

O CULTIVO DA CASTANHA PORTUGUESA COMO FATOR DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DO TURISMO

P.G. Márcia Azeredo — APREOESP

Me. Marcelo Habice, da Motta - FAZENDA PORTAL DA LUZ

Me. Carlos A. B. Luca –UNITAU

Dr. José Luís Gomes da Silva - UNITAU

RESUMO

Este estudo tem como objetivo discutir a relevância da Política Pública do Turismo, como fator de desenvolvimento sustentável. Das dimensões da sustentabilidade a preservação da natureza e a cultura da região que permitiram formar um conceito de Micro Rede, no qual os encadeamentos produtivos verticais, à montante e à jusante, desenvolveram bens e serviços. As ações de sensibilização possibilitaram participação e inserção da comunidade local com a constituição de uma associação, além do surgimento de novos postos de trabalho. O resultado final está nas políticas públicas de desenvolvimento da região com programas de capacitação, voltados à população, melhoria na infraestrutura e serviços, além da criação de mercado para os produtos agrícolas.

Palavra-Chave: Desenvolvimento Regional – Arranjo Produtivo Local – Sustentabilidade – Cadeia de valor - Castanha Portuguesa.

I - VETOR DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

O aprimoramento do conceito de desenvolvimento sustentável foi sendo lapidado desde 1971 no Painel de Founex, com a noção de ecodesenvolvimento sendo que a comissão Brundtland define desenvolvimento sustentável como aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade das gerações futuras atenderem às suas próprias necessidades.

Porém, convém ressaltar que o conceito de desenvolvimento sustentável é puro bom senso, mas é extremamente complexo e controvertido quando é aplicado em nosso dia a dia, pois de acordo com Lemos (apud Vieira 2009), o desenvolvimento sustentável possui uma dimensão cultural, política e exige a participação democrática de todos na tomada de decisões para as mudanças que são necessárias.

Com referência aos recursos naturais distinguem-se os renováveis dos não renováveis, sendo que para estes últimos deveria ser usada tecnologia alternativa desenvolvida em tempo hábil para substituí-los quando começassem a ficar escassos.

A sustentabilidade possui várias dimensões as quais são enfatizadas por Silva e Luca (2017) no Quadro 01:

Quadro 01: Sustentabilidade

Dimensões de Sustentabilidade	Objetivos
Social	Reduzir a diferença existente entre os padrões de vida dos ricos e pobres.
Econômica	Reduzir as diferenças regionais.
Ambiental	Propiciar condições para que a natureza absorva e recupere-se das agressões antrópicas.
Espacial Geográfica –	Melhorar o ambiente urbano.
Política	Propiciar a construção da cidadania plena a todos os indivíduos.
Cultural	Modernizar-se sem romper com a identidade cultural
Ecológica	Preservar o potencial do capital natural na produção de recursos renováveis.

Fonte: Autores (2019)

Visando ações de desenvolvimento sustentável é adquirir uma cultura, uma atitude e principalmente desenvolver ações ligadas à sustentabilidade tem-se:

Exploração dos recursos vegetais de florestas e matas de forma controlada, garantindo o replantio sempre que necessário
Preservação total de áreas verdes não destinadas á exploração econômica
Ações que visem o incentivo à produção e consumo de alimentos orgânicos, pois estes não agredem a natureza além de serem benéficos à saúde dos seres humanos
Exploração dos recursos minerais (petróleo, carvão, minérios) de forma controlada, racionalizada e com planejamento
Uso de fontes de energia limpas e renováveis (eólica, geotérmica e hidráulica) para diminuir o consumo de combustíveis fósseis;
Criação de atitudes pessoais e empresariais voltada para a reciclagem de resíduos sólidos
Desenvolvimento da gestão sustentável nas empresas para diminuir o desperdício de matéria-prima e desenvolvimento de produtos com baixo consumo de energia
Atitudes voltadas para o consumo controlado de água, evitando ao máximo o desperdício.

Entretanto, o conceito de Desenvolvimento Sustentável expresso por autores como Hirschman (2000) o qual a trajetória de um projeto estaria sobretudo, determinada por forças externas que o pressionam, agindo sobre planejadores e administradores, com maior ou menor sucesso a eventos que não podem controlar nem frequentemente prever.

A característica do projeto ou uma simples tarefa permite ao administrador deixá-lo escolhendo as técnicas de otimização por ele utilizadas as quais indicam a que proporções e pressões estão sujeitos os próprios indivíduos que decidem. Continuando a sua linha de pensamento, Hirschmann (2000) expressa sua teoria de localização afirmando que os investimentos determinados e não determinados na esfera dos investimentos públicos consistem em explorar alguns recursos na cadeia produtiva e de serviços

II - CADEIA PRODUTIVA E SERVIÇOS SUSTENTÁVEL

Morvan (1985) define filière como “Cadeia (filière) é uma sequência de operações que conduzem à produção de bens. Sua articulação é amplamente influenciada pela fronteira de possibilidades ditadas pela tecnologia e é definida pelas estratégias dos agentes que buscam a maximização dos seus lucros. As relações entre os agentes são de interdependência ou complementaridade e são determinadas por forças hierárquicas. Em diferentes níveis de análise, a cadeia é um sistema mais ou menos capaz de assegurar sua própria transformação. ”

Nessa linha de pensamento Zylbersztajn (2000) ressalta que o conceito de filières ou cadeias não privilegia a variável preço no processo de coordenação do sistema e focaliza especialmente aspectos distributivos do

produto industrial. De acordo com Silva e Luca (2017) o estudo da cadeia produtiva e serviços têm como finalidade mapear as etapas por onde os insumos sofrem transformação. Constituem as várias operações integradas em unidades e interligadas, desde a extração à distribuição, ou seja, abrange todos os agentes econômicos envolvidos na produção, distribuição e consumo.

A cadeia produtiva de serviços é, portanto, o conjunto de componentes interativos, incluindo os sistemas produtivos, fornecedores de insumos e serviços (Cadeia de Suprimentos) indústrias de processamento e transformação, agentes de distribuição e comercialização, além de consumidores finais. Para um melhor entendimento a cadeia de suprimentos é composta pelo que os autores denominam de três outras cadeias que incluem num todo a estrutura, os fornecedores e os clientes assim detalhados: - cadeia interna- composta por fluxos de materiais e informações internos de uma organização: - cadeia imediata: composta por fornecedores e clientes diretos da primeira camada e dos seus fluxos integrados de materiais e informações; cadeia total: - composta por todos os fornecedores e clientes e suas cadeias imediatas, com seus respectivos fluxos, sendo que os fornecedores e clientes de segunda camada são próximos da cadeia imediata.

Para que toda essa complexidade venha a ser bem realizada tem-se a logística, que também faz parte da cadeia produtiva e serviços tendo a importância de planejar, implementar e controlar, de maneira eficiente e efetiva, os fluxos de estoque dos produtos, dos serviços e das informações relativas a estas atividades, desde o ponto de origem até o ponto de consumo, com o propósito de atender aos requisitos do cliente. As atividades logísticas estão divididas em dois tipos, a saber: - principais - que reúnem o transporte, manutenção de estoques, processamento de pedidos e distribuição; - secundárias (porém não menos importantes): que reúnem o sistema de armazenagem, manuseio de materiais, embalagem, suprimentos, planejamento, sistema de informação etc.

