

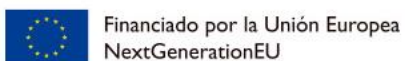


¿Cómo mejorar el turismo con mascotas?

Problemas y soluciones



Resultados del proceso de inteligencia artificial colectiva llevado a cabo con las 565 aportaciones de viajeros y profesiones del sector en el verano de 2023 – Powered by CIBUC Technologies © 2023





Índice

Proceso



- 1.1 Enfoque y objetivos pág. 3
- 1.2 Inteligencia [Artificial] Colectiva pág. 5
- 1.3 Ficha técnica y de participación pág. 8

Resultados



- 2.1 Resultados clave pág. 11
- 2.2 Aprendizajes y conclusiones pág. 64

Anexos

pág. 83



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
CEO de Travelguau



1.1 Enfoque y objetivos

1.2 I.A. Colectiva

1.3 Participación



1.1 Enfoque y objetivos



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

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.

3

Descubrir las barreras a resolver

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.

4

Cocrear una estrategia ganadora

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

1.1 Enfoque y objetivos

1.2 I.A. Colectiva

1.3 Participación



1.2 Metodología

ciBUÇ

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.

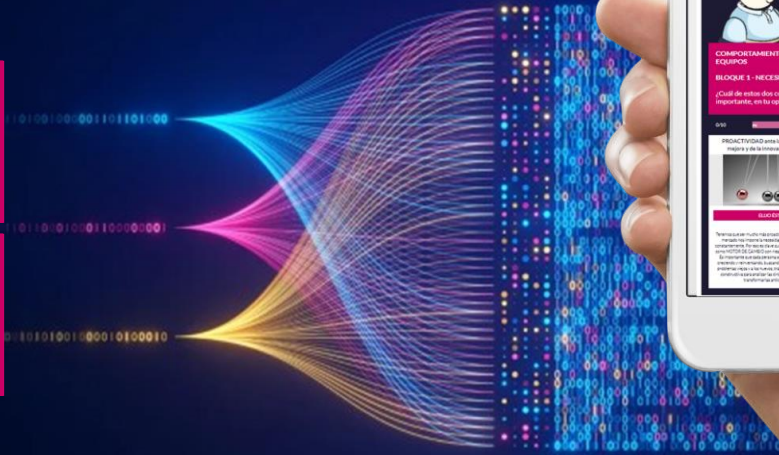
Thomas Malone Director MIT
Center Of Collective
Intelligence



Plataforma CiBUC

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

<p>1 </p> <p>Algoritmos de clusterización semántica.</p>	<p>3 </p> <p>Algoritmos de inteligencia de enjambre.</p>
<p>2 </p> <p>Algoritmos de hibridación y síntesis.</p>	<p>4 </p> <p>Algoritmos de segmentación poliédrica.</p>



Todos los derechos reservados. Crowd Intelligence Technologies © CiBUC 2023

Una tecnología muy poderosa

La I.A. Colectiva proporciona ocho grandes beneficios

<p>SITUACIÓN ACTUAL</p> <p>Permite tener una visión fiable de la realidad</p>	<p>CUALI-CUANTI</p> <p>Combinación de información cualitativa y cuantitativa</p>	<p>AGILIDAD</p> <p>Agilidad en el proceso, semanas no meses</p>	<p>INTELIGENCIA</p> <p>Suma de inteligencias para tener resultados relevantes</p>
<p>FUTURO DESEADO</p> <p>Permite diseñar entre todos el futuro deseado</p>	<p>ALINEAMIENTO</p> <p>Generación automática de una visión compartida</p>	<p>COMPROMISO</p> <p>Generación automática de compromiso colectivo</p>	<p>IMPACTO REAL</p> <p>Acompañamiento tutelado hasta lograr el objetivo</p>

1.1 Enfoque y objetivos

1.2 I.A. Colectiva

1.3 Participación



Procesos I.A.C.

La llave a la I.A. de tus colectivos



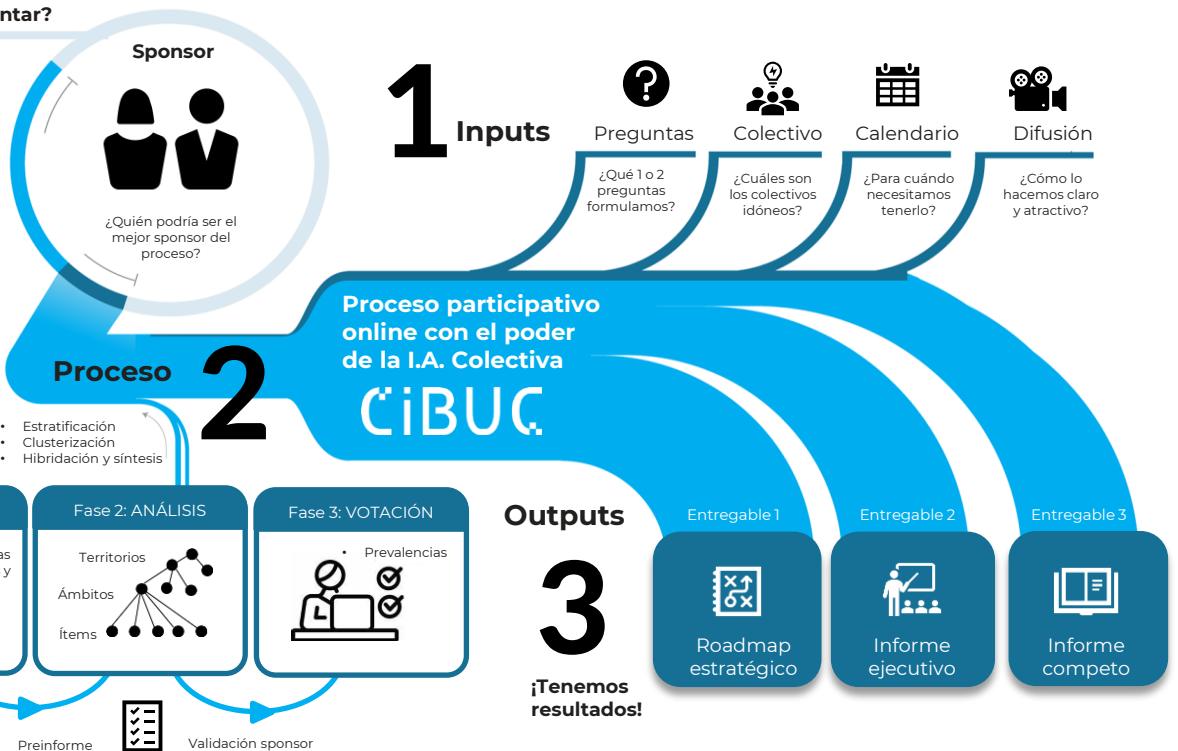
Resolución de retos con I.A. Colectiva

¿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...



Todos los derechos reservados. Crowd Intelligence Technologies © CIBUC 2023



1.3 Ficha técnica y de participación

572 aportaciones
8.612 votaciones

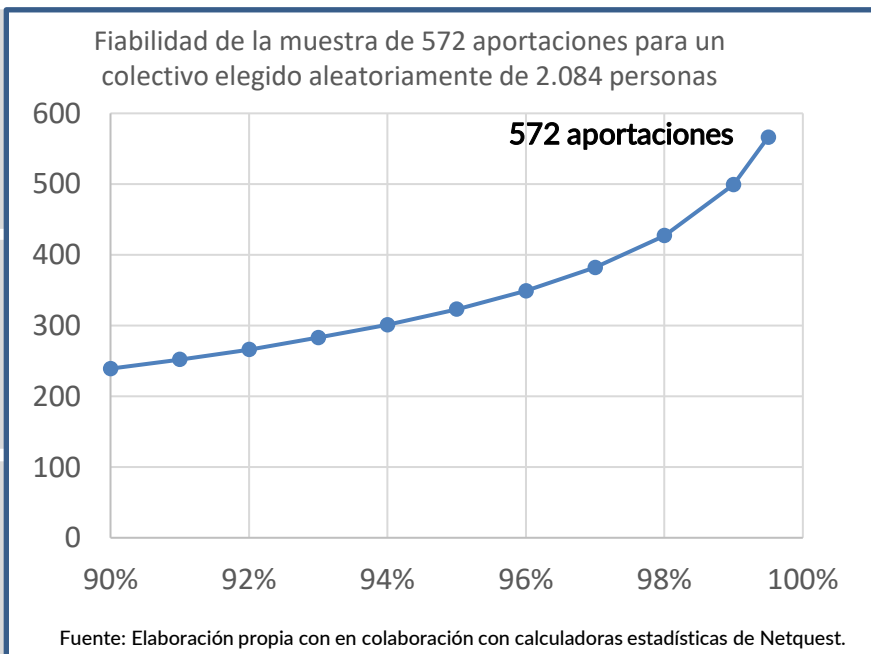


Participación y nivel de confianza

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

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

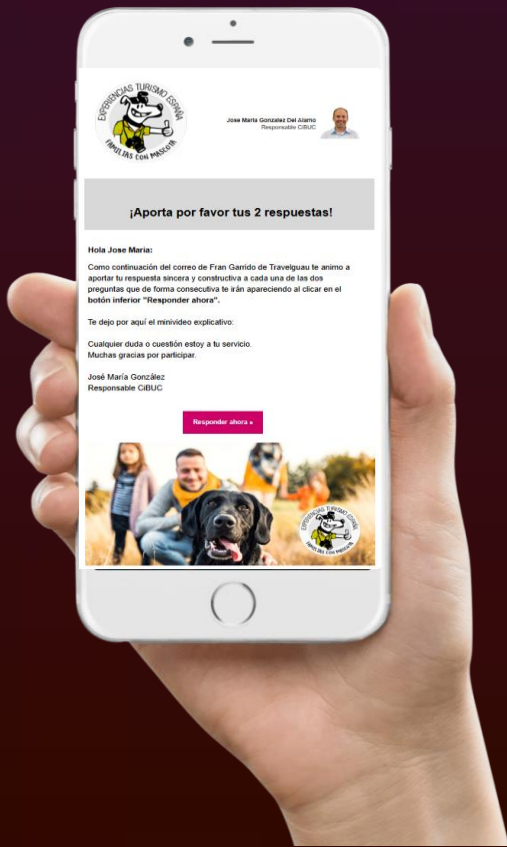
n: Tamaño de muestra buscado
 N: Tamaño de la Población o Universo
 Z: Presumen estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC)
 p: Error de estimación máximo aceptado
 q: Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (q=1-p)
 e: Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

1.1 Enfoque y objetivos

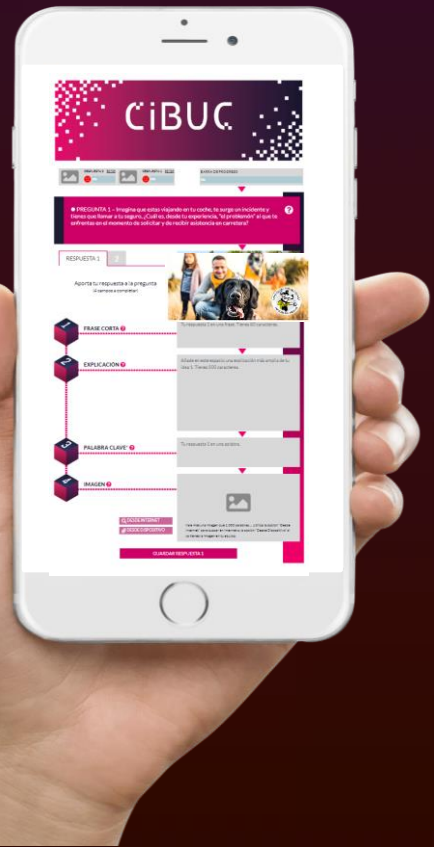
1.2 I.A. Colectiva

1.3 Participación





Les dimos VOZ



Preguntas clave

◆ PREGUNTA 1 - VIAJEROS

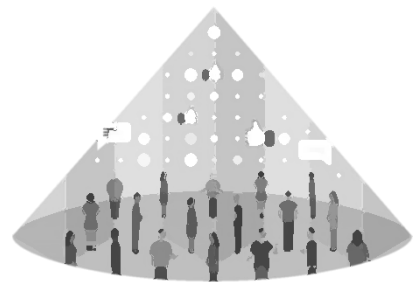
Como viajero con mascota, ¿podrías identificar el **FACTOR PRINCIPAL** que te hace sentir que tu mascota no es del todo bienvenida en un lugar turístico “pet friendly” y qué **EXPERIENCIA REAL** pondrías de **EJEMPLO** para que se entienda el problema?

◆ PREGUNTA 1 - PROFESIONALES

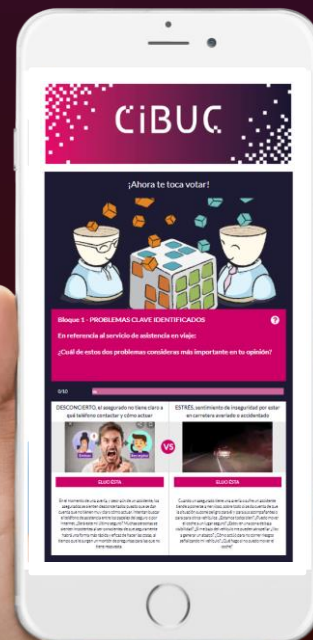
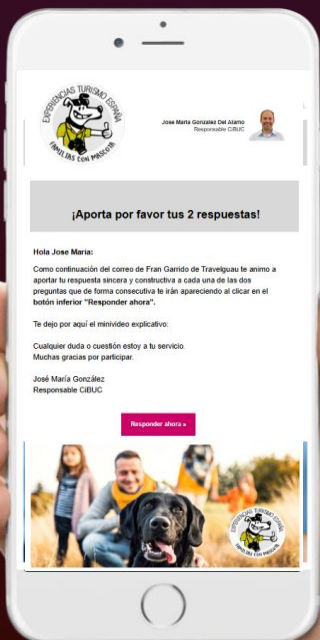
Como profesional del sector turístico, ¿Cuál consideras que es el **DESAFÍO MÁS SIGNIFICATIVO** para lograr una mayor integración de las mascotas en tu negocio, y por qué consideras que es un problema especialmente difícil de resolver?

◆ 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?



Les dimos VOTO



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).



2.1 Resultados

Perspectiva

VIAJEROS



Roadmap ESTRATÉGICO

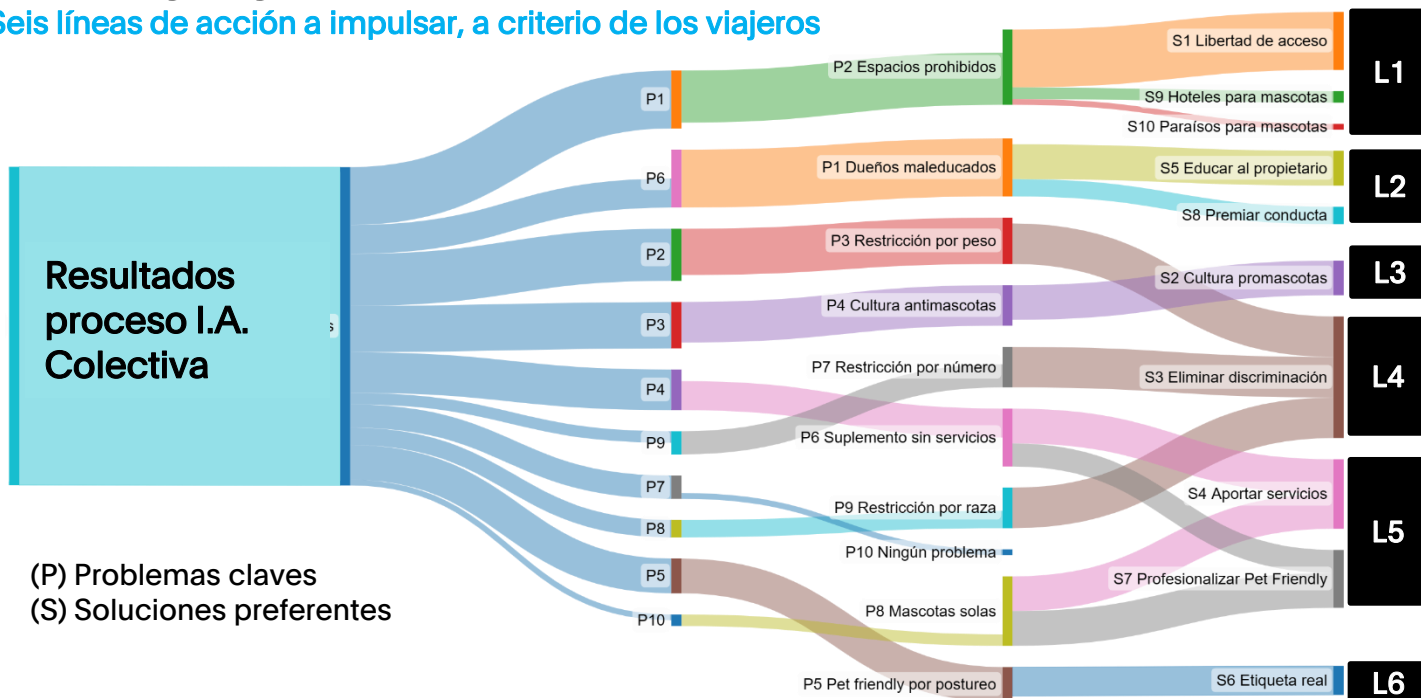
Turismo Pet Friendly



PERSPECTIVA VIAJEROS

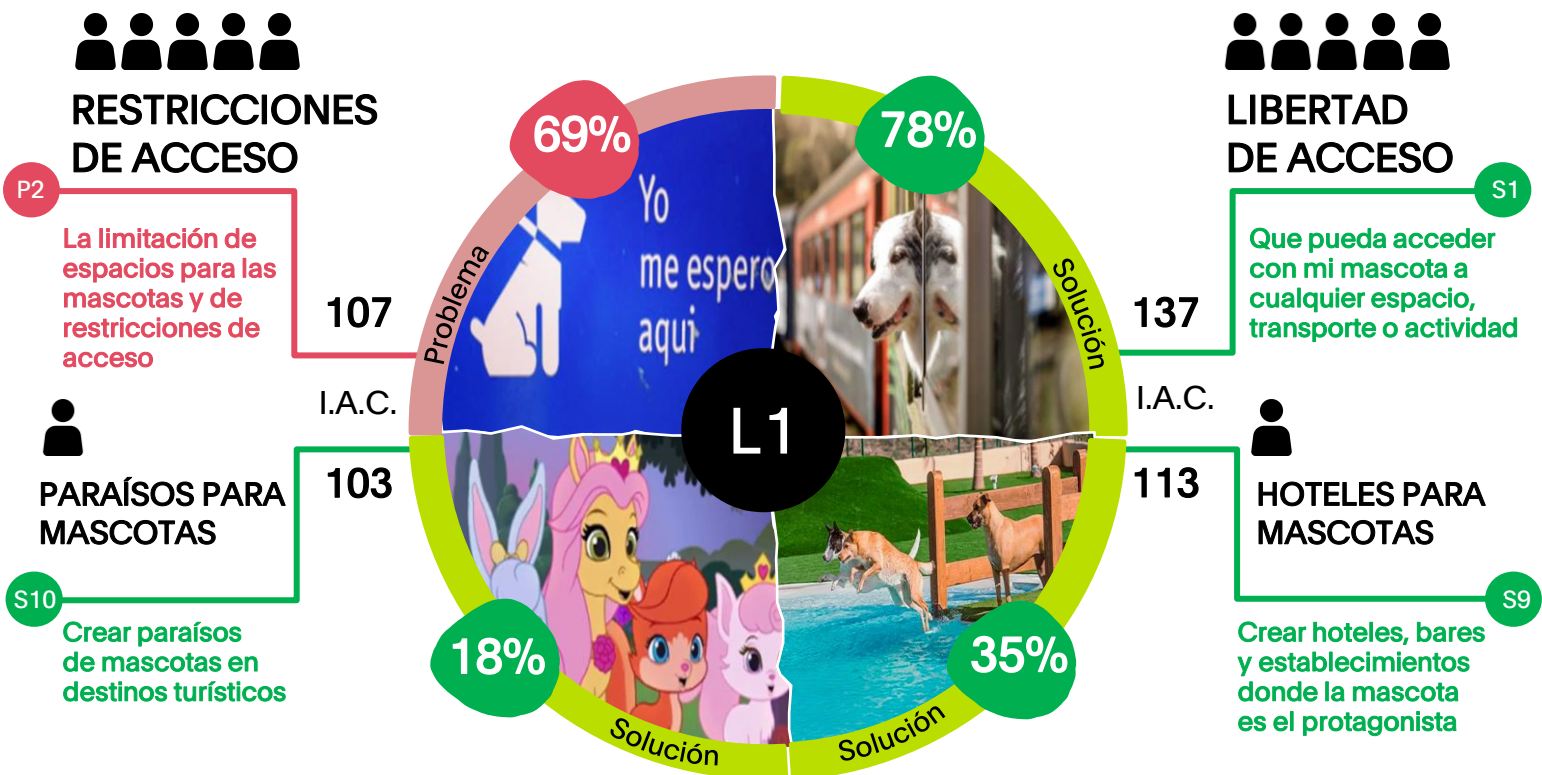
Estrategia ganadora turismo "pet friendly"

