

A FESTA DA JABUTICABA E O EMPREENDEDORISMO FEMININO NO MUNICÍPIO DE SABARÁ/MG

THE JABUTICABA PARTY AND THE FEMALE ENTREPRENEURSHIP IN THE MUNICIPALITY OF SABARÁ/MG

Vania Lúcia Leal de Paiva Vieira ¹

Wanyr Romero Ferreira ²

RESUMO:

Este trabalho teve como objetivo estudar o trabalho das mulheres que produzem artesanalmente os derivados da jabuticaba no município de Sabará- MG, e analisar o papel empreendedor desta atividade no desenvolvimento do turismo local. O empreendedorismo destas mulheres amplia as possibilidades turísticas da cidade, como também modifica suas vidas, especialmente nos aspectos ligados ao seu sustento e o da própria família. Durante o 28º Festival da Jabuticaba do município que aconteceu em 2010, foram aplicados questionários aos turistas, às mulheres empreendedoras da jabuticaba, ao Prefeito e ao Secretário de turismo, com o propósito de analisar a inserção e a participação da mulher no cenário econômico como gestora de oportunidades ao desenvolvimento do turismo gastronômico e cultural da cidade. Os resultados confirmam a importância do trabalho feminino na ampliação das possibilidades turísticas do município para além daquelas já existentes.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo; Empreendedorismo Feminino; Festival da Jabuticaba; Turismo Gastronômico.

ABSTRACT:

This research aims to study the work of women who produce handmade jabuticaba derivatives in the municipality of Sabará-MG, and analyze the role of entrepreneurial activity in the development of local tourism. The entrepreneurship of these women increases the possibilities of the tourism in the city, but also changes their lives, especially in aspects related to their livelihoods and their own families. During the 28th Festival of the Jabuticaba what happened in 2010, questionnaires were filled with tourists, women who make the products of jabuticaba, the mayor and the secretary of tourism. This survey had the purpose of considering the inclusion and participation of these women in the economic scenario as managers of opportunities for the development of gastronomic tourism and cultural city. The results have confirmed the importance of the women's work in expanding the tourism possibilities of the city beyond those already existing.

KEYWORDS: Entrepreneurship; Female Entrepreneurship; Jabuticaba Festival; Gastronomic Tourism.

¹ Mestre em Turismo e Meio Ambiente pelo Centro Universitário UNA, especialista em Administração Pública Municipal pelas Faculdades Pedro Leopoldo, especialista em Psicopedagogia e graduada em Pedagogia pelo Centro Universitário de Belo Horizonte. Professora e coordenadora da Universidade Presidente Antônio Carlos. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/4446730950933085>.

² Doutora em Energia pela Université Toulouse III Paul Sabatier e mestre em Dirección y Gestión de Empresas Turísticas pela Escuela de Administración de Empresas, mestre em Engenharia Mecânica e graduada em Engenharia Química pela Universidade Federal de Minas Gerais. Professora do Instituto de Educação Tecnológica. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/5287040686973900>.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número VIII Jul-dez 2013	Trabalho 01 Páginas 01-28
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

1 – INTRODUÇÃO

O empreendedorismo tem tido uma considerável parcela de contribuição no desempenho econômico e nas conquistas sociais de diversos países (MAMEDE, 2004). Slaughter (1996) falava em Revolução Empreendedora para caracterizar o período de 1980 a 1995 quando foram gerados de 65 a 70% de empregos nos Estados Unidos devido a pequenas e novas empresas. Ainda segundo Slaughter (1996), em dezembro de 1993, a Assembleia Geral das Nações Unidas aprovou por unanimidade uma resolução que reconhece o empreendedorismo como uma das principais forças sociais e econômicas, fundamental para aumentar o padrão de vida em todo o mundo e exortando os países membros a criar programas e implantar políticas para incentivar e apoiar o empreendedorismo das suas populações.

No Brasil, a figura do empreendedor está normalmente atrelada ao desenvolvimento de micro e pequenas empresas que segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2003), contribuem para o desenvolvimento econômico do país amortecendo o desemprego de uma grande parcela da população com níveis de qualificação menos elevados. Nessa perspectiva apesar de ter sua importância reconhecida no que diz respeito ao desenvolvimento de novos negócios, a atividade empreendedora está, muitas vezes, direcionada a um meio de sobrevivência, ou seja, uma alternativa de geração de emprego e renda também conhecida como empreendedorismo por necessidade (MAMEDE, 2004).

Para Fillion (1991), o empreendedor é a “pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive usando-a para detectar oportunidade de negócios”. No Brasil, segundo Dornellas (2001, p.19-20), o movimento do empreendedorismo passou a se firmar a partir da década de 1990, quando ao ambiente político e econômico do país se tornou favorável para a jornada empreendedora.

Em pesquisas recentes, foram revistos os critérios para identificar naturezas distintas de empreendedorismo nos diferentes países, a saber, empreendedorismo por necessidade e por oportunidade. Quando se trata de empreendedorismo por necessidade, no entanto, ocupa a quinta posição. Quando

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número VIII Jul-dez 2013	Trabalho 01 Páginas 01-28
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

se fala em empreendedorismo por oportunidade, o Brasil cai para a décima posição. A título de comparação, a França é o primeiro país do mundo em empreendedorismo por oportunidade e praticamente não possui empreendedores por necessidade (MAMEDE, 2004). A TAB.1 apresenta dados de uma pesquisa sobre a motivação para o empreendedorismo no Brasil e no mundo. Observa-se que, no Brasil, o empreendedorismo por necessidade é bem mais elevado que a média mundial (GEM, 2003 apud MAMEDE, 2004). A partir de 2003, o empreendedorismo por oportunidade retoma o crescimento, até atingir em 2007 o valor de 57% da população de empreendedores iniciais no Brasil (GEM, 2008).

	Brasil 2003 %	Mundo 2003 %
Oportunidade	6,9%	6,4%
Necessidade	5,5%	

TABELA 1 – Motivação para o empreendedorismo no Brasil e no mundo em 2003. Fonte: GEM, 2003 apud Mamede (2004). Base: % população adulta.

As mulheres têm uma participação significativa quando se fala em empreendedorismo por necessidade no Brasil. Elas representam 49% do total de pessoas que abrem uma empresa porque não têm outra fonte de renda. A participação das mulheres é maior quando o empreendedorismo é motivado por necessidade, porque nos países de baixa renda as mulheres precisam desenvolver alguma atividade para complementar os ganhos familiares (ARAÚJO, 2008).

Segundo dados da Secretaria do Estado e Desenvolvimento Econômico de Minas Gerais (MINAS GERAIS, 2011a), Minas Gerais possui atualmente cerca de 750 mil microempresas e empresas de pequeno porte, número que representa 99% das organizações do Estado. Elas estão distribuídas pelos diversos segmentos de mercado, concentrando-se nos setores comercial (45,6%) e de serviços (40,2%); já as áreas de indústria e construção civil correspondem a 10,5% e 3,7%, respectivamente (MINAS GERAIS, 2011a).

De acordo com Natividade (2009), vem crescendo a participação empreendedora feminina, nem sempre vinculada a uma ação profissional formalizada, e ainda com pouca ou nenhuma orientação de gestão, minimizando a possibilidade de empoderamento, mas presente e em busca de crescimento. Dentre as micro e pequenas empresas encontram-se aquelas comandadas por mulheres

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número VIII Jul-dez 2013	Trabalho 01 Páginas 01-28
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

motivadas para empreender e que se deparam com a dificuldade de conseguir emprego ou que, em função dos cuidados necessários a outros membros da família, o fazem em suas próprias residências, configurando o espaço do lar como home office, pois esse formato permite conciliar os dois afazeres (NATIVIDADE, 2009).