Ainda, segundo Silva e Luca (2017) a cadeia de serviços compõe o estudo da cadeia produtiva e vários autores definem as características dessas empresas, como empresas especializadas em fazer a gestão. Estas buscam no mercado empresas cujo *core business* passa a ser a gestão dos Arranjos Produtivos Local, buscando prestadores e distribuindo serviços.

Dessa forma a satisfação do cliente cria nessas empresas de gestão a necessidade de ser sustentável econômica e socialmente, evitando que parte preciosa e significativa da satisfação seja consumida em burocracia.

III – ARRANJO PRODUTIVO LOCAL SUSTENTÁVEL - BASE COMUNITÁRIA

O Arranjo Produtivo Local (APL) - Base Comunitária é uma atividade produtiva derivada de fatores naturais e históricos, concentrando no mesmo território micro e pequenas empresas de subsistência (setor informal) com base familiar, baixa competência técnica comercial e gerencial produzindo atividades

terciárias para a cadeia produtiva do turismo, segundo Coriolano (2009). A comunidade é a base do APL - Base Comunitária.

A comunidade pode ser definida como sendo um grupo de pessoas com seu estilo de vida próprio, com suas tradições, culturas, histórias e costumes. Assim, as atividades produtivas direcionam suas aspirações de desenvolvimento em determinado espaço geográfico, interagindo intensamente entre si.

O Arranjo Produtivo Local pode ser entendido como um empreendimento coletivo, em que em uma dada territorialidade social, política e econômica desencadeia a cooperação e competição, entre os micro e pequenos autores. O APL Base Comunitária tal como o Turismo no Espaço Rural se inspira na perspectiva da economia solidária que apregoa a possibilidade de existir solidariedade na economia e direitos iguais, entre aqueles que se associam para financiar, produzir, comerciar ou consumir mercadorias (Singer, 2002).

Essa linha de pensamento vem de encontro ao conceito de Micro Rede onde ocorrem encadeamentos produtivos verticais à montante (para trás) e à jusante (para frente), reforçando a relação entre fornecedor-produtor (situação montante) e a relação vertical entre fornecedor-distribuidor, provocando encadeamentos produtivos. Sendo o APL Base Comunitária uma atividade produtiva local permite que seus integrantes, com seus conhecimentos adquiridos no dia a dia, possam aplicar esse conhecimento tácito no desenvolvimento de uma identidade territorial (marcas) enfatizando sua cultura e os hábitos de uma sociedade local.

IV - TURISMO NO ESPAÇO RURAL

Capucha (1996) ressalta que uma dimensão rural passa sobretudo pela reorganização do sector agrícola no sentido da concentração e racionalização das explorações, da qual a Política Agrícola comum constitui um bom exemplo. Esse exemplo revela ainda atuais funções do setor agrícola, transformado em indústria de base das “cadeias alimentares”

Tais regiões rurais revelam por estas razões, certas dificuldades em continuar a preencher algumas das funções externas que tradicionalmente lhes têm competido, como: a reserva de força de trabalho para alimentar outros setores produtivos, o fornecimento de bens alimentares e de componente, com contributos a montante e a jusante da atividade agrícola, o processo de acumulação.

O autor ainda destaca a estratégia de desenvolvimento das regiões rurais deprimidas ou em crise que implica políticas de conciliação da eficácia econômica com políticas de proteção social e promoção da igualdade de oportunidades e justiça redistributiva. Esta estratégia não pode deixar de dedicar grande atenção à integração das zonas rurais em contextos mais vastos, bem como o desenvolvimento de redes e laços relacionais fortes para procurar posições mais vantajosas no exercício de influência nos centros de poder.

Capucha (1996) orienta sobre as opções estratégicas e ressalta que o turismo rural é uma alternativa para as regiões rurais desfavorecidas apenas se permitir a preservação e melhoria das suas vantagens comparativas, como a qualidade ambiental e a tradição sócio-cultural, elencadas no Quadro 3.

Quadro 3: Estratégia de Desenvolvimento de Regiões Rurais

<p>Principais Estratégias:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Recolocar e repensar as funções do espaço rural; ➤ Proteção de cenários e paisagens; ➤ Reserva de terras; ➤ Conservação de equilíbrios ecológicos; ➤ Defesa do património genético; ➤ Combate a desertificação; ➤ Preservação e renovação da herança cultural. <p>Com isso, teremos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Criação de “Massa Crítica” no plano ecológico, económico e da visibilidade – com introdução de projetos individuais e agregando Bancos e Investidores; ➤ Criação de empresas e reconversão de explorações agrícolas – integrando as atividades turísticas, melhorando os produtos e serviços, com suas promoções, inovação na produção artesanal de qualidade; ➤ Criação de equipas pluridisciplinares para fornecimento de apoio técnico e cognitivo – redes de projetos locais; ➤ Plano valorativo – persuadir os poderes públicos e agentes privados.
--------------------------------	--

Fonte: Adaptado de Capucha (1996)

Navarro (2001) salienta que desenvolvimento rural, referindo-se às análises sobre programas já realizados pelo Estado (em seus diferentes níveis) visando alterar facetas do mundo rural a partir de objetivos previamente definidos, pode se referir também à elaboração de uma "ação prática" para o futuro. Esta visa implantar uma estratégia de desenvolvimento rural para um período vindouro. Assim, existiriam diversas metodologias de construção de tal estratégia, bem como um amplo debate sobre seus objetivos e prioridades principais.

Roque & Vivan (1999) realçam que a percepção para um melhor aproveitamento do ambiente rural permite a introdução de novas atividades que garantam outras fontes de renda para o produtor e, conforme o caso, a agregação de valores aos seus produtos.

De acordo com Silva (2007), o Turismo no Espaço Rural serviços de hospedagem em solares e casas apalaçadas, em quintas onde se desenvolvem inclui atividades agrícolas, em casas rústicas e, ainda, em hotéis rurais e parques de campismo rurais. Estes serviços de hospedagem encontram-se repartidos por sete categorias, legalmente definidas: turismo de habitação, turismo rural, turismo de aldeia, agroturismo, casas de campo, hotéis rurais e parques de campismo rurais. Ainda Silva (2007), define TER – Turismo no Espaço Rural como o “conjunto de atividades, serviços de alojamento e animação a turistas, em empreendimento de natureza familiar, realizados e prestados (...) em zonas rurais

Desta forma, a exploração do turismo no espaço rural é vista como uma das alternativas possibilitando observar o surgimento de um novo tipo de proprietários de terra. Esta geração de produtores, agora denominados empresários do setor rural, também se configuram como estrategistas, que participam da procura por metodologias administrativas com o objetivo de criar programas e projetos originais para o meio. Com isso, estimula-se o agricultor a buscar atividades não-agrícolas, para superar os problemas comuns e constantemente comentados do setor, sejam relacionados aos altos custos de produção, interferências de fatores climáticos, desvalorização das terras e as baixas taxas de retorno sobre investimentos.

