

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA

SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

DEPARTAMENTO DE TURISMO

KARLA CRISTINNI CANTERI

HOTELARIA ADAPTADA PARA ANIMAIS: UMA NOVA TENDÊNCIA NO  
MERCADO TURÍSTICO, UM ESTUDO DE CASO: HOTEL RADISSON EM  
CURITIBA - PR

PONTA GROSSA

2013

KARLA CRISTINNI CANTERI

HOTELARIA ADAPTADA PARA ANIMAIS: UMA NOVA TENDÊNCIA NO  
MERCADO TURÍSTICO, UM ESTUDO DE CASO: HOTEL RADISSON EM  
CURITIBA - PR

Trabalho de conclusão de curso  
apresentado para obtenção de título  
de Bacharel em Turismo na  
Universidade Estadual de Ponta  
Grossa

Orientadora: Prof. Ms. Larissa  
Mongruel Martins de Lara.

PONTA GROSSA

2013

KARLA CRISTINNI CANTERI

HOTELARIA ADAPTADA PARA ANIMAIS: UMA NOVA TENDÊNCIA NO  
MERCADO TURÍSTICO, UM ESTUDO DE CASO: HOTEL RADISSON EM  
CURITIBA – PR

Trabalho de conclusão de curso apresentado para obtenção de título de Bacharel em Turismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa, Área de Hotelaria.

Ponta Grossa, 21 de Outubro de 2013.

Profa. Ms. Larissa Mongruel Martins de Lara – Orientadora  
Mestre em Engenharia de Produção  
Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Med Vet. Karoli Bobato Regailo  
Especialista em Saúde Pública

Prof. Ms. Carlos Alberto Maio  
Mestre em História  
Universidade Estadual Paulista Júlio Mesquita Filho

Dedico esse trabalho primeiramente a Deus por estar sempre me guiando pelos melhores caminhos, aos meus familiares que sempre me incentivam e dão força para que eu alcance meus objetivos e a todos que de alguma forma me auxiliaram nessa caminhada.

## AGRADECIMENTOS

*Agradeço primeiramente a Deus por  
minha vida e por me encaminhar  
por caminhos corretos e seguros.*

*A minha Família que me dá forças e  
sempre me apoia nas escolhas que faço.*

*A minha orientadora, Professora Mestre  
Larissa Mongruel Martins de Lara, por me orientar  
e auxiliar na construção do meu trabalho.*

*Aos meus amigos e amigas em especial  
Luana Ap<sup>a</sup>. Trzaskos, Ana Flávia Dropa e  
Jéssica Baum, que estiveram sempre  
comigo nas horas mais difíceis dessa caminhada  
e por fazerem parte da minha vida.*

*"Experimente olhar fundo nos olhos de um animal e, por um instante apenas, troque de lugar com ele. Você verá que a vida dele se tornará tão preciosa quanto a sua - e você se tornará tão vulnerável quanto ele. Portanto, ame-o e, acima de tudo, respeite-o" (Karla Precioso).*

## **RESUMO**

O dinamismo na indústria hoteleira esta cada dia mais presente no mercado desse setor. As adaptações realizadas para agradar seus clientes estão tornando-se regra para a empresa que deseja manter-se no mercado. A hotelaria voltada para a recepção de pessoas com seus animais é um dos fatores que mais vem ganhando espaço nesse leque de inovações. O aumento de produtos e serviços relacionados a animais de estimação demonstram que as pessoas estão cada dia mais apegadas a seus pets e os querem mais perto de si em quase todas as situações de lazer e cotidiano como passeios, restaurantes, viagens e hospedagens longe de casa. Esse trabalho apresenta um estudo sobre as adaptações feitas para receber hóspedes com animais de estimação no Hotel Radisson em Curitiba, demonstrando se essas mudanças auxiliaram de alguma forma o hotel e enfatiza o crescimento do mercado pet no Brasil e no mundo. A metodologia utilizada foi de cunho qualitativo com buscas de dados sobre o tema em materiais bibliográficos e por meio de aplicação de um questionário ao hotel. O resultado da pesquisa e dos objetivos propostos apontou que as adaptações foram viáveis para o hotel e possibilitaram um retorno considerável em relação aos investimentos efetivados.

**Palavras-chave:** Hotelaria, Inovação, Pets.

## **ABSTRACT**

The dynamism in the hotel industry this increasingly present in this sector market day. The adaptations to please their customers are becoming rule to the company you want to remain on the market. The hotel faces the reception of people with their pets is one of the factors that has been gaining ground in this range of innovations . The increase in products and services related to pet shows that people are every day more attached to their pets and want them closer to each other in almost all situations and everyday as leisure tours, restaurants , travel and lodging away from home . This paper presents a study of the adaptations made to welcome guests with pets at the Radisson Hotel in Curitiba , demonstrating that these changes helped somehow the hotel and emphasizes the growing pet market in Brazil and worldwide. The methodology used was a qualitative study with data searches on the topic in bibliographic materials and through a questionnaire to the hotel . The result of the research and the proposed objectives pointed out that the adjustments were viable hotel and enabled a considerable return on investments effected .



## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 01 - Crescimento Econômico Brasil x Mundo PIB (%) 2002-2009.....	24
Figura 01 - Mapa de localização.....	37
Figura 02 - Apartamento Luxo.....	38
Figura 03 - Apartamento Bussiness Class.....	38
Figura 04 - Sala de Eventos.....	40
Figura 05 - Restaurante.....	40
Figura 06 - <i>Lobby</i> .....	40
Figura 07 - Area de lazer.....	41
Figura 08 - Fachada.....	44

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 - Hotéis e Pousadas das Regiões Sul e Sudeste que recebem animais.....32

Tabela 2: Número de hotéis que aceitam animais por Estado.....34

## SUMÁRIO

<b>RESUMO</b> .....	6
<b>ABSTRACT</b> .....	7
LISTAS DE ILUSTRAÇÕES.....	8
LISTAS DE TABELAS.....	9
<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	11
<b>2. TURISMO E HOTELARIA</b> .....	14
2.1.1 Evolução da Hotelaria.....	18
2.1.2 Hotelaria na Idade Média.....	19
2.1.3 Hotelaria na Idade Moderna.....	20
2.1.4 Hotelaria na Idade Contemporânea.....	21
2.1.5 Hotelaria no Brasil.....	22
<b>3. HOTELARIA ATUAL</b> .....	25
3.1.1 A Hotelaria e suas Inovações.....	26
3.1.2 Motivação.....	31
3.1.3 Hotéis que aceitam animais Sul e Sudeste.....	32
<b>4. ESTUDO DE CASO HOTEL RADISSON</b> .....	36
4.1.1 Histórico.....	36
4.1.2 Localização.....	36
4.1.3 Infraestrutura e Serviços.....	37
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	45
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	47
<b>ANEXO</b> .....	51
<b>APÊNDICE</b> .....	53

## 1. INTRODUÇÃO

A hotelaria é um segmento extremamente diversificado no mundo todo e a cada dia novas tendências e sugestões de novos meios de hospedagem surgem no mercado. A hotelaria adaptada para a recepção de hóspedes com animais de estimação está entre as muitas inovações que surgem no mercado e possibilita que o turista que deseja ao viajar com seu *pet* revejam novas possibilidades na atividade turística. O mercado de produtos e serviços voltados para esse ramo vem crescendo significativamente no mundo, tornando-se uma atividade lucrativa e com novas expectativas de investimentos.

Com o aumento efetivo de afeto e proteção mais evidente aos animais, pode-se identificar que a relação homem – animal vem tornando-se cada vez mais clara e compacta, possibilitando um interesse maior das pessoas em atividades que envolvam seus animais. Com isso, investimentos na hotelaria para a adaptação de hospedagem do animal junto ao seu dono nas viagens, vêm crescendo constantemente, assim como os pacotes direcionados para os animais, como serviços de *SPA*, recreação, alimentação diferenciada, entre outros.

O tema escolhido se justifica pelo evidente crescimento desse segmento e pela expectativa lucrativa que se pode gerar, tendo também como um importante campo de estudo não muito explorado, com isso pesquisas nessa área auxiliaram no crescimento e desenvolver do tema. Sendo assim o trabalho foi realizado com base nas novas tendências que o mercado vem criando para a fidelização de seus clientes e com isso a diferenciação da grande concorrência no mercado hoteleiro.

Esse estudo tem o objetivo de apresentar dados e informações sobre a hotelaria adaptada para animais e apresentar um estudo de caso sobre esse tema. O trabalho será elaborado com base em uma pesquisa exploratória através de obtenção de dados em artigos científicos, sites relacionados ao tema e livros referentes ao assunto. A pesquisa também será realizada de forma qualitativa, a partir da aplicação de questionário junto ao Hotel Radisson

referente ao estudo de caso, para obtenção de informações sobre as adaptações realizadas no hotel.

Com as grandes mudanças na hotelaria em termos de serviços, investimentos, comodidades e diferenciais, a concorrência esta a cada dia mais presente, e formas de se manter no mercado estão também mais difíceis atualmente. Em relação a essas perspectivas e diferencial no mercado hoteleiro em que medida as adaptações para a recepção de hóspedes com animais de estimação no hotel Radisson em Curitiba favoreceu a diária média do hotel, sua demanda e posicionamento no mercado.

O objetivo geral desse trabalho é identificar as mudanças realizadas no Hotel Radisson – Curitiba para receber hóspedes com animais de estimação e suas atribuições para o hotel.

O trabalho traz objetivos específicos que auxiliam no conhecimento de dados e novidades que o mercado hoteleiro propõe para a diferenciação da concorrência e a fidelização de seus clientes. Dentre esses objetivos estão analisar o crescimento desse novo segmento no país e demonstrar dados através de pesquisa exploratória, identificar a motivação e o aumento das viagens das pessoas com seus animais para os destinos turísticos e investigar como esse segmento vem tornando-se um diferencial para a hotelaria e verificar quais os diferenciais desses serviços para animais.

O presente trabalho foi dividido em três capítulos, no primeiro capítulo é apresentada a relação que existe entre a atividade turística e a hotelaria, demonstrando os aspectos que o turismo contém e evidenciando sua ligação com a atividade hoteleira. Esse capítulo trata também de uma breve evolução da hotelaria, onde se relatam datas e acontecimentos importantes que marcaram a história e o desenvolvimento desse segmento no mundo e no Brasil, desde seu provável surgimento até os dias atuais, além de dados referentes ao mercado hoteleiro nacional.

O segundo capítulo tem como título “A hotelaria e suas inovações”, onde é relatado como a hotelaria vem criando alternativas para diferenciar-se no amplo mercado, com inovação em tecnologias, conforto, praticidade,

segurança e outros serviços diferenciados. A primeira parte do capítulo revela como os serviços para hóspedes com animais de estimação, vem ganhando espaço e sendo exigido constantemente por consumidores no mercado. A motivação que leva as pessoas a viajarem e conviverem mais com seus animais também está presente nesse capítulo, demonstrando que as pessoas estão cada dia mais ligadas aos animais e desejam, viajar, conviver, divertir-se mais com seus *pets*. Nesse capítulo estão presentes também alguns hotéis da região sul e sudeste que aceitam que seus hóspedes levem seus animais para o hotel.

