

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE
CAMPUS DE IRATI
SETOR DE SOCIAIS E APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CLEISSON PASSONI

**EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS EM PALMEIRA-PR:
diagnóstico das pousadas rurais a partir da matriz swot.**

IRATI
2016

CLEISSON PASSONI

**EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS EM PALMEIRA-PR:
diagnóstico das pousadas rurais a partir da matriz swot.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Turismo da Universidade Estadual do Centro-Oeste – UNICENTRO, Campus de Irati – PR, como requisito parcial para obtenção de grau de Bacharel em Turismo.

Orientador: Prof. Me. Maycon Luiz Tchmolo

IRATI

2016

Dedico este trabalho a todos que tem o Turismo não só como uma profissão, mas sim como uma paixão.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente ao nosso salvador SON GOKU, por ter protegido a humanidade tantas vezes da destruição.

Aos Deuses do Rock, por não me fazerem desviar do caminho.

Agradeço aos meus pais Antonio José Passoni e Marlene Cieslak Passoni por terem me dado a vida, e me dado a educação necessária, e nunca terem desistido de mim, nessa caminhada. E aos meus IRMÃOS só por educação mesmo.

Agradeço aos meus amigos que me ajudaram a superar as barreiras desta fase.

Agradeço aos professores do Departamento de Turismo por contribuírem para minha formação acadêmica. Em especial a professora Ms. Elieti Fátima de Goveia, por seu amor e dedicação ao curso de Turismo, e por sempre incentivar os alunos a nunca desistirem.

Ao meu orientador Ms. Maycon Luiz Tchomolo, e aos professores que fizeram parte da elaboração deste trabalho, Esp. Mariane Conde, Dr. Diogo Lüders Fernandes e a Dr. Vanessa de Oliveira Menezes.

Aos proprietários das pousadas estudadas que abriram as suas portas, permitindo a conclusão deste trabalho.

♠ “Born to lose. Live to win.” ♠
(Lemmy Kilmister)

RESUMO

Analisar a viabilidade mercadológica é um processo importante para o desenvolvimento de novos empreendimentos, pois auxilia o empreendedor na tomada de decisão e aumenta a possibilidade de sucesso do negócio. Neste sentido o presente trabalho tem como objetivo analisar a viabilidade mercadológica de pousadas de caráter rural no município de Palmeira- PR, por meio da aplicação do método de análise SWOT. Este trabalho foi conduzido com pesquisa teórica e prática em que na pesquisa teórica foram estudadas concepções e relações de turismo; hotelaria; algumas especificidades de turismo rural; empreendedorismo; planejamento turístico; e os fundamentos e conceitos da análise SWOT. A pesquisa prática foi aplicada com abordagem qualitativa, por meio de objetivos exploratórios e com pesquisa de campo nas pousadas rurais. Ocorreu através do estudo do potencial da oferta turística de duas pousadas rurais na região, com o intuito de comparativos entre seus posicionamentos frente ao mercado. Com os resultados ficou perceptível que há viabilidade para a implantação de mais uma pousada rural no município de Palmeira, mesmo havendo outras duas pousadas na região, a disparidade estrutural e organizacional entre os dois empreendimentos.

Palavras-chaves: Empreendimentos Turísticos, Palmeira – PR, Viabilidade Mercadológica, Matriz SWOT, Turismo Rural.

ABSTRACT

To analyze the market viability is an important process for the development of new firms, because it assists the entrepreneur on the decision making and increases possibility of business success. So, the present study aims to analyse the market viability of rural character in Palmeira-PR, through the application of the method of SWOT analysis. This work was done with theoretical and practical research with on theoretical research were studied tourism hospitality; and some aspects of rural tourism; entrepreneurship; and tourism planning basics and concepts of SWOT analysis. The practice was applied with qualitative approach, through exploration of field research in rural areas. The study showed of the potential of the tourism activity on two rural propreties in the region, with the aim to compare between markets. As the results became noticeable that the viability to implantation of another rural touristic area in Palmeira, even with two others lodgings in the region, the structural and organizational disparity between the two establishments.

Keywords: Turistic Companies, Palmeira – PR, Market Viability, Matriz SWOT, Rural Tourism.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Localização Refúgio Verde Sossego.....	33
Figura 2: Localização Rancho da Guaiaca.....	40

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1: Apartamentos, Refúgio Verde Sossego.....	34
Imagem 2: Refúgio Verde Sossego.....	35
Imagem 3: Sala de convivência com lareira, Refúgio Verde Sossego.....	35
Imagem 4: Cantinho da criança e sala de convivência 2, Refúgio Verde Sossego.....	36
Imagem 5: Refeitório, Refúgio Verde Sossego.....	36
Imagem 6: Piscina adulta, infantil e hidromassagem, Refúgio Verde Sossego.....	37
Imagem 7: Cachoeira, Refúgio Verde Sossego.....	38
Imagem 8: Cavalos, Refúgio Verde Sossego.....	38
Imagem 9: Apartamento Standard, Rancho da Guaiaca.....	41
Imagem 10: Apartamento Luxo, Rancho da Guaiaca.....	42
Imagem 11: Rancho da Guaiaca, Rancho da Guaiaca.....	43
Imagem 12: Chalé 1, Rancho da Guaiaca.....	43
Imagem 13: Sinal de telefonia celular, Rancho da Guaiaca.....	44
Imagem 14: Refeitório e o proprietário do Rancho da Guaiaca.....	44
Imagem 15: Piscinas Aquecidas, Rancho da Guaiaca.....	45
Imagem 16: Sala de jogos, lareira, biblioteca, área infantil, Rancho da Guaiaca.....	46
Imagem 17: Playground e Chalé 2, Rancho da Guaiaca.....	46
Imagem 18: Vista e placas de sinalização, Rancho da Guaiaca.....	47
Imagem 19: Cachoeira, Rancho da Guaiaca.....	48
Imagem 20: Cão guia do Rancho da Guaiaca.....	48

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Matriz SWOT.....	18
Quadro 2 – Classificação dos elemento do equipamento turístico.....	23
Quadro 3 – Matriz SWOT.....	28
Quadro 4 – População.....	31
Quadro 5 – Hotéis	31
Quadro 6: Matriz SWOT (forças) da Refúgio Verde Sossego.....	50
Quadro 7: Matriz SWOT (fraquezas) da Refúgio Verde Sossego.....	51
Quadro 8: Matriz SWOT (oportunidades) da Refúgio Verde Sossego.....	52
Quadro 9: Matriz SWOT (ameaças) da Refúgio Verde Sossego.....	53
Quadro 10: Matriz SWOT (forças) do Rancho da Guaiaca.....	54
Quadro 11: Matriz SWOT (fraquezas) do Rancho da Guaiaca.....	56
Quadro 12: Matriz SWOT (oportunidades) do Rancho da Guaiaca.....	57
Quadro 13: Matriz SWOT (ameaças) do Rancho da Guaiaca.....	57
Quadro 14: Análise SWOT. Rufúgio Verde Sossego X Rancho da Guaiaca.....	58
Quadro 15: Análise SWOT. Rancho da Guaiaca X Refúgio Verde Sossego.....	59

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Tarifário Refúgio Verde Sossego.....	39
Tabela 2: Tarifário Refúgio (<i>day use</i>) Verde Sossego.....	39
Tabela 3: Tarifário Rancho da Guaiaca.....	49

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	14
2 METODOLOGIA.....	16
3 REFERENCIAL TEÓRICO.....	19
3.1 RELAÇÕES ENTRE TURISMO E HOTELARIA.....	19
3.1.1 Caracterização de turismo.....	19
3.1.2 Definições de hotelaria.....	21
3.1.3 Meios de hospedagem turística.....	21
3.1.4 Pousadas.....	24
3.2TURISMO RURAL.....	25
3.3 EMPREENDEDORISMO E PLANEJAMENTO TURÍSTICO.....	26
3.4 MATRIZ SWOT.....	27
4 CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO.....	30
4.1 ÁREA TERRITORIAL DO MUNICÍPIO DE PALMEIRA-PR.....	30
4.2 CARACTERÍSTICAS GERAIS DO MUNICÍPIO.....	30
4.3 INDICADORES DE POPULAÇÃO DO MUNICÍPIO.....	31
4.4 ESPECIFICAÇÕES DAS POUSADAS EM PALMEIRA.....	32
4.5 REFÚGIO VERDE SOSSEGO.....	32
4.6 RANCHO DA GUAIIACA.....	40
5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADO.....	50
5.1 ANÁLISE DE DADOS REFÚGIO VERDE SOSSEGO.....	50
5.1.1 Forças.....	50
5.1.2 Fraquezas.....	51
5.1.3 Oportunidades.....	52
5.1.4 Ameaças.....	53
5.2 ANÁLISE DE DADOS RANCHO DA GUAIIACA.....	54
5.2.1 Forças.....	54
5.2.2 Fraquezas.....	54
5.2.3 Oportunidades.....	56
5.2.4 Ameaças.....	56
5.3 A MATRIZ SWOT COMO FERRAMENTA DE ANÁLISE DAS POUSADAS EM PALMEIRA-PR.....	58

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	62
7 REFERÊNCIAS.....	62
APÊNDICES.....	65
ANEXOS.....	69

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo analisar a viabilidade mercadológica de pousadas de caráter rural no município de Palmeira- PR, por meio da aplicação do método de análise SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Theats*)¹, muito utilizado para a definição do posicionamento estratégico das organizações atuais, frente às situações adversas do mercado ao qual se inserem.

Para tanto, se faz necessário o estudo do potencial da oferta turística de duas pousadas rurais na região, com o intuito de comparativos entre seus posicionamentos diante do mercado, visando à proposição, se assim necessária, de medidas que venham modificar positivamente suas estratégias de ação.

O método de análise SWOT é considerado clássico, e conhecido mundialmente pela maioria dos grandes executivos de empresas, porém algumas estabelecimentos de pequeno porte, desconhecem tal mecanismo de análise, o qual seria muito útil a elas também, pelo fato de que faz o empreendedor ter autoconhecimento de suas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, quando assim for constituir seu próprio negócio (BASTOS, 2014).

O método de análise SWOT é considerado:

(...) um sistema simples utilizado para posicionar ou verificar a posição estratégica da empresa (...). É uma sigla oriunda do inglês e é um acrônimo de Forças (Strengths), Fraquezas (Weaknesses), Oportunidades (Opportunities) e Ameaças (Theats). Assim, esta metodologia torna-se uma ferramenta ideal no processo de gestão e monitoramento do turismo de uma determinada localidade, tendo sua autoria creditada a dois professores da Harvard Business School: Kenneth Andrews e Roland Christense (SOUZA DANTAS e SOUZA MELO 2008, p. 120).

