



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO DELTA DO PARNAÍBA  
CAMPUS MINISTRO REIS VELLOSO  
CURSO DE BACHARELADO EM TURISMO**

**AMANDA CRISTINA DE SOUZA DA SILVA**

**O poder dos pets:** a abordagem pet friendly e a experiência do hóspede em um meio de hospedagem no município de Luís Correia, Piauí.

**PARNAÍBA**

**2024**

AMANDA CRISTINA DE SOUZA DA SILVA

**O poder dos pets:** a abordagem pet friendly e a experiência do hóspede em um meio de hospedagem no município de Luís Correia, Piauí.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal do Delta, Parnaíba (UFDPAr), para obtenção do título de bacharela em Turismo.

Orientador: Prof. Me. José Maria Alves da Cunha.

PARNAÍBA

2024

AMANDA CRISTINA DE SOUZA DA SILVA

**O poder dos pets:** a abordagem pet friendly e a experiência do hóspede em um meio de hospedagem no município de Luís Correia, Piauí.

**BANCA EXAMINADORA:**

---

Prof. Me. José Maria Alves da Cunha  
Orientador

---

Prof. Me. Anderson Fontenele Vieira  
Membro I

---

Prof. Dr. Francisco Pereira da Silva Filho  
Membro II

Aprovada em: 06 de fevereiro de 2024.

**O poder dos pets:** a abordagem pet friendly e a experiência do hóspede em um meio de hospedagem no município de Luís Correia, Piauí.

## RESUMO

O movimento pet friendly representa uma abordagem inovadora, oferecendo acomodações e serviços direcionados aos animais de estimação, transformando a experiência hoteleira para tutores e seus companheiros. Este trabalho visa compreender a adoção desse conceito em um meio de hospedagem na cidade de Luís Correia (PI). Para fins de operacionalizar a pesquisa, tem-se os seguintes objetivos específicos: a) Identificar as principais motivações dos hóspedes para escolherem hospedagens pet friendly; b) Analisar as estratégias e práticas adotadas pelos hotéis na realização desse novo conceito; e, c) Avaliar a percepção da qualidade dos serviços pet friendly oferecidos pelos hotéis. Utilizou-se de uma pesquisa de tipo descritiva, envolvendo entrevistas com um questionário contendo perguntas abertas sobre a experiência no meio de hospedagem. O foco abrangeu motivações para a escolha e a possível influência direta no momento da reserva. O campo de pesquisa e coleta de dados concentrou-se no meio de hospedagem, utilizando pessoas hospedadas como participantes da pesquisa. A conclusão do trabalho destaca a relevância do conceito pet friendly na indústria hoteleira, não apenas para a satisfação e fidelidade dos hóspedes, mas também para promover experiências mais inclusivas e um convívio harmonioso entre humanos e animais. Visto a importância de analisar os diversos aspectos que envolvem esse conceito, a contribuição se deu tanto para a discussão teórica quanto para a aplicação prática, destacando a relevância social de atender às necessidades de hóspedes que viajam com seus pets.

**Palavras-chaves:** Hospedagem; Hospitalidade; Pet friendly; Turismo.

## ABSTRACT

The pet friendly movement represents an innovative approach, offering accommodation and services aimed at pets, transforming the hotel experience for owners and their companions. This work aims to understand the adoption of this concept in a hotel in the city of Luís Correia (PI). For the purpose of operationalizing the research, we have the following specific objectives: a) Identify the main motivations of guests for choosing pet friendly accommodation; b) Analyze the strategies and practices adopted by hotels in implementing this new concept; and, c) Evaluate the perception of the quality of pet friendly services offered by hotels. A descriptive research was used, involving interviews with a questionnaire containing open questions about the experience in the accommodation. The focus covered motivations for choosing and the possible direct influence at the time of booking. The field of research and data collection focused on the accommodation environment, using people staying there as research participants. The conclusion of the work highlights the relevance of the pet friendly concept in the hotel industry, not only for guest satisfaction and loyalty, but also to promote more inclusive experiences and harmonious coexistence between humans and animals. Given the importance of analyzing the various aspects involving this concept, the contribution was made both to the theoretical discussion and to practical application, highlighting the social relevance of meeting the needs of guests who travel with their pets.

**Keywords:** Accommodation; Hospitality; Pet friendly; Tourism.

## 1 INTRODUÇÃO

A indústria hoteleira tem passado por uma revolução nos últimos anos, adaptando-se às necessidades e desejos em constante evolução dos seus hóspedes. Entre as muitas tendências em evidência, uma tem se destacado de forma especial: o movimento "pet friendly". Esse conceito inovador, que oferece acomodações e serviços voltados especificamente para os animais de estimação, tem transformado a experiência hoteleira para os tutores e seus animais.

Em um mundo cada vez mais conectado, em que os animais de estimação são considerados membro da família não é surpreendente que a demanda por opções de hospedagem que acolham os pets esteja em ascensão.

De acordo com dados recentes, da Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (ABINPET), o Brasil é o segundo país no mundo em população de cães, gatos e aves canoras e ornamentais e o terceiro maior em população total de animais de estimação (ABINPET, 2022). Por isso, muitos tutores procuram locais que permitam que eles desfrutem de suas férias e viagens sem deixar seus animais de estimação para trás.

O conceito de "pet friendly" vai além de simplesmente permitir que os animais de estimação se hospedem em um hotel. Trata-se de oferecer uma experiência completa e acolhedora, tanto para os hóspedes quanto para os animais. Isso implica na disponibilização de comodidades, desde áreas ao ar livre para passeios e recreação à oferta de serviços veterinários voltados aos animais.