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





1ª LINEA DE ACCIÓN



Restricciones de acceso

68%
prevalencia

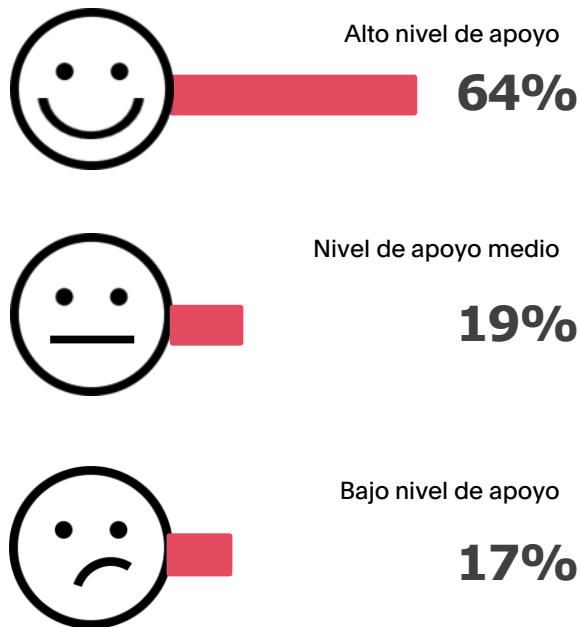


L1 – Problema nuclear a resolver

¿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



Libertad de acceso

78%
prevalencia

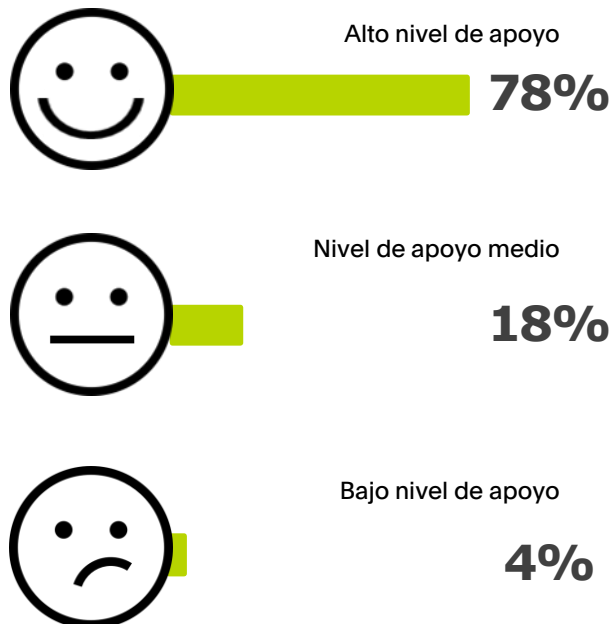


L1 – Solución ganadora

¿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



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



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

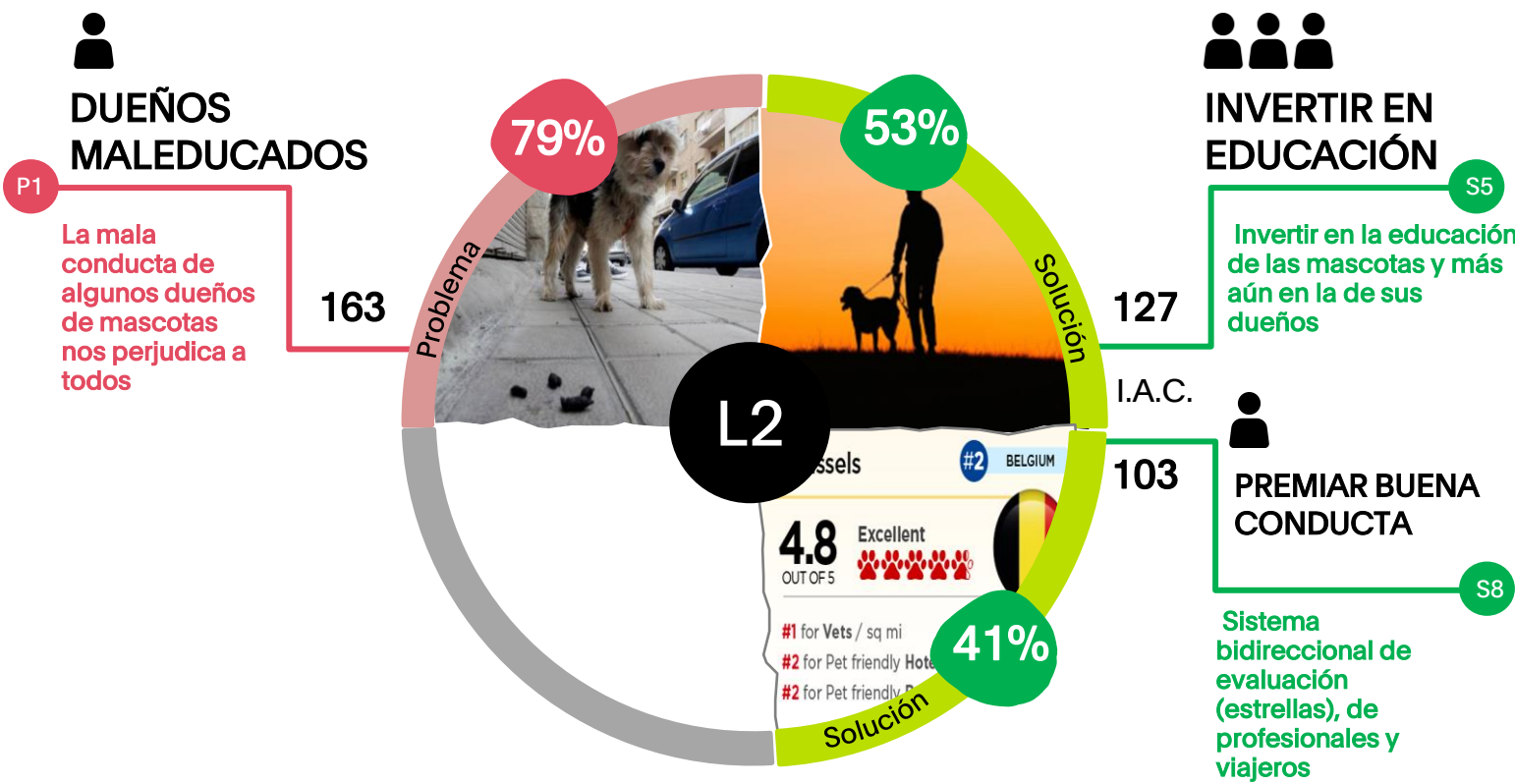
2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción





2ª LINEA DE ACCIÓN



Dueños maleducados

79%
prevalencia

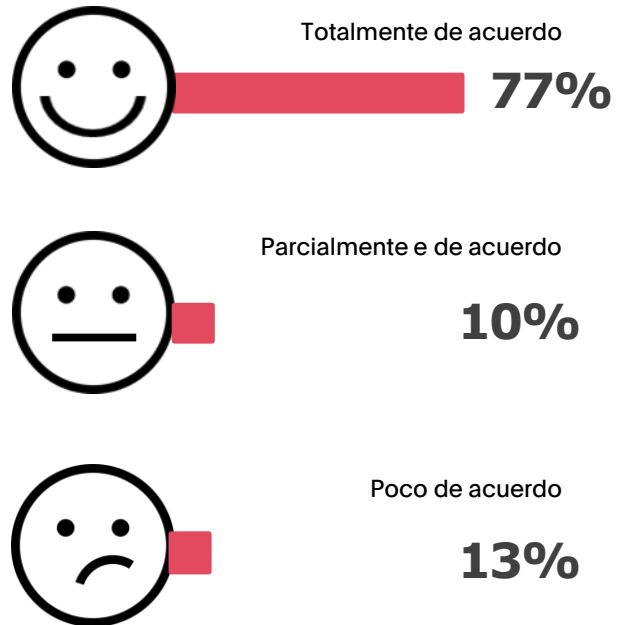


L2 – Problema nuclear a resolver

¿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.



2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción



Invertir en educación

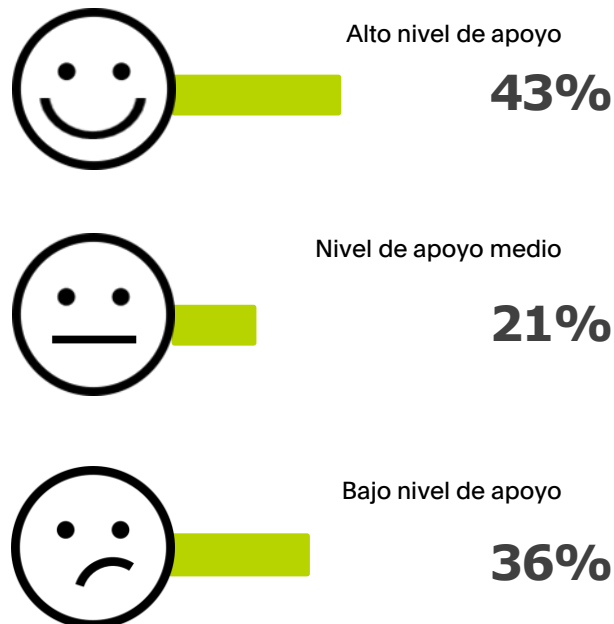
53%
prevalencia

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



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

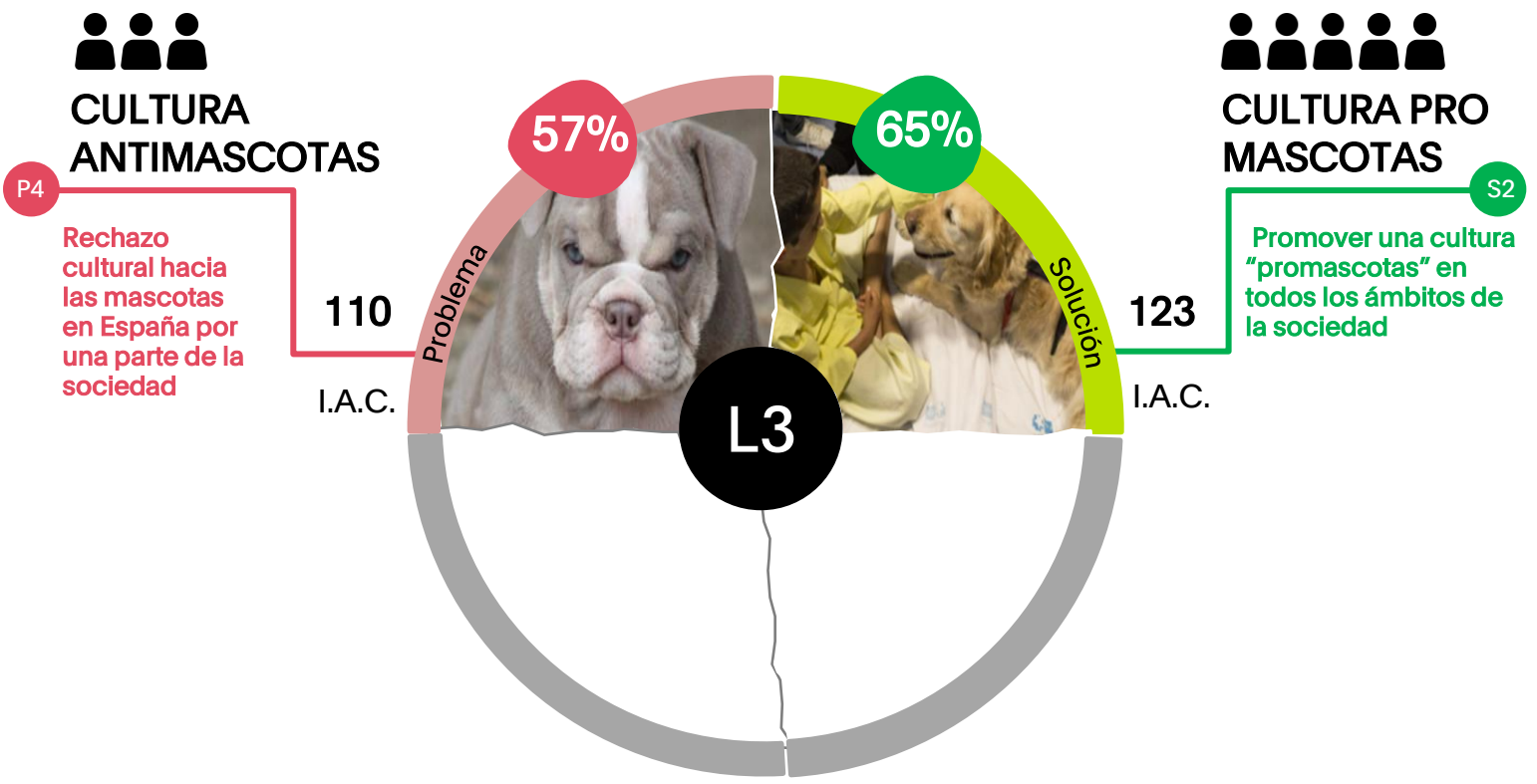
2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción





3a LINEA DE ACCIÓN



Cultura antimascotas

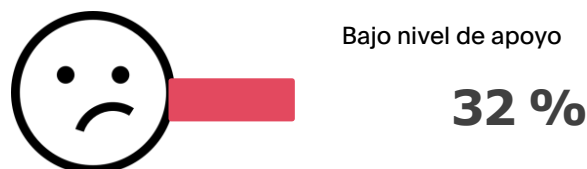
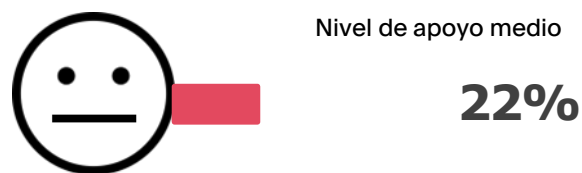
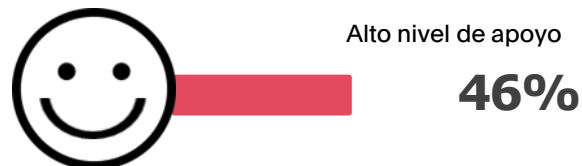
57%
prevalencia