Os empreendimentos hoteleiros são considerados uma grande fatia do mercado que vem crescendo atualmente. Esse fator corrobora a importância da realização de uma análise do posicionamento desses tipos de empreendimentos junto ao mercado. Essa análise torna-se possível com a utilização do método de SWOT, uma vez que se consegue avaliar tanto internamente (forças e fraquezas) como externamente (oportunidade e ameaças) as organizações e definir meios que por ventura possam redesenhar estratégias que promovam posturas mais competitivas, frente à demanda turística da região.

¹ SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Theats*).
FOFA (Forças, Oportunidades, Fraquezas, Ameaças).

Oliveira (2001); Vallen e Vallen (2003); e Andrade; Brito e Jorge (2002) explicam que as pousadas como não há parâmetros predefinidos para classificá-las, são uma versão contemporânea das hospedarias do passado. Demonstrando assim uma maneira mais acessível de meios de hospedagem, não deixando o conforto de lado, aonde a suas unidades habitacionais sejam individuais, e com características regionais.

Tendo em vista a procura de empreendimentos turísticos rurais pela população nos dias de hoje, a problemática a ser resolvida define-se como: Qual a situação das pousadas rurais em Palmeira-Pr, a partir da matriz SWOT?

Dessa maneira, traça-se como objetivo geral: diagnosticar os dois empreendimentos de caráter rural (pousadas) do município de Palmeira, a partir dos parâmetros da análise SWOT. Assim sendo, para a consecução dessa aplicação buscou-se: levantar o pacote de serviços e produtos turísticos nos estabelecimentos em estudo; bem como verificar os recursos utilizados pelas empresas para suprir a demanda, confrontando, deste modo, os pontos fortes e fracos desses empreendimentos.

Para a metodologia de pesquisa fez-se necessário, estudos bibliográficos que irão assentar em base o tema exposto, entrevista com proprietários dos empreendimentos, registros fotográficos, e ao final a análise dos dados através do método SWOT de forma comparativa (que caracterizam-se como os objetivos específicos da pesquisa).

Esse estudo vem trazer um apanhado de informações teóricas e empíricas que poderão auxiliar o pesquisador na sua formação como acadêmico e em suas ações futuras como profissional de turismo, pois traz um alicerce de conhecimentos na área de turismo e gestão. Por outro lado, a pesquisa pode ser bastante contributiva para os empreendimentos de estudo, pois por meio dela tem-se a oportunidade de verificar posicionamentos frente à concorrência e a demanda turística da região, podendo modificar suas estratégias de ação, caso seja necessário.

A partir desta pesquisa norteadora, outras análises poderão ser realizadas com o intuito de avaliar o potencial de mercado turístico de Palmeira- PR e a viabilidade de criação de mais empreendimentos rurais na região.

2 METODOLOGIA

Em um projeto de pesquisa, a metodologia representa as estratégias e os métodos que se pretende usar para definir o estudo e a maneira de colher dados para o objeto de estudo. Deste modo, Dencker (2002, p. 85) afirma que:

A metodologia está relacionada com os objetivos e a finalidade do projeto e deve descrever todos os passos que serão dados para atingir o objetivo proposto, minimizando assim as chances de erro, desperdício de tempo e energia em procedimentos que na primeira impressão e isolados, revelam-se eficientes, mas ao verificá-los em um contexto mais amplo, revelam-se inadequados.

Assim, a pesquisa aplicada com abordagem qualitativa norteará este projeto, por meio de objetivos exploratórios e com pesquisa de campo nas pousadas rurais de Palmeira - PR.

Segundo Barros e Lehfeld (2000, p.78) a pesquisa aplicada tem como motivação a necessidade de produzir conhecimento para aplicar seus resultados com objetivo de “contribuir” para fins práticos, objetivando a solução mais ou menos imediata do problema encontrado na realidade. Concomitante a esta argumentação, Appolinário (2004, p. 152) destaca que pesquisas aplicadas têm o objetivo de “resolver problemas ou necessidades concretas e imediatas”.

As pesquisas aplicadas dependem de dados que podem ser coletados de formas diferenciadas, tais como pesquisas em laboratórios, pesquisa de campo, entrevistas, gravações em áudio e/ou vídeo, fotos, diários, questionários, formulários, análise de documentos, etc (NUNAN, 1997; MICHEL, 2005; OLIVEIRA, 2007).

Portanto, a abordagem qualitativa da pesquisa aplicada deve elencar características, tais como: objetivação do fenômeno; hierarquização das ações de descrição, compreensão, explicação, precisão das relações entre o global e o local em determinado fenômeno; observância das diferenças entre o mundo social e o mundo natural; respeito ao caráter interativo entre os objetivos buscados pelos investigadores, suas orientações teóricas e seus dados empíricos; busca de resultados os mais fidedignos possíveis; em oposição ao pressuposto que defende um modelo único de pesquisa para todas as ciências (OLIVEIRA, 2007.).

Contudo, para atender às demandas do problema de pesquisa que aqui pretende-se responder, optou-se por um estudo de caso, que configura-se como:

[...] um estudo de uma entidade bem definida como um programa, uma instituição, um sistema educativo, uma pessoa, ou uma unidade social. Visa conhecer em profundidade o como e o porquê de uma determinada situação que se supõe ser única em muitos aspectos, procurando descobrir o que há nela de mais essencial e característico. O pesquisador não pretende intervir sobre o objeto a ser estudado, mas revelá-lo tal como ele o percebe. O estudo de caso pode decorrer de acordo com uma perspectiva interpretativa, que procura compreender como é o mundo do ponto de vista dos participantes, ou uma perspectiva pragmática, que visa simplesmente apresentar uma perspectiva global, tanto quanto possível completa e coerente, do objeto de estudo do ponto de vista do investigador (FONSECA, 2002, p. 33).

Com isto, a pesquisa foi constituída em três etapas, sendo estas:

- **Primeira etapa - pesquisa bibliográfica:**

Nesta etapa para melhor diagnosticar estes empreendimentos, fez-se necessário primeiramente, um levantamento bibliográfico, buscando informações secundárias sobre temas relacionados aos empreendimentos hoteleiros, em livros, sites eletrônicos que tratam do turismo, motivação, meios de hospedagem. Após, faz-se uma caracterização sucinta dos estabelecimentos turísticos, retratando seus históricos, principais serviços e produtos, perfil de clientes e diferenciais. Em seguida, trouxe assuntos relacionados a empreendedorismo e planejamento turístico, e para finalizar esta etapa, trouxe referências sobre a matriz SWOT.

- **Segunda etapa - entrevista com os proprietários dos empreendimentos:**

Como uma segunda etapa, através de telefonema, agendou as visitas técnicas com os proprietários das pousadas. As pesquisas de campo foram realizadas no dia 19 (dezenove) de novembro de 2015 (dois mil e quinze), tendo como instrumentos de pesquisa, a observação (*in loco*)² nas pousadas Refúgio Verde Sossego e Rancho da Guaica, e registros fotográficos com uma câmera fotográfica Nikon D7000 (sete mil) dos fatos tal como ocorrem e entrevistas gravadas com os gestores através de áudio em um *smartphone* Nokia Lumia 630 (seiscentos e trinta), realizadas em visitas eventuais aos empreendimentos através de automóvel, captando assim dados importantes que foram tratados através da análise SWOT.

² Inloco – No próprio local.

- **Terceira etapa - tabulação e análise dos dados.**

Através da análise SWOT, que pode ser representada esquematicamente por meio do organograma abaixo, foram tabulados os dados captados na pesquisa de campo:

SWOT	Ajuda	Atrapalha
<i>Interna (organização)</i>	Forças (Strengths)	Fraquezas (Weaknesses)
<i>Externa (ambiente)</i>	Oportunidades (Opportunities)	Ameaças (threats)

Quadro 1: Matriz SWOT

Fonte: Kenneth Andrews e Roland Christense (s/d). Adaptado pelo autor (2015)

Para que as contribuições sobre a viabilidade ocorram, a terceira etapa do estudo deve ser concretizada, a análise dos resultados através do estudo de viabilidade mercadológica a partir da matriz SWOT, a proposição de sugestões e as considerações finais.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico foi realizado a partir de pesquisa bibliográfica sobre os temas necessários para o desenvolvimento do presente trabalho. Na seção 3.1 e nas subseções seguintes consta a relação entre turismo e hotelaria com algumas definições e conceitos, o viés econômico e os meios de hospedagem turística, além de definições específicas de pousadas. A seção 3.2 aborda características do turismo rural. Na seção 3.3 são levantadas definições e relações de empreendedorismo e planejamento turístico. E por fim a seção 3.4 fundamenta conceitos da análise SWOT.

3.1 RELAÇÕES ENTRE TURISMO E HOTELARIA

O turismo é uma atividade que está em constante desenvolvimento e estruturação, contribuindo mundialmente para o crescimento econômico, social e cultural, atribuindo atividades que desenvolvem oportunidades de alternativas a sociedade de investimentos na área, proporcionando maior rentabilidade à população em geral.

3.1.1 Caracterização de turismo

A primeira conceituação de turismo surgiu em 1911 pelo economista austríaco Hermann Von Schullern Zu Schattenhofen, que definiu que “turismo é o conceito que compreende todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município, país ou estado” (MENEZES, 2011).

A Organização das Nações Unidas (ONU), em 1954, mencionou o termo turista como sendo “toda pessoa sem distinção de raça, sexo, língua e religião, que ingresse no território de uma localidade diversa daquela em que tem residência habitual e nele permaneça pelo prazo mínimo de 24 (vinte e quatro) horas e máximo de 6 meses, no transcorrer de um período de 12 (doze) meses, com finalidade de turismo, recreio, esporte, saúde, motivos familiares, estudos peregrinações religiosas ou negócios, mas sem propósito de migração.”

Krippendorf (2001) destaca muito bem quando diz que a reflexão nos estudos turísticos está quase sempre centrada no turista ou no interesse da indústria que vive das viagens. Os estudos psicológicos e sociais estão quase sempre voltados para o turista, tendo seu comportamento e impressões analisados, esquecendo e excluindo a comunidade local e suas impressões em relação ao turismo.

Segundo o Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR, 2009, s.l.), turismo:

É uma atividade econômica representada pelo conjunto de transações compra e venda de serviços turísticos efetuadas entre os agentes econômicos do turismo. É gerado pelo deslocamento voluntário e temporário de pessoas fora dos limites da área ou região em que têm residência fixa, por qualquer motivo, excetuando-se o de exercer alguma atividade remunerada no local que visita.

Para Dias (2007) o turismo já atingiu o *status* de principal atividade econômica no mundo, superando alguns setores tradicionais como a indústria automobilística, eletrônica e petrolífera. Sendo assim, a atividade turística torna-se uma alternativa econômica para as localidades que possuem algum apelo turístico, seja por suas características culturais, históricas, rurais, urbanas e paisagísticas. Com isto, uma vez que há um grande movimento de turistas e visitantes em uma localidade, estes contribuem positivamente para o desenvolvimento socioeconômico de um município, pois há a geração de empregos, desenvolvimento urbano, melhorias na infraestrutura local e acúmulo de divisas.

