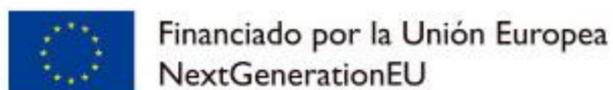




¿Cómo mejorar el turismo con mascotas?

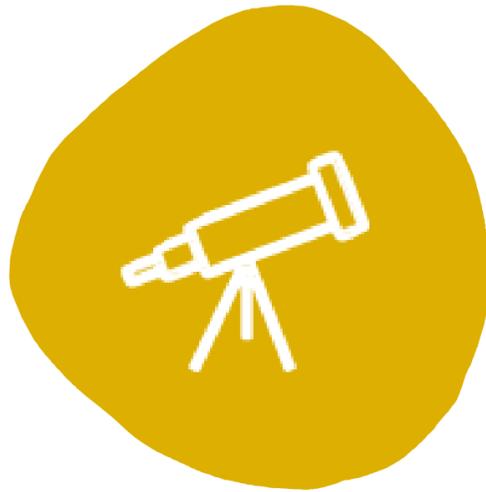
Problemas y soluciones

Resultados del proceso de inteligencia artificial colectiva llevado a cabo con las 572 aportaciones de viajeros y profesiones del sector en el verano de 2023 – Powered by CiBUC - Crowd Intelligence Technologies © 2023



Índice

Proceso



- 1.1 Enfoque y objetivos pág. 03
- 1.2 Metodología: I.A. Colectiva pág. 06
- 1.3 Ficha técnica y de participación pág. 14

Resultados



- 2.1 Resultados estratégicos clave pág. 20

1.1 Enfoque y objetivos





Enfoque

Queremos seguir impulsando el turismo con mascotas, y queremos hacerlo de forma colaborativa, es decir, *escuchando activamente a sus principales protagonistas: viajeros y profesionales.*



Francisco Garrido Benavides
CEO de Travelguau



Objetivos

1

Impulsar el turismo pet-friendly

Queremos conocer, medir y seguir impulsando el desarrollo del turismo con mascotas, facilitando el día a día de nuestra comunidad de viajeros.

2

Descubrir las barreras a sortear

Queremos conocer, de primera mano y desde el punto de vista de cada uno de los protagonistas del sector, las principales barreras a resolver para tener éxito.

3

Impulsar los negocios pet-friendly

Queremos descubrir de forma participativa y colaborativa los desafíos y las mejores soluciones para seguir impulsando los negocios pet-friendly.

4

Cocrear y activar la mejor estrategia

Queremos cocrear, junto a nuestra comunidad, la mejor estrategia posible para superar las barreras y aportar soluciones a poner en marcha.

1.2 Metodología

CiBUC Inteligencia [Artificial] Colectiva





Massachusetts
Institute of
Technology

Inteligencia Artificial Colectiva

*La inteligencia artificial más poderosa es la I.A. colectiva y **consiste en conectar personas y ordenadores** de forma tal que colectivamente sean más inteligentes que nunca antes lo han sido por separado.*

Thomas Malone Director MIT
Center Of Collective
Intelligence



1

Algoritmos de
clusterización
semántica.

2

Algoritmos de
hibridación y
síntesis.

3

Algoritmos de
inteligencia de
enjambre.

4

Algoritmos de
segmentación
poliédrica.

Plataforma CiBUC

Primera Plataforma Digital para la resolución de retos empresariales con el poder de la I.A. Colectiva

1



Algoritmos de clusterización semántica.

3



Algoritmos de inteligencia de enjambre.

2

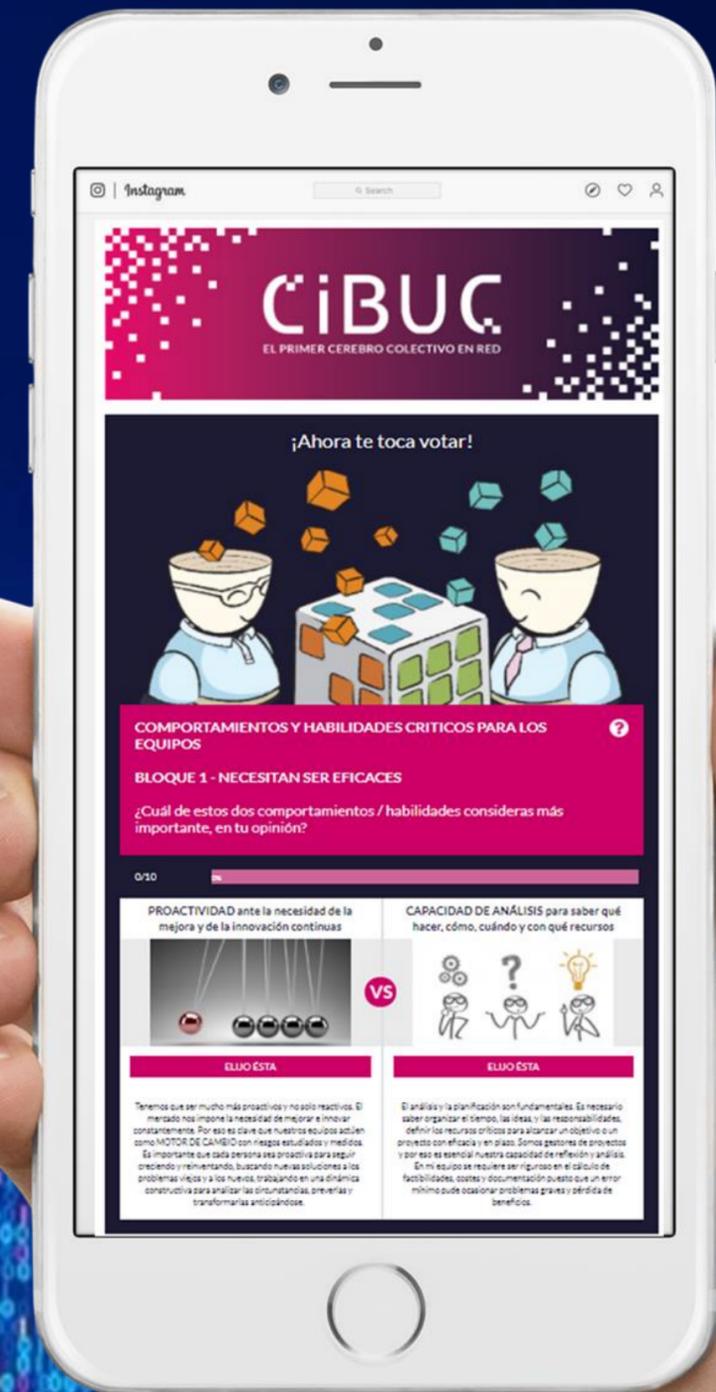


Algoritmos de hibridación y síntesis.

4



Algoritmos de segmentación poliédrica.



Procesos I.A.C.

La llave a la I.A. de tus colectivos



¡Tenemos resultados!

¡Damos voz!

¡Damos voto!



Priorización
Segmentación
Estrategia ganadora

- Estratificación
- Clusterización
- Hibridación
- Síntesis

[+] Certeros

[+] Rápidos

[+] Creativos

[+] Eficientes

[+] Rentables

Resolución de retos con I.A. Colectiva

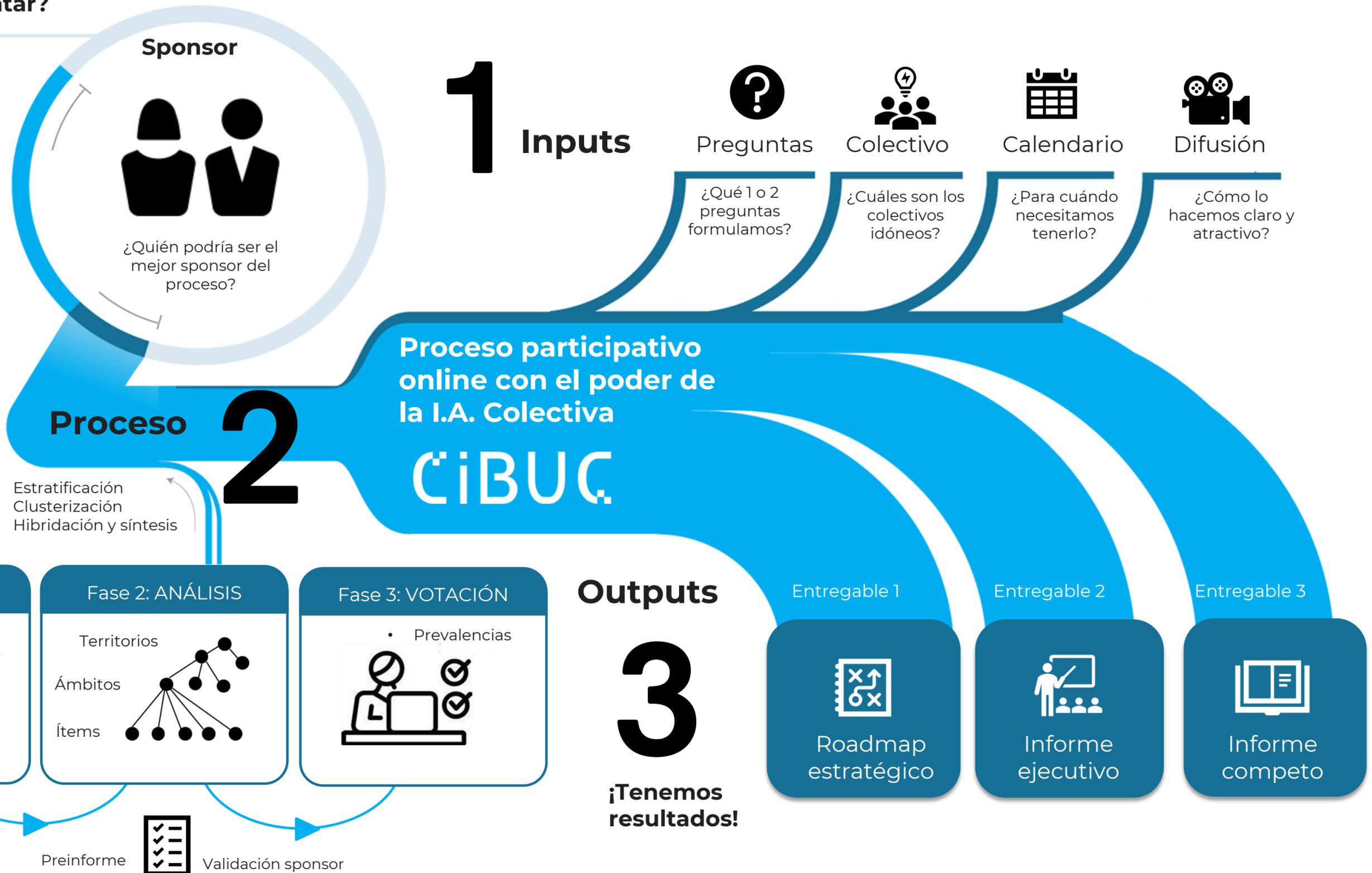
¿Qué RETO es prioritario afrontar?

EJEMPLOS:



• Estrategia empresarial

- Gestión del cambio
- Gestión del talento
- Formación y desarrollo
- Bienestar y equilibrio
- Impulso comercial
- Experiencia cliente
- Mejora de procesos
- Innovación abierta
- Aprender a colaborar
- Retos a medida...

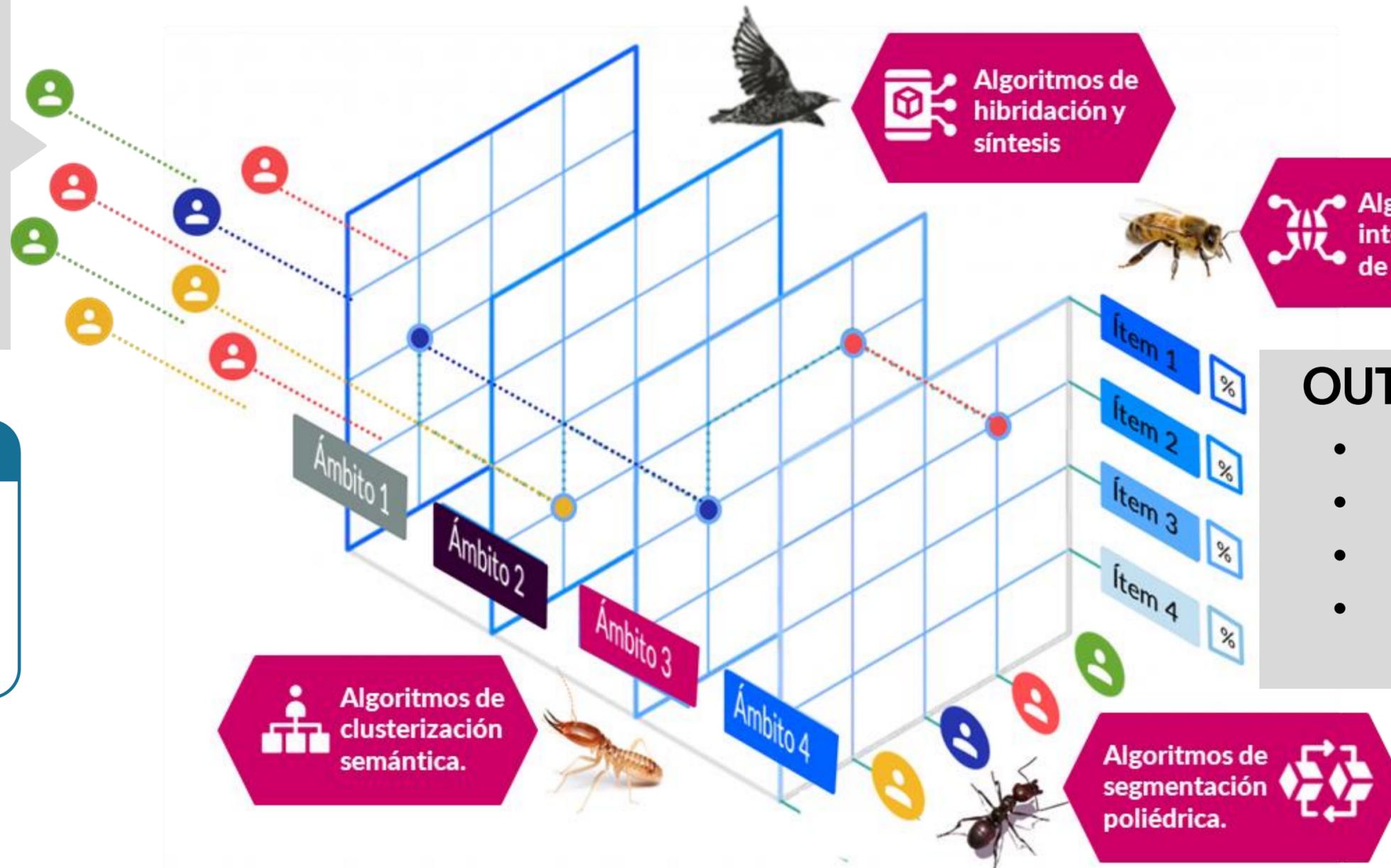
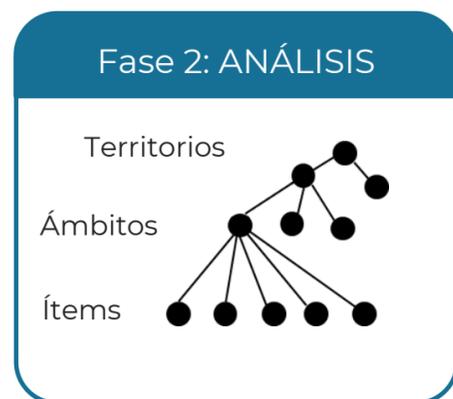


Una tecnología tan asombrosa como sencilla

Permite resolver todo tipo de retos a partir de 1 o 2 preguntas

INPUT

2 preguntas
abiertas y
anónimas

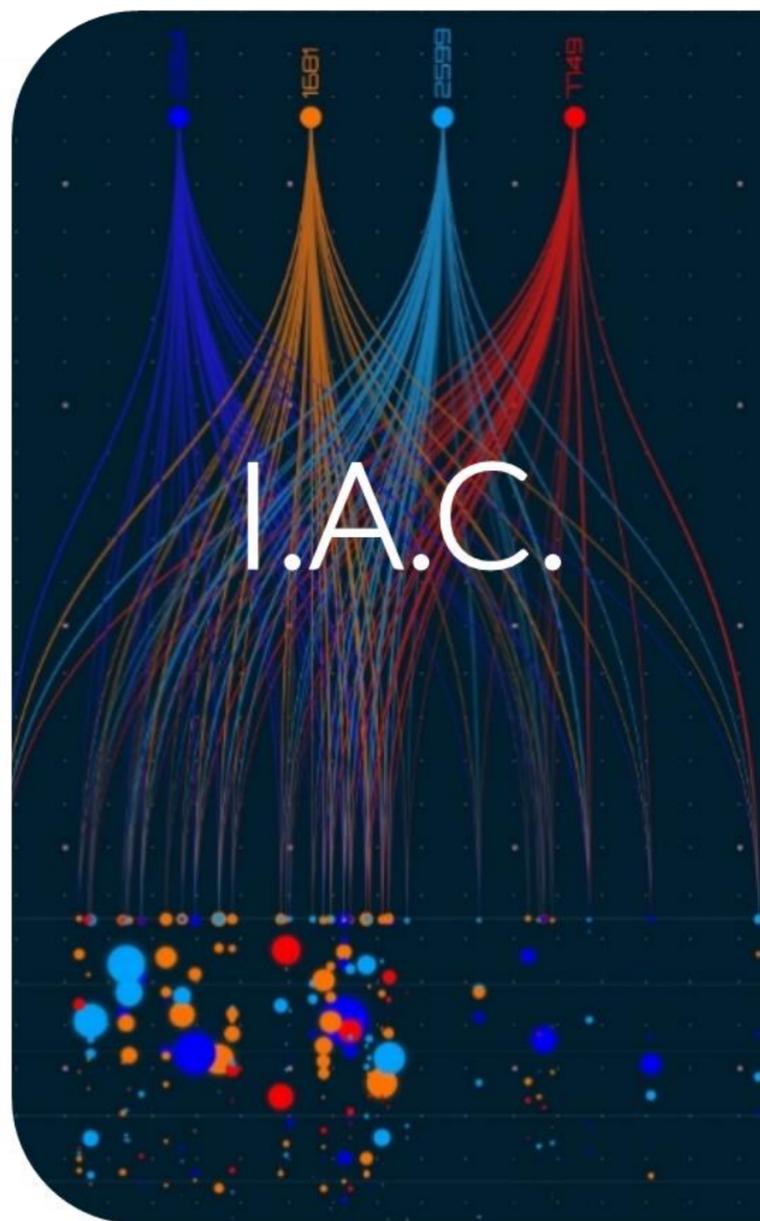


OUTPUT

- Roadmap estratégico
- Informe ejecutivo
- Informe completo
- Plan de acción

Una tecnología con una sólida base científica

Permite generar I.A. Colectiva disruptiva aplicando 12 principios



1  Algoritmos de clusterización semántica.

2  Algoritmos de hibridación y síntesis.

3  Algoritmos de inteligencia de enjambre.

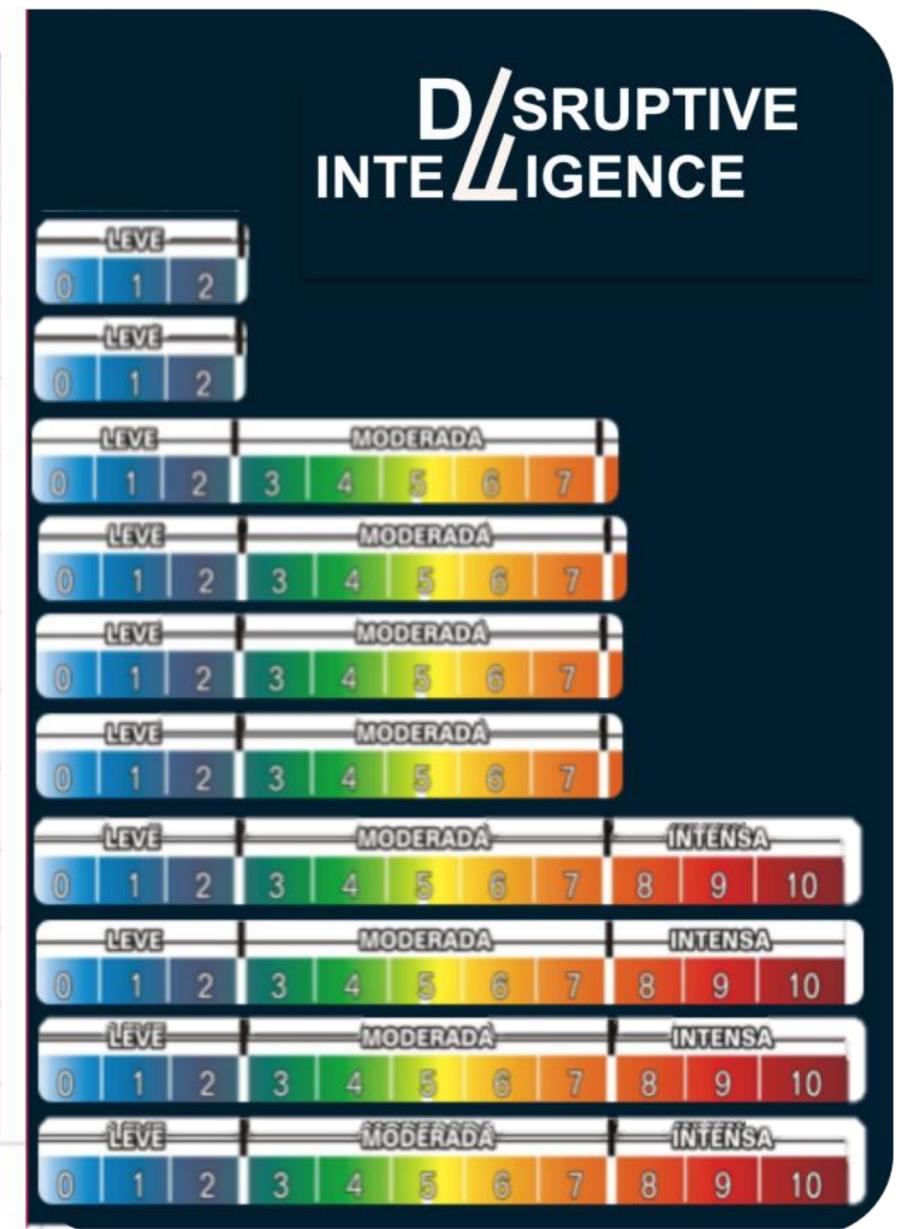
4  Algoritmos de segmentación poliédrica.

Principios básicos para generar I.A. Colectiva

	VEHÍCULO 1 • Encuestas • Paneles	VEHÍCULO 2 Plataformas colaborativas	VEHÍCULO 3 CIBUC
1. MOTIVACIÓN	✓	✓	✓
2. DIVERSIDAD	✓	✓	✓
3. CRITERIO PROPIO	✓	✓	✓
4. LENGUAJE COMÚN	✓	✓	✓
5. EXPRESIÓN LIBRE	✓	✓	✓
6. IGUALDAD DE VOZ	✓	✓	✓
7. AGREGACIÓN	✓	✓	✓
8. AUTOFILTRADO	✗	✓	✓
9. AUTOREGULACIÓN	✗	✓	✓
10. COOPETENCIA	✗	✓	✓
11. MIMETISMO	✗	✗	✓
12. ESTIGMERGIA	✗	✗	✓

✗ Ausente ✓ Deficiente ✓ Optimizable

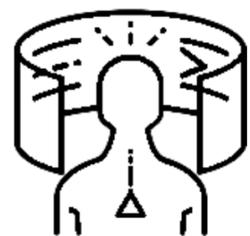
OUTPUT Inteligencia colectada OUTPUT Inteligencia colaborativa OUTPUT Inteligencia [Artificial] Colectiva



Una tecnología muy poderosa

La I.A. Colectiva proporciona ocho grandes beneficios

SITUACIÓN ACTUAL



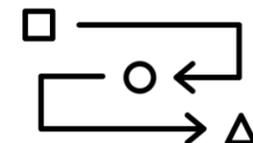
Permite tener una visión fiable de la realidad

CUALI-CUANTI



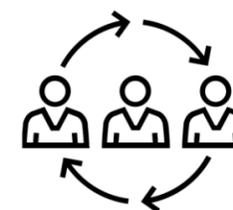
Combinación de información cualitativa y cuantitativa

↗ AGILIDAD



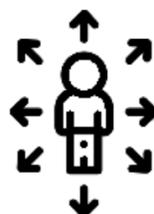
Agilidad en el proceso, semanas no meses

↗ INTELIGENCIA



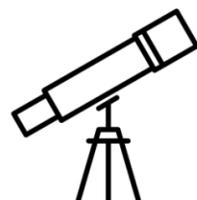
Suma de inteligencias para tener resultados relevantes

FUTURO DESEADO



Permite diseñar entre todos el futuro deseado

ALINEAMIENTO



Generación automática de una visión compartida

↗ COMPROMISO



Generación automática de compromiso colectivo

↗ IMPACTO REAL



Acompañamiento tutelado hasta lograr el objetivo

1.1 Enfoque y objetivos

1.2 I.A. Colectiva

1.3 Participación

1.3 Ficha técnica y de participación

572 aportaciones
8.612 votaciones



Participación y nivel de confianza

572
Aportaciones

 **357**
62% profesionales

 **215**
38% viajeros



La participación final en el proceso de Inteligencia Artificial Colectiva llevado a cabo con la herramienta CiBUC permite asegurar de forma científica que el nivel de confianza de los resultados (fiabilidad) para un error máximo permitido del +/-6% es del:

99,5%

Cómo calcular el tamaño de muestra para una población finita

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

n = Tamaño de muestra buscado e = Error de estimación máximo aceptado
N = Tamaño de la Población o Universo p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)
Z = Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC) q = (1 - p) = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

Nota técnica – Coeficiente de I.A.C.



