço tem seu próprio turismo, valorizando assim sua identidade local.

Todas as atividades do meio rural representam um instrumento valioso na revitalização do ambiente cultural de uma região, além de beneficiar o pequeno produtor rural com uma fonte alternativa de renda e, principalmente, contribuir para evitar o êxodo rural graças à melhora na qualidade de vida da população local.

---

<sup>1</sup> El turismo em el desarrollo rural de España, Madrid, Edita, s/d.

### **Turismo Rural:**

Entender o que é turismo rural necessariamente implica em conhecer as diversificações do espaço rural brasileiro no que tange as variáveis de relevo, clima e vegetações, e da cultura do nosso homem do campo. No Brasil, diferentemente de outros países, fica fácil distinguir o que ainda é rural do urbano. Desta forma a conceituação de turismo no espaço rural, ou simplesmente turismo rural, como toda a atividade turística desenvolvida no meio ambiente natural e humano.

“Como o ecoturismo, o turismo rural é difícil de caracterizar com exatidão, visto que pode apresentar múltiplas formas Lane (1994, p.7-1)”.

Porém devemos destacar que um dos aspectos fundamentais do turismo rural e de outros segmentos especiais do turismo de lazer é expressar estilos de vida e ambientes que oferecem um contraste profundo como os de uma cidade moderna. Sendo assim, o conceito de turismo pode ser encarado como o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas do meio rural, comprometidas com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade.

Beni (1997, p. 54) denomina o turismo rural de o “deslocamento de pessoas a espaços rurais, em roteiros programados ou espontâneos, com ou sem pernoite, para fruição dos cenários e instalações rurícolas. Nesse sentido, alguns autores valem-se da expressão turismo no meio rural para incluir também o agroturismo”. O turismo rural vem apresentando um crescimento contínuo na Europa desde os anos 70, tendo sido descoberto por vários países como uma forma de revitalização da economia de zonas rurais. Na Áustria, por exemplo, havia cerca de 21.000 fazendas, oferecendo em torno de 109.000 leitos em 1994. No Brasil, algumas ações isoladas e inovadoras vêm se destacando. No interior de Minas Gerais, Mato Grosso do Sul, São Paulo, Rio Grande do Sul, Bahia, entre outros, os proprietários rurais, organizados em associações, buscam parcerias e desenvolvem o turismo no espaço rural.

Algumas ações isoladas e inovadoras vêm se destacando. É o caso de Lages (SC), pioneira em turismo rural, que em 1984 buscou uma alternativa turística que

aproveitasse a estrutura existente nas fazendas centenárias e estâncias de criação de gado. Hoje, o turismo rural também se desenvolve em outros municípios.

A Embratur<sup>2</sup> classifica essa modalidade de turismo como parte da diversificação do produto turístico nacional, estabelecendo algumas estratégias para o seu desenvolvimento. Dentre elas, uma que merece destaque é a de “promover um turismo organizado e administrado pela população rural com uma oferta de pequena escala, o que torna possível e permite que os benefícios econômicos do turismo tenham incidência na sociedade rural”.

Em 1998 nas oficinas realizadas pela Embratur para sistematizar o turismo rural algumas ações prioritárias foram apresentadas com objetivos e estratégias voltados para a regulamentação, a informação e a comunicação, a articulação institucional, o incentivo no turismo rural, a capacitação, o envolvimento das comunidades locais e a infra-estrutura básica.

Sendo assim o conceito de turismo rural ficou definido como o “conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometidas com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade.

O cenário do espaço rural configurado nos atrativos e atividades potenciais específicas e diferenciadas revela-se em:

- § Monocultura ou plantações diversificadas: observação, aprendizado de técnicas agrícolas, ‘colheita de frutas’ etc. são formas oferecidas para se interagir com o ambiente de uma propriedade.
- § Animais e aves: a maioria das fazendas oferece a chance de ver e estar perto de aves e animais típicos da região.
- § Acesso ao campo: estimado pela organização de caminhadas em espaços naturais ou modificados pelas atividades agropastoris e cultura local.
- § Restaurante típico colonial: a maioria das fazendas oferece a possibilidade de experimentar a culinária típica rural, incluindo refeições,

---

<sup>2</sup> Ministério da indústria, Comércio e Turismo/Embratur, Turismo rural: manual operacional, Brasília, 1994.

lanches, biscoitos e doces caseiros, na maioria das vezes com produtos produzidos na própria propriedade rural.