L2 – Problema nuclear a resolver

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

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



Cultura promascotas

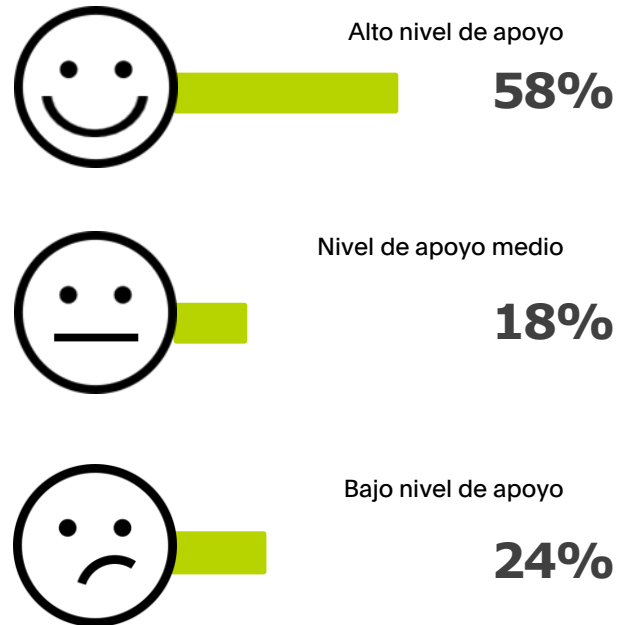
65%
prevalencia

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

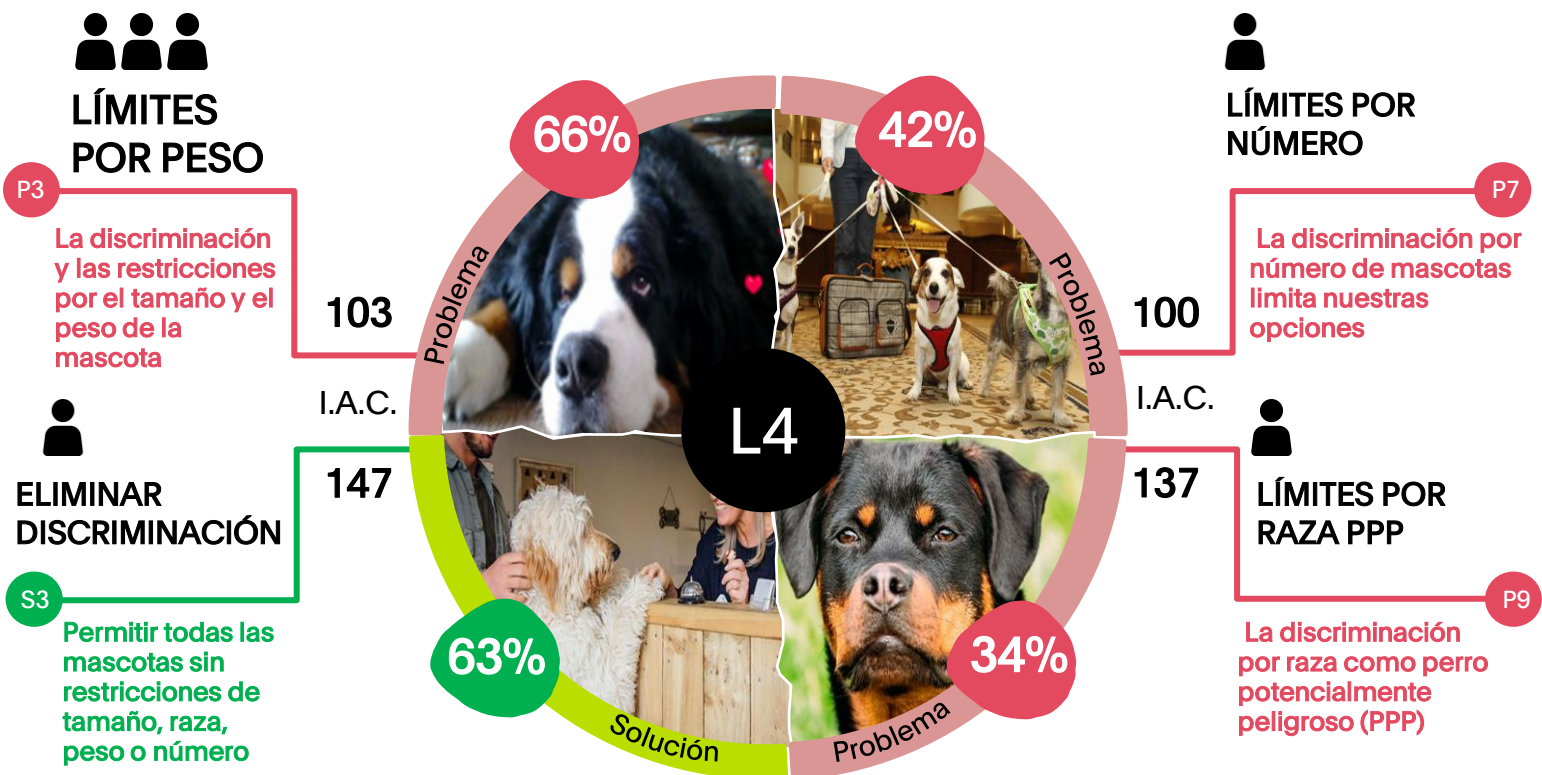
2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción





4a LINEA DE ACCIÓN



Límites por peso y tamaño

66%
prevalencia

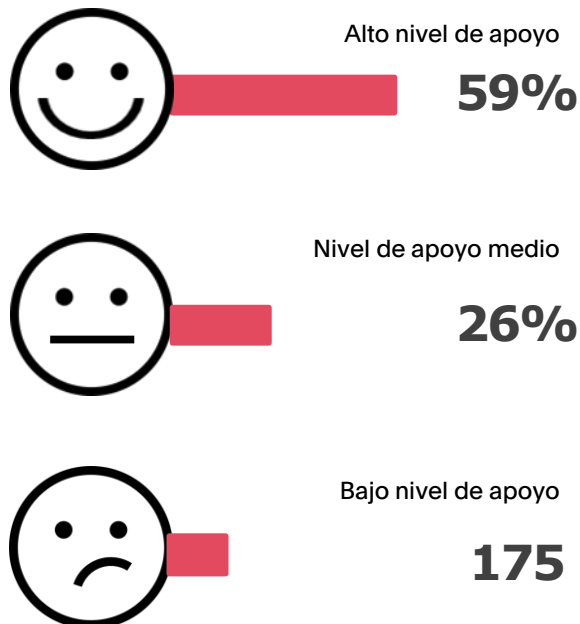


L4 – Problema nuclear a resolver

¿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



Límites por número

42%
prevalencia



L4 – Problema complementario a resolver

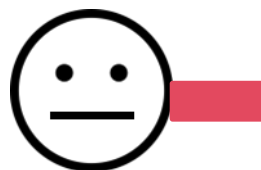
¿Qué es para el viajero lo peor del turismo con mascotas?

07 La discriminación por número de mascotas limita nuestras opciones

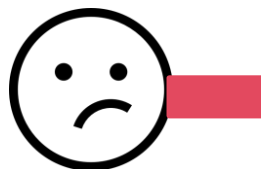
La dificultad viene por ir con más de 1 perro y si son medianos o grandes ya ni te cuento. Nosotros somos una pareja con 3 perras (2 medianas y 1 más pequeña), llevan años viajando con nosotros y se portan genial. Nos vemos limitados tanto en el transporte (1 perro por persona y con límite de peso) como 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



Límites por raza PPP

34%
prevalencia



L4 – Problema complementario a resolver

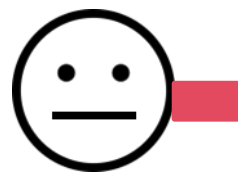
¿Qué es para el viajero lo peor del turismo con mascotas?

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



Eliminar la discriminación

63%
prevalencia

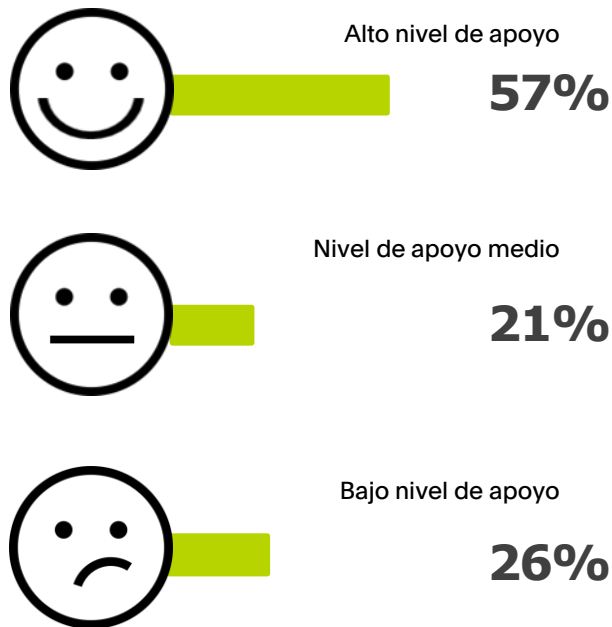


L4 – Solución ganadora

¿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

137

I.A.C.



PROFESIONALIZAR EL "PET FRIENDLY"

S7

Capacitar y profesionalizar la actividad "pet friendly"

123



MASCOTAS SOLAS

P8

Algunos alojamientos no permiten dejar la mascota sola en la habitación

103

I.A.C.

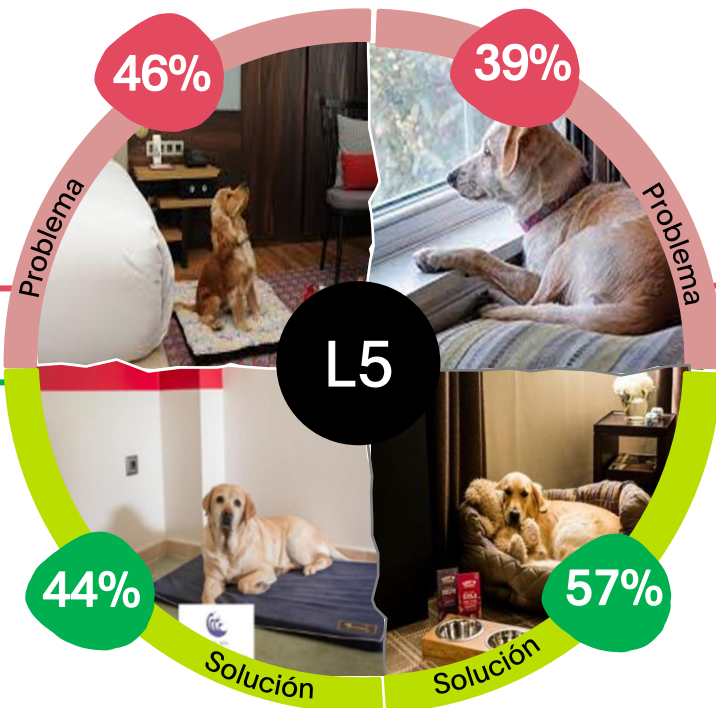


APORTAR SERVICIOS

S4

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

107



Suplemento sin servicios

46%
prevalencia



L5 – Problema nuclear a resolver

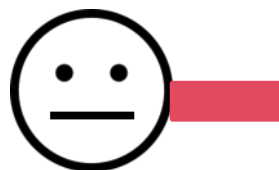
¿Qué es para el viajero lo peor del turismo con mascotas?

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

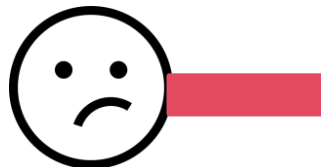
En muchos alojamientos, a pesar de que se cobra dinero por llevar al perro, no existen condiciones y servicios para que los animales puedan estar confortables. Cuando contratas la habitación con niños, sabes que te vas a encontrar con camas supletorias y otras facilidades en el establecimiento. A las 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



Mascotas solas

39%
prevalencia



L5 – Problema complementario a resolver

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

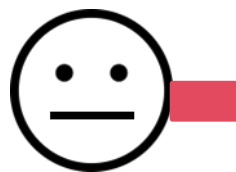
08 Algunos alojamientos no permiten dejar la mascota sola en la habitación

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.



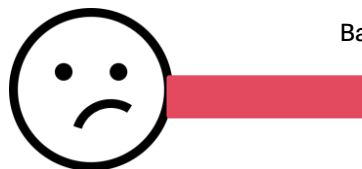
Alto nivel de apoyo

29%



Nivel de apoyo medio

18%



Bajo nivel de apoyo

53%

2.1 Resultados clave

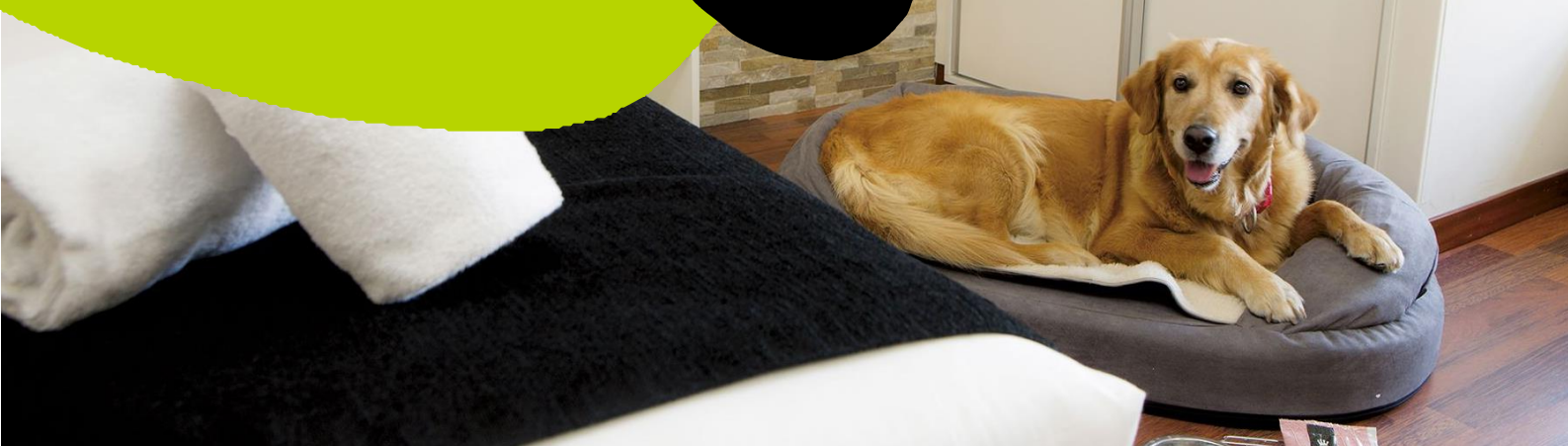
2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción



Aportar servicios

57%
prevalencia

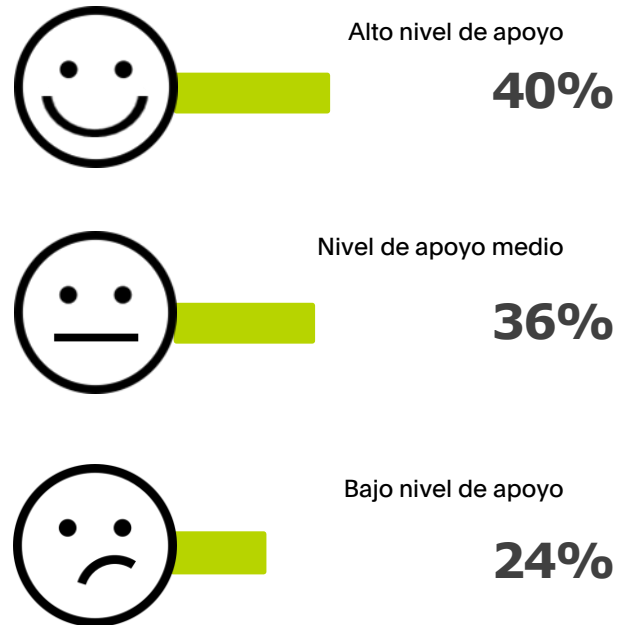


L5 – Solución ganadora

¿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...



2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción



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"

6a LINEA DE ACCIÓN



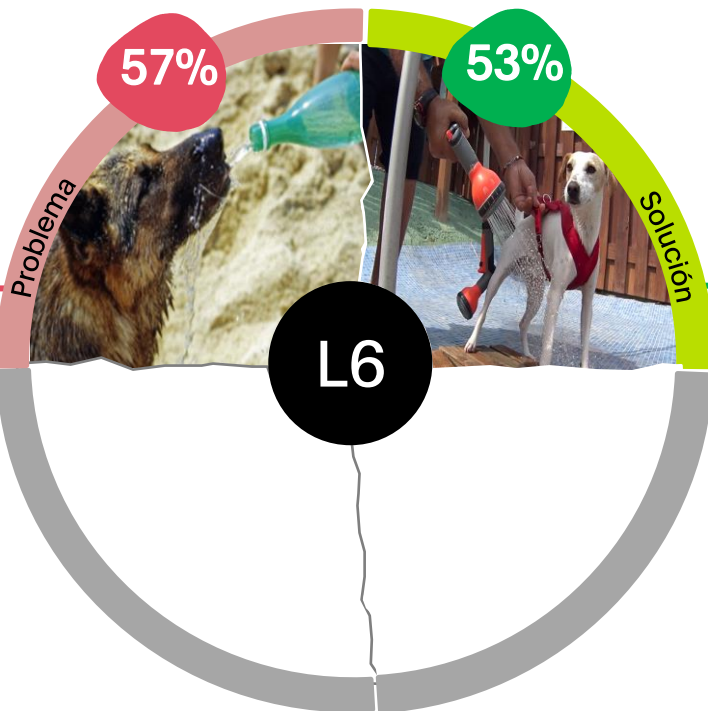
ETIQUETA
POSTIZA

P5

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

107

I.A.C.



ETIQUETA
REAL

S6

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

113

I.A.C.



Etiqueta postiza

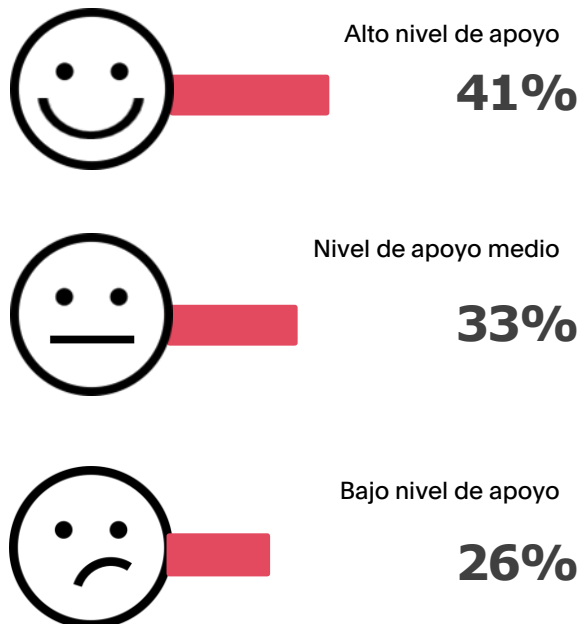
57%
prevalencia

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



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

Perspectiva

PROFESIONALES



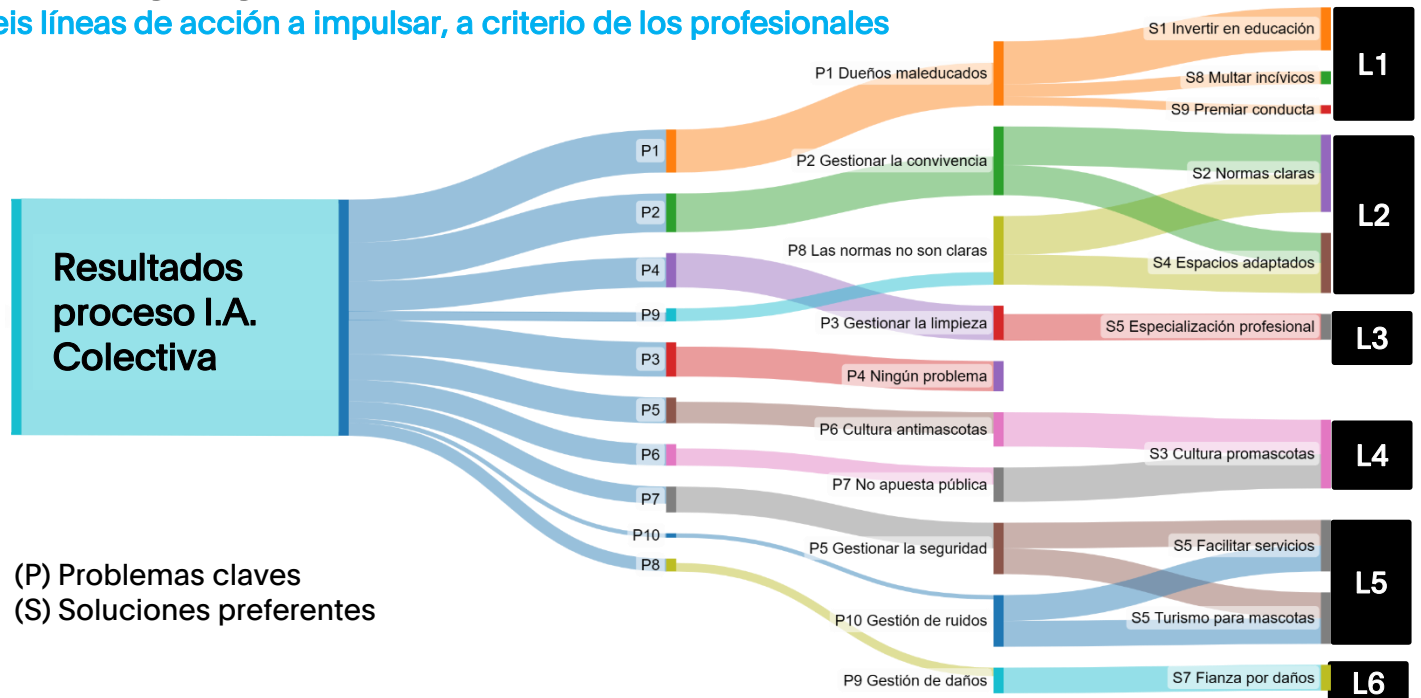
Roadmap ESTRATÉGICO Turismo Pet Friendly