No capítulo três foi realizado um estudo de caso do Hotel Radisson localizado na cidade de Curitiba, onde foram pesquisadas as alterações realizadas pelo hotel para que pudessem atender hóspedes com animais, quais os serviços que realizam, o que oferecem, quais os custos e se foi viável a mudança para esse novo serviço. Também foi analisada a presença desses animais no setor turístico o que vem trazendo novos serviços e melhorias no mercado turístico.

## 2. TURISMO E HOTELARIA

O turismo é um fenômeno que vem tornando-se cada vez mais importante e presente em todo o mundo, influenciando os aspectos sociais, culturais e econômicos. Isso se deve ao grande potencial que a atividade turística apresenta em relação à troca de culturas, de preservação ambiental, de desenvolvimento humano e financeiro para a localidade receptora.

De acordo com Torre (1991, p.12), o desenvolvimento do turismo se dá quando há muitos séculos, o ser humano já se deslocava muitas vezes por lazer, como na antiga Grécia onde as pessoas procuravam se deslocar de seu local fixo de residência para assistirem a realização dos jogos olímpicos ocorridos em Olímpia na Grécia a cada quatro anos. De acordo com McIntosh (apud BARRETO, 1995, p. 44) acredita-se que o turismo surgiu com os fenícios sendo os primeiros viajantes, pois a eles são atribuídos os inventos do comércio e logo da moeda.

Ainda em relação às viagens conforme Barreto (1995, p. 45) os romanos foram vistos como sendo os primeiros a viajar por prazer. Da cidade de Roma saíam contingentes importantes para diversos templos (religioso), festivais (lazer), rios e mares, e as águas termais (saúde). Ao mesmo tempo o desaparecimento do Império Romano, que fora invadido pelos bárbaros, aconteceu o declínio do comércio e o fim das viagens de prazer. Com o passar dos tempos às viagens começaram a ficar mais restritas e viajar por lazer intensificou-se após alguns anos com a evolução da sociedade. Desde então esse fenômeno evoluiu de forma muito ampla e dinâmica, e atualmente é uma atividade que se bem planejada pode ser e é umas das principais fontes de economia em muitos países.

Para melhor compreender este amplo fenômeno social e econômico é necessário citar alguns conceitos que auxiliem na “descoberta” sobre o que rege e faz essa atividade, como por exemplo, segundo De La Torre (1992, p.19):

“O turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que,

fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural.”

Ainda em relação a esse estudo, segundo a Organização Mundial do Turismo (1994), pode-se entender que:

“O turismo compreende as atividades de viagens de pessoas e alojamento em locais fora do seu ambiente usual durante não mais do que um ano consecutivo, por lazer, negócios e outros”.

De acordo com essa definição a estadia em locais diferentes da residência fixa é necessária na atividade turística, sendo assim torna-se de total importância à hotelaria para o desenvolvimento da atividade turística.

Muitos aspectos interligam-se ao turismo e este representa parte de sensações nas pessoas, ou melhor, nos turistas que utilizam o turismo de alguma forma. É visto como uma ferramenta que possibilita ao ser humano conhecer culturas diferenciadas e obter troca de relações sociais, além de um amplo leque de novas experiências que esse fenômeno possibilita.

De acordo com Beni (2006, p. 35) entende-se por turistas aqueles “visitantes temporários que permaneçam pelo menos vinte e quatro horas no país visitado, cuja finalidade de viagem pode ser classificada sob um dos seguintes tópicos: lazer (recreação, férias, saúde, estudo, religião e esporte), negócios, família, missões e conferências”.

A atividade turística se dá pela soma de aspectos tanto tangíveis como intangível o que resulta no produto turístico. Para Beni (2006, p.26) este é o “resultado da soma de recursos naturais e culturais e serviços produzidos por uma pluralidade de empresas”, o que resulta na oferta turística sendo compreendida como o conjunto de equipamentos, bens e serviços de alojamento, alimentação, recreação e lazer, de caráter artístico, social, cultural, entre outros, capazes de atrair um visitante (BENI, 2006, p.169).



O fator turismo vem elencando diversos aspectos os quais influenciam o sucesso da atividade, como a hotelaria, por exemplo, que é foco dessa pesquisa, a qual vem desenvolvendo-se concomitantemente ao turismo desde os primeiros relatos de viagens e/ou deslocamentos das pessoas nos séculos passados, quando estes viajavam por diversos motivos, necessitavam de lugares para passarem a noite ou descansarem e assim foram criadas muitas casas de hospedagem que se chamavam hospedarias.

Quando se fala em equipamentos e bens e serviços de alojamento na definição de oferta turística, relata-se sobre as formas de hospedagem existentes para atender o turista e os serviços prestados ao público para um melhor desenvolvimento franco da atividade turística, assim como também a infraestrutura de apoio que é essencial na prestação de serviços turísticos.

Pode-se entender por um hotel segundo Torre (2001, p. 29) como sendo uma “instituição que oferece ao visitante, alojamento, alimentação e bebida, bem como entretenimento e hospitalidade, e que por finalidade obter lucro”.

Com o desenvolvimento da atividade turística nacional e em nível mundial, foi necessário que os governos criassem uma classificação dos meios de hospedagem para fins de orientar a sociedade em termos de tipos de estabelecimentos de hospedagem, quais os serviços, valores e categorias oferecidas por estes. Os tipos de classificação são:

Segundo Beni (1997, p. 68) é dividida em três:

- Auto-classificação, ou sem classificação: para meios de hospedagem que possuam uma administração familiar, onde as normas são criadas pelos próprios proprietários, sem seguir nenhuma normativa.
- Classificação privada: são normas criadas por órgãos e empresas privadas.
- Classificação formal: são as normativas implantadas por órgãos oficiais como a EMBRATUR.

Os meios de hospedagem desde seus primórdios estão ligados a questões de hospitalidade, do bem receber do ser humano. A hotelaria em qualquer lugar turístico ou não é o fator principal que influencia diretamente o

que o visitante vai achar do local, sendo assim é necessário que para o funcionamento favorável e com retorno tanto para o setor hoteleiro como também para a comunidade em geral, é importante que este segmento esteja diretamente ligado as formas de hospitalidade.

De acordo com Walker (2002, p. 34), a hospitalidade com o próximo é algo que surgiu a muitos anos e pode-se dizer que é um dos se não o mais importante fator para um desenvolvimento positivo da atividade turística em qualquer lugar. A hospitalidade é vista como o cartão de visita da sociedade receptora para com o turista, ou seja, se o visitante não é bem tratado em termos de hospedagem conseqüentemente o destino será afetado de forma direta.

Para compreender melhor sobre a relação turismo e hospedagem é necessário entender que ambos “caminham” aliados e para um funcionar o outro precisa ser eficaz. A hospitalidade pode ser entendida como a troca entre anfitrião e visitante, o que implica em câmbio de valores, crenças e sentimentos, o que torna-se muito importante e indispensável tanto para roteiros turísticos como também para a hotelaria. Segundo Beni (2006, p.210), “faz parte de a sociedade receber o próximo e atende-lo de forma agradável para que ocorra uma troca de costumes, gentilezas e valores”.

É necessário que qualquer local que pretenda viver ou trabalhar com a atividade turística “enxergue” o quanto a hotelaria e as formas de hospitalidade são essenciais para o sucesso de tal atividade, é um suporte que deve adaptar-se ao que o visitante almeja ou deseja na viagem, passar confiança, conforto e cordialidade. Castelli (2003, p. 36) declara que a “empresa hoteleira vem sofrendo, gradativamente, aperfeiçoamentos técnicos em seus equipamentos e instalações e mudanças relativamente ao seu posicionamento socioeconômico face às oscilações conjunturais”.

Beni (2006, p.29) relata que a qualidade na atividade turística refere-se ao serviço aliado ao produto e que o fator qualidade é o único critério que se impõe de maneira natural para determinar o êxito desses. Para melhor entender o termo hospitalidade tem origem do Latim “*hospitalitate*” e significa o

“ato de hospedar; a qualidade de quem é hospitaleira; a liberalidade que se pratica, alojando gratuitamente alguém; e por extensão acolhimento afetuoso”.

Para o sucesso de serviços hoteleiros no turismo o principal foco a ser seguido é agir priorizando o bom atendimento na recepção dos turistas, e verificar qual a melhor forma de atraí-los e mantê-los por mais tempo no destino. Por isso não basta apenas ter um hotel para o lucro surgir e sim ter uma boa administração e respeito aos diversos aspectos do mercado turístico.

Portanto o turismo necessita amplamente dos serviços de hospedagem e também que este busque novas alternativas de recepção, de hospitalidade e adaptação para atender a demanda elevada do mercado atual, possibilitando que a atividade turística e hoteleira ofereça qualidade e conseqüentemente alcancem o retorno almejado.

### 2.1.1 Evolução da Hotelaria

A Hotelaria segundo Candido (2003, p.27) teve origem devido ao comércio, pois foi através deste que as pessoas necessitavam sair de casa para comprar ou vender e passar a noite em locais diferentes. Por motivos sociais, religiosos e econômicos, o ser humano tem a prática de hospedar o próximo, a palavra hospedagem tem origem do latim *hospitium*, que significa hospitalidade.

Ainda para Candido (2003, p.27), os primeiros relatos de hospedagem podem ter ocorrido no tempo onde era necessário viajar para comprar ou vender produtos, ou seja, o comércio era praticado apenas com o deslocamento das pessoas. Sendo assim foram surgindo locais para que essas pessoas pudessem hospedar-se.

Como já citado os jogos Olímpicos na Grécia antiga, foram também os precursores para o surgimento das hospedarias, devido ao elevado número de visitantes que iam até a região para assistirem os jogos que duravam dias. Cerimônias religiosas e conquista por novas terras também provocavam o deslocamento das pessoas e conseqüentemente as práticas de hospedagem.

Em meados do século IV a.C, a península itálica era dominada pelo povo romano e com isso foram construídos diversos caminhos para a expansão do território. Muitos caminhos surgiram nessa época, onde ao longo de alguns destes surgiram muitos pontos de encontros de soldados chamados de tabernas, nos quais estes se divertiam ao longo de suas viagens. Com grandes caminhadas a pé ou com animais era necessário que os viajantes passassem a noite em casas particulares ou acampamentos primitivos.

Com a ampliação do Império Romano por meio das conquistas de novos territórios, novos locais de hospedagem surgiram. As estalagens na época ofereciam água, comida e abrigo aos animais pois eram o único meio de transporte mais rápido. Os viajantes eram acomodados de forma precária e perto de seus animais para que pudessem vigiá-los à noite. Quando se tratava de pessoas mais importantes e bem vistas na época, como representantes imperiais, as acomodações eram feitas em casa particulares com serviços de quarto e alimentação precária.