Com essa tendência, a indústria hoteleira pode criar uma oportunidade de se destacar da concorrência e conquistar uma nova base de clientes. Além disso, essa abordagem inovadora também pode impulsionar o turismo local, atraindo turistas que desejam desfrutar de suas férias ao lado de seus animais de estimação. Neste artigo, exploramos os benefícios e desafios da implementação desse tema na hotelaria. Analisamos os impactos que essa tendência tem sobre a experiência do hóspede, assim como as estratégias eficazes para atrair e atender essa demanda. Ademais, buscou-se a compreensão acerca de que o poder do "pet friendly" pode ser a chave para a diferenciação e o sucesso na indústria hoteleira moderna.

Portanto, adentra-se nesse ambiente da hotelaria, descobrindo como esse novo conceito está redefinindo a hospitalidade e tornando as viagens uma experiência positiva tanto para os tutores quanto para os seus animais.

A hospitalidade pode ser compreendida como um pilar fundamental na indústria hoteleira, tomando um papel de destaque como fator essencial na experiência do hóspede. Ela transcende a mera prestação de serviços, incorporando a criação de um ambiente acolhedor e personalizado e, com isso, uma experiência inédita a cada hóspede.

No âmbito do conceito "pet friendly", a hospitalidade se manifesta através da capacidade do estabelecimento hoteleiro em acomodar tanto os desejos e necessidades dos hóspedes quanto dos seus animais. Implica em um acolhimento abrangente, garantindo não apenas a presença de acomodações adequadas para os animais, mas também a disponibilidade de serviços e comodidades direcionados a eles.

Nesse contexto, surge a questão que problematiza essa pesquisa: Quais as implicações acerca da adoção do conceito "pet friendly" em um meio de hospedagem na cidade de Luís Correia (PI).

Em meio a isso, tem-se o objetivo geral da pesquisa, que busca *compreender a adoção do conceito "pet friendly" em um meio de hospedagem na cidade de Luís Correia (PI)*. Para fins de operacionalizar a pesquisa, tem-se os seguintes objetivos específicos: a) *Identificar as principais motivações dos hóspedes para escolherem hospedagens pet friendly*; b) *Analisar as estratégias e práticas adotadas pelos hotéis na realização desse novo conceito*; e, c) *Avaliar a percepção da qualidade dos serviços pet friendly oferecidos pelos hotéis*.

Para a justificativa da pesquisa, devido ao crescimento desse segmento "pet friendly" na indústria hoteleira, esta pesquisa pode contribuir para academia oferecendo uma compreensão aprofundada sobre os efeitos dessa adoção na satisfação e fidelidade dos hóspedes. Com base nisso, será viável abordar e analisar os diversos aspectos que envolvem essas definições. Isso pode contribuir para um aprofundamento tanto na discussão teórica quanto na aplicação prática.

No âmbito social, esta pesquisa é relevante, ao explorar como os estabelecimentos hoteleiros podem atender às necessidades de hóspedes que viajam com seus pets, promovendo experiências mais inclusivas. Isso pode contribuir para um cenário de convívio mais harmonioso entre humanos e animais, ao mesmo tempo em que impulsiona a conscientização sobre este novo conceito no meio hoteleiro.

Para fins pessoais, a decisão de explorar o tema de pesquisa é influenciada pela minha experiência profissional no setor hoteleiro e pela interação direta com a dinâmica envolvendo animais de estimação nesse contexto. Ao vivenciar de perto a realidade do acolhimento de animais em ambientes hoteleiros, surgiu o interesse em compreender os aspectos mais aprofundados desse fenômeno e suas implicações.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Histórico da Hotelaria**

A história dos meios de hospedagem remonta à Antiguidade Clássica. No Império Romano, existia uma distinção notável nas acomodações disponíveis em hospedarias. Os estábulos eram destinados a abrigar o gado, os cavalos usados pelas comitivas de viagens, bem como a bagagem e eram simples abrigos para proteger esses elementos das condições climáticas. Por outro lado, as estalagens, que eram pequenas casas, eram reservadas para acomodar os nobres e os oficiais (Andrade, 2000).

Com o passar do tempo, essa divisão social nas opções de hospedagem começou a se dissipar, e os plebeus também começaram a se hospedar em estalagens. Como resultado, os estábulos passaram a ser usados exclusivamente para acomodar animais. Essa evolução histórica reflete mudanças nas atitudes e preferências em relação à hospedagem ao longo dos anos (Andrade, 2000).

Até o século XI, as hospedarias eram predominantemente associadas a instituições religiosas, como mosteiros e conventos, que forneciam quartos e celas para acomodar viajantes, peregrinos. No entanto, a partir do século XI, pessoas fora do âmbito religioso começaram a disponibilizar quartos para aqueles que não se enquadravam nas hospedagens oferecidas pelos conventos. Isso incluía indivíduos suspeitos ou acusados de excomunhão.

Essas acomodações não religiosas começaram a ganhar destaque devido à oferta de serviços diferenciados que as hospedarias religiosas não podiam proporcionar aos hóspedes. Um exemplo disso eram os colchões de palha, que eram acessíveis apenas aos nobres, explica Andrade (2000). Esse desenvolvimento ressalta a evolução das opções de hospedagem e o surgimento de acomodações mais diversificadas.

A história dos meios de hospedagem no Brasil é uma jornada que reflete as mudanças sociais, econômicas e culturais que o país experimentou ao longo dos séculos. Desde o período colonial até os dias atuais, o desenvolvimento dos meios de hospedagem tem sido influenciado por fatores como urbanização, turismo, migração e avanços na indústria hoteleira.

