



FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

GRADO EN TURISMO

Hoteles Pet Friendly en la ciudad de Sevilla (España). Una visión de futuro.

Trabajo Fin de Grado presentado por María Bella Pereira Gómez, siendo el tutor del mismo el profesor Enrique Rus Arias.

Vº. Bº. del Tutor/a/es/as:

Alumno/a:

D./Dña.
Enrique Rus Arias

D./Dña.
María Bella Pereira Gómez

Sevilla. junio de 2023



GRADO EN TURISMO
FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

TRABAJO FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO [2022-2023]

TÍTULO:

HOTELES PET FRIENDLY EN LA CIUDAD DE SEVILLA (ESPAÑA). UNA VISIÓN DE FUTURO

AUTOR:

MARÍA BELLA PEREIRA GÓMEZ

TUTOR:

D. ENRIQUE RUS ARIAS

DEPARTAMENTO:

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

ÁREA DE CONOCIMIENTO:

ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

RESUMEN:

El fenómeno Pet Friendly ha experimentado un crecimiento significativo en España y en todo el mundo y en respuesta a esta tendencia, las ciudades han ofrecido servicios Pet Friendly, generando oportunidades económicas y turísticas. En España, se ha aprobado una ley de protección animal que garantiza el cuidado adecuado de las mascotas y que ha afectado a este servicio complementario al alojamiento. Los hoteles Pet Friendly son cada vez más populares y se promocionan activamente entre los viajeros interesados en viajar con sus mascotas. Hemos realizado un estudio exploratorio, de corte cualitativo, en la ciudad de Sevilla. Las respuestas al cuestionario revelaron diferentes enfoques y políticas en cuanto a la admisión de mascotas en los hoteles, así como la importancia de establecer reglas claras y condiciones adicionales. La mayoría de los hoteles encuestados consideran importante satisfacer la demanda de los dueños de mascotas, creen que el servicio Pet Friendly tiene buenas perspectivas de futuro, implementando las medidas necesarias para que pueda ofrecerse con la mejor calidad.

PALABRAS CLAVE:

Pet Friendly; Hotel; Turismo; Sevilla; Evolución.

ABSTRACT:

The Pet Friendly phenomenon has experienced significant growth in Spain and around the world and in response to this trend, cities have offered Pet Friendly services, generating economic and tourist opportunities. In Spain, an animal protection law has been passed that guarantees the proper care of pets and has affected this complementary service to accommodation. Pet Friendly hotels are becoming increasingly popular and are actively promoted among travelers interested in traveling with their pets. We conducted an exploratory, qualitative study in the city of Seville. The responses to the questionnaire revealed different approaches and policies regarding the admission of pets in hotels, as well as the importance of establishing clear rules and additional conditions. Most of the surveyed hotels consider it important to satisfy the demand of pet owners, believe that the Pet Friendly service has good prospects for the future, implementing the necessary measures so that it can be offered with the best quality.

KEYWORDS:

Pet Friendly; Hotel; Tourism; Seville; Evolution.

ÍNDICE

1	INTRODUCCIÓN	7
1.1	ANTECEDENTES	7
1.2	JUSTIFICACIÓN	9
2	FUNDAMENTOS TEÓRICOS	11
2.1	ASPECTOS CONCEPTUALES	11
2.1.1	El concepto Pet Friendly	11
2.1.2	Que es un hotel Pet Friendly	11
2.2	REVISIÓN DE LA LITERATURA	11
2.2.1	El Pet Friendly en el mundo	11
2.2.2	El Pet Friendly en España	12
2.2.3	El Pet Friendly en Sevilla	14
3	3. OBJETIVOS Y PREGUNTAS INVESTIGACIÓN	15
3.1	OBJETIVOS PRINCIPAL Y ESTRUCTURA DEL TRABAJO	15
3.1.1	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	15
4	4. METODOLOGÍA.....	15
4.1	ÁMBITO GEOGRAFICO	16
4.2	FUENTES DE DATOS	17
4.3	ESTRUCTURA DE LA MUESTRA.....	17
4.4	EVOLUCIÓN DE LAS VARIABLES RELACIONADAS CON EL TURISMO ..	18
4.4.1	Número de establecimientos abiertos estimados:	19
4.4.2	Número de habitaciones y número de plazas estimadas:	20
4.4.3	Grado de ocupación por plazas, por plazas en fin de semana y ocupación por habitaciones:	21
4.4.4	Personal empleado en Sevilla	22
5	RESULTADOS	25
5.1.1	Análisis de las respuestas al cuestionario	25
5.1.2	Preguntas abiertas	30
5.2	Discusión de resultados	34
6	CONCLUSIONES.....	37
6.1	NUEVAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	37

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tabla con el nombre de los hoteles, número de teléfono, número de estrellas y correo electrónico de los hoteles Pet Friendly que hay en Sevilla. 17

Tabla 2: Hoteles que han respondido al cuestionario lanzado, incluyendo número de estrellas, número de habitaciones y número de empleados de cada uno. 18

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Número de establecimientos abiertos estimados pre y postpandemia. 2018-2022. Unidades 19

Figura 2: Número de habitaciones y plazas estimadas pre y postpandemia. 2018-2022. Unidades 20

Figura 3: Grado de ocupación por plaza, fin de semana y por habitaciones. pre y postpandemia. 2018-2022. Unidades..... 22

Figura 4: Personal empleado pre y postpandemia. 2018-2022. Unidades 23

Figura 5: Porcentaje de hoteles que ofrecen el servicio Pet Friendly 25

Figura 6: Porcentaje de hoteles que creen que admitir mascotas puede hacer que otros clientes quieran o no alojarse en su hotel. 26

Figura 7: Porcentaje de hoteles que consideran importante ofrecer el servicio Pet Friendly..... 26

Figura 8: Porcentaje pensamiento si el servicio Pet Friendly es una opción con buenas perspectivas de futuro. 26

Figura 9: Medios de comunicación para dar a conocer el servicio Pet Friendly 27

Figura 10: Porcentaje del tipo de mascotas que admiten en los hoteles. 27

Figura 11: Porcentaje hoteles que cuentan con personal capacitado..... 28

Figura 12: Servicios al reservar una habitación para mascotas..... 28

Figura 13: Sitios donde pueden estar las mascotas.....	29
Figura 14: Gráfico incremento de reservas.	29
Figura 15: Reducción nivel de estacionalidad.....	30

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Cuestionario realizado.....	41
Anexo 2: Grado de ocupación por plazas, en fin de semana y por habitaciones. Número de establecimientos, habitaciones y plazas estimadas. Personal empleado. Período 2018-2022	44
Anexo 3: Respuestas al cuestionario realizado.....	46

INTRODUCCIÓN

PET FRIENDLY

1.1 ANTECEDENTES

En España en uno de cada tres hogares se convive con al menos un animal de compañía, y, según la información resultante de los registros de animales de compañía de las comunidades autónomas, en la actualidad hay más de trece millones de animales de compañía registrados e identificados. (Ley 7/2023, de 28 de marzo, de protección de los derechos y el bienestar de los animales, 2023).

Además, la tenencia de animales de compañía debe llevar aparejada una responsabilidad a la altura del cuidado que se debe dar a un ser diferente a una cosa, por lo que la tenencia de animales de compañía debe suponer un compromiso con su cuidado en el transcurso del tiempo, su identificación y con su integración en el entorno. (Ley 7/2023, de 28 de marzo, de protección de los derechos y el bienestar de los animales, 2023).