- § Loja de lembranças e artesanato típico: atividade que incrementa a renda pela venda de produtos com preços atrativos, dentre eles objetos de vime, rendas, bordados, artesanato de madeira, etc. A produção de artesanato típico, além de revitalizar as atividades tradicionais, pode ser fonte de trabalho e renda.
- § Museu/exposição: poderá ser organizado um pequeno museu ou exposições temporárias, no caso da fazenda possuir maquinário agrícola antigo, peças ou móveis antigos, construções de valor e interesse históricos e exposição são objetos de interesse para visitantes e turistas.
- § Opções e entretenimento para crianças: podem ser organizadas atrações e áreas de lazer dirigidas para crianças, como programas de educação ambiental, recreação organizada etc.
- § Eventos: o espaço rural permite a realização de alguns eventos como parte de suas atrações (rodeios, festas típicas, campeonatos de bocha, leilões, entre outros).
- § Ecoturismo: praticado em florestas, montanhas, rios, cachoeiras, ou seja, nos espaços naturais com objetivo específico de admirar, estudar, desfrutar de paisagens, sua fauna e flora ou reviver aspectos culturais, o que implica numa atitude científica ou filosófica de quem o pratica. Lascurain<sup>3</sup> descreve a busca do equilíbrio entre o que se desfruta e a sua conservação é o que caracteriza o ecoturismo.
- § Hospedagem alternativa: são meios de hospedagem que oferecem atividades de recreação e lazer como pousada rural, hotel-fazenda, camping ecológico, que aproveitam os recursos humanos locais e geralmente são administrados pelas famílias.

Em especial, o Turismo Rural configura-se, no momento, como uma importante alternativa de desenvolvimento econômico sustentável utilizando, racionalmente, os recursos naturais sem comprometer a sua conservação.

---

<sup>3</sup> Apud Crosby e outros, El desarrollo, cit.

O turismo Rural pode ser considerado como uma alternativa promissora agregada à agricultura familiar ao cooperativismo e ao associativismo, para gerar mais emprego e maior renda para a população que vive no campo, devido não somente às atividades agrícolas, mas também às atividades relacionadas à exploração desse turismo, como é o caso do comércio e serviços. Na realidade, toda a comunidade rural acaba se beneficiando com as atividades turísticas.

Dentro dessa perspectiva o turismo rural vem se destacando com bastante interesse como atividade recreativa no meio rural, em decorrência da reação ao estresse causado pelos grandes centros. Sendo assim fica evidente a importância em estabelecer políticas que venham nortear o estabelecimento e a implantação do mesmo através do planejamento.

### **Analisando o Planejamento**

O planejamento estratégico estabelece os grandes eixos ou bases do desenvolvimento das organizações, podendo ser definido como o processo destinado a determinar os objetivos gerais do desenvolvimento, as políticas e as estratégias que nortearão os investimentos, o uso e a hierarquização dos recursos disponíveis.

O planejamento estratégico se apresenta como uma ferramenta de direção e controle no estabelecimento de diretrizes e metas a serem atingidas. Portanto, os municípios e os estados poderão utilizá-lo para obter eficiência em suas gestões, pois diante dos cenários econômicos e sociais da atualidade, as cidades terão que criar mecanismos para se posicionarem diante de suas identidades regionais e conseguirem se destacar política e economicamente perante as outras cidades potencialmente concorrentes. Nesse contexto, o Projeto PIRACICABA 2010, poderia levar o nome da cidade de Piracicaba fora de seus limites geográficos, posicionando-a quando houvesse necessidade.

Conforme Oliveira (1999, p.62), planejamento estratégico é um processo gerencial que possibilita ao executivo estabelecer o rumo a ser seguido pela empresa, com vistas a obter um nível de otimização na relação com o seu ambiente. Assim, é

oportuno destacar que as cidades que desenvolverem o planejamento estratégico terão uma vantagem na competição com as demais, pois elas estarão apoiadas por uma proposta planejada de crescimento, ou seja, terão um instrumento de controle que balizará as ações corretivas, sendo estas fundamentais para o processo de amadurecimento da gestão participativa. No domínio das teorias da administração, em geral, a gestão participativa corresponde a um conjunto de princípios e processos que defendem e permitem o envolvimento regular e significativo dos trabalhadores na tomada de decisão.

