

## O Turismo Rural da cidade de Piracicaba e sua expansão utilizando-se as ferramentas do planejamento estratégico contempladas no Projeto Piracicaba 2010

### *The Rural Tourism of the town of Piracicaba and its expansion via the strategic planning tools described in the town planning for 2010*

Marcos Antonio Gallani<sup>1</sup>, Antonio Carlos Giuliani<sup>2</sup>, Nadia Kassouf Pizzinatto<sup>3</sup> e Dalila Alves Correa<sup>4</sup>

---

---

#### Resumo

A exploração turística rural vem sendo encarada como mais um produto capaz de gerar empregos e divisas locais, possibilitando a entrada de turistas de outros países em busca de diferentes culturas. 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 é 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 planejamento, quais são suas etapas e estratégias, e, através do Projeto Piracicaba 2010, mostrou-se como deverá ser aplicado o planejamento para obter os possíveis resultados.

Com base no Diagnóstico da Análise PFOA/SWOT, apresentam-se propostas de estratégias, traduzidas em Projetos que possam contribuir para a concretização da visão pretendida na área, antecipando-se, também, alguns programas de ações necessárias à implantação do Projeto PIRACICABA 2010. Os projetos do Planejamento Municipal de Piracicaba tiveram origem no aproveitamento de uma oportunidade, ou na defesa de uma Ameaça, como acontece com o Planejamento organizacional.

**Palavras-chave:** Desenvolvimento Sustentável. Planejamento Estratégico. Turismo Rural.

#### Abstract

The rural tourist exploration has been faced as one more product capable to generate jobs and local exchange value, making possible the tourists' of other countries entrance in search of different cultures THE work analyzes the importance of the planning in the use of the rural spaces, trying to define which are the main characteristics, and his/her growth in Brazil and in the world. The objective was to show that the use of the tools of the planning and of the maintainable development they are important in the fomentation of the rural tourism. In the Brazilian literature, they are scarce the studies in that area, the research belongs to exploratory character and descriptive GIL (1997) what emphasizes the importance of the exploratory research to turn the most explicit problem, through bibliographical researches planning was defined, which are their stages and strategies, and through the Project Piracicaba 2010, showed how planning should be applied to obtain the possible results. With base in Análise PFOA/SWOT'S Diagnosis, they presented proposed of strategies, translated in Projects that contributed to the materialization of the vision intended in the area, being early, also, some programs of necessary actions to the implantation of the Project PIRACICABA 2010. The projects of the Municipal Planning of Piracicaba, had for origin the use of an opportunity, or the defense of a Threat, as it happens with the organizational Planning.

**Keywords:** Maintainable development. Strategic Planning. Rural Tourism.

---

---

<sup>1</sup> Administrador de Empresas, Professor Universitário, Mestre em Administração - UNIMEP e Consultor em Turismo - mgallanni@uol.com.br

<sup>2</sup> Antonio Carlos Giuliani: Coordenador do Programa de Mestrado em Administração - Universidade Metodista de Piracicaba - giuliani.marketing@uol.com.br-

<sup>3</sup> Docente do Programa de Mestrado em Administração – Universidade Metodista de Piracicaba

<sup>4</sup> Docente do Programa de Mestrado em Administração – Universidade Metodista de Piracicaba

## **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 se especulava somente o fruto que dela se extraía, 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 sítiantes do interior do Brasil.

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. 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. Recentemente, entendia-se por turismo rural todos os fluxos turísticos que tinham como cenário para o 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.

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 de os visitantes desfrutarem de trilhas e diferentes ambientes rurais, em contato com a natureza e os costumes fora do ambiente urbano.

O turismo rural necessariamente implica em conhecer as diversificações do espaço rural brasileiro no que tange às variáveis de relevo, clima e vegetações, e da cultura do nosso homem do campo

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.

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. O Turismo Rural pode ser considerado 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.

Fica evidente a importância em estabelecer políticas que venham nortear o estabelecimento e a implantação através do planejamento, o mesmo 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. 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.

Conforme Oliveira (1999), 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. 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, terão um instrumento de controle que balizará as ações corretivas, sendo estas fundamentais para o processo de amadurecimento da gestão participativa.

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.

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 o 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 o estabelecimento do Projeto PIRACICABA 2010.