De forma bem trabalhada e planejada, o turismo pode ser o maior gerador de renda para uma localidade. O desenvolvimento econômico que esta atividade desencadeia é perceptível e comprovado por estudos, pesquisas e estatísticas acerca do tema. Beni (2003, p. 65) cita:

O turismo move-se na esfera do econômico. A conjuntura econômica é condicionante permanente de sua evolução, tanto na ordem micro quanto na macroeconomia. Se o aspecto social, que de certo modo o configura, tem fundamental importância para o sujeito da ação e pelos fins sociais que o motivam, desde o momento em que o turista está obrigado a submeter-se a situação econômica, tanto pessoal quanto nacional (renda nacional, renda disponível, renda per capita, índice de preços, limitação de meios e recursos turísticos, teoria da indiferença e do equilíbrio, efeitos substitutivos da oferta, distribuição do gasto, crescimento dos custos de produção e outros), o fenômeno há de ser considerado nesta classe de modelo.

Diante do exposto anteriormente o turismo pode ter grande importância para geração de empregos diretos, indiretos e induzidos, por estar alocado em diversas

áreas, transmitindo valores significativos ao Produto Interno Bruto (PIB), tendo como resultado a geração de empregos e renda. Destaca-se, assim, a hotelaria, que há séculos vem ofertando emprego e acompanhando à evolução da população mundial.

3.1.2 Definições de hotelaria

A origem da hotelaria, segundo Menezes (2015), remota aos tempos da Grécia Antiga. Naquele tempo, segundo a mitologia, nos Jogos Olímpicos os gregos ofereciam suas residências para peregrinos se hospedarem, porque segundo eles poderia ser Zeus disfarçado. A hospedagem neste período não era considerada uma atividade comercial.

Segundo o autor, já durante o Império Romano surgiram as estâncias hidrominerais, como ponto de parada para caravanas. A diferença destas, é que havia cobrança de estadias entre os tipos de hospedagens, em que pessoa de maior poder ficava em locais mais abastados. Na Idade Média quase não havia viagens, e assim eram poucas ocasiões que exigiam hospedagens. Era um período dominado pela igreja, sendo somente mosteiros e abadias a acolher forasteiros.

Menezes (2015) destaca que foi na Idade Moderna que as viagens começaram a se intensificar e surgiram os albergues, hospedarias e pousadas, e se iniciou a oferta de alimentação para hóspedes e viajantes. Na segunda metade do século XVII e XVIII, surgem os hotéis na Inglaterra, Europa e Estados Unidos, estimulados pela Revolução Industrial.

Andrade (2002) define hotel como um estabelecimento onde é exercido o comércio de recepção e hospedagem, de sujeitos que encontram-se em viagem ou não, podendo os serviços oferecidos serem parciais ou completos, atendendo a demanda de sua clientela e independente de seu gabarito ou classificação.

Logo, uma empresa hoteleira, segundo Castelli (2003, p. 56) “[...] pode ser entendida como sendo uma organização que, mediante o pagamento de diárias, oferece alojamento à clientela indiscriminada”.

A Organização Mundial do Turismo (OMT) define hotelaria como “sistema comercial de bens materiais e intangíveis dispostos para satisfazer às necessidades básicas de descanso e alimentação dos usuários fora de seu domicílio” (OMT, 2001, p.79).

Caracteriza o estabelecimento comercial hoteleiro pela oferta de alojamento com ou sem serviços complementares, ocupando a totalidade ou parte de um imóvel e reunindo uma série de requisitos técnicos e equipamentos que o torna apto para o exercício de sua função (OMT, 2001).

Portanto, um empreendimento hoteleiro é uma organização que possui como atividade a oferta de unidades habitacionais, através do pagamento de estadias, podendo ser incluído também outros produtos complementares de serviços, como a alimentação, eventos, lazer, dentre outros, que serão categorizados a diante.

3.1.3 Meios de hospedagem

Os autores Oliveira (2001); Vallen e Vallen (2003); e Andrade; Brito e Jorge (2002) listaram as tipologias mais conhecidas atualmente são:

- Hotéis de selva ou hotéis de floresta;
- *Lodge*;
- Hotéis fazenda;
- Hotéis para executivos;
- Hotéis econômicos;
- Hotéis de montanha;
- Hotéis em terminais de transporte (HTT);
- Hoteis ecológicos, pousadas ecológicas ou eco-hoteis (EH);
- Resorts;
- Motéis;
- Albergues;
- *Campings*;
- Pousadas.

Além das tipologias listadas, alguns estudos indicam que todo serviço turístico orientado as necessidades e satisfação do cliente pode ser classificados. Beni (2003,p. 38) atribuiu 5 (cinco) classificações: “1. receptivos (atividades hoteleiras e extra-hoteleiras); 2. de alimentação; 3. de transporte ; 4. públicos (administração turística, postos e informações, etc.); 5. de recreação e entretenimento na área receptora.”.

Considerando os meios de hospedagem, Boullón (2002, p. 50) apresenta uma classificação ampla, de acordo com o quadro a seguir:

Categoria	Tipo
1. Hospedagem	1.1 Hotéis 1.2 Motéis 1.3 Hospedarias e pousada 1.4 Pensões 1.5 Apart-hotéis 1.6 Condomínios (unidades ou conjuntos) 1.7 Casas (unidades ou bairros) 1.8 Cabanas 1.9 Albergues 1.10 Trailer parks 1.11 Campings 1.12 Camas em casas de família
2. Alimentação	2.1 Restaurantes 2.2 Cafés 2.3 Quiosques 2.4 Restaurantes típicos
3. Entretenimento	3.1 Night Clubs 3.2 Discotecas 3.3 Bares 3.4 Cassinos e outros jogos de azar 3.5 Cinemas e teatros 3.6 Outros espetáculos públicos 3.7 Clubes esportivos 3.8 Parques temáticos
4. Outros Serviços	4.1 Agências de viagem 4.2 Informação 4.3 Guias 4.4 Comércio 4.5 Câmbio de moeda 4.6 Recursos para congressos e convenções 4.7 Transportes turísticos 4.8 Primeiros socorros 4.9 Módulos policiais 4.10 Estacionamentos

Quadro 2 : Classificação dos elementos do equipamento turístico

Fonte: Boullón (2002, p.50, *apud* Tchmolo, 2009)

A partir da caracterização dos empreendimentos turísticos e os meios de hospedagem pelos autores citados, as definições a serem expandidas são as que proporcionem maior compreensão do turismo rural e a constituição de pousadas

3.1.4 Pousadas

A Associação Brasileira de Indústria de Hotéis (ABIH) e o Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur) definem pousada como sendo “um estabelecimento situado em locais turísticos, fora dos centros urbanos, que recebe pessoas em

viagens de recreação e lazer, pode estar instalada ou não em prédio de valor histórico ou com importância regional ou local”, com uma estrutura administrativa familiar concentrando tratamento personalizado a seus hóspedes pois seu caráter é de pequeno porte.

Verificando as terminologias apresentadas pelos autores nota-se que existem diferentes tipos de meios de hospedagem. Essa diferenciação se dá pela estrutura física e de serviços prestados ao público consumidor, conquanto, do mesmo modo, percebe-se que, por mais simplório que sejam os empreendimentos, podem ser inseridos no meio rural ou no meio urbano. A partir dessa ótica e do foco do presente estudo, entende-se que uma pousada é de acordo com esses mesmo autores:

[...] a versão contemporânea das hospedarias do passado. Representam uma alternativa de hospedagem mais acessível, sem que isso signifique ausência de conforto. Em sua estrutura possuem unidades habitacionais individualizadas e decoração identificada com a localidade. (Oliveira, 2001; Vallen e Vallen, 2003; e Andrade; Brito e Jorge, 2002).

No Brasil, “as pousadas começaram a surgir aos poucos no século XIX, mas foi no início dos anos de 1970 que esse meio de hospedagem tornou-se bastante difundido, sendo construídas, principalmente, nas pequenas localidades turísticas” (AZÊVEDO, 2006, p.77).

Através da Deliberação Normativa Nº 387 de 28 (vinte e oito) de janeiro de 1998 da EMBRATUR (revogada pela Deliberação Normativa Nº 429 de 23 (vinte e três) de abril de 2002, que não apresenta nova definição), considera-se pousada:

Todo o meio de hospedagem de aspectos arquitetônicos e construtivos, instalações, equipamentos e serviços simplificados, normalmente limitados, apenas, ao necessário à hospedagem do turista para aproveitamento do atrativo turístico junto ao qual o estabelecimento se situa. (EMBRATUR, 2002)

Andrade (2000, p. 63), caracteriza pousada como “hotéis basicamente de lazer, com muitas características dos resorts, porém em escala muito menor e quase sempre com instalações bem mais modestas e menor diversidade de serviços.”

3.2 TURISMO RURAL

De acordo com o Ministério do Turismo o turismo rural é definido como “o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a

produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio natural e cultural da comunidade” (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2006. P. 49).

Na concepção de Tulik (2003, P. 34) entende-se turismo rural como “[...] o conjunto de atividades que se desenvolvem em contato com a natureza e a vida no campo, em pequenos povoados rurais”. Fazendo com que o turismo rural envolva atividades e produtos como pousadas, pesque-pague, hotel fazenda, restaurante típico, artesanato, industrialização caseira, que são consideradas estratégias para diversificação das atividades rurais com o intuito de promover o aumento da renda dos proprietários rurais.

Tulik (2003, p. 86-87), ainda explica que:

Turismo Rural deve estar relacionado, especificamente, ao meio e à produção rural. Se a ideia é de complementar a renda do pequeno produtor rural, gerar emprego, evitar o êxodo rural e promover o desenvolvimento local, o Turismo Rural deve ser conceituado como uma atividade que considere os atributos essenciais do que é, de fato, rural.

Meirelles Filho (1994. p. 24-36), afirma que o turismo rural pode-se tornar “[...] a grande alternativa para as propriedades rurais no Brasil. A agricultura e a pecuária já não são tão rentáveis, e fazendeiros com a corda no pescoço descobrem que podem obter bons lucros abrindo suas propriedades para o turismo”.

Esse tipo de atividade pode trazer benefícios para a população local, desenvolver as regiões, buscando melhorias na infraestrutura, na preservação do meio ambiente, na qualidade de vida, na economia, na geração de empregos e renda complementar, valorização do meio rural, e na preservação dos patrimônios natural e cultural.