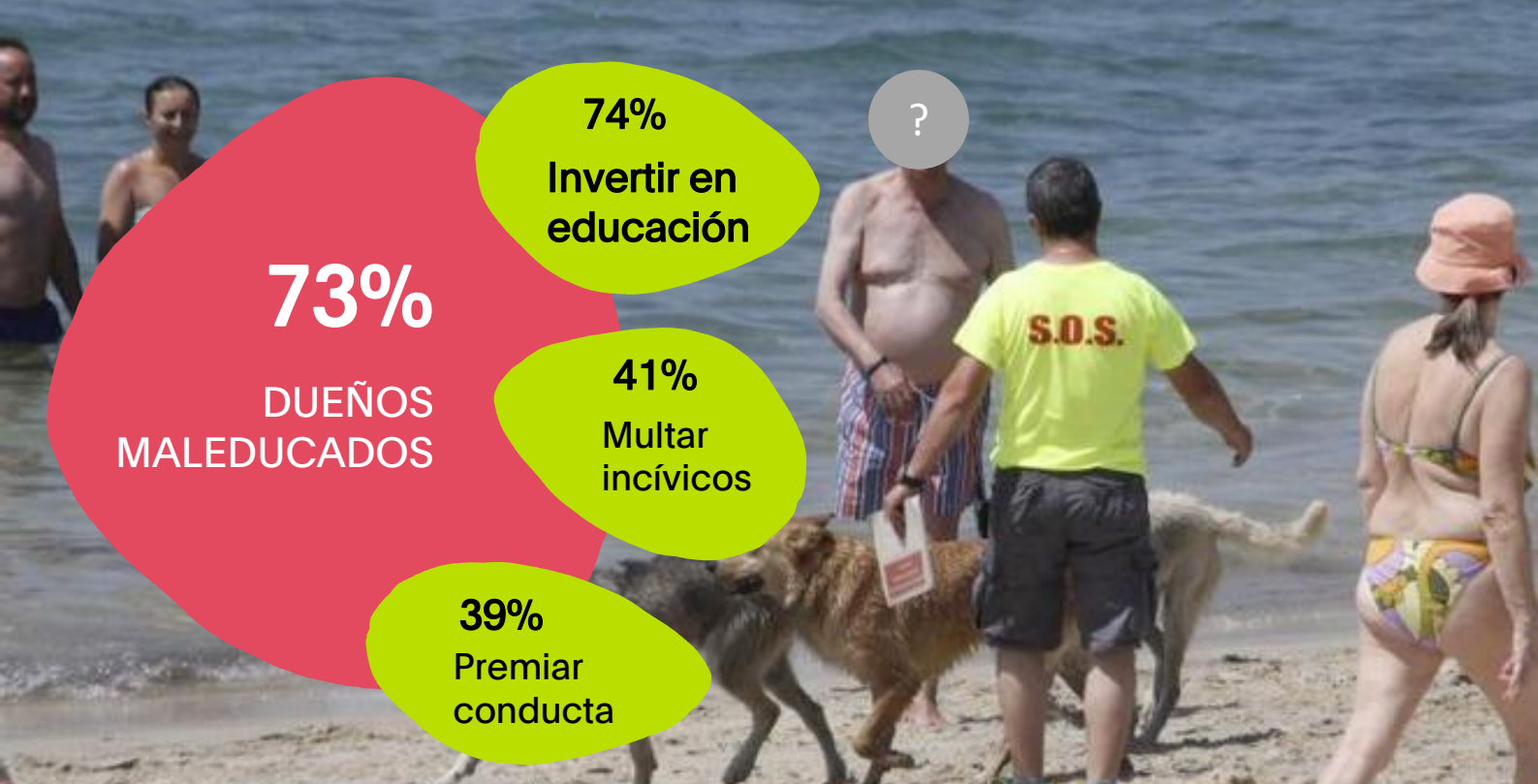


PERSPECTIVA PROFESIONALES

Estrategia ganadora turismo "pet friendly"

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





73%
DUEÑOS
MALEDUCADOS

74%
Invertir en
educación

41%
Multar
incívicos

39%
Premiar
conducta

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**

123

S9

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



**INVERTIR EN
EDUCACIÓN**

S1

Fomentar la educación y la responsabilidad de propietarios y mascotas

100

I.A.C.



**MULTAR
INCÍVICOS**

123

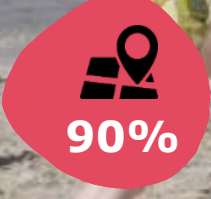
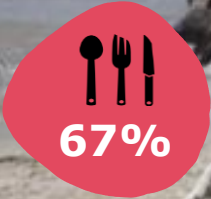
S8

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



Dueños maleducados

73%
prevalencia

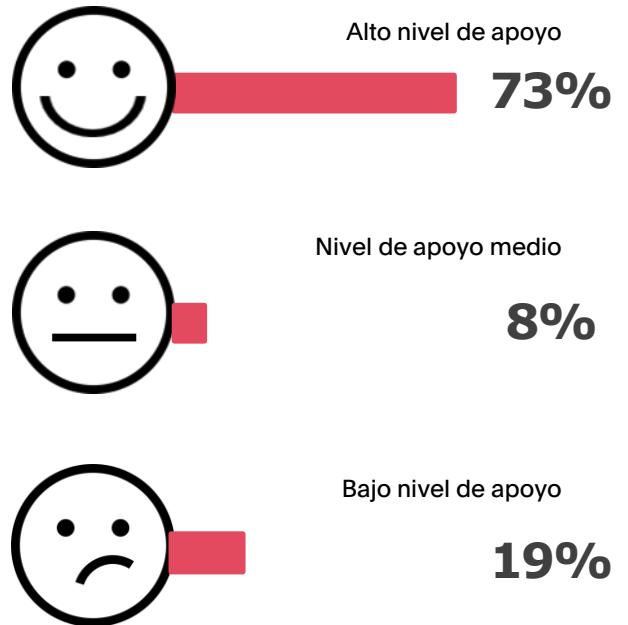


L1 – Problema nuclear a resolver

¿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

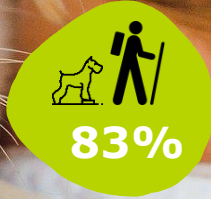
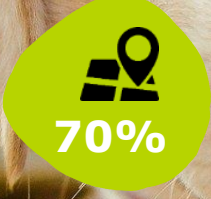
2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción



Invertir en educación

74%
prevalencia

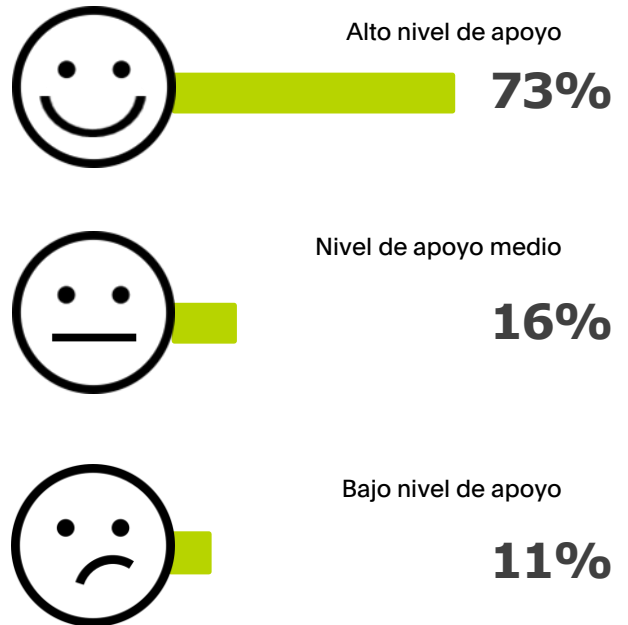


L1 – Solución ganadora

¿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



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



NORMAS NO CLARAS

P8

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

107

I.A.C.

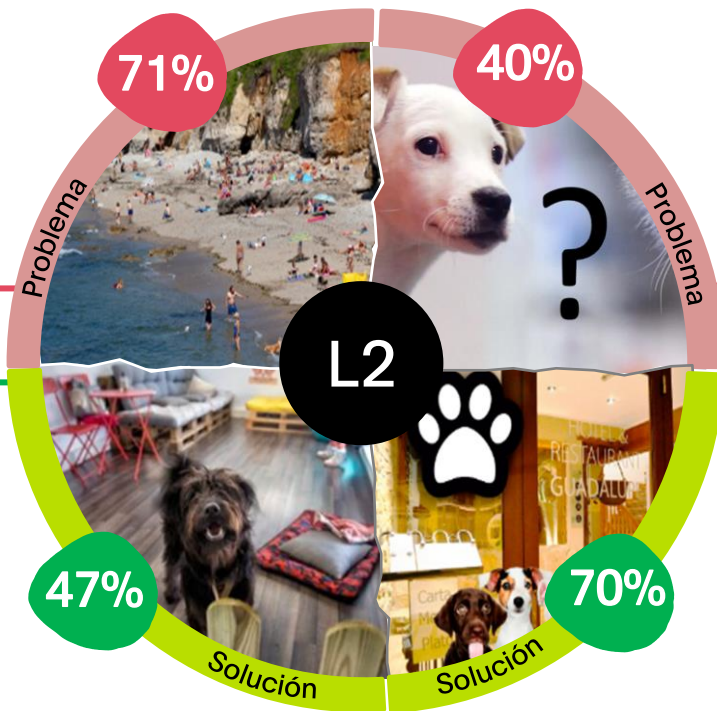


NORMAS CLARAS

S2

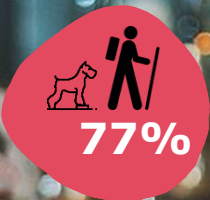
Elaborar unas normas de convivencia justas y hacer una buena difusión

137



Gestión de la convivencia

71%
prevalencia

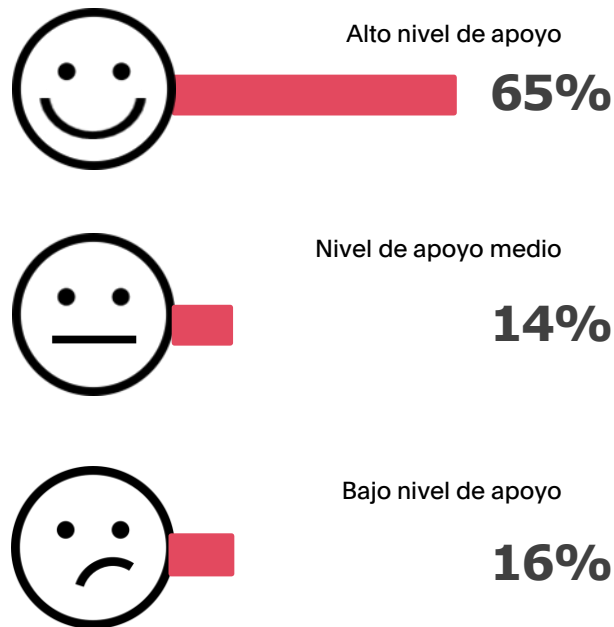


L2- Problema nuclear a resolver

¿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



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



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.



Alto nivel de apoyo

65%



Nivel de apoyo medio

18%



Bajo nivel de apoyo

17%

2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción



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.



Alto nivel de apoyo

38%



Nivel de apoyo medio

23%



Bajo nivel de apoyo

39%

2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción





58%
Gestión de
la limpieza

45%

ESPECIALIZACIÓN
PROFESIONAL

3ª LINEA DE ACCIÓN



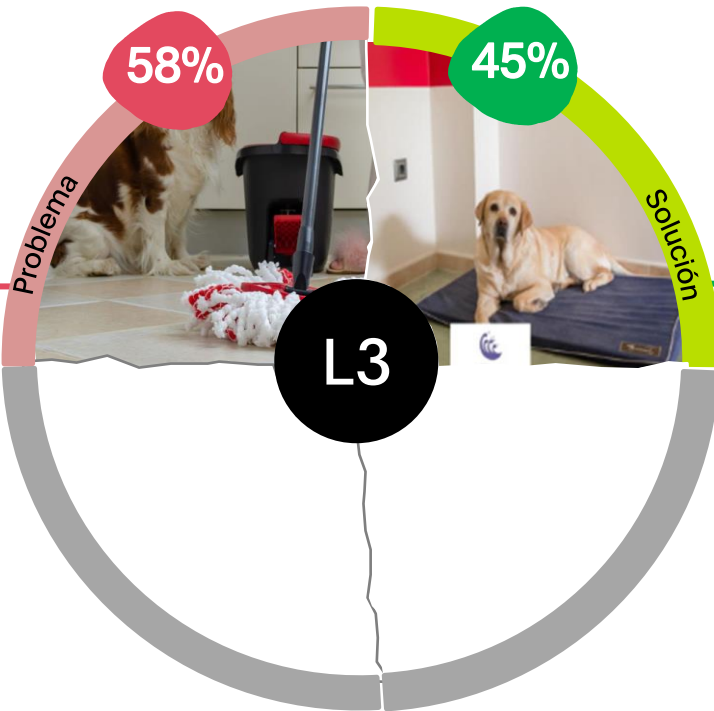
GESTIÓN DE LA LIMPIEZA

P3

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

107

I.A.C.



ESPECIALIZACIÓN PROFESIONAL

S5

Formación especializada para empresas interesadas en ser pet friendly

147

I.A.C.



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.



Alto nivel de apoyo

44%



Nivel de apoyo medio

29%



Bajo nivel de apoyo

27%

2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción



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

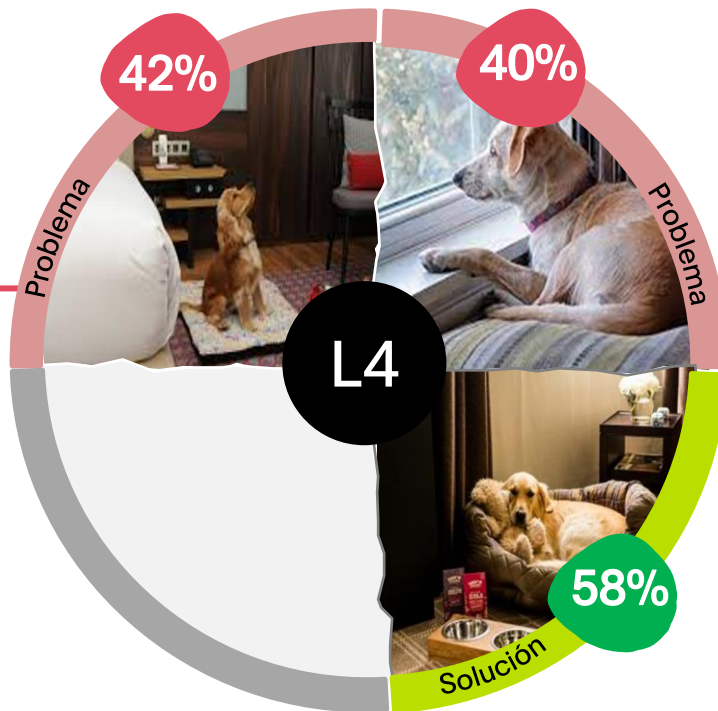
I.A.C.



CULTURA PROMASCOTAS

S3

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



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.



Alto nivel de apoyo

73%



Nivel de apoyo medio

8%



Bajo nivel de apoyo

19%

2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción



No apuesta pública

40%
prevalencia



36%

44%

46%

47%

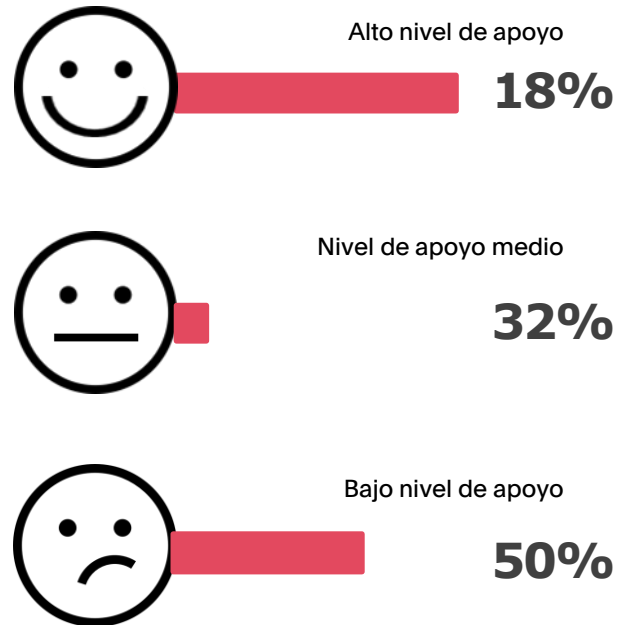
48%

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



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.