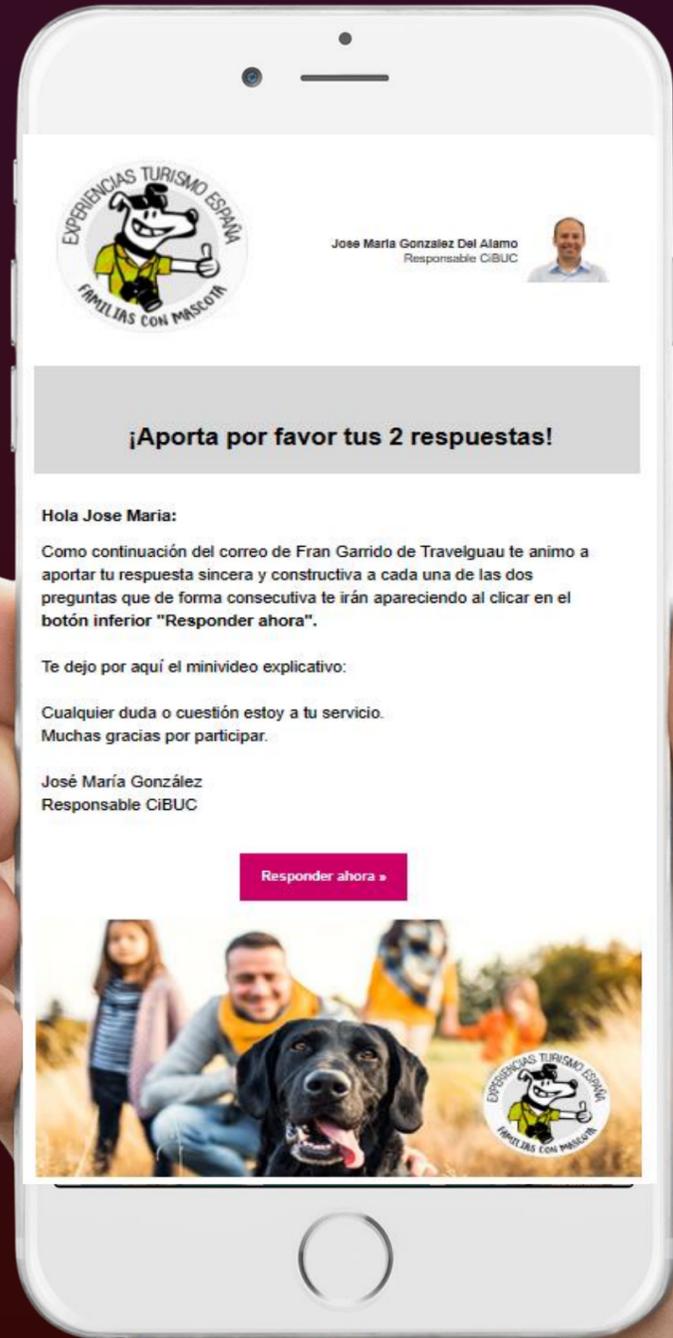
“ Lo que nos une nos hace fuertes pero es lo que nos diferencia lo que nos hace inteligentes.

Representación intuitiva del Coeficiente de IAC
Conocimientos y opiniones diferentes y diversas

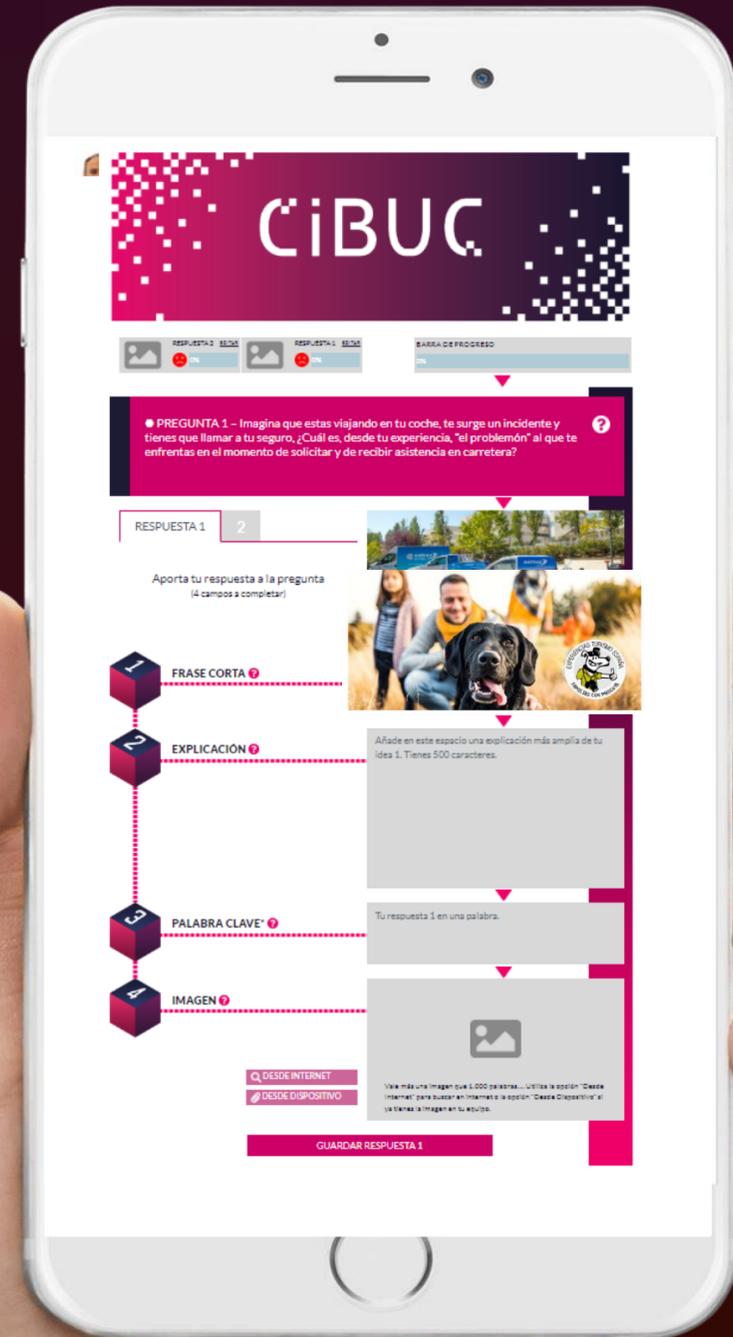


121

Sobre el CIAC: El coeficiente CIAC arranca con un valor 100 que sería el caso de que todas las personas consultadas supieran exactamente lo mismo y tuvieran la misma opinión sobre un tema, por lo que el colectivo no aportaría nada y bastaría con preguntar a 1 persona. A medida que los conocimientos y las opiniones de los participantes son diversas el CIAC va subiendo porque el colectivo suma nueva inteligencia en forma de conocimiento, opiniones y propuestas que enriquecen y mejoran la fiabilidad y la calidad del resultado final tanto en el diagnóstico (lo que está pasando) como en la solución (la forma de resolverlo).



¡Dimos voz!



Preguntas clave

◆ PREGUNTA 1 - VIAJEROS

Como viajero con mascota, ¿podrías identificar el **FACTOR PRINCIPAL** que te hace sentir que tu mascota no es del todo bienvenida en un lugar turístico “pet friendly” y qué **EXPERIENCIA REAL** pondrías de **EJEMPLO** para que se entienda el problema?

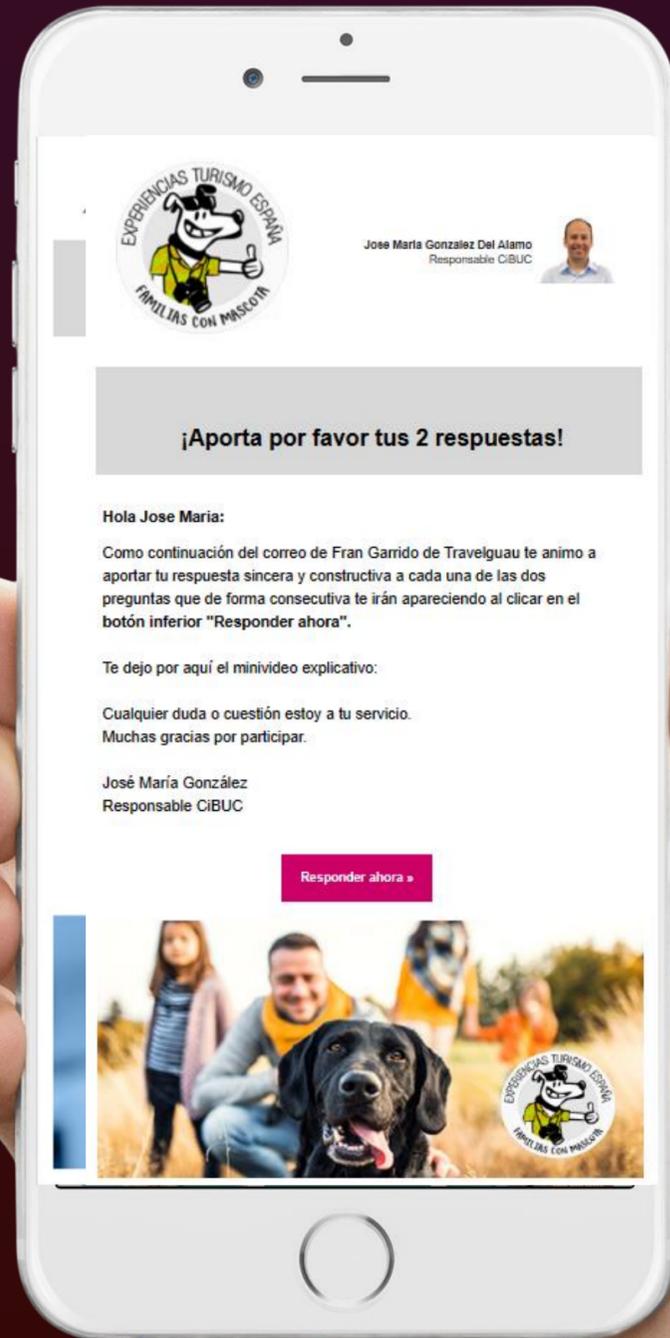
◆ PREGUNTA 1 - PROFESIONALES

Como profesional del sector turístico, ¿Cuál consideras que es el **DESAFÍO MÁS SIGNIFICATIVO** para lograr una mayor integración de las mascotas en tu negocio, y por qué consideras que es un problema especialmente difícil de resolver?

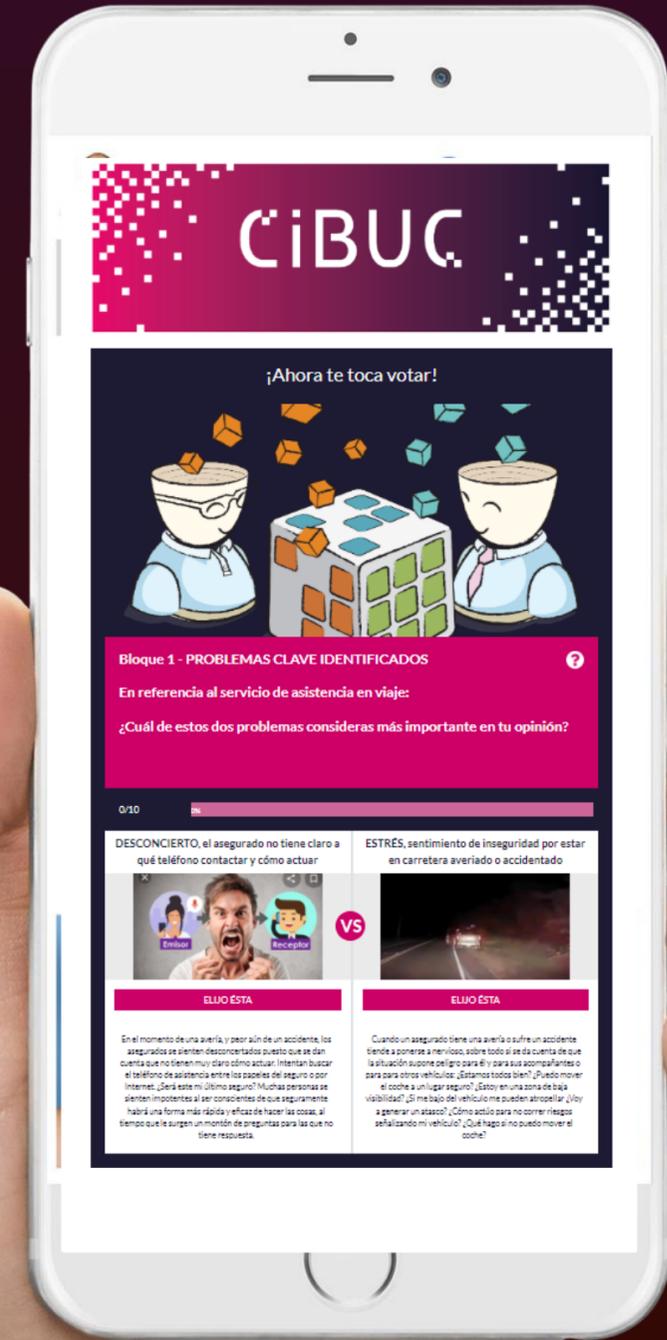
◆ PREGUNTA 2 - AMBOS

Imagina un mundo perfecto, ¿Cuál sería para ti la **SITUACIÓN o SOLUCIÓN IDEAL** para resolver esa problemática y cómo crees que se podría poner en marcha siendo realistas?





¡Dimos voto!



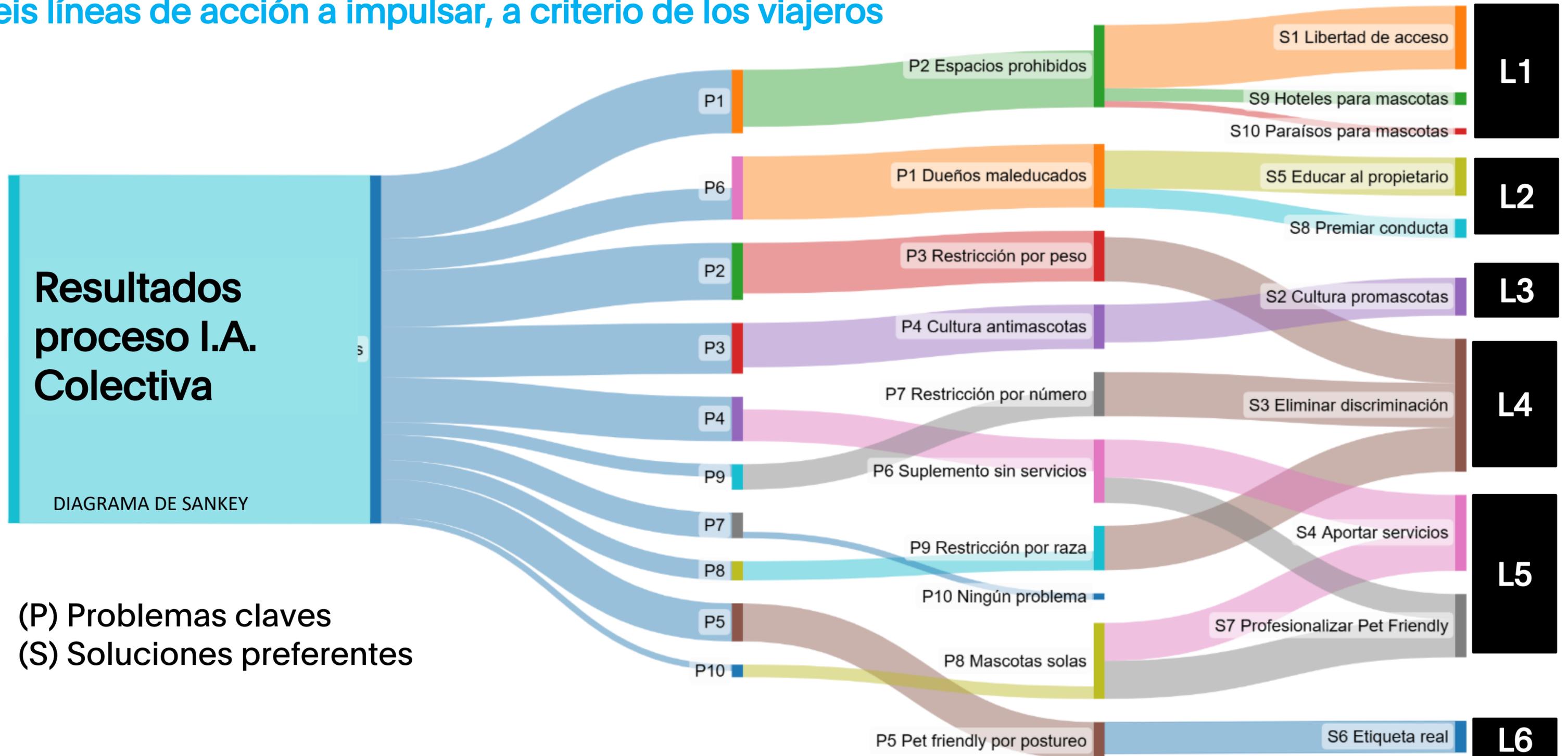
2.1. Resultados clave



PERSPECTIVA VIAJEROS

Estrategia ganadora turismo "pet friendly"

Seis líneas de acción a impulsar, a criterio de los viajeros





69%

**RESTRICCIONES
DE ACCESO**

78%

**Libertad de
acceso**

35%

**Hoteles para
mascotas**

18%

**Paraísos para
mascotas**

1a LINEA DE ACCIÓN



RESTRICCIONES DE ACCESO

P2

La limitación de espacios para las mascotas y de restricciones de acceso

107

I.A.C.



PARAÍSOS PARA MASCOTAS

103

S10

Crear paraísos de mascotas en destinos turísticos



LIBERTAD DE ACCESO

S1

Que pueda acceder con mi mascota a cualquier espacio, transporte o actividad

137

I.A.C.

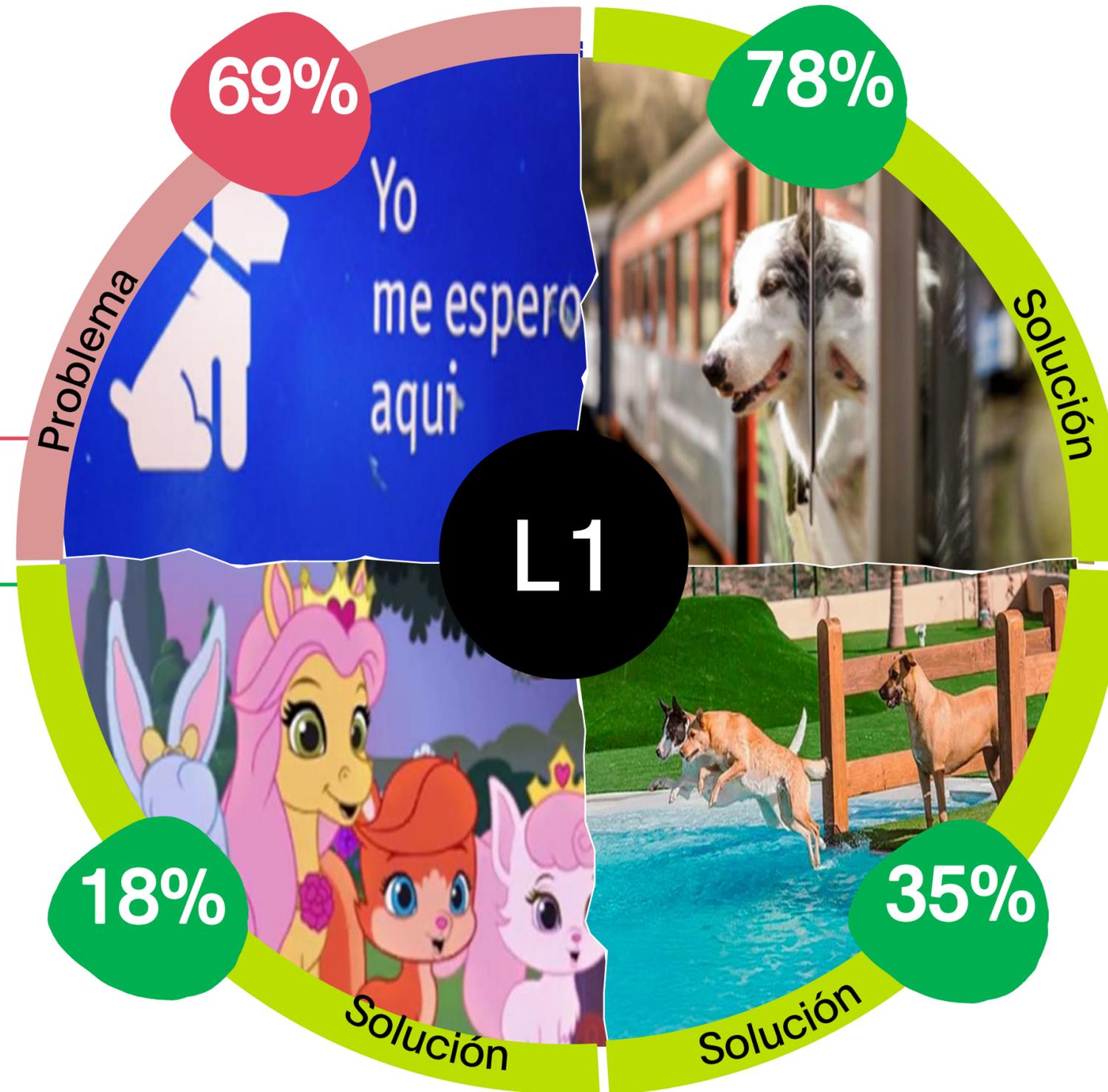


HOTELES PARA MASCOTAS

113

S9

Crear hoteles, bares y establecimientos donde la mascota es el protagonista



02

PROBLEMAS - PERSPECTIVA VIAJERO

Restricciones de acceso

68%
prevalencia

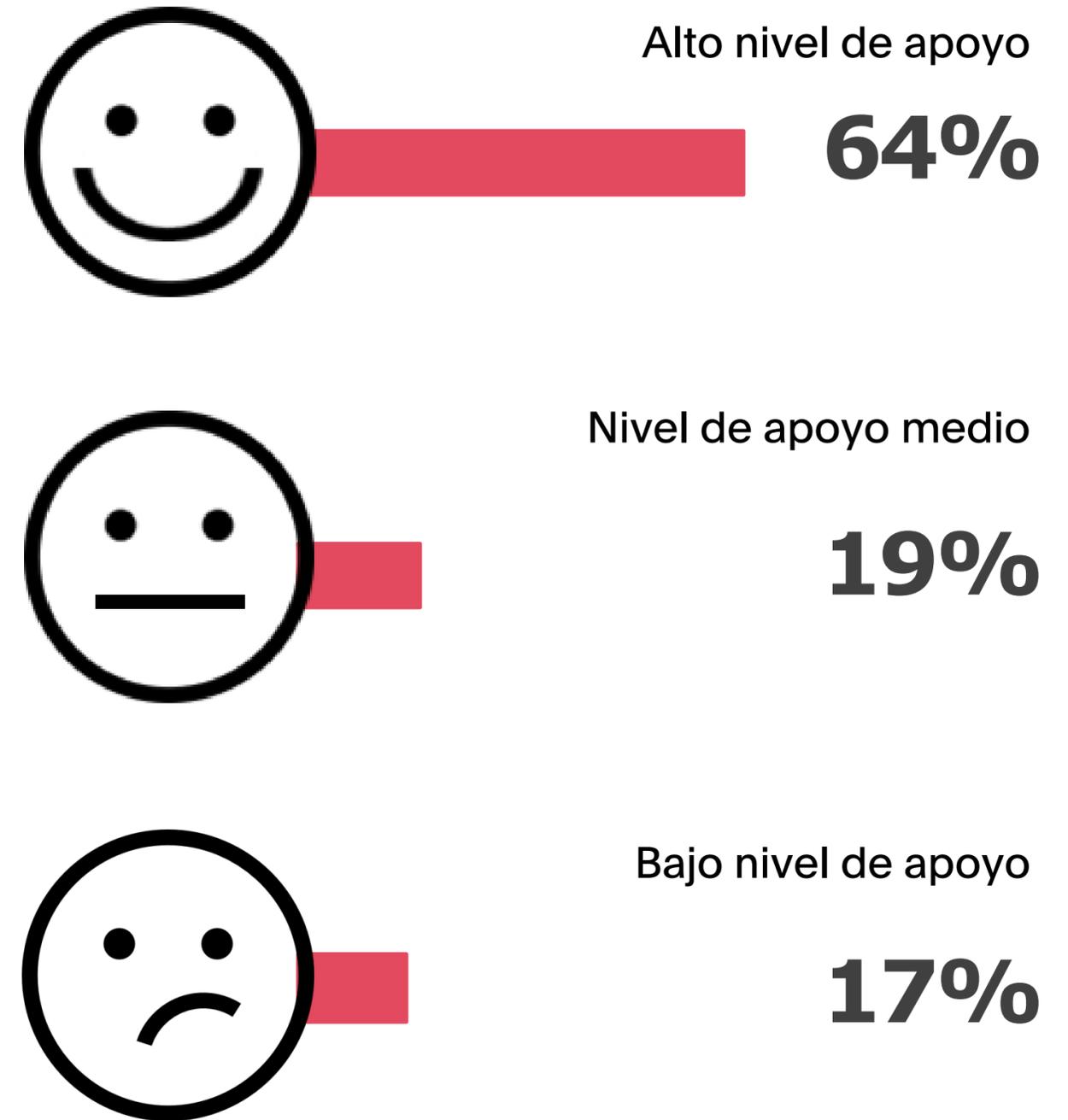


L1 – Problema nuclear a resolver

¿Qué es para el viajero lo peor del turismo con mascotas?