Muitos outros tipos de locais de hospedagem foram surgindo na época, como as hospedarias localizadas nas áreas hidrominerais da Grécia e só eram frequentados pela alta nobreza da época; os *mansiones* que eram estabelecimentos cadastrados pelo governo com fins de abrigar civis de classe alta; as *tavernas*, um híbrido de cozinha que tinha bebida, alimentação e diversão para os militares que viajavam; as *caravansarias*, protegidas por muros para hospedar as caravanas de comerciantes e viajantes que desejavam mais privacidade; também para comerciantes porém com mais poder aquisitivo existiam os *khans*, locais mais sofisticados e localizados no centro das cidades do Oriente Médio. Candido (2003, p.27).

### 2.1.2 Hotelaria na Idade Média

Com o Cristianismo em ênfase nos anos 331 d. C, as viagens com fins religiosos começaram a se intensificar e romeiros e peregrinos foram estimulados durante a Idade Média. De acordo com Candido (2003, p.27), surgiram os peregrinos que eram pessoas que viajavam para pregar a fé e amor a Cristo (Conselho Eurenférico) criado para receber a literatura religiosa,

e por sua simpatia e benevolência conquistavam hospedagem quase sempre, nessa época podem ter surgido as *pousadas* para abrigar esses peregrinos.

As primeiras hospedarias dessa época surgiram com a necessidade de abrigo para as autoridades eclesiásticas que viajavam e sentiam a necessidade de conforto e abrigo para pernoitar.

Algum tempo depois com o aparecimento do Islamismo as viagens se intensificaram devido a divulgação dessa nova crença que competiam com o Cristianismo, sendo assim a proliferação de hospedarias e pousadas foi elevada. Novos períodos de guerra surgiram na Idade Média como as Guerras Santas, onde surgiram as Cruzadas que eram expedições medievais surgidas para resgatar dos invasores turcos as cidades de Jerusalém, Belém e Nazaré. Essas expedições foram alavancas de expansão do fluxo turístico daquela época.

Com a retomada das cidades santas, foram criados abrigos seguros para ajudar e proteger os peregrinos que viajavam pelos perigosos caminhos existentes naquela época. Criaram os hospitais vistos como albergues com fins de acomodação de peregrinos enfermos. Com o desenvolvimento desses hospitais, iniciou-se um tipo de pousadas e hospedarias religiosas, que abrigavam tanto pessoas doentes como sadias e o que se deu como causa de proliferação de muitas epidemias.

No final dessa época, surgiram os serviços de hospedarias e pousadas com fins lucrativos e com isso surgiu também o hoteleiro que atendia os viajantes da classe rica que se hospedavam. Eram uma pessoa que pregava serviços de qualidade e preocupava-se em atender da melhor maneira possível os viajantes.

### 2.1.3 Hotelaria na Idade Moderna

Ainda segundo Candido (2003, p.27), as viagens com fins turísticos se intensificaram nessa época e surgiram albergues e hospedarias que ofereciam

alimentação para seus hóspedes. Muitos serviços diferenciados foram surgindo nesses meios de acomodação, como na Inglaterra que apareceram aproximadamente mais de seis mil hospedarias com serviços de troca de animais, reparos em carruagens e com áreas diferenciadas em suas acomodações.

Foram com o passar dos anos que surgiram leis referenciadas a hospedagem na Inglaterra, e em 1514 houve uma mudança com relação aos hospedeiros de Londres, os quais passaram a ser chamados de *innholders* que significa hoteleiros.

Com a evolução as hospedarias que antes só atendiam às classes mais distintas e ricas foram tornando-se mais populares e começaram a atender pessoas menos beneficiadas e ainda oferecendo banhos a seus viajantes.

Em 1650, a hotelaria europeia passou por uma grande expansão devido à evolução dos meios de transporte da época como carruagens e diligências puxadas por animais. Algumas modificações na hotelaria e nas viagens foram aparecendo como placas que indicavam uma boa cozinha oferecida pela pousada, carruagens organizaram-se em horários para fazerem suas viagens o que tornava mais fácil as acomodações durante as jornadas.

#### 2.1.4 Hotelaria na Idade Contemporânea

De acordo com A.Lockwood e S. Medlik o aumento das viagens e procuras por locais de acomodações para pernoitar as hospedarias e pousadas foram se intensificando e começaram a surgir os primeiros hotéis de dois a três andares, lugares maiores e que foram conquistando seu espaço no mercado da hospedagem.

A revolução Industrial foi um fator essencial para o desenvolvimento de muitos segmentos hoteleiros como também em relação ao Turismo. Grandes cidades como Nova York recebeu hotéis de grande porte no centro urbano, como o City Hotel e o Corre's Hotel.

O crescimento da hotelaria ficou evidente no mundo a partir do ano de 1810 onde novos hotéis de grande porte com construções diferenciadas e com muitas inovações e tecnologias surgiram em muitos países. E a influência do luxo no sistema hoteleiro se deu em 1829 com a construção do Hotel Tremont House em Boston, que disponibilizava serviços de recepção, mensageiros, unidades habitacionais com fechaduras, banheiros dentro dos prédios e outros serviços inovadores na época. Com as constantes inovações a concorrência nesse negócio acirrou-se demasiadamente possibilitando uma maior disponibilidade de opções e serviços oferecidos.

A atividade turística e a hotelaria ganharam grande proporção e incremento com as inovações tecnológicas em relação a transporte, comunicação, indústria entre outros. Isso possibilitou um avanço significativo em termos de melhores hotéis, destinos e serviços nesse ramo.

Já muitos anos depois na década de 80, a hotelaria contava com uma diversificação em termos de modernidade e tipos de hotéis, qualificação de profissionais da área, criação de propaganda para promoção dos serviços ofertados e muitos outros benefícios que transformaram a hotelaria em uma grande indústria competitiva no mundo.

#### 2.1.5 Hotelaria no Brasil

A hotelaria no Brasil tem seu início mais aprofundado no século XVIII, foi a partir daí que começaram a surgir na cidade Rio de Janeiro às casas de hospedagens e estalagens que ofereciam abrigo e alojamento a quem estivesse interessado (ANDRADE, 1998, p. 20).

Com a chegada de pessoas de Portugal no Brasil em 1808, tanto corte como o simples clero, as casas de hospedagens tiveram uma expansão e deu início a hotelaria no país devido ao grande fluxo de estrangeiros que estavam chegando ao Rio de Janeiro. Ainda segundo Andrade (1998, p. 20) vale ressaltar que havia um hotel especial na época chamado Hotel Pharoux, localizado estrategicamente próximo ao cais porto do Rio de Janeiro, o qual era considerado muito bem visto pelo visitantes.

Na cidade do Rio de Janeiro pode ser citado uma das mais importantes construções de hotéis no Brasil e visto atualmente como o mais luxuoso e procurado do país, o Copacabana Palace, o qual possibilitou a cidade um desenvolvimento em termos de turismo. Ainda no Rio outro marco em termo de construção de hotel se deu pela magnitude do Hotel Glória em agosto de 1922, atualmente visto como um dos maiores do Brasil com 700 apartamentos oferecidos aos clientes. (DUARTE, 1996, p.17).

Na cidade de São Paulo o maior desenvolvimento da hotelaria se deu no ano de 1870 onde surgiram hotéis importantes como: Hotel Paulistano, Hotel Universal, Hotel Quatro Estações, entre outros mais. O ápice em termos de hotel na capital paulistana deu se por 3 renomes: São Paulo Railway, Hotel Esplanada e Hotel Términus. Os quais segundo (ANDRADE. 2000, p.17) foram o marco em termos hoteleiros para a cidade. Sendo que o Hotel Términus, possuía mais de 200 quartos, e estava localizado na Avenida Prestes Maia. Em 1923 foi inaugurado o Hotel Esplanada com 250 apartamentos, com grandes salões utilizados como restaurantes e um grande Hall de entrada.

A partir de 1930 o Brasil passou por uma implantação de grandes hotéis em suas principais capitais e com isso o mercado hoteleiro deu um grande passo em termos econômicos e de desenvolvimento. Na década seguinte ocorreram as proibições dos jogos de azar no país e com isso muitos hotéis foram fechados devido à presença de cassinos e salões desse tipo de jogos e muitos outros reestruturaram seus estabelecimentos adequando-se as novas leis impostas. (ANDRADE. 2000, p.17)

Após essas restrições a hotelaria no país só foi revista e tornou-se alvo de novos investimentos no ano de 1966 onde a EMBRATUR juntamente com a FUNGETUR (fundo geral de turismo) promoveram uma nova fase da hotelaria brasileira, incentivando um novo segmento de hotéis os cinco estrelas. Ainda com o auxílio e incentivo da EMBRATUR nos anos entre 1960 e 1970 muitas redes de hotéis internacionais chegaram ao Brasil, com construções de hotéis de luxo, ou seja, cinco estrelas, o que apenas captava pequena parte da população. Finalmente a partir dos anos 1990 as redes de hotéis iniciaram construções e investimentos em hotéis mais econômicos e de padrão internacional mais acessível aos consumidores, aumentando assim o número da procura por esses estabelecimentos.



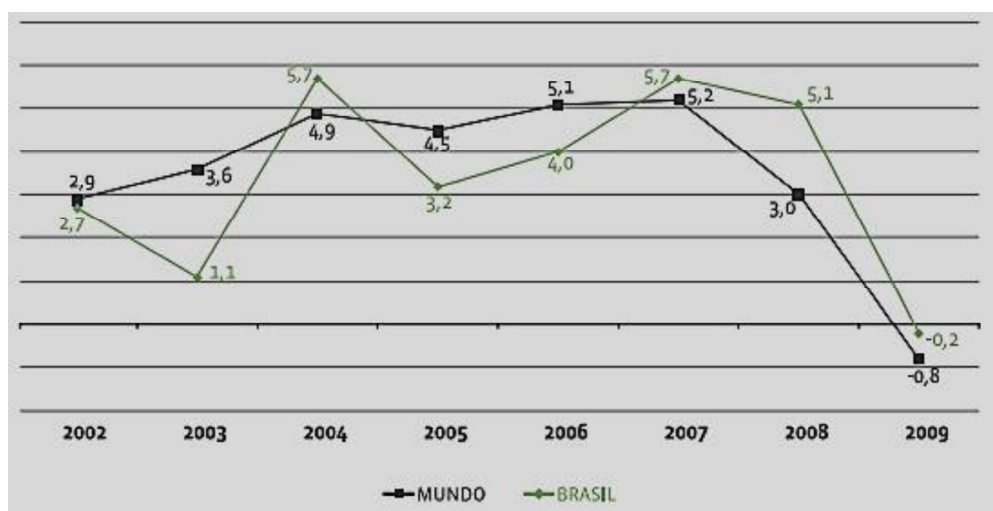
Atualmente esse segmento segue em constante expansão, com serviços e ofertas cada vez mais acessíveis e ao mesmo tempo de ótima qualidade e padrão, o que possibilita que o mercado hoteleiro desenvolva-se e atenda as mais diversas variedades de demanda que existem. (ANDRADE. 2000, p.17).