Neste contexto, encontram-se as mulheres que produzem artesanalmente os derivados da jabuticaba, na cidade de Sabará, Minas Gerais. Estas mulheres, além de terem uma atividade que gera renda para si e para suas famílias, também acabam por ampliar as possibilidades turísticas da cidade para além daquelas já existentes.

Típica no Brasil, com grande produção no estado de Minas Gerais, a jabuticaba encontrou espaço nos quintais das casas de Sabará. No ano de 2007, o Festival da Jabuticaba foi registrado como Patrimônio Imaterial do Município (FOLHA DE SABARÁ, 2011). Nos meses de outubro e novembro esta fruta faz a alegria de milhares de turistas, e nesta época do ano, Sabará, localizada a 18 km de Belo Horizonte, torna-se referência em jabuticaba, recebendo milhares de visitantes.

Negócios decorrentes do turismo são capazes de propiciar crescimento econômico ao núcleo receptor, uma vez que contribuem para aumentar a oferta de empregos, renda, nível de vida e, ainda, ativar outros setores produtivos (LUCIANI & ISHIKURA, 2006). A partir daí as políticas públicas voltariam para ações simples que possibilitariam um melhor gerenciamento do produto, no sentido de ampliar o desenvolvimento das atividades, a comercialização e divulgação do trabalho dessas mulheres, dando a elas possibilidades de permanecer no mercado.

Em agosto de 2008 foi fundada a ASPRODEJAS (Associação dos Produtos Derivados da Jabuticaba de Sabará). Criada por exigência da Prefeitura Municipal de Sabará possui estatuto, regimento próprio e conta bancária, atualmente, com 31 (trinta e uma) associadas capacitadas pelo SENAC (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial) por meio do curso de Boas Práticas de Higiene e Manipulação de Alimentos e pela UNA, em Análise de Produtos. Esta concedeu direito ao selo de registro do produto a todos os capacitados. Atualmente a associação busca apoio na Lei Rouanet, 8313, de 23/12/91. Esta lei federal permite às empresas patrocinadoras um abatimento de até 4% no imposto de renda, desde que já disponha de 20% do total pleiteado. Para ser enquadrado na lei, o

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número VIII Jul-dez 2013	Trabalho 01 Páginas 01-28
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

projeto precisa passar pela aprovação do Ministério da Cultura, sendo apresentado à Coordenação Geral do Mecenato e Aprovado pela Comissão Nacional de Incentivo à Cultura (SINPRORP, 1991). O objetivo primordial da ASPRODEJAS é valorizar os produtos derivados da jabuticaba e dar um maior apoio às famílias das periferias que se sentiam desvalorizadas em relação às do centro histórico. Assim, este trabalho propõe estudar e analisar o papel empreendedor das mulheres de Sabará que produzem derivados de jabuticaba contribuindo para o desenvolvimento do turismo local.

Os objetivos desse trabalho podem ser assim descritos:

- Analisar a inserção e a participação da mulher no cenário econômico como gestora de oportunidades ao desenvolvimento do turismo gastronômico e cultural na cidade de Sabará.
- Investigar as perspectivas geradas pela jabuticaba no município de Sabará, no contexto do turismo cultural.
- Avaliar o papel da mulher no processamento da jabuticaba e no contexto do turismo local.
- Analisar a possibilidade de ampliação do negócio de produtos derivados da jabuticaba.

2 – METODOLOGIA

Para avaliar a importância do Festival de Jabuticaba para o turismo, foram feitas entrevistas com turistas/visitantes, com as mulheres empreendedoras, com o Prefeito e o Secretário de Turismo do município. As entrevistas com as trinta e uma mulheres empreendedoras envolvidas na elaboração dos produtos derivados da jabuticaba foram realizadas em novembro de 2010 e forneceram importantes informações para conhecer as suas histórias e buscar estratégias que visem ampliar as possibilidades reais do fruto para o incremento do negócio turístico de Sabará.

As entrevistas com os noventa e três turistas, foram realizadas no período de novembro de 2010. O resultado permitiu conhecer o perfil dos visitantes que vieram ao município, faixa etária, sexo, como souberam do evento, se pretendiam

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número VIII Jul-dez 2013	Trabalho 01 Páginas 01-28
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

visitar o patrimônio histórico da cidade e até mesmo se recomendariam aos amigos esta modalidade de lazer.

O resultado da pesquisa com o Secretário de Turismo em março de 2011, permitiu avaliar a importância e o retorno financeiro do Festival de Jabuticaba para o município. Ao analisar a entrevista concedida pelo Prefeito municipal em abril de 2011, constatou-se que o investimento no turismo garantiu atingir o máximo de pontuação em 2010 em relação à Lei de Distribuição do ICMS.

Há 31 mulheres empreendedoras envolvidas com a produção comercial dos derivados da jabuticaba e todas foram entrevistadas. Em relação aos turistas, a amostra foi de 93 visitantes do Festival de Jabuticaba. Para definição do tamanho da amostra, utilizou-se a equação (1) baseada na distribuição normal (MONTGOMERY, RUNGER & HUBELE, 2001: 121):

$$n = \frac{p \cdot q}{(d/z)^2} \quad (1)$$

em que z é o valor usado para o grau de confiança específico, d é o erro “para mais ou para menos” permitido no intervalo. Assim, para um intervalo de confiança de 90%, uma amostra de 93 respondentes corresponde a um erro de estimativa de 6,6%.

3 – REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 – Turismo Cultural

Turismo cultural é o acesso ao patrimônio cultural, ou seja, a história, a cultura e o modo de viver de uma comunidade. Sendo assim, o turismo cultural não busca somente o lazer, repouso e boa vida. Caracteriza-se, também, pela motivação do turista em conhecer regiões onde seu alicerce está baseado na história de um determinado povo, nas suas tradições e nas suas manifestações culturais, históricas e religiosas (MOLETTA, 1998).

Conforme Dias (2003) é necessário que as cidades invistam em sua infraestrutura cultural, no setor produtivo da cultura e no desenvolvimento dos recursos humanos para satisfazer as necessidades de desenvolvimento. Deve-se

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número VIII Jul-dez 2013	Trabalho 01 Páginas 01-28
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

incentivar a participação dos cidadãos nesse processo e desenvolver o próprio potencial de seu setor e as organizações culturais.

Em termos filosóficos toda a prática turística é cultural. Além do mais, o turismo pode ser pensado como uma das atividades que mais tem fomentado o contato intercultural entre pessoas, povos e grupos (PÉREZ, 2009).

Para Dias (2003, p.88-90), “o turismo cumpre um papel dinamizador que atinge vários setores da economia, gerando assim alguns efeitos econômicos” A cultura local e as diversas atividades correlatas, constituem uma fonte direta e indireta de geração de novos investimentos e postos de trabalho.

Segundo Barreto (2000, p. 19), “entende-se por turismo cultural todo o turismo em que o principal atrativo não seja a natureza, mas algum aspecto da cultura humana”. Toledo (2003) afirma que patrimônio cultural é a riqueza comum que nós herdamos como cidadãos, transmitida de geração em geração. Constitui a soma dos bens culturais de um povo. Ele conserva a memória do que fomos e somos, revela a nossa identidade. Expressa o resultado do processo cultural que proporciona ao ser humano o conhecimento e a consciência de si mesmo e do ambiente que o cerca. A maior riqueza herdada de um povo é seu patrimônio cultural. Através deste, adquire-se identidade própria como também cultural. Repassada de geração a geração desperta no indivíduo o conhecimento e a consciência de tudo que o cerca, instigando valores e o exercício de cidadania.

Segundo Dias (2003), os destinos mais visitados do mundo não possuem características iguais - cada uma das regiões tem suas peculiaridades, seus atrativos. Desta forma, entende-se que se faz necessário mensurar o potencial turístico de cada região, a fim de identificar os motivos que levam uma cidade a transformar-se em um destino de turismo.