Alto nivel de apoyo

66%



Nivel de apoyo medio

26%



Bajo nivel de apoyo

8%

2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción





47%

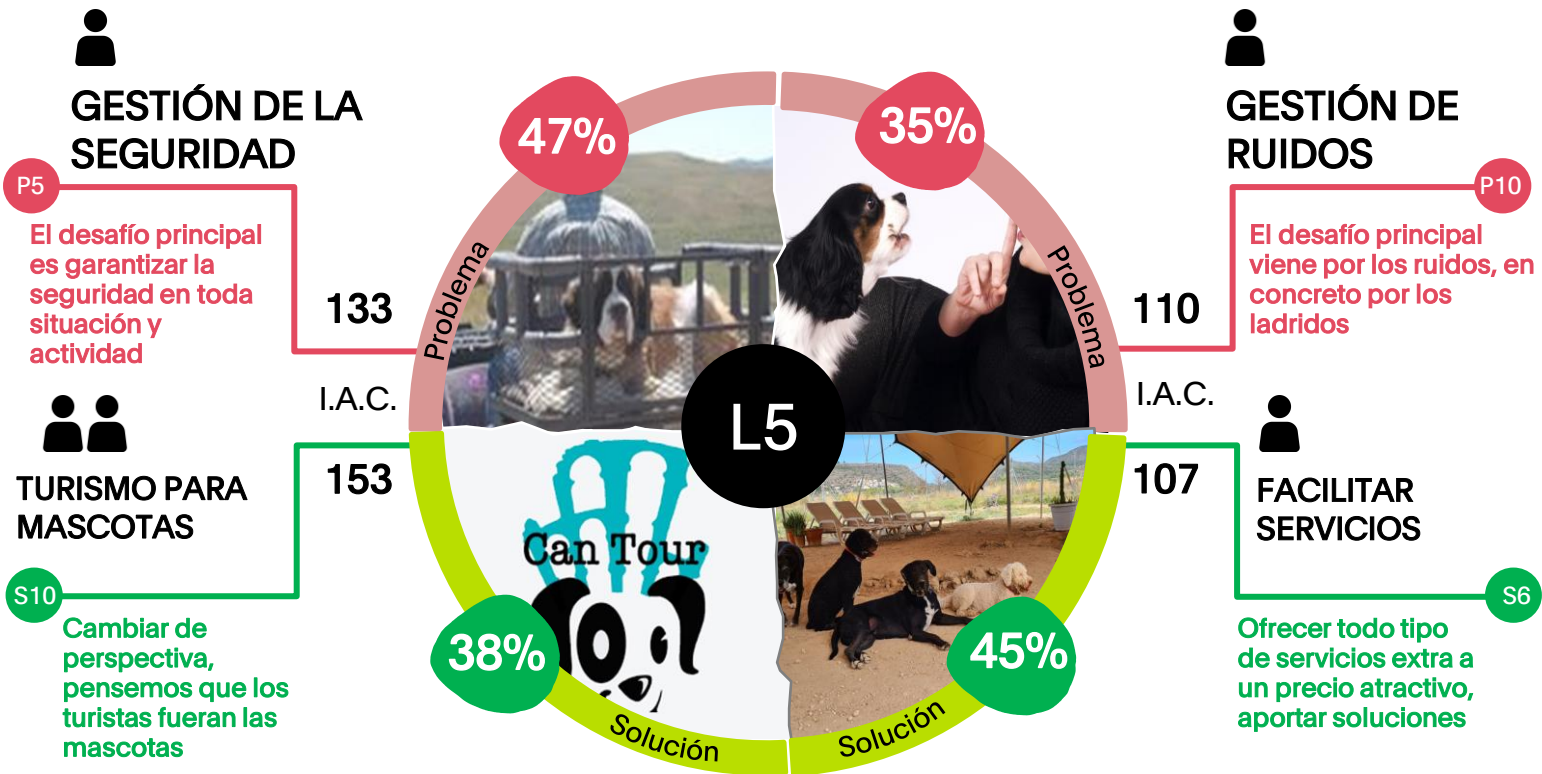
Gestión de la seguridad

45%
FACILITAR
SERVICIOS

35%
Gestión de ruidos

38%
TURISMO PARA
MASCOTAS

5ª LINEA DE ACCIÓN



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



Gestión de ruidos

35%
prevalencia

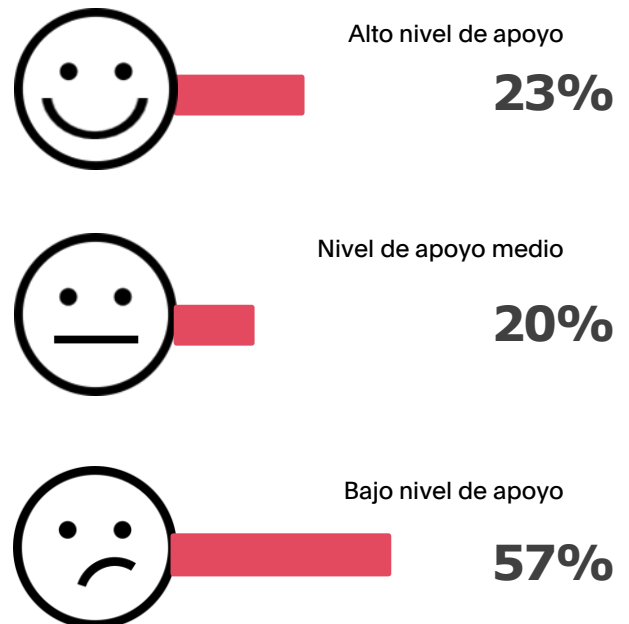


L5 – Problema complementario

¿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



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



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

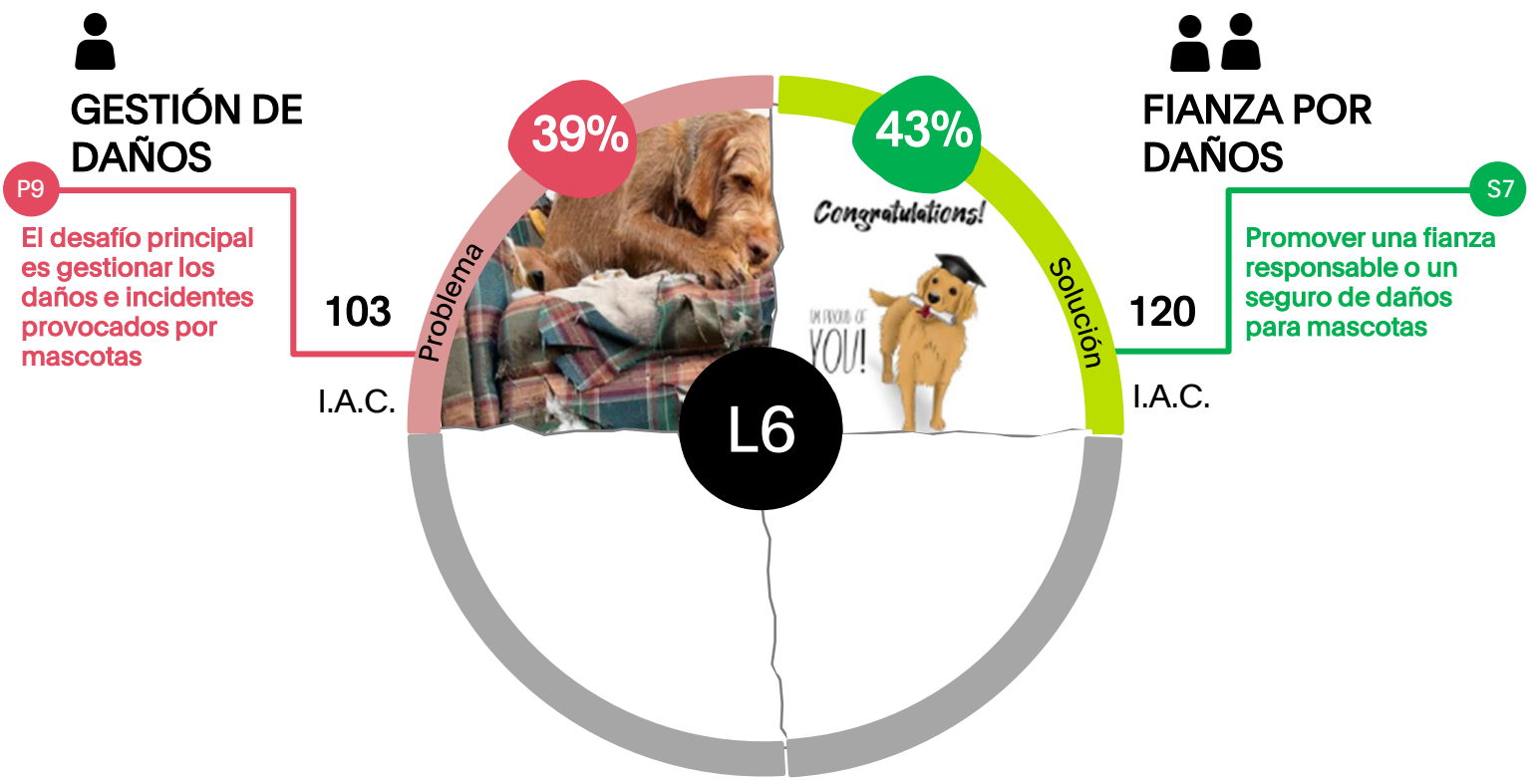
2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción





6a LINEA DE ACCIÓN



Gestión de daños

39%
prevalencia

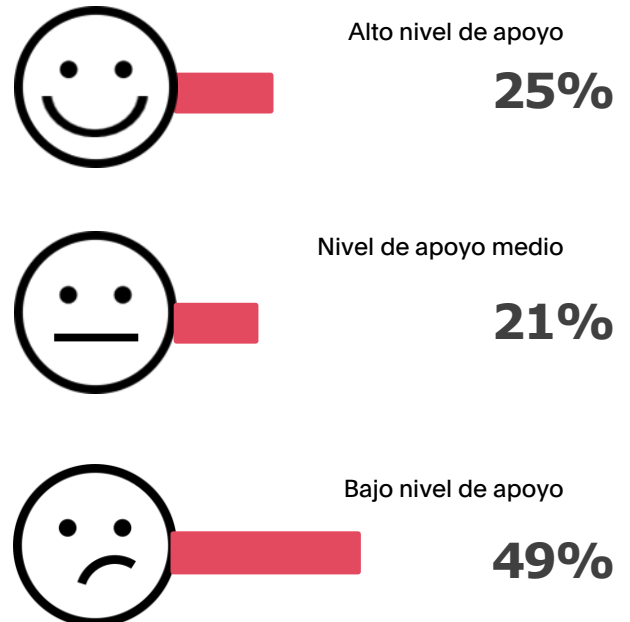


L6 – Problema nuclear a resolvero

¿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.



2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción



Fianza por daños

43%
prevalencia

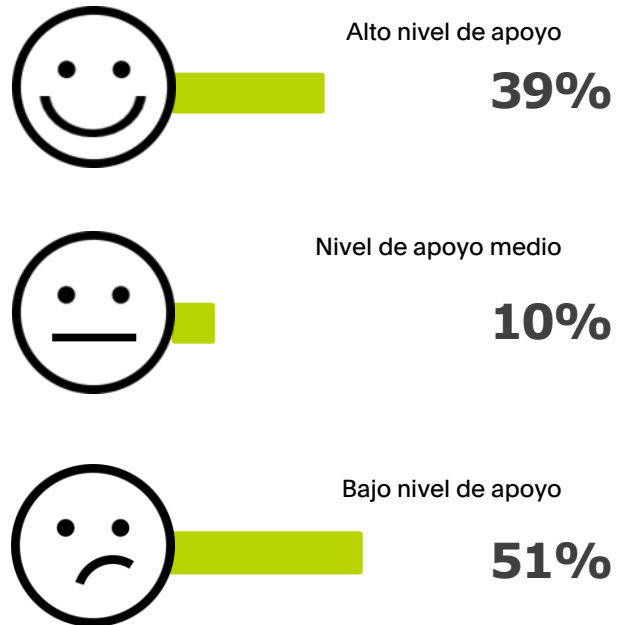


L5 – Solución ganadora

¿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



2.2 Aprendizajes y conclusiones



Queda mucho por mejorar

Aprendizaje

01

Especialmente desde la perspectiva de los viajeros



CUESTIÓN

¿Qué diferencia nuclear hay entre la percepción de los viajeros y la de los profesionales con respecto al turismo con mascotas?

01



APRENDIZAJE

11%

54%

- En el caso de los viajeros la opción de los que opinan que no hay ningún factor relevante que mejorar para impulsar el turismo con mascotas, sino que todo está perfecto, se limita al 11% (en términos de prevalencia) en el caso de los viajeros, subiendo hasta el 54% para los profesionales.
- Se detecta por tanto una GAP importante entre la percepción de los profesionales y la de los viajeros, en cuanto a que para un grupo importante de los primeros, la situación es ya muy favorable y los viajeros para cuya mayoría hay mucho que mejorar.



La mala educación de unos pocos, el enemigo a batir

Aprendizaje

02

Para ambos colectivos con una prevalencia >70%



CUESTIÓN

¿En qué problema principal están de acuerdo profesionales y viajeros? ¿Coinciden también e cuanto a posibles soluciones?

02



APRENDIZAJE

73%

79%

- La mala educación de algunos dueños de mascotas y sus conductas irresponsables, son el factor que más perjudica al impulso del turismo con mascotas, opinión en la que coinciden ambos, colectivos (profesionales y viajeros) los primeros con un 73% de prevalencia y los segundos con un 79%.
- La necesidad de invertir en la educación de los dueños y de sus mascotas, es la solución hacia la que apuntan ambos colectivos: prevalencia del 74% entre profesionales versus 53% entre viajeros.
- La propuesta de visibilizar y premiar las buenas conductas a través de algún sistema de rating, logra prevalencias en torno al 40% en ambos colectivos y la de multar a los incívicos también pero en este caso, solo en el colectivo de profesionales.



Los viajeros sueñan con acceso libre y cero restricciones

Aprendizaje

03

Eliminando las de peso, tamaño, número, raza...



CUESTIÓN

¿En qué otros problemas principal se centran los viajeros y cuál sería su escenario ideal? ¿Cómo proponen avanzar?

03



APRENDIZAJE

68%

78%

- Para los viajeros la segunda gran barrera tiene que ver con las prohibiciones de acceso por un lado (68% de prevalencia) así como diferentes restricciones que son frecuentes de encontrar cuando se viaja con mascotas: por peso y tamaño (66%), por número máximo de mascotas permitidas (42%), por razas consideradas potencialmente peligrosas (34%).
- En un mundo ideal, los viajeros sueñan con el poder disfrutar de libertad de acceso a todo tipo de espacios, transportes y actividades (78% de prevalencia), así como con llegar a eliminar todo tipo de discriminaciones y de restricciones (69%).



Los profesionales sueñan con mejorar la convivencia

Aprendizaje

04

Entre los que tienen y los que no tienen mascotas



CUESTIÓN

¿En qué otros problemas principal se centran los profesionales y cuál sería su escenario ideal? ¿Cómo proponen avanzar?

04



APRENDIZAJE

71%

70%

- Para los profesionales hay otro gran desafío cual es gestionar la convivencia entre los viajeros que tienen mascotas y los que no, con un prevalencia del 71%, de modo que el gran objetivo sería conseguir que todos lleguen a sentirse cómodos y se reduzcan al mínimo los conflictos habituales que surgen entre ellos.
- La solución por la que apuestan los profesionales con una prevalencia del 70% pasa por introducir, difundir y asumir unos y otros, unas normas claras que no den pie a interpretaciones y en las que todos encuentre plasmados sus derechos, pero también sus obligaciones con respecto a las mascotas.



Impulsar la cultura promascotas, otra estrategia clave

05

Medida en la que coinciden ambos colectivos



CUESTIÓN

¿Qué otro problema / solución de ámbito general encuentra eco y apoyo entre ambos colectivos? ¿Cómo proponen avanzar?

05



APRENDIZAJE

57%

65%

- En nuestro país pervive una cultura de rechazo a las mascotas, entre un porcentaje de la población, problema que adquiere una prevalencia del 57% a los ojos de los viajeros y del 42% a los ojos de los profesionales, y por tanto digno de atención.
- La solución por la que apuestan ambos colectivos (65% de prevalencia en viajeros y del 58% en profesionales) tiene que ver con promover una cultura promascotas que generalice el amor por los animales al tiempo que visibilice los beneficios de todo tipo (sociales, económicos, personales) que conlleva la tenencia de mascotas, al tiempo que reduzca los prejuicios habituales de las personas que se consideran antimascotas.



Hay campo para innovar en el ámbito de los servicios

Aprendizaje

06

Facilitar servicios especializados es el camino



CUESTIÓN

¿Qué otras oportunidades de desarrollo sectorial se ven claras a tenor de los resultados? ¿Cómo proponen avanzar?

06



APRENDIZAJE

46%

57%

- Los viajeros no perciben valor suficiente en el suplemento que pagan por llevar sus mascotas (46% de prevalencia) de modo que no ven correspondencia entre el precio que pagan y el valor que reciben, advirtiéndose en campo importante para mejorar.
- La solución por la que apuestan ambos colectivos (57% de prevalencia en viajeros y del 45% en profesionales) tiene que ver con facilitar servicios especializados cuyo valor percibido supere el precio a pagar y que todos ellos contribuyan de forma clara a mejorar la experiencia de viaje: espacios para mascotas, actividades para mascotas, habitaciones adaptadas, limpieza especializada, poder dejarlas solas, seguro de viaje, etc.



Hay campo para profesionalizar la actividad

Aprendizaje

07

Aportando capacitación y acreditación reconocida



CUESTIÓN

¿Hasta que punto hay campo y demanda para profesionalizar la actividad “pet friendly”? ¿Cómo proponen avanzar?

07



APRENDIZAJE

57%

53%

- Los viajeros detectan con un 57% de prevalencia que muchos locales con etiqueta “pet friendly” no lo son en realidad, sino que más bien la tienen por postureo y afán recaudatorio.
- La solución que proponen con un 53% de prevalencia pasa por introducir medidas de control que aseguren que los locales con etiqueta “pet friendly” lo son en realidad.
- También en el caso de los profesionales se propone, con un 45% de prevalencia, apostar por la especialización “pet friendly” con una capacitación profesional acreditada y certificada.



Un estudio lleno de matices en los que profundizar

Aprendizaje

08

Sobre todo empatizando con cada segmento



CUESTIÓN

¿Cómo es posible extraer el mayor valor posible del estudio llevado a cabo? ¿Cómo podemos ayudar de forma eficaz?