O estabelecimento de estratégias competitivas é fator de sobrevivência. O conceito básico de estratégia está relacionado à ligação da empresa com seu ambiente, assim, a empresa procura definir e operacionalizar estratégias que maximizem os resultados da interação estabelecida. No caso das cidades, o mesmo pensamento é contemplativo, pois, para que ocorra o desenvolvimento, elas também devem contemplar a sua ligação com o ambiente onde estão inseridas. Numa empresa, a estratégia está relacionada à arte de utilizar adequadamente os recursos físicos, financeiros e humanos, tendo em vista a minimização dos problemas e a maximização das oportunidades (OLIVEIRA, 1999, p.175).

A cidade de Piracicaba, através do Projeto Piracicaba 2010, é uma das poucas que já implantou um projeto pautado no planejamento estratégico e está, atualmente, sendo projetada regionalmente em escalas para o estadual e federal como uma cidade que, através da agenda 21 e do planejamento estratégico, tem conseguido estabelecer diretrizes que propiciarão uma resolução mais eficiente para a solução de seus problemas.

Desta forma parece iniciar-se um processo de identidade e posicionamento para a cidade com estabelecimento do Projeto PIRACICABA 2010.

Temos muitas formas de definir planejamento, pois deve-se levar em conta alguns princípios básicos do que ele representa.

Para Baptista (1981, p.13) o termo planejamento “se refere ao processo permanente e metódico de abordagem racional e científica de problemas”.



No conceito de Ackoff (1967, p.3) “é um processo que se destina a produzir um ou mais estados futuros desejados e que não deverão ocorrer a menos que alguma coisa seja feita”.

Para Harry e Spink (1990, p.33) “o desenvolvimento de estratégias que permitam a uma organização comercial visualizar oportunidades de lucro em determinado segmento de mercado”.

Atualmente o turismo é considerado a mais promissora das atividades sociais. Tem sido visto como um fenômeno complexo, capaz de dinamizar os mais diversificados setores produtivos dos mais diferentes lugares do mundo. É resultante da conjugação de inúmeros fatores sociais, políticos, econômicos, ideológicos, culturais, tecno-científicos e ambientais que, após a Segunda Grande Guerra, passaram a impulsioná-lo e a configurá-lo como fenômeno característico das sociedades modernas.

O planejamento estratégico estabelece os grandes eixos ou bases do desenvolvimento do turismo, podendo ser definido como o processo destinado a determinar os objetivos gerais do desenvolvimento, as políticas e as estratégias que nortearão os investimentos, o uso e a hierarquização dos recursos disponíveis.

O planejamento tático e operacional, por estar relacionado com os aspectos operacionais e ligado, conseqüentemente, a um nível de execução utiliza os recursos disponíveis e os emprega na realização das decisões estratégicas. Constitui, portanto, a concretização do planejamento estratégico em programas de ação, com especificações de prazo, meios e responsabilidades de execução. A fase mais determinante, decisiva, do desenvolvimento do processo de planejamento estratégico é a da formulação da política adequada ao turismo.

*“É o conjunto de decisões que, integradas no contexto regional e nacional do desenvolvimento, orientam a condução do setor e regulam as ações a serem executadas, as quais se traduzem em planos e programas de desenvolvimento setorial”.* (Beni, 1998, p. 80-81).

O planejamento estratégico se apresenta como uma ferramenta de direção e controle no estabelecimento de diretrizes e metas a serem atingidas. Portanto os municípios e os estados deverão fazer prática da utilização do mesmo, para obter

eficiência na gestão, tanto pública quanto privada dos equipamentos do segmento turístico. Entretanto cabe destacar que nas cidades onde desenvolver-se-á o planejamento estratégico, a mesma obterá uma vantagem competitiva diante das demais, pois o turismo estará fundamentado numa proposta planejada de crescimento, ou seja, haverá um instrumento de controle que balizará as ações corretivas, sendo estas fundamentais para o processo de amadurecimento da gestão participativa.

Os objetivos contemplados em um planejamento devem ter por finalidade facilitar o uso e o estabelecimento de serviços para que uma comunidade possa ser atendida em seus desejos e necessidades. Dentro desta perspectiva o planejamento possui etapas que norteiam seu estabelecimento através de ações estratégicas definidas. As etapas que devem ser estabelecidas na elaboração do planejamento têm que necessariamente estar em conformidade da seguinte forma: Estratégico-Cenário; Tático-Visão; Operacional-Plano. Utilizando-se dessa metodologia poderemos, assim, obter êxito na implantação e no estabelecimento de ações que venham nortear os rumos que desejamos seguir.