3.2 – Turismo Gastronômico

A gastronomia como um produto, ou mesmo um atrativo de uma determinada localidade, é muito importante do ponto de vista turístico pois apresenta novas possibilidades, na verdade, não tão novas, mas nem sempre bem exploradas,

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número VIII Jul-dez 2013	Trabalho 01 Páginas 01-28
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

que são as diversas formas de turismo voltadas para as características gastronômicas de cada região (FURTADO, 2004).

De acordo com Schluter (2003, p. 69), “a dimensão social e cultural da gastronomia determinou incorporá-la ao complexo emaranhado das políticas de patrimônio cultural”. O uso que o turismo faz desse patrimônio vem determinando que a gastronomia adquira cada vez maior importância para promover um destino e para captar correntes turísticas.

Quando um homem se alimenta de acordo com a sociedade a que ele pertence, valoriza determinados ingredientes porque os hábitos alimentares não respondem somente ao instinto de sobrevivência, mas constituem também uma verdadeira expressão do passado, da história e da geografia, juntamente com todos os seus valores (BARROCO & BARROCO, 2008).

Barreto e Senra (2001) analisam a realidade gastronômica no Brasil e sua importância para o turismo, observando que algumas iguarias gastronômicas chegam a transcender sua origem geográfica, tornando-se quase que emblemáticas peças de propaganda de seus estados. Assim, a gastronomia de um local se apresenta como uma forma de aumentar a oferta turística e, como um produto agregado ao turismo cultural, vem indicando a gastronomia como muito mais que uma simples arte culinária, mas como importante veículo da cultura popular pela forma como vivem os habitantes de cada região em determinada época (ANTONINI, 2008). Neste sentido, a cultura de um país está integrada à alma do povo, como a sua gastronomia, seu patrimônio, seus valores, costumes, história, agricultura, religião, aspectos históricos e geográficos.

3.3 – O Turismo como Atividade Propulsora do Desenvolvimento

O turismo é uma atividade, que pode impulsionar o desenvolvimento de uma localidade, e foi conceituado de formas diferentes ao longo dos anos. Todas elas, porém, levam o intérprete a um mesmo ponto, entendendo que o turismo é o deslocamento de pessoas num determinado tempo a uma determinada localidade, motivados por diversos fatores. Neste trabalho, entende-se turismo conforme a Organização Mundial de Turismo – OMT (2001): as atividades desenvolvidas por

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número VIII Jul-dez 2013	Trabalho 01 Páginas 01-28
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

peessoas, ao longo de viagens e estadas, em locais situados fora do seu enquadramento habitual, por um período mínimo de uma pernoite não ultrapassando um ano. Por outro lado as pessoas que visitam determinado local sem pernoitar são classificadas como visitantes.

Torna-se imprescindível atrair um maior número de visitantes para a cidade, dentro de uma ampla gama de atrativos uma vez que um planejamento turístico bem elaborado deve conter inúmeros expedientes, e não somente um determinado recurso (DOLABELA, 1999).

3.4 – Políticas Públicas Referentes ao Empreendedorismo

Para Dornelas (2001), o processo empreendedor é constituído de quatro etapas das quais a primeira está relacionada com a intenção empreendedora, pois o empreendedor analisa se sua ideia pode ser transformada em uma oportunidade de negócio, a segunda fase é aquela na qual o empreendedor deve detalhar a oportunidade através de uma ferramenta de planejamento, o plano de negócios. A terceira fase corresponde à identificação dos tipos de recursos que serão necessários para o negócio, como e onde obtê-los. Finalmente a quarta fase seria a de gerenciamento do negócio criado. Os próximos passos implicam no uso de ferramentas gerenciais.

Os programas de políticas públicas para formação de cooperativas populares, por sua vez, possuem um foco diferente. Enquanto o contexto externo competitivo é o mesmo com que lidam pequenos empresários, os indivíduos aqui englobados são principalmente pessoas excluídas do mercado de trabalho, com pouca ou nenhuma educação formal, experiência ou capacitação. O objetivo é conseguir de alguma forma sua inserção, criando trabalho e gerando renda (ALMEIDA, BACIC & BALDEÓN, 2002).

O apoio das políticas públicas não depende que os empreendedores possuam ideias inovadoras capazes de se transformar em boas oportunidades, e são necessários antes mesmo que se confirme sua viabilidade econômica. O mercado em que se inserem é de baixo componente tecnológico e capital inicial,

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número VIII Jul-dez 2013	Trabalho 01 Páginas 01-28
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

intensivo em mão-de-obra, de baixa produtividade e, portanto, pouco competitivo (ALMEIDA, BACIC & BALDEÓN, 2002).

3.5 – A Cidade de Sabará/Minas Gerais

Localizado na chamada zona metalúrgica, o município de Sabará, a 804 m de altitude, possui uma área de 315 quilômetros quadrados, subdividindo-se nos distritos da Sede, Mestre Caetano, de Carvalho Brito e de Ravena e as regionais de Borges e Roça Grande. A sede do município se integra com mais outras cidades da região metropolitana (ROSA, 1974). A FIG. 1 apresenta o mapa da região na qual Sabará está inserida.



FIGURA 1 – Mapa de Sabará destacando a proximidade com o município de Belo Horizonte (SABARA NET, 2011a).

Sabará foi um dos núcleos de mineração da província que mais ouro encaminhou à Coroa Portuguesa. Seus rios e lavras eram riquíssimos do precioso mineral, e houve época em que, nos trabalhos de garimpagem, aqui se contavam vários milhares de escravos. Tão intensa se tornou a mineração nessas paragens, que o governo português aqui fez instalar a Casa da Intendência, para cobrança do “quinto”. Todo o ouro extraído teria de ser levado ao Intendente. Fundido, dele se excluía a quinta parte, destinada à Coroa, sendo o restante devolvido ao minerador,

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número VIII Jul-dez 2013	Trabalho 01 Páginas 01-28
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

em barras que levavam o cunho oficial. Só assim poderia o ouro se negociado, incorrendo os transgressores em severas penas (ROSA, 1974).

Sabará é um retrato fiel de um dos períodos mais fascinantes da história do Brasil. Esta história é contada pela arquitetura barroca de suas igrejas, pelas minas escondidas em suas montanhas, pelas bateias e outros instrumentos rudimentares – utilizados na extração – ainda hoje encontrados no fundo dos rios. Características como estas firmam Sabará como destino obrigatório no circuito turístico do ouro em Minas Gerais (SANTIAGO, 2010).

O nome Sabará tem várias interpretações. Uma das mais prováveis é a corruptela do tupi-guarani sabaá (enseada, curva do rio) e buçu (grande), designando o encontro do rio Sabará com o Rio das Velhas. Outra interpretação é que o nome Sabarabuçu é uma derivação de Itaberabuçu, isto é, Montanha Grande que resplandece, numa alusão à atual Serra da Piedade (SABARA, MG, 2010 a).

Sabará foi o primeiro povoamento de Minas Gerais. A sua história tem raízes nos primórdios da colonização do Brasil e está intimamente relacionada à lenda da serra resplandecente, existente na região do sabarabuçu, de limites imprecisos (SABARA. MG, 2010 b).

O arraial da barra do Sabará foi o centro comercial estratégico diretamente ligado à Estrada Real. Em 1711, foi elevado à condição de Vila Real de Nossa Senhora da Conceição do Sabará, também conhecida por Vila do Sabará. Três anos depois, tornou-se sede da extensa Comarca do Rio das Velhas, uma das quatro primeiras a serem criadas na Capitania das Gerais, e que alcançava os limites com Goiás, Pernambuco e Bahia (SABARA. MG, 2010 b).