3.3 EMPREENDEDORISMO E PLANEJAMENTO TURÍSTICO

O empreendedorismo está relacionado à busca de inovações no mercado de trabalho. Segundo Drucker (1974) empreendedorismo é prática; visão de mercado e evolução, para o autor, o trabalho do empreendedorismo “é fazer os negócios de hoje serem capazes de fazer o futuro, transformando-se em um negócio diferente [...] Empreendedorismo não é nem ciência, nem arte. É uma prática”. (DRUKER, 1974, p.25)

De acordo com Dolabela (1999) empreendedorismo é:

[...] fruto dos hábitos, práticas e valores das pessoas. Existem famílias mais empreendedoras do que outras, assim como cidades, regiões, países. Na verdade aprende-se a ser empreendedor pela convivência com outros empreendedores [...] o empreendedor aprende em um clima de emoção e é capaz de assimilar e experiência de terceiros. (DOLABELA, 1999: 31)

Para empreender é necessário planejar e neste sentido, o planejamento atua como ferramenta administrativa que possibilita perceber a realidade, analisando o caminho e a construção ao longo do tempo e do objetivo futuro, indispensável para o sucesso do empreendimento. Tendo como objetivo entender sua relação com a atividade turística, e planejamento pode ser definido como:

um processo que consiste em determinar os objetivos de trabalho, ordenar os recursos e humanos disponíveis, determinar os métodos e as técnicas aplicáveis, estabelecer as formas de organização e expor com precisão todas as especificações necessárias para que a conduta da pessoa ou do grupo de pessoas que atuarão na execução dos trabalhos seja racionalmente direcionada para alcançar os resultados pretendidos. (ESTOL e ALBUQUERQUE, apud RUSCHMANN 1997, p. 84)

De acordo com Rose (2002, p. 41) “o planejamento de espaços turísticos, por meio da alocação de equipamentos diversos, garantirá uma permanência mais longa do visitante e uma maior satisfação em sua estada”, isto quer dizer que todo empreendimento necessita de um planejamento para alocar equipamentos que possam satisfazer as necessidades dos turistas garantindo desta maneira sua permanência.

Petrocchi (1998, p.20) define o planejamento é: “A visão do futuro próximo ou distante – contribui para que tarefas sejam melhor realizadas e objetivos sejam mais facilmente atingidos, por pessoas ou organizações”. Chiavenato (1987 apud PETROCCHI, 2001, p.67) destaca que:

O planejamento costuma figurar como a primeira função administrativa, por ser exatamente aquela que serve de base para as demais. O planejamento é a função administrativa que determina antecipadamente o que se deve fazer e quais os objetivos devem ser atingidos. O planejamento é um modelo teórico para a ação futura. Visa dar condições para que o sistema seja organizado e dirigido a partir de certas hipóteses acerca da realidade atual e futura. O planejamento é uma atividade desenvolvida de maneira consistente para dar continuidade às atividades, e seu focus principal é a consideração objetiva do futuro.

Percebe-se que o planejamento é algo indispensável para qualquer empreendimento, pois o empreendedor consegue visualizar um negócio de sucesso,

mesmo que poucas pessoas tenham esta percepção. Há, no entanto variantes que são fundamentais para o desenvolvimento de um negócio, sendo assim um empreendedor que tem como objetivo um planejamento turístico precisa conhecer a realidade do negócio, a importância do planejamento e conforme os autores estudados para manter as características sociais, culturais e paisagísticas de seu negócio.

3.4 MATRIZ SWOT

A análise SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats*), que na sua tradução é força fraqueza, oportunidade e ameaça, foi à análise de diagnóstico utilizada para a gestão e o planejamento da empresa.

É uma ferramenta utilizada para fazer análises de cenário (ou análises de ambiente), sendo usada como base para a gestão e o planejamento estratégico de uma organização. É um sistema simples para posicionar ou verificar a posição estratégica da empresa no ambiente em questão (DAYCHOUW, 2007).

Para Dantas e Melo (2008, p. 120):

(...) um sistema simples utilizado para posicionar ou verificar a posição estratégica da empresa (...). É uma sigla oriunda do inglês e é um acrônimo de Forças (Strengths), Fraquezas (Weaknesses), Oportunidades (Opportunities) e Ameaças (Threats). Assim, esta metodologia torna-se uma ferramenta ideal no processo de gestão e monitoramento do turismo de uma determinada localidade (...)

Nakagawa (2012) ainda explica que a aplicação da análise SWOT em uma empresa é simples, que o uso dos pontos forte, pontos fraco, oportunidades e ameaças, tendem a ser analisados desta forma:

Na concepção de Oliveira a análise SWOT define-se da seguinte forma:

- “1. Ponto forte é a diferenciação conseguida pela empresa – variável controlável – que lhe proporciona uma vantagem operacional no ambiente empresarial (onde estão os assuntos não controláveis pela empresa);
2. Ponto Fraco é a situação inadequada da empresa – variável controlável – que lhe proporciona uma desvantagem operacional no ambiente empresarial;
3. Oportunidade é a força ambiental incontrolável pela empresa, que pode favorecer sua ação estratégica, desde que conhecida e aproveitada, satisfatoriamente, enquanto perdura;

4. Ameaça é a força ambiental incontrollável pela empresa, que cria obstáculos à sua ação estratégica, mas que poderá ou não ser evitada, desde que reconhecida em tempo hábil” (OLIVEIRA, 2007, p. 37).

Para Andion e Fava (2003, p. 43) “Através da análise dos pontos fortes e fracos, os gestores e suas equipes poderão determinar com mais clareza as prioridades em termos de ameaças e oportunidades existentes no ambiente externo”.

Para a constatação de forças e fraquezas, oportunidades e ameaças advêm sempre dos resultados de uma análise combinada, na qual as condições internas devem ser sobrepostas e confrontadas com as situações do ambiente de negócios da empresa (YANAZE, 2007). O quadro 5 a seguir é utilizado para facilitar o estudo da empresa a partir da análise SWOT:

SWOT	Ajuda	Atrapalha
Interna (organização)	<p>Forças (Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quais as suas melhores atividades? • Quais seus melhores recursos? • Qual sua maior vantagem competitiva? 	<p>Fraquezas (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> • A mão de obra é capacitada? • Existem lacunas de treinamento? • Por quê a concorrência foi escolhida?
Externa (ambiente)	<p>Oportunidades (Opportunities)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mercado em expansão; • Novo segmento no mercado; • Demanda de novos produtos e/ou serviços. 	<p>Ameaças (threats)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Novos concorrentes; • Guerra de preço; • Novas tecnologias.

Quadro 3: Matriz SWOT

Fonte: Kenneth Andrews e Roland Christense (s/d). Adaptado pelo autor (2015)

Existe ainda uma análise competitiva utilizando a matriz SWOT, Esta análise fornece dados para uma leitura crítica e minuciosa das tendências e projeções futuras do ramo no qual a companhia está inserida. De acordo com Bastos (2014) são utilizados sete passos para analisar a competitividade:

- 1 - Identificação da concorrência (principais e equiparados);
- 2 - Identificação da estratégia da concorrência;
- 3 - Determinação dos objetivos e metas dos concorrentes;
- 4 - Identificação da Matriz SWOT dos concorrentes (suas forças e fraquezas);
- 5 - Definição de padrões de reação da concorrência em certas situações;

- 6 - Elaboração da estratégia de ataque e prevenção aos concorrentes diretos;
- 7 - Criação do mapa de ambiente competitivo.

Desta maneira fica viável traçar estratégias que poderão funcionar, fazendo com que o plano de ação diminua os riscos, e conseqüentemente aumente as chances de um futuro negócio de sucesso (BASTOS, 2014). Assim a matriz SWOT se configura como uma importante ferramenta de estudo de viabilidade e competitividade.

4 CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO

A área de estudo deste trabalho tem como foco o município de Palmeira – PR, que será descrito durante este capítulo, para poder especificar sobre o mesmo.

4.1 ÁREA TERRITORIAL DO MUNICÍPIO DE PALMEIRA - PR

O Município tem uma área territorial de 1.457,262 km² e está a 80,90 Km da Capital, Curitiba. É cortado por duas rodovias federais e uma estadual, sendo que a BR 277 é o corredor do MERCOSUL, ligando Foz do Iguaçu ao Porto de Paranaguá. A PR 151 liga o Sudoeste ao Sul do Paraná, e a BR 376 faz a ligação de Curitiba a Ponta Grossa e regiões Norte e Noroeste do Paraná, e uma rodovia estadual. A cidade está a 181 km do Porto de Paranaguá e a 103 km do Aeroporto Afonso Pena. Tem-se acesso à linha férrea, através da localidade Rio do Salto, à 15 km da sede do município. (Prefeitura Municipal de Palmeira, 2015)

4.2 CARACTERÍSTICAS GERAIS DO MUNICÍPIO

A cidade de Palmeira foi fundada em 1.869, está localizada na região sul do Paraná, na zona fisiográfica dos Campos Gerais, na Mesorregião Centro Oriental Paranaense. Está integrada na região de domínio do Segundo Planalto Paranaense ou Planalto de Ponta Grossa. Faz divisa com os municípios da Lapa, Porto Amazonas, São João do Triunfo, Teixeira Soares, Ponta Grossa e Campo Largo.

Possui dois distritos, Palmeira e Papagaios Novos. Localiza-se em uma latitude 25°25'46" sul e a uma longitude 50°00'23" oeste, estando a uma altitude de 865 metros.

Possui um clima ameno no verão e frio no inverno, onde a temperatura oscila entre 32,4° C e 0,5° C. Devido a isto seu clima é temperado e seco. Palmeira é considerada a “Cidade Clima do Brasil”.

A economia do município está assentada no setor primário: pecuária e agricultura, onde se destacam as culturas de soja, milho, feijão, arroz, cevada e trigo. No setor secundário, encontram-se as indústrias de beneficiamento e transformação de madeira, bem como a indústria de laticínios. (Prefeitura Municipal de Palmeira, 2015)

4.3 INDICADORES DE POPULAÇÃO DO MUNICÍPIO

POPULAÇÃO	URBANA	RURAL	MULHERES	HOMENS	ELEITORES
32.125	19.376	12.749	16.079	16.046	25.546

Quadro 4: População

Fonte: IBGE (2010).

No município a população economicamente ativa é de 15.858 habitantes e o seu índice de desenvolvimento humano (IDH) é de 0,763, considerado médio (IBGE, 2010).

Segundo dados do setor de tributação da Prefeitura do município, existem aproximadamente 9 (nove) hotéis, como mostra o Quadro 5:

EXISTÊNCIA DE HOTÉIS PARA SUPORTE TÉCNICO	
HOTEL	DISTÂNCIA DO CENTRO DE PALMEIRA
Refúgio Verde Sossego Pousada Rural	PR 151 km 400
Pousada Campos Gerais em Colônia Witmarsum	BR 277 km acesso km 154
Pousada Katarina em Colônia Witmarsum	BR 277 km acesso km 154
Pousada Siebert em Colônia Witmarsum	BR 277 km acesso km 154
Palmeira Clima Hotel	RUA XV DE NOVEMBRO 530
Hotel Vereda	RUA CONCEIÇÃO Nº 2.011
Pousada do Beco	Travessa Dezoito de Dezembro 66
Rancho da Guaiaca Pousada Rural	PR 151 km 408 Faxinal do Silva
Hotel São Domingos	Rua Conceição 1054

Quadro 5: Hotéis

Fonte: Prefeitura Municipal de Palmeira (2015).