No Brasil segundo Jones Lang LaSalle Hotels, a ocupação média hoteleira em 2012 chegou aos 70% e o crescimento médio das diárias aumentou 17% em relação aos anos anteriores. Com a renda do país crescendo constantemente, aumenta também as viagens e conseqüentemente a ocupação de hotéis, levando a hotelaria um desenvolvimento satisfatório a cada ano. De acordo com o Ministério do Turismo o Brasil tem conquistado crescimentos do PIB superiores ao do nível mundial. Sendo assim o país vem investindo em aprimoramentos no setor do turismo e da hotelaria, destacando-se internacionalmente e aumentando seus empreendimentos hoteleiros para a recepção da demanda dos próximos anos.

Segue como exemplo o gráfico do crescimento econômico brasileiro e mundial dos anos de 2002 a 2009 de acordo com o Ministério do Turismo:

### **Crescimento Econômico Brasileiro x Mundial PIB (%) – 2002 a 2009.**

FIGURA 1: Crescimento Econômico Brasi x Mundo PIB (%) 2002-2009



Fonte: World Economic Outlook, October 2009 – IMF e IBGE . Disponível em [http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Turismo\\_no\\_Brasil\\_2011\\_-\\_2014\\_sem\\_margem\\_corte.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_no_Brasil_2011_-_2014_sem_margem_corte.pdf) em 15/09/2013.

### 3. HOTELARIA ATUAL

O turismo no Brasil vem crescendo aliado com a economia do país, e consequentemente a hotelaria está “ganhando” com esse fator. A realização dos futuros grandes eventos que serão realizados no Brasil, como a Copa do Mundo e as Olimpíadas, trará um diversificado de benefícios ao setor de turismo e hotelaria nacional. Esses eventos darão a oportunidade ao país de destacar-se e investir no setor público e privado, possibilitando uma melhora na imagem passada a nível internacional, em termos de infraestrutura e segurança.

A hotelaria esta de fato muito dinâmica, devido ao grande aumento de empresas hoteleiras e consequentemente a maior competitividade desse setor. Segundo pesquisas da Jones Lang LaSalle Hotels (Empresa global de investimentos especializada m hotéis) em 2011, existem aproximadamente 9.564 hotéis administrados por cadeias nacionais e internacionais e são mais de 440 mil quartos. A cada ano esses números aumentam e consequentemente a competitividade também, sendo assim novos serviços e diferenciais estão presentes a cada vez mais, possibilitando aos clientes uma ampla rede de escolha de preferências ao se hospedar.

Com a realização futura dos grandes eventos esportivos no Brasil, é importante que o setor hoteleiro brasileiro amplie sua capacidade e melhore seus serviços e infraestrutura para poder atender ao leque diferenciado de turistas que receberão. É importante que ocorra uma modernização em relação a sistemas de internet e tecnologia, visando que as pessoas estão cada dia mais “plugadas”, serviços de lazer como SPA’S, salas de jogos, diferenciação em serviços como receber animais, ou seja, facilitar tudo para “ganhar” o hóspede.

Os megaeventos que estão por vir, estão gerando mudanças em grandes redes hoteleiras que esperam uma alta demanda em seus hotéis. De acordo com o site < <http://idgnow.uol.com.br>> , o grupo Accor, criou um projeto chamado “Projeto Renova”, onde procura melhorar os softwares de gerenciamento de seus hotéis no Brasil e também na América Latina. Essa

expansão de novos serviços e tecnologias aprimoradas trarão ao setor hoteleiro um crescimento e aumentará a competitividade, o que beneficiará o turista que poderá usufruir dessas novas regalias não só durante os megaeventos mais também a longo prazo.

Com isso as diversas tendências e inovações feitas nesse setor estão mais evidenciadas atualmente. A cada instante uma nova ideia, ou tecnologia surge como um diferencial na indústria hoteleira, focando conforto, segurança, praticidade entre outros.

### 3.1.1 A Hotelaria e suas Inovações

O turismo esta a cada dia mais dinâmico e em constante aperfeiçoamento, com novas ideias e conceitos surgindo, contando com inovações em sua cadeia produtiva. Oferecer as pessoas algo novo sempre traz curiosidade e maior procura pelos serviços. No Turismo é importante ir além do apenas observar e agregar ao passeio ou roteiro de visitantes, atividades que proporcionem sensações diferenciadas. Inovações surgem todos os dias e possibilitam que empresas e empreendimentos turísticos tenham uma visão a longo prazo.

A hotelaria aliada a atividade turística, cresce demasiadamente em função das adaptações e melhorias nos destinos turísticos, como também através de outros segmentos que vem crescendo no mercado, como o turismo de negócios e de eventos que geram uma grande demanda para o serviço hoteleiro. Em função desse aumento a hotelaria vem buscando formas de atrair e conquistar seus clientes e isso se torna cada vez mais importante devido ao aumento da concorrência presente atualmente, em termos de conforto, hospitalidade e serviços diferenciados no segmento hoteleiro.

A inovação em serviços e equipamentos ofertados pela hotelaria torna-se essencial nos dias de hoje, tanto pela necessidade de obter vantagens a médio e longo prazo como também pelo fato de tornar a empresa duradoura e sustentável no mercado. Segundo Rogers e Shoemaker (1971, p. 39), a

inovação é como “uma nova ideia, prática ou objeto vistos como novos pelo indivíduo que a adotou”

Em relação a palavra inovar pode-se entender como sendo o fato de criar novas ideias e expectativas em prática, para um melhor diferencial interno e externo. Para melhor entender esse termo o livro Manual de Oslo, Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (2005, p.26) cita que:

As empresas engajam-se em inovações em virtude de inúmeras razões. Seus objetivos podem envolver produtos, mercados, eficiência, qualidade ou capacidade de aprendizado e de implementação de mudanças. Identificar os motivos que levam as empresas a inovar e sua importância auxilia o exame das forças que conduzem as atividades de inovação, tais como a competição e as oportunidades de ingresso em novos mercados. (OCDE, 2005, p. 26)

O consumidor está cada dia mais exigente e com isso conseqüentemente procura o melhor para usufruir. Em termos de hospedagem o cliente não só procura serviços de qualidade e de competência, ou seja o básico como, como um bom colchão, um chuveiro com água quente, limpeza, etc, mas também procura um diferencial que o agrade e chame sua atenção para consumir o produto.

Muitas inovações estão sendo feitas na hotelaria mundial em função das expectativas de seus consumidores. Questões como melhorias na tecnologia estão sendo priorizadas pela indústria de hospedagem para a conquista de novas demandas e espaço no mercado. A tecnologia se tornou prioridade atualmente em termos de que a mundo gira em torno desta e isso conseqüentemente gera a procura de serviços e hotéis que disponibilizem os mais diversos serviços e equipamentos tecnológicos.

Além da tecnologia muitos hotéis estão priorizando as pesquisas de demanda e buscando conhecer o que os consumidores procuram e priorizam quando estes estão a escolha de um hotel. Atualmente o mercado hoteleiro vem oferecendo serviços diferenciados e inovadores em termos de

hospedagem. Serviços como hotéis adaptados e destinados para saúde, como spas e psiquiátricos, existem também aqueles meios de hospedagem para a terceira idade, construídos com adaptações exclusivas para essa demanda como rampas ao invés de escadas, ou horizontalmente, ou seja, sem escadas e rampas, e oferecem alimentação exclusiva para essa faixa etária. Ainda existem aqueles hotéis destinados ao turismo de negócios onde disponibilizam salas de reuniões e convenções, focados em tecnologias e estrutura para grandes eventos.

São muitas as inovações e adaptações feitas na hotelaria, muitas diferenciadas e outras novas, porém que vêm crescendo de forma relativamente vantajosa para o mercado econômico, que é o caso das adaptações feitas para receber os hóspedes e seus animais de estimação.

Nos dias de hoje o mercado pet vem expandindo-se muito no mundo todo e isso demonstra que as pessoas estão cada dia mais ligadas a seus animais de estimação e conseqüentemente querem-nos cada vez mais perto, isso justifica em partes, o crescimento da procura de produtos e serviços *pet* e estimula ainda mais sua expansão (DINIZ, 2004), tanto em termos de cuidados como também em viagens. De acordo com a revista (VEJA 2007) o mercado de produtos e serviços para pets, movimentou 38,5 bilhões de dólares em 2006 nos Estados Unidos e vem tornando-se importante na economia de muitos outros países. Sendo assim o número de hotéis adaptados para esse ramo vem aumentando mundialmente em termos relativos para a economia mundial, por exemplo, segundo a revista esse tipo de estabelecimento cresceu 25% a 30% nos últimos cinco anos no Brasil, embora ainda predominem canis especializados para esses serviços. (MOHERDAUI Veja, 2007).

Muitos hotéis estão procurando adaptar-se para a recepção de animais com seus donos, isto está tornando-se um grande diferencial em termos de que na atualidade uma grande parte da demanda procura por esses serviços. A hotelaria para animais é um segmento muito novo no Brasil, porém vem crescendo de forma muito positiva e conseqüentemente tornando-se um novo segmento para a hotelaria. A princípio as acomodações e hospedagens para animais de estimação eram feitas por médicos veterinários em suas clínicas,

quando o proprietário viajava. Com a necessidade do dono em levar e hospedar seu animal consigo nas viagens, foram surgindo inovações na cadeia hoteleira.

Os primeiros indícios de hospedagem para animais de estimação em hotéis no Brasil se deu pela rede Del Valle em 1992 onde o slogan trazia “Valle Hotel, o melhor amigo do hóspede”. A proprietária da rede de hotéis, revelou que poucos concorrentes aderiram às adaptações na época e muitos criticaram, além de fazerem muitas denúncias. Porém a proprietária continuou com o trabalho e até hoje evidencia esse serviço nas redes de divulgação de seus hotéis. No mercado hoteleiro internacional, muitos países com ênfase os Estados Unidos já oferecem esses serviços de hotelaria conjunta de hóspedes com seus animais de estimação e identificam que essa adaptação é muito viável para sua economia interna. O Brasil vem “descobrir” esse novo segmento que se bem planejado e analisado pode torna-se altamente rentável.

É importante verificar que a hotelaria está cada dia mais aprimorada em relação as exigências da demanda, e inovações vem surgindo a todo tempo, levando em conta os benefícios que essas novas ideias e aprimoramentos podem trazer para o Turismo é de suma importância que a atividade hoteleira e conseqüentemente turística engajem em novas formas de atrair o turista e se estabelecerem no mercado competitivo, conquistando a fidelidade e reconhecimento dos visitantes.

O setor de hotelaria adaptada a receber hospede com animais de estimação é muito recente com indícios de inicio a partir dos anos 90. Esse novo segmento está sendo adotado por grandes redes hoteleiras como alternativa e diferencial no mercado competitivo. A rede Accor oferece em seus serviços que o hóspede possa trazer seu animal para o hotel, disponibilizando novos serviços como cuidados com o animal, lojas de conveniência, banho e tosa, veterinário a disposição, entre outros.

A aceitação de animais de estimação em hotéis é hoje um diferencial importante, devido a grande familiarização que as pessoas criam com seus animais, desejando a cada dia mais seus animais presentes em viagens, momentos e lugares. Há uma grande demanda que desiste de viajar por não

poder levar seu animal ou aqueles que frequentam lugares e se hospedam em hotéis que recebam seus mascotes.