02 La limitación de espacios para las mascotas y de restricciones de acceso

Supone un gran inconveniente el que las mascotas no estén permitidas en todos los lugares, tanto dentro como fuera del establecimiento. En un hotel supuestamente "pet friendly" me pasó que no podías bajar a desayunar con el perro, pero tampoco podías dejarlo solo en la habitación... También me pasa que mi perro está acostumbrado a subir al sofá/cama para descansar. ¿Cómo le explico que aquí no se puede? Y cuando hacemos visitas culturales nos toca turnarnos y quedarnos fuera esperando.



2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

01

SOLUCIONES - PERSPECTIVA VIAJERO

Libertad de
acceso

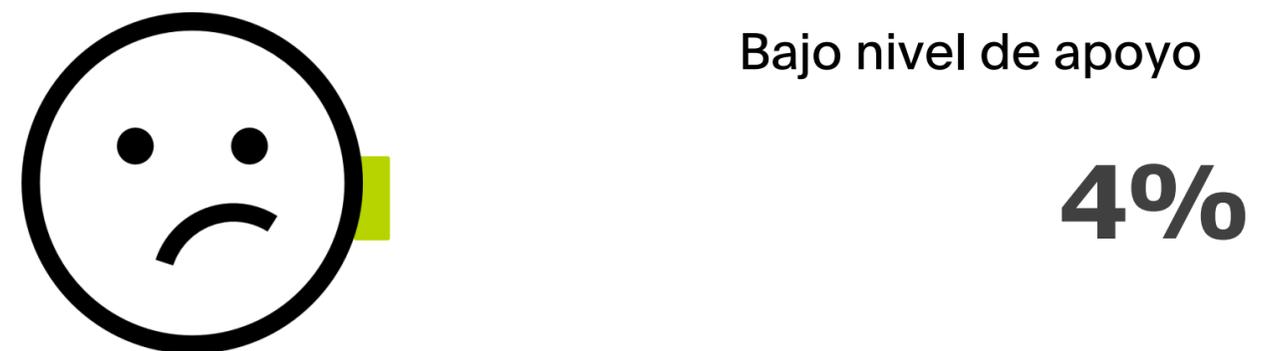
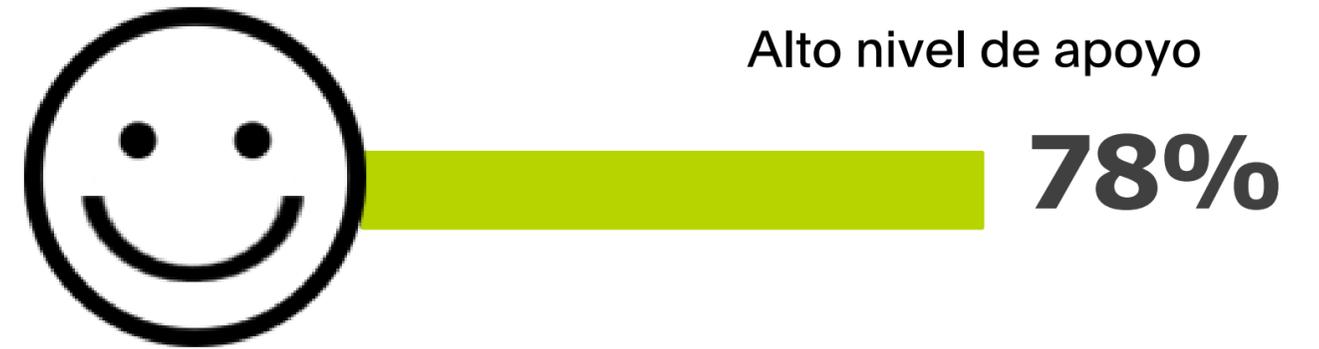
78%
prevalencia

L1 – Solución ganadora

¿Qué soluciones proponen los viajeros?

01 Que pueda acceder con mi mascota a cualquier espacio, transporte o actividad

Veo muy importante el libre acceso y la plena inclusión de las mascotas en todos los aspectos y en todos los espacios de la vida: dentro de los alojamientos, en los transportes públicos y en los lugares de ocio. Un perro es parte de la familia y como tal queremos hacer la vida con él. Poder visitar museos, bares restaurantes, tiendas etc. Esto conlleva implementar cambios no solo normativos sino también en la mentalidad de todos (Admón. Pública, Establecimientos y de la Sociedad en general).



2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

09

SOLUCIONES - PERSPECTIVA VIAJERO

Hoteles para mascotas

35%
prevalencia

L1 – Solución complementaria

¿Qué soluciones proponen los viajeros?

09 Crear hoteles, bares y establecimientos donde la mascota es el protagonista

Crear hoteles diseñados exclusivamente para mascotas, donde se les brinde un trato especial y sean los protagonistas principales, sin que los humanos ocupen una posición preeminente. Además, establecer bares temáticos y especializados en mascotas, donde se promueva un ambiente acogedor para los dueños y sus compañeros peludos. En cuanto a los cargos adicionales por la presencia de mascotas, deberían ser incluidos dentro del costo total sin hacerlos visibles de forma específica.



Alto nivel de apoyo
17%



Nivel de apoyo medio
22%



Bajo nivel de apoyo
61%

2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

10

SOLUCIONES - PERSPECTIVA VIAJERO

Paraíso para mascotas

18%
prevalencia



L1 – Solución complementaria

¿Qué soluciones proponen los viajeros?

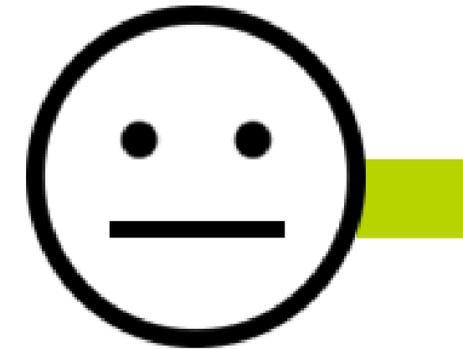
10 Crear paraísos de mascotas en destinos turísticos

En un mundo ideal, cada destino turístico tendría 'Paraísos para Mascotas'. Estos espacios exclusivos ofrecerían todas las comodidades necesarias para el bienestar de las mascotas de los viajeros. Contarían con áreas sombreadas, estaciones de agua, zonas de juego y paseo, y personal capacitado para cuidar de ellas. Estos paraísos podrían ubicarse estratégicamente en playas, parques y zonas turísticas, financiados mediante fondos públicos y privados, con tarifas accesibles para los usuarios.



Alto nivel de apoyo

7%



Nivel de apoyo medio

15%



Bajo nivel de apoyo

78%

2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

79%
DUEÑOS
MALEDUCADOS

53%
Invertir en
educación

41%
Premiar buena
conducta

2a LINEA DE ACCIÓN



DUEÑOS MALEDUCADOS



INVERTIR EN EDUCACIÓN

S5

Invertir en la educación de las mascotas y más aún en la de sus dueños

127

I.A.C.



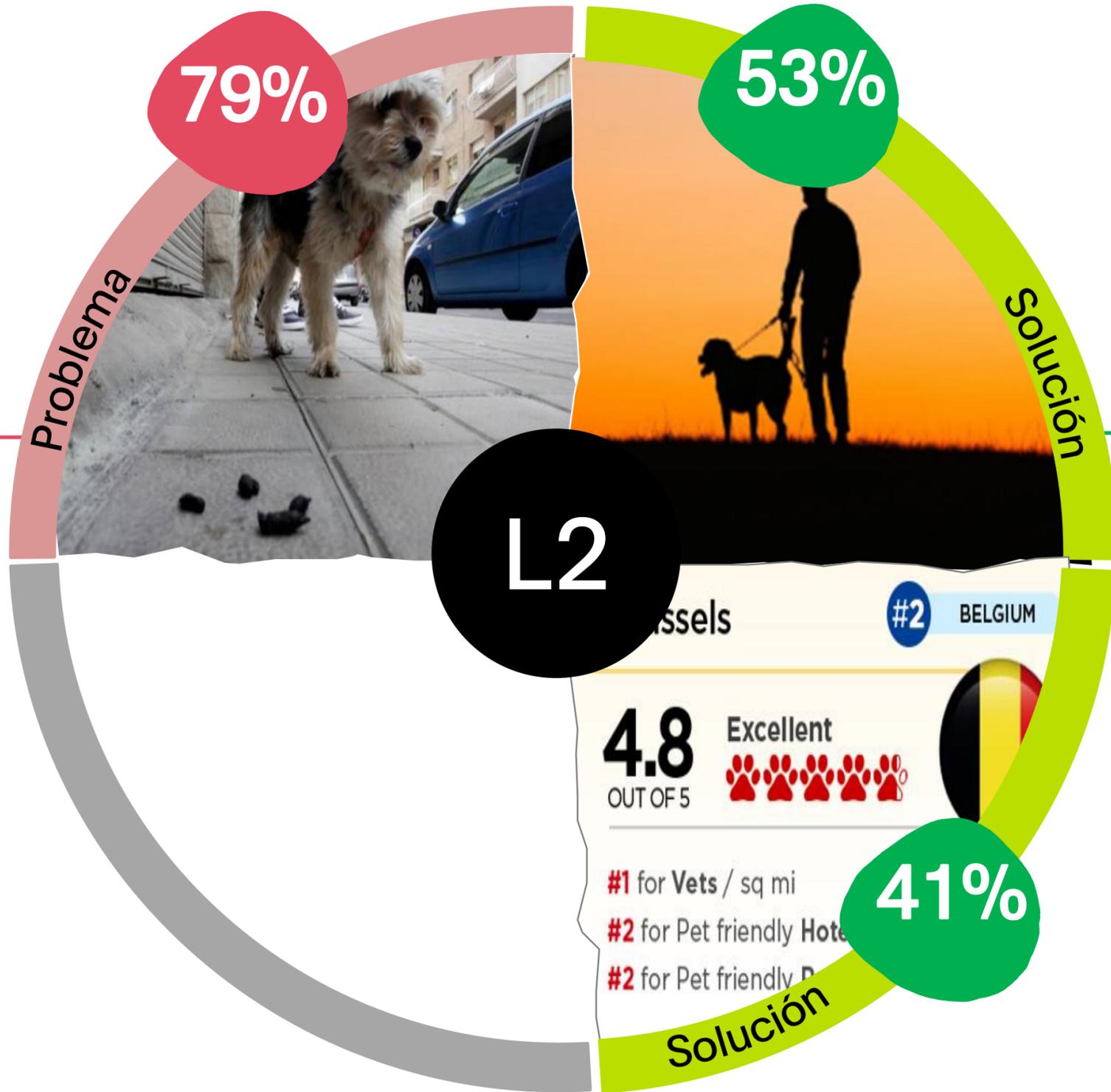
PREMIAR BUENA CONDUCTA

S8

Sistema bidireccional de evaluación (estrellas), de profesionales y viajeros

103

L2



La mala conducta de algunos dueños de mascotas nos perjudica a todos

P1

01

PROBLEMAS - PERSPECTIVA VIAJERO

Dueños maleducados

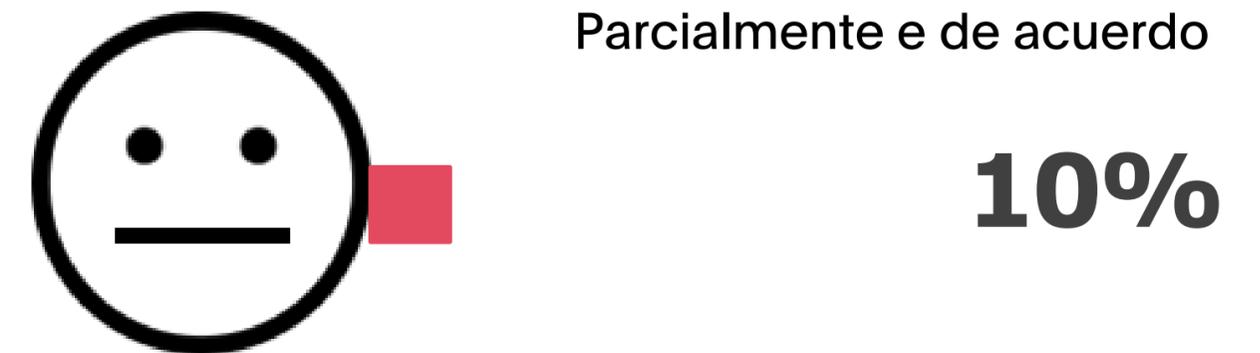
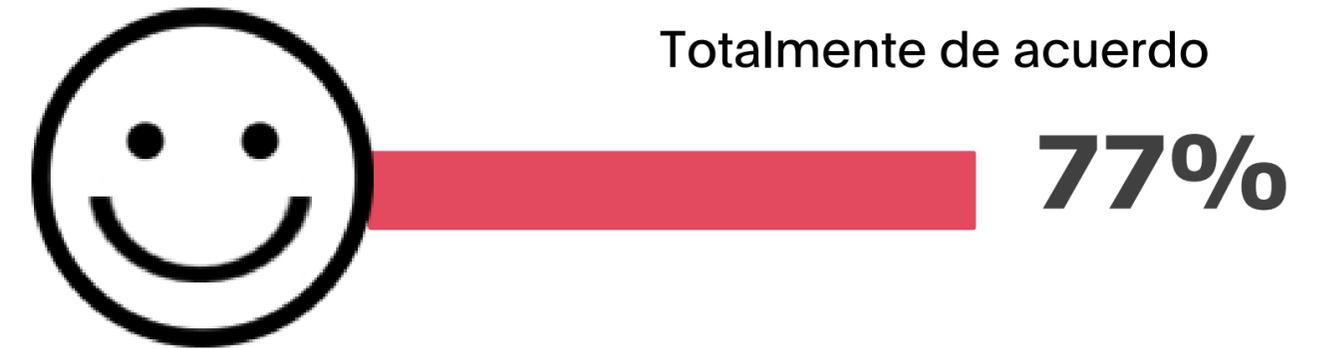
79%
prevalencia

L2 – Problema nuclear a resolver

¿Qué es lo peor del turismo con mascotas para el viajero?

01 La mala conducta de algunos dueños de mascotas nos perjudica a todos

La falta de educación y la irresponsabilidad de algunos propietarios con sus mascotas nos termina afectando con normas más estrictas para todos y como suele decirse "pagamos justos por pecadores". Una sola persona incívica que no recoja los excrementos de su mascota o no controle debidamente a sus animales, echa por tierra el trabajo de todos los que si lo hacemos. Son personas que no cumplen las normas básicas de convivencia ni son consciente de todo lo que implica tener mascotas.



05

SOLUCIONES - PERSPECTIVA VIAJERO

Invertir en
educación

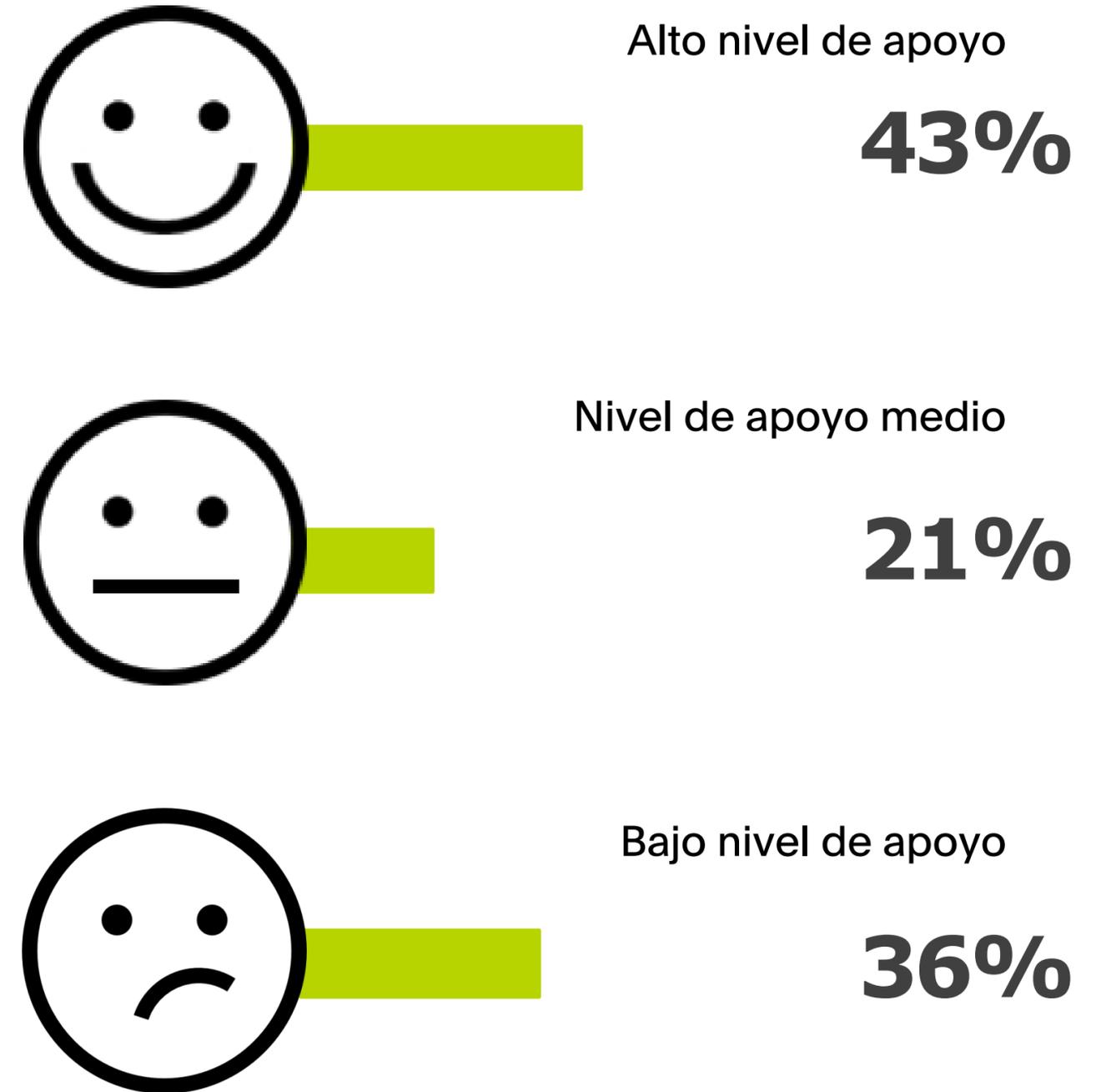
53%
prevalencia

L2 – Solución ganadora

¿Qué soluciones proponen los viajeros?

05 Invertir en la educación de las mascotas y más aún en la de sus dueños

La educación y la responsabilidad de los dueños y de sus mascotas es fundamental para una convivencia armoniosa. Sería por ejemplo muy beneficioso implementar cursos obligatorios antes de tener un perro, para comprender sus necesidades y aprender sobre higiene, respeto hacia los demás y debido control en espacios públicos. Por otro lado, y al igual que educamos a nuestros hijos, debemos aprender a educar a nuestras mascotas para que sepan comportarse y no generen molestias innecesarias.



2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

08

SOLUCIONES - PERSPECTIVA VIAJERO

Premiar buena conducta

41%
prevalencia

L2 – Solución complementaria

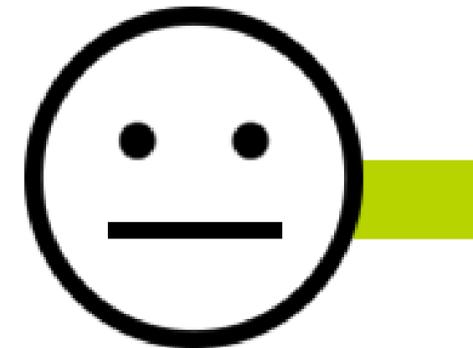
¿Qué soluciones proponen los viajeros?

08 Sistema bidireccional de evaluación (estrellas), de profesionales y viajeros

Al igual que ocurre con otros muchos servicios de referencia (Airbnb, Blablacar...) sería muy valioso introducir un sistema de valoración bidireccional referido al servicio a las mascotas (con estrellas y comentarios) tanto de los anfitriones hacia las mascotas/propietarios, como de los propietarios hacia los alojamientos "pet friendly". Esta transparencia adicional permitiría a los profesionales premiar las buenas conductas y a los viajeros elegir destinos genuinamente "pet friendly".



Alto nivel de apoyo
31%



Nivel de apoyo medio
17%



Bajo nivel de apoyo
52%

2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción



65%
**Cultura
promascotas**

57%
**CULTURA
ANTIMASCOTAS**

3a LINEA DE ACCIÓN



CULTURA ANTIMASCOTAS

P4

Rechazo cultural hacia las mascotas en España por una parte de la sociedad

110

I.A.C.

Problema

57%



L3

65%



Solución

123

I.A.C.



CULTURA PRO MASCOTAS

S2

Promover una cultura "promascotas" en todos los ámbitos de la sociedad

04

PROBLEMAS - PERSPECTIVA VIAJERO

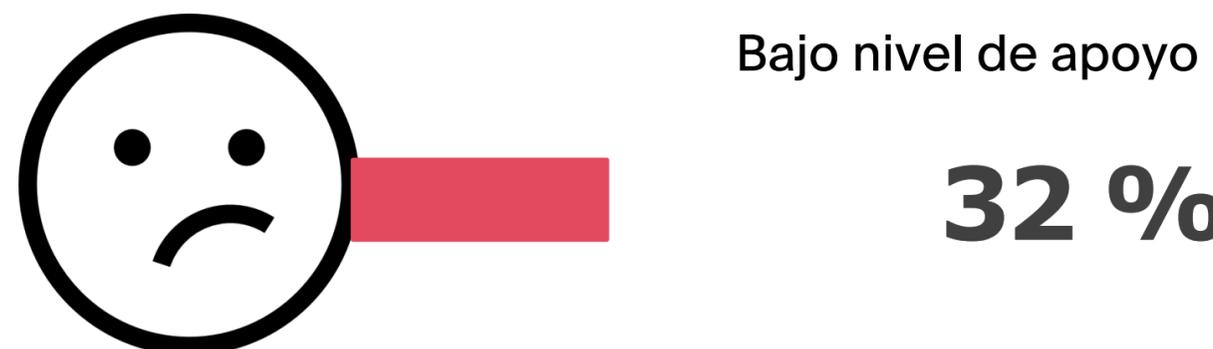
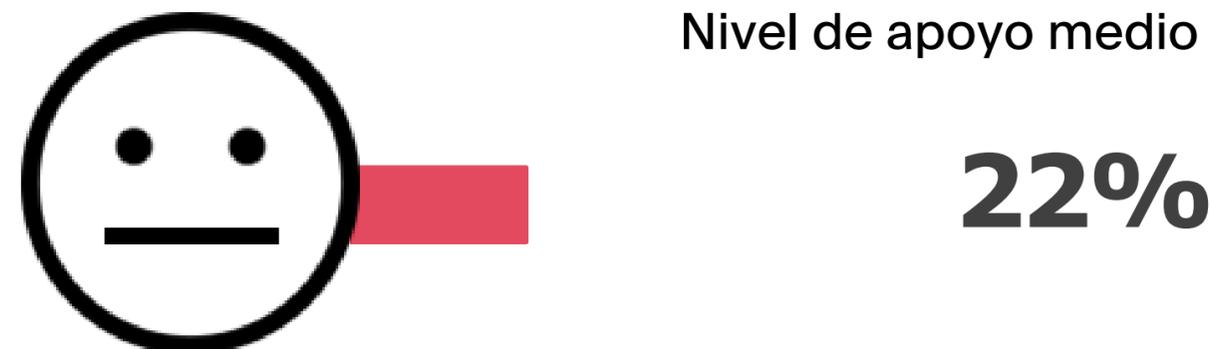
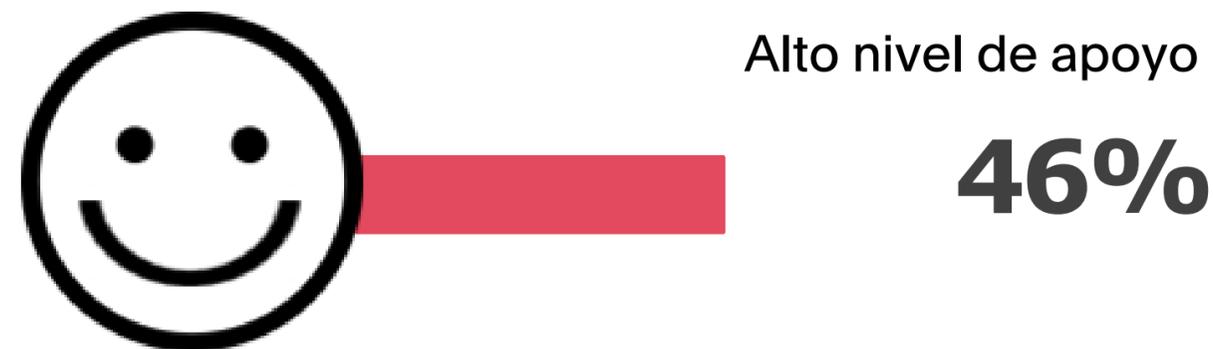
Cultura antimascotas

57%
prevalencia

L2 – Problema nuclear a resolver

04 Rechazo cultural hacia las mascotas en España por una parte de la sociedad

Hay gente que no acepta ni entiende que tengamos a nuestros perros u otros animales como uno más de la familia. Mis perros huelen a la gente que desprende rechazo hacia ellos. Mi experiencia es que cuando llegas a un sitio y ves que miran a tus perros con un gesto torcido o no sonrían, malo. Todavía hay mucha gente intransigente que no está dispuesta a compartir su espacio con mascotas y establecimientos que te hacen sentir que el bienestar de ellos está delante del tuyo. Es un tema cultural.