### **O Planejamento Estratégico na visão do “Projeto Piracicaba 2010”.**

Piracicaba é uma das poucas cidades do mundo que já utilizaram cenários em seu planejamento. Os cenários são um instrumento auxiliar do planejamento estratégico. Eles estimulam o debate e a visão multilateral dos problemas e ajudam a identificar os objetivos e as estratégias a serem adotadas para alcançar uma situação desejável. O planejamento estratégico de cidades com o auxílio de cenários procura identificar os principais concorrentes da cidade em estudo, seus pontos fortes e fracos, as ameaças e oportunidades que o ambiente nacional e internacional apresentam, a visão da cidade que se deseja alcançar e as estratégias e projetos adequados para que essa visão se torne realidade.

Os pontos fortes da organização são suas potencialidades em relação à concorrência, ou seja os seus atributos e diferenciais. As fragilidades são os pontos fracos, dentro de uma análise interna, e devem ser trabalhadas para não se tornarem uma ameaça no futuro. De acordo com Boone & Kutz (1998, p.122),

oportunidades são “períodos limitados durante os quais as exigências de um mercado e as competências particulares de uma firma se ajustam melhor”.

Conforme descreve Pizzinatto (2004 p. 129),

o Diagnóstico Mercadológico aponta diversos caminhos alternativos para a organização, levando-a a questionamentos sobre caminhos alternativos a seguir: eliminar uma ameaça?; organizar-se para aproveitar uma oportunidade?; eliminar um ponto fraco?; investir num ponto forte? Analisados e avaliados os questionamentos, a fixação dos Objetivos de Marketing define segmentos a conquistar em termos regionais (o Vale do Paraíba) ou em termos demográficos (mulheres acima dos 25 anos, por exemplo).

Pizzinatto informa que a análise do Projeto PIRACICABA 2010 ficou assim definida:

Com base no Diagnóstico da Análise PFOA/SWOT, do Quadro 2 abaixo, as áreas apresentaram propostas de estratégias, traduzidas em Projetos que contribuíssem para a concretização da visão pretendida na área, antecipando-se, também, alguns programas de ações necessárias à implantação do Projeto apresentado. Utiliza-se aqui a terminologia do Projeto PIRACICABA 2010. Os projetos do Planejamento Municipal de Piracicaba, tiveram por origem o aproveitamento de uma Oportunidade, ou a defesa de uma Ameaça, como acontece com o Planejamento organizacional.

<b>QUADRO 1</b>	
<b>PROJETO PIRACICABA 2010 – ANÁLISE SWOT PARA DIAGNÓSTICO</b>	
<b>Análise SWOT/PFOA / Categorias</b>	<b>Exemplos de dados diagnosticados</b>
Pontos Fortes de Piracicaba	<p>As diversas instituições de ensino superior e centros de pesquisas existentes na cidade, apresentando excelências em várias áreas, e fazendo de Piracicaba um pólo do conhecimento de expressão nacional e internacional.</p> <p>A beleza do rio, a piracema, (fenômeno dos peixes nadando contra a correnteza, na época da reprodução), áreas naturais para lazer, construções de valor histórico e estético, a beleza da cidade, carinhosamente chamada pelo piracicabano de Noiva da Colina.</p> <p>A identidade Cultural da cidade, com artistas produzindo intensamente em diversos segmentos, com bons espaços para apresentações, exposições e concertos.</p> <p>Grande número de indústrias.</p>
Pontos Fracos de Piracicaba	<p>a) Limitada infra-estrutura hoteleira, falta de centros de convenções para a realização de eventos;</p> <p>b) poluição do rio Piracicaba, falta de tratamento de esgotos pelos grandes municípios que demonstram pouca sensibilidade para as questões ambientais e sociais da bacia;</p> <p>c) Desenho urbano com ruas estreitas, poucas vias arteriais, muitas vezes truncadas por obstáculos naturais ou construídos; recapeamento asfáltico antigo e más condições de conservação;</p> <p>d) Poucas atividades de exportação.</p>
Ameaças de Piracicaba	<p>a) Não realização do programa de despoluição da bacia do rio Piracicaba, incluindo o Rio Corumbataí;</p> <p>b) Crescimento desordenado e não planejado dos grandes centros urbanos da bacia, levando à redução do volume e manutenção da qualidade insatisfatória das águas dos rios Piracicaba e</p>