No Brasil foi criado um novo selo que classifica hotéis e outros estabelecimentos que recebem animais de estimação “Sistema de Classificação de Meios de Hospedagem Pet Friendly”. Essa classificação foi criada em 2012 pela proprietária portal “Turismo 4 Patas” Larissa Rios, que trabalha com viagens e serviços de ecoturismo para animais e seus donos. O selo tem a finalidade de identificar estabelecimentos que recebem e prestam serviços a turistas e seus animais assim como também na avaliação desses serviços e estruturas.

Esse sistema estabeleceu três níveis de classificação o Super Premium, Premium e Standard. Foram estabelecidos com base em critérios que atendam as necessidades dos animais em termos de segurança, conforto e bem estar do animal. Para os estabelecimentos que quiserem obter o selo faz se necessário o pagamento de uma taxa e atender alguns critérios estabelecidos entre lixeiras exclusivas para lixo orgânico dos animais, bebedouros, possibilidade de dormir no mesmo quarto que o dono além de convênios com clínicas veterinárias e pet shops. No Brasil segundo Larissa Rios esse segmento ainda não é tão amplo como no exterior, porém o número de hotéis e pousadas cadastrados nesse selo passou de 300 a 1000 em alguns anos.

Com o crescimento desse novo segmento, a hotelaria vem criando condições melhores para a recepção dessa demanda, além de oferecer pacotes especiais como recreação com os animais, entre outras atividades. É também necessário agradar a demanda que se hospeda sem animais, com isso muitos hotéis criam ambientes reservados para os animais, paredes com isolamento de som, e locais próprios para a alimentação dos pets.

Para que a hospedagem com animais seja permitida cada hotel dispõe de regras diferenciadas para aceitar o animal, dentre elas o porte e a raça do animal. A maioria das empresas apresentam os seguintes requerimentos: porte do animal, vacinação em dia, atestado de vermifugação, controle de pulgas e castração de machos. Cada hotel disponibiliza um termo de responsabilidade

ao hóspede que apresenta todas essas restrições e enfatiza a veracidade das informações prestadas pelo dono do animal.

### 3.1.2 Motivação

Atualmente as pessoas estão mais ligadas com seus animais de estimação, em consequência de que muitas “novas” famílias preferem cuidar de um animal a terem a responsabilidade de cuidar de uma criança. Como já foi citada, a humanização desses animais esta cada vez mais evidente, e as pessoas procuram produtos e serviços diferenciados para seus pets. Roupas, alimentos e acessórios estão mais evidentes e mais modernos no mercado oferecido para esse consumidor e as viagens e hospedagem com animais também fazem parte dessa ampla diferenciação.

É importante analisar o que motiva o turista a viajar com seu animal de estimação, o porquê o quer consigo em todos os momentos. Chiavenato (2001), cita Abraham Maslow quando diz que o homem é motivado quando suas necessidades são supridas, sendo essas necessidades a de auto – realização, de estima, de pertencimento e amor, necessidades de segurança e as necessidades fisiológicas. Maslow estuda essas necessidades de forma hierárquica sendo que a base são as necessidades fisiológicas onde o ser humano procura suprir a fome, a sede, o sono, entre outras ligadas aos aspectos de sobrevivência. Logo em seguida as pessoas procuram estar sempre protegidas, livres de qualquer mal. As necessidades de pertencimento e amor representam a busca de amizades, carinho, relações afetivas e companheirismo relacionados às pessoas e ate mesmo aos animais.

Sendo assim pode se identificar que o ser humano necessita de relacionamentos afetuosos de carinho e compreensão, e muitas vezes encontram isso em seus animais, tornando-os mais importantes em termos familiares e afetivos o que leva a humanização e ligação com seus pets.

As viagens e hospedagens de turistas com seus animais estão associadas na motivação que o ser humano tem de viajar com quem o faz



sentir-se bem. O animal muitas vezes supre aquela necessidade de companheirismo que o ser humano precisa e sendo assim o motiva a diversos aspectos familiares com seu animal.

### 3.1.3 Hotéis que aceitam animais Sul e Sudeste

Segundo o Portal UOL Viagem, o Brasil já apresenta centenas de hotéis e pousadas que aceitam animais de estimação junto com a estadia de hóspedes. São diversos hotéis de luxos que já aderiram a esses serviços como o Copacabana Palace, Fasano, Hilton, a rede Radisson, dentre outros hotéis.

Muitas são as exigências que esses hotéis enfatizam na hora de receber um animal, o tamanho e a raça são os principais influenciadores no momento da hospedagem. Alguns hotéis e pousadas não cobram taxa extra para receber o pet, já hotéis de luxo como o Copacabana cobra uma taxa em torno de R\$ 400 para a hospedagem.

De acordo com o portal Turismo 4 Patas, já existem mais de 200 hotéis que aderiram a classificação “Pet friendly”, divididos em 18 Estados do país e esse diferencial vem crescendo e ganhando espaço no mercado. Abaixo segue uma tabela com hotéis e pousadas divididos pelas regiões Sudeste e Sul, que oferecem hospedagem para hóspedes com animais de estimação.

Tabela 1. Hotéis e Pousadas das Regiões Sul e Sudeste que recebem animais.

<b><u>HOTEL</u></b>	<b><u>REGIÃO</u></b>	<b><u>CIDADE</u></b>	<b><u>CONTATO</u></b>
Brotas Eco Resort	Sudeste	Brotas – SP	<a href="http://www.brotasecoresort.com.br">www.brotasecoresort.com.br</a>
Recanto Alvorada Eco Resort	Sudeste	Brotas – SP	<a href="http://www.recantoalvorada.com.br">www.recantoalvorada.com.br</a>
Home Green Home	Sudeste	Campos do Jordão – SP	<a href="http://www.homegreenhome.com.br">www.homegreenhome.com.br</a>
Surya-Pan	Sudeste	Campos do Jordão – SP	<a href="http://www.suryapan.com.br">www.suryapan.com.br</a>
Hotel Fazenda Santa Rita	Sudeste	Natividade da Serra – SP	<a href="http://www.fazendahotelsantarita.com.br">www.fazendahotelsantarita.com.br</a>

Pousada dos Deuses	Sudeste	Paraty – SP	<a href="http://www.pousadadosdeuses.com.br">www.pousadadosdeuses.com.br</a>
Pousada Ronco do Bugio	Sudeste	Piedade – SP	<a href="http://www.roncodobugio.com.br">www.roncodobugio.com.br</a>
Casa Amarelo	Sudeste	Rio de Janeiro – RJ	<a href="http://www.casa-amarelo.com">www.casa-amarelo.com</a>
Copacabana Palace	Sudeste	Rio de Janeiro – RJ	<a href="http://www.copacabanapalace.com.br">www.copacabanapalace.com.br</a>
Copacabana Rio	Sudeste	Rio de Janeiro – RJ	<a href="http://www.copacabanariohotel.com.br">www.copacabanariohotel.com.br</a>
Fasano Rio de Janeiro	Sudeste	Rio de Janeiro – RJ	<a href="http://www.fasano.com.br">www.fasano.com.br</a>
Ipanema Plaza	Sudeste	Rio de Janeiro – RJ	<a href="http://www.ipanemaplazahotel.com">www.ipanemaplazahotel.com</a>
Mama Ruisa	Sudeste	Rio de Janeiro – RJ	<a href="http://www.mamaruisa.com">www.mamaruisa.com</a>
ComfortSuites Oscar Freire	Sudeste	São Paulo – SP	<a href="http://www.atlanticahotels.com.br">www.atlanticahotels.com.br</a>
Fasano	Sudeste	São Paulo – SP	<a href="http://www.fasano.com.br">www.fasano.com.br</a>
Hilton Morumbi	Sudeste	São Paulo – SP	<a href="http://www.hilton.com.br">www.hilton.com.br</a>
Quality Jardins	Sudeste	São Paulo – SP	<a href="http://www.atlanticahotels.com.br">www.atlanticahotels.com.br</a>
Sheraton WTC	Sudeste	São Paulo – SP	<a href="http://www.sheratonsaopaulowtc.com.br">www.sheratonsaopaulowtc.com.br</a>
Pousada Azul Maria (Baleia)	Sudeste	São Sebastião – SP	<a href="http://www.azulmaria.com.br">www.azulmaria.com.br</a>
Pousada Canto do Camburi	Sudeste	São Sebastião – SP	<a href="http://www.pousadacantodocamburi.com.br">www.pousadacantodocamburi.com.br</a>
Pousada Canto Verde	Sudeste	São Sebastião – SP	<a href="http://www.pousadacantoverde.com.br">www.pousadacantoverde.com.br</a>
Pousada Mibamar	Sudeste	São Sebastião – SP	<a href="http://www.mibamar.com.br">www.mibamar.com.br</a>
Pousada Porto Mare	Sudeste	São Sebastião – SP	<a href="http://www.pousadaportomare.com.br">www.pousadaportomare.com.br</a>
Pousada Pura Vida	Sudeste	São Sebastião – SP	<a href="http://www.puravidamaresias.com.br">www.puravidamaresias.com.br</a>
Pousada Toca da Praia	Sudeste	São Sebastião – SP	<a href="http://www.tocadapraia.com.br">www.tocadapraia.com.br</a>
Vila da Mata	Sudeste	São Sebastião – SP	<a href="http://www.viladamata.com">www.viladamata.com</a>
Pousada Colonial de Rossi	Sul	Antonio Prado – RS	<a href="http://www.pousadaderossi.com.br">www.pousadaderossi.com.br</a>
Pousada Zanotto	Sul	Antonio Prado – RS	<a href="http://www.pousadazanotto.com.br">www.pousadazanotto.com.br</a>
Grande Hotel Canela	Sul	Canela – RS	<a href="http://www.grandehotel.com.br">www.grandehotel.com.br</a>
Pousada Volta ao Mundo	Sul	Canela – RS	<a href="http://www.pousadavoltaaomundo.com.br">www.pousadavoltaaomundo.com.br</a>
Golden Star	Sul	Curitiba – PR	<a href="http://www.goldenstar.com.br">www.goldenstar.com.br</a>
Radisson	Sul	Curitiba – PR	<a href="http://www.atlanticahotels.com.br">www.atlanticahotels.com.br</a>
MercureConvention	Sul	Florianópolis – SC	<a href="http://www.mercure.com.br">www.mercure.com.br</a>
Pousada VillabellaVillaggio	Sul	Florianópolis – SC	<a href="http://www.villabellavillaggio.com.br">www.villabellavillaggio.com.br</a>
Bangalôs da Serra	Sul	Gramado – RS	<a href="http://www.bangalosdaserra.com.br">www.bangalosdaserra.com.br</a>
Colina de Pedra	Sul	Gramado – RS	<a href="http://www.colinadepedra.com.br">www.colinadepedra.com.br</a>
Pousada Pinha Pinhão	Sul	Gramado – RS	<a href="http://www.pousadapinhapinhao.com.br">www.pousadapinhapinhao.com.br</a>