2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

02

SOLUCIONES - PERSPECTIVA VIAJERO

Cultura promascotas

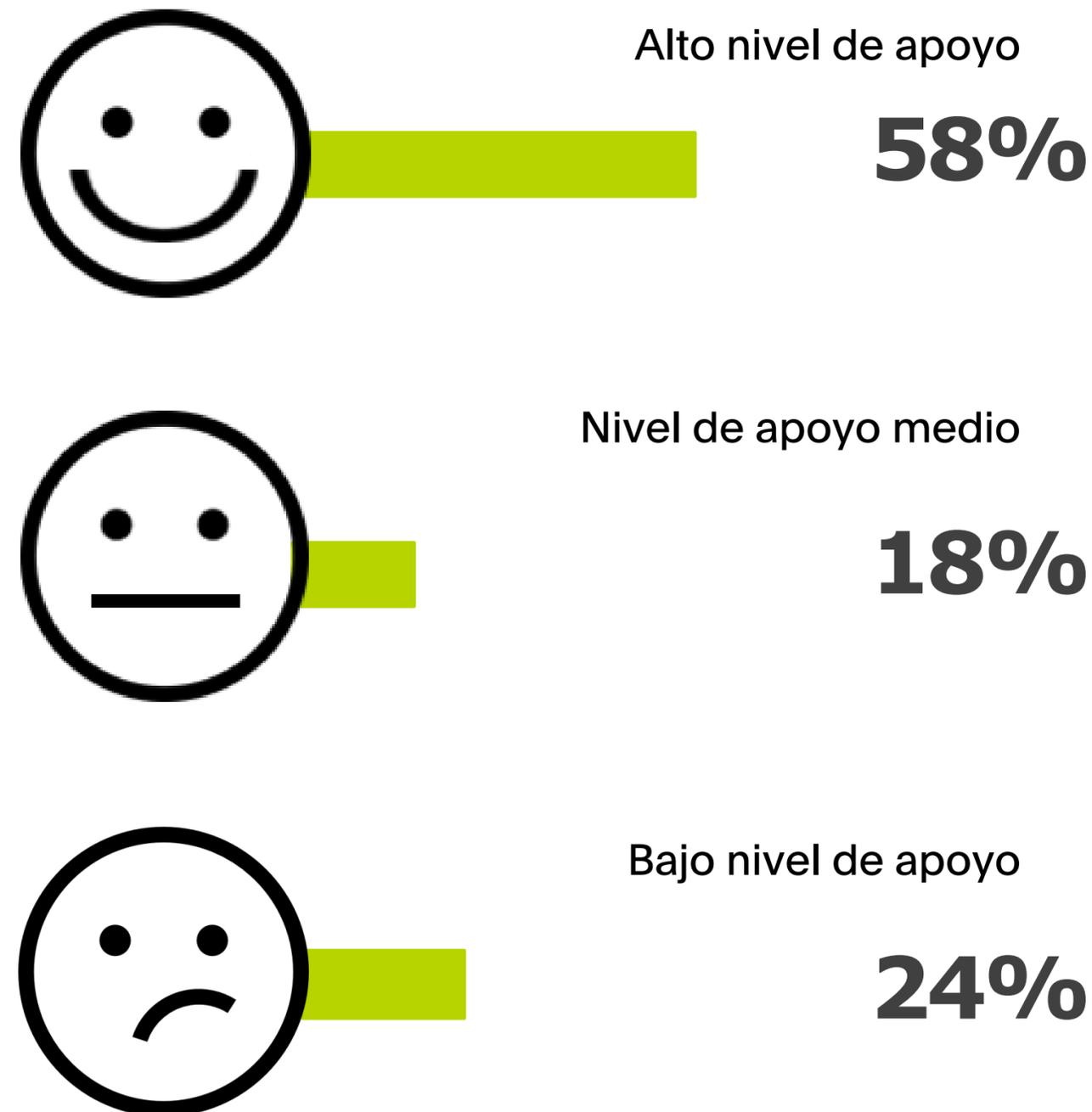
65%
prevalencia

L3 – Solución ganadora

¿Qué soluciones proponen los viajeros?

02 Promover una cultura “promascotas” en todos los ámbitos de la sociedad

La solución radica en educar a la sociedad y en los colegios, fomentar la empatía y el respeto hacia los animales, destacando todo lo bueno que nos aporta una mascota e integrándola con naturalidad como un miembro más de la familia y en todo lugar y circunstancia. Esto requiere un cambio de mentalidad y una mayor conciencia sobre los derechos y necesidades de los animales, así como la implementación de normas de convivencia y servicios adecuados que permitan una coexistencia armoniosa.



2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

66%

Límites por peso

69%

ELIMINAR LA DISCRIMINACIÓN

42%

Límites por número

34%

Límites por raza PPP



4a LINEA DE ACCIÓN



LÍMITES POR PESO

P3

La discriminación y las restricciones por el tamaño y el peso de la mascota

103

I.A.C.



ELIMINAR DISCRIMINACIÓN

S3

Permitir todas las mascotas sin restricciones de tamaño, raza, peso o número

147

63%

Solución



LÍMITES POR NÚMERO

P7

La discriminación por número de mascotas limita nuestras opciones

100

I.A.C.



LÍMITES POR RAZA PPP

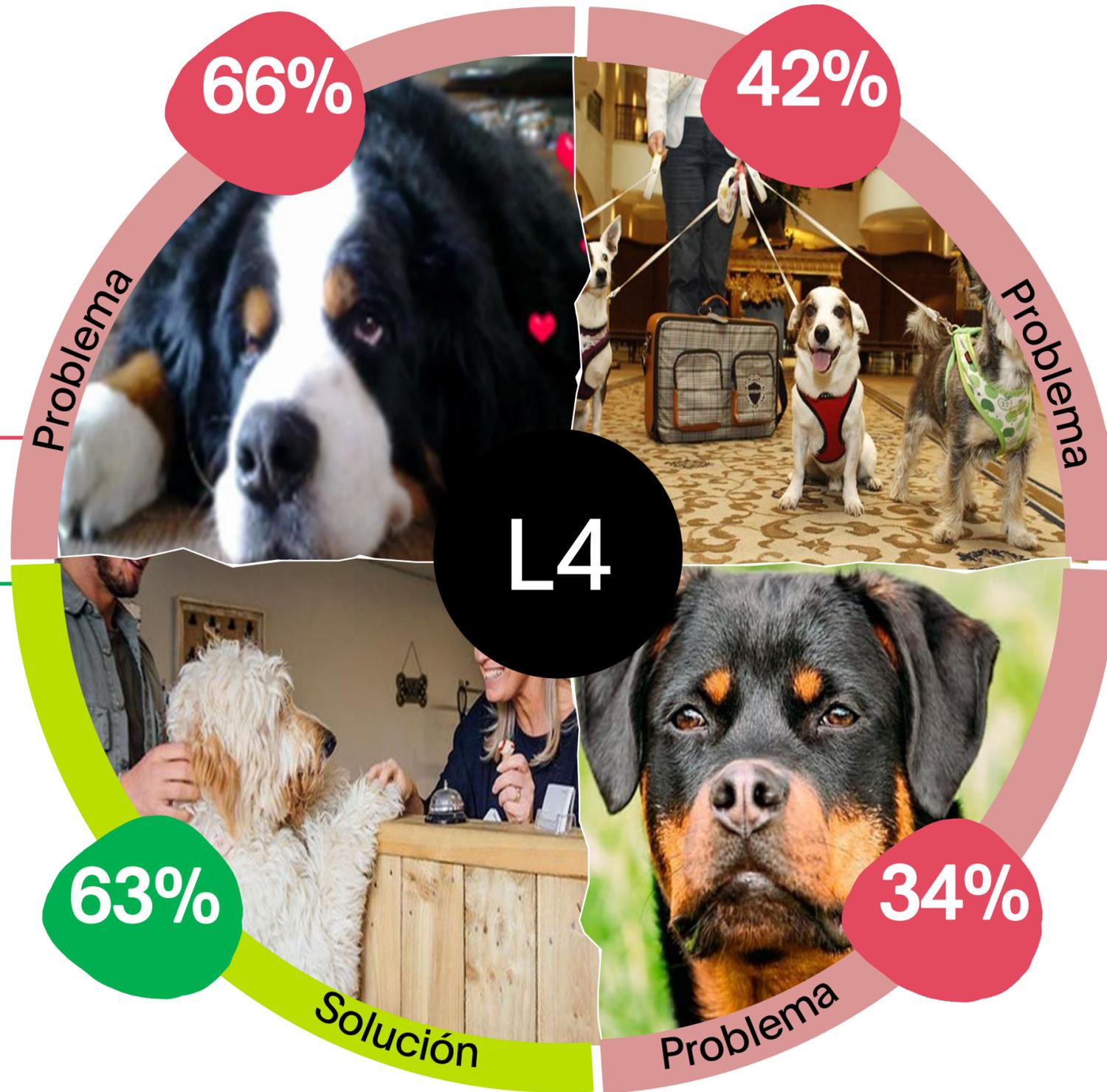
P9

La discriminación por raza como perro potencialmente peligroso (PPP)

137

34%

Problema



L4

03

PROBLEMAS - PERSPECTIVA VIAJERO

**Límites por
peso y tamaño**

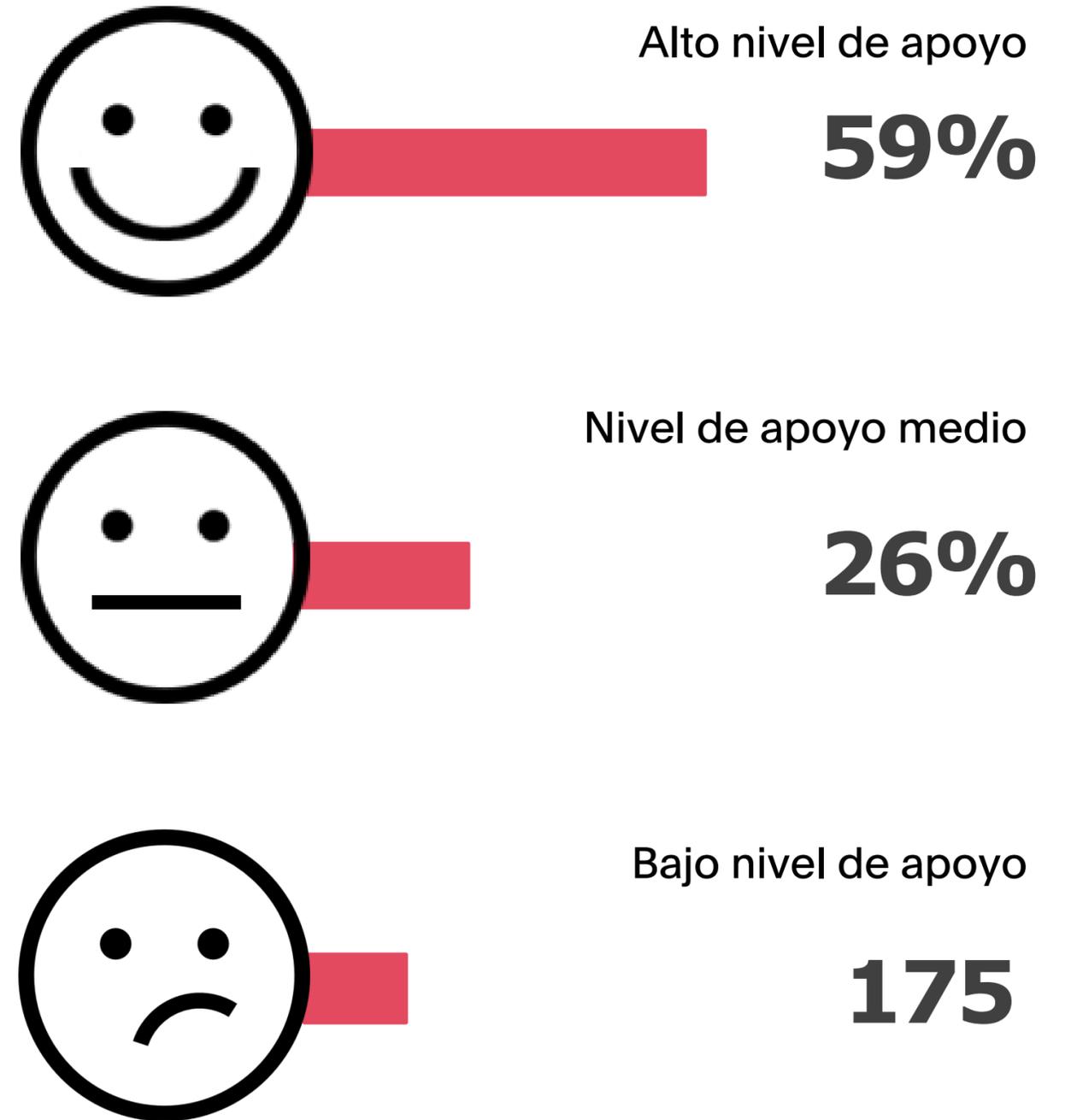
66%
prevalencia

L4 – Problema nuclear a resolver

¿Qué es para el viajero lo peor del turismo con mascotas?

03 **La discriminación y las restricciones por el tamaño y el peso de la mascota**

¿Te imaginas un establecimiento en el que te discriminaran por tu peso? Pues eso es lo que ocurre con nuestras mascotas en muchos establecimientos y medios de transporte. Te imponen límites arbitrarios (8 kg, 10 kg, 20 kg...) que excluyen a los perros de mayor tamaño, dejándonos fuera a dueños de mascotas tranquilas, bien educadas y socializadas. Estas limitaciones nos dificultan encontrar opciones adecuadas de alojamiento y de transporte para nuestras mascotas y te generan mucha frustración.



2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

07

PROBLEMAS - PERSPECTIVA VIAJERO

Límites por
número

42%
prevalencia

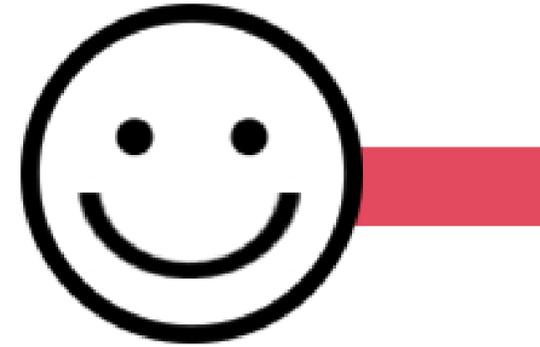


L4 – Problema complementario a resolver

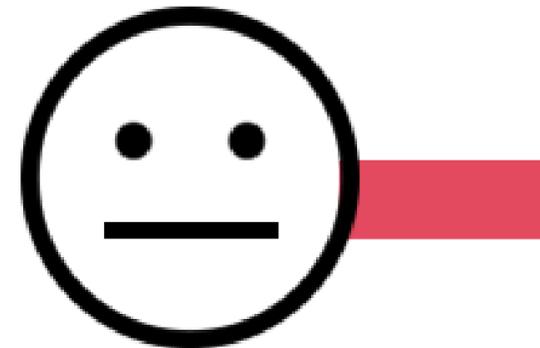
¿Qué es para el viajero lo peor del turismo con mascotas?

07 **La discriminación por número de mascotas limita nuestras opciones**

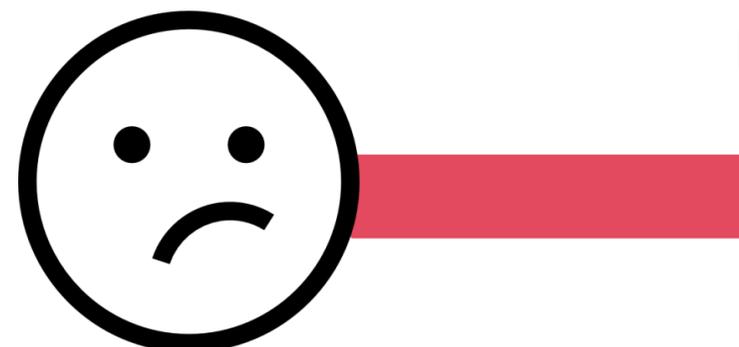
La dificultad viene por ir con más de 1 perro y si son medianos o grandes ya ni te cuento. Nosotros somos una pareja con 3 perras (2 medianas y 1 más pequeña), llevan años viajando con nosotros y se portan genial. Nos vemos limitados tanto en el transporte (1 perro por persona y con límite de peso) como en los alojamientos. En muchos solo admiten una. Este verano la verdad es que me ha costado mucho encontrar sitio. A veces nos han hecho pagar una mayor fianza, por si acaso.



Alto nivel de apoyo
24%



Nivel de apoyo medio
26%



Bajo nivel de apoyo
50%

2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

09

PROBLEMAS - PERSPECTIVA VIAJERO

Límites por raza PPP

34%
prevalencia

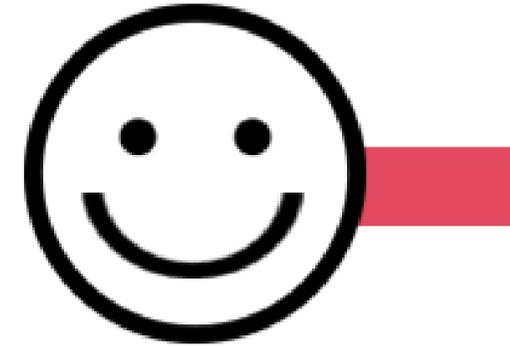


L4 – Problema complementario a resolver

¿Qué es para el viajero lo peor del turismo con mascotas?

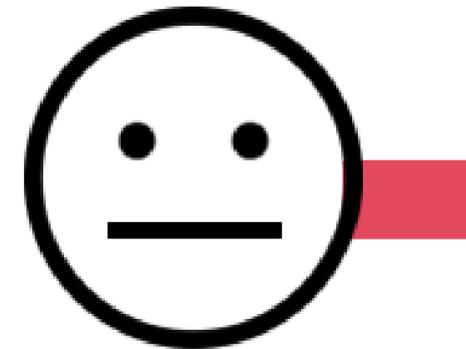
09 La discriminación por raza como perro potencialmente peligroso (PPP)

En muchos sitios "pet friendly" nuestra perra no tiene permitida la entrada por ser rottweiler (PPP). Ser alojamiento dogfriendly debiera significar que todos los perros son bienvenidos, sin discriminarlos por su raza. Recuerdo que una vez estábamos de visita a unos familiares en un hotel de apartamentos turísticos y pese a habernos confirmado que era pet friendly, cuando llegamos a la recepción, nos dijeron que debía ir siempre atado y con bozal, cuando todos los demás iban sin él y sueltos.



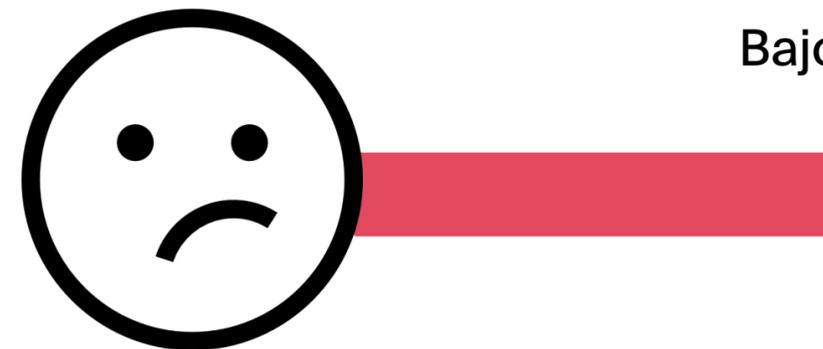
Alto nivel de apoyo

21%



Nivel de apoyo medio

18%



Bajo nivel de apoyo

61%

2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

03

SOLUCIONES - PERSPECTIVA VIAJERO

Eliminar la discriminación

63%
prevalencia

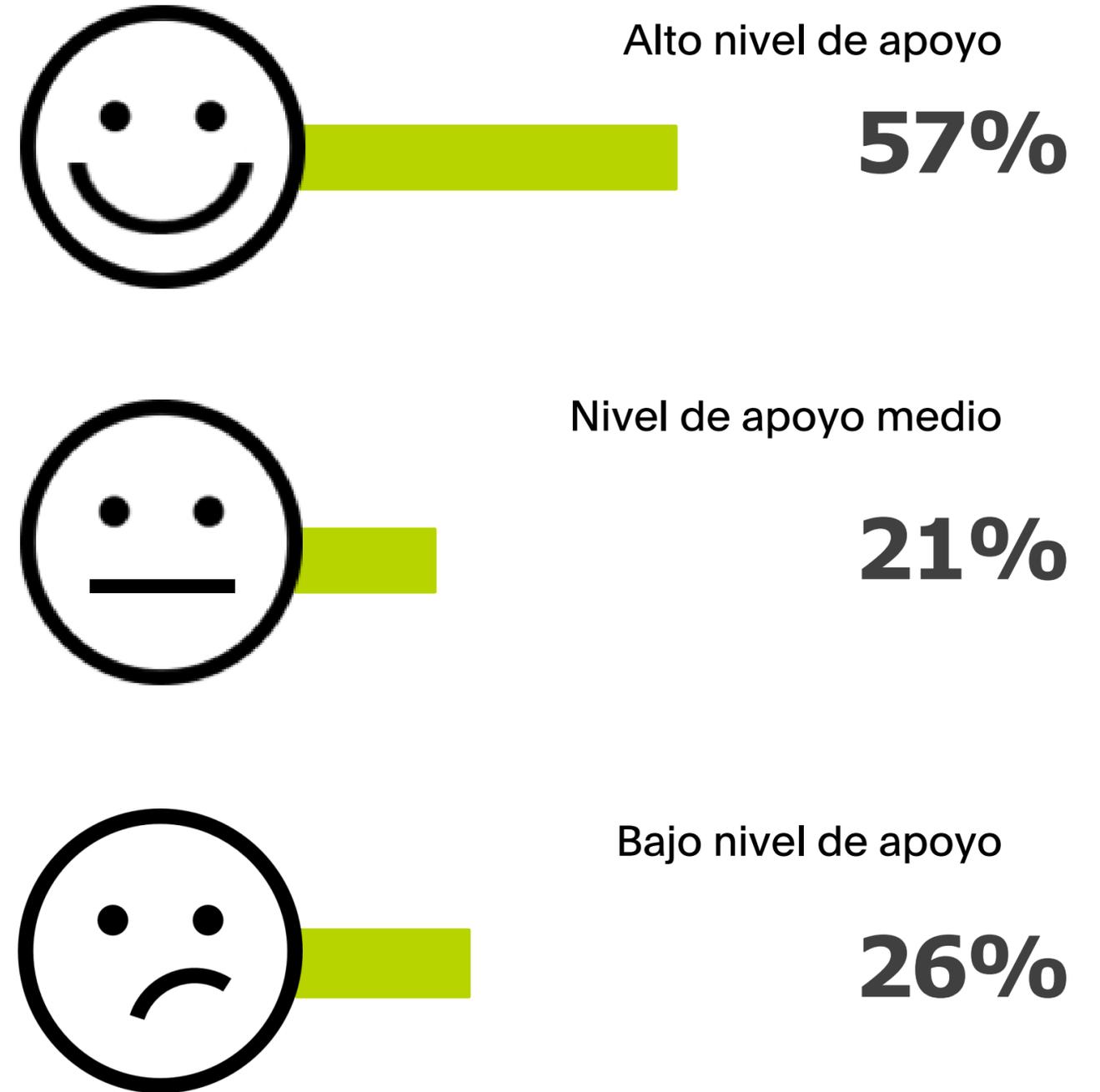


L4 – Solución ganadora

¿Qué soluciones proponen los viajeros?

03 Permitir todas las mascotas sin restricciones de tamaño, raza, peso o número

La solución sería eliminar las restricciones por peso, número o raza de los perros, enfocándose más en la sociabilidad del animal y en su comportamiento. De hecho, el tamaño no es para nada proporcional a las molestias que puede generar un perro, ni tampoco con la suciedad que generan, que normalmente tiene más que ver con el tipo de pelo. Y sobre los PPP hay mucha desinformación puesto que recae en los propietarios la responsabilidad de educarlos bien, lo mismo que con cualquier otra raza.