Cunha (2006) ainda relaciona as razões que levaram o turismo a ser o impulsionador do desenvolvimento rural, elencadas no Quadro 4:

Quadro 4: Fatores Impulsionadores do Desenvolvimento Rural

Principais Estratégias	<ul style="list-style-type: none"> ➤ O turismo é função das especificidades de cada região e só é viável quando existem valores locais que garantem uma vocação turística. ➤ O turismo opera uma transferência de rendimentos das regiões mais desenvolvidas para as menos desenvolvidas e pode ocasionar uma exportação de bens e serviços do interior da região. ➤ O turismo a nível das regiões mais interiores e deprimidas, obriga e justifica o lançamento de infra-estruturas e de equipamento social que servem não só os turistas, mas também a população local. ➤ O turismo contribui para a dinamização e modernização da produção local ao apoiar a arte e o artesanato local, entre outros setores. ➤ O turismo permite o aproveitamento de instalações e equipamentos abandonados ou obsoletos garantindo-lhes uma nova função. ➤ O turismo rural pode contribuir para a diversificação das atividades ligadas à exploração agrícola e para a criação de novos postos de trabalho.
------------------------	--

Fonte: Adaptado de Cunha 2006

Para um desenvolvimento duradouro Hummelbrunner (1994), propõe uma estratégia centrada em três eixos fundamentais, relacionadas no quadro demonstrativo:

Principais Estratégias	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Um eixo territorial, que obriga a partir de territórios bem definidos, cujas especificidades orientação as escolhas estratégicas operadas por atores locais e regionais dotados de mecanismos de apoio aos projetos de desenvolvimento, de cooperação e de regulação dos interesses locais, bem como de mediação com o exterior; ➤ A procura de soluções para a renovação e animação dos tecidos econômicos com base em atividades econômicas respeitadoras do ambiente, tais como as que utilizem tecnologias não poluentes, produzam produtos naturais e, tanto quanto possível, de origem local; ➤ A criação de estruturas de formação e qualificação para o desenvolvimento e o ambiente e o desenvolvimento de sistemas de transferência de saberes. <p>O ambiente pode oferecer reais oportunidades econômicas, tais como:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ A valorização da agricultura; ➤ A valorização dos produtos locais; ➤ A valorização de produtos energéticos locais e renováveis; ➤ Criação e desenvolvimento de sistemas de recolha e tratamento de lixos e detritos domésticos e agrícolas, melhoria da qualidade; ➤ Redução de custos com aproveitamento de desperdícios;
------------------------	---

- | | |
|--|---|
| | ➤ Renovação de aldeias e outras obras de infraestruturação com efeitos na construção civil e nos serviços arquitetônicos. |
|--|---|

Fonte: Adaptado de Hummelbrunner 1994

V – TURISMO NO ESPAÇO RURAL DA CASTANHA PORTUGUESA

Matos e Gerry (2003) justificam em seu artigo que o aumento da área de plantio, da produção, das exportações, da qualidade e a tendência global para o aumento do consumo deste fruto foram entre outros, aspectos a considerar no estudo desenvolvido sobre a cadeia de valor e o sistema de comercialização da mais importante região portuguesa na produção de castanha, nomeadamente a Terra Fria Transmontana (PT), (Figura 1)

Figura 1: Região de Vizeu (PT) – Rota da Terra Transmontana.



Fonte: Consulado Portugal – São Paulo (2020)

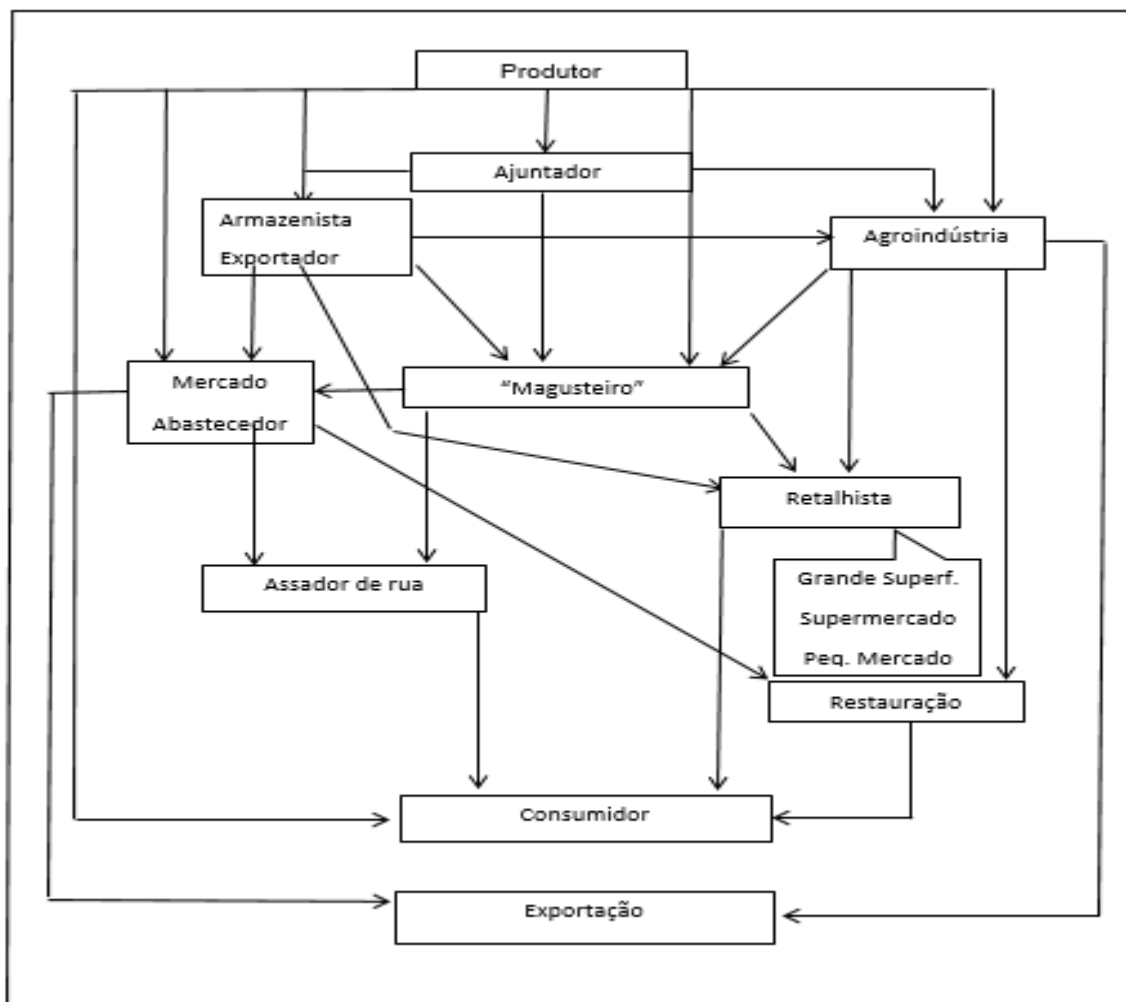
De acordo com Matos e Gerry (2003) caracterizar a fileira da castanha, é explorar os seus constrangimentos e potencialidades, identificar e distribuir os atores pelos elos da cadeia de valor, perceber como agem os protagonistas nos distintos elos do sistema de comercialização, analisar as suas estratégias, a criação e a retenção de valor em cada elo. A agro transformação é preferencialmente orientada para o uso em natureza ou culinário (assada, cozida, pelada e britada), sendo que apenas uma pequena parte é utilizada na indústria. A castanha portuguesa há muito se impõe no mercado internacional sendo um dos frutos privilegiados, que permitem a Portugal um saldo na Balança Comercial de frutos, bastante favorável.

A imagem da castanha como produto natural atualmente é um dos mais importantes fatores da influência no consumo. Mediante isso, Borges (2015) enfatiza que a Denominação de Origem Protegida (DOP) designa um produto agrícola ou um género alimentício originário de uma região, local ou país. A qualidade ou características do produto devem-se essencial ou exclusivamente ao meio geográfico, aos fatores naturais e humanos. A produção, transformação e elaboração devem ocorrer nessa mesma área geográfica.