Según Sagarra (2023), el hecho de tener mascotas en casa puede ser una experiencia muy gratificante y enriquecedora. Los animales domésticos son una fuente de compañía, alegría y amor incondicional. Pueden mejorar la calidad de vida en general de quienes conviven con ellos. Actualmente, en España hay alrededor de 9,3 millones de perros, un 38% más que en los últimos años, según cifras de la Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos para Animales de Compañía. (Sagarra, 2023).

Estos datos podrían reflejar la forma de vivir hoy en día y el pensamiento de que tener mascotas es una buena forma de estar acompañados, por ejemplo, para las personas que viven solas, ya que como se ha comentado anteriormente, nos pueden ofrecer una gran compañía y darle amor a esas personas que no están acompañadas en su día a día. Además, estamos viendo cómo se incrementa el número de personas que se piensan mejor el hecho de tener hijos, y pueden sustituir a estos por un animal, ya que cada vez se consideran un miembro de la familia más, además económicamente no suponen un gasto tan grande como sería tener descendencia o las parejas que son del mismo sexo tienen más a tener mascotas en sustitución de los hijos (Sagarra, 2023).

Los jóvenes, sobre todo aquellos nacidos entre 1980 y el 2000, más conocidos como millennials, cada vez tienen más mascotas y las cuidan como si fueran sus "hijos", según varios informes actuales como los publicados por Mintel y Zulily (2023). En estos estudios se muestra como la concepción de "familia tradicional" ya no es la misma para estos jóvenes, que optan cada vez con mayor frecuencia por tener mascotas y proporcionarles los mejores cuidados, considerándolas como "hijos" (Jimenez, 2018).

El movimiento "pet friendly" ha experimentado una notable evolución en todo el mundo en los últimos tiempos. Originalmente, el término "pet friendly" se refería a lugares y espacios que permitían la presencia de mascotas, principalmente perros, en sus instalaciones. Sin embargo, con el tiempo, el concepto se ha expandido y diversificado.

El Pet friendly ha supuesto en que cada vez más establecimientos dispongan de este tipo de servicios para ofrecerlo a sus clientes, de este modo, ha derivado en una mayor oferta de plazas para este tipo de turismo. En los últimos tiempos, se ha observado un cambio de forma de ver a las mascotas y hoy en día se consideran uno más de la familia en muchos hogares. Esto ha supuesto un aumento de la demanda y por ello que los lugares y servicios sean más inclusivos y accesibles para las mascotas. Como consecuencia, las ciudades han respondido adaptándose a esta tendencia y ofreciendo una amplia gama de servicios Pet Friendly ya que en las últimas décadas se ha producido un aumento cuantitativo de animales destinados a la compañía en todos los países de nuestro entorno cultural (Pérez Monguió, 2018)

Además de los servicios y espacios físicos, el movimiento "Pet Friendly" también se ha extendido a otras áreas, como los lugares de trabajo. Muchas empresas han implementado políticas "Pet Friendly" que permiten a los empleados llevar a sus mascotas al trabajo. Se ha demostrado que esta práctica tiene beneficios para la moral y el bienestar de los empleados.

Por otro lado, también podemos observar cómo ha habido un aumento de apertura de parques para perros y espacios públicos dedicados a ellos alrededor del todo el mundo, como consecuencia de el aumento de la búsqueda de bienestar para los mismos, por ejemplo, Madrid contará con 39 nuevas áreas caninas en parques y zonas verdes, que se unen a las 177 ya existentes (Diario de Madrid, 2022)

España no es uno de los países que más importancia le dan al fenómeno Pet Friendly, aunque cada vez se va imponiendo más, hay otros países como Francia, Alemania o Italia. Por ejemplo, en Francia más de la mitad de los establecimientos hoteleros ofrecen la posibilidad de alojarte con tus mascotas.

Recientemente se ha aprobado la ley de bienestar animal, Ley 7/23 de 28 de Marzo, de protección de los derechos y el bienestar de los animales. El concepto de «bienestar animal», definido por la Organización Mundial de Sanidad Animal como «el estado físico y mental de un animal en relación con las condiciones en las que vive y muere» repercute mucho en los animales en general y más concretamente en los animales domésticos. El principal objetivo de esta ley es regular el reconocimiento y la protección de la dignidad de los animales por parte de la sociedad (Ley 7/2023, de 28 de marzo, de protección de los derechos y el bienestar de los animales, 2023). Una de las normas establecidas es que los dueños no pueden dejar a sus mascotas más de 24 horas solas, por ello podríamos intuir que esto va a influir al turismo, ya que más personas que se desplacen a otros sitios más de un día van a tener que viajar con sus mascotas para no dejarlas solas en casa.

Los establecimientos públicos y privados, tales como los alojamientos hoteleros, restaurantes o bares, podrán facilitar la entrada de animales de compañía que no constituyan un riesgo para las personas u otros animales, a zonas no destinadas a la elaboración, almacenamiento o manipulación de alimentos. (PEXELS, 2023)

En cuanto a la evolución del Pet Friendly en el mundo a lo largo de los años, podemos observar cómo ha ido creciendo en los distintos lugares del mundo, como por ejemplo en Norteamérica, se ha implementado en los trabajos ya que se dice que “existe una amplia gama de enfoques Pet Friendly que se aplican a cualquier lugar de trabajo que pretenda aumentar la atracción y la contratación, mejorar la retención de empleados, desarrollar la productividad de los empleados, mejorar su salud y aumentar los resultados finales” (Wilkin et al., 2016)

Sin embargo, es importante tener en cuenta que las políticas y actitudes hacia las mascotas varían según el país y la cultura. Algunos países pueden ser más tolerantes y abiertos a la presencia de mascotas en lugares públicos, mientras que otros pueden tener restricciones más estrictas. Al planificar viajes o actividades con mascotas, es recomendable investigar las regulaciones locales y las opciones disponibles en cada destino.

El blog mascotas y salud (2017) concluye que uno de los países más cercanos donde las mascotas son bienvenidas es Francia, donde los perros son aceptados en prácticamente todos los lugares públicos como transporte o restaurantes y así poder acompañar y estar con sus dueños más tiempo. Le siguen muy de cerca Alemania y Bélgica, donde la mayoría de los hoteles aceptan las mascotas, lo que facilita mucho viajar con nuestros compañeros.

Y si se busca un destino más lejano no podemos olvidarnos de Canadá. Es una de las naciones más “pet-friendly”, ya que las mascotas están ampliamente aceptadas y son bienvenidas en la mayoría de los establecimientos, aunque debemos asegurarnos de cumplir todas las normas sanitarias para no tener problemas en la entrada al país, como

por ejemplo que nuestra mascota esté vacunada de la rabia y, además, debemos presentar el certificado de vacunación en regla.