No Brasil, a prática de hospedagem remonta aos tempos coloniais. Segundo Andrade, Brito e Jorge (2005, p. 20), "os visitantes encontravam acomodações nas grandes residências

das plantações e fazendas, nas mansões das cidades, nos conventos e, sobretudo, nos abrigos construídos à beira das estradas, geralmente pelos donos das terras".

Nesse período, a hospedagem no Brasil estava estritamente ligada às atividades de comércio e colonização. Para Beni (2006), as pousadas e estalagens eram as principais formas de acomodação, principalmente em áreas urbanas e nas rotas de comércio. Esses estabelecimentos eram modestos e ofereciam acomodações básicas para viajantes e comerciantes.

O deslocamento dessas pessoas de suas residências para diferentes locais tinha uma variedade de razões. Sempre que se afastavam de casa por um período, precisavam de um lugar para se alojar durante a noite, com a finalidade de descanso e pernoite. Esses locais de alojamentos reuniam pessoas de diferentes origens e interações, sem levar em conta se os indivíduos já se conheciam ou não, conforme observado por Andrade (2000).

Pelo dever da caridade, os jesuítas e outras ordens religiosas acolhiam em seus conventos personalidades importantes e outros visitantes. Um exemplo disso ocorreu no mosteiro de São Bento, no Rio de Janeiro, em que uma ala exclusiva para hospedagem foi construída na segunda metade do século XVIII. No mesmo período, surgiram estalagens e casas de pasto no Rio de Janeiro, oferecendo acomodações, que mais tarde evoluíram para os precursores dos hotéis, afirmam Andrade, Brito e Jorge (2005).

No final do século XVIII, a cidade contava com cerca de 8 a 15 casas de pasto. Na segunda metade do século XIX, surgiram os primeiros estabelecimentos projetados especificamente para acomodação, que também ofereciam a comodidade de banheiros, marcando um avanço no setor de hospedagem, informa Campos (2005).

A partir dos anos 1950, os hotéis começaram a ser equipados com instalações específicas para atender à atividade hoteleira. Nesse período, a hotelaria passou a ser percebida como uma atividade de maior sofisticação. Além disso, houve incentivos do setor público para expandir e modernizar a infra-estrutura hoteleira, resultando em projetos significativos e independentes (Spolon & Trigo, 2002).

Um exemplo notável desse desenvolvimento foi o surgimento do Restaurante Ca'd'Oro, que deu origem ao primeiro hotel de luxo de São Paulo, já naquela época a cidade mais importante da América Latina, conhecido como "Grand Hotel Ca'd'Oro" (Spolon & Trigo, 2002).

A partir desse momento, a indústria dos meios de hospedagens no Brasil entra em expansão, à medida que as necessidades e expectativas dos viajantes se transformavam com o passar do tempo. Essas transformações na estrutura de acomodação não só aprimoraram o

conforto dos hóspedes, mas também desempenharam um papel fundamental no impulso do crescimento da indústria turística no país.

## **2.2 Classificação e tipologia dos meios de hospedagem**

A prática de classificar hotéis com base em um sistema de estrelas teve sua origem na Europa e, posteriormente, foi adotada em todo o mundo (Duarte, 2005). À medida que a indústria hoteleira crescia gradualmente e se tornava mais significativa no contexto do turismo e das viagens, surgiu a necessidade de assegurar a qualidade da acomodação para os clientes.

Como resultado, no final da década de 1960, iniciou-se a classificação oficial de estabelecimentos de hospedagem, com o objetivo de orientar os clientes sobre o que poderiam esperar de um determinado hotel. Além disso, essa classificação ajudou os proprietários de hotéis a compreenderem as adaptações necessárias em seus estabelecimentos para atender aos padrões estabelecidos por meio do sistema de estrelas (Castelli, 2006).

Já no Brasil, conforme mencionado por Vieira da Luz (1999), em 1978 o Conselho Nacional de Turismo (CNTur) estabeleceu um sistema de classificação para os estabelecimentos de hospedagem, a fim de fomentar o desenvolvimento de pacotes turísticos internacionais para o país. Esse sistema combinou critérios de presença/ausência e uma avaliação baseada em pontos, implicando na realização de duas inspeções anuais, conduzidas de forma surpresa e sem aviso prévio.

O sistema de classificação desempenha um papel fundamental na segmentação do mercado turístico hoteleiro. Ao classificar os estabelecimentos com base em critérios como qualidade, serviços ofertados, infra-estrutura e comodidades, tornam-se mais fácil identificar os diferentes segmentos de clientes que um hotel ou pousada pode atender.

De acordo com Kotler e Keller (2000), a segmentação envolve a divisão do mercado em grupos menores com base na semelhança entre os consumidores ou compradores. A formação de segmentos começa pela identificação de grupos que compartilham traços, gostos e características semelhantes, bem como por terem a mesma localização geográfica e atitudes e comportamentos de compra parecidos (Kotler & Keller, 2000).