4.4 ESPECIFICAÇÕES DAS POUSADAS EM PALMEIRA

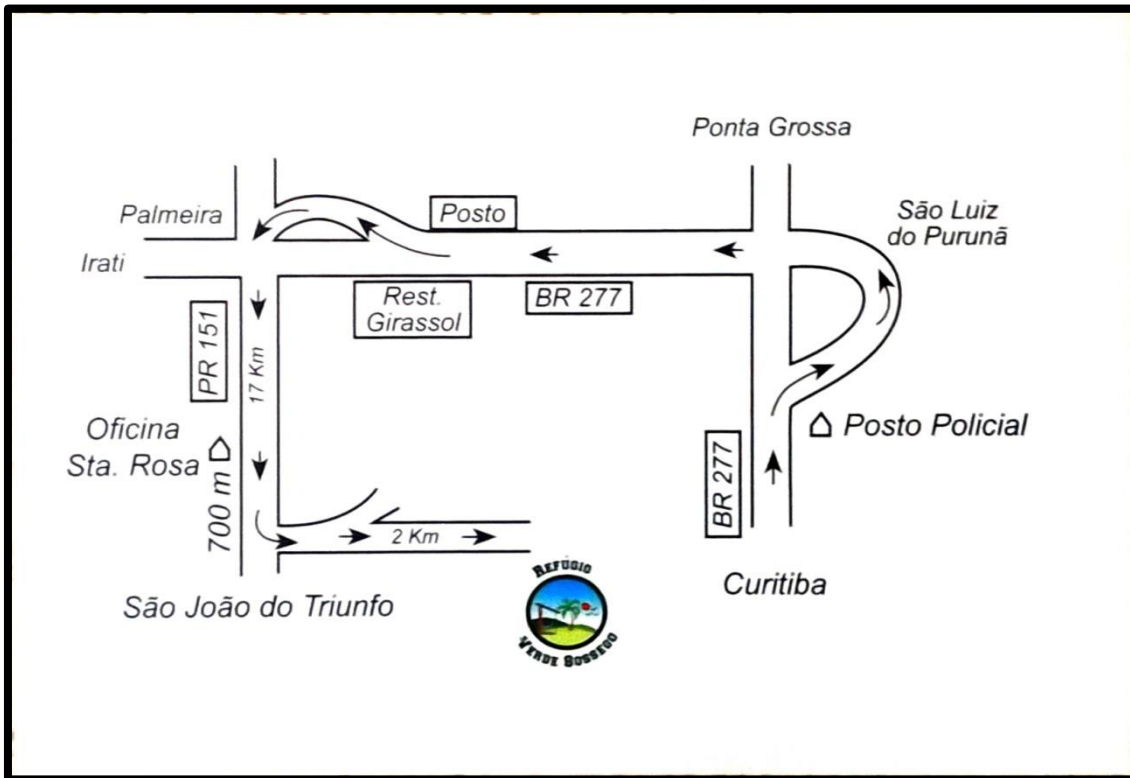
Há a existência de 5 (cinco) pousadas rurais no município de Palmeira, três na Colônia de Witmarsum e duas na PR 151, elas são consideradas empresas de organização familiar, onde as famílias otimizam suas terras e propriedades, criando empreendimentos turísticos e gerem toda a produção para adquirirem uma renda extra. (Prefeitura Municipal de Palmeira, 2015.)

O presente estudo foi realizado pelo autor deste trabalho, no dia 19 (dezenove) de novembro de 2015, a partir de registros fotográficos e entrevistas realizadas com os proprietários dos dois estabelecimentos que se caracterizam como pousadas rurais, ambos localizados na Rodovia Pref. João B. Distefano, PR151. O primeiro empreendimento analisado é o Refúgio Verde Sossego, que fica na localidade de Pinheiral de Baixo no Km 408, e o segundo empreendimento é a Pousada Rural da Guaiaca, que se localiza na zona rural no Km 400, ambas na mesma região, que serão caracterizadas a seguir.

4.5 REFÚGIO VERDE SOSSEGO

Localizado no interior de Palmeira mais precisamente na Rodovia Pref. João B. Distefano, PR 151, localidade de Pinheiral de Baixo, Km 408. Com um pequeno percurso de estrada de chão bem precária, após a trajetória pela Rodovia, com sinalização ruim, a única placa que mostra a pousada é em cima da entrada fazendo com que vários visitantes possam passar da mesma, pois segundo a proprietária a Prefeitura de Palmeira é quem fica encarregada das placas turísticas na rodovia. Durante o trajeto pela estrada de chão, a sinalização da pousada é feita por pequenas placas até a sua entrada. Que se pode observar na figura 1 a seguir.

Figura 1: Localização



Fonte: Refúgio Verde Sossego (s/d)

O Refúgio Verde Sossego é uma propriedade rural de caráter familiar com 20 (vinte) alqueires, e seus proprietários são de outras áreas. Estes sempre tiveram vontade de morar no interior, e para complementar a renda tiveram a ideia de montar uma pequena pousada em sua nova morada. Atualmente, a renda vem através da pousada e para complementar é feito plantio em uma parte da propriedade.

Há 1 (um) funcionário contratado, responsável pela manutenção da pousada e limpeza do entorno, e, dependendo da taxa de ocupação, são contratadas mais uma ou duas pessoas para serviços de cozinha e limpeza por um período temporário.

A pousada oferece 3 (três) unidades habitacionais anexa ao fundo da residência principal de acordo com a imagem 1, sem classificação e com quartos anexos para filhos, pois o perfil dos clientes que usufruem dos serviços na sua grande maioria são casais sem filhos, ou com no máximo 2 (dois) filhos. Os quartos possuem TV's, sem ar-condicionado, somente ventilador.

Imagem 1: Apartamentos

Fonte: Cleisson Passoni (2015)

A estrutura da pousada possui área para descanso com redes, sala de descanso com sofás, TV e lareira, e um ótimo espaço para as refeições que são servidas em Buffet, espaço interno para crianças e Wi-Fi, como mostra as imagens 2, 3, 4 e 5.

Imagem 2: Refúgio Verde Sossego



Fonte: Cleisson Passoni (2015).

Imagem 3: Sala de convivência com lareira



Fonte: Cleisson Passoni (2015).

Imagem 4: Cantinho da criança e sala de convivência 2



Fonte: Cleisson Passoni (2015).

Imagem 5: Refeitório



Fonte: Cleisson Passoni (2015).

O entorno da pousada conta com 2 (duas) piscinas abertas e uma hidromassagem, estas duas sem aquecimento, trilhas em meio à mata nativa até uma cachoeira com 10 (dez) metros de altura, que propicia um relaxante banho em meio à natureza, e contam também com passeios a cavalo dentro e fora da propriedade para poder interagir com a população local e conhecer melhor a vida no campo. Estas estruturas e atividades podem ser vistas nas imagens 6, 7 e 8.

Imagem 6: Piscina adulta, infantil e hidromassagem



Fonte: Cleisson Passoni (2015).

Imagem 7: Cachoeira



Fonte: Refúgio Verde Sossego (2011).

Imagem 8: Cavalos



Fonte: Cleisson Passoni (2015).

Existe ainda o *Day Use*³, que seria a possibilidade de passar o dia e aproveitando o que a Pousada tem a oferecer ao usuário, incluindo um café da tarde. Essa opção é mais utilizada pelas pessoas que moram em Palmeira e querem passar uma tarde em família. A pousada ainda reserva datas para confraternização de empresas no fim do ano, fazendo com que no mês de dezembro até a semana de Natal não haja reservas familiares para finais de semanas, e também no natal a pousada não funciona, voltando às atividades na semana de Ano Novo.

O tarifário da Pousada é oferecido da seguinte forma:

Finais de Semana e Feriados	
Sexta (17:00h) a Domingo (17:00h).	R\$890,00 o casal.
Sábado (10:00h) a Domingo (17:00h).	R\$650,00 o casal.

Tabela 1: Tarifário Refúgio Verde Sossego

Fonte: O autor (2016)

Hospedagem inclui todas as refeições (café, almoço, lanche e jantar) e passeios a cavalo. Bebidas e consumo do frigobar são cobrados a parte.

Uma criança até 5 anos, acompanhada dos pais, é cortesia.

Day Use	
Opção 1 (um): almoço e lanche da tarde: (das 9:00h até as 18:00h)	- 10 (dez) a 15 (quinze) pessoas - R\$80,00 p/pessoa
	- 16 (dezesesseis) a 25 (vinte e cinco) pessoas - R\$75,00 p/pessoa
Opção 2 (dois): somente com almoço: (das 9:00h até as 18:00h)	- 10 (dez) a 20 (vinte) pessoas - R\$60,00 p/pessoa.

Tabela 2: Tarifário Refúgio Verde Sossego

Fonte: O autor (2016)

Estrutura do Refúgio ficará exclusiva para o grupo, além das piscinas e quarto para utilizar como vestiário (trazer toalhas).

Entrada a partir das 9:00 até às 18:00.

³ Day Use: Dia de Uso.

As reservas podem ser feitas através do site ou por telefone, e também conta com informações no TripAdvisor.⁴

É considerada uma gestão participativa tanto com funcionários e clientes, já que há um ambiente propício para idéias e sugestões para melhorar o atendimento, infraestrutura e serviços, desde que não alterem as características de uma pousada.

4.6 RANCHO DA GUAIIACA

A Pausada Rural Rancho da Guaiaca se localiza na Rodovia Prof. João B. Distefano, PR 151, zona rural no Km 400. Sua entrada está localizada a margens da rodovia PR 151, tendo como referência uma placa em frente a sua entrada, (os proprietários dizem também que a responsabilidade das placas turísticas é da Prefeitura de Palmeira). Seu acesso é feito por meio de duas porteiras, uma na entrada que passa pela plantação dos proprietários, e outra que dá acesso até a Pousada. De acordo com a figura 2 em anexo.

Figura 2: Localização



Fonte: Rancho da Guaiaca (s/d)

O empreendimento rural é de propriedade de uma Bacharel em Turismo, e atualmente Chef de Cozinha e conta com 50 (cinquenta) alqueires de fazenda, deste total, 5 (cinco) alqueires são para o cultivo de erva mate, 10 (dez) alqueires para

⁴ TripAdvisor® é o maior site de viagens do mundo* e ajuda turistas a planejarem e reservarem a viagem perfeita. Fonte: TripAdvisor (2015)

plantação de eucaliptos e 20 (vinte) alqueires arrendado para o plantio, a fim de complementar a renda, o restante da propriedade é caracterizada pela pousada e por mata nativa.

O casal de proprietários sempre tiveram o interesse de construir um empreendimento de caráter rural que, segundo eles, fosse localizado próximo a um grande centro como Curitiba e atraísse como público alvo casais com ou sem filhos, que não quisessem gastar muito com longas viagens, ou que em feriados durante o longo do ano quisessem sair para algum lugar mais próximo para descansar, e desestressar da rotina dos grandes centros.