Existen países, como Reino Unido, que tiene requisitos específicos para la entrada de mascotas y son muy estrictos con ellas. Destacamos que, si viajamos en avión, debemos consultar con antelación la política de la compañía en cuanto a viajar con nuestras mascotas al extranjero en sus líneas aéreas. Es importante tener en cuenta que necesitaremos viajar a través de una ruta y una empresa de transporte autorizada, aquí os dejamos las compañías aéreas autorizadas. (Gómez, 2017)

Fuera de Europa, nos podemos encontrar con países que exigen que nuestro perro se quede un mínimo de 30 días en cuarentena, como es el caso de Tailandia. A no ser que nuestro viaje sea por un periodo de tiempo excesivamente largo, debemos evitar estos casos de estrés para nuestra mascota. (Gómez, 2017)

Salvo en unos pocos casos, tu animal de compañía puede viajar contigo a otro país de la UE o desde un país no perteneciente a la UE a un país de la UE, siempre y cuando: tenga un pasaporte europeo para animales de compañía en vigor, esté vacunado contra la rabia, lleve implantado un transpondedor y haya seguido un tratamiento contra la tenia *Echinococcus multilocularis* (Your Europe, 2023)

1.2 JUSTIFICACIÓN

El tema elegido para este trabajo fin de grado es los hoteles Pet Friendly en la ciudad de Sevilla ya que es un fenómeno poco investigado en esta ciudad y que es un sector que podríamos considerar que está en auge.

La razón personal principal por la que hemos realizado este trabajo fin de grado es investigar sobre los hoteles Pet Friendly en la ciudad de Sevilla, ya que son dos de las cosas que más nos gustan, los hoteles y los animales. Por ello nos resulta atractivo saber la repercusión que tiene hoy en día este tipo de servicios, si es un sector en auge, la demanda que tiene en el presente y pudiera tener en el futuro. Además, conoceremos la opinión de los propios hoteles que ofrecen este servicio y podremos saber su importancia en los tiempos actuales.

Hemos querido hacer el trabajo fin de grado de este tema ya que tenemos como mascota un perro y me gusta llevarlo de viaje con nosotros a todos los sitios que podemos, ya que es uno más de la familia y nos gusta pasar tiempo de calidad con nuestra mascota, ya que disfruta tanto ella como nosotros, por ello nos interesa el ámbito Pet Friendly. Por otro lado, nos gustaría en un futuro tener nuestro propio hotel y sería interesante ver si es el Pet Friendly es una modalidad de servicio que es beneficioso ofrecer, podría dar rentabilidad y sería viable en un futuro.

Por otra parte, durante la carrera hemos estudiado varias asignaturas que están relacionadas con este tema, como serían las asignaturas de empresa y organizaciones turísticas, dirección y organización de empresas turísticas o dirección estratégica de organizaciones turísticas entre otras. Podríamos relacionarlas y plasmar lo aprendido en esas asignaturas con este trabajo fin de grado.

Hay que destacar que no hemos encontrado muchos trabajos realizados sobre este tema, por lo cual es un sector poco indagado el cual creemos que es interesante conocer para descubrir el posible potencial en la actualidad y en el futuro de los hoteles Pet Friendly, más concretamente en nuestro caso, los hoteles Pet Friendly en la ciudad de Sevilla.

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

2.1 ASPECTOS CONCEPTUALES

Hemos incluido este apartado de aspectos conceptuales debido a que dentro de este fenómeno existe una nomenclatura específica que conviene aclarar

2.1.1 El concepto Pet Friendly

“Podemos decir que el término Pet Friendly es una definición que implica el lugar, establecimiento o servicio que se ofrece, en donde se admiten los animales de compañía, ofreciéndoles un trato especial tanto por parte del personal, como de sus clientes y usuarios”. (Aranda, 2022)

2.1.2 Que es un hotel Pet Friendly

Según el blog del hotel plaza de revolución, del hotel del mismo nombre, (Relevant, 2021) definiríamos los hoteles Pet Friendly como los lugares donde te permiten quedarte en tu destino, ofreciéndote los mejores servicios para tu bienestar, seguridad y cualquier necesidad que tengas como si estuvieras en tu propia casa, pero con la capacidad de poder alojarte con tu mascota por el mismo coste o uno extra, esto dependerá del hotel.

Los establecimientos hoteleros en cuestión que ofrezcan este tipo de servicio de admisión de mascotas tienden a promocionarse para que los usuarios interesados en viajar con sus mascotas sepan que tienen esta opción.

¿Por qué viajar con la mascota? Esta cuestión es muy fácil de responder, básicamente porque también se merecen disfrutar de unas buenas vacaciones con el dueño. Mucha gente no sabe vivir sin su best friend, por ello entre la lista de los 20 mejores hoteles Pet Friendly para viajar con tu mascota están Dreams Alpujarra, en Granada; Infanta Isabel, en Segovia; Ilunion Sancti Petri, en Cádiz; Novotel Barcelona City, en Barcelona o Hotel Petit Palace Arenal, Madrid (Guerrero, 2022)

Por otra parte, debemos de informar y hacer ver que somos hotel Pet Friendly para que las personas que no les gusten los animales o tengan algún tipo de alergia puedan evitar hospedarse en estos hoteles, aunque en general no haya inconvenientes en cuanto a la convivencia, ya que se habilitan lugares para que los animales estén separados de los otros huéspedes.

De este modo se aseguran de que nadie esté molesto con estos peculiares inquilinos y que se realizarán todas las medidas sanitarias y de seguridad para todos huéspedes, ya sean animales o personas.

2.2 REVISIÓN DE LA LITERATURA

Como paso previo al análisis empírico y para poder plantear una discusión de los resultados obtenidos, hemos llevado a cabo una revisión de la literatura existente sobre el tema de investigación.

2.2.1 El Pet Friendly en el mundo

“El turismo con animales domésticos es uno de estos nuevos nichos de mercado que cada vez más va ganando terreno entre los viajeros con mascotas. Hoy en día, es posible viajar con tu “amigo” sin ningún problema, solamente hay que conocer la normativa del país a donde viajas y tener todos los documentos de tu animal de

compañía en orden. Cada país tiene sus normas sobre este tipo de turismo, hay algunos que son muy Pet Friendly y otros que no lo son tanto, por esta razón es mejor conocer en destino y sus reglas antes de viajar con el animal para ahorrar problemas.” (Yuryeva, 2016)

“A nivel europeo el turismo con mascotas se encuentra en auge y es la tendencia de turismo que crece cada vez más. Además, el concepto “Pet Friendly” se va aplicando a diferentes servicios, establecimientos, transporte, áreas comunes y áreas naturales. Esto se debe a la gran cantidad de hogares que disponen de mascotas actualmente y su rol importante para las familias” (Rossamakhina, 2021a)

En su investigación Ni Meng (2022) concluye que, en Europa, ciudades como Ámsterdam, Berlín, Hamburgo, Frankfurt, Bruselas y otros lugares son un ejemplo de destinos que admiten mascotas. El alto nivel de concienciación sobre la protección de las mascotas por partes de los organismos públicos es una de las principales características por la que destacan estos destinos, además, las agencias oficiales defienden que los animales sean respetados y tratados con la dignidad que merecen.

Ni Meng (2022) destaca a Europa y EEUU como las regiones más avanzadas en el mundo en cuanto al turismo, y tienen políticas y modelos maduros en el sector del turismo de mascotas, por señalar algunos ejemplos, subrayan el programa de pasaportes para los animales en Reino Unido y la creación de empresas de turismo Pet Friendly en EEUU.