Antigamente era comum o "alugel" de pés de jabuticaba nos quintais da cidade. Com o tempo, algumas pessoas passaram a agir de forma inadequada danificando a árvore com a quebra de vários galhos, jogando a fruta no chão e outras atitudes inconvenientes. Devido a estes fatos, muitas famílias foram deixando de alugar os pés e hoje poucas são as que utilizam este artifício para melhorar seu orçamento doméstico, preferindo proteger a jabuticabeira, conforme dizem (IDASBRASIL, 2010).

Percebe-se aí uma preocupação dos próprios moradores da cidade em conservar o ambiente da degradação, tal qual descrito por Ruschmann (1997,

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número VIII Jul-dez 2013	Trabalho 01 Páginas 01-28
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

p.110): “a falta de cultura turística dos visitantes faz com que se comportem de forma alienada em relação ao meio que visitam – acreditam que não têm nenhuma responsabilidade na preservação da natureza e na originalidade das destinações”.

Diante do exposto, foi então nascendo os produtos derivados da fruta para venda, devido à abundância da mesma. Assim, no município algumas mulheres deixaram de ser apenas esposas, donas de casa e mães, ampliando seu espaço na economia nacional e provando de forma brilhante suas competências e habilidades no mercado de trabalho (ASSIS, 2009). Desta forma compartilham uma boa qualidade de vida, fundamentada principalmente na satisfação com o trabalho, com os filhos e com o autorrespeito. Desempenham múltiplos papéis, são destemidas e autoconfiantes, embora preocupadas com questões financeiras e com o crescimento do seu negócio (JONATHAN, 2005).

Neste contexto a cidade de Sabará tem por tradição realizar o Festival da Jabuticaba sempre no último trimestre do ano. De acordo com a Secretaria Municipal de Turismo, o evento é feito na cidade há 28 anos com uma média de cinco mil visitantes. No festival, produtores vendem a fruta *in natura* e produtos derivados, como licor, vinho, geleia e molhos, além de pratos que têm a jabuticaba como ingrediente (MINAS GERAIS, 2011b).

A municipalidade incentiva a preservação das jabuticabeiras através de uma Lei Municipal que dá desconto no valor do IPTU para cada árvore plantada em imóvel. Em 2007, o Festival da Jabuticaba foi registrado como Patrimônio Imaterial do município.

3.5.1 – A Jabuticaba, Fruta 100% Brasileira

Nativa do Brasil, a jabuticabeira ocorre no Sul, Sudeste e em parte do Centro-Oeste, com frutificação de agosto a novembro. Com casca negra e polpa branca, possui frutos ricos em antocianina: poderosa substância com princípio antioxidante, que ajuda no combate aos radicais livres, ligados ao câncer e envelhecimento. Segundo pesquisa da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), a jabuticaba é a fruta com o maior teor da substância. São 314 mg de antocianinas por 100 g, valor superior ao das uvas tintas. “Sua casca também possui

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número VIII Jul-dez 2013	Trabalho 01 Páginas 01-28
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

pectina, fibra solúvel que contribui na diminuição dos níveis de colesterol. A polpa contém ferro, fósforo e vitamina C, que ajuda na redução do envelhecimento celular, além de niacina, vitamina do Complexo B estimulante do apetite, auxiliar no processo de eliminação de toxinas”, acrescenta Silvia Honorato da Silva, nutricionista da Divisão de Alimentação do Sesi - São Paulo e do Programa Alimente-se Bem. Apesar de nativa e com tantas propriedades, a fruta ainda é pouco cultivada e está restrita a chácaras e quintais (IBRAF, 2008).

Pereira (2011) ressalta a importância da jabuticaba para a indústria alimentícia e para a medicina. A química Daniela Brotto Terzi, pesquisadora da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), no interior paulista, estava buscando na natureza pigmentos capazes de substituir os corantes artificiais usados na indústria alimentícia. Os trabalhos a respeito dessa fruta são muito escassos. Sua pesquisa mostrou que a jabuticaba possui enormes porções de antocianinas. Em comparação com duas outras frutas ricas nessas substâncias, a uva e a amora, a jabuticaba é a que apresenta a maior quantidade de miligramas de antocianinas por grama da fruta: jabuticaba: 314, amora: 290, uva: 227. Para a Medicina, há um interesse nas antocianinas porque têm uma potente ação antioxidante. Ou seja, uma vez em circulação, ajudam a varrer as moléculas instáveis de radicais livres. Esse efeito, observado em tubos de ensaio, dá uma pista para que se compreenda por que a incidência de tumores e problemas cardíacos é menor entre consumidores de alimentos ricos no pigmento. Ultimamente surgem estudos apontando uma nova ligação: as tais substâncias antioxidantes também auxiliariam a estabilizar o açúcar no sangue dos diabéticos. A bioquímica Edna Amante, do laboratório de frutas e hortaliças da Universidade Federal de Santa Catarina, destaca alguns nutrientes da parte branca e mais consumida da jabuticaba. É na polpa que se encontram ferro, fósforo, vitamina C e boas doses de niacina, uma vitamina do complexo B que facilita a digestão e ainda nos ajuda a eliminar toxinas. E não só nessa polpa, mas também na casca escura, se encontram teores de pectina. Essa fibra tem sido muito indicada para derrubar os níveis de colesterol, entre outras coisas, conta a nutricionista Karla Silva. A pectina, portanto, faz uma excelente dobradinha com as antocianinas no fruto da jabuticabeira. Daí o discurso de alguns pesquisadores de

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número VIII Jul-dez 2013	Trabalho 01 Páginas 01-28
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

que a jabuticaba deveria ser mais valorizada, consumida e explorada (PEREIRA, 2011).

3.5.2 – A Jabuticabeira

Nativa do Brasil, ela costuma medir entre 6 e 9 metros e é conhecida desde o período do descobrimento. A espécie é encontrada de norte a sul, desde o Pará até o Rio Grande do Sul, diz o engenheiro agrônomo João Alexio Scarpate Filho, da ESALQ. Segundo ele, a palavra jabuticaba é tupi e quer dizer fruto em botão. A invenção é esta: vinho de jabuticaba. O nome não deixa de ser uma espécie de licença poética, já que só pode ser denominado vinho pra valer o que deriva das uvas. Mas, sim, existe um fermentado feito de jabuticaba que, aliás, já está sendo exportado. O concentrado da fruta passa um ano inteiro em barris de carvalho, conta o farmacêutico-bioquímico Marcos Antônio Cândido, da Vinícola Jabuticabal, em Hidrolândia, Goiás. A jabuticaba é a matéria-prima de delícias já conhecidas, como a geleia e o licor, e também de uma espécie de vinho, considerado muito bom por quem já provou (PEREIRA, 2011).

A madeira, por ser muito resistente, é muito utilizada para vigamentos, esteios, dormentes. A jabuticabeira pertence à família das mirtáceas. Existem controvérsias com relação à espécie. Para alguns autores, são duas as espécies de myrciárias: a Jabuticaba, que produz frutos pequenos e a cauliflora, com frutos grandes. Outros ainda registram o truncifloro. A espécie mais aceita é a cauliflora. Desta, as variedades mais cultivadas são (SELCTUR, 2001):

- Paulista = árvores de grande porte com alta capacidade de produção. Produz frutos graúdos, de maturação tardia.
- Sabará = é a mais apreciada e a mais cultivada. Cresce pouco e com produção precoce de muitos frutos pequenos e doces.
- Branca = planta de porte médio produzindo muitos frutos grandes e de coloração verde claro.
- Rajada = assemelha-se muito às duas primeiras em crescimento e produção. Tem os frutos verde-bronzeados, grandes e doces, de maturação mediana.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número VIII Jul-dez 2013	Trabalho 01 Páginas 01-28
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

- Ponhema = produz frutos grandes em grande quantidade. A planta cresce mais que as outras variedades. A forma de consumo in natura é restrita, pois os frutos devem ser consumidos bem maduros. É a mais apropriada para fabricação de geleias, doces e licores.