	Corumbataí.
Oportunidades para Piracicaba	<ul style="list-style-type: none"><li>a) Construção da barragem de Santa Maria da serra e do Porto de Ártemis: complexo de transportes inter-modal, que possibilitariam implantação de indústrias, crescimento do setor de serviços: turismo e ampliação de oportunidades de lazer e práticas esportivas;</li><li>b) Turismo de negócios e lazer urbano e rural (devido a universidades, centros tecnológicos e empresas modernas);</li><li>c) Reativação da ligação ferroviária: novo terminal ferroviário no Taquaral (bairro a 12 km da cidade, onde se instala a Universidade Metodista de Piracicaba-Unimep).</li></ul>

Fonte: Pizzinatto, N.K, “ Planejamento Estratégico Municipal e Ética Corporativa: Estudo de Caso de Associação entre Governo, Empresas e Sociedade”.2003 p. 7

A importância em estabelecer estratégias de marketing atreladas ao planejamento estratégico, nesse caso bem consolidadas no Projeto PIRACICABA 2010, nos faz acreditar que, com a dinâmica com que as coisas estão acontecendo e como as informações estão sendo processadas, atualmente são necessárias medidas que venham a auxiliar o estabelecimento de rumos para o futuro com uma certeza mais aproximada

Trata-se de planejamento abrangente e sistêmico, que visa o longo prazo e pressupõe um processo participativo e uma atitude pró-ativa dos atores sociais envolvidos. Trata-se, enfim de um planejamento perfeitamente adequado à elaboração de uma Agenda 21, ou seja, pensar globalmente e agir localmente. Em nosso caso agir no segmento de turismo rural para que o seu desenvolvimento seja sustentável, harmonizando o imperativo do crescimento econômico com a promoção da equidade social e preservação do patrimônio natural O Projeto PIRACICABA

2010 é um planejamento estratégico suprapartidário, que visa a integração do poder público e privado, para definir rumos sócio-econômicos e culturais da cidade, tendo como balizador principal o desenvolvimento sustentável. A formatação do mesmo norteará os investimentos geridos pelo poder público em parceria com o poder privado.

A visão do projeto PIRACICABA 2010 contempla:

*“Seremos uma cidade vibrante, moderna, com alta qualidade de vida. Piracicaba atrairá investimentos significativos que promoverão o crescimento sustentável, a oferta de empregos de valor e a garantia de inclusão social pra toda a população”.*

*Seremos economicamente fortes. Estaremos alicerçados nos setores agrícolas, industriais e de serviços e num pólo logístico intermodal de transportes. Nosso crescimento será ordenado e nosso comércio desenvolvido. O Rio Piracicaba, orgulho de nossa gente, estará despoluído. Atenderá às necessidades da cidade e favorecerá o lazer, o esporte e o turismo.*

*As produções científicas e tecnológicas de nossas universidades e centros de pesquisa, aliadas às produções artísticas e culturais da cidade, nos consolidarão como pólo de conhecimento. A marca de nossa identidade será notória no Brasil e no exterior, o que elevará nossa auto-estima.*

*Nossa população desfrutará de educação de alto nível e de atendimento à saúde de qualidade. Terá oportunidades crescentes de desenvolvimento de suas potencialidades e participará, de forma consciente e solidária, da construção da cidade que desejamos “(Projeto Piracicaba 2010: 2001 p.17)”.*

Destaca-se esta iniciativa da sociedade civil para o fomento de uma cidade melhor (crescimento na oferta de trabalho, incremento nas indústrias, comércio e serviços) para que no futuro os objetivos tratados nesse planejamento sejam condizentes com a realidade sócio-econômica. Todavia cabe ressaltar que nem tudo que brilha é ouro. É necessário muito trabalho, ação corretiva, e tempo, para a maturação do projeto.