O consumo ao natural está mais ligado à tradição e cultura dos países com rendimentos baixos. Portugal e Espanha têm por tradição o consumo do fruto na sua forma “paleolítica”, cozido ou assado, ressaltam Matos e Gerry (2003).

Para Gittinger (1982, apud Matos 2003), a comercialização é um processo que vai acrescentando valor aos produtos ao longo do tempo, do espaço e da forma, através do armazenamento, transporte e processamento dos mesmos. Lindon (2000 apud Matos 2003) evidencia que o circuito de distribuição é o itinerário percorrido por um produto ou serviço, desde o estágio da produção ao consumo. Este canal de distribuição é formado por uma categoria de intermediários do mesmo tipo, que para os grossistas constitui um canal, porém sendo outro para as cadeias de supermercados e hipermercados, conforme fluxo.

Fluxo - Circuitos de Comercialização



Fonte: Matos e Gerry (2003),

Nesses circuitos que o poder negocial dos produtores é reforçado quando os “magusteiros” vêm comprar a castanha à origem, quando os grossistas fazem a concentração do fruto em grandes quantidades para exportar para o Brasil, quando os frutos possuem grande calibre e quando a oferta é escassa. Assim, os autores Matos e Gerry (2003) destacam que por esses motivos, o produtor também tem algum poder de negociação na época da exportação para o Brasil, pois sabem que os grossistas locais têm interesse em satisfazer contratos internacionais de grande volume.

VI – TURISMO RURAL NO MUNICÍPIO DE SÃO BENTO DO SAPUCAÍ – SERRA DA MANTIQUEIRA.

Tulik (2000) ressalta que desenvolver um empreendimento rural, Arranjo Produtivo Local (APL) significa fazê-lo progredir o que implica melhoria dos serviços, aumento da demanda e diversificação da oferta. Ela enfatiza que a formulação de estratégias, em geral, assume duplo sentido. Pode ter a ideia de um plano, isto é, direção ou caminho a seguir (refere-se a estratégia pretendida, ou olhar para a frente), ou de um padrão, isto é, um comportamento consistente ao longo do tempo (indica a estratégia realizada, ou olhar o comportamento do passado). Enfim, a escolha de uma estratégia envolve objetivos bem definidos e prioridades estabelecidas em função dos interesses do empresário rural.

Teixeira (1998) tem um olhar do turismo como um dinamizador da economia na região, ou seja, a importância das atividades não agrícolas para o meio rural, mas não somente quanto aos empregos e à renda das unidades familiares isoladamente, mas sim num sentido mais amplo, de desenvolvimento local. Uma relevância deve ter as atividades que sejam capazes de dinamizar a economia local.

VII – TURISMO RURAL NO MUNICÍPIO

A Estância Climática do município de São Bento do Sapucaí situa-se a leste do Estado de São Paulo, denominado de cone leste paulista, em pleno contraforte da Serra da Mantiqueira. Ela é constituída por cadeia montanhosa e se estende por três estados do Brasil: São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro possuindo uma forte participação no eixo econômico entre São Paulo e Rio de Janeiro. Integra o ecossistema da Mata Atlântica que possui uma das maiores biodiversidades do planeta a apenas 100 km da cidade de São Paulo.

A palavra Mantiqueira se origina do tupi-guarani e significa de uma forma poética “Serra que chora”, assim denominada pelos índios que habitavam a região, devido à grande quantidade de nascentes e riachos encontrados em suas encostas, porém, a palavra, segundo alguns dicionários, significa de fato, “gota de chuva” (de amana = chuva e tiquira = gota). O município de São Bento do Sapucaí tem uma população estimada de 10.831 habitantes (IBGE-2013), com uma área territorial de 253,045 km² e seu Bioma pertence à Mata Atlântica.

O município é constituído dos seguintes bairros: Bairro do Quilombo, Paiol Grande, Três Córregos, do Pinheiro, do Serrano, do Monjolinho, do Sítio, Cantagalo, Campista, Campo Monteiro, Caracol, Centro, Dias, Jd. dos Cisnes, Jd. Santa Tereza, Jd. Santa Terezinha, José da Rosa, Paiol Velho, Parque dos Lagos. Vila Baú, Vila Nossa Senhora Aparecida (Figura 2).

Figura 2: Municípios que compõe a Serra da Mantiqueira



Os índices econômicos do município São Bento do Sapucaí - (3548609) segundo IBGE (2020), podem ser observados na Tabela 1.

Tabela 1: Índices econômicos

ÍNDICES ECONÔMICOS	2017
PIB	196.195,22 (R\$ x1000)
IMPOSTOS	9.655,96 (R\$ x1000)
PIB per capita	18.007,82
AGROPECUÁRIA	28.556,15 (R\$ x1000)
INDÚSTRIA	11.286,55 (R\$ x1000)
ADMINISTRAÇÃO	40.249,94 (R\$ x1000)
SERVIÇOS	106.446,62 (R\$ x1000)

Fonte IBGE (2020)

VIII - TURISMO RURAL – SÃO BENTO DO SAPUCAÍ

O projeto tem como fim o incentivo aos segmentos capazes de promover a geração de emprego e renda para a comunidade local. Os pontos importantes deste Projeto implantado no Bairro do Cantagalo, pode ser visualizado no Quadro 03.

Quadro 03: Projeto de Política Pública Turismo Rural

Política Pública	<p>Pontos Importantes: Desenvolvimento Local</p> <p>Etapas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Diagnóstico das características locais ➤ Compromisso com o projeto ➤ Palestras de sensibilização para o turismo ➤ Viagens de estudo/intercâmbio ➤ Diagnósticos participativos nas propriedades rurais de roteiros ➤ Constituição de uma associação ➤ Ações de sensibilização - Novas atividades. <p>Destacam-se:</p>
Política Pública	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Programa de capacitação para o artesanato desenvolvido por uma profissional contratada pela prefeitura e voluntários, incentivando as mulheres da comunidade a terem uma ocupação e, com isto, receberem um retorno financeiro. ➤ Capacitações realizadas para o cultivo de frutas, turismo rural pedagógico, monitoria rural e artesanato. ➤ Plantio de árvores como início da arborização do centro do bairro. ➤ Campanha Bairro Limpo. ➤ Abertura de empreendimentos de hospedagem e alimentação. ➤ Organização de caderno de normas para os meios de hospedagem, alimentação, agências, lazer e ponto de venda. ➤ Manutenção e sinalização das trilhas existentes. ➤ Elaboração e execução de proposta padronizada para placas indicativas e informativas no bairro e entorno. ➤ Matérias institucionais na TV, Rádio e Jornais da Região. ➤ Comercialização de peças artesanais em espaço oferecido pela prefeitura. ➤ Constituição da Associação do Bairro. ➤ Inserção no roteiro Caminho da Fé.

Fonte: Autores 2019

VIII.1- Implantação

O trabalho de implantação do turismo foi pensado e planejado para ser um instrumento valioso na promoção do desenvolvimento desta região considerada à margem do crescimento econômico pela própria comunidade. Todo o processo ressaltou ao longo das ações a importância da conservação, manutenção e valorização do patrimônio histórico, cultural e natural da região. Também mostrou os benefícios resultantes para a população local, como melhorias na infraestrutura e nos serviços oferecidos, além de criar mercado para os produtos agrícolas.