Fazenda do Barreiro	Sul	Lages – SC	<a href="http://www.fazendadobarreiro.com.br">www.fazendadobarreiro.com.br</a>
Fazenda Dourado Turismo Rural	Sul	Lages – SC	<a href="http://www.fazendadourado.com.br">www.fazendadourado.com.br</a>
Fazenda Pedras Brancas	Sul	Lages – SC	<a href="http://www.fazendapedrasbrancas.com.br">www.fazendapedrasbrancas.com.br</a>
Sheraton	Sul	Porto Alegre – RS	<a href="http://www.sheraton-poa.com.br">www.sheraton-poa.com.br</a>

Fonte: <http://viagem.uol.com.br/noticias/2012/04/03/hoteis-e-pousadas-no-brasil-abrem-as-portas-para-turistas-com-caes.htm>

Considerando que esses serviços são novos no Brasil, pode-se analisar que os Estados mais populosos e turísticos estão com o maior número de hotéis que oferecem hospedagem para animais de acordo com o portal Turismo 4 Patas. Segue a tabela abaixo que referencia o número de hotéis por Estado:

Tabela 2: Número de hotéis que aceitam animais por Estado

<b><u>ESTADO</u></b>	<b><u>Nº HOTÉIS QUE ACEITAM ANIMAIS</u></b>
Alagoas	3
Amazonas	1
Bahia	25
Ceara	5
Espirito Santo	2
Goiás	3
Minas Gerais	25
Mato Grosso do Sul	3
Pará	1
Paraíba	2
Pernambuco	3
Paraná	6
Rio de Janeiro	20
Rio Grande do Norte	1
Rio Grande do Sul	5
Santa Catarina	18
Sergipe	3
São Paulo	55

Fonte: <http://www.turismo4patas.com.br/htms/estabelecimentos.asp>

De acordo com os dados expostos, pode se considerar que as variedades de hotéis que disponibilizam serviços para hóspedes com animais não são em grande número no Brasil. Os Estados que mais oferecem esse tipo de serviços são os de maior população e com mais ênfase na economia do país, além de apresentarem mais possibilidades turísticas, como Bahia, Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo.

Apesar do número de hotéis que oferecem esses serviços serem em pouca quantidade, o país vem buscando novas possibilidades e modernização em suas empresas hoteleiras com o efetivo aumento da procura do Brasil como destino turístico e com visão em longo prazo pela futura demanda trazida pelos grandes eventos esportivos que serão realizados.

O capítulo seguinte demonstrará a importância do estudo e planejamento no manejo de hotéis que desejam receber hóspedes com animais de estimação e será enfatizado o hotel Radisson, apresentando as adaptações e melhoras na infraestrutura do hotel para receber essa nova demanda de clientes.

## 4. ESTUDO DE CASO HOTEL RADISSON

A pesquisa foi realizada com intuito de verificar as adaptações feitas para receber animais por um hotel de luxo no Estado do Paraná e verificar se essas mudanças em seus serviços de hospedagem beneficiaram de alguma forma a renda diária da empresa. O hotel escolhido foi a filial de Curitiba da rede Radisson, esse hotel possui classificação cinco estrelas e faz parte de uma rede que tem empresas em vários países do mundo. A escolha desse hotel foi feita através de contato virtual, depois de uma pesquisa onde foi apresentado que o Radisson Curitiba possuía serviços de recepção de hóspedes com animais de estimação.

### 4.1.1 Histórico

De acordo com o site institucional do hotel, o histórico da Rede Radisson iniciou-se em 1909, quando em homenagem ao francês explorador Pierre Radisson foi inaugurado o primeiro hotel Radisson na cidade de Minneapolis. Após alguns anos, em 1962, o hotel foi adquirido pelo empresário Curt Carlson que residia na mesma cidade de Minneapolis. O empresário criou novidades e grandes marcas de hotéis de luxo como: Radisson Blu, Radisson, Park Plaza, Park Inn by Radisson, Country Inns & Suites By Carlson e Hotel Misson. E hoje possui sua empresa hoteleira Carlson Rezidor Hotel Group que contam 1.319 hotéis espalhados pelo mundo.

### 4.1.2 Localização

O hotel Radisson em questão localiza-se na cidade de Curitiba próximo a Praça Japão, no bairro nobre Batel, mais precisamente na Av. Sete de Setembro, 5190 e possui certificado de excelência de 2013 onde foi avaliado pelo site < <http://www.tripadvisor.com.br/>>.

Figura 1. Mapa de localização

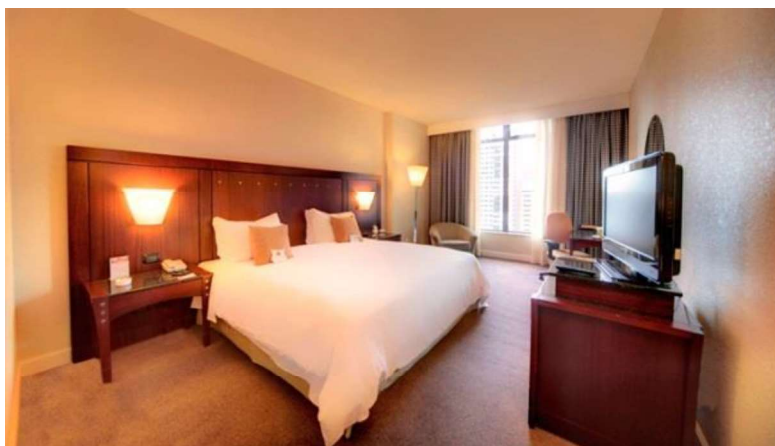


Fonte: [http://www.atlantichotels.com.br/atlantica/\\_asp/inc\\_popup\\_mapa.asp?NumProduto=73&Arquivo=mapa\\_radison\\_curitiba.gif](http://www.atlantichotels.com.br/atlantica/_asp/inc_popup_mapa.asp?NumProduto=73&Arquivo=mapa_radison_curitiba.gif)

#### 4.1.3 Infraestrutura e Serviços

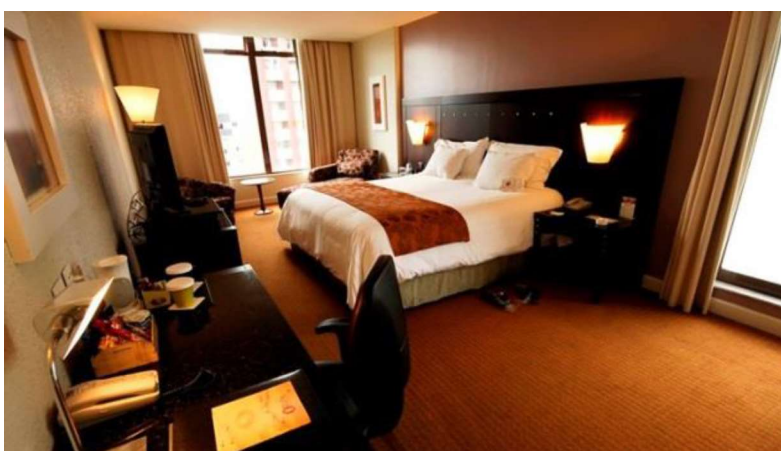
O hotel possui 194 UH's divididas entre Superior, Luxo, Business Class, Suítes Royal e apartamentos diferenciados como adaptados para pessoas com necessidades especiais, andar para não-fumantes, apartamento conjugado, apartamento feminino, entre outros e é considerado cinco estrelas na classificação.

Figura 2. Apartamento Luxo



[http://www.atlantichotels.com.br/atlantica/\\_asp/inc\\_popup\\_foto.asp?Arquivo=g\\_apartamento\\_luxo\\_rhc.jpg&Secao=atlantichotels\\_hotel\\_radissonhotelcuritiba\\_localizacao&legenda](http://www.atlantichotels.com.br/atlantica/_asp/inc_popup_foto.asp?Arquivo=g_apartamento_luxo_rhc.jpg&Secao=atlantichotels_hotel_radissonhotelcuritiba_localizacao&legenda)

Figura 3. Apart. Business Class



[http://www.atlantichotels.com.br/atlantica/\\_asp/inc\\_popup\\_foto.asp?Arquivo=g\\_apartamento\\_premium\\_rhc.jpg&Secao=atlantichotels\\_hotel\\_radissonhotelcuritiba\\_localizacao&legenda=Apartamento%20Business%20Class%20|%20com%20Sacada](http://www.atlantichotels.com.br/atlantica/_asp/inc_popup_foto.asp?Arquivo=g_apartamento_premium_rhc.jpg&Secao=atlantichotels_hotel_radissonhotelcuritiba_localizacao&legenda=Apartamento%20Business%20Class%20|%20com%20Sacada)

O Radisson Curitiba oferece também entre seus serviços e infra – estrutura Royal floor, piscina, Business center, centro de convenções, fitness center, lavanderia, lobby bar, sala de massagem, sauna seca, SPA, linha telefônica no apartamento, ar condicionado individual, banheira, Cama dos Sonhos, cofre eletrônico, DVD player, isolamento acústico, menu de travesseiros, mesa de trabalho com conexão para internet, rádio relógio,

sacada, mini bar, tv a cabo, TV LCD, Wi-Fi no apartamento, sistema de segurança com câmeras e elevadores com leitores de chaves.

Os serviços oferecidos no hotel são variados como: Drink de boas vindas, lavanderia, check-in com água, sucos e chás, manicure, babá, massagem, serviços pets shop, staff bilíngue, água cortesia durante hospedagem, bombom de boa noite com cartão que informa a previsão do tempo do próximo dia.

O SPA do Radisson Curitiba chamado Spa by Soon Hee pertence ao grupo Shishindo, valoriza a arquitetura e ambiente dos espaços que utiliza. As sessões duram de 30 a 60 minutos e tem valores entre R\$ 75 a 180. Oferece serviços de terapias exóticas e tratamentos mais comuns feitos em spas, como massagens, pedras quentes, massagem anti – stress entre outros.

Segundo o site < <http://www.atlantichotels.com.br>>, o hotel recebeu uma menção honrosa da revista Viagem e Turismo ao ser considerado um dos 35 melhores hotéis para realizar eventos do país. Contem cinco salas divididas por tamanhos, estilos e capacidade de pessoas. Recebe eventos como casamentos, festas de aniversários, formaturas, reuniões, entre outras comemorações e sempre disponibilizando os melhores serviços áudio visuais necessários para a realização de eventos.

O hotel oferece em seus serviços o restaurante Origens onde disponibiliza cardápios de comidas típicas brasileiras e de outros lugares do mundo. No restaurante também são ofertados almoços temáticos em datas comemorativas e pratos como feijoadas nos sábados e noite de sopas.

Além desses o hotel disponibiliza um serviço diferencial de hospedagem onde o hóspede pode levar consigo seu animal de estimação. Para que isso ocorra o hotel envia uma carta de regras que devem ser seguidas para hospedar-se com seu pet. Oferece serviços terceirizados de veterinário e pet shop para o hóspede que desejar além de brinquedos e comidas para os animais. Segundo a direção do hotel, são permitidos animais de pequeno porte com até 30 cm de altura e a hospedagem será feita apenas no primeiro andar do edifício com um animal por apartamento.