Para ajudar na manutenção e atendimento aos clientes, a Pousada conta 2 (dois) casais de funcionários durante o ano todo, e mais 1 (um) casal para parte da fazenda, que cuida das atividades agrárias.

A pousada disponibiliza 8 (oito) Unidades Habitacionais (UH'S) em dois chalés, sendo elas, 3 (três) apartamentos com 2 (dois) quartos, e 5 (cinco) suítes, com a capacidade máxima de 30 (trinta) hóspedes. As Unidades Habitacionais (UH'S) são classificadas da seguinte maneira:

- **Standard:** Ventilador de teto, cama padrão normal, TV 29" sinal parabólica, banheiro privativo com box de vidro temperado, conforme a imagem 10.

Imagem 9: Apartamento Standard



Fonte: Cleisson Passoni (2015).

- **Luxo:** Ar condicionado Split quente / frio, frigobar, cama box de mola ensacada tamanho Queen, TV 32” tela plana sinal digital e parabólica, banheiro privativo com Box de vidro temperado, conforme pode ser visto na imagem 10.

Imagem 10: Apartamento Luxo



Fonte: Cleisson Passoni (2015).

A estrutura da pousada é de um padrão superior, conta com Wi-Fi, e há rede para telefonia móvel, espaço para as refeições que são servidas na mesa com combinações feitas pelos clientes e preparadas pela Chef de Cozinha e proprietária. Como visto nas imagens 11, 12, 13 e 14.

Imagem 11: Rancho da Guaiaca



Fonte: Cleisson Passoni (2015).

Imagem 12: Chalé 1



Fonte: Cleisson Passoni (2015).

Imagem 13: Sinal de telefonia celular



Fonte: Cleisson Passoni (2015).

Imagem 14: Refeitório e o proprietário da pousada



Fonte: Cleisson Passoni (2015).

No entorno da pousada há 2 (duas) piscinas cobertas e aquecidas, sala de jogos com mesa de sinuca e de cartas, lareira, biblioteca, DVD's para as crianças e *playground*. Imagens 15 e 16 e 17.

Imagem 15: Piscinas Aquecidas



Fonte: Rancho da Guaica (s/d)

Imagem 16: Sala de jogos, lareira, biblioteca, área infantil



Fonte: Cleisson Passoni (2015).

Imagem17: Playground e Chalé



Fonte: Cleisson Passoni (2015).

Em relação às atividades rurais, a propriedade conta com passeios a cavalo e apreciação destes animais e de carneiros; 10 (dez) km de trilhas em meio a mata nativa com nascentes de rios e cachoeiras ao longo do caminho, e como atrativo de destaque um cão guia adestrado que leva as pessoas até a cachoeira quando solicitado. Imagens 18, 19 e 20.

Imagem 18: Vista e placas de sinalização



Fonte: Cleisson Passoni (2015).

Imagem 19: Cachoeira



Fonte: Rancho da Guaiaca (s/d)

Imagem 20: Cão guia da pousada



Fonte: Cleisson Passoni (2015).

Ainda, o Rancho da Guaiaca faz uso do plano “Carbono Zero”, que visa minimizar os impactos ambientais que venham a serem causados pelos hóspedes

da Pousada, impactos estes naturais às atividades humanas dentro de uma fazenda. Objetiva reduzir a emissão de gases poluentes desde a saída do hóspede de sua casa, até seu retorno. Assim sendo, para cada hóspede, é plantado uma muda de eucalipto, erva mate ou araucária. Além disso, grande parte pousada é construída de madeira de reflorestamento, sendo utilizadas algumas vezes madeiras caídas após ventanias. Estas são algumas formas que foram desenvolvidas para a realização de turismo e desenvolvimento sustentável na propriedade.

É considerada uma gestão participativa pelos proprietários que ouvem os clientes e fazem o máximo para atender suas sugestões. Estas sugestões fizeram com que os proprietários repensassem no conceito da pousada, e definindo-a como uma Pousada Rural Gourmet, pelas distintas opções gastronômicas.

O tarifário da pousada é oferecido da seguinte forma:

Diária Normal	
(exceto feriados e pacotes especiais)	
Standard - (check-in após 17:00h e Check-out as 16:00h do dia seguinte.)	R\$ 520,00 para o casal.
Luxo - (check-in após 17:00h e Check-out as 16:00h do dia seguinte.)	R\$ 580,00 para o casal.

Tabela 3: Tarifário Rancho da Guaiaca

Fonte: Refúgio Verde Sossego (s/d). Adaptado pelo autor (2016)

Pensão completa (café da manhã , almoço e jantar), bebidas e frigobar serão cobrados à parte.

- 1(uma) criança de até 5 (cinco) anos hospedada na mesma suíte que os pais será gratuito;

- Segunda criança de até 5 (cinco) anos ou crianças de 5 (cinco) a 12 (doze) anos = R\$ 75,00 por dia;

- Jovens de 12 (doze) a 18 (dezoito) anos = R\$ 100,00 por dia;

- Adultos acima de 18 (dezoito) anos = R\$ 130,00 por dia.

As reservas podem ser feitas através do site ou por telefone, e também conta com informações no TripAdvisor, no qual ela é a primeira dentre as 5 (cinco) pousadas cadastradas em Palmeira.

5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Após o levantamento de dados em campo, entrevista com os proprietários das pousadas Refúgio Verde Sossego e Rancho da Guaiaca, serão analisadas as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. Com isto se chega ao objetivo geral que é diagnosticar os dois empreendimentos de caráter rural (pousadas) do município de Palmeira-PR, a partir dos parâmetros da análise SWOT.

Nos subcapítulos a seguir será feito um detalhamento sobre as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças de cada empreendimento, para assim se compreender melhor o estudo de caso. E ao final deste capítulo

5.1 ANÁLISE DE DADOS REFÚGIO VERDE SOSSEGO

5.1.1 Forças

No quadro a seguir será possível destacar as forças analisadas na Pousada, que se caracteriza como a organização interna, e entender quais as vantagens (ajuda) que esse empreendimento possui.

Elemento da matriz SWOT	Ambiente	Elementos diagnosticados
FORÇAS	Interna (organização)	<ul style="list-style-type: none"> • Trilhas, cachoeiras, cavalos. • Day Use. • Preços. • Marketing.

Quadro 6: Matriz SWOT (forças), Refúgio Verde Sossego

Fonte: O autor (2015)

Nas forças destacadas nos quadro 6 , a Pousada tem como ponto forte suas trilhas em meio a mata nativa que levam a uma cachoeira de águas límpidas na qual é permitido o banho, os passeios a cavalo a fim de experimentar a vivência do campo, isso pode ser observado na concepção de Tulik (2003, p.34) “ turismo rural é o conjunto de atividades que se desenvolvem em contato com a natureza e a vida no campo, em pequenos povoados rurais”.

O *Day Use* é uma experiência única, fazendo com que atraia a população local para aproveitar um dia de lazer, entre família, amigos ou empresa, e poder desfrutar da estrutura da Pousada, uma opção mais barata do que as diárias convencionais da Pousada, mas com apenas a 1 (uma) refeição incluída.

Já no preço, a Pousada se destaca por um preço mais acessível, são ofertados pacotes fechados para fins de semana, podendo usufruir da estrutura da Pousada e também tendo no pacote, café da manhã, almoço, lanche da tarde e janta.

O marketing é feito através de site bem elaborado com fotos de toda a Pousada, fazendo com que instigue o turista a conhecê-la. Há ainda página no facebook para facilitar a procura da pousada em redes sociais, e também uma maneira de manter atualizado tudo o que ocorre lá. Segundo os proprietários é feito também boa parte de seu marketing em Curitiba, de onde a demanda efetiva de turistas é maior. Há também a utilização do Tripadvisor, uma ferramenta muito importante para a classificação e procura por empreendimentos turísticos pelo mundo todo.

5.1.2 Fraquezas

No quadro a seguir é possível destacar as fraquezas analisadas na Pousada, que se caracteriza como a organização interna, e como isso pode atrapalhar o empreendimento com base nos comparativos da análise.

Elemento da matriz SWOT	Ambiente	Elementos diagnosticados
FRAQUEZAS	Interna (organização)	<ul style="list-style-type: none"> • Unidades Habitacionais. • Acesso. • Mão de obra qualificada.

Quadro 7: Matriz SWOT (fraquezas), Refúgio Verde Sossego
Fonte: O autor (2015)

As fraquezas destacadas no quadro 7 demonstram certos deslizes no ambiente interno do empreendimento, começando pelas 3 (três) Unidades

Habitacionais, estão anexadas ao prédio principal uma ao lado da outra, e não dando a opção dos clientes ficarem em um ambiente mais privativo durante a estadia. As mesmas Unidades Habitacionais não diferem umas das outras, como por exemplo, Standard e Luxo, algo que poderia trazer um outro nicho de clientes que procuram algo mais simples, ou mais requintado para passar seus fins de semana.

Por se encontrar no interior do município de Palmeira-PR, o acesso até a Pousada é precário, pois a estrada de terra que leva até o empreendimento, sempre se encontra em péssimo estado, pois a circulação de maquinário pesado é constante no local por causa dos produtores rurais da região, assim fazendo com que os automóveis possam encontrar dificuldades para chegar a Pousada, ainda mais em dias chuvosos.

A mão de obra no empreendimento carece de especialização, pois seus proprietários não são da área de Turismo ou Hotelaria, fazendo com que fique evidente a falta de prática nesta área ou até mesmo na área de recreação para as crianças que ali acompanham seus pais. Assim fica evidente a falta de um profissional do turismo para contribuir no crescimento da empresa.

5.1.3 Oportunidades

Neste próximo subcapítulo são detalhadas as oportunidades que a Pousada tem a receber do ambiente externo, fazendo com que em um futuro próximo ela possa usufruir destas oportunidades. Estas oportunidades podem ser observadas no quadro a seguir:

Elemento da matriz SWOT	Ambiente	Elementos diagnosticados
OPORTUNIDADES	Externa (ambiente)	<ul style="list-style-type: none"> • Mercado em expansão. • Localização.

Quadro 8: Matriz SWOT (oportunidades), Refúgio Verde Sossego

Fonte: O autor (2015)

As oportunidades destacadas no quadro 8 têm como objetivo ver o que o ambiente externo tem a oferecer para este empreendimento, e de que forma isso pode ajudar o mesmo a continuar crescendo no mercado.

O mercado turístico no Brasil está em expansão mesmo com alta do dólar, fazendo com que cada vez mais os turistas viagem pelo Brasil, isso se revela uma boa oportunidade para a Pousada, pois assim aumenta a procura do local pelos turistas.

A localização é um ponto forte, por estar a aproximadamente 90 (noventa) km de Curitiba-PR a Pousada com o tempo tende a atrair mais o turista que deseja usufruir dos feriados e finais de semana sem precisar deslocar-se por grandes distâncias.

5.1.4 Ameaças

Neste subcapítulo são detalhadas as ameaças que a Pousada tem a receber do ambiente externo. No quadro a seguir pode-se identificar as ameaças do empreendimento.