VIII.2 - Infraestrutura

No quesito infraestrutura o bairro contou com melhoria constante do acesso e já está com projeto pronto para a captação e tratamento da água e esgoto, mas infelizmente ainda não foi efetivado. Ações voltadas para a saúde

pública também foram desenvolvidas constantemente pela Equipe da Secretaria Municipal de Saúde e Saneamento, tendo sido parte desta problemática levantada a partir dos trabalhos de implantação do turismo.

VIII. 3 - Sensibilização

As ações de sensibilização realizadas também foram extremamente relevantes para a participação e inserção da comunidade no desenvolvimento das atividades turísticas, a qual passou a enxergar o rico patrimônio cultural e ambiental do seu meio rural como possibilidade de gerar emprego e renda de forma sustentável. Mesmo em caráter preliminar, a comunidade foi mobilizada a incrementar e criar novas atividades no espaço rural reconhecendo o grande potencial deste segmento, no sentido da valorização e fortalecimento da agricultura familiar. Além disso, fortaleceu o associativismo entre os indivíduos envolvidos no processo ficando claro que a participação, a capacidade de organização são fatores chave para o sucesso de projetos de desenvolvimento comunitário sustentável.

VIII.4 - Capacitação

As parcerias construídas com instituições e empresas contratadas para a execução de ações específicas demonstraram que os investimentos em ações de capacitação são sempre importantes para a construção de qualquer destino turístico.

IX - CULTIVO DA CASTANHA PORTUGUESA NA SERRA DA MANTIQUEIRA.

A região em estudo, que se localiza na serra da Mantiqueira, abriga quatro dos dez picos culminantes do Brasil sendo conhecida também conhecida como "O Himalaya Brasileiro". É a mais extensa das Áreas de Proteção Ambiental – APA, já declarada pelo governo brasileiro abrangendo o corpo principal da Serra da Mantiqueira o qual se estende do Parque Estadual Serra do Papagaio, ao norte do Parque Nacional de Itatiaia, no Estado de Minas Gerais, até a Pedra do Baú, ao sul do Parque Estadual de Campos do Jordão, no Estado de São Paulo.

A APA da Serra da Mantiqueira protege ecossistemas de encosta da Mata Atlântica que garantem sua estabilidade geológica preservando mananciais aquíferos com grande significado social, abrigo também campos de altitude geneticamente importantes.

O caminho até São Bento do Sapucaí, distante cerca de 185km da capital paulista está localizado nas divisas dos Estados de São Paulo e Minas Gerais, sendo o município cercado por araucárias, cachoeiras, e topografia montanhosa com farta vegetação que proporciona um clima ameno com temperatura média de 17° C e, por conta de suas condições climáticas e geográficas, São Bento do Sapucaí foi oficialmente reconhecida como Estância Climática.

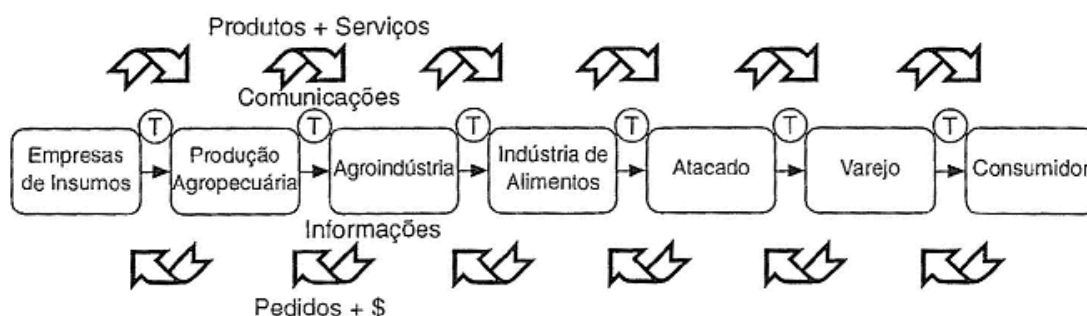
É nesse belo e agradável cenário que se encontra o Núcleo de Produção de Mudas (NPM), do Departamento de Sementes, Mudas e Matrizes (DSMM), da, do atual CDRS – Coordenadoria de Desenvolvimento Rural Sustentável,

anterior (CATI), da Secretaria de Agricultura e Abastecimento (SAA) do Estado de São Paulo. Fundado em 16 de agosto de 1832, foi em 1944 que o governo do Estado de São Paulo adquiriu o imóvel agrícola no município de São Bento do Sapucaí, onde hoje está instalado o Núcleo. (publicacoes@cati.sp.gov.br).

De acordo com Bueno e Pio (2018) o cultivo e consumo da castanha no Brasil ocorreu no município de São Bento do Sapucaí, no final da década de 60, quando o Sr. Giuseppe Sadun reflorestou sua fazenda com eucalipto, pínus e castanheiras, como terceira opção, que para ele lembravam a sua Toscana, infância e juventude, segundo o Sr. Marcelo H. Motta, atual proprietário da Fazenda Portal da Luz. Plantou cerca de 1.000 mudas. Na época, ele decidiu experimentar as variedades trazidas do Japão, que foram introduzidas pelo agrônomo Keiji Matsumoto, de São Paulo. Assim metade de seu cultivo foi composto por árvores de produção precoce, ou seja, a colheita inicia-se a partir de meados de novembro. O pomar era conduzido pelo funcionário da CATI, o Sr. Alvarino Ribeiro de Paula, que também ajudou a implantar outros castanhais na região, inclusive no Núcleo de Produção de Mudas São Bento do Sapucaí. Na década de 80, o Engenheiro Agrônomo Takanoli Tokunaga, então diretor do Núcleo de Produção de Mudas, iniciou uma série de atividades com o objetivo de produzir mudas de qualidade e gerar tecnologia adaptada às condições, para o cultivo das castanhas.

Na rede de comercialização, o sistema agroindustrial (Figura 1) passou a exigir atributos de qualidade em alguns produtos com uma qualidade específica, dificultando o suprimento pela via tradicional de mercado, sendo necessário aprimorar a forma de comercialização nos contratos com os fornecedores.

Figura 1 Fluxo de Informações no Sistema Agroindustrial



Fonte: Zylbersztajn & Neves (2000)

X - CASTANHAS PORTUGUESAS – FAZENDA PORTAL DA LUZ

A castanha portuguesa é um alimento consumido em todo o mundo há muitos anos, não apenas por seu sabor característico, mas também por suas propriedades nutricionais que podem ser muito benéficas ao nosso organismo. Abundante no hemisfério norte, esta castanha é muito consumida na Ásia e no Mediterrâneo. Existem provas de que a castanha portuguesa, conhecida no Brasil com essa denominação, começou a ser cultivada na China há mais de 6 mil anos!

Entre as suas propriedades, encontramos fibras, proteínas e nutrientes, como vitamina C, vitaminas do complexo B e minerais essenciais, capazes de melhorar a saúde digestiva, regular o diabetes, fortalecer os ossos, diminuir a

pressão sanguínea, prevenir doenças crônicas, respiratórias, cardíacas, melhorar a função cerebral, cognitiva e o funcionamento da tireóide. Contribui para o fortalecimento do sistema imunológico, podendo ajudar na perda de peso, por oferecer ótima sensação de saciedade logo depois de consumida. Além disso traz inúmeros benefícios durante a gestação.