Conforme com o Ministério do Turismo (MTur), os tipos de meios de hospedagem, com as respectivas características distintivas descritas na Tabela 01, bem como pela categoria (Tabela 02), a seguir:

**Tabela 01:** Características dos tipos de meios de hospedagem.

<b>TIPO DE MEIO DE HOSPEDAGEM</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>
HOTEL:	Estabelecimento com serviço de recepção, alojamento temporário, com ou sem alimentação, ofertados em unidades individuais e de uso exclusivo dos hóspedes, mediante cobrança de diária;
RESORT:	Hotel com infra-estrutura de lazer e entretenimento que disponha de serviços de estética, atividades físicas, recreação e convívio com a natureza no próprio empreendimento;
HOTEL FAZENDA:	Localizado em ambiente rural, dotado de exploração agropecuária, que ofereça entretenimento e vivência do campo;
CAMA E CAFÉ:	Hospedagem em residência com no máximo três unidades habitacionais para uso turístico, com serviços de café da manhã e limpeza, na qual o possuidor do estabelecimento reside;
HOTEL HISTÓRICO:	Instalado em edificação preservada em sua forma original ou restaurada, ou ainda que tenha sido palco de fatos histórico-culturais de importância reconhecida;
POUSADA:	Empreendimento de característica horizontal, composto de no máximo 30 unidades habitacionais e 90 leitos, com serviços de recepção, alimentação e alojamento temporário, podendo ser em um prédio único com até três pavimentos, ou contar com chalés ou bangalôs;
FLAT/APART-HOTEL:	Constituído por unidades habitacionais que disponham de dormitório, banheiro, sala e cozinha equipada, em edifício com administração e comercialização integradas, que possua serviço de recepção, limpeza e arrumação.

**FONTE:** Adaptado de Ministério do Turismo (2011).

**Tabela 02:** Categorias dos meios de hospedagem.

<b>TIPO DO MEIO DE HOSPEDAGEM</b>	<b>CATEGORIAS</b>
1) Hotel	1 a 5 estrelas
2) Resort	4 a 5 estrelas
3) Hotel Fazenda	1 a 5 estrelas
4) Cama e Café	1 a 4 estrelas
5) Hotel Histórico	3 a 5 estrelas
6) Pousada	1 a 5 estrelas
7) Flat/Apart-hotel	3 a 5 estrelas

**FONTE:** Adaptado de Ministério do Turismo (2011).

É fundamental destacar que o setor hoteleiro não apoiou o Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass) como um padrão viável, devido à inadequação da classificação hoteleira em relação à situação atual do país. É relevante, portanto, afirmar que há uma necessidade premente de que o MTur desenvolva uma nova abordagem para classificar os estabelecimentos hoteleiros. Essa nova classificação pode ser de grande importância para o setor hoteleiro, uma vez que poderá fornecer o suporte técnico,

o respaldo e o reconhecimento tanto para o novo sistema de hospedagem quanto para a diversidade de opções de acomodação existentes no Brasil (Aguiar; Brito & Perinotto, 2020).

### **2.3 Pet Friendly e Hospitalidade**

De acordo com um estudo conduzido pelo Instituto Pet do Brasil (IPB), o Brasil encerrou o ano de 2021 com um total de 149,6 milhões de animais de estimação, o que representa um aumento de 3,7% em relação aos 144,3 milhões do ano anterior. Os cães lideram essa estatística, com um contingente de 58,1 milhões, seguidos pelas aves canoras, que somam 41 milhões. Os gatos ocupam a terceira posição, com uma população de 27,1 milhões, seguidos de perto pelos peixes, que totalizam 20,8 milhões (IPB, 2021).

Além disso, há pequenos répteis e mamíferos, que somam 2,5 milhões. Todos esses animais de estimação são criados para interagir com os seres humanos por razões de afeto e atende a diversos propósitos, como terapia, companhia, lazer, auxílio a pessoas com necessidades especiais (ABINPET, 2023).

Conforme observado por Medeiros (2014) é evidente um aumento na presença de animais de estimação nos lares brasileiros, saindo da condição de meros habitantes do quintal e estabelecendo laços profundos de carinho e amizade com suas famílias. Esses animais que outrora eram vistos apenas como criaturas vivas ou usados para fins de proteção, agora são tratados como hóspedes de pleno direito.

Em alguns casos, eles são considerados mais do que isso, sendo vistos como membros da família, companheiros ou até mesmo como filhos. Alguns estudiosos chamam esse fenômeno de antropomorfismo, ou seja, a tendência de atribuir características, personalidades e traços humanos aos animais (Medeiros, 2014).

Segundo Costa (2006, p. 29), a presença de animais de estimação resulta em uma "melhoria substancial na qualidade de vida das pessoas". Isso se traduz em um aumento da sensação de felicidade, na redução da solidão e na promoção da saúde física e emocional. Em outras palavras, os animais têm um impacto notável na vida das pessoas, especialmente para aqueles que enfrentam "períodos estressantes de transição, como a aposentadoria", continua Costa (2006, p. 29).

A interação com animais, como evidenciado nas pesquisas compiladas por Capote e Costa (2011) e na discussão sobre os benefícios emocionais de conviver com cães, ressalta a importância da presença de animais na vida das pessoas para promover o bem-estar e o desenvolvimento social e humano.

Para o movimento pet friendly, a percepção positiva dos serviços oferecidos está intimamente ligada à qualidade e ao bem-estar, em que esses aspectos são abordados com uma seriedade e responsabilidade excepcional devido à presença dos animais de estimação. Mauro Lantzman professor doutor em psicologia pela faculdade de Ciências Humanas da PUC argumenta que "promover o bem-estar significa compreender as necessidades do animal e o que ele precisa para prosperar a partir da perspectiva do próprio animal" (Dos Quintais, 2015, p. 16). Para os tutores, proporcionar essa sensação de bem-estar aos seus animais pode ser até mais importante do que a própria sensação de bem-estar deles.