3.5.3 – A Festa da Jabuticaba de Hidrolândia entra para calendário oficial de Goiás

Em Hidrolândia, município a 36 km de Goiânia, no estado de Goiás, mais de 150 produtores exploram essa atividade e geram 1.500 empregos. Numa única propriedade há 31 mil pés de jabuticaba. A cultura desta fruta incrementa o turismo local. A importância da jabuticaba para todo o Estado será oficialmente reconhecida com a Festa da Jabuticaba. A cidade é considerada como a maior produtora dessa fruta em todo o Estado. Segundo o secretário de Administração de Hidrolândia, Jurandir José Pereira, hoje existe uma lei aprovada na Assembleia Legislativa, que, pela primeira vez, coloca a Festa da Jabuticaba como parte integrante do calendário oficial do Estado de Goiás. “Agora teremos uma festa conhecida em todo o Estado”, destaca. O sabor adocicado da fruta garante as vendas. Na fazenda tem produção de vinhos, licores e aguardente. Tudo de jabuticaba é claro. Além da adega e a indústria, há uma nova opção para o visitante. O mirante do restaurante da propriedade, que tem vista para os 31 mil pés de jabuticaba. Na cozinha, preparam-se receitas que têm a fruta como ingrediente. O doce de jabuticaba é utilizado na farofa, junto com o pimentão verde, vermelho e amarelo, linguiça e tomate. O pernil é recheado com requeijão e geleia de jabuticaba. A sobremesa também leva a fruta: sanduíche de sorvete com geleia de jabuticaba (GOIÁS NOTÍCIAS, 2011).

4 – RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 – Resultados das Entrevistas com os Turistas

Dos 93 turistas/visitantes entrevistados 63% foram do sexo feminino e 27% do sexo masculino. A FIG. 2 mostra a distribuição dos turistas por faixa etária. Observa-se

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número VIII Jul-dez 2013	Trabalho 01 Páginas 01-28
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

que o maior percentual de turistas encontra-se na faixa acima de 60 anos. Entre os entrevistados 61% afirmaram que estavam participando do Festival pela primeira vez. Portanto, menos da metade já participou outras vezes.

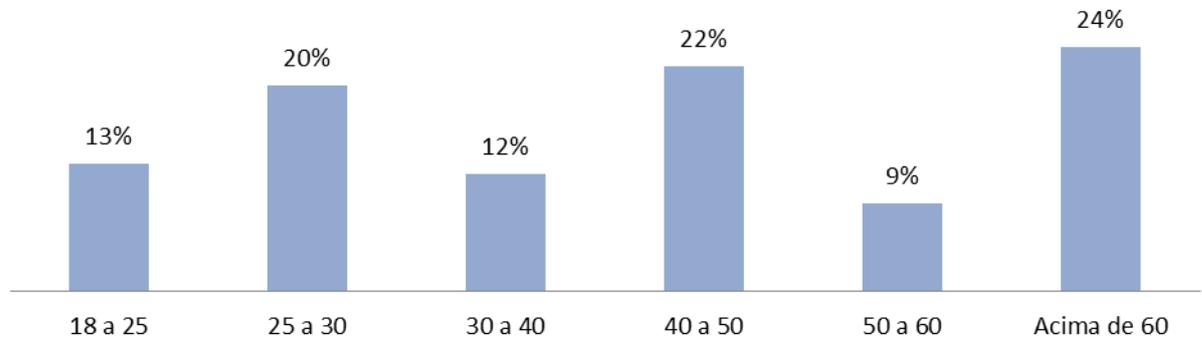


Figura 2 – Distribuição de turistas por faixa etária.

A FIG.3 mostra que a maior parte dos turistas tomou conhecimento do evento por meio de amigos. A internet e a televisão foram também importantes formas de divulgação.

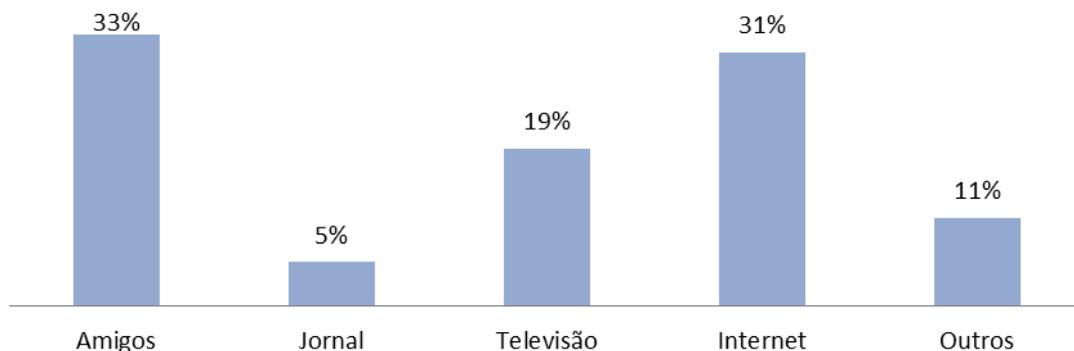


Figura 3 – Como tomou conhecimento sobre o evento.

A FIG. 4 mostra que o maior interesse dos participantes do Festival de Jabuticaba é de adquirir produtos derivados da fruta, sendo que saborear a fruta foi a resposta de 25% dos entrevistados. Este resultado mostra a importância do trabalho das mulheres e do potencial econômico desta atividade para a cidade.

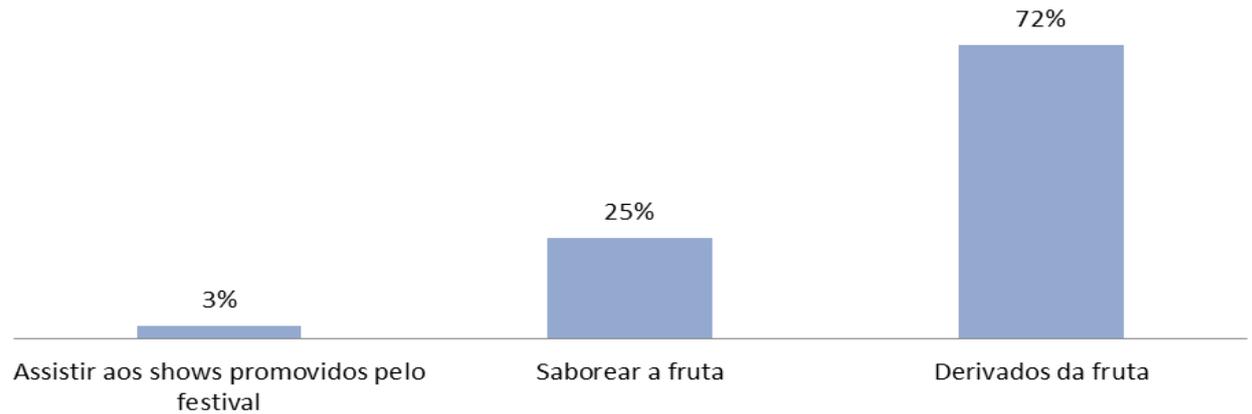


Figura 4 – Motivação para participar do Festival da Jabuticaba.

A FIG. 5 mostra que mais da metade dos turistas classificou como “bom” o local onde acontece o Festival e 28% avaliaram como regular ou fraco.