08



APRENDIZAJE

- Con el propósito de introducir mayor profundidad y utilidad al estudio, se ha clasificado a los profesionales en 5 segmentos de modo que tanto para los problemas como para las soluciones, se ofrece una visión segmentada, la cual consideramos muy útil a la hora de entender cómo cada uno de ellos percibe y valora cada uno de ellos en términos de prevalencia y por tanto de prioridad relativa a la hora de abordarlos:



Destinos



Restaurantes



Alojamientos



Actividades



Comercios



ANEXOS

Recursos gráficos y analíticos

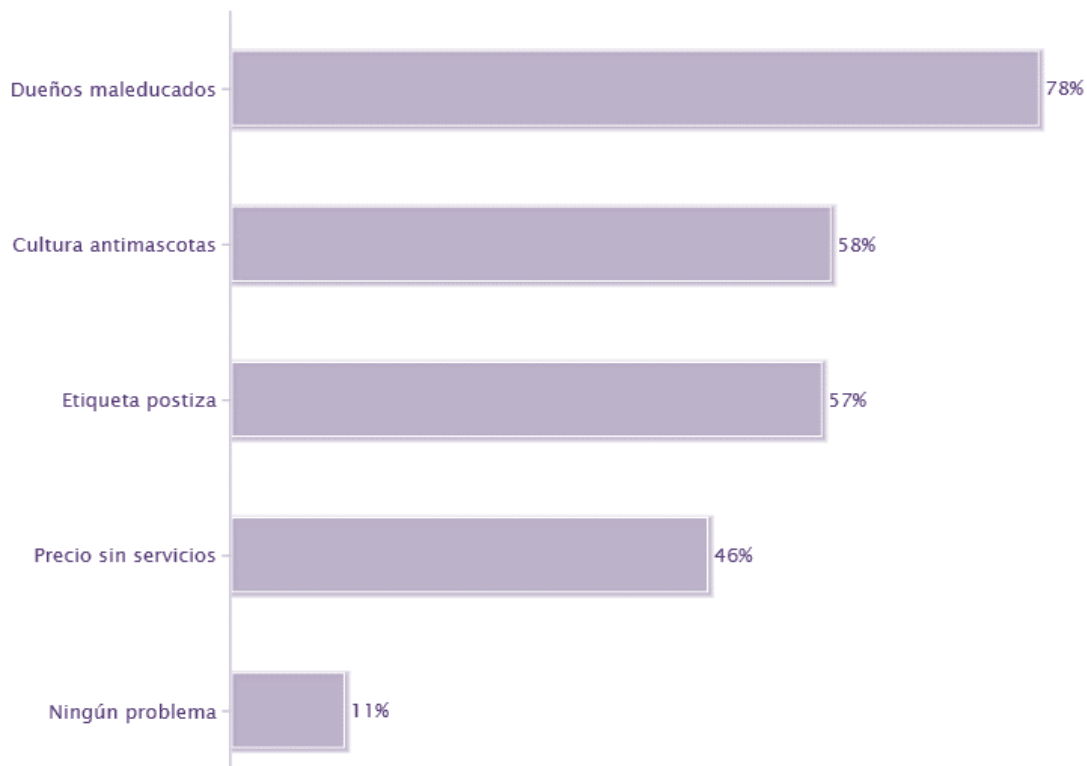
BLOQUE

1

FACTORES CULTURALES

¿Cuáles son los factores culturales que hacen sentir a los viajeros que su mascota no es del todo bienvenida en un lugar turístico “pet friendly” y que deberían resolverse?

Factores culturales



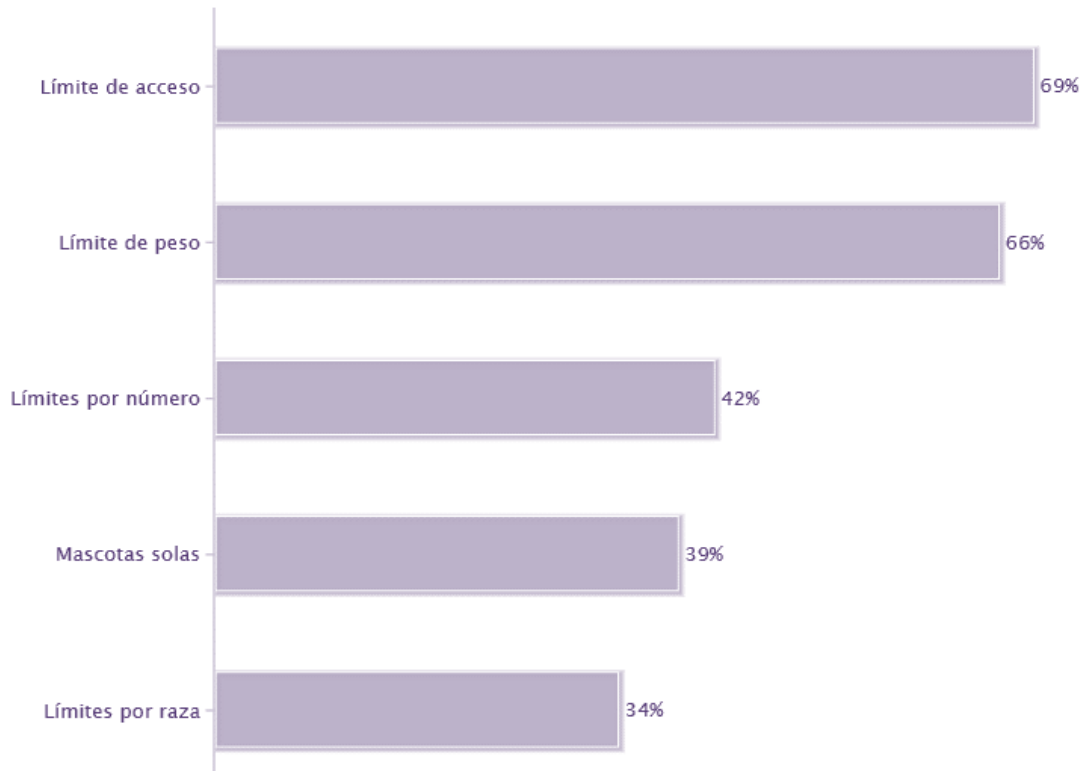
BLOQUE

2

RESTRICCIONES Y LIMITACIONES

¿Cuáles son las restricciones y limitaciones que hacen sentir a los viajeros que su mascota no es del todo bienvenida en un lugar turístico “pet friendly” y que deberían resolverse?

Restricciones y limitaciones



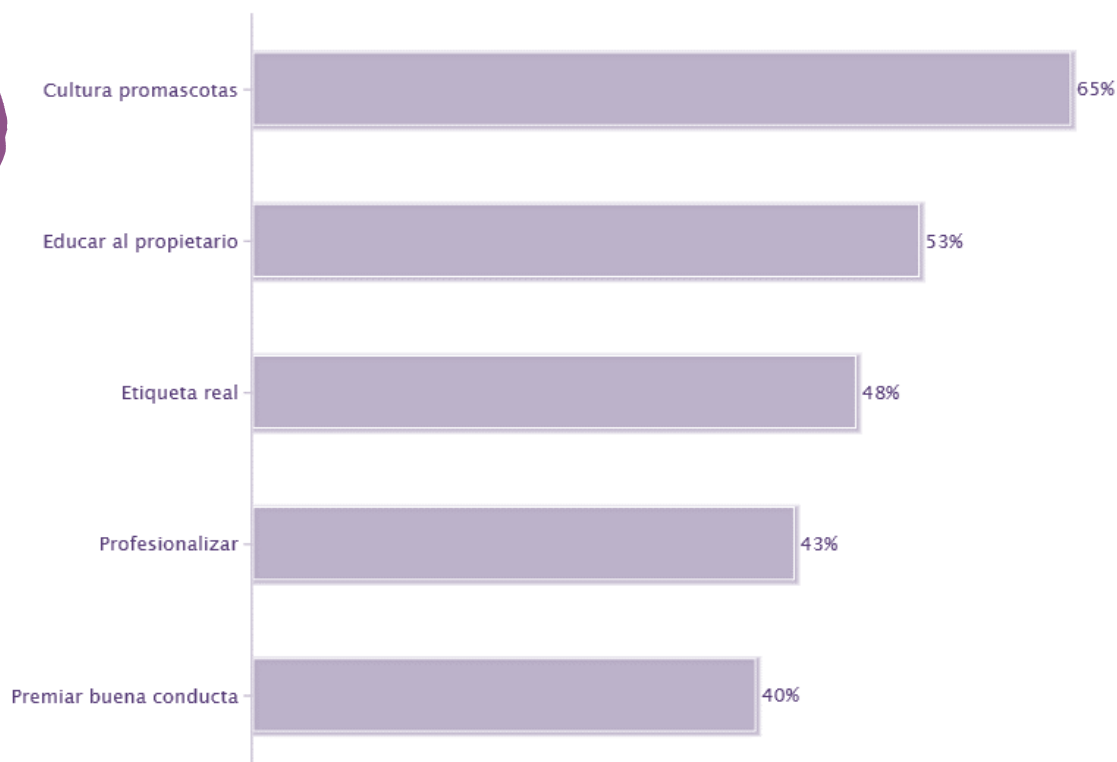
BLOQUE

3

SOLUCIONES “CULTURALES”

¿Cuáles serían las soluciones ideales para resolver las problemáticas detectadas en el ámbito cultural y qué primeros pasos se podrían dar para ponerlas en marcha?

Soluciones de tipo cultural



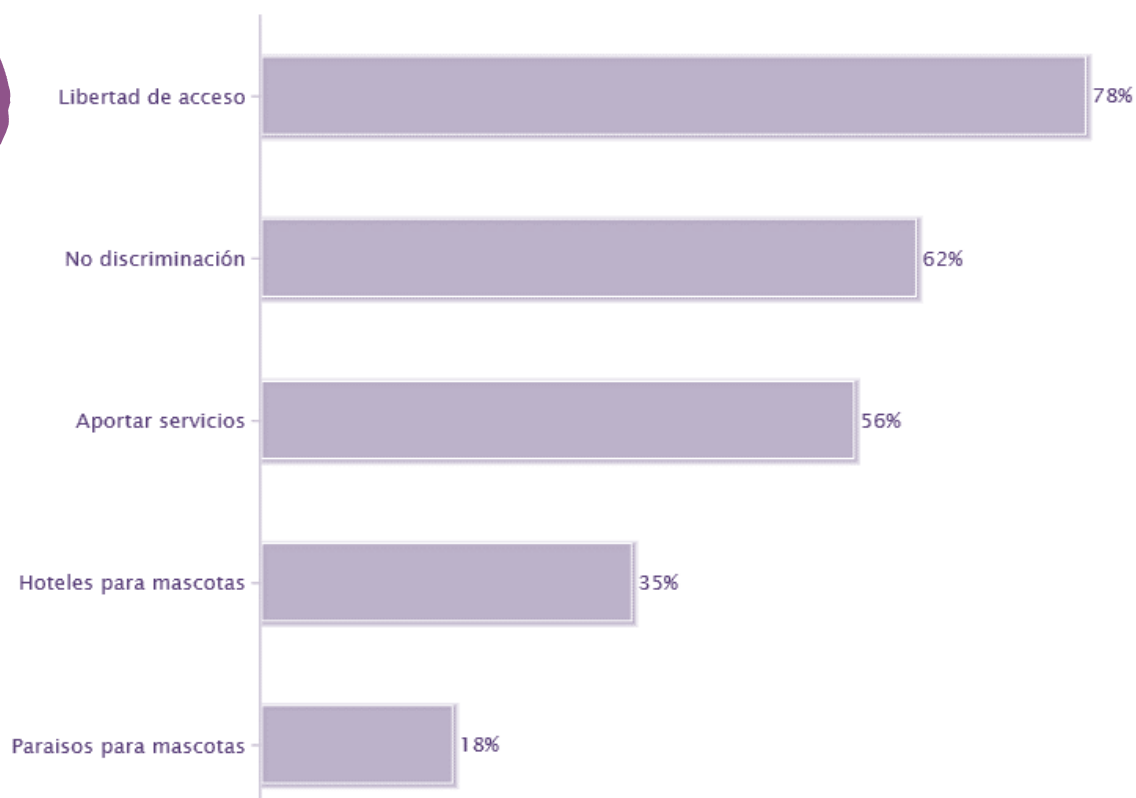
BLOQUE

4

SOLUCIONES A LIMITACIONES

¿Cuáles serían las mejores soluciones para resolver las restricciones y limitaciones de los propietarios con mascotas y qué primeros pasos se podrían dar para ponerlas en marcha?

Soluciones a limitaciones



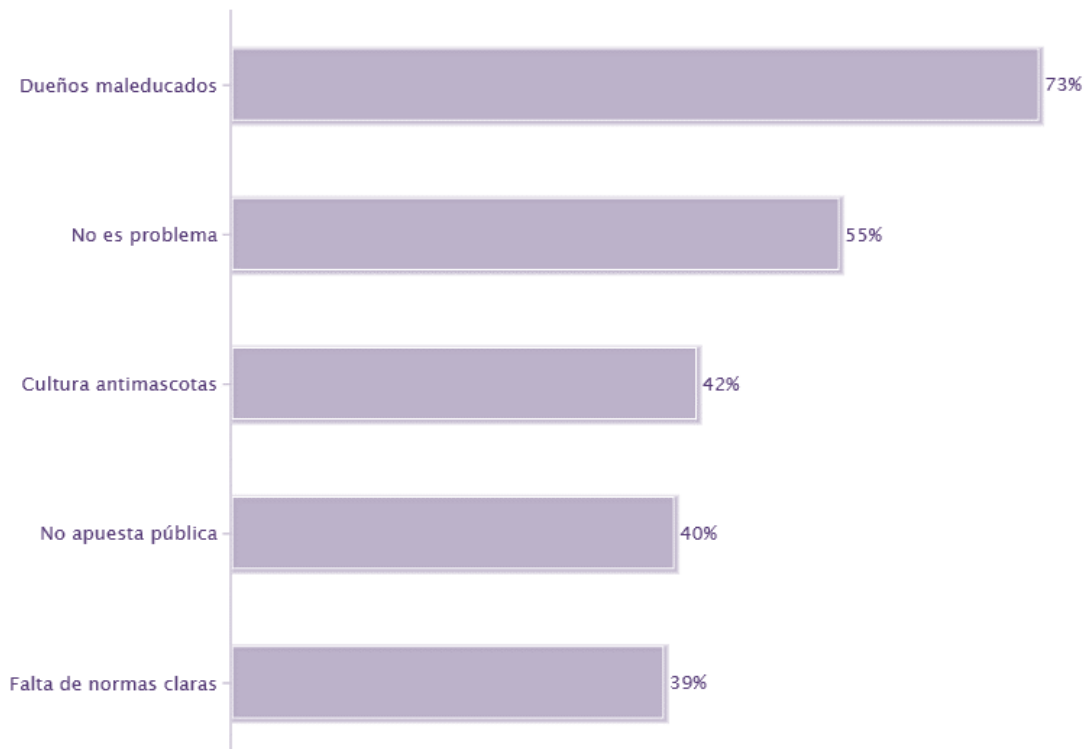
BLOQUE

1

FACTORES CULTURALES

¿Cuál son los desafíos de tipo cultural más significativos para lograr una mayor integración de las mascotas en los negocios, y por qué los profesionales consideran que son problemas difíciles de resolver?

Factores culturales



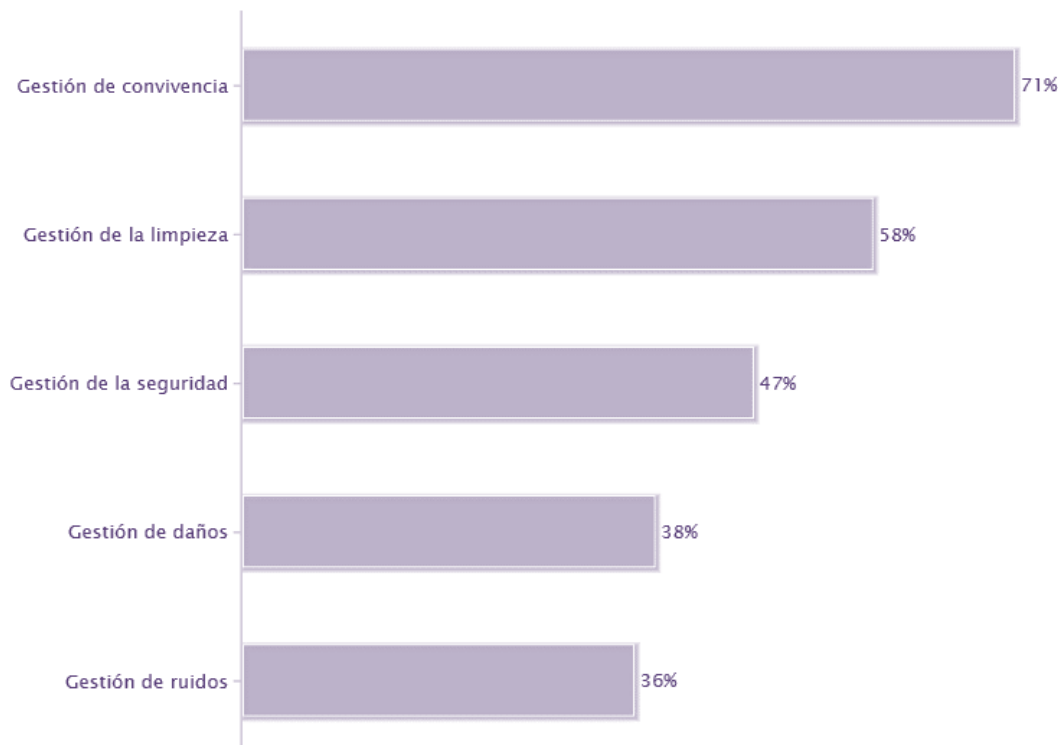
BLOQUE

2

DESAFÍOS EN LA GESTIÓN

¿Cuál son los desafíos en la gestión más significativos para lograr una mayor integración de las mascotas en los negocios, y por qué los profesionales consideran que son problemas difíciles de resolver?

Desafíos de gestión



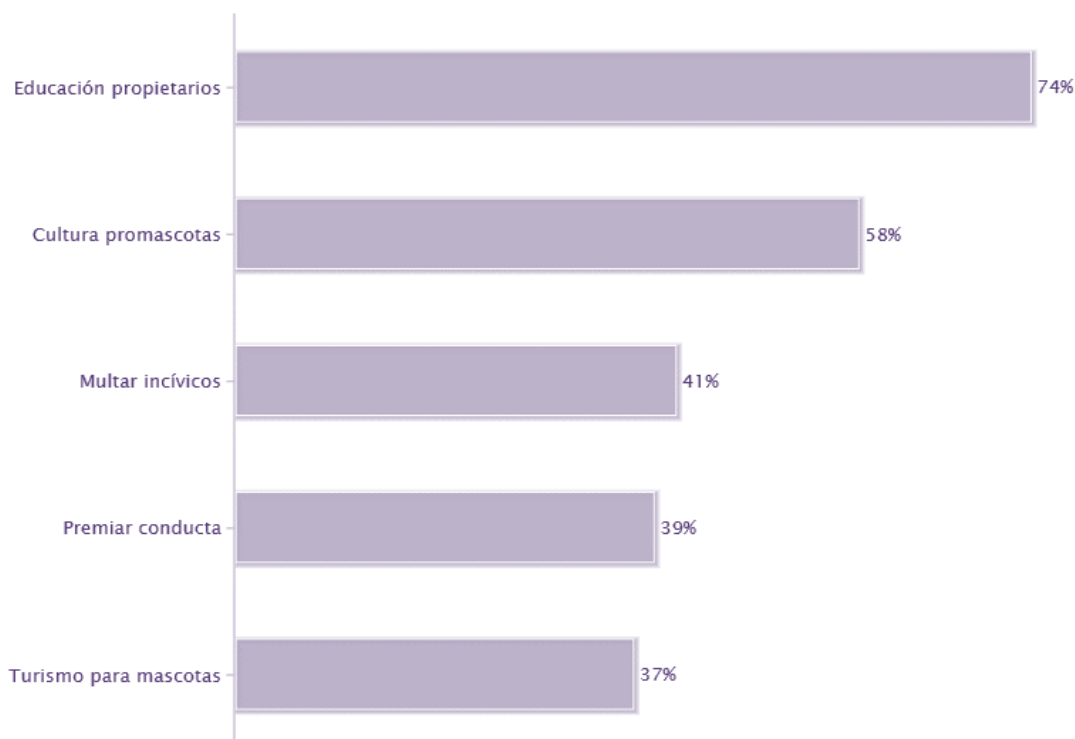
BLOQUE

3

SOLUCIONES “CULTURALES”

¿Cuáles serían las soluciones ideales para resolver los desafíos de tipo cultural que tienen los profesionales “pet friendly” y qué primeros pasos se podrían dar para ponerlas en marcha?