2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

46%

Suplementos
sin servicios

57%
APORTAR
SERVICIOS

39%

Mascotas solas

44%

PROFESIONALIZAR
EL "PET FRIENDLY"

5a LINEA DE ACCIÓN



SUPLEMENTOS SIN SERVICIOS

P6

Te cobran por las mascotas sin ofrecerte comodidades ni servicios para ellas



PROFESIONALIZAR EL "PET FRIENDLY"

S7

Capacitar y profesionalizar la actividad "pet friendly"



MASCOTAS SOLAS

P8

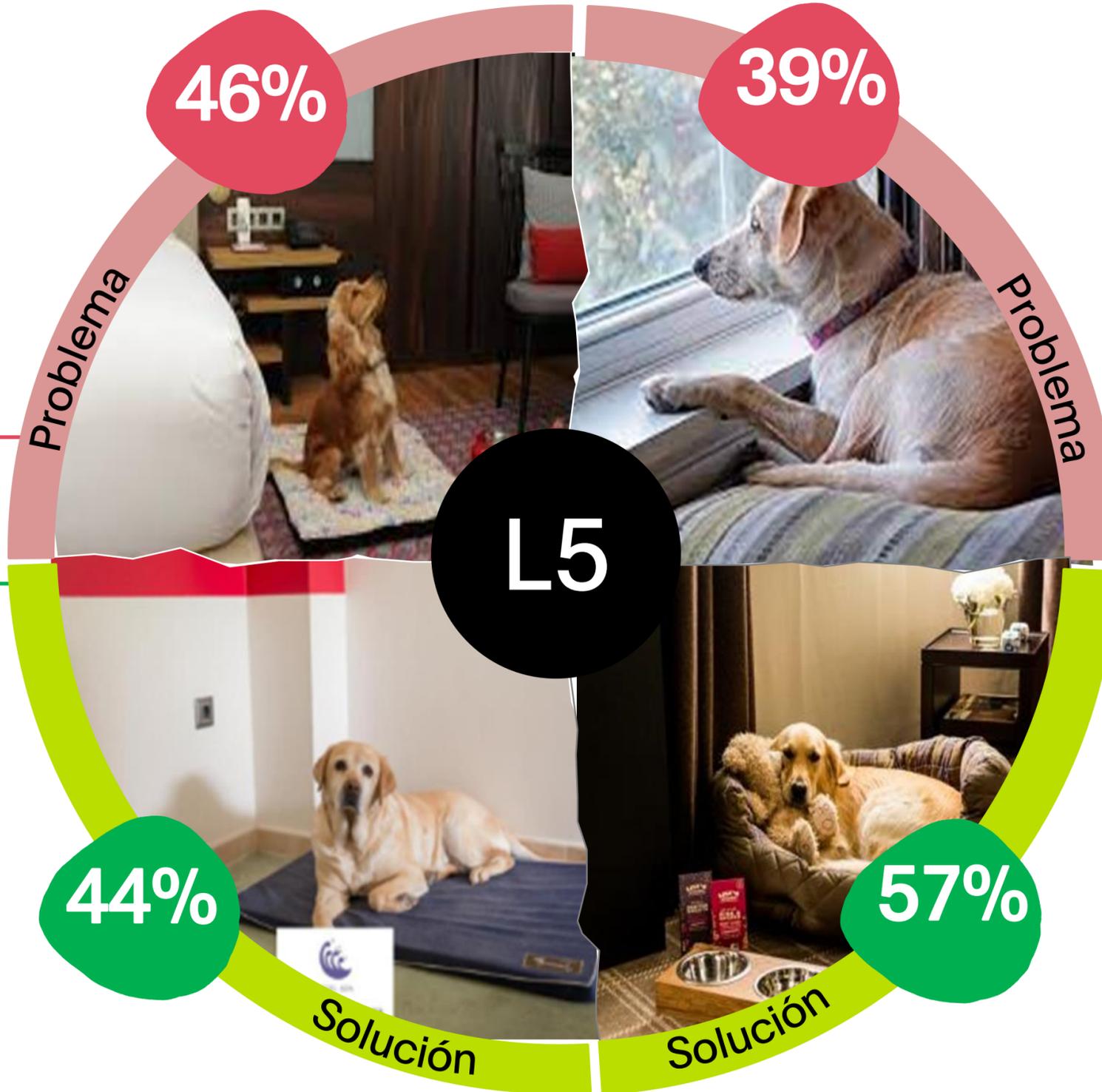
Algunos alojamientos no permiten dejar la mascota sola en la habitación



APORTAR SERVICIOS

S4

Que el suplemento a pagar se corresponda con los servicios que recibes



06

PROBLEMAS - PERSPECTIVA VIAJERO

Suplemento sin servicios

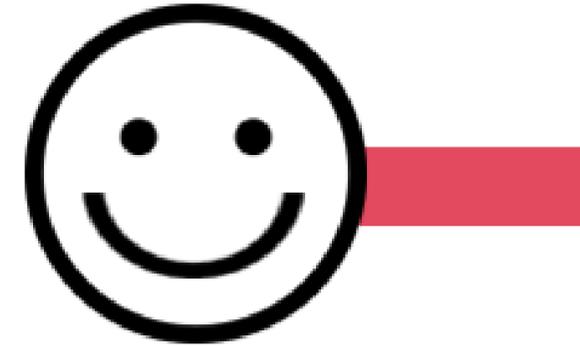
46%
prevalencia

L5 – Problema nuclear a resolver

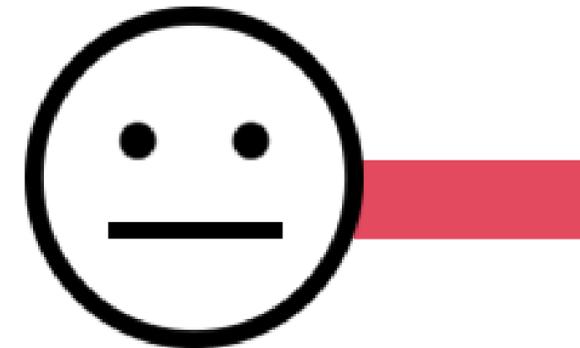
¿Qué es para el viajero lo peor del turismo con mascotas?

06 Te cobran por las mascotas sin ofrecerte comodidades ni servicios para ellas

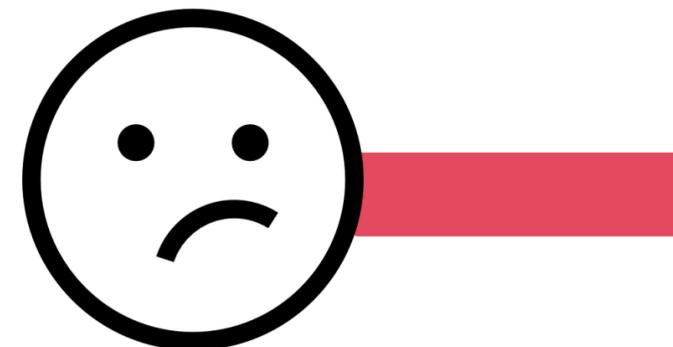
En muchos alojamientos, a pesar de que se cobra dinero por llevar al perro, no existen condiciones y servicios para que los animales puedan estar cómodos. Cuando contratas la habitación con niños, sabes que te vas a encontrar con camas supletorias y otras facilidades en el establecimiento. A las mascotas se les cobra tan solo por dejarlas entrar, pero sin ofrecerles experiencias "dog friendly" ni detalle alguno (bebedero, camita, chuches...) que las haga sentir bienvenidas.



Alto nivel de apoyo
29%



Nivel de apoyo medio
29%



Bajo nivel de apoyo
42%

2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

08

PROBLEMAS - PERSPECTIVA VIAJERO

Mascotas solas

39%
prevalencia



L5 – Problema complementario a resolver

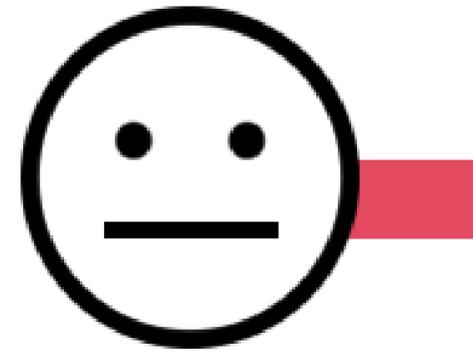
¿Qué es para el viajero lo peor del turismo con mascotas?

08 Algunos alojamientos no permiten dejar la mascota sola en la habitación

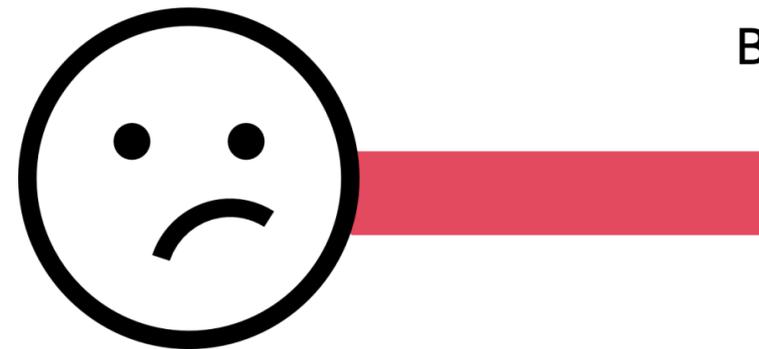
Si se aceptan mascotas los alojamientos deben asumir los riesgos y aportar soluciones. En ocasiones es necesario dejar solas a las mascotas, sin abusos claro, pero no puedes cobrar por mascotas y que los dueños tengan que ir a todos los sitios con ellas porque el establecimiento no permite dejarlas solas en la habitación ni tampoco te ofrece ninguna otra alternativa. Lo que termina pasando es que, si queremos hacer visitas culturales, salir de restaurante, etc., termina siendo muy complicado.



Alto nivel de apoyo
29%



Nivel de apoyo medio
18%



Bajo nivel de apoyo
53%

2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

04

SOLUCIONES - PERSPECTIVA VIAJERO

Aportar
servicios

57%
prevalencia

L5 – Solución ganadora

¿Qué soluciones proponen los viajeros?

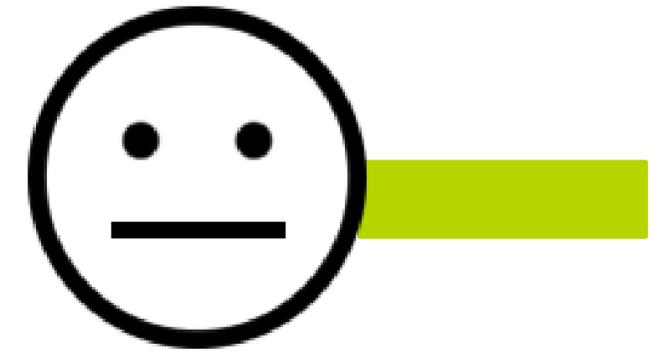
04 Que el suplemento a pagar se corresponda con los servicios que recibes

El suplemento a pagar debería estar justificado por todo tipo de facilidades y de servicios pensados para hacer más agradable la estancia de las mascotas y de sus dueños, como zonas comunes donde los perros sean bienvenidos, parcelas con valla en las que puedan estar sueltos, espacios para poder comer con ellos, ofrecer experiencias y planes dogfriendly en la zona, tener un detalle de bienvenida, mobiliario adaptado, cubrecamas y bajera, materiales resistentes, bolsitas, tazones, bebederos...



Alto nivel de apoyo

40%



Nivel de apoyo medio

36%



Bajo nivel de apoyo

24%

2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

07 SOLUCIONES - PERSPECTIVA VIAJERO

Profesionalizar "Pet Friendly"

44%
prevalencia

L5 – Solución complementaria

¿Qué soluciones proponen los viajeros?

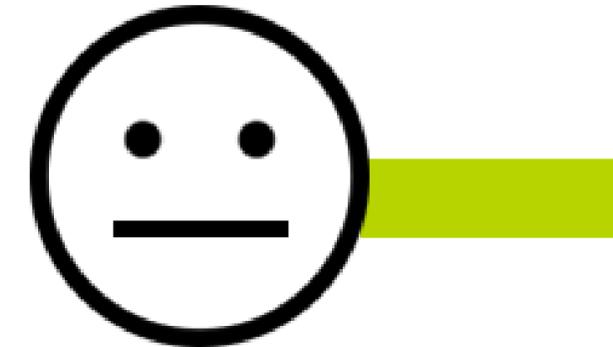
07 Capacitar y profesionalizar la actividad "pet friendly"

Que no sean locales "pet friendly" simplemente por moda, sino que sus dueños y servidores sepan acoger, alojar y respetar a los animales formándose debidamente para ello. Los locales deben considerar al perro como un cliente más al que dejar totalmente satisfecho. La profesionalización pasa también por mejorar toda la información disponible (sencilla, clara y completa) tanto en política de admisión, como en el disfrute pleno de los servicios. Las restricciones inesperadas son muy desagradables.



Alto nivel de apoyo

24%



Nivel de apoyo medio

33%



Bajo nivel de apoyo

43%

2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

57%
Etiqueta
postiza

53%
ETIQUETA REAL
"PET FRIENDLY"





ETIQUETA POSTIZA

P5

Establecimientos que se categorizan como 'pet friendly' pero no lo son

107

I.A.C.

Problema

57%



L6

53%

Solución

113

I.A.C.



ETIQUETA REAL

S6

Autenticidad en la etiqueta "pet friendly", que el local lo sea de verdad

05

PROBLEMAS - PERSPECTIVA VIAJERO

**Etiqueta
postiza**

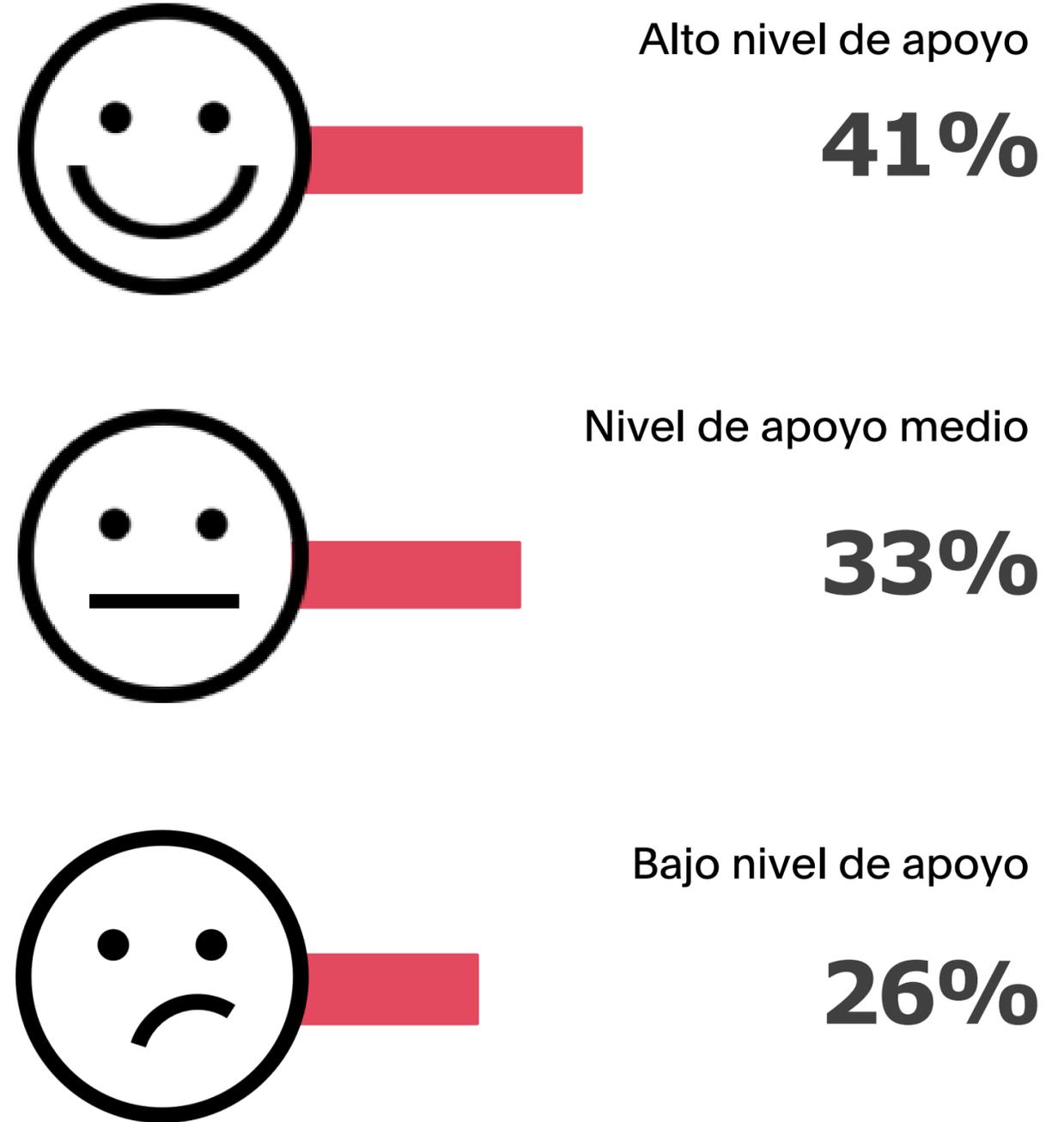
57%
prevalencia

L6– Problema nuclear a resolver

¿Qué es para el viajero lo peor del turismo con mascotas?

05 Establecimientos que se categorizan como 'pet friendly' pero no lo son

Algunos establecimientos se están posicionando como "pet friendly" por moda, pero en la realidad no lo son. Te hacen sentir como si tuvieras que estarles agradecidos por permitirte alojarte con mascota y te reciben con un montón de prohibiciones, limitaciones y normas restrictivas. Te llevas la sensación de que solo admiten las mascotas para recaudar. En lugar de contarte todo lo que puedes hacer y lo bueno que tiene el lugar para disfrutar la estancia con el animal se centran en lo contrario.



2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

06

SOLUCIONES - PERSPECTIVA VIAJERO

Etiqueta real
"Pet friendly"

53%
prevalencia

L6 – Solución ganadora

¿Qué soluciones proponen los viajeros?

06 Autenticidad en la etiqueta "pet friendly", que el local lo sea de verdad

Sugiero un mayor control e información sobre los lugares que se autodenominan como "pet-friendly" para asegurar su autenticidad y evitar confusiones al realizar reservas. La visibilidad y la máxima transparencia de los negocios "pet-friendly" es clave. Se podría instrumentar un sistema sencillo del nivel "pet friendly" que ofrece cada local en base, p.e., a si admiten o no todas las razas, todos los tamaños, más de 1 mascota, acceso a espacios, otros extras... validado todo ello por los usuarios.



Alto nivel de apoyo

32%



Nivel de apoyo medio

26%



Bajo nivel de apoyo

42%

2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

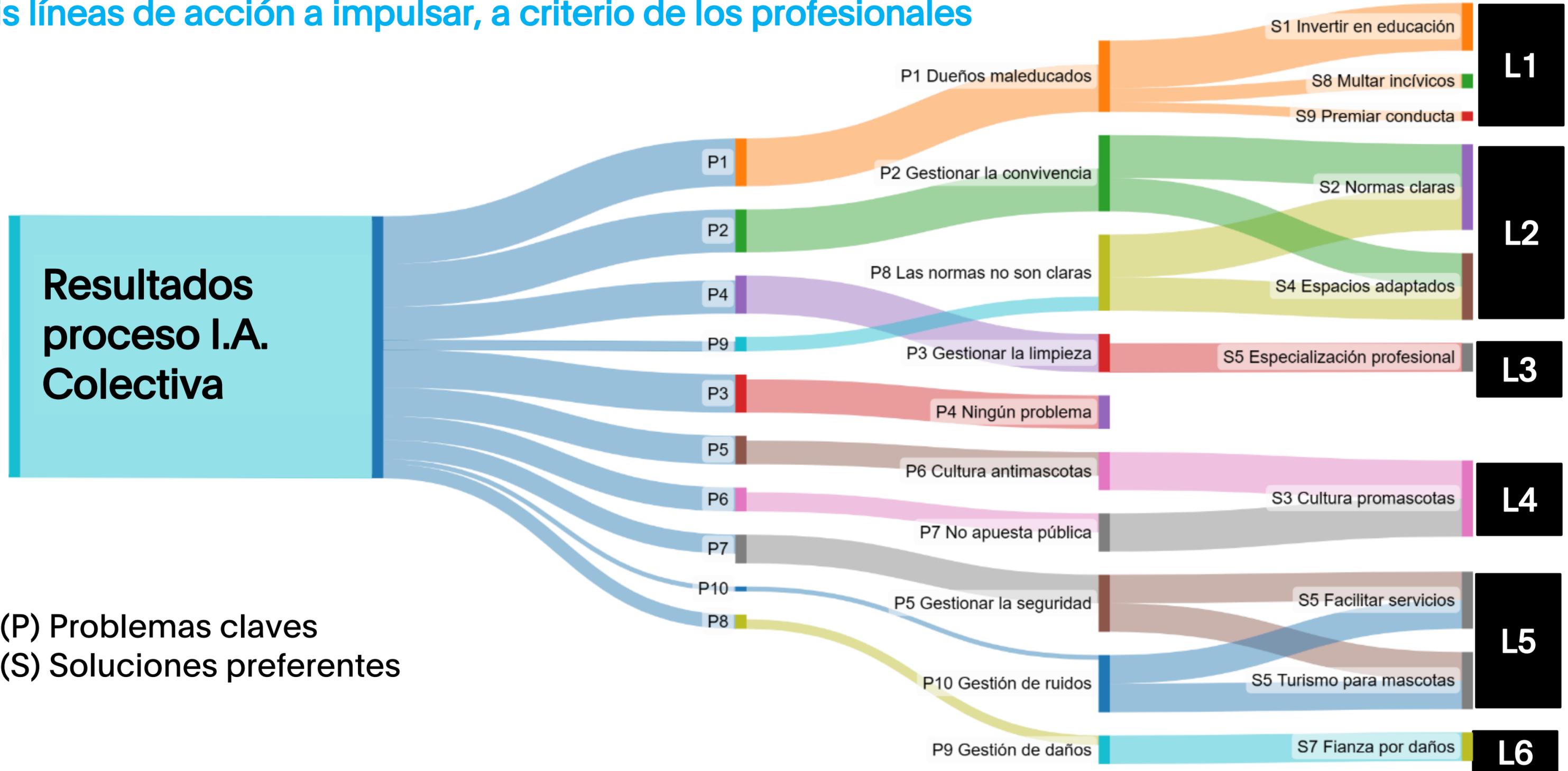
2.1. Resultados clave



PERSPECTIVA PROFESIONALES

Estrategia ganadora turismo "pet friendly"

Seis líneas de acción a impulsar, a criterio de los profesionales



(P) Problemas claves
(S) Soluciones preferentes



74%
Invertir en educación

41%
Multar incívicos

39%
Premiar conducta

73%
DUEÑOS MALEDUCADOS

1a LINEA DE ACCIÓN



DUEÑOS MALEDUCADOS

P1

El desafío es la falta de educación y responsabilidad de algunos dueños

110

I.A.C.



PREMIAR CONDUCTA

S9

Premiar buenas conductas con un rating de dueños, mascotas y anfitriones

123



INVERTIR EN EDUCACIÓN

S1

Fomentar la educación y la responsabilidad de propietarios y mascotas

100

I.A.C.



MULTAR INCÍVICOS

S8

Penalizar y multar a los incívicos que, aunque sean pocos, hacen mucho daño

123



01

PROBLEMAS - PERSPECTIVA PROFESIONALES

Dueños maleducados

73%
prevalencia

?



67%



71%



73%



75%



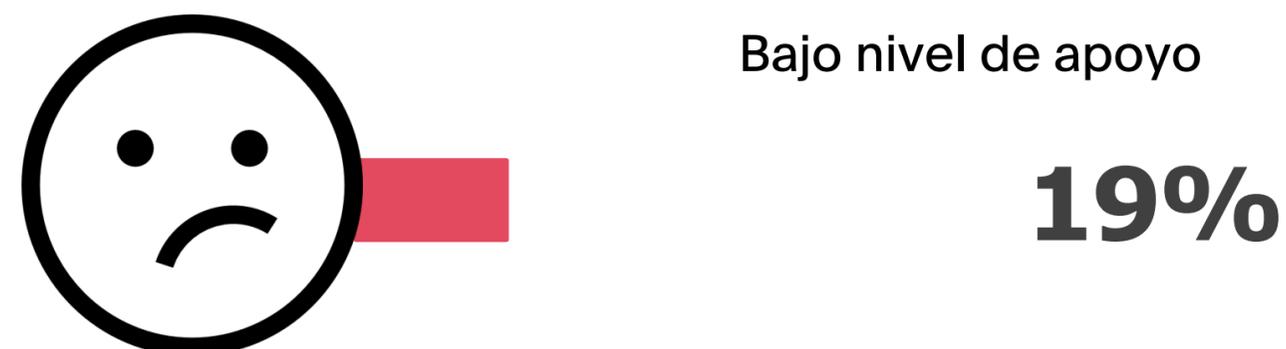
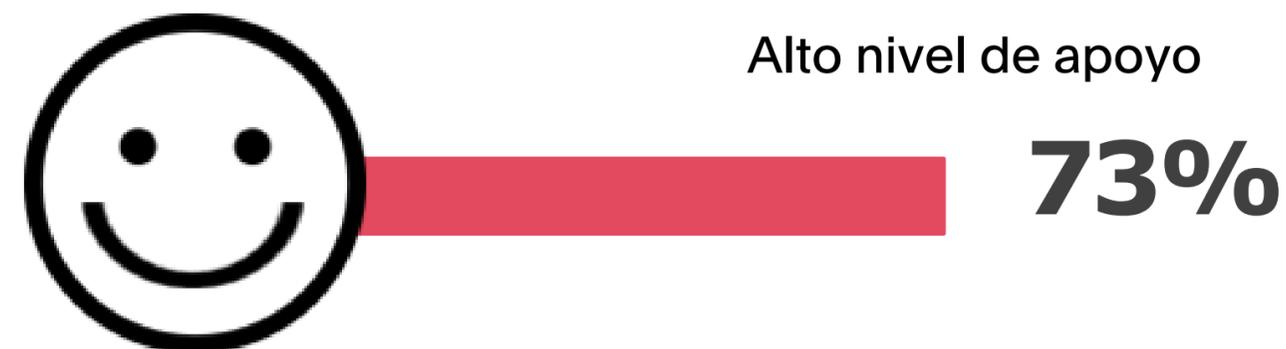
90%

L1 – Problema nuclear a resolver

¿Cuáles son los desafíos claves para los profesionales?

01 El desafío es la falta de educación y responsabilidad de algunos dueños

El desafío más grande no son las mascotas sino los propietarios que no respetan las normas dadas para el disfrute de sus mascotas, repercutiendo en los clientes que prefieren disfrutar sin ellas. Aunque muchos huéspedes se comportan adecuadamente, cada vez vemos más casos de falta de respeto y de empatía hacia los demás: mascotas que se quedan solas largos periodos en la habitación, acceso a espacios no permitidos, falta de higiene y no recoger excrementos, daños en las instalaciones...