O setor de hospedagem para animais de estimação no Brasil ainda é relativamente recente, com os primeiros registros de estabelecimentos que oferecem acomodação para pets datando de 1992. Nessa época, a rede de hotéis Del Valle foi pioneira ao introduzir serviços dedicados aos animais de estimação, promovendo essa novidade com o lema "Valle Hotel, o melhor amigo do hóspede". Esse slogan era sugestivo e visava a promover o novo serviço, atraindo assim novos hóspedes, como explicam Afonso *et al.* (2008).

Por volta do ano de 1998, além dos recursos financeiros gerados internamente que o Brasil estava recebendo, principalmente do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), o setor hoteleiro começou a chamar a atenção de investidores estrangeiros. Isso levou ao aparecimento de cadeias hoteleiras estrangeiras e à busca contínua por uma variedade de serviços e características competitivas distintas nos hotéis (Amazonas, 2007 apud Afonso *et al.*, 2008).

A partir desse ponto, as empresas perceberam que a segmentação poderia ser uma oportunidade para superar a competição. Conforme mencionado pelo diretor de operações da Accor Hotels, os diferentes segmentos e marcas permitem que os investidores ajustem de maneira mais eficaz o investimento planejado (Souza, 2007 apud Afonso *et al.*, 2008).

Machado *et al.* (2017) enfatizam a importância de compreender a interação entre o anfitrião e o hóspede no contexto das atividades ligadas à hospedagem, descrevendo a necessidade de satisfazer essa interação como uma expressão de hospitalidade. Esses autores sustentam que essa relação desempenha um papel fundamental na promoção do bem-estar das partes envolvidas.

De acordo com Medeiros (2014), o principal impulso para esse setor decorre da crescente humanização dos animais de estimação, o que resulta das transformações nos modos de vida das pessoas. Além disso, a autora ressalta que, inicialmente, a crescente demanda por viagens com animais de estimação era vista pela indústria do turismo como um desafio

particularmente para os hotéis. No entanto, nos dias de hoje, é considerada uma característica competitiva vantajosa para as instalações que optam por oferecer esse serviço.

Santos (2017) também observa em seu estudo que nos dias de hoje, os animais de estimação são considerados como membros da família por seus tutores, participando ativamente das atividades diárias, incluindo viagens. Essa tendência gera uma demanda por infra-estruturas adequadas para garantir uma estadia satisfatória, uma vez que é essencial compreender que essas pessoas buscam estabelecimentos que os recebam junto com seus animais de maneira acolhedora e hospitaleira.

De acordo com uma pesquisa conduzida pelo Booking.com, 46% dos viajantes brasileiros escolhe acomodações que permitem a presença de animais de estimação ao selecionar um destino para suas férias, um número significativamente superior à média global de 31%. Além disso, na mesma pesquisa, 43% dos viajantes expressaram o desejo de reservar acomodações em suas futuras viagens com base no critério de serem amigáveis para animais de estimação (Martins, 2023).

### **3. METODOLOGIA**

A pesquisa teve como local de estudo um meio de hospedagem na cidade de Luís Correia, Nordeste brasileiro, situado ao norte do estado do Piauí. Trata-se do município com maior extensão de litoral com cerca de 46 km, mais da metade da área litorânea de todo o estado. Com população estimada de 30.641 pessoas no último censo de 2022 (IBGE, 2023). O trabalho foi conduzido a partir de uma pesquisa de natureza qualitativa, focada na coleta e análise de dados para explorar os impactos do conceito "pet friendly" na satisfação dos hóspedes e na fidelização de clientes em um meio de hospedagem.

De tipo descritiva, a pesquisa Segundo Gil (1999), tem como finalidade principal a descrição das características de determinada população ou fenômeno, ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Dessa forma, a pesquisa buscou descrever o modo com os hóspedes de um meio de hospedagem argumentam sobre o conceito pet friendly.

A estratégia de pesquisa, segundo Appolinário (2013), foi realizada mediante o uso de alguma técnica ou instrumento de pesquisa. Em relação à fonte e ao local de pesquisa, foi utilizada uma pesquisa de campo, realizada com hóspedes de um meio de hospedagem que oferta o tipo de serviço em estudo, que será o local de coleta de informações.

Na pesquisa, foram realizadas entrevistas de campos com os hóspedes que estávamos hospedados com o seu pet na pousada. Nessa etapa, não houve dificuldade ao abordar essas

pessoas para participarem da pesquisa. As entrevistas ocorreram em três finais de semana do mês de dezembro de 2023, período de alta temporada no meio de hospedagem. Foram realizadas no horário do café da manhã, onde os tutores levam os pets e colocam em um espaço destinado a eles, facilitando essa etapa da pesquisa.

A entrevista foi realizada com um questionário com seis perguntas abertas sobre a experiência no meio de hospedagem que oferta o serviço pet friendly, quais as motivações para a escolha e se influencia diretamente no momento da reserva. Desse modo, permite-se uma análise comparativa que possibilita à compreensão das diferenças e semelhanças nas experiências e percepções, sendo fundamental para entender como a oferta de serviços pet friendly afeta a satisfação geral dos hóspedes, além de identificar áreas que podem ser melhoradas.

Participaram da pesquisa cinco pessoas, sendo todas mulheres. Quatro delas utilizaram o serviço de pet friendly, enquanto apenas uma fez a reserva sem o animal. Os participantes tiveram seus nomes alterados por nomes fictícios para preservar a confidencialidade das informações e proteger suas identidades. No entanto, as idades e as cidades de origem são genuínas.

Os participantes são: Ana (39 anos, natural de Teresina, PI), Maria (45 anos, natural de Teresina, PI), Antônia (26 anos, natural de Castelo do Piauí, PI), Clara (35 anos, natural de Teresina, PI) e Francisca (40 anos, natural de Teresina PI). As cinco participantes concordaram em participar voluntariamente após terem sido informadas sobre os objetivos da pesquisa. Durante esse período, não ocorreram atividades conflitantes ou situações que pudessem afetar adversamente a pesquisa.