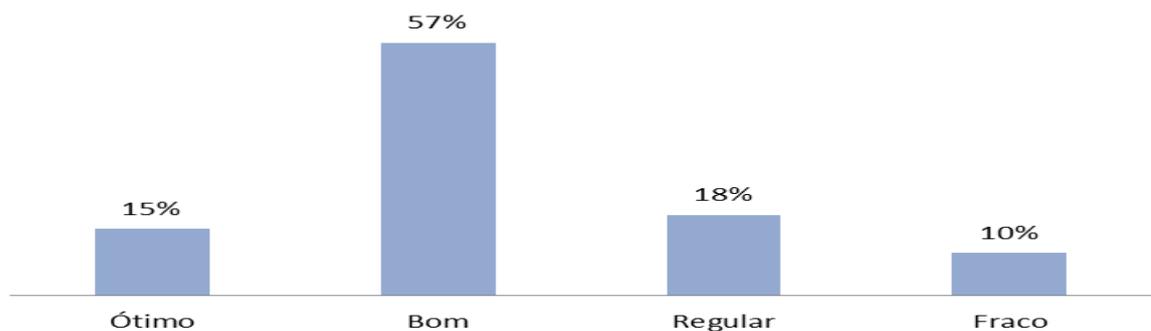


Figura 5 – Avaliação do local do Festival, pelos turistas.

Dos turistas/visitantes entrevistados, 94 % foram à cidade apenas para participar do Festival e 6% foram também para conhecer o patrimônio histórico do município. Vários turistas afirmaram que o Festival é importante para melhorar o conhecimento do que é regional e também para preservar o cultivo da jabuticaba. Todos os participantes da pesquisa afirmaram que indicariam este evento para outras pessoas e 94% pretendiam voltar.

Dos 93 entrevistados sobre sugestões para os próximos festivais, houve várias respostas que estão resumidas na TAB.2.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número VIII Jul-dez 2013	Trabalho 01 Páginas 01-28
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

TABELA 2 – Sugestões dos turistas para os próximos festivais*.		
Sugestões	N °	%
Melhor estrutura para estacionar	59	55
Bicas e torneiras para lavar as frutas	48	45
Proporcionar maior número de assentos para os turistas	46	49
Limpeza constante no local do evento	44	47
Maior higienização nas barracas externas de alimentação	32	34
Melhor sinalização do local do evento	23	25
Recepcionistas explicando sobre o festival e convidando o turista a conhecer o patrimônio histórico da cidade	19	20

* Admitiram-se mais de uma resposta.

Dos 93 turistas entrevistados a maioria sugere uma melhor estrutura para estacionamento, como também que haja bicas e torneiras para lavar as frutas. Houve os que sugeriram para os próximos festivais um maior número de assentos, levando-se em conta que grande parte dos turistas/visitantes entrevistados encontra-se na faixa etária acima de 60 anos. A limpeza constante do local como a higienização das barracas externas de alimentação contou com significativa porcentagem de sugestões por parte dos turistas. Foi também sugerido recepção aos turistas com transporte gratuito para visita ao patrimônio histórico do município. Houve ainda turistas que sugeriram uma melhor estrutura para recepção do deficiente físico, já que o local não conta com infraestrutura para tal. Em menor percentual foi sugerido também abertura oficial do evento pelo prefeito municipal, eleição da rainha da jabuticaba e ainda agregar ao artesanato produtos com motivos da fruta.

4.2 – Resultados das Entrevistas com as 31 Empreendedoras

A FIG. 6 apresenta a distribuição das mulheres entrevistadas por faixa etária. Observa-se que na faixa entre 50 e 60 anos encontram-se 58% de empreendedoras, o que representa a maioria delas.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número VIII Jul-dez 2013	Trabalho 01 Páginas 01-28
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

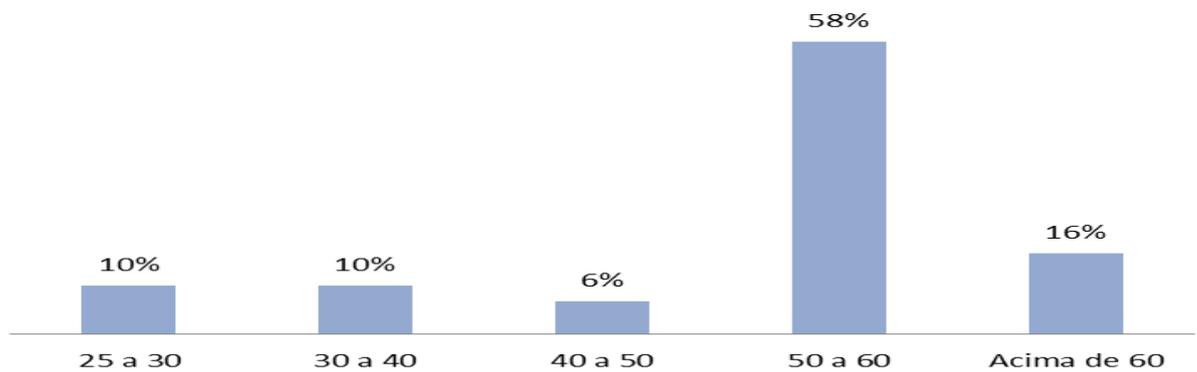


Figura 6 – Distribuição das empreendedoras por faixa etária.

A FIG. 7 mostra a motivação das mulheres para se dedicar à atividade. Em torno de 68% afirmaram que se sentiam importantes na família contribuindo com uma renda mensal. É interessante observar que não houve nenhuma mulher que respondeu que a falta de opção seria o motivo.



Figura 7 – Motivação das mulheres em sua atividade com a jabuticaba.

A FIG. 8 mostra o tempo de trabalho com a jabuticaba, sendo que 35% das mulheres trabalham com a fruta há mais de dez anos e a maioria que representa 42% entre 5 a 10 anos. A menor parte delas, 23%, trabalha neste ramo de 1 a 5 anos.



Figura 8 – Tempo de trabalho na atividade

Das 31 mulheres entrevistadas, 22 afirmaram que trabalhavam em casa antes de trabalhar com a jabuticaba e, portanto não tinham renda própria. As nove que já trabalhavam obtinham renda com a venda dos produtos artesanais em feiras livres. Todas as entrevistadas afirmaram que sua renda aumentou após inserção nesta atividade empreendedora. Entre as mudanças devido à atividade, as mulheres citaram independência financeira, ampliar conhecimentos e maior convívio social.

A FIG. 9 apresenta o grau de satisfação das empreendedoras em relação ao local onde é realizado o Festival. A maioria delas, representando 68%, classifica como bom o local onde se realiza o evento.

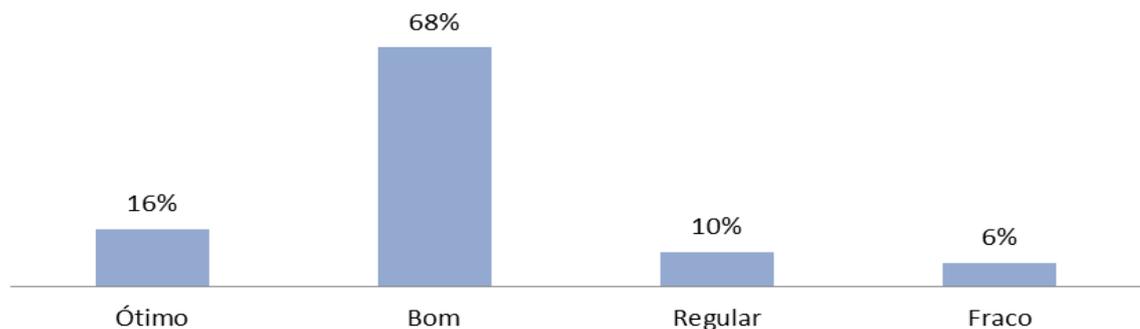


Figura 9 – Avaliação do local do evento.

As mulheres entrevistadas percebem que o seu trabalho com a jabuticaba ajuda a atrair turistas para o município e que alguns destes aproveitam a oportunidade para conhecerem outras atrações da cidade. Destacam o apoio da

Prefeitura em relação à estrutura do evento, o incentivo no pagamento de parte do aluguel das barracas, como também o repasse de 20% do valor cobrado na entrada do evento, para a ASPRODEJAS. A FIG. 10 mostra a contribuição da ASPRODEJAS para o trabalho das empreendedoras. A maior parte delas acredita que a associação favorece a comercialização dos produtos por elas fabricados, como também percebem que o valor do produto é reconhecido. A menor parte alega que ainda não houve nenhuma contribuição por parte da associação.