No hemisfério norte, o ciclo da castanha se encerra em outubro estendendo-se no máximo para o começo de novembro. Então, no final do verão, durante o outono e inverno ocorre o consumo da castanha que se identificou como uma fruta de Natal – herança ibérica que recebemos.

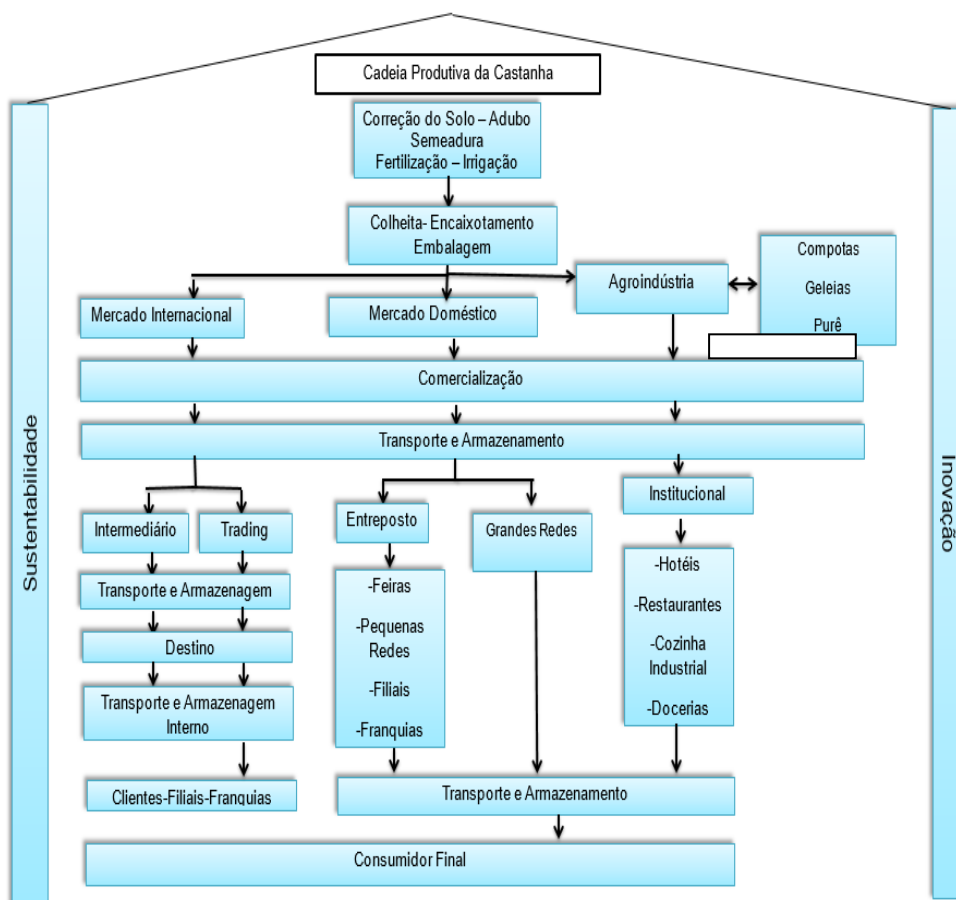
Passado o Natal, especialmente porque a fruta era até recentemente importada e, portanto, caro o consumo no Brasil virtualmente cessava. Mas, como a produção nacional inicia-se em novembro e dependendo da espécie estende-se até abril, ao produtor nacional resta apenas o caminho de achar saídas para estimular o consumo após o período de festas.

A industrialização da castanha parece ser a única possibilidade sendo utilizada de outras formas, como: farinhas, doces e cervejas que estão na mira dos produtores.

Cadeia Produtiva e Suprimentos do Produto

No estudo ora em foco, a cadeia produtiva da Castanha Portuguesa pode ser verificada no fluxo na Figura 3:

Figura 3: Cadeia produtiva da Castanha Portuguesa



Fonte: Autores 2019

XI – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Matos e Gerry (2003) concluem que um fator importante nessa complexa engrenagem do sistema de comercialização da castanha, os “agentes de controle do destino”, distribuem-se por vários elos da cadeia de valor incorporando diferentes serviços e funções (dentro da cadeia produtiva e serviços), que vão desde os produtores, ajuntadores, armazenistas-exportadores, ‘magusteiros’ aos agentes de controle no destino, consolidando a Rota da Terra Fria Transmontana.

O elo comum entre as vertentes do arranjo produtivo local e os produtores é o objetivo de desenvolver uma agricultura ecologicamente (sustentável) equilibrada e socialmente justa, além de economicamente viável, sendo que os principais indicadores para estratégias de desenvolvimento sustentável na agricultura devem ser: Produtividade, Estabilidade, Equidade.

Bueno e Pio (2018) destacam que o potencial mercadológico da castanha deve ser percebido pelos empresários brasileiros de frutas como fonte rentável. A produção brasileira das principais espécies frutíferas de clima temperado é insuficiente para atender à demanda interna, gerando uma crescente necessidade de importação de frutas que podem ser produzidas no Brasil. Os autores ainda evidenciam que o estímulo à produção interna de castanha deve ser realizado com base em estudos que abordem todos os segmentos da cadeia produtiva do produto, desde o material genético até o processamento e a comercialização, de forma a proporcionar importantes elementos para o desenvolvimento sustentável da atividade.

Porém, alguns aspectos devem ser considerados no cultivo de castanhas como: • benefícios ecológicos, por se tratar de uma planta de porte arbóreo e resistente; • expressivo valor comercial de seus produtos, castanhas e madeira; • possibilidade de substituição de grãos nutritivos, em determinadas condições onde não é possível cultivar milho.

Os autores Cunha (2006), Capucha (1996) e Hummelbrunner (1994) ressaltam pontos importantes para o desenvolvimento do turismo rural de uma região, tais como:

- A participação do atores locais e definição de estratégias;
- Identificação da especialidade de cada região;
- Análise da infra-estrutura necessária para sua implantação;
- Valorização da agricultura e meio ambiente;
- Criação de equipes pluridisciplinares.

O ciclo de vida de Tecnologias, ressalta Waack (2000), deve contribuir também na cadeia produtiva, como um dos elementos básicos na gestão tecnológica, mas ressalta que as tecnologias possuem ciclos de vida definidos.

Da mesma forma, o conceito de valor deve ser incluído na cadeia de suprimentos como cadeia de valor que é estabelecida por um conjunto de atividades criadoras de valor, desde as fontes de matérias-primas básicas, passando por fornecedores de componentes e indo até o produto final entregue nas mãos do consumidor, assim como, na APL – Base Comunitária como cadeia de valor.

Capucha (1996) valoriza a inovação por permitir evitar a imitação dos centros de turismo já existentes e aproveitar ao máximo os recursos locais, valorizando-os e estimulando o investimento e persuadindo os poderes públicos e os agentes privados.

O Turismo implantado no município de São Bento do Sapucaí, representa o desenvolvimento de uma região cujas parcerias construídas com instituições realizaram ações de capacitação as quais foram importantes para a construção do destino turístico. As ações de sensibilização realizadas também foram essenciais para a participação e inserção da comunidade local.

Economicamente a maioria dos produtores pratica uma agricultura de baixa escala e de subsistência, utilizando para consumo próprio e venda em mercados locais.