#### **4 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Ao explorar o universo da hotelaria voltado para animais de estimação, é evidente a evolução do segmento em atendimento à crescente procura por espaços que acolham os pets. Como pesquisadora, acompanho de perto essa transformação ao longo dos últimos anos em função do exercício do trabalho em um meio de hospedagem.

Esse movimento, impulsionado pela valorização dos laços afetivos entre humanos e animais, representa uma transformação significativa na indústria hoteleira. Proporcionar um ambiente adaptado aos pets não é mais apenas uma alternativa, mas, sim, um fator distintivo que atrai turistas atualmente.

Nesse contexto, a Pousada Coqueiro Village tem ofertado o serviço a fim de manter uma carta de clientes mais abrangente. O estabelecimento disponibiliza um ambiente pet friendly sem custos adicionais, proporcionando, assim, um espaço para os pets, como pode se observar na figura 01. Com isso, é possível avaliar que meios de hospedagens que oferecem esses serviços têm potencial para receber uma resposta positiva dos hóspedes, conforme destacado por Santos (2017).

**Figura 01:** O Pet desfrutando do gramado destinado para que os hóspedes possam deixá-los enquanto aproveitam o café da manhã.



**Fonte:** Amanda Cristina de Souza da Silva, 26 de novembro de 2023.

Com isso, há a compreensão acerca da importância desse novo segmento na experiência hoteleira. Ao reconhecer o elo entre tutores e os animais de estimação, a pousada tem proporcionado um modelo de estadia que busca o acolhimento, tanto para os hóspedes como para os pets, maximizando a satisfação dos primeiros.

Com uma estrutura planejada, as instalações são projetadas para atender às necessidades dos animais, garantindo conforto, segurança e diversão como pode se observar nas figuras 02 e 03. Desde áreas de lazer especiais até comodidades no próprio quarto, a referida pousada busca assegurar que os pets se sintam tão bem acolhidos quanto os tutores. Para isso, seguem as palavras de uma hóspede, Ana: “[...] a facilidade, né? Porque a gente quer andar com o nosso bichinho, não quer deixar com outras pessoas no hotel. Então, essa facilidade, esse acolhimento foram muito importantes pra gente”.

Ana corrobora essa abordagem enfatizando a importância dessa comodidade para os tutores. Ela destaca a facilidade proporcionada pelo meio de hospedagem, evidenciando o desejo de estar junto de seus animais durante a estadia, sem ter que recorrer a deixá-los com

terceiros. Isso realça a relevância de uma hospedagem que ofereça não apenas acomodações adequadas para os pets, mas também um ambiente que reconheça e valorize a relação próxima entre os donos e seus animais de estimação.

**Figura 02:** Espaço destinado aos animais de estimação.



**Fonte:** Amanda Cristina de Souza da Silva, 10 de janeiro de 2024.

**Figura 03:** A pousada disponibiliza sacos para recolher as fezes dos animais.



**Fonte:** Amanda Cristina de Souza da Silva, 10 de janeiro de 2024.

Em sentido semelhante, Maria e Antônia também descrevem os benefícios de se hospedar em uma pousada com o serviço pet friendly:

*[..] principalmente esse (momento) agora no café da manhã. A gente pode tomar um café tranquilamente, deixar o pet aqui e depois pegá-lo ou ficar com ele um pouco também. Isso ajuda muito [..]. Foi a primeira vez que a gente veio e trouxe a Júlia (cadela de estimação) pra cá. Eu achei que foi perfeita. E toda vez que a gente vir e ela tiver a oportunidade de vir com a gente, com certeza ela virá pra cá.*

*A estrutura também (ajuda), porque a gente pode ver que tinha esses princípios que vocês publicaram e, assim, a gente imaginou. Porque, de fato, não pode, na área de alimentação, não estar com pet. Então a gente só pensou [..]. Como costumamos ser só nós dois viajando, então teria como ela ficar ali enquanto a gente se alimentava, né? E também a questão que é um espaço que dá pra gente brincar com ela, aproveitar. Que no nosso dia-a-dia, a gente não consegue muitas vezes, né? Até por ser todo empedrado o quintal.*

Maria expressa sua satisfação com a experiência, evidenciando que foi a primeira vez que trouxe sua cadela (figura 04) para essa hospedagem e que ficou satisfeita com a oferta do serviço. Sua disposição em retornar com a cadela em futuras visitas destaca a importância para os tutores de encontrar estabelecimentos que ofereçam acomodações que valorizem e incluam seus animais de estimação, contribuindo positivamente para a experiência de viagem de toda a família.

Já para Antônia, a importância da presença do animal no espaço específico é essencial. Também menciona a conveniência de viajarem principalmente em dupla, o que a levou a imaginar e planejar um espaço no qual seu animal de estimação possa permanecer enquanto ela e se companheiro se alimentam, evidenciando uma inclusão ativa do animal nas atividades cotidianas do casal.

Além disso, ressalta o valor do espaço como uma área onde podem brincar e interagir com o animal, algo que, segundo ela, é limitado em seu dia-a-dia devido ao quintal ser totalmente empedrado. Isso mostra sua preocupação não apenas com a funcionalidade do ambiente para a alimentação, mas também com a qualidade do tempo de lazer e interação que podem desfrutar com o animal de estimação. Essa fala reflete uma abordagem inclusiva ao considerar não só as necessidades diretas dos hóspedes, mas também as do seu animal no planejamento do espaço.