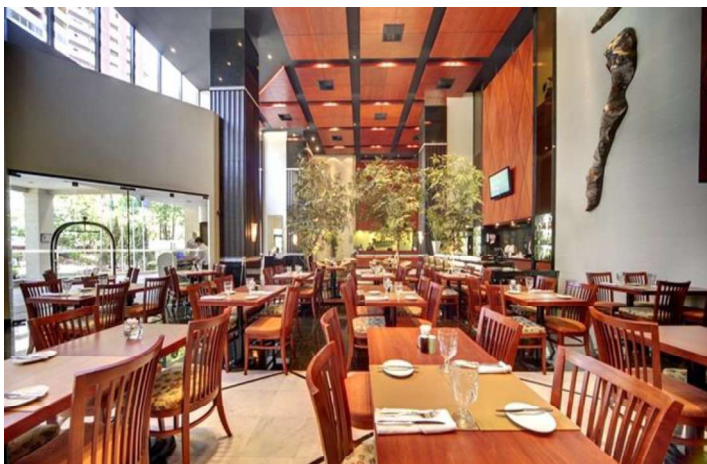


Figura 4. Sala de Eventos



disponível em  
[http://www.atlanticahotels.com.br/atlantica/\\_asp/inc\\_popup\\_foto.asp?Arquivo=g\\_eventos\\_rhc.jpg&Secao=atlanticahotels\\_hotel\\_radissonhotelcuritiba\\_localizacao&legenda=Eventos](http://www.atlanticahotels.com.br/atlantica/_asp/inc_popup_foto.asp?Arquivo=g_eventos_rhc.jpg&Secao=atlanticahotels_hotel_radissonhotelcuritiba_localizacao&legenda=Eventos)

Figura 5. Restaurante



– disponível em:  
[http://www.atlanticahotels.com.br/atlantica/\\_asp/inc\\_popup\\_foto.asp?Arquivo=g\\_restaurante\\_rhc.jpg&Secao=atlanticahotels\\_hotel\\_radissonhotelcuritiba\\_localizacao&legenda=Restaurante](http://www.atlanticahotels.com.br/atlantica/_asp/inc_popup_foto.asp?Arquivo=g_restaurante_rhc.jpg&Secao=atlanticahotels_hotel_radissonhotelcuritiba_localizacao&legenda=Restaurante)

Figura 6. Lobby



disponível em  
[http://www.atlanticahotels.com.br/atlantica/\\_asp/inc\\_popup\\_foto.asp?Arquivo=g-lobby-rhc.jpg&Secao=atlanticahotels\\_hotel\\_radissonhotelcuritiba\\_localizacao&legenda=Lobby](http://www.atlanticahotels.com.br/atlantica/_asp/inc_popup_foto.asp?Arquivo=g-lobby-rhc.jpg&Secao=atlanticahotels_hotel_radissonhotelcuritiba_localizacao&legenda=Lobby)

Figura 7. Área de Lazer



Disponível

em:[http://www.atlanticahotels.com.br/atlantica/\\_asp/inc\\_popup\\_foto.asp?Arquivo=g\\_area\\_de\\_lazer\\_rhc.jpg&Secao=atlanticahotels\\_hotel\\_radissonhotelcuritiba\\_localizacao&legenda=%C1rea%20de%20lazer](http://www.atlanticahotels.com.br/atlantica/_asp/inc_popup_foto.asp?Arquivo=g_area_de_lazer_rhc.jpg&Secao=atlanticahotels_hotel_radissonhotelcuritiba_localizacao&legenda=%C1rea%20de%20lazer)

As inovações na hotelaria trazem enriquecimento e diversidade ao setor, criando um amplo leque de variedades para a demanda. Os serviços voltados para os animais demonstram que essas alternativas de inovar no mercado estão cada dia mais diversificadas.

Hotéis de luxo estão constantemente aprimorando seus serviços para aceitar pessoas com seus animais e investem nesse setor através de alimentação, recreação e atendimento diferenciado para os animais. Segundo o site < <http://www.guiame.com.br> > , hotéis de luxo como Le Meurice, em Paris, e o Essex House, em Nova York, ofertam tratamento VIP a animais que recebem no hotel. Oferecem serviços cinco estrelas aos pet's como, passeios, roupas, tapetes customizados, entre outros serviços. Existem hotéis no mundo todo e pacotes de viagens com animais são muito frequentes no Caribe e Miami, onde estão presentes hotéis de luxo como, Sheraton Nassau Beach Resort & Casino, Hilton Los Cabos Resort, Hotel ME Cancun, entre outros.

Nesse estudo foi realizada uma pesquisa no hotel Radisson em Curitiba para verificar se as adaptações feitas para a recepção de hóspedes com animais de estimação foram viáveis para o empreendimento, e se aumentaram a demanda com relação ao investimento feito para o novo serviço. Foi elaborado um questionário com perguntas feitas ao gerente de serviços e operações do hotel, Rodrigo Bassinelli.

De acordo com as respostas do gerente, pode – se verificar que o hotel fez adaptações e investimentos para a recepção dos animais e aderiu a esse diferencial no ano de 2009. Foi montado um *kit pet* onde estão inclusas fraldas para cachorros, potes para água e comida, camas, cobertores, brinquedos, entre outros utensílios. O investimento feito pelo hotel segundo Rodrigo Bassinelli foi viável em relação às atuais taxas que cobram a mais por esses serviços, ou seja, são cobrados R\$ 150,00 + 15% de taxas na diária do hospede, além da tarifa cobrada pelo apartamento.

Relacionado ao que já foi citado, a pesquisa tem como objetivo verificar se essas adaptações valorizam o hotel e se foi beneficiadora da empresa. Sendo assim, segundo Rodrigo a procura pelo hotel aumentou com essas mudanças relacionadas aos animais, cerca de 5% a 10% a mais mensalmente, visto que a maior procura se dá em períodos de férias e finais de semana. O gerente acredita que em termos de custo e benefício as mudanças valeram a pena e auxilia no incremento da diária média do hotel.

Esses serviços para animais estão a cada dia mais presente em hotéis, pousadas e recantos, porém toda empresa de hospedagem possui regras próprias para a recepção de animais. No hotel Radisson foi elaborado um documento explicativo, que é enviado para o cliente antes da reserva, onde explica qual porte de animal é permitido, assim como também regras de higiene, segurança, vacinação do animal entre outras atribuições a serem seguidas pelo hóspede que deseja trazer seu animal. Além da hospedagem o Radisson terceiriza serviços de veterinário e pet shop para os clientes quando solicitado.

Com relação ao espaço, os animais dormem no mesmo aposento de seu dono, onde é disponibilizado cama, utensílios para alimentos e higiene do pet, sempre no primeiro andar segundo as regras do hotel. A entrada e saída das pessoas com seus animais é feita no subsolo pelos elevadores de serviços para evitar contato com outros hóspedes do hotel.

Segundo Rodrigo, existem também situações negativas para serem administradas nesses serviços, como excesso barulho (latidos), animais que destroem o apartamento com (sujeira no carpete, riscos nos móveis e porta).

Mesmo assim foi interessante para o Radisson aderir essas novas adaptações, devido à procura de sua demanda e pelo amadurecimento dessa ramificação do mercado hoteleiro.

O hotel realizou adaptações nos quartos do térreo: como alteração no piso de alguns apartamentos onde antes eram de decorflex e alguns carpetes os quais foram alterados para pisos de cerâmica para evitar danos, pinturas com tintas a óleo para evitar sujeira nas paredes e alterações na acústica dos quartos evitando o excesso de barulho. O valor do investimento a princípio foi cerca de R\$ 15.000. O hotel aderiu esse serviço em 2009, devido a grande procura, interesse dos hóspedes e o amadurecimento desse serviços em hotéis.

A pesquisa com o gerente operacional do hotel Radisson, Rodrigo Bassinelli, pode ser aliada a pesquisa geral do trabalho, constatando que essas mudanças realizadas na empresa, aumentaram a renda diária do hotel, assim como também a procura, interesse da demanda e posicionamento no mercado hoteleiro de Curitiba, levando em conta que são poucos os hotéis de luxo da cidade que aderiram a esse diferencial. Esse tipo de serviço vem tornando-se comum no mercado atual, apesar de ainda pouco explorado no Brasil, porém, a procura que a demanda demonstra sugere que pesquisas e investimentos nesse ramo façam-se necessárias e auxiliadoras para aqueles que pretendem fixar-se no mercado competitivo.

Atualmente de acordo com o portal APEX BRASIL, o mercado de produtos voltados para animais está entre os mais lucrativos e rentáveis para quem pretende abrir uma empresa. Com isso verifica-se que as ações voltadas para os animais tanto em relação a alimentação, serviços, viagens, hospedagens, entre outros aspectos, estão sobressaindo-se e ganhando espaço na economia mundial. A hotelaria está entre os muitos canais de inserção desses produtos e serviços para animais e a cada dia traz novas alternativas para a demanda que procura esse novo segmento.

Figura 8. Fachada do Hotel



disponível em [http://www.atlantichotels.com.br/\\_files/Fachada\\_rhc.jpg](http://www.atlantichotels.com.br/_files/Fachada_rhc.jpg)

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse trabalho teve como objetivo demonstrar as mudanças na demanda do hotel Radisson em Curitiba, após as adaptações feitas para receber clientes com seus animais de estimação e dados da hotelaria e de serviços e produtos relacionados ao “mundo pet”. Esses objetivos foram alcançados através de uma pesquisa mais aprofundada com o hotel, o que possibilitou verificar se as adaptações foram viáveis, práticas e se trouxeram retorno ao empreendimento hoteleiro.

Outros objetivos específicos foram encontrados no decorrer da pesquisa como o que leva o ser humano a aumentar a afetividade com seus animais e assim querê-los mais perto até em suas viagens e demonstrou que esse novo segmento ganha espaço constantemente nos dias atuais.

O estudo apresentou de início uma breve introdução em relação ao histórico da hotelaria e de sua relação com o turismo e a hospitalidade e enfatizou o crescimento da afetividade e de investimentos das pessoas com seus animais, assim como também demonstrou que apesar de novo, esse segmento vem ganhando espaço e tornando-se um diferencial requisitado na hotelaria.

Considerou-se que as mudanças no Hotel Radisson aumentaram a procura da demanda e conseqüentemente a diária média do hotel entre 10% a 15% em épocas de veraneio, férias e finais de semana, demonstrando que esse novo serviço empregado foi relativamente favorável à empresa e investimentos maiores estão sendo pensados em longo prazo.

Em relação ao crescimento desse novo segmento, pôde-se verificar que no Brasil é uma prática nova que necessita de mais enfoque e investimentos, levando em conta o retorno que a atividade oferece em termos econômicos, a aproximação das pessoas com os animais e o espaço que eles vêm ganhando no mundo.