Barrera Vinent (2022) ha comentado que, en Reino Unido, las personas que trabajan en empresas como Nestlé pueden llevar a sus mascotas ya que proporcionan guardería y alimentos para las mascotas; Roma es un lugar donde se permiten a todas las razas de animales poder usar el transporte público; París tiene una serie de establecimientos Pet Friendly de lo más variado, incluso las mascotas pueden entrar a los supermercados. Múnich, la capital alemana, se confesó ciudad Pet Friendly en noviembre del 2009, donde puso en marcha un censo de todo tipo de animales de forma general, transporte público accesible y gratis para las mascotas, una medida que obliga a la realización de cursos para la formación de los dueños y sus perros, ayudas para los gastos de las mascotas... (Ni, Meng, Barrera Vinent, 2022)

Sin embargo, Ni Meng (2022) considera que en China, por su cultura, hay mucha gente aún que no ve con buenos ojos el tener mascotas, por ello, son algunos los operadores turísticos que no acceden a que los viajeros viajen con sus mascotas, en consecuencia, de esto, China está relativamente vacía en cuanto al mercado de viajes con mascotas.

América destaca por su modelo conocido con el lema “How to travel with pets” (cómo viajar con mascotas). Según la Encuesta Nacional de Propietarios de Mascotas realizada por APPA (2021-2022), el 70 % de los hogares estadounidenses tienen animales de compañía, es decir, unos 90,5 millones de familias. Entre otras cosas, se puede participar en la competición Unleashed Surf Dog, el mayor concurso de surf para perros del país. Barrera Vinent (2018) cree que la ciudad de San Francisco es una ciudad modelo Pet Friendly que da respuesta a todas las necesidades (Ni, Meng, 2022)

2.2.2 El Pet Friendly en España

Europa es el mejor destino para los viajeros con mascotas. Sin embargo, España no está todavía muy bien posicionada en esta clasificación. En Alemania, Francia, Italia o Austria, más del 40% de los hoteles son Pet Friendly, es decir, aceptan pequeños animales de compañía en sus instalaciones. España se queda en un modesto puesto 12. Entre los europeos, solo Reino Unido y Portugal están por detrás. (tecnohotel, 2017)

“En la actualidad hay cerca de trece millones de familias con mascotas. Este hecho merece una visión inclusiva de los animales en la sociedad, donde lo normal sea acceder con tu mascota en comercios, medios de transporte y administraciones públicas.” (Almagro, muy interesante, 2022)

Según Rossamakina (2021), en España hay bastantes destinos aptos para viajar con mascotas: En primer lugar, Valencia, que fue el primer destino español en convertirse en ciudad Pet Friendly. El Ayuntamiento de Valencia creó una web dedicada al Pet Friendly y entre sus propuestas organiza la campaña “Viajar juntos es mejor”. Según publicó la web Booking.com, Valencia tiene aproximadamente de 230 alojamientos donde se pueden alojar mascotas. Por otro lado, Barcelona es uno de los mejores destinos para viajar con tu mascota ya que, por ejemplo, en verano podríamos ir a la playa canina de Llevant y las otras playas están disponibles para ir con tu mejor amigo durante todo el año. (Rossamakhina, 2021a)

España tiene muchos destinos adecuados para viajar con mascotas: En primer lugar, Valencia fue la primera ciudad española en convertirse en un destino Pet Friendly. El Ayuntamiento de Valencia organiza la campaña “Viajar juntos es mejor” y la creación de una web valenciana Pet Friendly. Según Booking.com, la ciudad de Valencia dispone aproximadamente de 230 alojamientos que admiten mascotas. Barcelona es uno de los mejores destinos. En verano, se puede ir a la playa canina de Llevant y durante el resto del año está permitido ir con perros a las demás playas barcelonesas. (Rossamakhina, 2021a)

El diario de Sevilla habla sobre los mejores destinos Pet Friendly en España en 2022. Para empezar, nombra a Ponferrada como mejor ciudad española para viajar con tu mascota, ya que un total del 35% son los alojamientos que te permiten alojarte con tu mascota, además, es la tercera ciudad española donde hay más perros por habitante. Una ciudad que tiene más de 40 áreas verdes para que los perros tengan su espacio y puedan estar en libertad es Gijón, además tiene el Rinconín que es una conocida playa canina. (Diario de sevilla, 2022)

Por otro lado, tenemos a Madrid, ya que tiene una gran variedad de hoteles donde puedes alojarte con tu mascota y una gran oferta de restaurantes y tiendas donde puedes estar con tus mascotas, incluso dejan a los animales montarse en transporte público; “Madrid tiene una de las iniciativas más *dog-friendly* que existen: el “perriturismo”. Se trata de una empresa que organiza planes con perros, y su objetivo es “regalar perricidad”. En Perriturismo organizan fineses perrunos por la provincia de Lugo con todo incluido alojamiento, comidas, tours, catas, rutas de senderismo, visitas a bodegas, etc. Todo acompañado de tu mascota” (Diario de sevilla, 2022)

Según la encuesta publicada por Statista (2021) en el año 2019 el 45% de los dueños de perros llevan su animal de compañía al viaje entre 3 y 6 veces al año, 35% entre 1 y 2 veces y el 20% viajan con su animal de compañía más de 6 veces al año. En la misma encuesta se ha preguntado a los viajeros dónde suelen alojarse cuando van acompañados de sus mascotas. La Figura 4 muestra que los hoteles ocupan el tercer puesto, mientras que las casas rurales están en la posición dominante. (Rossamakhina, 2021)

Para averiguar cuánto gastan los individuos por noche y por persona a la hora de realizar los viajes nacionales con su mascota se elaboró una encuesta a partir de los datos de la cual resultó que los residentes de Cataluña lideran gastando en promedio poco más de 76 euros. Le siguen Cantabria, Canarias, la Comunidad de Madrid y la Comunidad Valenciana. En otro extremo la cifra más baja se asocia a los residentes de Extremadura que gastan sobre 54 euros por noche y persona. (Statista, 2021) (Rossamakhina, 2021a)

El periódico Epe nos habla sobre la nueva ley de bienestar animal que se ha creado para la protección de los animales en España, algunos de los apartados que podemos destacar son la prohibición de tenencia y cría de determinadas especies animales por parte de particulares, también amplía el listado de mascotas prohibidas en casa y restringe las permitidas, estableciendo una serie de requisitos para que un animal se considere doméstico...

Dentro del anteproyecto de la Ley se incluyen, entre otras medidas, las siguientes: Lograr el sacrificio cero de los animales de compañía, esterilización obligatoria para evitar camadas indeseadas y posteriores abandonos, prohibición del tiro al pichón, considerándolo una forma de maltrato animal, y de cría de visones y transformación de zoológicos y delfinarios en centros de recuperación animal. (Vidal, 2023)

2.2.3 El Pet Friendly en Sevilla

“La capital hispalense tiene una enorme cantidad de atractivos turísticos y, sin embargo, aún le queda bastante camino por recorrer en su impulso a los viajes con mascotas” (Pipper on tour, 2019).

El blog “Pipper on tour” (2019) ha publicado un artículo donde nos habla de los lugares que podemos visitar o cosas para hacer con nuestra mascota en la ciudad de Sevilla. Aunque empieza diciendo que “Encontrar un lugar *dog friendly* en Sevilla no es tarea fácil: hay escasos restaurantes, bares y lugares de interés donde las mascotas sean bienvenidas”, podemos citar algunos de los que mencionan en el artículo en cuanto a las actividades para realizar como sería visitar el museo del carruaje, dar un paseo en barco por el río Guadalquivir o si tienes suerte, montar en coche de caballo con tu mascota.