*“Piracicaba será uma cidade planejada e sua prefeitura terá se tornado referência de articulação política e de gestão; desenvolverá políticas públicas integradas, com o envolvimento da sociedade civil, e saberá manter o equilíbrio de suas finanças” (Projeto Piracicaba 2010: 2001 p. 87).*

Dentro de toda esta perspectiva o Turismo Rural foi um dos temas que foi debatido, estudado e analisado, chegando-se assim a uma definição, que facilitará a implantação do planejamento estratégico conforme descrito a seguir.

### **O Turismo Rural e o “Projeto Piracicaba 2010”.**

O turismo rural foi elencado e estudado no diagnóstico do projeto como sendo um dos mais importantes fatores para fixação do homem no campo, bem como para o aumento de renda das famílias que estão fixadas em áreas rurais. A oportunidade no turismo rural na cidade de Piracicaba é devido à existência de serras, cachoeiras, trilhas, fazendas e sítios arqueológicos, que mereceriam um trabalho de desenvolvimento integrado com as universidades, centros tecnológicos e empresas modernas e as novas atividades na área rural. Dentro dessa perspectiva o projeto estabeleceu alguns macro-projetos como:

- § Integrar as ações das instituições ligadas ao setor rural e promover a organização comunitária rural;
- § Promover o desenvolvimento agrícola e rural sustentado;
- § Desenvolver a agricultura familiar, a agricultura orgânica e o turismo rural.

As estratégias seriam pautadas em promover o desenvolvimento agrícola e o turismo rural sustentado através de:

Elaborar um Plano Diretor Rural de Piracicaba com a participação de órgãos municipais, estaduais e federais, universidades e sociedade civil, em especial a comunidade rural;

Utilizar o zoneamento ambiental como instrumento para políticas de gestão territorial, levando em conta o potencial da região e as restrições e limitações de uso e exploração de seus recursos naturais;

Melhorar as condições de vida da população rural;

Cadastrar e revitalizar prédios históricos da área rural, como fazendas, igrejas e o cemitério rural de Ibitiruna; apoiar as festas tradicionais rurais e melhorar a infraestrutura receptiva para o turismo rural.

### **Considerações Finais**

Diante do que foi exposto e estrategicamente definido no projeto Piracicaba 2010, concluímos que somente com ações integradas do poder público com a comunidade local das áreas rurais e com o apoio de instituições acadêmicas e a sociedade em geral, poderemos estabelecer uma atividade turística rural pautada no

desenvolvimento, levando-se em consideração os aspectos econômicos, ambientais, sociais, políticos e culturais da sustentabilidade. E para que haja sucesso na implantação das ações estratégicas, a metodologia utilizada foi a de utilização de cenários, que está fundamentada na idéia de que o futuro é moldado no presente pela ação dos indivíduos, organizações e instituições.

### Referências Bibliográficas:

ACHOFF, Russell. Planejamento empresarial, Rio de Janeiro, Livros Técnicos e Científicos, 1976.

ALMEIDA, Joaquim Anécio, FROEHLICH, José Marcos, RIEDL, Mário (Organizadores). "Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável", Campinas, SP: Papirus, 2000.

BARRETO, Margarita. "Planejamento e Organização em Turismo". Campinas, SP: Papirus, 1996.

BAPTISTA, Myria V. "Planejamento. Introdução à metodologia do planejamento social". São Paulo, Ed. Moraes, 1981.

BENI, Mário Carlos. "Política e Estratégia de Desenvolvimento Regional". Planejamento Integrado do Turismo". In: RODRIGUES, Adyr Balastreni (org): Turismo e Desenvolvimento Local. São Paulo: Hucitec, 1997.

CROSBY, Arturo et al. El desarrollo turístico sostenible en el medio rural, Madrid, CEFAT, 1993.

LANE, B. What is rural tourism? Journal of Sustainable Tourism, 1994.

MINISTÉRIO da Indústria, Comércio e Turismo/Embratur, Turismo rural: manual operacional, Brasília, 1994.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento Estratégico**: conceitos, metodologia e práticas. 13 e 15 ed. São Paulo: Atlas, 1999/2001

PIRACICABA 2010, Projeto. 'Realizando o Futuro', Ed. Philippe Henry, 2001.

PIZZINATTO N. K. Artigo. In: Congresso Latino-Americano de Ética, Negócios e Economia. São Paulo: FGV, 2003.

RUSCHMANN, Doris van de Meene. "Turismo e Planejamento Sustentável" – a proteção do meio ambiente. Coleção Turismo. Campinas, SP: Papirus, 1997.