Elemento da matriz SWOT	Ambiente	Elementos diagnosticados
AMEAÇAS	Externa (ambiente)	<ul style="list-style-type: none"> • Novos concorrentes. • Guerra de preço.

Quadro 9: Matriz SWOT (ameaças), Refúgio Verde Sossego
Fonte: O autor (2015)

O quadro 9 destaca as prováveis ameaças que a Pousada pode receber do ambiente externo, sendo uma delas os novos concorrentes. Novos empreendimentos sempre tendem a chamar a atenção dos turistas, pois instigam sua curiosidade perante o novo negócio, ainda mais quando possam oferecer novidades, assim fazendo com que a Pousada que já estava implantada na região estagne e não cresça mais, e desta forma atraindo cada vez menos turistas.

A guerra de preços também é outro fator importante, caso não se mantenha atualizado nos mercado turístico, e até mesmo na concorrência local, o empreendedor pode sair perdendo com preços muito abusivos diante de outras pousadas, ou até mesmo com preços muito abaixo do mercado, fazendo com que a qualidade dos serviços ofertados torne-se cada vez pior.

5.2 ANÁLISE DE DADOS RANCHO DA GUAIIACA

5.2.1 Forças

O quadro a seguir destaca-se as forças analisadas na Pousada, que se caracteriza como a organização interna, e entender quais as vantagens (ajuda) que esse empreendimento possui.

Elemento da matriz SWOT	Ambiente	Elementos diagnosticados
AJUDA	Interna (organização)	<ul style="list-style-type: none"> • Unidades Habitacionais. • Cozinha. • Marketing. • Infraestrutura. • Bacharelados na área • Sustentabilidade.

Quadro 10: Matriz SWOT (forças), Rancho da Guaiaca
Fonte: O autor (2015)

As forças destacadas no quadro 10 ressaltam as virtudes que a Pousada tem em seu ambiente interno, dentre as principais se destacam as suas 8 (oito) Unidades Habitacionais que são classificadas como Standard (Ventilador de teto, cama padrão normal, TV 29” sinal parabólica, banheiro privativo com box de vidro temperado) e Luxo (Ar condicionado Split quente / frio, frigobar, cama box de mola ensacada tamanho Queen, TV 32” tela plana sinal digital e parabólica, banheiro privativo com Box de vidro temperado), assim tendo opções a mais para oferecer a seus clientes que desejam algo diferenciado.

A cozinha é o ponto mais forte da Pousada, com uma Chef de Cozinha encarregada de preparar os mais diversos pratos, combinações ao gosto do

hóspede. Tanta é a preocupação nessa área que a Pousada está se autodenominando uma Pousada *Gourmet*, por sua alta qualidade gastronômica.

O marketing da Pousada apresenta o mesmo cuidado que se tem com sua cozinha. Através do seu site, eles demonstram a qualidade da sua estrutura física, havendo também a possibilidade de visitar a página no facebook e ver tudo o que há de novo, e suas promoções. Já no Tripadvisor, a Pousada se destaca pela sua pontuação, a melhor entre as pousadas do município, fazendo com que assim sua reputação só cresça e atraia mais clientes através dessa ferramenta indispensável para o turista nos dias de hoje.

A infraestrutura da Pousada é de acordo com que Oliveira (2001); Vallen e Vallen (2003); e Andrade; Brito e Jorge (2002) descrevem:

Embora não existam parâmetros predefinidos para classificar as pousadas, pode-se considerar que esse tipo de empreendimento é a versão contemporânea das hospedarias do passado. Representam uma alternativa de hospedagem mais acessível, sem que isso signifique ausência de conforto. Em sua estrutura possuem unidades habitacionais individualizadas e decoração identificada com a localidade

As Unidades Habitacionais são distribuídas em 2 (dois) chalés de estilo rústico mas mantendo o conforto, o restaurante é um ambiente a parte aonde são servidos o café da manhã, almoço e janta, a área da piscina, lareira, sinuca, e biblioteca, são é um ambiente coberto, mas envolto em vidro.

Na parte de sustentabilidade, a Pousada se mostra preocupada com o meio ambiente: é plantada 1 (uma) muda de Eucalipto, Erva Mate ou Pinheiro Araucária para cada pessoa que se hospeda, assim diminuindo a emissão de carbono produzida até se chegar a Pousada e o momento do retorno, chamado de “Carbono Zero”. Grande parte pousada é construída de madeira de reflorestamento, sendo utilizado algumas vezes madeiras caídas após ventanias.

5.2.2 Fraquezas

No quadro a seguir é possível destacar as fraquezas analisadas na Pousada, que se caracteriza como a organização interna, e como isso pode atrapalhar o empreendimento com base nos comparativos da análise.

Elemento da matriz SWOT	Ambiente	Elementos diagnosticados
FRAQUEZAS	Interna (organização)	<ul style="list-style-type: none"> • Preço alto.

Quadro 11: Matriz SWOT (fraquezas), Rancho da Guaiaca
 Fonte: O autor (2015)

A única fraqueza levantada na Pousada e anexada ao quadro 11 é referente ao alto custo da diária na pousada, diferente das demais pousadas que vendem seus pacotes através de finais de semanas ou feriados, a Pousada Rancho da Guaiaca oferece ao turista somente valor por diárias, e pacotes promocionais para feriados. Os preços estabelecidos pela pousada são um tanto elevados, se comparado a pousada concorrente na região, isso faz com que um nicho mais específico de pessoas a frequentem, como por exemplo, a classe média alta e a classe alta, que só pretende usufruir de um final de semana próximo a Curitiba-PR, onde a grande maioria de seus hóspedes residem.

5.2.3 Oportunidades

No quadro a seguir são detalhadas as oportunidades que a Pousada tem a receber do ambiente externo, fazendo com que em um futuro próximo ela possa usufruir dessas oportunidades.

Elemento da matriz SWOT	Ambiente	Elementos diagnosticados
OPORTUNIDADES	Externa (ambiente)	<ul style="list-style-type: none"> • Mercado em expansão; • Localização • Novo conceito de Pousada

Quadro 12: Matriz SWOT (oportunidades), Rancho da Guaiaca
 Fonte: O autor (2015)

As oportunidades destacadas no quadro 12 são as mesmas da pousada concorrente, no que se refere no mercado em expansão no Brasil, fazendo com que o turista não saia do país e viaje por aqui mesmo. E a localização da Pousada que fica em torno de 95km de Curitiba-PR , uma ótima opção para o turista usufruir dos finais de semana, e um grande emissor de turistas por ser uma metrópole.

O que se destaca nas oportunidades da Pousada Rancho da Guaiaca é o novo conceito que eles estão empregando, que seria destacar a Pousada como um segmento Gourmet, já que sua proprietária é Chef de Cozinha e nada melhor que usar esta vantagem para quem sabe em um futuro próximo tornar-se referência nesse seguimento.

5.2.4 Ameaças

No quadro a seguir serão descritas as ameaças que a Pousada poderá sofrer do ambiente externo do empreendimento.

Elemento da matriz SWOT	Ambiente	Elementos diagnosticados
AMEAÇAS	Externa (ambiente)	<ul style="list-style-type: none"> • Novos concorrentes. • Guerra de Preços.

Quadro 13: Matriz SWOT (ameaças), Rancho da Guaiaca
 Fonte: O autor (2015)

O quadro 13 representa as ameaças do ambiente externo que a Pousada Rancho da Guaiaca pode sofrer, estão os possíveis novos concorrentes que podem instalar-se nas proximidades, e com isso atrair uma vasta gama de turistas, por oferecer um serviço diferenciando dos que já estão ali, fazendo com que a taxa de ocupação da Pousada comece a diminuir constantemente. Se não houver uma reação dos proprietários, nesse ponto podemos encaixar a guerra de preços desleal entre as Pousadas, e as demais concorrências que já existem e outras que podem se instalar por ali. O estudo do mercado é muito importante nesse quesito para saber se os preços ofertados pelas pousadas condizem com a qualidade do serviço, fazendo com que o preço justo seja oferecido de forma correta, e assim atraindo mais turistas.

5.3 A MATRIZ SWOT COMO FERRAMENTA DE ANÁLISE DAS POUSADAS EM PALMEIRA-PR

Neste subcapítulo tem-se a concepção total da matriz SWOT, através dos quadros 14 e 15, para que com isso o autor deste trabalho possa analisar melhor os empreendimentos turísticos da região.

O quadro 14 a seguir, faz-se análise completa por meio da matriz SWOT da Pousada Refúgio Verde Sossego:

SWOT	Ajuda	Atrapalha
Interna (organização)	<p>Forças (Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trilhas, cachoeiras, cavalos. • Day Use. • Preços. • Marketing. 	<p>Fraquezas (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unidades Habitacionais. • Acesso. • Mão de obra qualificada.
Externa (ambiente)	<p>Oportunidades (Opportunities)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mercado em expansão. • Localização. 	<p>Ameaças (threats)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Novos concorrentes. • Guerra de preço.

Quadro 14: Matriz SWOT da Refúgio Verde Sossego

Fonte: Kenneth Andrews e Roland Christense (s/d). Adaptado pelo autor (2015)

Já no quadro 15 a seguir, faz-se análise completa através da matriz SWOT da Pousada Rancho da Guaiaca:

SWOT	Ajuda	Atrapalha
Interna (organização)	Forças (Strengths) <ul style="list-style-type: none"> • Unidades Habitacionais. • Cozinha. • Marketing. • Infraestrutura. • Bacharelados na área • Sustentabilidade. 	Fraquezas (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> • Preço alto.
Externa (ambiente)	Oportunidades (Opportunities) <ul style="list-style-type: none"> • Mercado em expansão; • Localização • Novo conceito de Pousada 	Ameaças (threats) <ul style="list-style-type: none"> • Novos concorrentes. • Guerra de Preços.

Quadro 15: Matriz SWOT do Rancho da Guaiaca

Fonte: Kenneth Andrews e Roland Christense (s/d). Adaptado pelo autor (2015)

Dessa maneira os dados obtidos foram confrontados para que se chegasse a um resultado positivo para a finalização deste trabalho através das considerações finais que serão empregadas no próximo capítulo.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.

Através da metodologia de pesquisa, referencial teórico e caracterização do objeto de estudo, foi possível trazer informações para o estudo do caso.

Os conceitos descritos do turismo acerca do seu viés econômico mostram sua grande importância para a economia mundial, através das percepções empresarias que mostram o turismo como gerador importante de emprego, estando ligado ao setor terciário, sendo na hotelaria a maior concentração da geração de empregos.

No que se diz respeito aos empreendimentos turísticos e meios de hospedagem, estes são divididos e subdivididos, para que haja assim uma melhor distribuição nas áreas que devem ser empregados no mercado turístico e hoteleiro. Nessa divisão tem-se o turismo rural, que se concentra no campo e se utiliza da organização familiar, para possuírem renda extra. Dessa forma surgem as pousadas, que são criadas como meio de hospedagem para que o turista tenha a sua disposição um local que preste serviços, alojamento temporário e ainda esteja em meio a natureza.