Figura 10 – Contribuição da ASPRODEJAS para as empreendedoras.

Quanto aos benefícios gerados pelos cursos de capacitação oferecidos às empreendedoras pelo SENAC e a UNA, 52% afirmaram que os mesmos contribuíram para aumentar a venda e garantir melhor qualidade dos produtos comercializados e 48% disseram que a capacitação serviu para melhorar a qualidade dos produtos.

4.3 – Resultado da Entrevista com o Prefeito e o Secretário Municipal de Turismo

O Prefeito e o Secretário Municipal de Turismo de Sabará analisaram o Festival da Jabuticaba como uma das várias atrações turísticas que ocorre no município, levando o mesmo a atingir o máximo de pontuação em 2010 em relação a Lei Nº 18.030, de 12 de janeiro de 2009 que dispõe sobre a distribuição da parcela da receita do produto da Arrecadação do ICMS pertencente aos municípios (MG 2009). Eles salientaram a importância deste evento como fonte geradora da

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número VIII Jul-dez 2013	Trabalho 01 Páginas 01-28
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

economia para o município. O festival movimenta a cidade, conseqüentemente incrementa a economia. Tanto o Prefeito como o Secretário não puderam mensurar o lucro das empreendedoras, porém concordaram em destacar a importância do evento para a cidade, porque é uma atração para pessoas que vivem em grandes centros e pouco convivem com as raízes do patrimônio histórico, já que Sabará faz parte do Circuito do Ouro. Os turistas que vão à cidade para o Festival levam significativas quantidades de frutas e produtos derivados que tornam ainda maiores a divulgação do evento para o próximo ano.

Um dos aspectos de preocupação do Secretário de Turismo é a falta de investimento dos empresários em capacitar seus empregados para melhor atendimento aos turistas, ele acredita que os empregados que sabem falar sobre a importância do nosso patrimônio cultural e atender com presteza aos visitantes contribuem para o aumento turístico na cidade.

Ao analisar as entrevistas pode-se notar também a preocupação das políticas públicas sobre a higiene, manuseio, comercialização da fruta e derivados, pois a prefeitura por meio desta secretaria investe em informações técnicas e capacitação para as empreendedoras, deixando a cargo das mesmas a criatividade para inventar novos derivados da jabuticaba. Em relação ao evento, vem acontecendo um retorno financeiro repassado pela Prefeitura Municipal para a associação, como também um incentivo na organização do Festival. Os governantes já detectaram que o Festival atrai um grande número de turistas para o município, oportunizando a visita do patrimônio histórico por uma pequena parcela dos frequentadores do evento. Estes salientam também que o ideal, como ocorre em outras cidades é que o Festival parta das empreendedoras com uma parceria da prefeitura e não somente organizado por ela, como vem acontecendo nos dias atuais.

Percebe-se pela pesquisa que as atividades que envolvem a colheita e a fabricação de produtos da jabuticaba são importantes para o desenvolvimento turístico e socioeconômico da cidade de Sabará. Entretanto, há poucas possibilidades de ampliação dos negócios por parte de algumas empreendedoras, uma vez que a maior parte delas não tem ambição em expandir os negócios. Ao mesmo tempo, a prefeitura municipal de Sabará não está planejando investir mais

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número VIII Jul-dez 2013	Trabalho 01 Páginas 01-28
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

no Festival e pretende manter a parceria sem responsabilizar-se pelo mesmo. Diante destes fatos, pode-se concluir que uma possibilidade seria o fortalecimento da ASPRODEJAS, para garantir a continuidade do evento. Com isto, poder-se-ia criar incentivos para que mais pessoas se interessassem pela jabuticaba, melhorar e ampliar a comercialização dos produtos, e, em consequência, elevar o potencial turístico da cidade.

5 – CONCLUSÃO

Analizou-se neste trabalho, a inserção e a participação das mulheres que trabalham na fabricação de produtos da jabuticaba no cenário econômico da cidade de Sabará, no estado de Minas Gerais. O resultado das entrevistas com as estas mulheres refletiu o perfil da mulher empreendedora do município em relação à faixa etária, renda, nível de satisfação em confeccionar os produtos oriundos da jabuticaba, realização pessoal, como também, expectativas a respeito das políticas públicas municipais refletindo diretamente no que produzem.

Observou-se que a jabuticaba e seus derivados geram oportunidades ao desenvolvimento do turismo gastronômico e cultural na cidade de Sabará e esta oportunidade está sendo bem aproveitada pelas mulheres empreendedoras da cidade. Esta pesquisa permitiu concluir que o trabalho destas mulheres incrementou tanto o turismo cultural quanto o gastronômico no município de Sabará, salientando a forte participação feminina como fonte geradora de recursos importantes para o desenvolvimento sustentável do município.

Percebe-se que as mulheres empreendedoras da jabuticaba inovaram em aproveitamento da fruta, criando receitas e incrementando a culinária Sabarense, o que torna o Festival da Jabuticaba um atrativo para milhares de turistas de vários locais. Salienta-se o potencial de oferta desta fruta na cidade de Sabará. Em mãos habilidosas, ela se tornou lucro real e incentivou mulheres simples a ampliarem a possibilidade turística do município para além daquelas já existentes, como também transformar o seu futuro e de seus familiares.

Os resultados da pesquisa mostram que as mulheres não só contribuem para aumentar a renda familiar como levam adiante a herança cultural herdada pelos

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número VIII Jul-dez 2013	Trabalho 01 Páginas 01-28
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

antepassados nas receitas. Esta atitude provocou uma mudança comportamental na maioria delas que antes só trabalhavam em casa, sem renda própria. A partir da oportunidade de ganhar espaços em festivais, as que já empreendiam esporadicamente em pequenas feiras livres, abriram espaços para as demais arriscarem seus talentos e mais tarde se apresentarem nos festivais alavancando oportunidades para uma independência financeira e inserção na sociedade econômica e cultural do município.

As empreendedoras da jabuticaba, protagonistas motivadas em empreender, com pouca orientação em gestão, mas em busca crescente de autonomia, provaram que o empreendedorismo por necessidade pode ser duradouro e lucrativo, desde que bem estruturado e apoiado pelas políticas públicas, podendo transpor este conhecimento da cultura culinária local para além-fronteiras. As políticas públicas bem implantadas refletem nos negócios como agente de transformação. Este é o retorno que as mulheres empreendedoras ainda aguardam através da Lei Rouanet para ampliação dos negócios e progresso na economia familiar.

Por outro lado, o Festival da Jabuticaba poderia ser mais atrativo à medida que a prefeitura municipal se empenhasse mais em relação ao turismo aliando-se às mulheres e tornando o evento mais efetivo. Sabará mostra que além do barroco, do ouro e do passado histórico, tem uma cultura de raízes onde a aptidão culinária é passada através das gerações, sendo aprimorada e acrescentada de novas fórmulas.

6 – REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Camila. BACIC Miguel. Juan. BALDEÓN, Nguyen Tufino. *Empreendedorismo x Cooperativismo: um estudo de caso das cooperativas incubadas pela Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares/Unicamp*, 2002.

ANTONINI, Oliveira. *La gastronomía típica de la islã de Santa Catarina, Brasil. Su identidad como atractivo para el turismo cultural. Estúdios y Perspectivas en*

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número VIII Jul-dez 2013	Trabalho 01 Páginas 01-28
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

Turismo (Coord. Margarida Barreto; Alicia Bernard Menna; Gabriel Winter; Jorge Zamora e Regina G. Scgulüter). Argentina: CIET, 2004 (v.1, n.2, março, 2008.)