O projeto realizado no município de São Bento do Sapucaí, observa-se relevantes decisões de política pública ocorrida, tais como:

- Elaboração de um diagnóstico das características da região;
- Participação de atores locais na definição das estratégias;
- Constituição de uma associação;
- Reativação do cultivo de frutas e consolidação do turismo rural;
- Desenvolvimento de novas atividades com novos postos de trabalho

Finalizando, a gestão de tecnologia aproxima-se dos conceitos de marketing e comunicação sendo dependente do estabelecimento de forte integração com o mercado e, portanto, de transações com os diversos elos da cadeia produtiva da Castanha Portuguesa.

BIBLIOGRAFIA

- ALMEIDA, J.A.; RIEDL. M. (Org.) Turismo Rural Ecologia, Lazer e Desenvolvimento - Edusc 2000.
- ACERENZA, M. A. Administracion del turismo: conceptualizacion y organizacion México: trilhas, 1995.
- BALANZA, I. M.; NADAL. M. C. Marketing e comercialização de produtos turísticos. São Paulo: Pioneira, 2003.
- BATALHA, M. O. Gestão agroindustrial. São Paulo: Atlas, 2001.
- BENI, M.C. Processos da Produção Turística, Níveis e Agentes.
- BENI M. C. Análise estrutural do Turismo. São Paulo: SENAC, 1998.
- BERTONCINI E. I. – BV-CDI / FAPESP; APTA - Agência Paulista de Tecnologia dos Agronegócios.
- BRASIL, H.S.; OLIVEIRA, C.G.S.- Avaliação Econômica do Empreendimento de Turismo Rural – 2000 in: Turismo-Novo caminho no espaço rural brasileiro – Orgs: OLIVEIRA, C.G.S.; MOURA, J. C.; SGAÍ M. 2.000.
- BOISIER, S.- Política Econômica, Organização Social e Desenvolvimento Regional. In: HADDAD, P.R. (Orgs.) Economia Regional: Teorias e Métodos de Análise, Fortaleza: BNB/ETENE, 1989.
- BUENO, S.C.S. PIO, R. – Castanha tipo portuguesa no Brasil – CATI - 2018
- CAMPANHOLA, C. e SILVA, J.G. da – O agroturismo como nova fonte de renda para o pequeno agricultor brasileiro-2000 In: ALMEIDA, J.A.; RIEDL. M. (Org.) Turismo Rural Ecologia, Lazer e Desenvolvimento - Edusc 2000.
- CAPUCHA L.M.A - “Fazer render o belo – questões à volta do turismo e do desenvolvimento em zonas rurais recuadas” – Publicação: Sociologia – Problemas e Práticas. 1996.
- CASAROTO FILHO, N.; PIRES, L. H. Redes de pequenas e médias empresas e desenvolvimento local. São Paulo: Atlas, 2001.
- CASTELLI, G. Administração hoteleira. Caxias do Sul: EDUCS, 2001.
- CASTORIADIS, C. As encruzilhadas do labirinto III: o mundo fragmentado. São Paulo: Paz e Terra, 1992.
- CATI - Núcleo de Produção de Mudas de São Bento do Sapucaí – 2019
- CAVACO, C. Turismo Rural e Desenvolvimento Local.
- CAVACO, C. Portugal rural: Da tradição ao moderno.
- COSTA, C. (2003). Um paradigma emergente na área do planeamento? Questões de teoria e prática do planeamento. In Simões, O.& Cristóvão. A. (Org.) TERN Turismo, em Espaços Rurais e Naturais. Coimbra: Instituto Politécnico de Coimbra, 189-201.
- COSTA, H. A.; SAWYER, D. R.; NASCIMENTO, E. P. Indicadores de sustentabilidade em arranjos produtivos locais (APLs) de turismo no Brasil. In: Encontro Nacional da Pós-Graduação em Ambiente e Sociedade (ANPPAS). Brasília, 2010.
- COSTA, A & DOLGNER, M – http://www.estig.ipbeja.pt/~ac_direito/enoturismo.pdf - (acesso maio/2018).
- CRESPIM, J. A. A.; COUTO, J. O. do – A Gestão da Cadeia de Abastecimento Sustentável: O Negócio da Castanha Portuguesa. Universidade do Minho – Portugal - 2018.
- CUNHA, L., (2003) Perspectivas e Tendências do Turismo. Lisboa, Portugal: Edições Universitárias
- CUNHA, L., (2006) Economia e Política do Turismo, Lisboa, Portugal: Verbo.
- DGADR –2008 - <http://www.dgadr.pt/default.aspx?acess=1>
- DALLABRIDA, V. R.; BECKER, D. F. Dinâmica territorial do desenvolvimento. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2000.
- DALLABRIDA, V. R. Teorias do Desenvolvimento – Curitiba: CRV, 2017
- DRUCKER, P.F. – Inovação e Espírito Empreendedor – Thomson & Pioneira - 2005
- EMBRAPA – Semiárido – 2007.
- EMBRATUR. Manual do Turismo Rural
- FARINA, E. M. M. Q. – Organização Industrial no Agribusiness – Pioneira: 2000
- FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, M. J. Administração de serviços: operações, estratégias e tecnologia da informação. Porto Alegre: Boockman, 2005.
- FIGUEIREDO, E; KASTENHOLZ E.; JESUS L. de – A Oferta do Turismo no Espaço Rural – Estudo de Caso da Região Dão-Lafões. Coimbra/Portugal -2008.

FURTADO, C. Formação econômica do Brasil. São Paulo: Cia das Letras, 2007 34 eds._____.

Desenvolvimento e subdesenvolvimento. Rio de Janeiro: Contraponto, 2009.

FURTADO, C. Desenvolvimento e Subdesenvolvimento. Rio de Janeiro: Contraponto, 2009

GALVÃO, A. C.; VASCONCELOS, R. Política regional à escala sub-regional: uma tipologia territorial como base para um fundo de apoio ao desenvolvimento regional. 131 f. 1999. Disponível: <<http://www.ipea.gov.br>> Acesso: 27 junho 2013.

GARRIDO, Inez Maria D. A. Modelos Multiorganizacionais do Turismo: cadeias, clusters e redes. Tese de Mestrado em Administração. UFB, 2001.

GIORDANO, S. R. – Gestão Ambiental no Sistema Agroindustrial- Pioneira: 2000

GRAZIANO DA SILVA, J. Meio Rural paulista: muito além do agrícola e do agrário

GRAZIANO DA SILVA J.; VILARINHO C.; DALE P. – Turismo em Áreas Rurais: Suas Possibilidades e Limitações no Brasil – Caderno CRH – 1998

GRAZIANO DA SILVA, J. Meio Rural paulista: muito além do agrícola e do agrário - Caderno CRH – 1998

Guia Valor Econômico de Inovação nas Empresas - (2003).

HIRSCHMAN, A. – Estratégia do Desenvolvimento sustentável. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961

HIRSCHMAN, A. - Projetos de desenvolvimento. São Paulo: LER, 1969.

HUMMELBRUNNER R. (1994), “Ambiente e desenvolvimento local – a caminho de um desenvolvimento duradouro nas zonas rurais desfavorecidas” – *Leader Magazine*, No. 6.

JANK, M. S. e NASSAR, A. M. – Competitividade e Globalização – Pioneira: 2000

KASTENHOLZ, E. (2005) Contributos para o Marketing de Destinos Rurais – O Caso Norte de Portugal. Revista Turismo e Desenvolvimento n.1. Vol. II: 21-33.