Por otro lado, el blog Pipper on tour menciona a los restaurantes donde poder comer acompañados de nuestros amigos peludos como sería Toby eats de world, La Tizná Grill o la corona.

Se habla de la existencia de una “norma por la que Sevilla regula lo relativo a los animales domésticos es la ordenanza municipal de tenencias de animales. Según ésta, podrás acceder a los bares y restaurantes con tu perro, siempre que el propietario lo permita”. (Pipper on tour, 2019)

También se habla de los diferentes medios de transporte que podemos usar con nuestras mascotas, en este caso el cercanías de Renfe es el único medio de transporte colectivo en Sevilla que acepta perros educados sin necesidad de transportín (sujetos con correa, gratis y sin límite de tamaño). El Metro de Sevilla prohíbe viajar con animales, mientras que el tranvía y los autobuses de Sevilla solo permiten pequeños perros en transportín”. (Pipper on tour, 2019)

Asimismo, la web “Vacaciones con Perro” nos muestra diferentes alternativas para hacer con nuestras mascotas en Sevilla además de las citadas anteriormente como sería realizar diferentes free tours al aire libre que nos permiten realizarlo con nuestro mejor amigo; el museo de las ilusiones de Sevilla es otro sitio donde podemos acceder con nuestro perro sin importar el tamaño de este de lunes a viernes; disfrutar de un auténtico show flamenco en el bar mutante; visitar las zonas verdes de la ciudad como sería el parque del Alamillo; el parque de los príncipes o el parque de María Luisa. (Vacaciones con perro, 2021)

Igualmente, si tenemos tiempo y no nos importa salir de la ciudad y movernos un poco por la provincia, existen rutas muy interesantes para hacer junto a nuestras mascotas y así disfrutar más de la naturaleza y conocer sitios nuevos. Encontramos la ruta vía verde del Ronquillo, ruta del castillo de Alcalá de Guadaíra, ruta el Brezal o la ruta por los pinares de Aznalcazar. (Vacaciones con perro, 2021)

3. OBJETIVOS Y PREGUNTAS INVESTIGACIÓN

3.1 OBJETIVOS PRINCIPAL Y ESTRUCTURA DEL TRABAJO

El objetivo principal de este trabajo fin de grado es investigar y analizar los hoteles que ofrecen el servicio Pet Friendly en Sevilla, de manera que podamos plantear una serie de mejoras a aquellos que disponen de este tipo de servicio y recomendaciones para los que no tienen.

Para llevar a cabo este objetivo, utilizaremos unos objetivos auxiliares se desarrollan en la estructura del trabajo:

En primer lugar planteamos una introducción con unos antecedentes y seguidamente una justificación de la elección del tema, a continuación definimos el concepto Pet Friendly y lo analizamos en diferentes ámbitos, revisando la literatura existente sobre este tema, para a continuación plantear objetivos e hipótesis y desarrollar la metodología que aplicaremos a un cuestionario para obtener unos resultados empíricos y por últimos acabaremos con unas conclusiones sacaremos en consonancia con los resultados de la investigación.

3.1.1 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación es de tipo exploratorio y de corte cualitativo, con el objetivo de obtener una aproximación a este tipo de servicios que cada día son más demandados.

Por tanto, la pregunta a responder sería: ¿Los hoteles de Sevilla consideran adecuado, rentable y con perspectivas de futuro el servicio Pet Friendly como complemento al alojamiento tradicional?

4. METODOLOGÍA

Para conseguir el objetivo principal de este trabajo hemos planteado la metodología en dos fases:

En la primera fase hemos hecho una aproximación a las variables más relevantes relacionadas con el sector hotelero para conocer su evolución en los últimos años, sobre todo a raíz de la pandemia provocada por la COVID-19 y como han ido recuperándose los hoteles en los diferentes ámbitos.

Se parte de las premisas de investigación relacionada con el turismo Pet Friendly en la ciudad de Sevilla, para ello, se toma como referentes grandes Agencias Turísticas Online conocidas como Booking, Kayak, Trivago, entre otros, para conocer en su totalidad los hoteles sevillanos que tienen a su disposición un servicio para clientes y mascotas. Además, incorporamos a la búsqueda datos como sus números de teléfono, correo electrónico y número de estrellas de cada hotel que hemos incluido en nuestra investigación.

En una segunda fase, una vez recopilada la información de los hoteles que ofrecen el servicio Pet Friendly, creamos un cuestionario para lanzarlo y así obtener la información deseada y poder analizar los resultados obtenidos de las respuestas.

4.1 ÁMBITO GEOGRAFICO

La ciudad de Sevilla está considerada como uno de los destinos urbanos más importantes del conjunto nacional y, por ello, cuenta con una oferta de alojamiento acorde a los volúmenes de afluencia turística que recibe. Esta oferta se caracteriza por su amplia diversidad y capacidad de adaptación a las necesidades de la demanda. (Junta de Andalucía, 2023)

Gran parte de los establecimientos hoteleros existentes en la ciudad se encuentran recogidos en la Guía de Turismo Accesible de Sevilla. En este sentido, dichos recursos son accesibles y practicables, atendiendo a criterios de accesibilidad universal, asegurando el descanso de todas las personas. (Junta de Andalucía, 2023)

La distinción de ser la capital europea del turismo inteligente, sitúa a Sevilla arriba de los rankings internacionales y supone una ayuda para elevar su perfil y ganar visitantes con la promoción de un destino que es el tercero urbano más visitado y con mayor crecimiento de España y que ya se oferta como una ciudad compartida donde uno de cada cuatro habitantes vive del turismo. (Ayuntamiento de Sevilla, 2022)

La historia del último siglo en Sevilla posee dos fechas clave que coinciden con sus grandes ex-posiciones: la Exposición Iberoamericana de 1929 y la Exposición Universal de 1992. Estos dos acontecimientos se traducen, a tenor de las fuentes consultadas, en los grandes motores del cambio del sistema turístico en la ciudad. (Lama & Tabales, 2017)

La Exposición Universal de 1992 supone la mayor transformación urbana de la Sevilla contemporánea y, a su vez, el gran punto de inflexión de su sistema turístico. Desde este momento y hasta nuestros días se observa una creciente ampliación del espacio turístico, tanto por la expansión de los ámbitos existentes como por la irrupción de nuevos focos de atracción (Lama & Tabales, 2017)

Este auge en la aparición de hoteles se sustenta, además de en la afluencia de visitantes foráneos, en la costumbre adquirida por la burguesía sevillana de alojarse durante varias semanas en verano en hoteles de la propia ciudad, para disfrutar de sus instalaciones y comodidades (ventilado-res, jardines, salones, etc.) (Parejo, 2008 Lama & Tabales, 2017)

Del análisis realizado sobre el espacio turístico de la ciudad, cabe señalar que durante décadas la actividad turística se concentra en una muy reducida superficie del casco histórico (Catedral, Alcázar y Santa Cruz), con dos líneas de prolongación de flujos turísticos de menor intensidad (Plaza de España y Parque de M^a Luisa, de una parte, y Torre del Oro, río Guadalquivir y Plaza de Toros, de otra). (Lama & Tabales, 2017)

En el marco del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía Horizonte 2020, el Ayuntamiento de Sevilla, a través del Consorcio de Turismo, ha decidido afrontar el diseño de un nuevo Plan Turístico que permita corregir los déficits actuales, impulsar la marca Sevilla en los mercados nacionales e internacionales y definir un nuevo modelo turístico para la ciudad que pueda ser implementado en el marco de los Planes Turísticos de Grandes Ciudades de Andalucía, iniciativa de la Junta de Andalucía dirigida a las ciudades andaluzas mayores de 100.000 habitantes (Junta de Andalucía, 2023)