**Figura 04:** Cadela Júlia no espaço pet da pousada.



**Fonte:** Amanda Cristina de Souza da Silva, 03 de janeiro de 2024.

Ao se questionar sobre a importância das práticas adotadas pela pousada para realização desse serviço, Maria relatou em sua fala:

*[...] foi justamente essa iniciativa, né? De deixar claro que recebe, não precisa ir perguntar. Já foi bem claro que não teria [valor] adicional, que são bem recebidos. [...]hoje em dia também as pessoas estão bem mais conscientes, né? Por exemplo, eu sei que ela não pode estar na área de alimentação e tudo, que se ela fizer algo, deixar algum resíduo (cocô), eu tenho que ir lá e pegar. Hoje em dia as pessoas também estão mais conscientes, né? Eu acho também que essa contrapartida também é muito importante.*

Maria realça a iniciativa da pousada em deixar claro que os pets são bem-vindos, sem a necessidade de perguntar. Além disso, destaca a transparência sobre a ausência de custos adicionais. Ademais, ressalta a conscientização das pessoas em relação às responsabilidades ao levar seus pets consigo, como a não permissão na área de alimentação e a necessidade de recolher qualquer resíduo deixado pelo animal. Essa consciência mútua entre estabelecimento e hóspedes é apontada por Maria como um elemento crucial para o sucesso e a boa prática da oferta do serviço pet friendly.

No caso de Francisca, uma hóspede sem animal de estimação, enfatizou a necessidade do estabelecimento de hospedagem em preservar a harmonia entre os dois perfis de clientes:

*[...] aí teria que ver as políticas do hotel. Mas aí no caso é aquela questão, quando você traz um cachorro para um ambiente desse, geralmente o cachorro tem que ficar adestrado. Então, o hotel, eu acredito que o hotel o receba vacinado. Com aquela responsabilidade também do tutor de cuidar do seu animal.*

Neste contexto, a observação de Francisca ressalta a importância de estabelecer e manter uma convivência harmoniosa entre hóspedes com e sem animais de estimação. Sua menção às políticas do estabelecimento indica a necessidade de considerar as diretrizes específicas relacionadas à presença de animais. A discussão sobre a necessidade de os animais estarem adestrados destaca a preocupação com o comportamento dos pets para garantir um ambiente tranquilo. Além disso, a ênfase na responsabilidade do tutor destaca a importância da colaboração entre hóspedes e estabelecimento para uma experiência positiva e respeitosa para ambos os perfis de clientes. Na figura 05 representa as políticas do meio de hospedagem em relação aos pets.

**Figura 05:** Divulgação da pousada que aceita animais de estimação na rede social, Instagram.



**PET friendly**

**POUSADA COQUEIRO VILLAGE**

Receber você e seu Pet será uma grande alegria. E para tornarmos a experiência ainda melhor, contamos com as regras:

- 1 - Para circular nas instalações da pousada, mantenha sempre seu pet com guia e coleira.
- 2 - Proibido o trânsito do pet nas áreas referentes ao restaurante e piscina.
- 3- É de responsabilidade do tutor a limpeza de dejetos do seu pet, contamos com saquinhos de coleta gratuitos próximo ao gramado.
- 4- Os pets são aceitos nas instalações da pousada tanto para hospedagem quanto para visitação.
- 5- Em caso de danifica o ao mobiliário, roupa de cama ou banho, será cobrado ao tutor uma taxa de reposi o para os itens.

Traga seu amigo junto com você!

**POUSADA COQUEIRO VILLAGE**

Fonte: Pousada Coqueiro Village, 06 de janeiro de 2024

Sobre a percepção acerca da oferta do serviço pet friendly nesse meio de hospedagem, é possível afirmar, conforme Clara, uma relação de bem-estar do hóspede com a pousada em função do serviço em evidência:

*[A pousada é] maravilhosa! Minha filha (cadela) está sendo muito bem recebida. Eu acho importante essa visão que vocês têm de entender que, hoje em dia, um pet é um filho. Não é mais só um bicho [...]. É um lugar que ela é bem recebida, bem tratada, que não fica aquele "olhar torto". Com certeza, para mim, que hoje em dia eu tenho um pet, eu sei como isso faz uma diferença.*

Clara expressa uma perspectiva cada vez mais comum sobre os serviços pet friendly em meios de hospedagem. Ela destaca a importância de ser bem recebida e tratada juntamente com seu animal de estimação, ressaltando como essa atitude reflete uma compreensão atual de que os pets são considerados membros da família. Sua experiência positiva é relevante, pois evidencia a diferença que faz sentir-se acolhida e não enfrentar julgamentos ou olhares negativos devido à presença do animal. Isso reforça a relevância desses serviços para atenderem não apenas às necessidades dos clientes, mas também de seus animais de estimação.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Os meios de hospedagens estão se voltando para um segmento emergente que está ganhando espaço no atual cenário de mercado. Eles reconhecem um novo tipo de consumidor e suas conexões por meio do apego emocional ao consumo. Esse mercado em ascensão está direcionado para novos serviços especializados nos quais a expressão "pet friendly" é amplamente utilizada na publicidade dos estabelecimentos. Isso indica uma tendência em busca de empreendimentos preocupados não só com o bem-estar dos consumidores, mas também com todos os membros da família, incluindo os animais de estimação no caso do movimento pet friendly.

Considerando os avanços no setor de hospedagem e a crescente demanda por serviços pet friendly, a análise do caso da Pousada Coqueiro Village revela não apenas a importância, mas também o impacto positivo de estratégias voltadas para a inclusão de animais de estimação. O estudo evidencia não só a receptividade dos clientes a essa abordagem, mas também os benefícios para a própria pousada, como a fidelização dos hóspedes e o aumento da competitividade no mercado.