Soluciones culturales



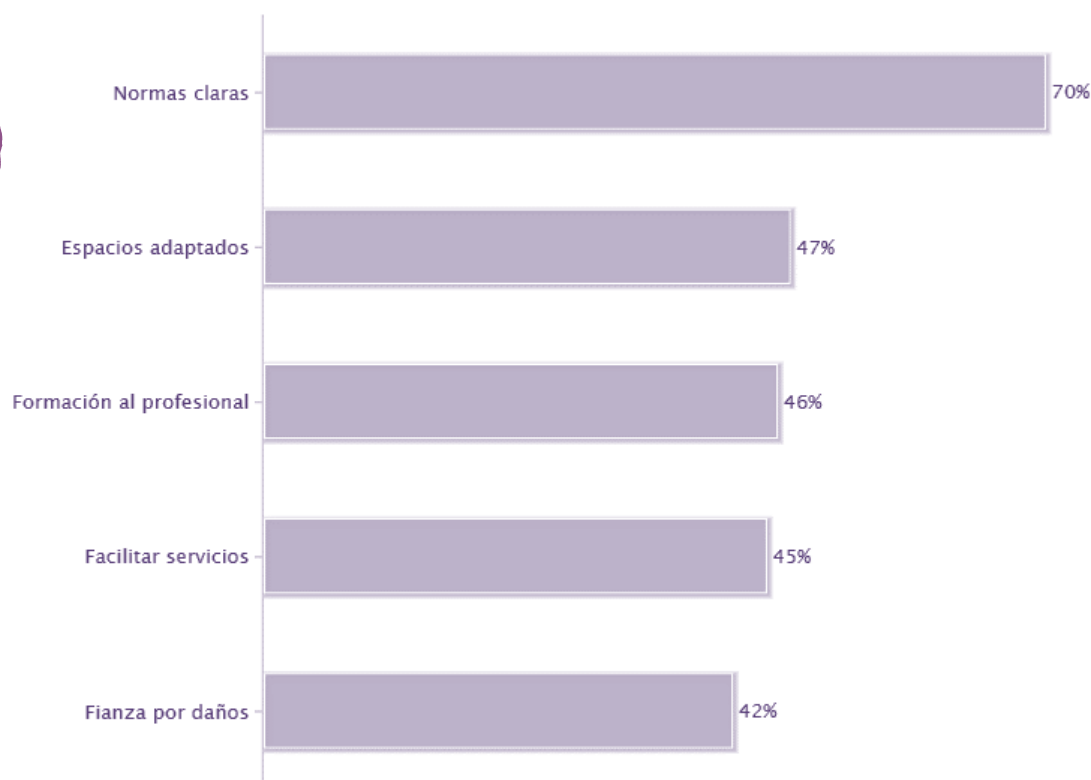
BLOQUE

4

SOLUCIONES DE GESTIÓN

¿Cuáles serían las soluciones ideales para resolver los desafíos en la gestión que tienen los profesionales “pet friendly” y qué primeros pasos se podrían dar para ponerlas en marcha?

Soluciones de gestión



Problemas principales

Perspectiva

VIAJEROS



Dueños maleducados

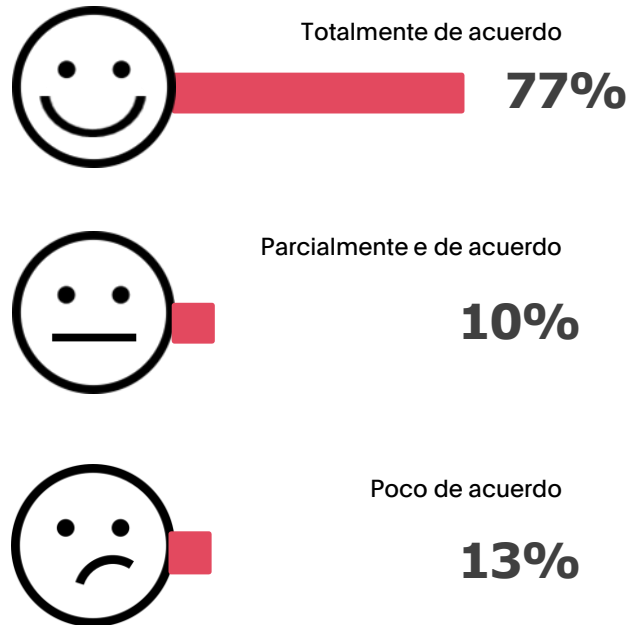
79%
prevalencia



¿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.



2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción



Restricciones de acceso

68%
prevalencia

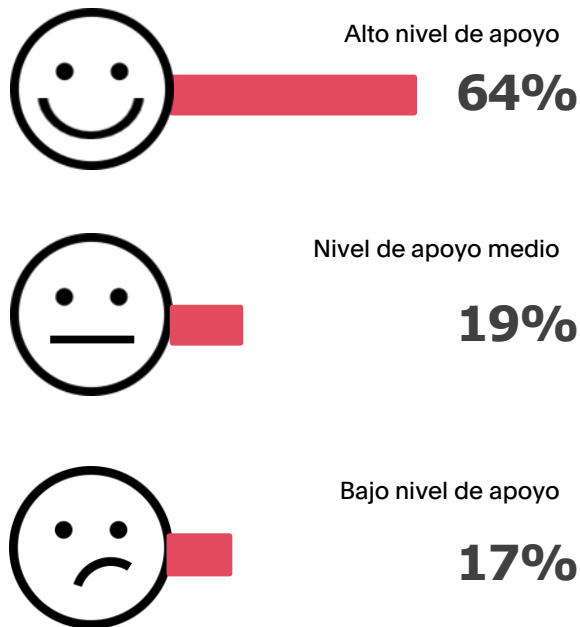


P2

¿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



Límites por peso

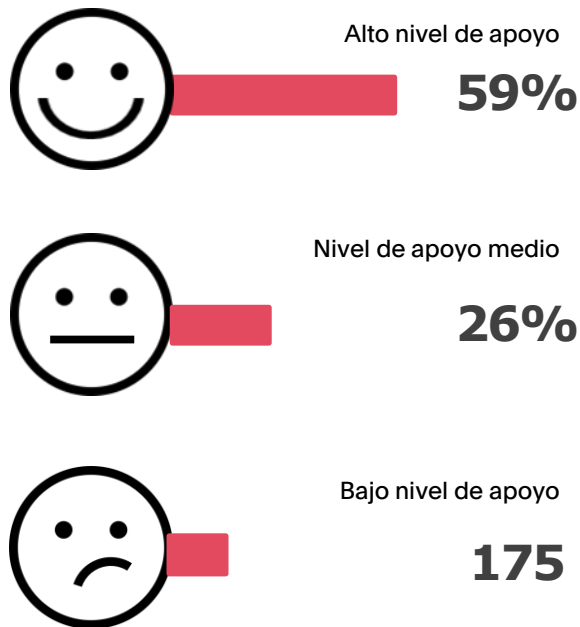
66%
prevalencia



¿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



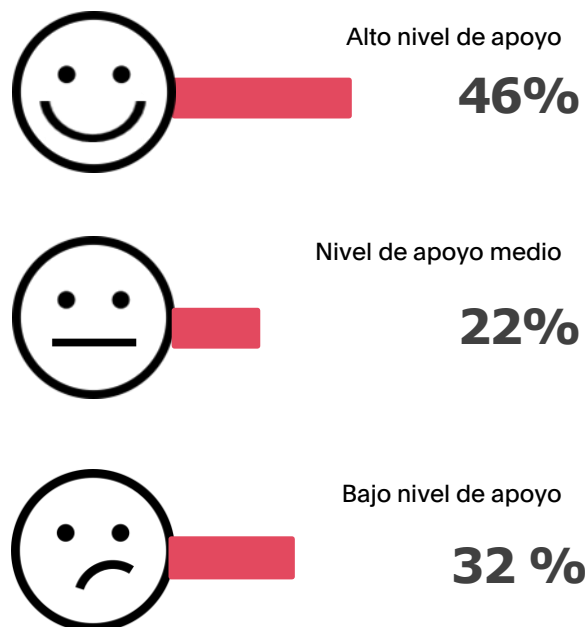
Cultura antimascotas

57%
prevalencia

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

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



Etiqueta postiza

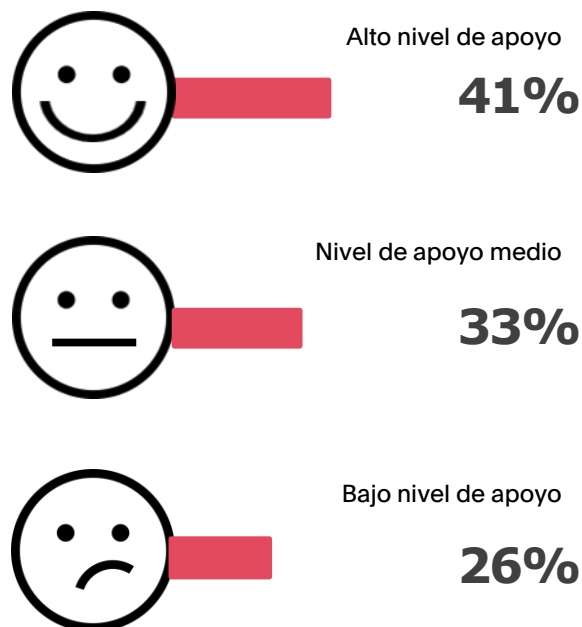
57%
prevalencia



¿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



Suplemento sin servicios

46%
prevalencia



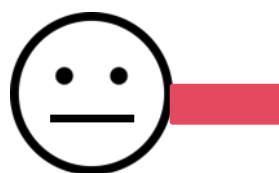
¿Qué es para el viajero lo peor del turismo con mascotas?

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

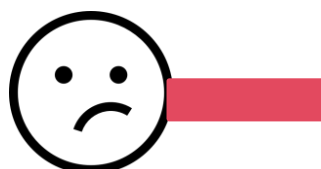
En muchos alojamientos, a pesar de que se cobra dinero por llevar al perro, no existen condiciones y servicios para que los animales puedan estar confortables. Cuando contratas la habitación con niños, sabes que te vas a encontrar con camas supletorias y otras facilidades en el establecimiento. A las 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



Límites por número

42%
prevalencia



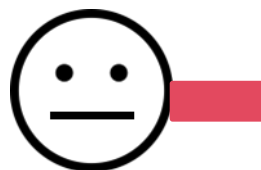
¿Qué es para el viajero lo peor del turismo con mascotas?

07 La discriminación por número de mascotas limita nuestras opciones

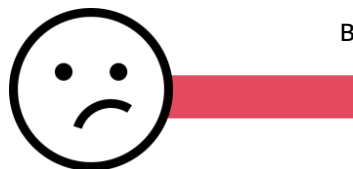
La dificultad viene por ir con más de 1 perro y si son medianos o grandes ya ni te cuento. Nosotros somos una pareja con 3 perras (2 medianas y 1 más pequeña), llevan años viajando con nosotros y se portan genial. Nos vemos limitados tanto en el transporte (1 perro por persona y con límite de peso) como 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



Mascotas solas

39%
prevalencia



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

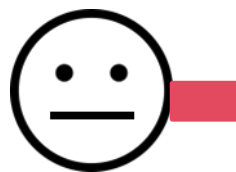
08 Algunos alojamientos no permiten dejar la mascota sola en la habitación

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.



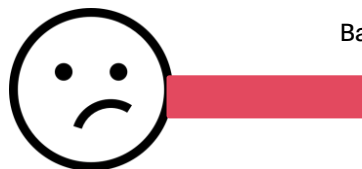
Alto nivel de apoyo

29%



Nivel de apoyo medio

18%



Bajo nivel de apoyo

53%

2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción



Límites por raza

34%
prevalencia



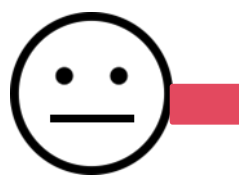
¿Qué es para el viajero lo peor del turismo con mascotas?

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



Ningún problema

11%
prevalencia



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

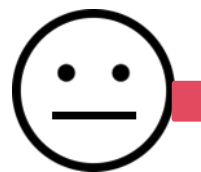
10 Ningún problema. Mis experiencias "pet friendly" siempre han sido positivas

En los lugares "Pet Friendly" siempre nos tratan súper bien, tanto a nosotros como a nuestros peludines. En la zona donde vivimos el tema de las mascotas está muy integrado en todos los servicios. Pueden ir con sus dueños a la mayoría de las actividades, no hay problemas en los alojamientos y pueden entrar en la mayoría de negocios. Nuestras experiencias siempre han sido positivas y no hemos tenido especiales inconvenientes por lo que, si nos tratan así, no veo ningún problema que arreglar.



Alto nivel de apoyo

4%



Nivel de apoyo medio

8%



Bajo nivel de apoyo

88%

2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción



A photograph showing two people from behind, looking at a small white dog in a field. The person on the left is wearing a grey hoodie and a dark jacket. The person on the right is wearing a dark jacket. The dog is white with some dark spots. The background is a field of dry grass and some trees.

**Mejores
soluciones**
Perspectiva
VIAJEROS

Libertad de acceso

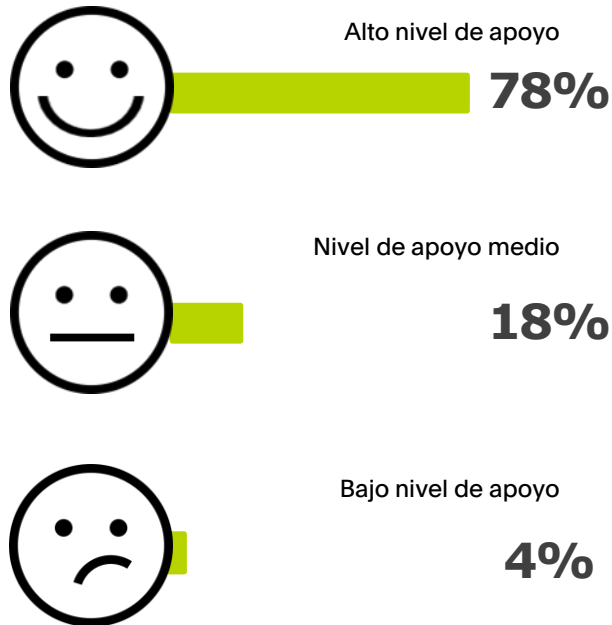
78%
prevalencia



¿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



Cultura promascotas

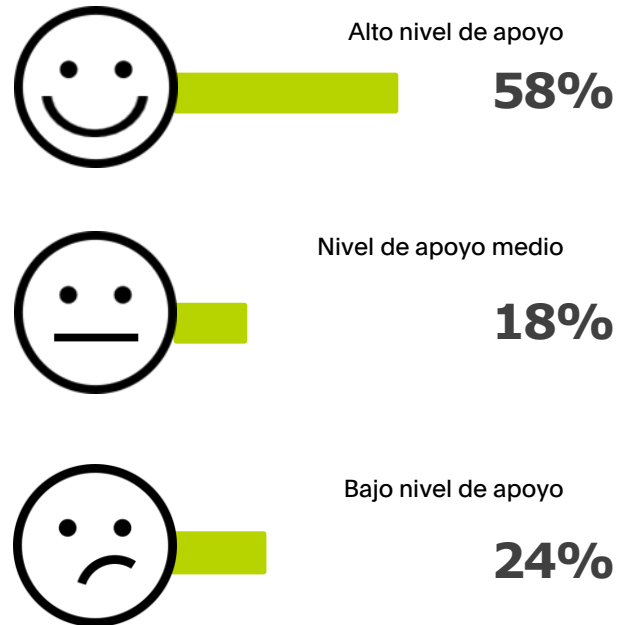
65%
prevalencia



¿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



Eliminar la discriminación

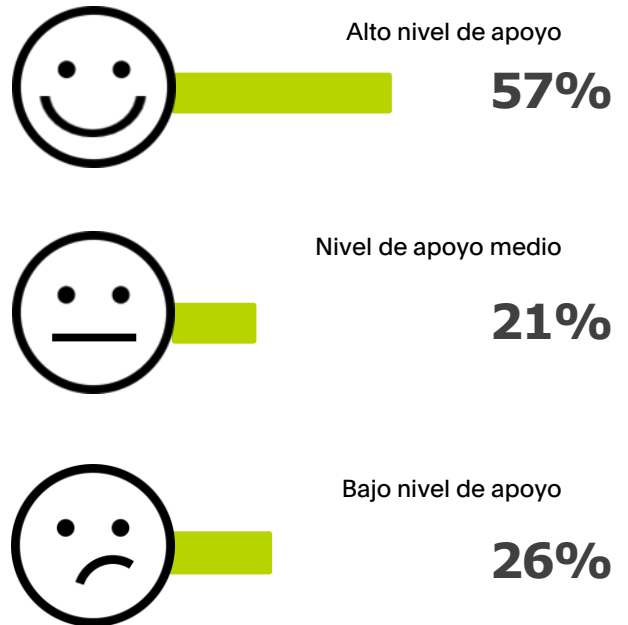
63%
prevalencia



¿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

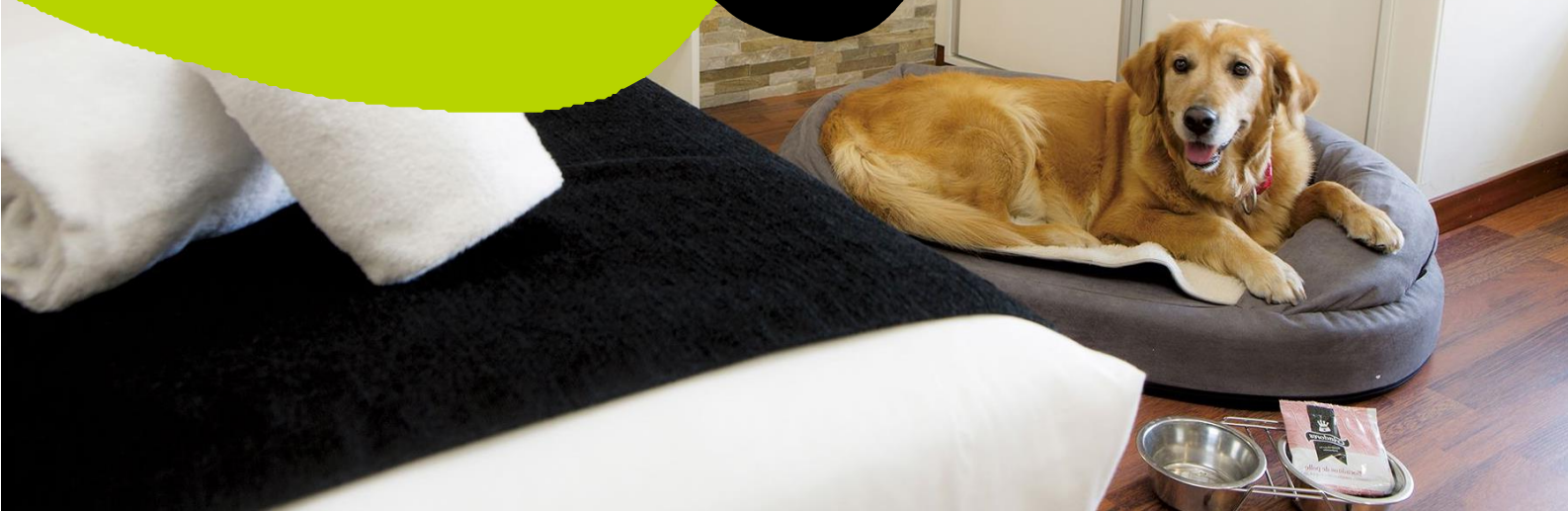
2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción



Aportar servicios

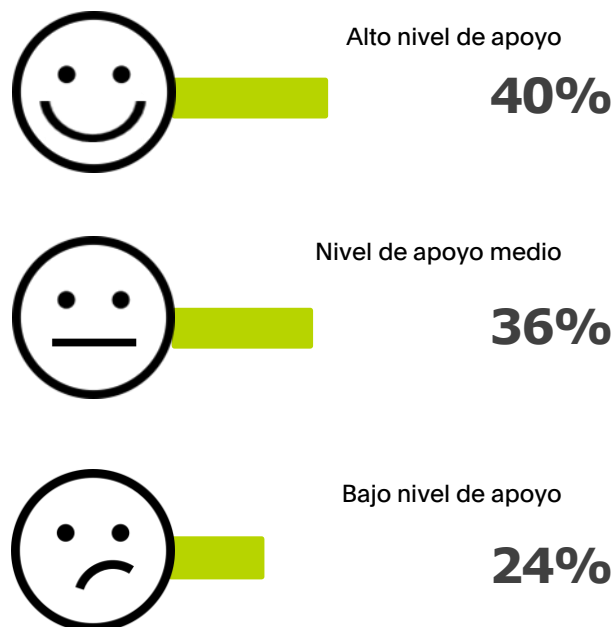
57%
prevalencia



¿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...