ARAÚJO, Fernanda de Cássia Silva. *A Importância das Ferramentas Administrativas para os empreendedores por Necessidade do Empreender*. João Pessoa, 2008.

ASSIS, Rosiane Hernandes de. *A Inserção da mulher no mercado de trabalho*. 2009. Disponível em: http://www.convibra.com.br/2009/artigos/140_0.pdf.

BARRETO, Margarida. *Turismo e legado cultural*. São Paulo: Papirus, 2000.

BARRETO, Ronaldo Lopes Gomes; SENRA, Asdrúbal Vieira. *A Gastronomia e o Turismo*. In: ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. *Turismo. Como Aprender, como ensinar*, 2. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001.

BARROCO, Lize Maria Soares; BARROCO, Hélio Estrela. *A Importância da gastronomia como patrimônio cultural, no turismo baiano*. 2008. TURyDES, v.1, n.2, 2008.

DIAS, Reinaldo. *Planejamento do turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil*. São Paulo: Atlas, 2003.

Disponível em: http://www.comicro.org.br/imgs/estudos/4-IBGE-As-micro-e-pequenas-empresas-comerciais-e-de-servi%C3%A7os_2001.pdf Acesso em: outubro de 2009.

DOLABELA, F.O. *Segredo de Luísa: Uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa*. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

FILION, L.J. *O Planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações*. RAE – Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v.30, n. 1, jul/set,p.63-71,1991.

FOLHA DE SABARÁ. Disponível em: <http://www.folhadesabara.com.br/#>

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número VIII Jul-dez 2013	Trabalho 01 Páginas 01-28
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

FURTADO, Fábio Luiz. *A Gastronomia como produto turístico*. Revista Turismo, 2004. Disponível <<http://revistaturismo.cidadeinternet.com.br/artigos/gastronomia.html>>. Acesso em 10 julho 2011.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. *Empreendedorismo no Brasil*. Paraná: Ibqp/ Sebrae, n. 1, fev. 2002. Global Entrepreneurship Monitor, 2010 Global Report. Disponível em: <http://www.gemconsortium.org/>

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. *Empreendedorismo no Brasil – 2007*. Curitiba: IBQP, 2008.

GOIÁS NOTÍCIAS. Disponível em <http://g1.globo.com/goias/noticia/2011/10/festa-da-jabuticaba-de-hidrolandia>. Acesso em 20 de dezembro de 2011.

<http://wap.convergiadigital.com.br>. Acesso em 23 de abril de 2011.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. 2003.

IBRAF. Disponível em http://www.ibraf.org.br/x_files/revista11.pdf. Revista de Frutas e Derivados, São Paulo, ano 3, Ed. 11, p.46 set, 2008. Acesso em 20 de dezembro de 2011.

IDASBRASIL.2010. Disponível em <http://www.com.br/cidade/Sabara/port/jabuticaba.asp.site/cultura-e-turismo>. Acesso em 21 de março 2011.

JONATHAN, Eva Gertrudes. *Mulheres Empreendedoras: Medos, Conquistas e Qualidade de Vida*. *Psicologia em Estudo*, Maringá, v.10, n. 3, p.373-382, set./dez. 2005.

LUCIANI, J.C.J.; ISHIKURA, E.R. *Análise de viabilidade econômica para a implantação de uma agência de turismo receptivo para Jaraguá do Sul-SC e região*. CONGRESSO BRASILEIRO DE CUSTOS, 13., 2006, Belo Horizonte. *Anais ...* Belo Horizonte, 30 de outubro a 01 de novembro de 2006. 12p.

MAMEDE, R. R. Entrepreneurship and Economic Development: How Can Entrepreneurial Activity Contribute to Wealth Distribution. CONFERÊNCIA INTERNACIONAL DE PESQUISA EM EMPREENDEDORISMO NA AMÉRICA LATINA – CIPEAL, 3., 2004, Rio de Janeiro. *Anais ...* Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2004.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número VIII Jul-dez 2013	Trabalho 01 Páginas 01-28
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

MINAS GERAIS. Governo de Minas. Secretaria do Estado de Desenvolvimento Econômico. Microempresas e empresas de pequeno porte 2011a. Disponível em: <http://www.desenvolvimento.mg.gov.br/pt/microempresas-e-empresas-de-pequeno-porte> Acesso em: 18 de abril de 2011.

MINAS GERAIS. Governo de Minas. Secretaria do Estado de Desenvolvimento Econômico. 2011b. Disponível em: <http://g1.globo.com/minas-gerais/noticia/2011/02/cidade-de-mg-da-desconto-no-iptu-para-quem-planta-jabuticaba>. Acesso em maio 2011.

MOLETTA, V. F. *Turismo Cultural*, Porto Alegre: Sebrae: 1998.

MONTGOMERY, D.C.; RUNGER, G.C.; HUBELE, N.F. *Estatística Aplicada à Engenharia*, 2.ed., Rio de Janeiro: LTC, 2001.

NATIVIDADE, Daise Rosas. *Empreendedorismo Feminino no Brasil: políticas públicas sob análise*. *Rev. Adm. Pública*, Rio de Janeiro, v.43, n. 1, p 231-256, 2009.

OMT - Organização Mundial de Turismo. *Introdução ao Turismo*. São Paulo: Roca, 2001.

PEREIRA Regina. Jabuticaba: Nossa pequena é notável. *Revista Saúde*, 2011. Disponível em <http://saude.abril.com.br/edicoes/0259/nutricao/conteudo>. Acesso em dezembro 2011.

PÉREZ, Xerardo Pereiro. *Turismo Cultural, Uma Visão Antropológica*. Editora Passos, 2009.

ROSA, Antônio Santa. *Conhecendo Sabarabussu*, Belo Horizonte, Imprensa Oficial, 1974.

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

SABARÁ NET. Central de Informática. Disponível em http://www.sabaranet.com.br/fest_jabuticaba.asp. Acesso em 13 de maio de 2011b.

SABARÁ NET. Disponível em http://www.sabaranet.com.br/municipio_regioes.asp. Acesso em 15 de maio de 2011a.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número VIII Jul-dez 2013	Trabalho 01 Páginas 01-28
http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

SABARÁ, MG. Disponível em <http://www.sabara.mg.gov.br/site/cultura-e-turismo/sabara-e-sua-historia.html>. Acesso em outubro de 2010a.

SABARÁ, MG. Disponível em <http://www.sabara.mg.gov.br/site/cultura-e-turismo/sabara-e-sua-historia.html>. Acesso em julho de 2010b.

SANTIAGO, Hairton. Disponível em <http://www.newsflip.com.br/pub/revistawnews>, p.36, 37, junho, 2010. Acesso em agosto de 2011.

SCHLUTER, Regina G. *Gastronomia e Turismo*. São Paulo: Aleph, 2003.

SELCTUR, *Secretaria Municipal de Esportes, Lazer, Cultura e Turismo-SELCTUR-no decorrer do festival no ano de 2001*. Prefeitura Municipal de Sabará - Administração 2001/2004.

SINPRORP, 1991. Disponível em http://www.sinprorp.org.br/Codigo_de_etica/007.htm. Acesso em junho de 2011.

SLAUGHTER, M. P. *Entrepreneurship: Economic Impact and Public Policy Implications, an Overview of the Field*. Report prepared for the Library of Congress Congressional Research Service. Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership. 1996. Disponível em: <http://www.dotcomventuresatl.com/Downloads/Entrepreneurship&PublicPolicy.pdf> Acesso em: 07 de março de 2011.

TOLEDO, S. Francisco. *A questão do patrimônio cultural*. Disponível em: <http://www.valedoparaiba.com>.> acesso em: 10 setembro de 2003.