Sevilla cuenta con una gran diversidad de equipamientos culturales que concentran el grueso de la programación cultural de Sevilla. Una de las instituciones encargada de la gestión de algunos de ellos es el ICAS (Instituto de la Cultura y las Artes), que conforman una importante oferta cultural a disposición de la ciudadanía y los turistas. (Junta de Andalucía, 2023)

El Área de Hábitat Urbano, Cultura y Turismo tiene como competencias el turismo, la proyección de la imagen y la promoción exterior de la ciudad de Sevilla. El Ayuntamiento cuenta con el Consorcio Turismo de Sevilla como ente específico de turismo, encargado

de la promoción y fomento del turismo de la ciudad, con la firme apuesta por convertir a Sevilla en un destino de primer nivel (Junta de Andalucía, 2023)

4.2 FUENTES DE DATOS

Hemos utilizado una fuente secundaria de datos para el análisis de la evolución de las variables, para los gráficos y tablas hemos utilizado una hoja de cálculo Excel.

Para el estudio de los hoteles que ofrecen el servicio Pet Friendly, nuestra fuente de datos primaria fueron las respuestas obtenidas a través de un cuestionario. Este se envió una vez para una toma de contacto y una segunda vez para tener un mayor nivel de participación por parte de los hoteles y así tener un mayor conocimiento de el área relacionadas con las preguntas lanzadas.

4.3 ESTRUCTURA DE LA MUESTRA

Además, para llevar a cabo el análisis en la ciudad de Sevilla, hemos utilizado una metodología estadística descriptiva con el objetivo de saber cuántos hoteles ofrecen el servicio y cuantos no y específicamente nos centramos en los hoteles que hemos encontrado que ofrecen este servicio en Sevilla, que son un total de 38 hoteles, de los 158 hoteles que hay abiertos actualmente en Sevilla.

El cuestionario lo enviamos a los hoteles citados anteriormente 3 veces por correo electrónico, obteniendo un total de 13 respuestas por parte de los diferentes hoteles, la tasa de respuesta fue del 34%..

Respecto a los datos de los hoteles con este tipo de servicio, se muestran en la tabla número 1

Nombre hotel	Teléfono	Estrellas	Correo electrónico
Abba Sevilla	955444030	cuatro estrellas	sevilla@abbahoteles.com
Agulla5 Sevilla Suites	658628129	cuatro estrellas	manager@aguila5.com
Casual de las Letras Sevilla	954222677	dos estrellas	letras@casualhoteles.com
Catalonia Giralda	93 236 00 59	cuatro estrellas	Correo en la web
Catalonia Hispalis	954250000	tres estrellas	hispalis@cataloniahotels.com
Catalonia Santa Justa	93 236 00 59	cuatro estrellas	Correo en la web
El rey moro hotel boutique	622277336	cuatro estrellas	correo en la web
Hesperia Sevilla	954548300	cuatro estrellas	hhsevilla@hesperia.com
Hospes las casas del rey de Baeza	954561496	cuatro estrellas	correo en la web
Hotel Baco	854556787	dos estrellas	repcion@hotelritualbacosevilla.com
Hotel Bequer	954228900	cuatro estrellas	becquer@hotelbecquer.com
Hotel boutique Corral del rey	954221035	dos estrellas	corraldelrey@aluzcollection.com
Hotel Gravina 51	954217501	cuatro estrellas	info@gravina51.com
Hotel Inglaterra	954224970	cuatro estrellas	info@hotelinglaterra.es
Hotel Itaca Artemisa	954410573	tres estrellas	bookings@itchooteles.com
Hotel Novotel Sevilla	954558200	cuatro estrellas	h3210@accor.com
Hotel Palacio Alcázar	954502033	cuatro estrellas	hotel@palacioalcazar.com
Hotel rey del moro	622277336	tres estrellas	hotel@elreymoro.com
Hotel Simón	954226660	una estrella	info@hotelsimonsevilla.com
Hotel Virgen de los reyes	954576610	cuatro estrellas	reservas@senatorhr.com
Hotel Virgen de los Reyes	954576610	tres estrellas	reservas@senatorhr.com
Hotel y apartamentos doña Lola	954915275	dos estrellas	
Ibis Sevilla	954361839	una estrella	H3207@accor.com
Ibis Styles Sevilla City Santa Justa	955944155	tres estrellas	HB7H3@ACCOR.COM
Itaca Sevilla	954228156	tres estrellas	booking@itchooteles.com
La casa del maestro boutique	954500007	una estrella	reservas@lacasadelmaestro.com
NH Collection Sevilla	954548500	cuatro estrellas	nhcollectionsevilla@nh-hotels.com
NH Sevilla plaza que armas	954901992	cuatro estrellas	nhplazadearmas@nh-hotels.com
Petit Palace Canalejas Sevilla	954226400	dos estrellas	correo en la web
Petit Palace Marques Santa Ana	954221812	cuatro estrellas	correo en la web
Petit Palace Puerta de Triana	954216259	tres estrellas	correo en la web
Petit Palace Santa Cruz	954221032	cuatro estrellas	correo en la web
Petit Paris	954229861	una estrella	reservas@lepetitparis.es
Plácido y Grata	955443030	cuatro estrellas	hola@placidoygratahotel.com
Ribera de Triana hotel	954268000	cuatro estrellas	reservas@htriana.com
Simón Verde	954184293	tres estrellas	reservas@apartamentossimonverde.com
Soho Boutique Sevilla	955440851	tres estrellas	sbsevilla@sohohoteles.com
Un patio al sur	954221035	dos estrellas	hotel@patioalsur.es

Tabla 1: Tabla con el nombre de los hoteles, número de teléfono, número de estrellas y correo electrónico de los hoteles Pet Friendly que hay en Sevilla.

Fuente: Elaboración propia

Estos son los datos principales, relacionados con la parte del cuestionario de variables sociológicas, de los hoteles que respondieron al cuestionario. Se muestran en la tabla número 2.

Nombre hotel	Número estrellas	Número habitaciones	Número empleados
Soho Boutique Sevilla	3	23	10
Hotel Simón	1	36	12
ABBA SEVILLA	4	94	30
PETIT PALACE PUERTA DE TRIANA	3	64	13
HESPERIA SEVILLA	4		
Hotel Palacio Alcázar	4	12	15
Casual de Las Letras Sevilla	2	31	12
Hotel Gravina51	4	38	23
Hotel Catalonia Hispalis	3	98	38
HOTEL APARTAMENTO SIMON VERDE	3	103	15
Plácido y Grata	4	15	18

Tabla 2: Hoteles que han respondido al cuestionario lanzado, incluyendo número de estrellas, número de habitaciones y número de empleados de cada uno.