Além disso, ressalta a necessidade de políticas claras e práticas eficazes para garantir a harmonia entre os animais, os clientes e o ambiente. A compreensão das expectativas dos

hóspedes e a adaptação às suas necessidades são elementos fundamentais para o sucesso do serviço pet friendly, promovendo uma experiência positiva e satisfatória para todos os envolvidos.

A capacidade de adaptar-se às expectativas dos clientes e criar espaços onde os pets são bem-vindos e acolhidos não apenas fortalece a lealdade dos hóspedes, mas também gera uma imagem positiva para o estabelecimento. Isso se traduz em maiores taxas de ocupação, satisfação do cliente e vantagem competitiva.

Portanto, a importância do segmento pet friendly na hotelaria na atualidade não se resume apenas em atender a uma demanda específica. Reflete, pois, uma mudança cultural e a evolução do entendimento sobre o que significa oferecer um serviço verdadeiramente inclusivo e personalizado. Investir nesse segmento não só é estratégico, mas, também, é reflexo do compromisso em proporcionar experiências exitosas e satisfatórias para todos os membros da família, incluindo os pets

## REFERÊNCIAS

ABINPET. (2023). *Mercado pet*. Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação, 1(1), Senac São Paulo.

Afonso, T., Berdasco, L., Medeiros, T., & Rejowski, M. (2008). *Mercado pet em ascensão - Hotelaria para cães e gatos em São Paulo*. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, 2(4), 102-123.

Aguiar, F. L. S., Brito, A. S., & Perinotto, A. R. C. (2020). *Uma análise do antigo Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem a partir do Complexo Turístico do Porto das Dunas, Fortaleza/Brasil*. Revista de Turismo Contemporâneo, 8(2), 168-197.

Andrade, J. V. (2000). *Turismo: Fundamentos e Dimensões*. 8.ed. Ática.

Andrade, N., Brito, P. L., & Jorge, W. E. (2005). *Hotel: planejamento e projeto*. Editora Senac São Paulo.

Apolinário, F. (2013). *Metodologia da ciência: filosofia e prática da pesquisa*. Pioneira Thomson Learning.

Beni, M. C. (1997). *Análise estrutural do turismo*. Editora Senac São Paulo.

Campos, J. R. V. (2005). *Introdução ao Universo da Hospitalidade*. Papyrus.

Capote, P. S. O., & Costa, M. P. R. (2011). *Terapia Assistida por Animais (TAA): aplicação no desenvolvimento psicomotor da criança com deficiência intelectual*. Editora UFSCar.

Castelli, G. (2006). *Hospitalidade: na perspectiva da gastronomia e da hotelaria*. Saraiva.

Censo Pet. (2022). *Com alta recorde de 6% em um ano, gatos liberam crescimento de animais de estimação no Brasil*. Instituto Pet Brasil. Acesso em: 23 out. 2023.

Costa, E. C. (2006). *Animais de estimação: uma abordagem psico-sociológica da concepção dos idosos*. (Dissertação de Mestrado em Saúde Pública). Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza.

Dos Quintais para os Corações. (2015). *Informativo CRMVSP*, 60(22), 12. Recuperado de <https://crmvsp.gov.br/3d-flip-book/edicao-60/>

Duarte, V. V. (2005). *Administração de sistemas hoteleiros: conceitos básicos*. 3.ed. Editora Senac.

Ferreira Junior, L. S. L., Brambilla, A., & Vanzella, E. (2022). *PET FRIENDLY: um estudo aplicado à hotelaria*. Editora Senac São Paulo.

Fulber, S. (2011). *Atividade e terapia assistida por animais*. Trabalho de conclusão de curso, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Gil, A. C. (1999). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 5.ed. Atlas.

Gonçalves, M. H. B., & Campos, L. C. de A. M. (1998). *Introdução a Turismo e Hotelaria*. SENAC Nacional.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2000). *Administração de marketing*. 10.ed. Pearson Education do Brasil.

Machado, B. L., Pereira, D. de F. T., Oliveira, S. G. de, & Cunha, T. A. da. (2014). *Turismo e o Segmento Pet*. SENAC Nacional.

Martins, M. P. (2023). *Turismo Pet Friendly aumenta no Brasil*. Folha de Pernambuco.

Medeiros, R. A. de. (2014). *A aceitação dos "pets" na hotelaria da cidade do Rio de Janeiro*. Universidade Federal Fluminense.

Portaria Nº 100, de 16 de Junho de 2011. *Institui o Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass), cria o Conselho Técnico Nacional de Classificação de Meios de Hospedagem (CTClass) e dá outras providências*.

Santos, J. Y. F. dos. (2017). *A hospitalidade em meios de hospedagem pet friendly: uma análise em hotéis da zona sul do Rio de Janeiro*. Monografia, Universidade Federal Fluminense. Recuperado de <https://app.uff.br/riuff/handle/1/5169>

Spolon, A. P. G., & Trigo, L. G. G. (2002). *Meios de hospedagem – Panorama histórico da hotelaria brasileira: dos primórdios até os dias atuais*. SENAC São Paulo.

Trigo, L. G. G. (Org.). (2002). *Viagem na memória: guia histórico das viagens e do turismo no Brasil*. Editora SENAC.

Vieira da Luz, M. C. (Org.). (1999). *Análise setorial: a indústria hoteleira, em panorama setorial*. Gazeta Mercantil. Gazeta Mercantil.