2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

01

SOLUCIONES - PERSPECTIVA
PROFESIONALES

Invertir en educación

74%
prevalencia



62%



70%



74%



83%



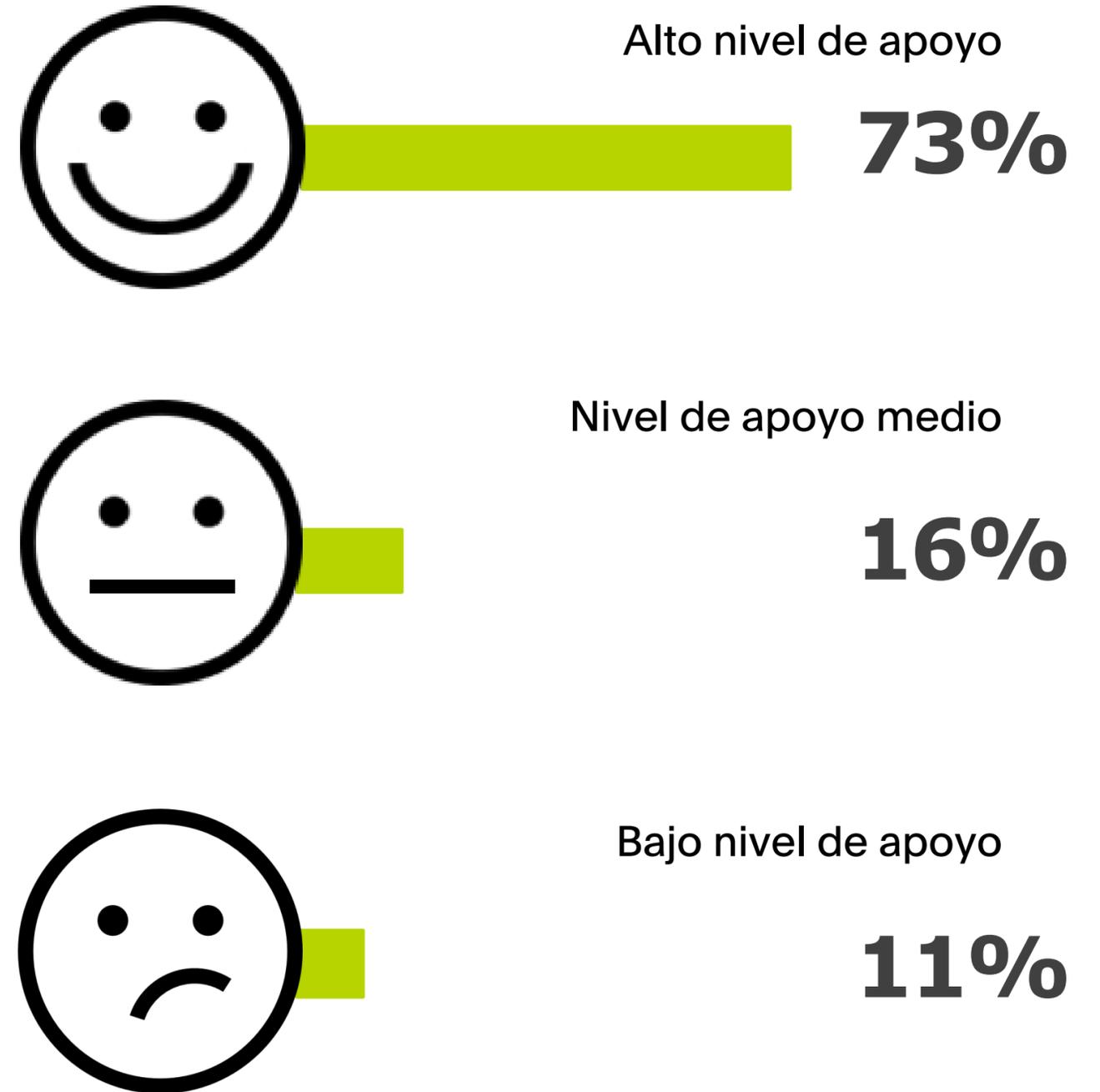
88%

L1 – Solución ganadora

¿Qué soluciones proponen los profesionales?

01 Fomentar la educación y la responsabilidad de propietarios y mascotas

Mi propuesta es promover la educación de los propietarios y de sus mascotas, fomentando un comportamiento siempre responsable y respetuoso en diversos entornos, desde establecimientos turísticos hasta espacios públicos. Esto implica formar e informar sobre las normas de los establecimientos y los cuidados y educación de la mascota, así como impulsar actitudes de empatía y de tolerancia entre personas con o sin mascotas. El respeto mutuo es la base fundamental para una convivencia armoniosa.



2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

Multar incívicos

41%
prevalencia



35%



45%



50%



51%



70%

L1 – Solución complementaria

¿Qué soluciones proponen los profesionales?

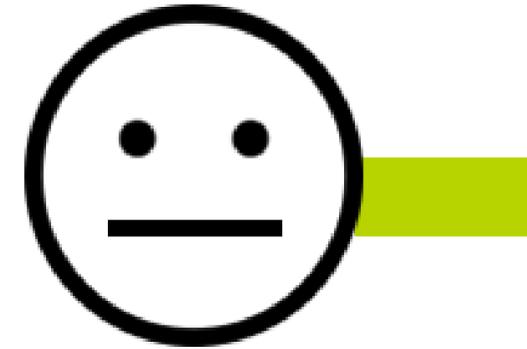
08 Penalizar y multar a los incívicos que, aunque sean pocos, hacen mucho daño

Mi propuesta es multar a los incívicos porque una sola persona que no recoge los excrementos en la playa genera el rechazo de cientos de personas. Necesitamos promover legislación y ordenanzas municipales sólidas y efectivas que promuevan el civismo y a todo el que no cumpla "sanción al canto". Implementar multas contundentes, rigurosas y reales, es la mejor forma de educar a este tipo de personas incívicas que ya sabemos por experiencia que solo cambian de actitud cuando les tocas el bolsillo.



Alto nivel de apoyo

27%



Nivel de apoyo medio

23%



Bajo nivel de apoyo

50%

2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

09

SOLUCIONES - PERSPECTIVA
PROFESIONALES

Premiar conducta

39%
prevalencia



20%



38%



42%



42%



44%

L1 – Solución complementaria

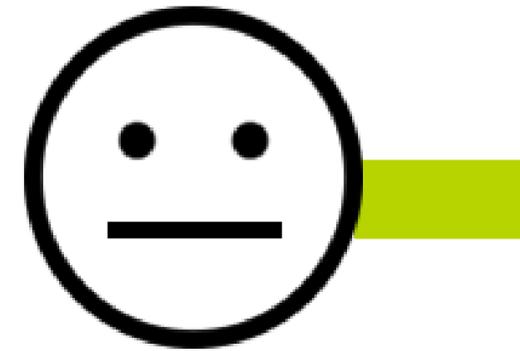
¿Qué soluciones proponen los profesionales?

09 Premiar buenas conductas con un rating de dueños, mascotas y anfitriones

Mi propuesta es promover un sistema de valoración (a modo de rating) que permita a anfitriones y a dueños de mascotas reconocer y premiar los buenos comportamientos. Al fomentar y destacar las buenas conductas, incentivamos a otros a seguir su ejemplo, creando así una cultura de convivencia positiva en el turismo con mascotas. El objetivo final sería construir una comunidad en la que tanto anfitriones, como dueños y mascotas, sean reconocidos y recompensados por su comportamiento ejemplar.



Alto nivel de apoyo
26%



Nivel de apoyo medio
23%



Bajo nivel de apoyo
51%

2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

71%

**Gestionar la
convivencia**

70%
NORMAS
CLARAS

40%

Las normas no
son claras

47%
ESPACIOS
ADAPTADOS

2ª LINEA DE ACCIÓN



GESTIONAR LA CONVIVENCIA

P2

El desafío clave es gestionar la convivencia entre clientes con y sin mascotas

103

I.A.C.



ESPACIOS ADAPTADOS

S4

Disponer de espacios "pet friendly", "pet free" y "guardería de mascotas"

133

47%

Solución



NORMAS NO CLARAS

P8

La falta de legislación clara que a veces deriva en discusiones estériles

107

I.A.C.



NORMAS CLARAS

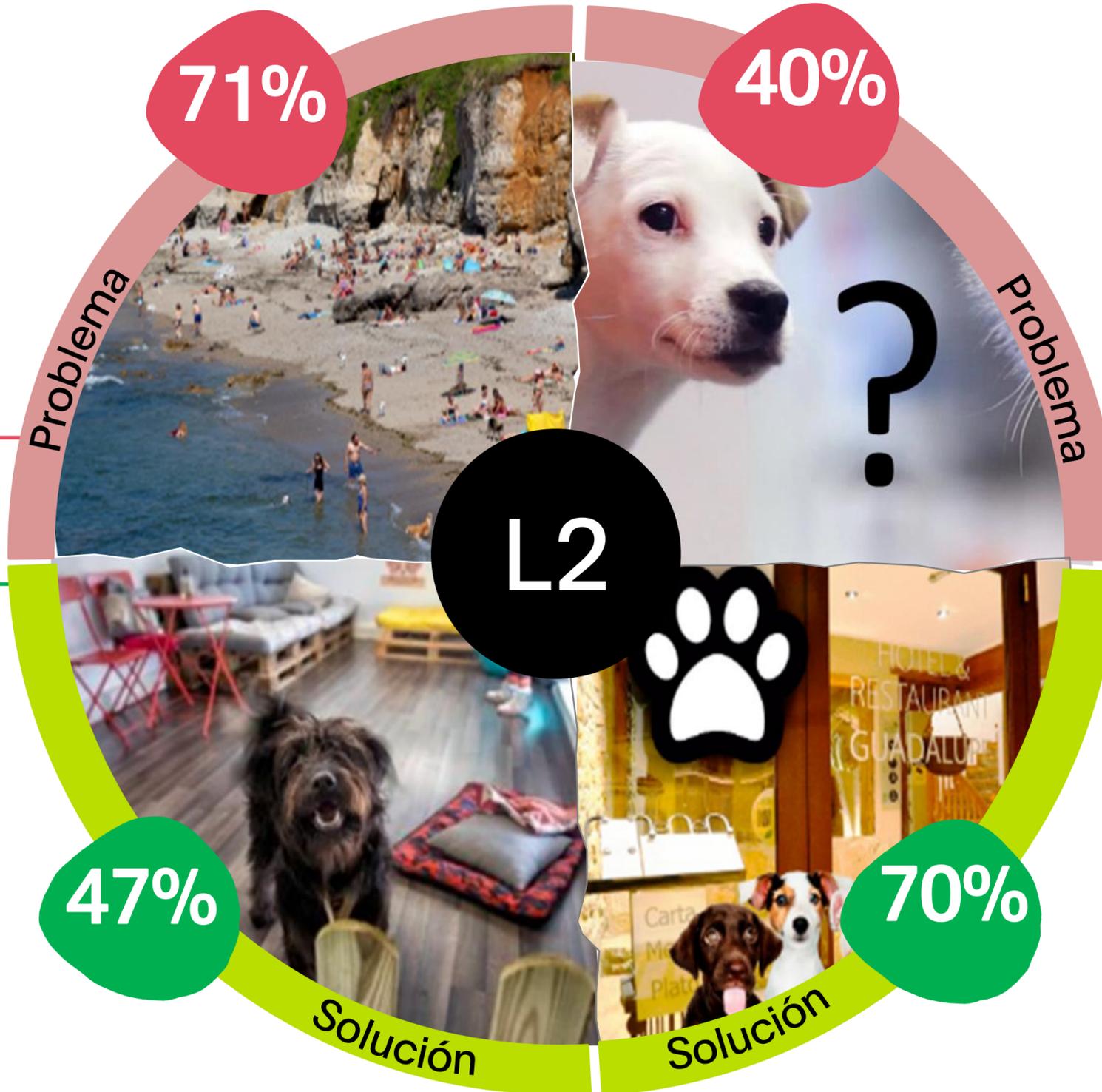
S2

Elaborar unas normas de convivencia justas y hacer una buena difusión

137

70%

Solución



02

PROBLEMAS - PERSPECTIVA PROFESIONALES

Gestión de la convivencia

71%
prevalencia



67%



77%



83%



83%



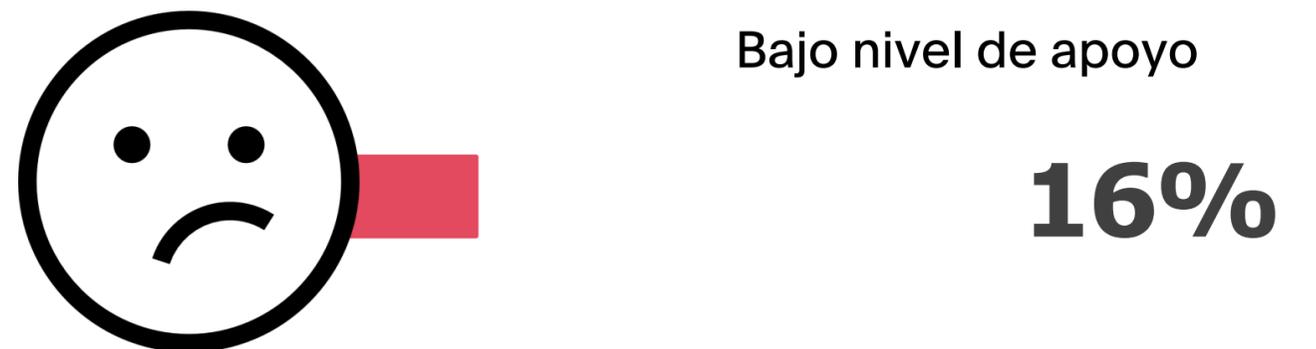
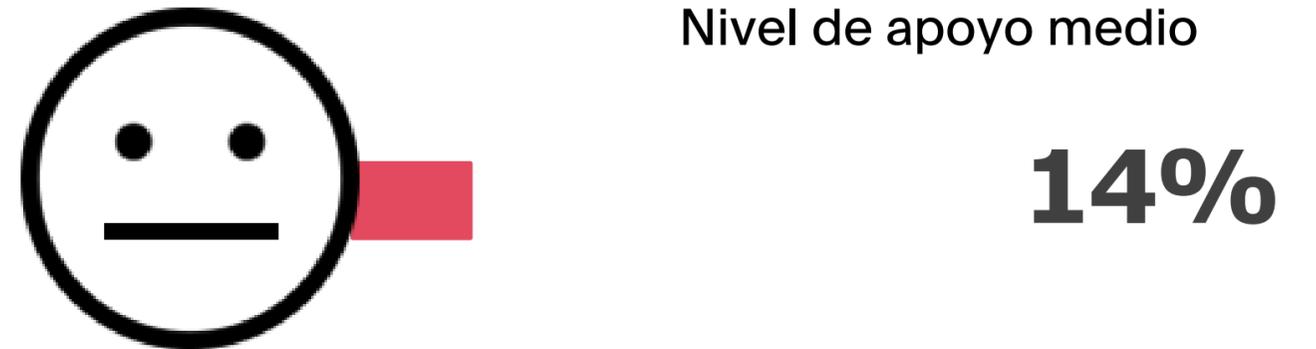
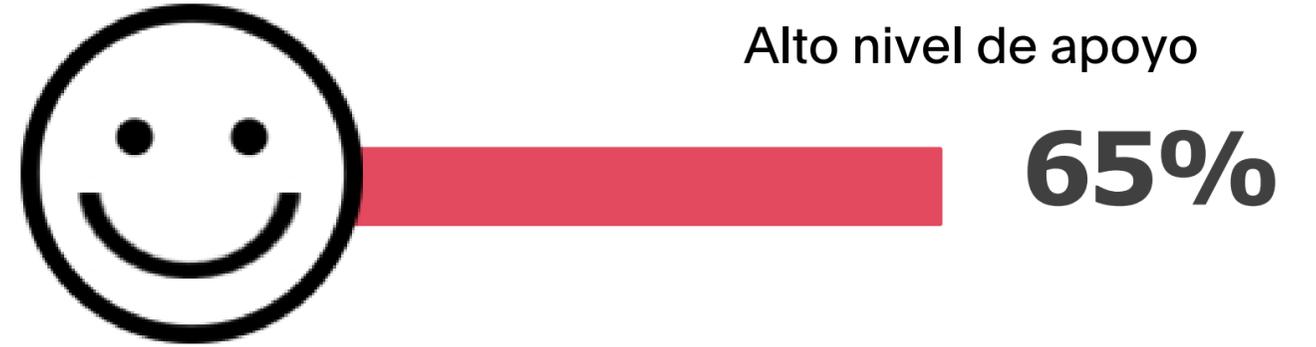
90%

L2- Problema nuclear a resolver

¿Cuáles son los desafíos claves para los profesionales?

02 El desafío clave es gestionar la convivencia entre clientes con y sin mascotas

El desafío principal consiste en encontrar un equilibrio y promover una convivencia pacífica entre los turistas que viajan con mascotas y los que no, abordando diversos aspectos como la separación y la gestión de espacios dentro de los recintos, la imposibilidad de juntarles en algunas actividades ya organizadas, la gestión de la higiene en las instalaciones compartidas, la tensión que surge a veces entre ambos, así como la conciliación de sus necesidades y expectativas a veces contrapuestas.



2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

08

PROBLEMAS - PERSPECTIVA PROFESIONALES

Las normas no son claras

40%
prevalencia



36%



41%



45%



51%



65%

L2- Problema complementario

¿Cuáles son los desafíos claves para los profesionales?

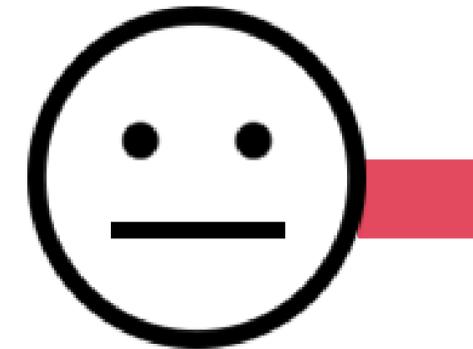
08 La falta de legislación clara que a veces deriva en discusiones estériles

La falta de una legislación clara en el ámbito de las mascotas genera discrepancias y conflictos, ya que cada establecimiento opera según su criterio y los clientes lo entienden y aplican a su manera en función de sus propios intereses. Esto a veces deriva en conflictos y en discusiones entre los propios clientes y de estos con el establecimiento. El desafío pasa por solventar la falta de pautas claras y equitativas que nos ayuden a integrar las mascotas en los diferentes espacios y servicios.



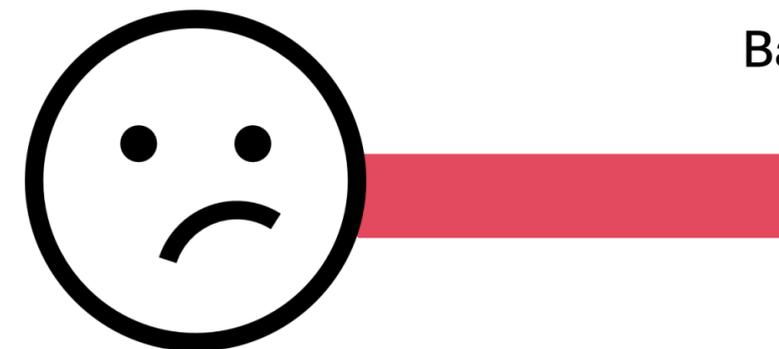
Alto nivel de apoyo

29%



Nivel de apoyo medio

16%



Bajo nivel de apoyo

55%

2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

02

SOLUCIONES - PERSPECTIVA
PROFESIONALES

Normas claras

70%
prevalencia



63%



67%



71%



79%



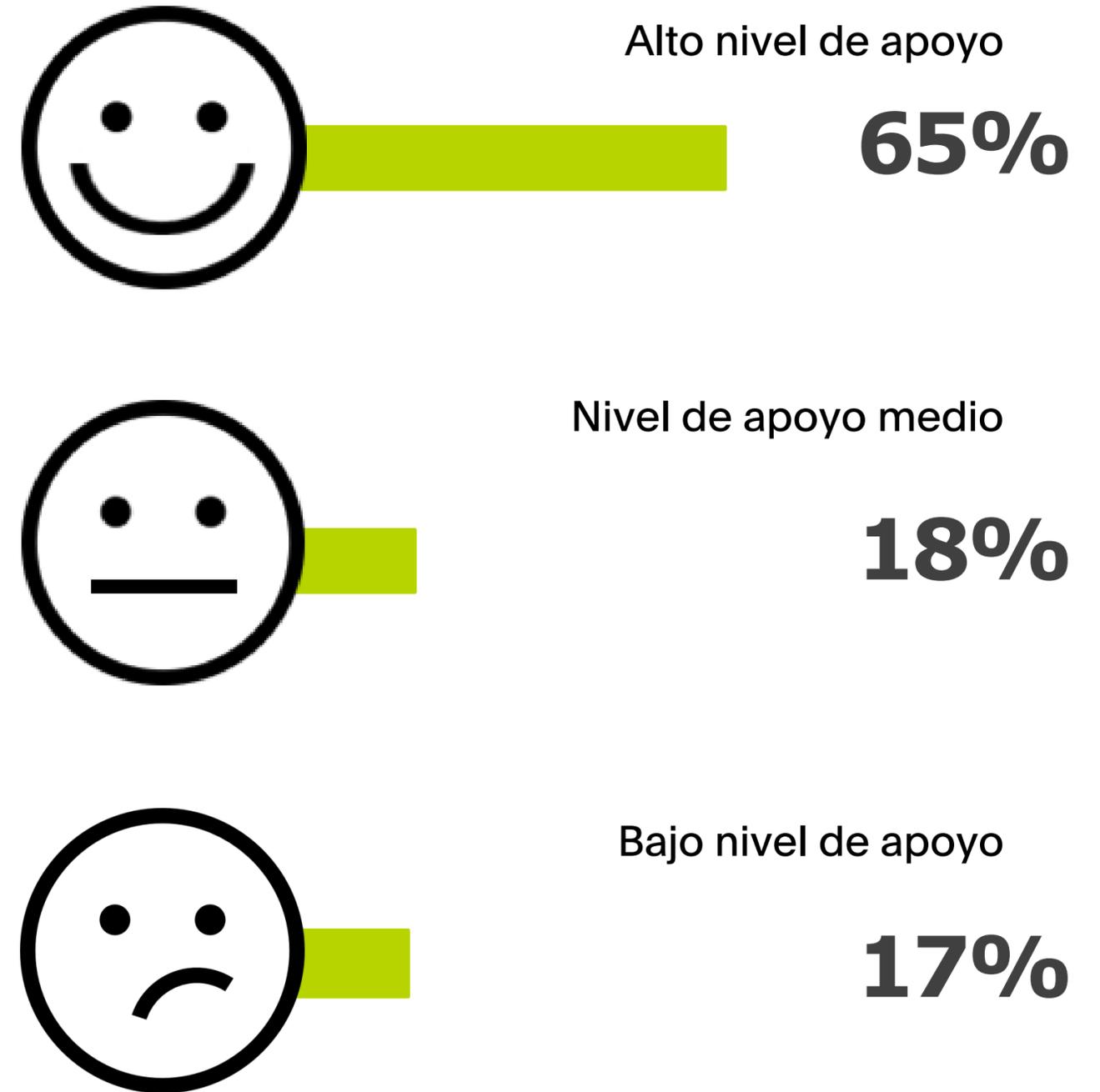
80%

L2- Solución ganadora

¿Qué soluciones proponen los profesionales?

02 Elaborar unas normas de convivencia justas y hacer una buena difusión

Mi propuesta es que, sobre la base legal vigente, cada centro elabore unas normas de convivencia claras y concisas que fomenten el respeto mutuo entre propietarios de mascotas y los que no las tienen. Además, se debe promover una excelente difusión, brindando información visualmente atractiva al tiempo que detallada y accesible por todos los canales disponibles. Lo importante al final es que todos los actores comprendan bien sus derechos y responsabilidades y puedan actuar en consecuencia.



2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

04

SOLUCIONES - PERSPECTIVA
PROFESIONALES

Espacios adaptados

47%
prevalencia



42%



47%



54%



63%



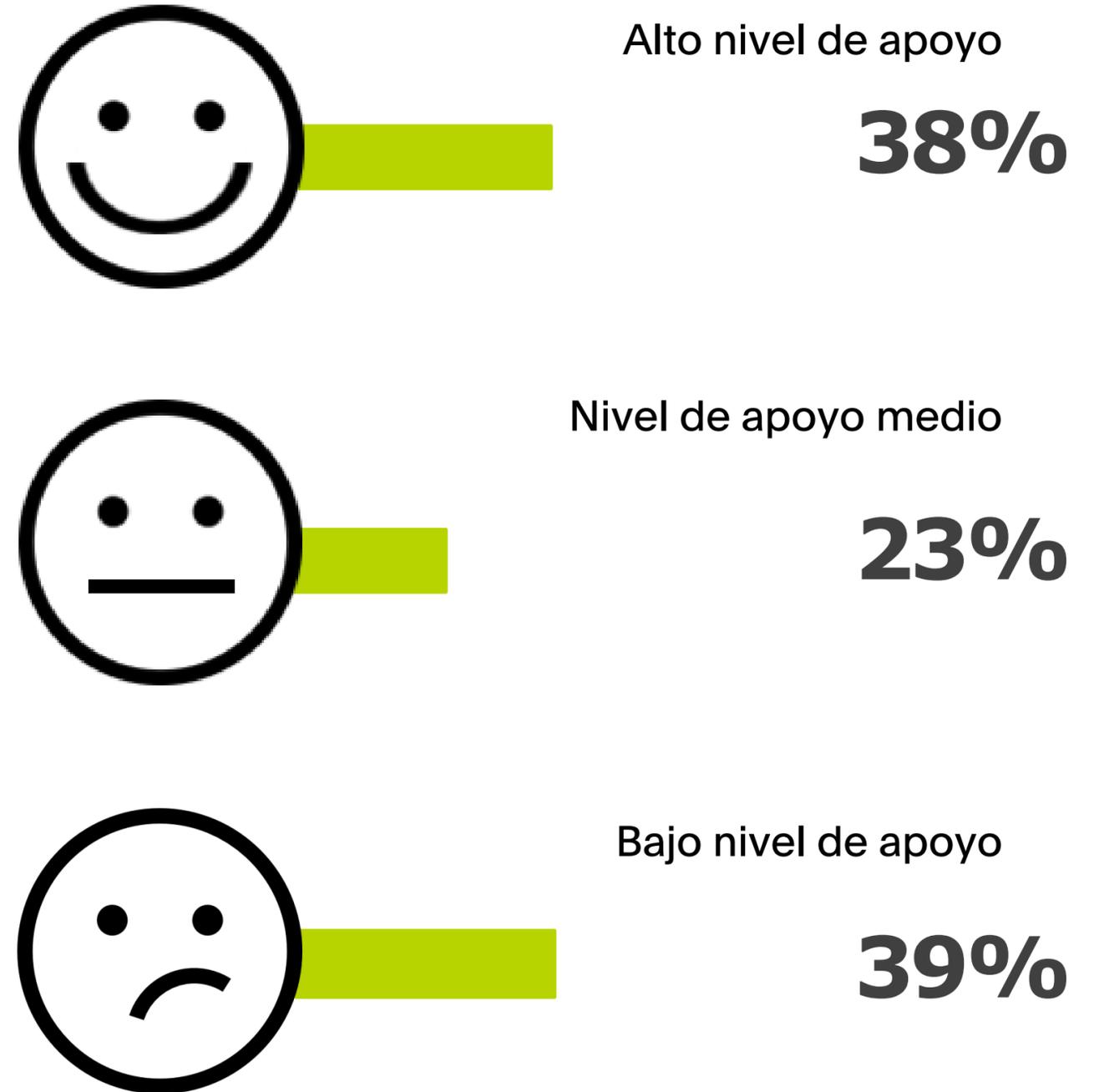
65%

L2- Solución ganadora

¿Qué soluciones proponen los profesionales?