2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción



Invertir en educación

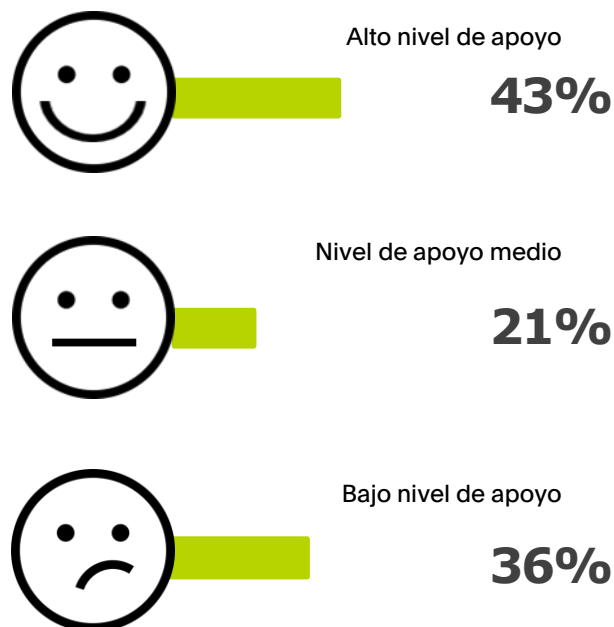
53%
prevalencia



¿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



Etiqueta real "Pet friendly"

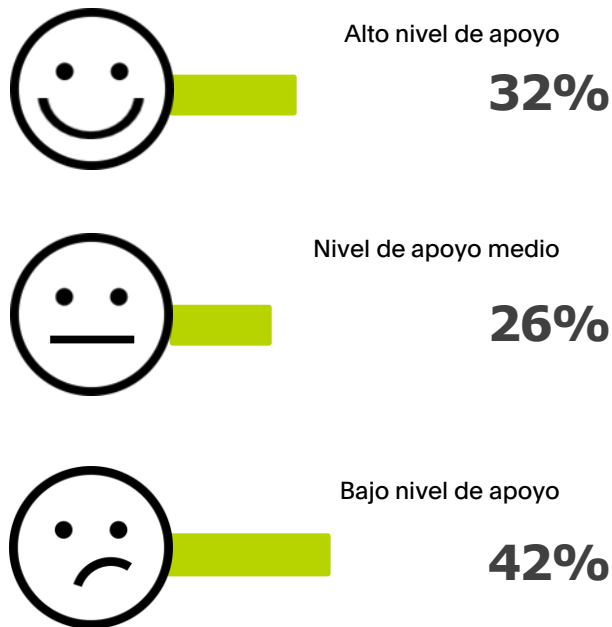
53%
prevalencia



¿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.



2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción



Profesionalizar "Pet Friendly"

44%
prevalencia



¿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



Premiar buena conducta

41%
prevalencia



¿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



Hoteles para mascotas

35%
prevalencia



¿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



Paraíso para mascotas

18%
prevalencia



¿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





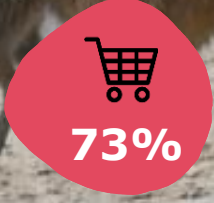
Problemas principales

Perspectiva

PROFESIONALES

Dueños maleducados

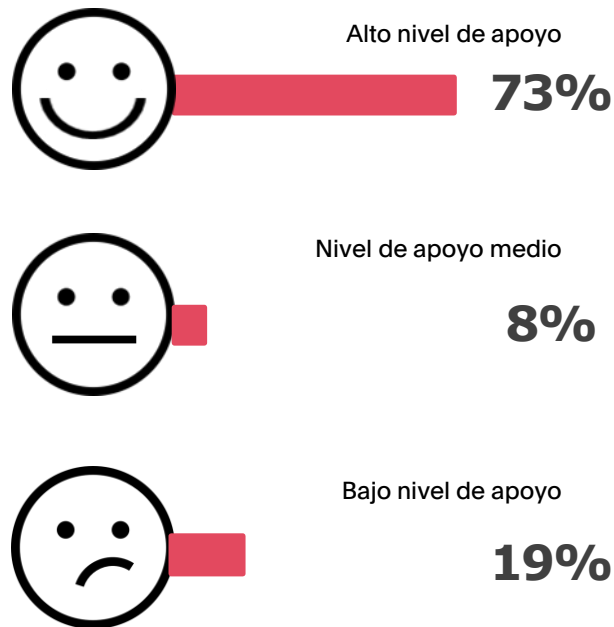
73%
prevalencia



¿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

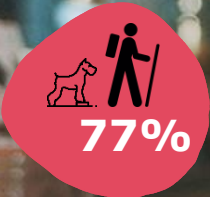
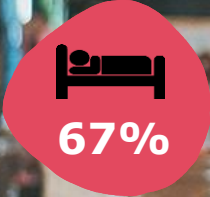
2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción



Gestión de la convivencia

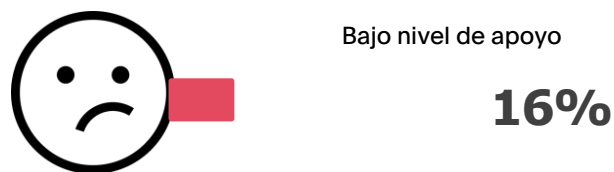
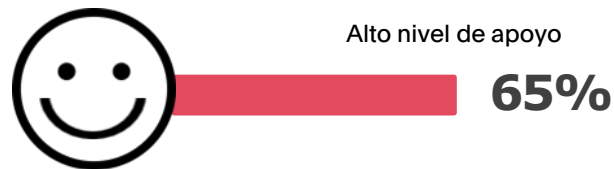
71%
prevalencia



¿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



Gestión de la limpieza

58%
prevalencia



41%



46%



48%



63%



80%

¿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.



Alto nivel de apoyo

44%



Nivel de apoyo medio

29%



Bajo nivel de apoyo

27%

2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción



Ningún problema

54%

prevalencia



23%



38%



41%



54%



61%

¿Cuáles son los desafíos claves para los profesionales?

04 Acoger mascotas no nos supone ningún problema y siempre son bienvenidas

Consideramos las mascotas como un elemento importante en nuestro modelo de negocio. Hace un año, implementamos el cobro de una tarifa por permitir mascotas, ya que la limpieza requerida en nuestras instalaciones es mayor cuando se viaja con animales. Nuestros clientes han aceptado esta medida sin problemas. En general, hemos tenido una experiencia positiva al integrar mascotas en nuestro establecimiento, y siempre han sido bien recibidas. Estamos muy contentos con la experiencia.



Alto nivel de apoyo

73%



Nivel de apoyo medio

8%



Bajo nivel de apoyo

19%

2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción



Gestión de la seguridad

47%
prevalencia



25%



42%



44%



55%



61%

¿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



Cultura antimascotas

42%
prevalencia



29%



39%



41%



45%



49%

¿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.



Alto nivel de apoyo

73%



Nivel de apoyo medio

8%



Bajo nivel de apoyo

19%

2.1 Resultados clave

2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción



No apuesta pública

40%
prevalencia



36%

44%

46%

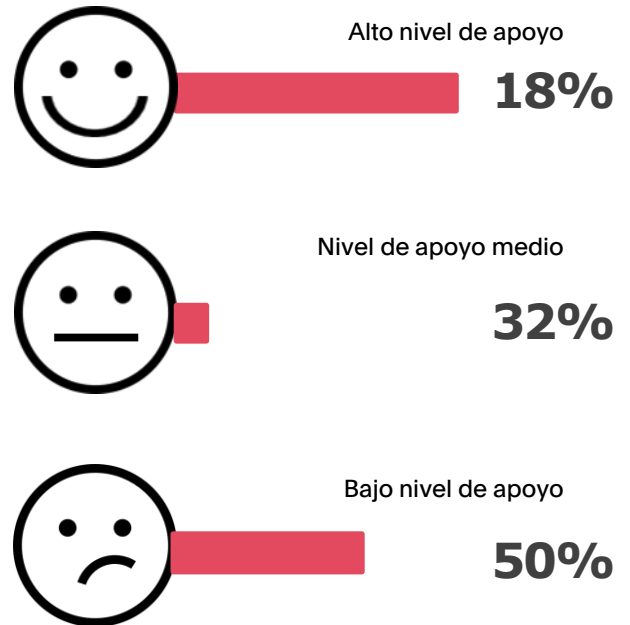
47%

48%

¿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



Las normas no son claras

40%
prevalencia



36%



41%



45%



51%



65%

¿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



Gestión de daños

39%
prevalencia



20%



36%



38%



45%



46%

¿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



Gestión de ruidos

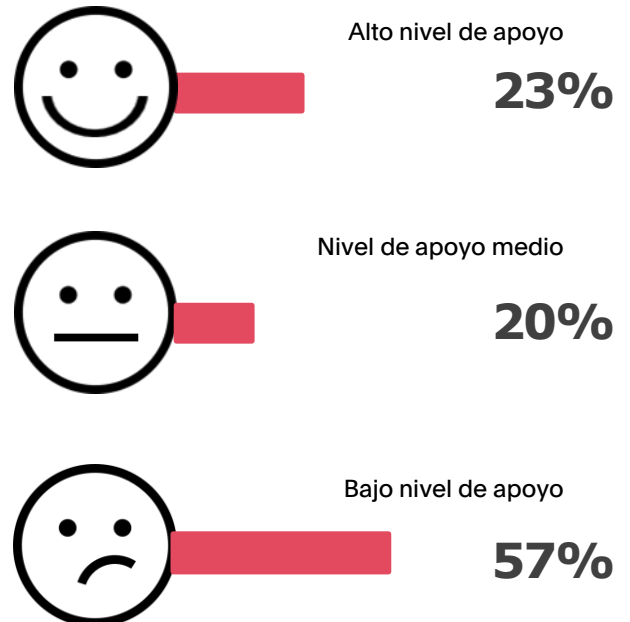
35%
prevalencia



¿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



Mejores soluciones

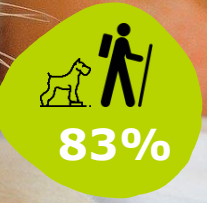
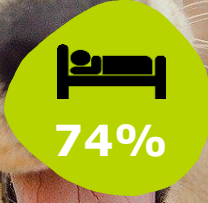
Perspectiva

PROFESIONALES



Invertir en educación

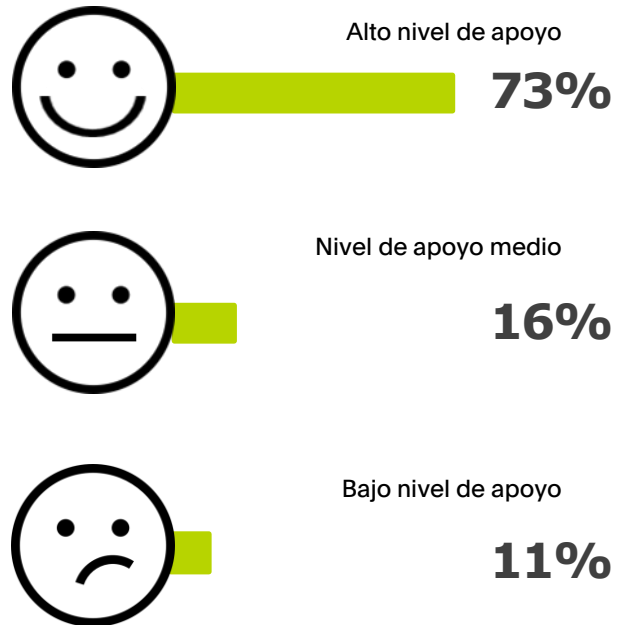
74%
prevalencia



¿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



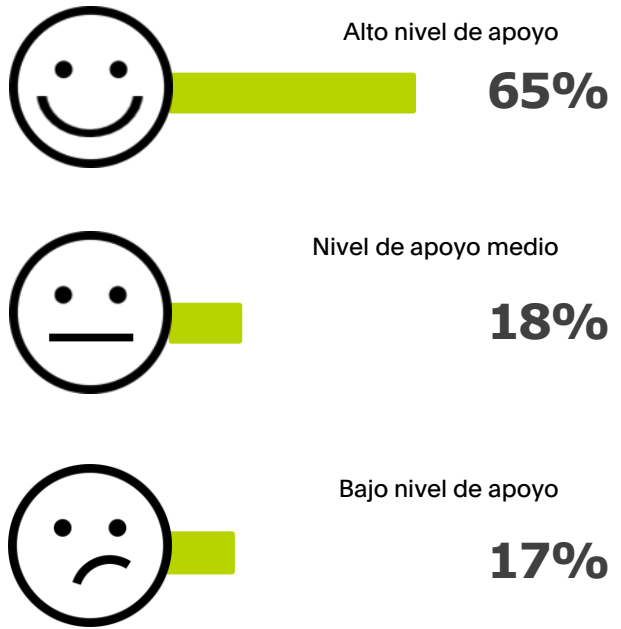
Normas claras



¿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



Cultura promascotas

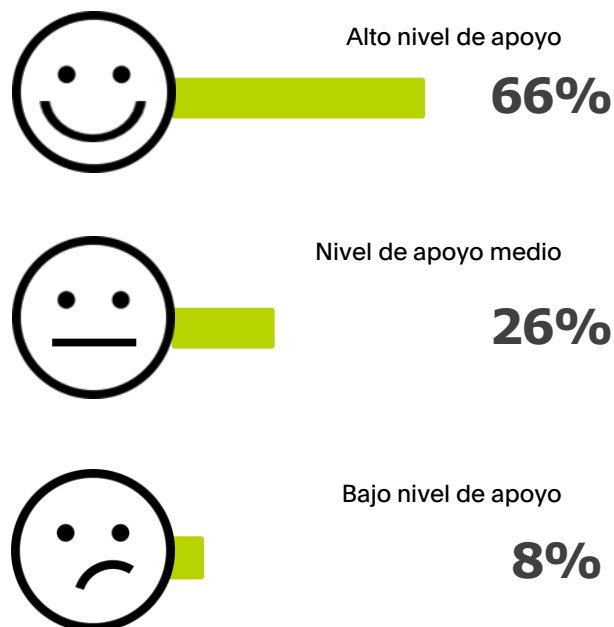
58%
prevalencia



¿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



Espacios adaptados

47%
prevalencia



42%



47%



54%



63%



65%

¿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.



Alto nivel de apoyo

38%



Nivel de apoyo medio

23%



Bajo nivel de apoyo

39%

2.1 Resultados clave

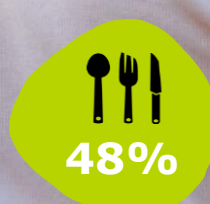
2.2 Aprendizajes

1.3 Plan de acción



Especialización profesional

45%
prevalencia



¿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



Facilitar servicios

45%
prevalencia



29%



42%



45%



45%



52%

¿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



Fianza por daños

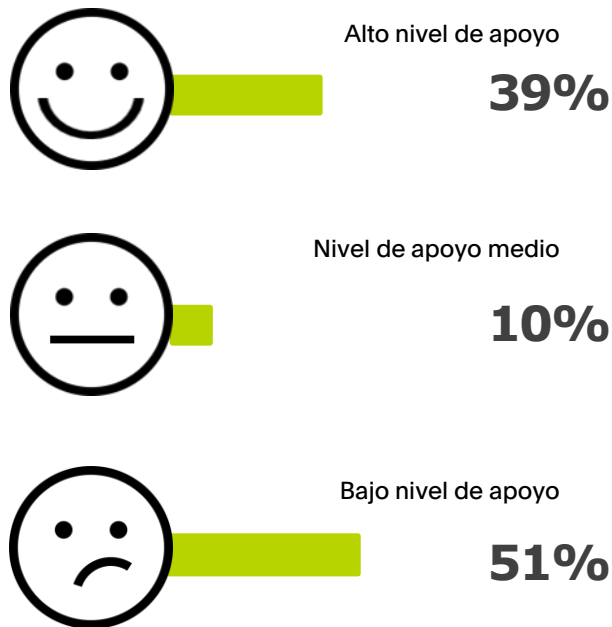
43%
prevalencia



¿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



Multar incívicos

41%
prevalencia



35%



45%



50%



51%



70%



¿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



Premiar conducta

39%
prevalencia



20%



38%



42%



42%



44%

¿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



Turismo para mascotas

38%
prevalencia



17%



31%



39%



40%



50%

¿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





¡Muchas
Gracias!