KOTLER, P. Administração de marketing. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KRIPPENDORF, J.- Sociologia do Turismo para uma nova compreensão do lazer e das viagens – RJ. Civilização Brasileira - 1989

LABAT, J.L. F-C, PEREZ, S.F.O. Mercado de Trabajo Agrario y Desarrollo Rural.

LAGE, B.H.G., MILONE, P.C. Impactos Socioeconômicos Globais do Turismo. In: LAGE, B.H.G., MILONE, P.C. (Orgs) Turismo: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000.

LENCIONI, S. Região e geografia. São Paulo: USP, 1999.

Livro Frutas Brasil Frutas - 2016

LOVELOCK, C. H.; WRIGHT, L. Serviços: marketing e gestão. São Paulo: Saraiva 2006.

LUCA, C.A.B.- Estudo da Concentração da Cadeia de Serviços no Município de Campos do Jordão – SP 2014 (Dissertação de Mestrado).

LUCAS, S. M.-Turismo Rural no Vale do Paraíba – uma experiência histórica – 2000 in: Turismo- Novo caminho no espaço rural brasileiro – Orgs: OLIVEIRA, C.G.S.; MOURA, J. C.; SGAÍ M. 2.000

MARICATO, P. Marketing para bares e restaurantes. Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 2009.

MASSARI, C. Cadeia produtiva do turismo: modelos para análise e reflexão. Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 2005.

MATOS A. – O Sistema de Comercialização de Castanha da Terra Fria Transmontana e sua Cadeia de Valor – Instituto Politécnico de Bragança – Portugal – 2003.

MATOS, A. GERRY, C. Cadeia de Valor e o Sistema de Comercialização de Castanha da Terra Fria Transmontana – V Colóquio Hispano-Português de Estudos Rurais – Portugal - 2003

MEGIDO, J. L. T. – A Comunicação – Pioneira: 2000

MONIZ, A. I. (2006). A Sustentabilidade do Turismo em Ilhas de Pequena Dimensão: o Caso dos Açores (doutoramento) Universidade dos Açores.

MOREIRA, F.J. O Turismo em Espaço Rural. Enquadramento e expressão geográfica no Território Português

MORVAN, Y. Fondaments d'economie industrielle. Paris: Economica 1991

MYRDAL, F. Teoria econômica e regiões subdesenvolvidas. Rio de Janeiro: SAGA, 1965.

NAVARRO, Z. Desenvolvimento rural no Brasil: os limites do passado e os caminhos do futuro - <http://dx.doi.org/10.1590/S0103-40142001000300009>

NETO J. A. – Redes de Cooperação Produtiva e Clusters Regionais – Atlas 2008 – São Paulo

OLSON, C. Arranjos produtivos. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br>>. Acesso: 27 junho 2013

PINHO, J. B. – O Poder das Marcas –Summus 1996 – São Paulo

PINTO, A. (2004). Turismo em Espaço Rural Motivações e Práticas. Viseu: Palimage Editores.

PORTER, M. E. Competição, on competition: estratégias competitivas essenciais. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

PORTER, M.E. Vantagem Competitiva. Rio de Janeiro: Campus, 1991

PORTUGUEZ, A. Agroturismo Desenvolvimento Regional.

REIS, R. & SERAFIM, M. (2003) Turismo emundo rural: duas realidades que se entrecruzam. *Jornal de Animação da Rede Portuguesa Leader +* n.13, II série: 3.

RIBEIRO, J. & VAREIRO, L. (2007). Turismo e Desenvolvimento regional: o Espaço Regional como Destino Turístico. Congresso Internacional “casa Nobre”: um patrimônio para o futuro.

RODRIGUES, A.B. – Turismo rural no Brasil ensaio de uma tipologia. 2000. In: ALMEIDA, J.A.; RIEDL. M. (Org.) Turismo Rural Ecologia, Lazer e Desenvolvimento - Edusc 2000.

ROQUE, Q.M. VIVAN, A.M. – O Turismo no Espaço Rural: uma estratégia para nova gestão rural brasileira – Organizações Rurais e Agroindustriais – Revista de Administração da UFLA - 1999

RUSCHMANN, D. O Turismo Rural e o Desenvolvimento Sustentável.

SANTOS, C. – Paisagem e Turismo Rural: Questões que ficam – 2000 in: Turismo-Novo caminho no espaço rural brasileiro – Orgs: OLIVEIRA, C.G.S.; MOURA, J. C.; SGAI M. 2.000

SCHNEIDER, S. e FIALHO, M.A.V. – Atividades não agrícolas e turismo rural no Rio Grande do Sul. 2000. In: ALMEIDA, J.A.; RIEDL. M. (Org.) Turismo Rural Ecologia, Lazer e Desenvolvimento - Edusc 2000.

SEN, A. Desenvolvimento como liberdade. São Paulo: Cia de Bolso, 2010.

SILVA, J.L.G. e LUCA, C. A. B. Turismo Rural como Fator Impactante da Dinâmica Territorial para o Desenvolvimento em São Bento do Sapucaí (Brasil), a partir da referência Portugal 2017.

SILVA, L. A procura do turismo em espaço rural – “Usos da ruralidade” - Revista do Centro em Rede de Investigação em Antropologia – Portugal 2007

SILVA, Luis, 2006, “O Turismo em Espaço Rural: um estudo da oferta e dos promotores”. CIES e-Working Paper No. 16

SIRGADO, J.R. Dinâmicas do Turismo e sustentabilidade do desenvolvimento.

TEIXEIRA, V.L. – Pluriatividade e Agricultura familiar na Região Serrana do Estado do Rio de Janeiro – UFRRJ – 1998 (Dissertação de Mestrado).

TOMAZZONI, E.L. Turismo e Desenvolvimento Regional: dimensões, elementos e indicadores. Caxias do Sul, RS: Educus, 2009.

TULIK, O – Estratégias de Desenvolvimento do Turismo Rural 2.000 - in: Turismo-Novo caminho no espaço rural brasileiro – Orgs: OLIVEIRA, C.G.S.; MOURA, J. C.; SGAI M. 2.000

TULIK, O – Do Conceito às Estratégias para o Desenvolvimento do Turismo Rural in: Turismo e Desenvolvimento Local – Hucitec - 1997

VERGARA S. C. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. São Paulo: Atlas, 2000.

VIEIRA, E. T. Industrialização e políticas de desenvolvimento regional: o vale do paraíba paulista na segunda metade do século XX. Tese de Doutorado. São Paulo: USP, 2009. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8137/tde-03022010-143611/pt-br.php>>. Acesso em: 12 junho 2013.

WAACK, R. S. - O Papel dos Leilões no Agribusiness – Pioneira: 2000

WEILBACHER, W. M. – Marketing de Marcas – Makron Books – São Paulo 1994.

YANAZE, M.H. Gestão de Marketing e Comunicação: avanços e aplicações 2ª. Ed. 2011.

ZIMMERMANN, A.- Planejamento e Organização do Turismo Rural no Brasil 2.000 – in: Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável – 1998 Orgs: Almeida, J.; Froehlich. J.M.; Riedl, M.

ZIMMERMANN, A. Turismo Rural: um modelo brasileiro

ZUURBIER, P. – Cadeias de Suprimentos nos Mercados Internacionais-Pioneira: 2000

ZYLBERSZTAJN D.; NEVES M. F. (Org.) Gestão dos Negócios Agroalimentares Pioneira-2000