04 Disponer de espacios “pet friendly”, “pet free” y “guardería de mascotas”

Mi propuesta para garantizar una convivencia armoniosa entre clientes y mascotas en establecimientos turísticos, es habilitar espacios adaptados y bien señalizados para unos y para otros. En aquellos locales o lugares donde no sea posible acceder por cualquier razón, utilizar la arandela que permite a las mascotas ver a sus dueños y así estar tranquilas. En un escenario ideal, se podrían ofrecer servicios de socialización y de guardería para mascotas con personal experto y adiestradores.



2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

58%

**Gestión de
la limpieza**

45%

**ESPECIALIZACIÓN
PROFESIONAL**

3a LINEA DE ACCIÓN



GESTIÓN DE LA LIMPIEZA

P3

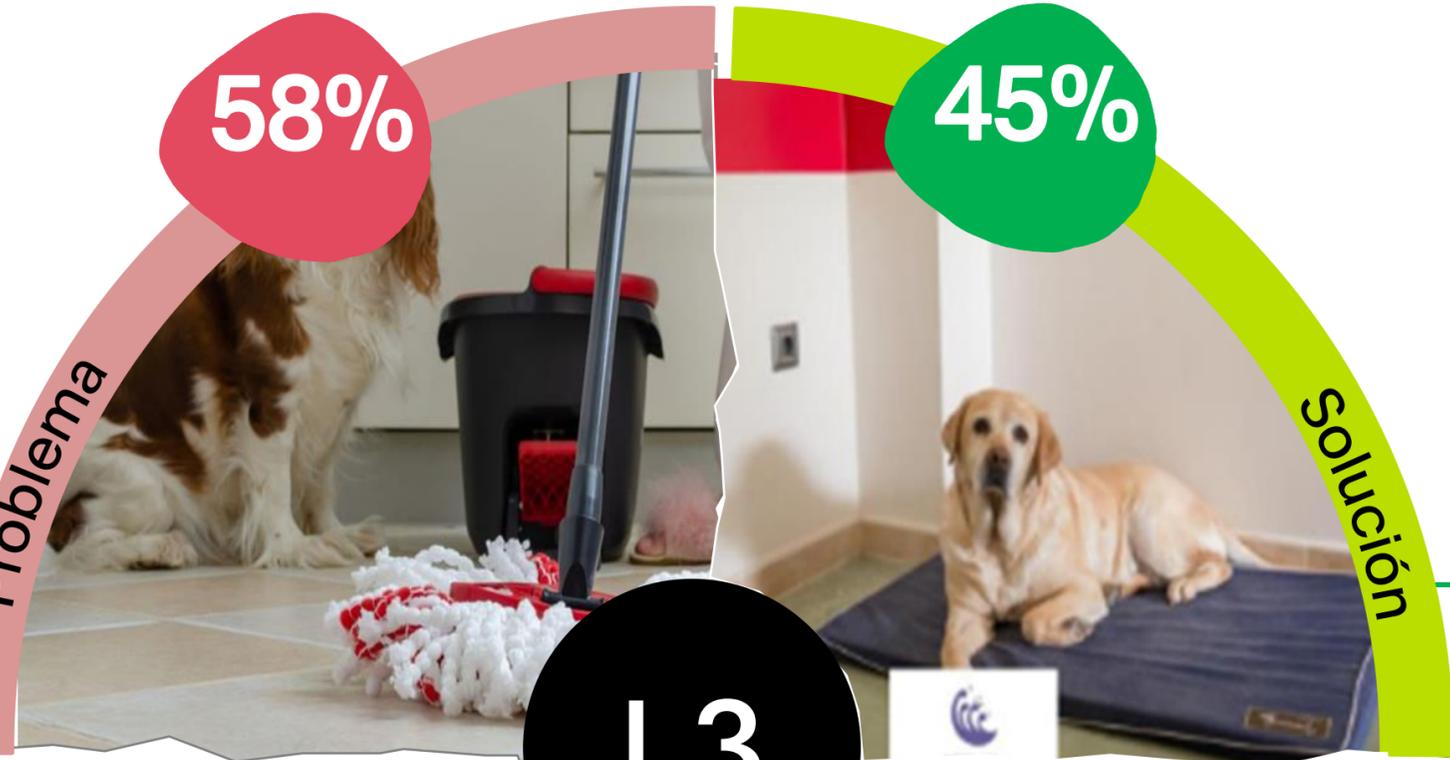
El desafío principal es gestionar y mantener la limpieza adecuada con mascotas

107

I.A.C.

Problema

58%



L3

45%

Solución

147

I.A.C.



ESPECIALIZACIÓN PROFESIONAL

S5

Formación especializada para empresas interesadas en ser pet friendly

03

PROBLEMAS - PERSPECTIVA PROFESIONALES

Gestión de la limpieza

58%
prevalencia



41%



46%



48%



63%



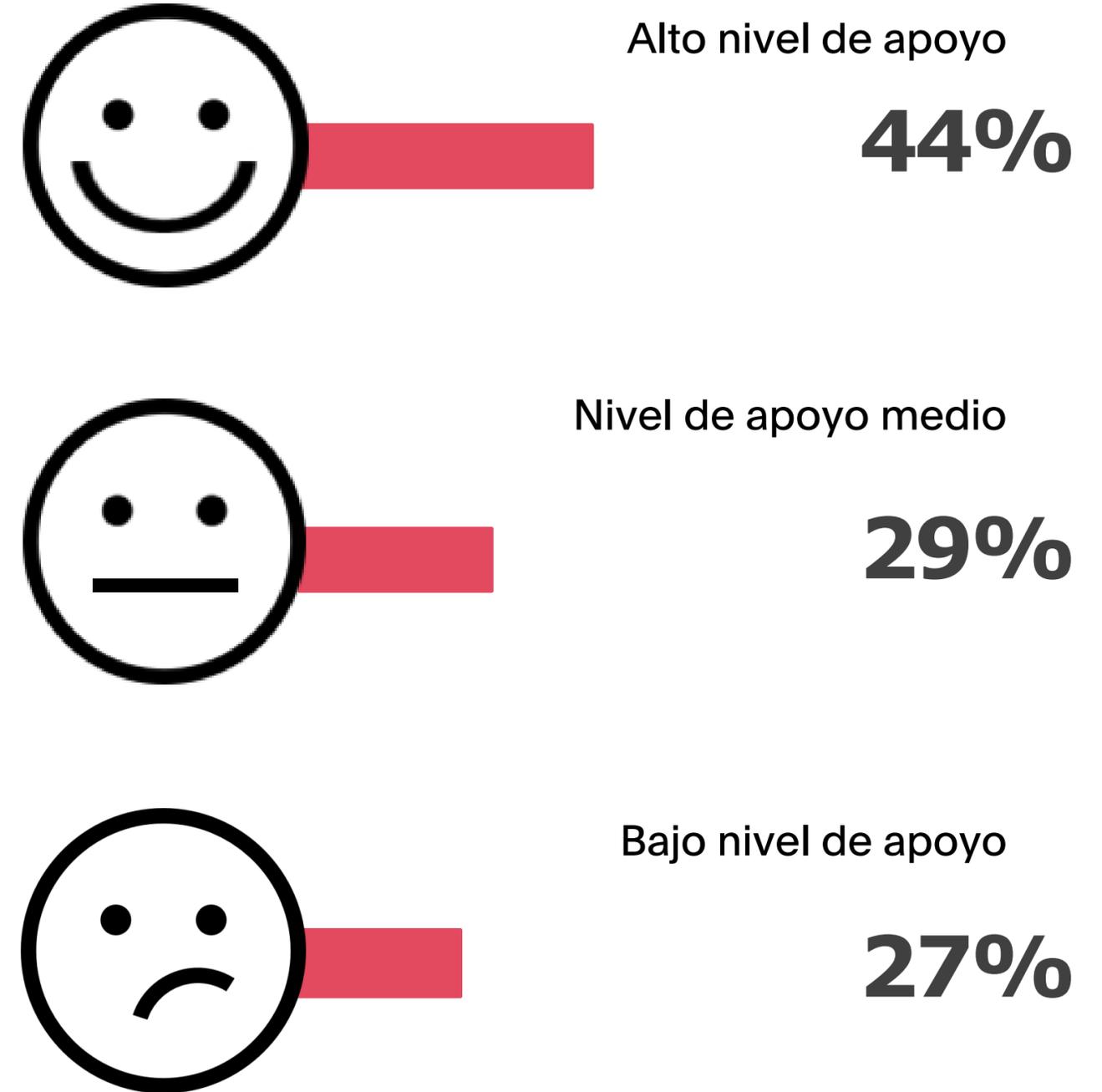
80%

L3– Problema nuclear a resolver

¿Cuáles son los desafíos claves para los profesionales?

03 El desafío principal es gestionar y mantener la limpieza adecuada con mascotas

El desafío principal es gestionar la limpieza y el cuidado en establecimientos "pet friendly", superando la creencia errónea de que más mascotas igual a más suciedad, mientras se busca garantizar el bienestar de los clientes sin mascotas y se enfrentan desafíos como el pelo, los olores y las alergias. Lo cierto es que, aunque las mascotas requieren una limpieza más exhaustiva, los resultados son satisfactorios y nunca tenemos quejas. Lo malo es que con el suplemento no cubrimos el sobrecoste.



2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

05

SOLUCIONES - PERSPECTIVA PROFESIONALES

Especialización profesional

45%
prevalencia



35%



39%



48%



46%



46%

L3- Solución ganadora

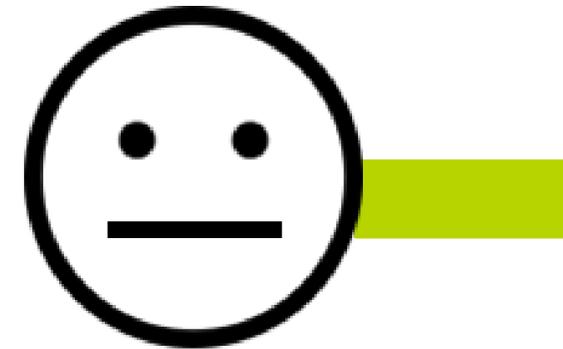
¿Qué soluciones proponen los profesionales?

05 Formación especializada para empresas interesadas en ser pet friendly

Mi propuesta crear una red de capacitación y networking para aquellos profesionales que quieran especializarse como establecimiento pet friendly. Esta red podría incluir webinars, intercambio de experiencias entre colegas, y una guía de recomendaciones y requisitos legales mínimos. El objetivo es garantizar la seguridad, el bienestar y las atenciones adecuadas para las mascotas, a la vez que fomentar el crecimiento de nuestro negocio por esta vía y a través de la profesionalización.



Alto nivel de apoyo
27%



Nivel de apoyo medio
28%



Bajo nivel de apoyo
55%

2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

42%

Cultura anti
mascotas

40%

No apuesta
pública

58%

CULTURA PRO
MASCOTAS

4a LINEA DE ACCIÓN



CULTURA ANTI MASCOTAS

P6

El desafío es la falta de tolerancia hacia las mascotas de parte de la sociedad

107

I.A.C.



NO APUESTA PÚBLICA

P7

El desafío es la falta de comprensión y compromiso de la administración pública

140

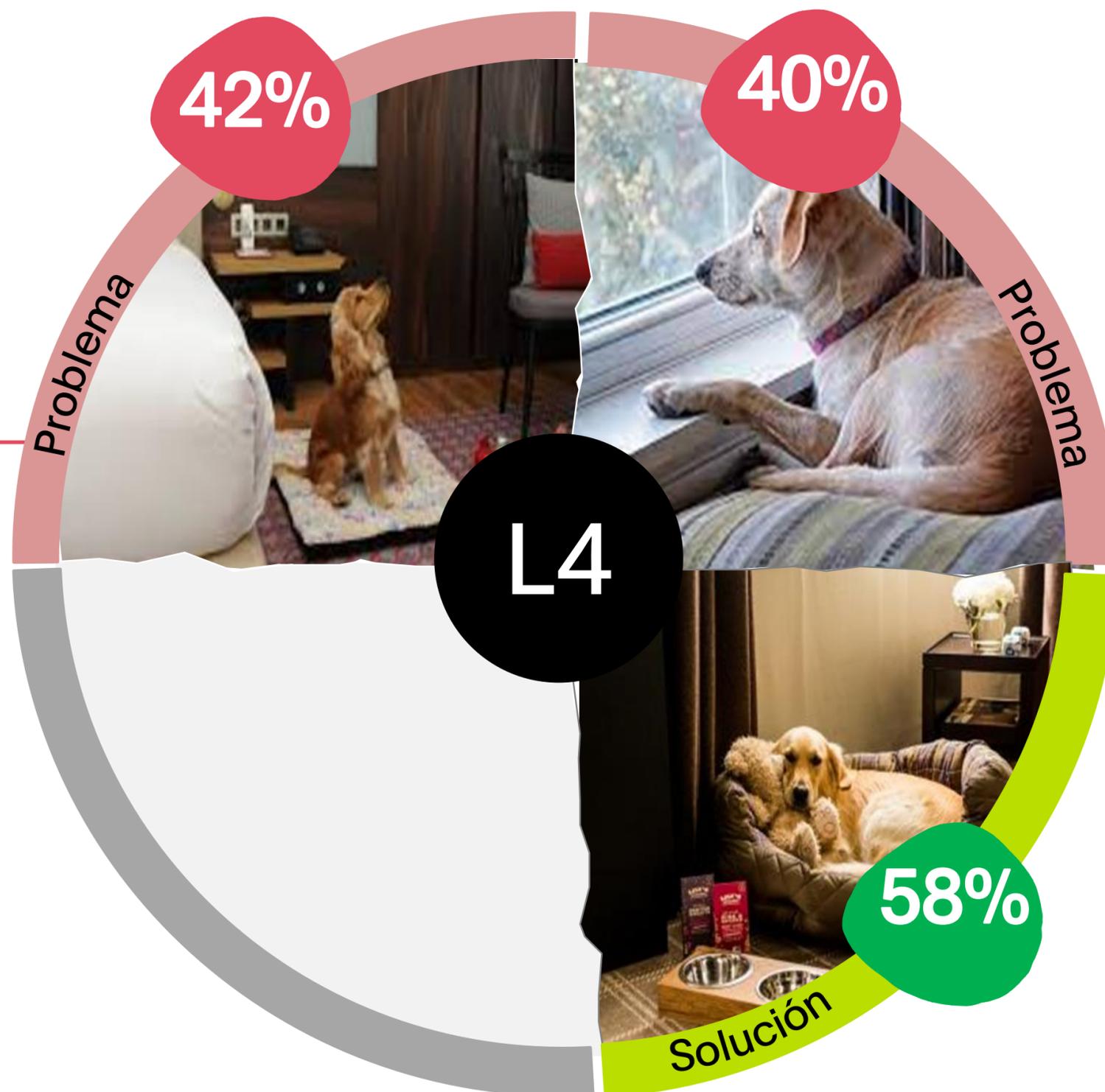
I.A.C.



CULTURA PROMASCOTAS

S3

Potenciar la cultura animal en España concienciando sobre todo lo que aportan



06

PROBLEMAS - PERSPECTIVA PROFESIONALES

Cultura antimascotas

42%
prevalencia



29%



39%



41%



45%



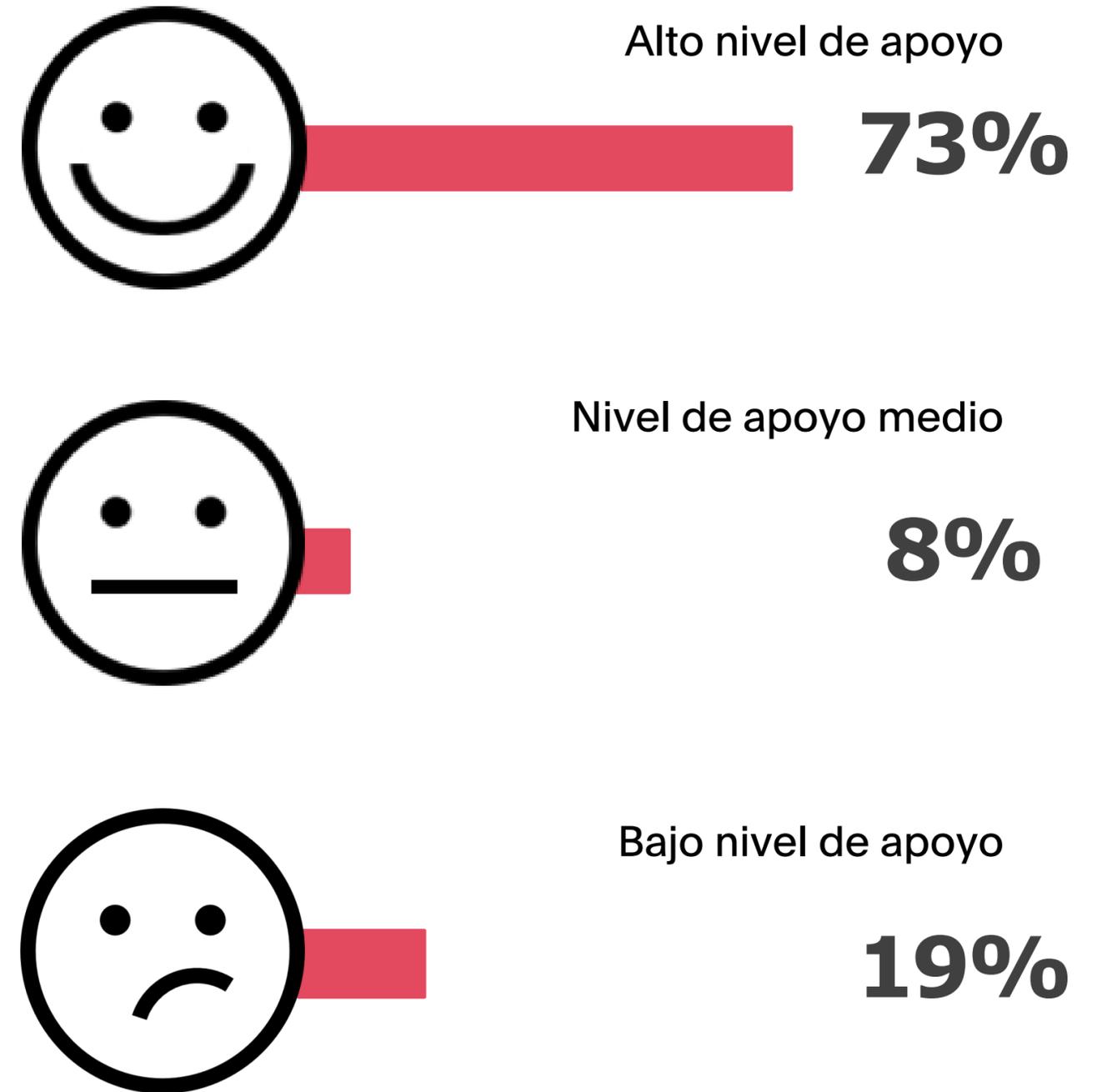
49%

L4 – Problema nuclear a resolver

¿Cuáles son los desafíos claves para los profesionales?

06 El desafío es la falta de tolerancia hacia las mascotas de parte de la sociedad

El mayor desafío radica en superar los prejuicios y la falta de empatía por parte de aquellos clientes que no comparten su vida con animales. A menudo, se encuentran personas que no ven con buenos ojos la presencia de mascotas en restaurantes u hoteles, lo cual puede generar tensiones y dificultades a la hora de equilibrar sensibilidades. Sobre todo, cuando coinciden varias mascotas a la vez. El problema es el sentimiento de superioridad de las personas con respecto al resto de seres vivos.



2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

07

PROBLEMAS - PERSPECTIVA PROFESIONALES

No apuesta pública

40%
prevalencia



36%



44%



46%



47%



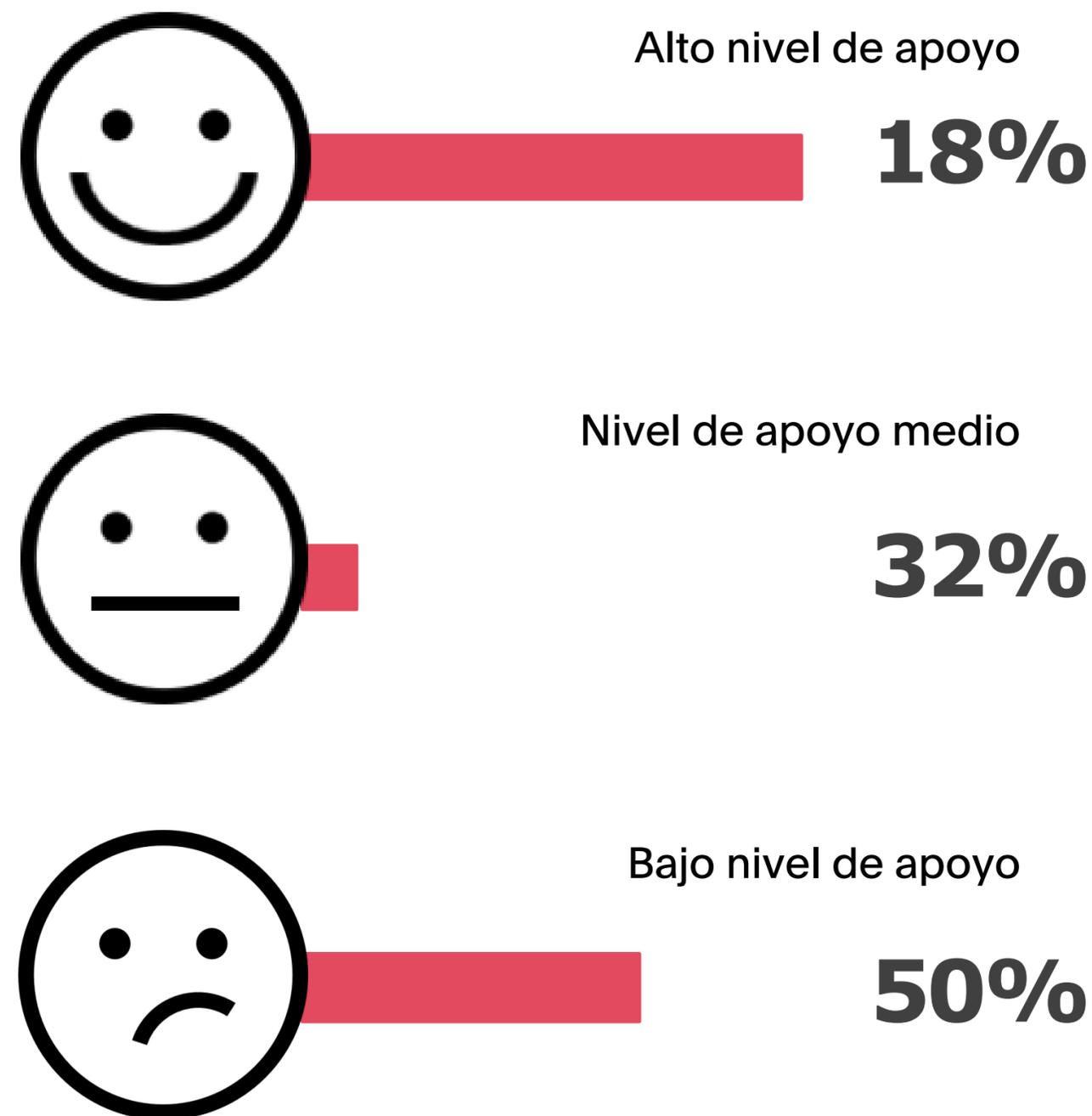
48%

L4 – Problema complementario

¿Cuáles son los desafíos claves para los profesionales?

07 El desafío es la falta de comprensión y compromiso de la administración pública

El desafío radica en que la Admón. no analiza ni aborda los problemas asociados al turismo mascotas. Existe la necesidad de superar las limitaciones y restricciones que dificultan la vida normal de las personas con perros educados, ya que se les impide acceder a diferentes espacios y disfrutar plenamente de su tiempo libre. Además, es fundamental afrontar desde lo público las conductas intolerantes para evitar conflictos y brindar la mejor convivencia en todo tipo de entornos y situaciones.