Fuente: Elaboración propia

4.4 EVOLUCIÓN DE LAS VARIABLES RELACIONADAS CON EL TURISMO

Antes de llevar a cabo la revisión de la literatura y el análisis empírico, hemos decidido incluir la evolución de las variables relacionadas con el alojamiento hotelero en España, de manera que tengamos una primera aproximación a su importancia. La fuente de datos, como se explicará en la metodología, ha sido el Instituto Nacional de Estadística (INE)

4.4.1 Número de establecimientos abiertos estimados:

Según el INE se entiende por establecimiento hotelero “aquellos establecimientos que prestan servicios de alojamiento colectivo mediante precio con o sin otros servicios complementarios (hotel, hotel-apartamento o apartahotel, motel, hostel, pensión, etc)”

En las dos figuras anteriores se muestra la evolución de número de establecimientos abiertos estimados en Sevilla en diferentes años, vamos a comparar desde el 2018 hasta la actualidad para ver los cambios que han sufrido los establecimientos hoteleros recientemente. Empezaremos desde los años 2018 al 2020 y observamos que hay una estabilidad con pequeños crecimientos, en marzo de 2020 no aparecen datos debido a que se cerró todo por la llegada del coronavirus, el mundo de la hostelería “desapareció” totalmente. En junio de 2020 vuelve a empezar a crecer el número de establecimientos abiertos ya que vuelve a retomarse la actividad turística, en julio de 2020 crece más debido a la apertura de fronteras y la llegada del verano. La apertura de hoteles ha ido creciendo rápidamente en estos últimos años hasta casi volver a estar a los niveles que estaban antes de la pandemia.

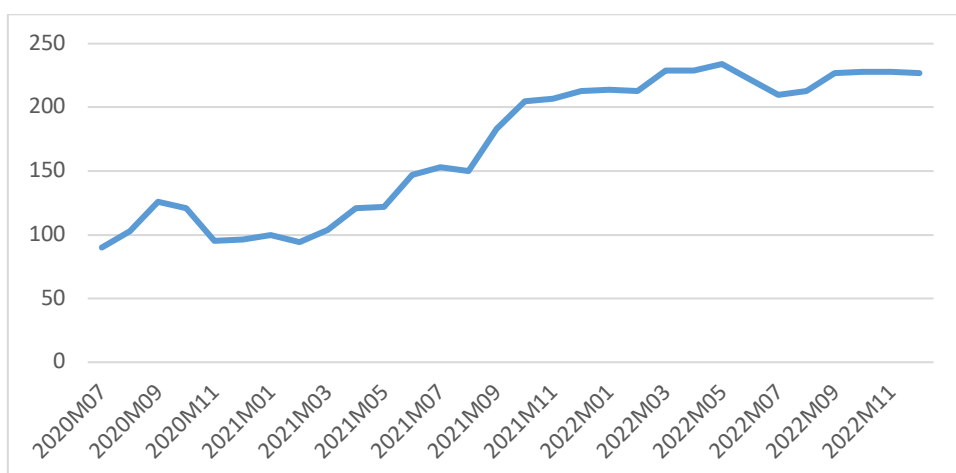
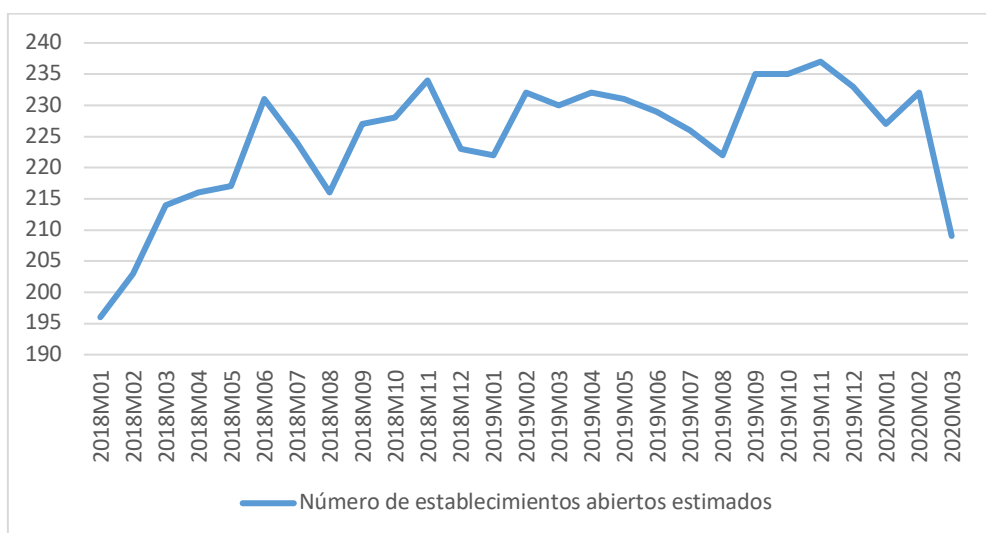


Figura 1: Número de establecimientos abiertos estimados pre y postpandemia. 2018-2022. Unidades

Fuente: Elaboración propia con datos del INE

<https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=2076&L=0>

4.4.2 Número de habitaciones y número de plazas estimadas:

La figura 2 refleja la evolución del número de habitaciones estimadas y el número de plazas estimadas en la ciudad de Sevilla. Los hemos dividido en dos gráficos para ver la evolución antes y después de la pandemia del COVID-19. Desde enero de 2018 hasta marzo de 2020 podemos ver una evolución prácticamente lineal, ya que apenas varían las cifras de unos meses a otros tanto en el número de habitaciones estimadas como el número de plazas estimadas. En marzo de 2020 se aprecia la bajada debido al coronavirus.

En cuanto a la segunda parte del gráfico, de julio de 2020 hasta finales de 2022, se aprecia una tendencia ascendente, ya que poco a poco se van recuperando los niveles anteriores al COVID 19, sin embargo, en octubre de 2020 se puede observar una pequeña caída y podríamos pensar que es debida a la estacionalidad y la baja demanda de esos meses de invierno.