A principal dificuldade para a elaboração do trabalho foi a escassez de pesquisas nessa área o que impossibilitou um aprofundamento maior sobre o tema, porém o objetivo proposto foi encontrado e a análise e construção desse trabalho possibilitou ao hotel Radisson, ideias de investimentos e melhorias em seus serviços relacionados a hospedagem de animais, como práticas de recreação, banho e tosa e passeios com os animais dos hóspedes.

O tema foi escolhido devido a precária quantidade de estudos referente a essa nova tendência e sendo assim, o aumento das expectativas e dúvidas sobre esse assunto levou a realização desse trabalho. Outros aspectos a serem abordados seriam interessantes para o enriquecimento do tema, como novos dados atualizados pelo Ministério do Turismo e pela própria Associação Brasileira de Indústria de Hotéis (ABIH), os quais seriam de relativa expectativa para uma continuação desse trabalho e auxiliariam novas pesquisas e até mesmo investimentos no mercado.

## REFERÊNCIAS

### 1- Livros

ANDRADE, José Vicente de. **Turismo: fundamentos e dimensões**. São Paulo: Ática, 1998.

BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 11. Ed. São Paulo: Papirus, 1995.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: SENAC, 1997.

BENI, Mario Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 11ª. Ed. Ver e atual. São Paulo: SENAC, 2006.

CÂNDIDO, Índio. **Gestão de hotéis: técnicas, operações e serviços** / Índio Cândido, Elenara Viera de Viera. – Caxias do Sul: Educs, 2003.

CASTELLI, Geraldo. **Administração hoteleira**. 9. Ed. Caxias do Sul: Educs, 2003. 731p.

CASTELLI, Geraldo. **Excelência em hotelaria: uma abordagem prática**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1994. 156p.

CASTELLI, Geraldo. **Turismo e marketing: uma abordagem hoteleira**. Porto Alegre: Sulina, 1986.

CHIAVENATO, I. **Teoria Geral da Administração**. – 6 ed ver. E atualizada. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001 – 13ª impressão.

DUARTE, Vladir Vieira. **Administração de Sistemas Hoteleiros - Conceitos Básicos**. São Paulo: SENAC, 1996.

INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO. **Brasil: estudo da demanda turística nacional e internacional**. Brasília, 2002.

Lockwood, A. e Medlik, S. (org.) : **Turismo e Hospitalidade no século XXI**. Barueri – SP : Manole, 2003.



MOHERDAUI, Bel. Um lugar bom pra cachorro: Quartos temáticos, televisão de plasma, chef de cozinha e ofurô, entre outras mordomias: novidades da hotelaria animal.. **Revista Veja**, São Paulo, Edição 2040, Dezembro 2007. Disponível em: < [http://veja.abril.com.br/261207/p\\_104.shtml](http://veja.abril.com.br/261207/p_104.shtml)>. Acesso em: 26 mar.2013.

MOTA, Keila Cristina Nicolau. **Marketing turístico. Promovendo uma atividade sazonal**.São Paulo: Atlas, 2001.

ORGANIZAÇÃO PARA COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (ODCE). **Manual de Oslo: Diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação**. Brasília: 2005.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. **Introducción al turismo**. Madrid, Espanha, 1998.

ROGERS, E.; SHOEMAKER, F. F. **Communication of innovations: a cross cultural approach**. New York: Free Press, 1971.

TORRE, Francisco de La. **Administração hoteleira**. São Paulo: Roca, 2001

WALKER, J.R. **Introdução à Hospitalidade**. Barueri: Manole, 2002.

## 2- Internet

4PATAS. **Guia Turismo 4patas**. Disponível em <http://www.turismo4patas.com.br/htms/novidade.asp?idnovidade=790> .Acesso em 02/08

ATLANTICA HOTELS. Disponível em <http://www.atlantichotels.com.br/atlantica/hoteis/Estrutura.asp?Numfuncionalidade=292&NumHotel=73&Cidade=Curitiba&titulo=Apresenta%E7%E3o> . Acesso em 19 de agosto de 2013.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Estudos, dados e fatos sobre o setor do turismo.** Disponível em <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/home.html>. Acesso em 24/09.

BRASIL. Ministério do Turismo, **World Economic Outlook, October 2009 – IMF e IBGE**. Disponível em [http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Turismo\\_no\\_Brasil\\_2011\\_-\\_2014\\_sem\\_margem\\_corte.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_no_Brasil_2011_-_2014_sem_margem_corte.pdf) em 15/09/2013.

CARLSON REZIDOR. HOTEL GROUP. Disponível em <http://www.carlsonrezidor.com/>. Acesso em 19 de agosto.

CALLEGARI, L. **Maior desafio do setor hoteleiro hoje é atender melhor o hóspede "plugado"** Disponível em :<http://idgnow.uol.com.br/ti-corporativa/2011/05/26/maior-desafio-do-setor-hoteleiro-hoje-e-atender-melhor-o-hospede-plugado/#&panel2-1> Acesso em 24/09.

DINIZ, Sérgio. **Pet shop – Um negócio “bom pra cachorro”**. São Paulo: SEBRAE, [2004].79slides.,color. Disponível em: <[www.caesegatos.com.br/\\_downloads/pet\\_shop\\_palestra.ppt](http://www.caesegatos.com.br/_downloads/pet_shop_palestra.ppt)>. Acesso em: 21 mar. 2007.

GORNI, M. **Hotelaria Brasileira é apresentada em números**. REVISTA HOTEIS. São Paulo: Editora Ejota, 104. Ed. P.78. Disponível em <http://www.revistahoteis.com.br/materias/12-Mercado/5070-Hotelaria-brasileira-e-apresentada-em-numeros> . Acesso em 05/08.

GUIAME.**Hoteis de luxo aceitam animais de estimação e investem em mimos.** Disponível em <http://www.guiame.com.br/noticias/vida-estilo/turismo/hoteis-de-luxo-aceitam-animais-de-estimacao-e-investem-em-mimos.html> . Acesso em 19 de outubro.

GORNI, M. **Hotelaria Brasileira é apresentada em números.** REVISTA HOTEIS. São Paulo: Editora Ejota, 104. Ed. P.78. Disponível em <http://www.revistahoteis.com.br/materias/12-Mercado/5070-Hotelaria-brasileira-e-apresentada-em-numeros> . Acesso em 05/08.

GUTKOSKI, C. **Hotéis e pousadas no Brasil abrem as portas para turistas com animais de estimação.** Disponível em <http://viagem.uol.com.br/noticias/2012/04/03/hoteis-e-pousadas-no-brasil-abrem-as-portas-para-turistas-com-caes.htm>

MANTOVANI, C. **Novo selo 'pet friendly' certifica hotéis que recebem bem os animais.** Disponível em [:http://g1.globo.com/turismo-e-viagem/noticia/2013/01/novo-selo-pet-friendly-certifica-hoteis-que-recebem-bem-os-animais.html](http://g1.globo.com/turismo-e-viagem/noticia/2013/01/novo-selo-pet-friendly-certifica-hoteis-que-recebem-bem-os-animais.html) .[Acesso em 29/07](#)

TERRA. **Hotéis pet-friendly oferecem mimo e muito luxo no Caribe** Disponível em <http://vidaeestilo.terra.com.br/turismo/internacional/america/caribe/hoteis-pet-friendly-oferecem-mimo-e-muito-luxo-no-caribe,044f59d42a4bb310VgnVCM20000099cceb0aRCRD.html> . Acesso em 19 de outubro.

## ANEXO

### Carta de recomendação para hospedagem de animais:



#### Hospedagem para animais de estimação:

*Teremos o maior prazer em receber seu gato ou cachorro! Algumas diretrizes devem ser cumpridas para maior comodidade em sua hospedagem no Radisson Curitiba. Caso algumas destas regras não sejam cumpridas, infelizmente, seu animal deverá deixar o empreendimento imediatamente.*

1. Só é autorizada a hospedagem de gatos e cachorros de pequeno porte (até altura máxima de 30 cm.)\*
2. Haverá cobrança de taxa adicional no valor de R\$ 150,00 + 15% por dia na diária.
3. Será permitida a hospedagem apenas no 1º andar do edifício.
4. Será permitida a hospedagem de 01 (um) pet por apartamento.
5. Seu pet deverá estar "DESPUGUIZADO" e deverá ser silencioso para não incomodar os outros apartamentos.
6. O seu pet não poderá utilizar o apartamento como banheiro. Forneceremos "kit pet", composto de um saquinho descartável e 51áster51.
7. Seu pet deverá ficar preso o tempo todo na coleira, por mais manso que seja.
8. É vedada a circulação dos pets nas áreas sociais do empreendimento tais como: sala de ginástica, sala de descanso, piscina e solarium, sauna , lobby , restaurante, jardins e área de eventos.\*
9. Deverá ser utilizado somente o elevador sinalizado como Elevador de Serviços.\*
10. A saída para a rua deverá ser feita pelo 1º S de garagem.\*
11. Não poderá ser utilizado nenhum item do enxoval do apartamento com o pet, tais como: lençóis, toalhas, cobertores, pratos, copos, etc para o conforto de seu pet. Estes itens devem ser trazidos pelo hóspede.

12. A limpeza do apartamento só será efetuada na presença do proprietário do pet.

13. A alimentação do seu pet deverá ser providenciada pelo proprietário.

14. Qualquer dano que possa ocorrer aos tecidos, carpetes ou mobiliários que compõem o apartamento deverão ser ressarcidos integralmente conforme valores constantes na listagem de pertences (52áster list) fornecida pelo Departamento de Serviços de Suporte Hoteleiro da Atlantica Hotels.

De acordo:

---

\* exceto para cães guia

Esta é a carta que deverá ser apresentada no check in e assinada pelo hóspede.

Cada empreendimento deverá observar restrições da convenção de condomínio.

Não será permitida a hospedagem de animais protegidos pelo IBAMA.

Recomendações de limpeza no check out do apartamento: lavagem do carpete e higienização industrial, desinsetização caseira – banheiro inclusive, verificação pela recepção do estado geral do apartamento.

Paparico para os animais: kit pet, ossinhos de couro, bichinhos de morder.

(Lembrem-se que os proprietários de animais são sensíveis aos cuidados dispensados aos seus bichinhos).

## **APÊNDICE**

### **Questionário aplicado ao hotel:**

1. Estabelecimento:  
Nome: Radisson Curitiba  
Número de UH'S: 194
2. Quais foram as adaptações realizadas para receber animais? Desde quando?
3. Qual foi o custo das adaptações realizadas pelo hotel para receber animais?
4. Após estas adaptações aumentou a procura?
5. O hotel aceita todos os portes de animais?
6. Qual é o valor adicional para o hospede que vem com seu pet?
7. Existe algum tipo de atividade proposta no serviço de hospedagem para deixar os pets menos tensos com a separação do dono? Se sim quais são?
8. Existe algum período específico do ano que os hóspedes mais buscam esses serviços diferenciais?
9. Os animais tem espaço reservado?
10. Ocorrem muitos problemas? Se sim quais?
11. De acordo com as regras do hotel, quais os critérios para admissão do
12. Porque aderiram esse diferencial?