Com a utilização dos referenciais bibliográficos mais especificamente a matriz SWOT, é possível entender como utilizá-la para analisar a viabilidade do empreendimento perante a competitividade, a possibilidade de um futuro empreendimento turístico, e a diferenciação das demais pousadas existentes no município.

Para a problemática, Qual a situação das pousadas rurais em Palmeira-Pr, a partir da matriz SWOT?

Pode-se concluir através dos estudos nas Pousadas Refúgio Verde Sossego e Rancho da Guaiaca, que demonstram que sua taxa e ocupação na alta sazonalidade superam 60% de ocupação durante os finais de semana, sendo este o foco de atendimento dos proprietários, e que segundo eles tende a se estender durante os dias úteis da semana. Isso demonstra a alta procura do turista de grandes metrópoles por este tipo de empreendimento mais próximo possível do ponto de partida. Existe ainda outras características que podem ser desenvolvidas para um novo aspecto de pousadas de caráter rural para poder atrair o turista, como a derivação das pousadas para uma área específica como uma Pousada Gourmet.

Após esse estudo é fica em aberto a possibilidade de uma elaboração de um futuro plano de negócios e investimentos na região, para em seguida conseguir aos

poucos entrar em competitividade com as pousadas já implantadas e estudadas aqui, que já possuem uma clientela. A disparidade estrutural e organizacional entre os dois empreendimentos faz com que fique evidente a possibilidade de implantação de uma pousada como próxima etapa de um futuro trabalho.

7 REFERÊNCIAS

ANDREWS, K. R. "**The concept of corporate strategy**" 2nd ed. 1980

Associação Brasileira da Indústria de Hotéis. **Hotéis classificados**. Disponível em: <<http://www.abih.com.br/site.php>>. Acesso em: em 21 de agosto de 2015.

ANDION, M. C; FAVA; R. **Planejamento Estratégico e Gestão Empresarial**. Curitiba: Associação Franciscana de Ensino Bom Jesus, 2003.

ANDRADE, J. V. **Turismo: fundamentos e dimensões**. São Paulo: Ática, 1998.

ANDRADE, N; BRITO, Paulo Lúcio de; JORGE, Wilson Edson. **Hotel: planejamento e projeto**. 2. ed. São Paulo: Senac, 2002.

ANDRADE, N; BRITO, Paulo Lúcio de; JORGE, Wilson Edson. **Hotel: planejamento e projeto**. 2. ed. São Paulo: Senac, 2000.

APPOLINÁRIO, F. **Dicionário de metodologia científica: um guia para a produção do conhecimento científico**. São Paulo: Atlas, 2004.

AZEVÊDO, C. A. **As pousadas e os impactos sócio ambientais: um estudo sobre Morro de São Paulo e Boipeba – Bahia**. Dissertação (Mestrado em Hospitalidade)- Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2006.

Barros, A. J. P & Lehfeld, N. A. de S. **Fundamentos de metodologia: um guia para a iniciação científica**. 2ª edição ampliada. São Paulo: Makron Books, 2000.

BASTOS, M. **Análise SWOT (Matriz): conceito e aplicação**. s.l.: 2014. Disponível em: < <http://www.portal-administracao.com/2014/01/analise-swot-conceito-e-aplicacao.html?m=1>>. Acesso em: 16 de julho de 2015.

BENI, M. C.. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: SENAC, 2003.

BRASIL, Prefeitura Municipal de Palmeira. O Município de Palmeira. Disponível em: <<http://www.palmeira.pr.gov.br/>>. Acesso em: 22 de agosto de 2015.

BOULLÓN, Roberto C. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru, SP: Edusc, 2002.

BRASIL, MINISTÉRIO DO TURISMO. LEI nº - 11.771, de 17 de Setembro de 2008. Disponível em:

<http://www.turismo.gov.br/turismo/legislacao/meios_hospedagem/11771_lei.html> Acesso em: 16 de julho de 2015

BRASIL, MINISTÉRIO DO TURISMO. **Segmentação: Turismo – marcos conceituais**. 1ª ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2006. p. 1 e 49.

BRASIL, PREFEITURA MUNICIPAL DE PALMEIRA. **Perfil do município**.

Disponível em: <<http://www.palmeira.pr.gov.br/perfil-do-municipio>> acesso em: 07 de setembro de 2015.

CASTELLI, G. **Administração hoteleira**. 9. ed. Caxias do Sul: Edusc, 2003.

DAYCHOUW, M. **40 Ferramentas e Técnicas de Gerenciamento**. 3. ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2007.

DENCKER, A. F. M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 2002.

DIAS, R. **Turismo sustentável e meio ambiente**. São Paulo; Atlas, 2007.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999

DRUCKER, P. F. **O Gerente Eficaz**. Editora Zahar, São Paulo, 1974.

EMBRATUR (Instituto Brasileira de Turismo). Disponível em: <<http://www.embratur.org.br>> Acesso em: 02 de julho de 2015.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia de pesquisa científica**. Fortaleza: Apostila UEC, 2002.

IBGE. Censo 2010. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/>> Acesso em: 08 de setembro de 2015.

KRIPPENDORF, J. **Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. São Paulo: Aleph, 2001.

MEIRELLES Filho, J. **Ecoturismo revela vida no campo**. Jornal O Estado de São Paulo, São Paulo, nov, 1996.

MENEZES, V. **Teoria geral do turismo**. Apostila didática, 2011.

MENEZES, V. **Hotelaria e Meios de Hospedagem**. UNICENTRO. 2015.

MICHEL, M. H. **Metodologia e Pesquisa Científica em Ciências Sociais**. São Paulo: Atlas, 2005.

NAKAGAWA, M. **Gestão de Negócios: ferramenta: análise SWOT**. s.l. 2012.

Disponível em: http://cms-empreenda.s3.amazonaws.com/empreenda/files_static/arquivos/2012/06/18/ME_Analise-Swot.PDF Acesso em: 4 de setembro de 2015.

NUNAN, D. **Research methods in language learning**. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

OLIVEIRA, A. P. **Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças, **Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas**. São Paulo: Atlas, 2007.

OLIVEIRA, M. M. **Como fazer pesquisa qualitativa**. Petrópolis: Editora Vozes, 2007

OMT, ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO; direção e redação Amparo Sancho; traduzido por Dolores Martin Rodriguez Corner. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

PETROCCHI, M. **Turismo: planejamento e gestão**. São Paulo: Futura, 1998.

PETROCCHI, M. **Gestão de polos turísticos**. São Paulo: Futura, 2001.

ROSE, A. T. **Turismo: planejamento e marketing**. 1. ed. Barueri, SP: Manole, 2002.

RUSCHMANN, Doris V de Meene. **Turismo e Planejamento Sustentável: A proteção do meio ambiente**. Campinas, SP: Papirus, 1997

SOUZA DANTAS, N. G.; SOUZA MELO, R. O método de análise SWOT como ferramenta para promover o diagnóstico turístico de um local: o caso do município de Itabaiana / PB. In: **Caderno Virtual de Turismo**. Vol. 8, Número 1: p 118 – 130, 2008.

TULIK, O. **Turismo Rural**. 1ª ed. São Paulo: Aleph, 2003. p. 34.

VALLEN, G; VALLEN, J. **Check-in, check-out: gestão e prestação de serviços em hotelaria**. Porto Alegre: Bookman, 2003.

YANAZE, M. H.. **Gestão de Marketing e Comunicação: avanços e aplicações**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

APÊNDICES

APÊNDICE I: REFÚGIO VERDE SOSSEGO

Imagem 21: Recepção



Fonte: Cleisson Passoni (2015).

Imagem 22: Hidromassagem e piscina adulta



Fonte: Cleisson Passoni (2015).

Imagem 23: Redes e cavalos



Fonte: Cleisson Passoni (2015).

APÊNDICE II: RANCHO DA GUAIIACA

Imagem 24: Chalé 2



Fonte: Cleisson Passoni (2015).

Imagem 25: Playground



Fonte: Cleisson Passoni (2015).

ANEXOS

Anexos I: Refúgio Verde Sossego

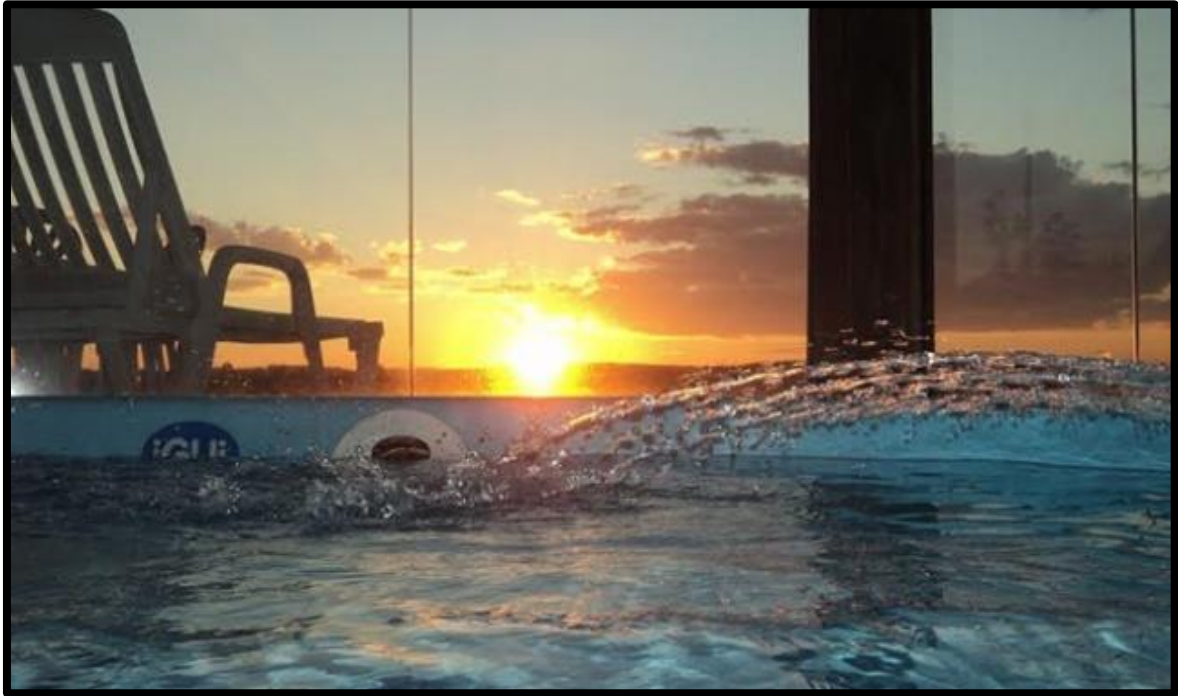
Imagem 26: Rio



Fonte: Refúgio Verde Sossego (2011).

Anexos II: Rancho da Guaiaca

Imagem 27: Piscina



Fonte: Rancho da Guaiaca (s/d)