Para Baptista (1981), o termo planejamento se refere ao processo permanente e metódico de abordagem racional e científica de problemas. No conceito de Ackoff (1967), 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), permite a uma organização visualizar oportunidades de lucro em determinado segmento de mercado.

O planejamento estratégico estabelece os grandes eixos 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.

Cabe destacar que na cidade onde se desenvolverá o planejamento estratégico, esta 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.

O Planejamento Estratégico foi desenvolvido na cidade de Piracicaba, uma das poucas cidades do mundo que já utilizaram cenários em seu planejamento. O planejamento estratégico de cidades com o auxílio de cenários procura identificar os principais concorrentes da cidade, seus pontos fortes e fracos, as ameaças e oportunidades que o ambiente nacional e internacional apresenta, a visão da cidade que se deseja alcançar e as estratégias e projetos adequados para que essa visão se torne realidade, foram analisados.

Conforme descreve Pizzinatto (2004), 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.

<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. Grande número de indústrias.</p>
Pontos Fracos de Piracicaba	<p>Limitada infra-estrutura hoteleira, falta de centros de convenções para a realização de eventos;</p> <p>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>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>Poucas atividades de exportação.</p>
Ameaças da Piracicaba	<p>Não realização do programa de despoluição da bacia do rio Piracicaba, incluindo o Rio Corumbataí;</p> <p>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 Corumbataí.</p>

Oportunidades para Piracicaba	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; Turismo de negócios e lazer urbano e rural (devido a universidades, centros tecnológicos e empresas modernas); Reativação da ligação ferroviária: novo terminal ferroviário no Taquaral (bairro a 12 km da cidade, onde se instala a Universidade Metodista de Piracicaba-Unimep).
-------------------------------	---

**Quadro 1:** Projeto Piracicaba 2010 – Análise Swot para Diagnóstico

**Fonte:** Pizzinatto, (2003:7) “ 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 a 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 à integração do poder público e privado, para definir rumos socioeconômicos e culturais da cidade, tendo como balizador principal o desenvolvimento sustentável, cuja formatação 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 para 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).

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 um dos mais importantes fatores para a fixação do homem no campo, bem como para o aumento de renda das famílias que estão fixadas em áreas rurais. A oportunidade do 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 foram pautadas em promover o desenvolvimento agrícola e o turismo rural sustentado, através de:

- Elaborar o 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 infra-estrutura receptiva para o turismo rural.

### Considerações Finais

Diante do que foi exposto e estrategicamente definido no projeto Piracicaba 2010, afirma-se 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, pode-se 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

- ACKOFF, R. *Planejamento empresarial*. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1976.
- ALMEIDA, J. A.; FROELICH, J. M.; RIEDL, M. (Org.). *Turismo rural e desenvolvimento sustentável*. Campinas, SP: Papirus, 2000.
- BARRETO, M. *Planejamento e organização em turismo*. Campinas, SP: Papirus, 1996.
- BAPTISTA, M. V. *Planejamento: introdução à metodologia do planejamento social*. São Paulo: Moraes, 1981.
- BENI, M. C. Política e estratégia de desenvolvimento regional: planejamento integrado do turismo. In: RODRIGUES, A. B. (Org.). *Turismo e desenvolvimento local*. São Paulo: Hucitec, 1997.
- CROSBY, A. et al. *El desarrollo turístico sostenible en el medio rural*. Madrid: CEFAT, 1993.
- EMBRATUR. *Turismo rural: manual operacional*. Brasília, DF, 1994.
- LANE, B. What is rural tourism? *Journal of Sustainable Tourism*, v. 2, p. 7-21, 1994.
- OLIVEIRA, D. P. R. de. *Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas*. 15. ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- PIRACICABA 2010: projeto realizando o futuro. Piracicaba: Philippe Henry, 2001.
- PIZZINATTO, N. K. Ética na governança corporativa. In: CONGRESSO LATINO-AMERICANO DE ÉTICA, NEGÓCIOS E ECONOMIA. São Paulo: FGV, 2003.
- RUSCHMANN, D. V. M. *Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente*. Campinas, SP: Papirus, 1997. (Coleção Turismo).

**Recebido em:** 19.04.06

**Aprovado em:** 18.12.06