2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

03

SOLUCIONES - PERSPECTIVA PROFESIONALES

Cultura promascotas

58%
prevalencia



40%



53%



58%



58%



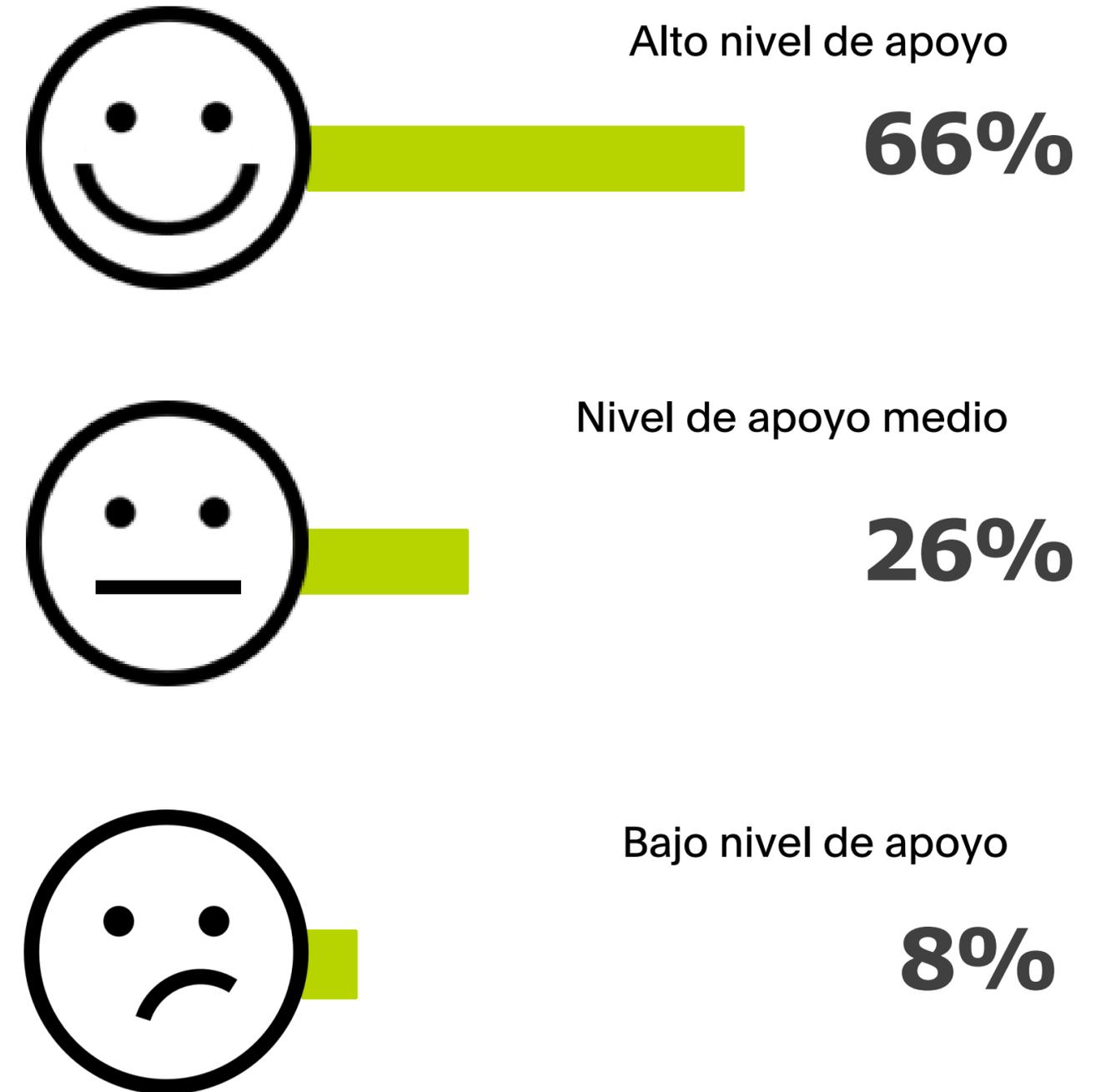
60%

L4 – Solución ganadora

¿Qué soluciones proponen los profesionales?

03 Potenciar la cultura animal en España concienciando sobre todo lo que aportan

Mi propuesta es concienciar sobre el rol que los animales tienen en la sociedad actual, haciendo palpable todo lo bueno que aportan, a través de la tele, las RRSS... ayudando así a desterrar los viejos tópicos y creencias. Para conseguirlo sería muy valioso informar sobre cómo es el turismo pet-friendly en los países más avanzados y que eso nos ayude a mejorar. Poco a poco las personas más reticentes irán aceptando mejor el ver nuestras mascotas en nuestros negocios y se acabará normalizando.



2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

A close-up photograph of a dog's head, likely a terrier mix, looking out of a car window. The dog has white fur with brown patches on its face and ears. The background is a blurred outdoor scene with a blue sky and a grey ground surface. Overlaid on the image are several colorful shapes containing text: a large lime green circle in the center, two smaller pink circles on the left, and a black bar at the bottom.

47%

**Gestión de la
seguridad**

45%
**FACILITAR
SERVICIOS**

35%

**Gestión de
ruidos**

38%

**TURISMO PARA
MASCOTAS**

5ª LINEA DE ACCIÓN



GESTIÓN DE LA SEGURIDAD

P5

El desafío principal es garantizar la seguridad en toda situación y actividad

133

I.A.C.



TURISMO PARA MASCOTAS

S10

Cambiar de perspectiva, pensemos que los turistas fueran las mascotas

153

I.A.C.



GESTIÓN DE RUIDOS

P10

El desafío principal viene por los ruidos, en concreto por los ladridos

110

I.A.C.



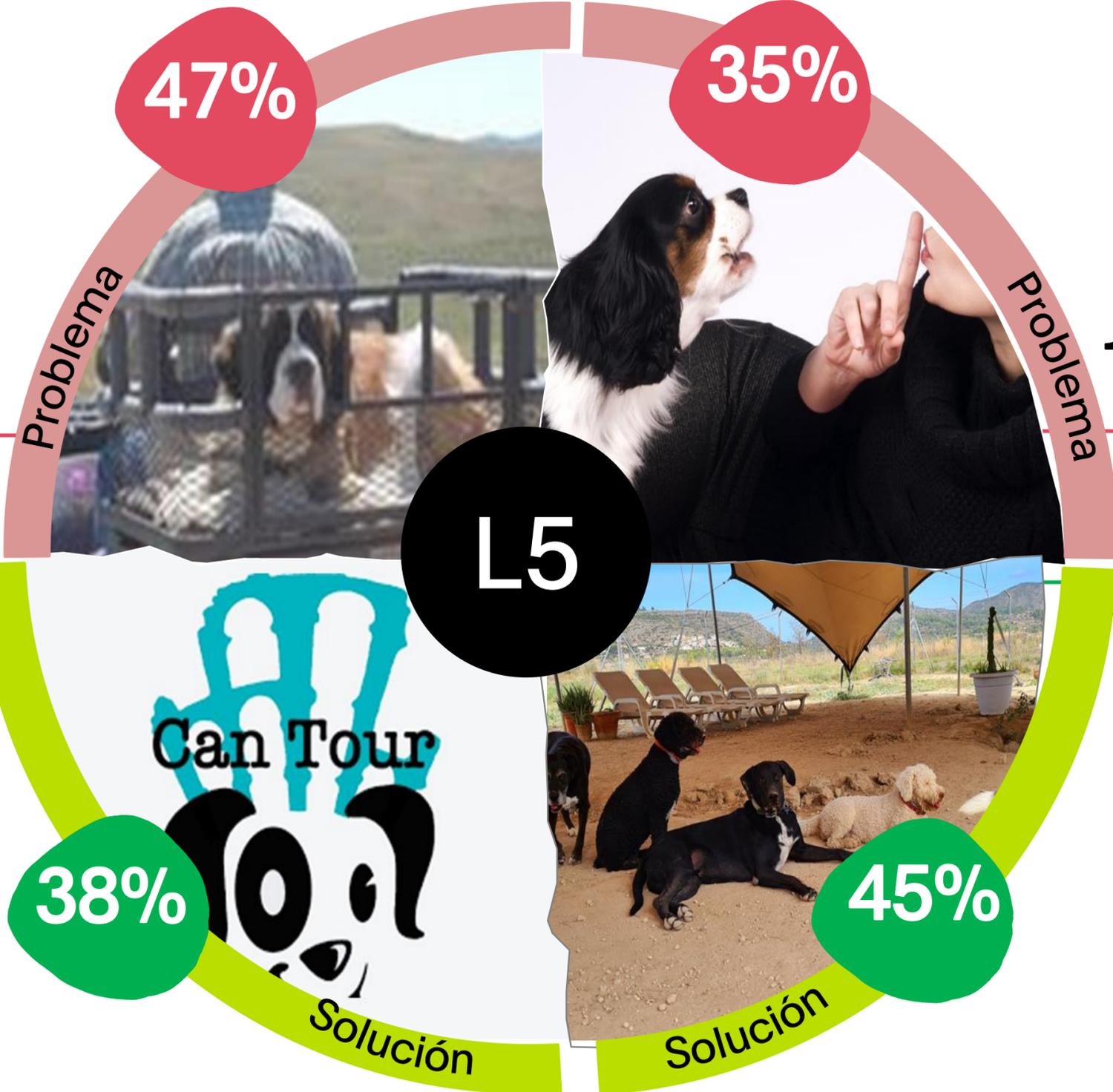
FACILITAR SERVICIOS

S6

Ofrecer todo tipo de servicios extra a un precio atractivo, aportar soluciones

107

I.A.C.



05

PROBLEMAS - PERSPECTIVA PROFESIONALES

Gestión de la seguridad

47%
prevalencia



25%



42%



44%



55%



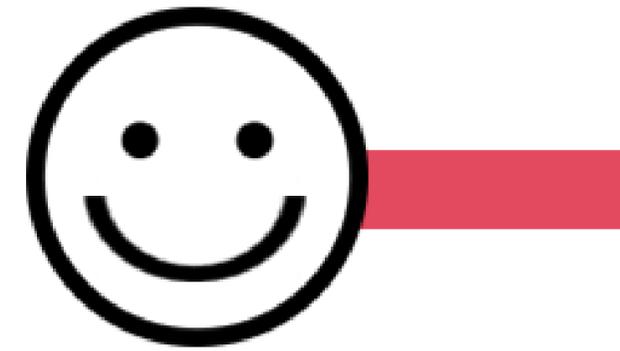
61%

L5 – Problema nuclear a resolver

¿Cuáles son los desafíos claves para los profesionales?

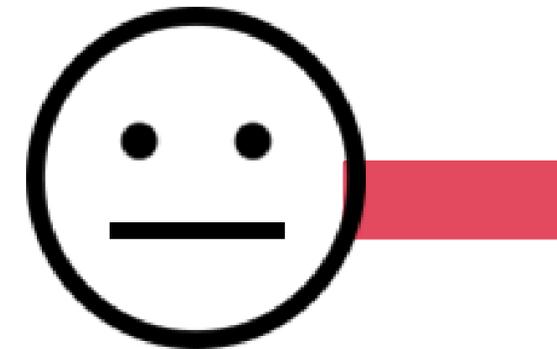
05 El desafío principal es garantizar la seguridad en toda situación y actividad

Nos interesa especialmente que los perros estén tranquilos y contentos y que ello ayude a que también lo estén los clientes que no tienen mascotas. Hay mucha gente que tienen miedo o incluso terror irracional a los perros y quitárselo es muy difícil. Integrar a las mascotas en actividades de turismo activo supone el desafío extra de garantizar siempre su seguridad y la de los que la rodean. La falta de equipos adecuados, de transportes seguros y de protocolos de actuación supone un hándicap.



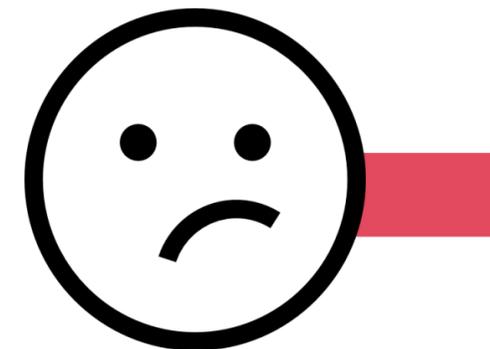
Alto nivel de apoyo

34%



Nivel de apoyo medio

28%



Bajo nivel de apoyo

38%

2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

10

PROBLEMAS - PERSPECTIVA PROFESIONALES

Gestión de ruidos

35%
prevalencia



19%



33%



35%



37%



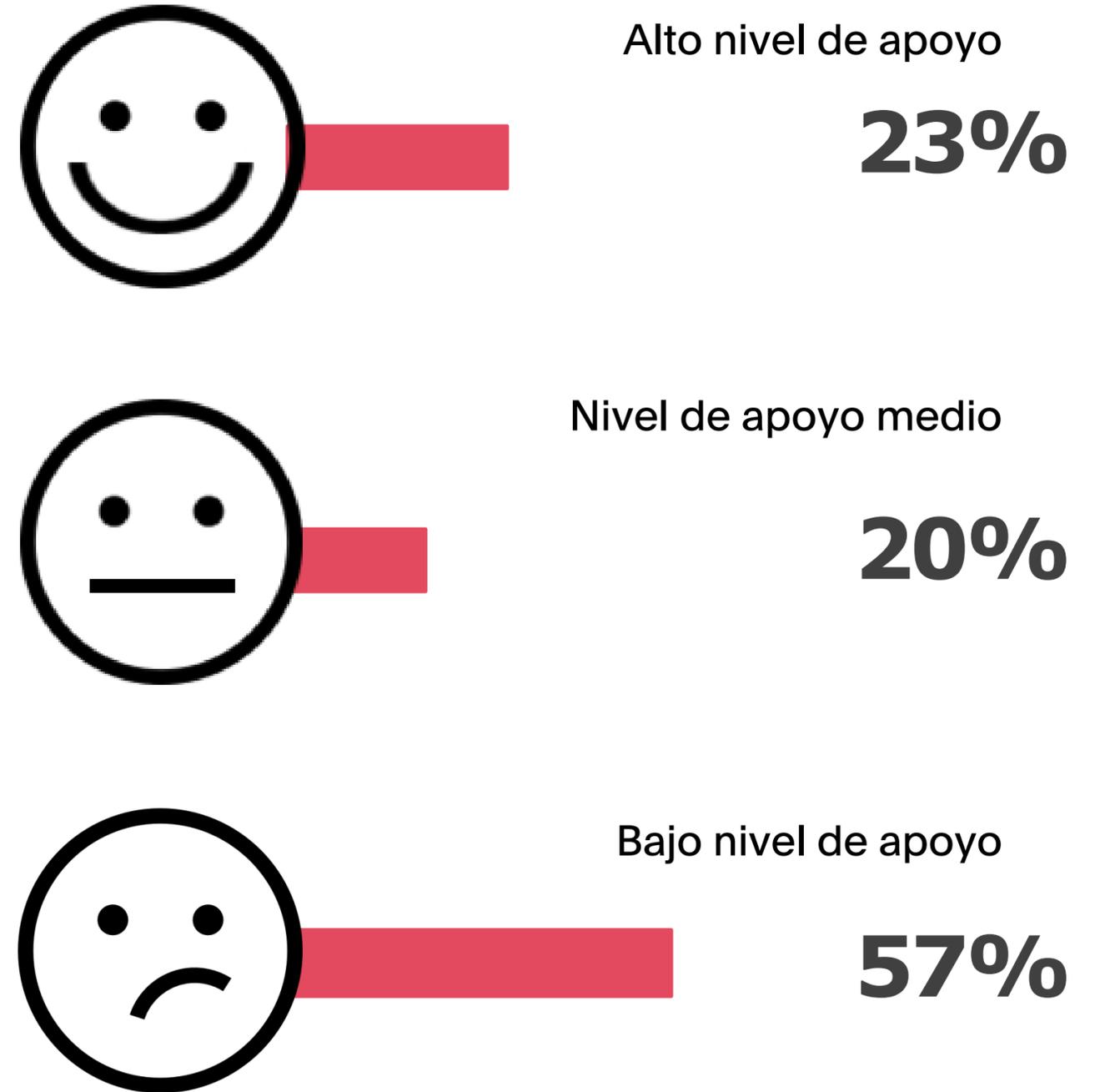
43%

L5 – Problema complementario

¿Cuáles son los desafíos claves para los profesionales?

10 El desafío principal viene por los ruidos, en concreto por los ladridos

El mayor desafío que enfrentamos se relaciona con el control de los ruidos, especialmente los ladridos de los perros. Este problema afecta la experiencia de nuestros clientes, generando quejas y molestias. Es fundamental encontrar soluciones efectivas para garantizar un ambiente tranquilo y apacible, tanto para aquellos que viajan con sus mascotas como para aquellos que prefieren un entorno más silencioso. La gestión adecuada de los ladridos es esencial para brindar una experiencia positiva.



2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

06

SOLUCIONES - PERSPECTIVA PROFESIONALES

Facilitar servicios

45%
prevalencia



29%



42%



45%



45%



52%

L5 – Solución ganadora

¿Qué soluciones proponen los profesionales?

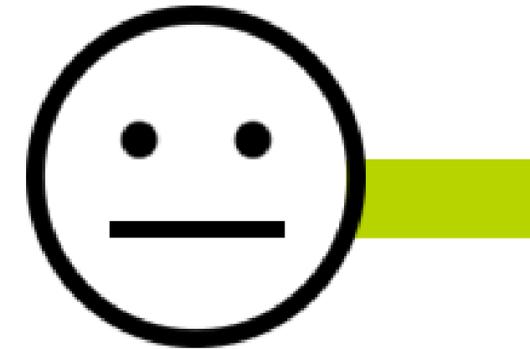
06 Ofrecer todo tipo de servicios extra a un precio atractivo, aportar soluciones

Mi propuesta es tomar en cuenta y preocuparse un poco más sobre las necesidades específicas de cada familia y de cada mascota, de modo que podamos ofrecer servicios personalizados a un coste lo más competitivo posible. Desde un punto de vista empresarial hay un nicho de mercado a explotar. El reto es ofrecer aquellos artículos, servicios, espacios o experiencias que mejor se adapten al cliente y por los que, en función de sus prioridades y recursos, esté dispuesto a pagar un precio justo.



Alto nivel de apoyo

28%



Nivel de apoyo medio

24%



Bajo nivel de apoyo

48%

2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

10

SOLUCIONES - PERSPECTIVA PROFESIONALES

Turismo para mascotas

38%
prevalencia



17%



31%



39%



40%



50%

L5 – Solución complementaria

¿Qué soluciones proponen los profesionales?

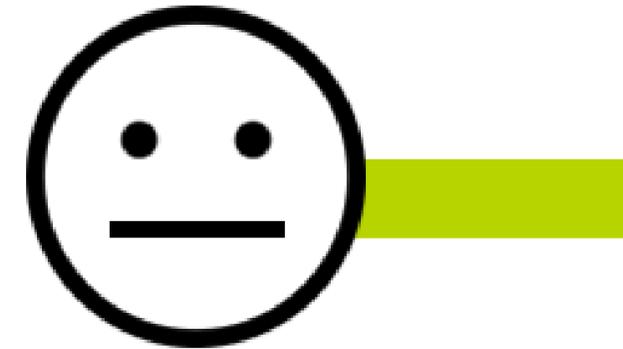
10 Cambiar de perspectiva, pensemos que los turistas fueran las mascotas

Mi propuesta es promover un turismo específico para mascotas que promueva la integración y el bienestar de nuestros fieles compañeros. A través de destinos y servicios adaptados, ofrezcamos experiencias en las que las mascotas disfruten a tope junto a sus familias. Fomentemos la creación de espacios pet-friendly en playas, parques, hoteles, restaurantes y establecimientos, garantizando un turismo inclusivo y consciente de las necesidades y motivaciones de nuestras mascotas.



Alto nivel de apoyo

18%



Nivel de apoyo medio

35%



Bajo nivel de apoyo

47%

2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

39%

**Gestión de
daños**

43%

**FIANZA POR
DAÑOS**

6ª LINEA DE ACCIÓN



GESTIÓN DE DAÑOS

P9

El desafío principal es gestionar los daños e incidentes provocados por mascotas

103

I.A.C.

Problema

39%



L6

Congratulations!

INSTEAD OF YOU!



43%

Solución

120

I.A.C.



FIANZA POR DAÑOS

S7

Promover una fianza responsable o un seguro de daños para mascotas

09

PROBLEMAS - PERSPECTIVA PROFESIONALES

Gestión de daños

39%
prevalencia

?



20%



36%



38%



45%



46%

L6 – Problema nuclear a resolvero

¿Cuáles son los desafíos claves para los profesionales?

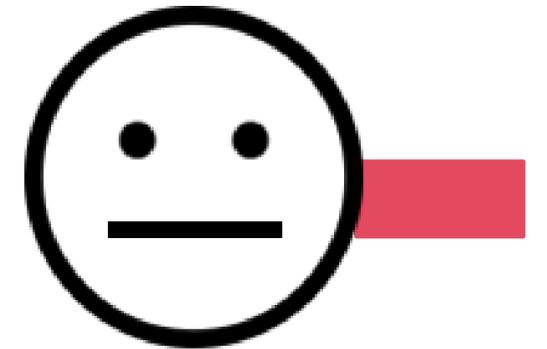
09 El desafío principal es gestionar los daños e incidentes provocados por mascotas

La gestión de daños por mascotas en alojamientos pet-friendly es un desafío costoso y constante, mientras que la gestión de posibles incidentes implica la siempre difícil tarea de asegurar la comodidad de todos los clientes ante posibles comportamientos no deseados. Reparar o reemplazar elementos dañados implica costos económicos y de tiempo que no se cubren con el suplemento que pagan los clientes y en el caso de incidentes, el delimitar la responsabilidad legal siempre es un tema conflictivo.



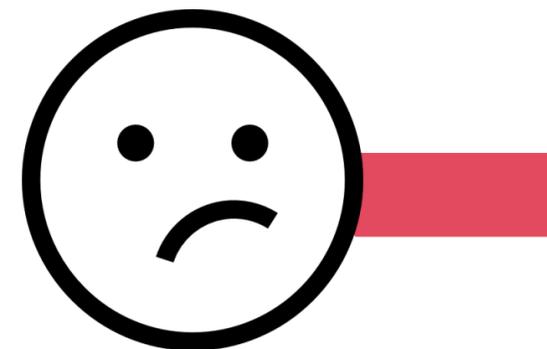
Alto nivel de apoyo

25%



Nivel de apoyo medio

21%



Bajo nivel de apoyo

49%

2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

07

SOLUCIONES - PERSPECTIVA PROFESIONALES

Fianza por daños

43%
prevalencia



25%



34%



42%



45%



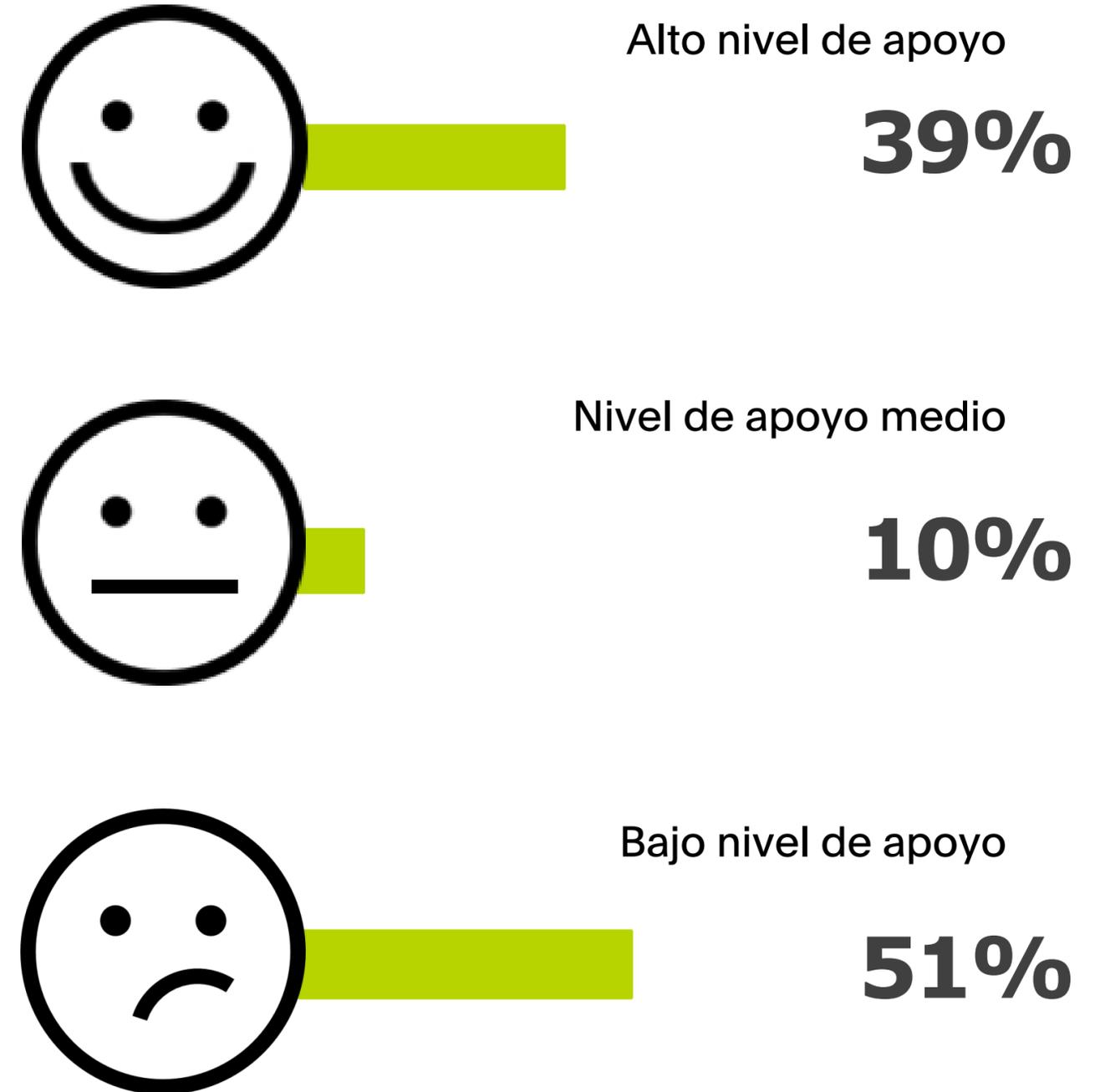
47%

L5 – Solución ganadora

¿Qué soluciones proponen los profesionales?

07 Promover una fianza responsable o un seguro de daños para mascotas

Lo mismo que ocurre en el alquiler de coches, podríamos ofrecer un plan de protección de posibles daños (en nuestro caso de las instalaciones) basado en una fianza responsable recuperable si finalmente no hay daños, o, como alternativa, un seguro de daños que cubra los posibles desperfectos. Ofrecer además capacitación y consejos prácticos para evitar riesgos. El objetivo es reducir la probabilidad de daños y promover un turismo responsable entre los propietarios con las mascotas



2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción

¡Muchas
Gracias!