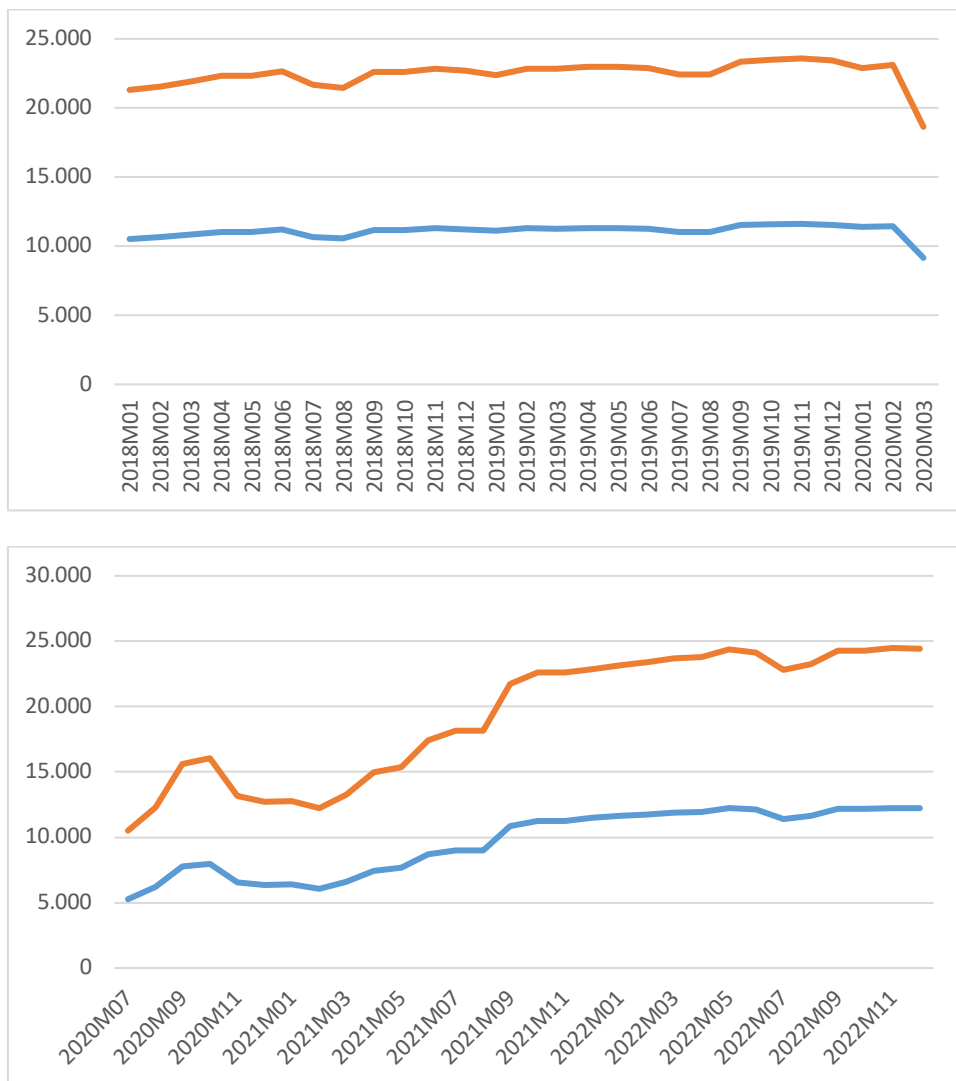


Figura 2: Número de habitaciones y plazas estimadas pre y postpandemia. 2018-2022.
Unidades

Fuente: Elaboración propia con datos del INE

<https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=2076&L=0>

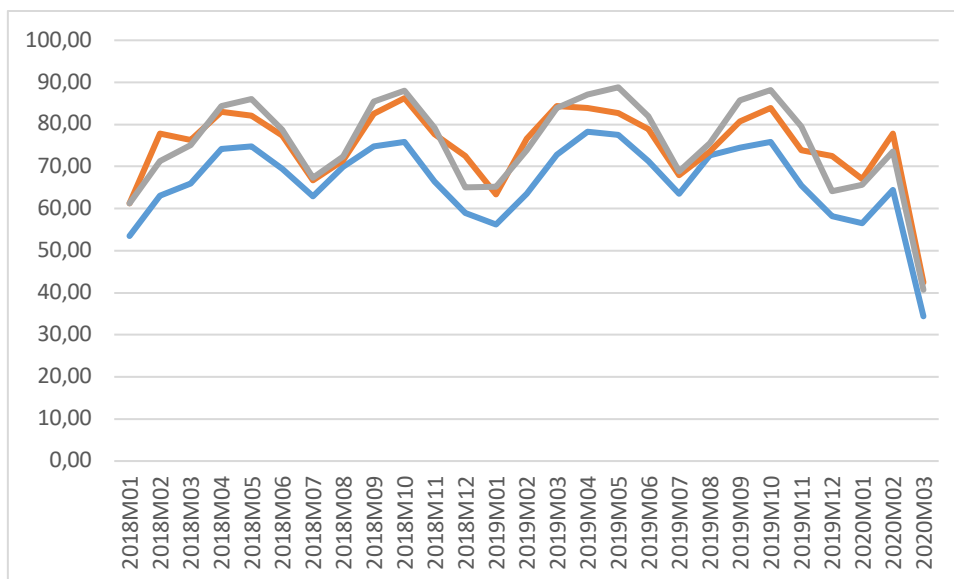
4.4.3 Grado de ocupación por plazas, por plazas en fin de semana y ocupación por habitaciones:

El grado de ocupación, tanto por plazas como por habitaciones, relaciona la capacidad de alojamiento disponible en el período de referencia y su utilización efectiva en el mismo período. Se define como la relación entre el total de las pernoctaciones y el número de plazas ofertadas (habitaciones, según proceda) por el número de días que tiene el mes de referencia. (Junta de Andalucía, 2023)

En la figura 3 se han comparado el grado de ocupación por plazas, el grado de ocupación por plazas en fin de semana y el grado de ocupación por habitantes. En la primera fase, desde 2018 a marzo de 2020 se observa una tendencia lineal, pero con subidas y bajadas constantemente, esto está relacionado claramente con la estacionalidad con la estación del año en la que nos encontremos, no son cambios muy bruscos, pero si notorios.

Hay una subida con unos meses de gran demanda coincidiendo con la feria y la semana santa, fiestas por excelencia de la ciudad de Sevilla, la primera bajada la encontramos en los meses de julio y agosto, coincidiendo con el calor y el protagonismo de las playas, por eso no son meses de una gran ocupación en la ciudad de Sevilla, vuelve a subir después del verano, coincidiendo con octubre que es el mes con más ocupación. Bajan con la llegada del frío en los meses de diciembre, enero y febrero y vuelven a subir en marzo, esta tendencia la observamos en todos los años y para todas las variables estudiadas en estos gráficos.

Sin embargo, en el segundo gráfico, que son los meses justo después de la pandemia que vivimos en 2020, el dibujo es totalmente diferente ya que el COVID 19 afectó mucho al turismo y por ellos a los diferentes grados de ocupación. La línea empieza ascendiendo ya que nos dejan hacer turismo, pero nos niveles de ocupación son mucho menor que antes de la pandemia. Con la llegada de los meses de frío hay una bajada que se mantiene unos meses hasta que llega marzo con la llegada del buen tiempo y las fiestas de la ciudad, sigue la tendencia ascendente hasta que llegan los meses de temporada baja, y así siguen las mismas variaciones en los años estudiados.



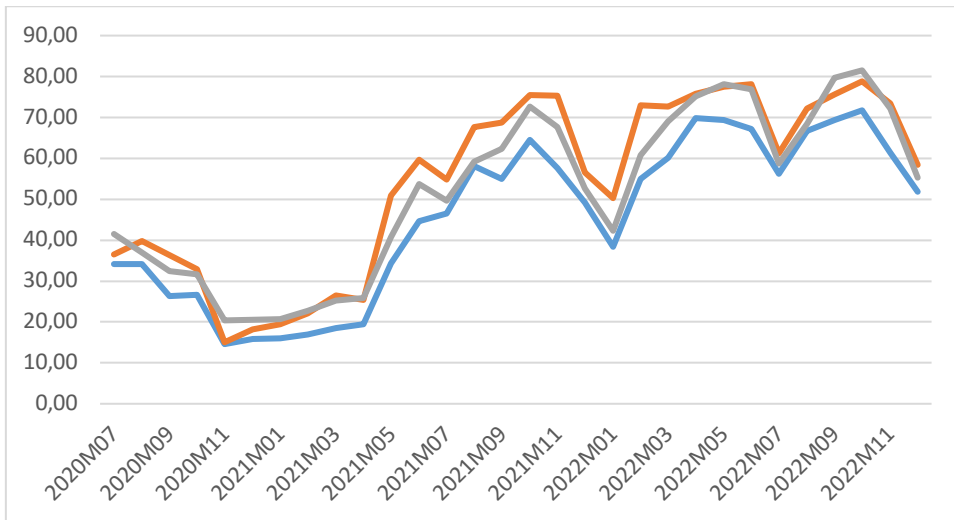


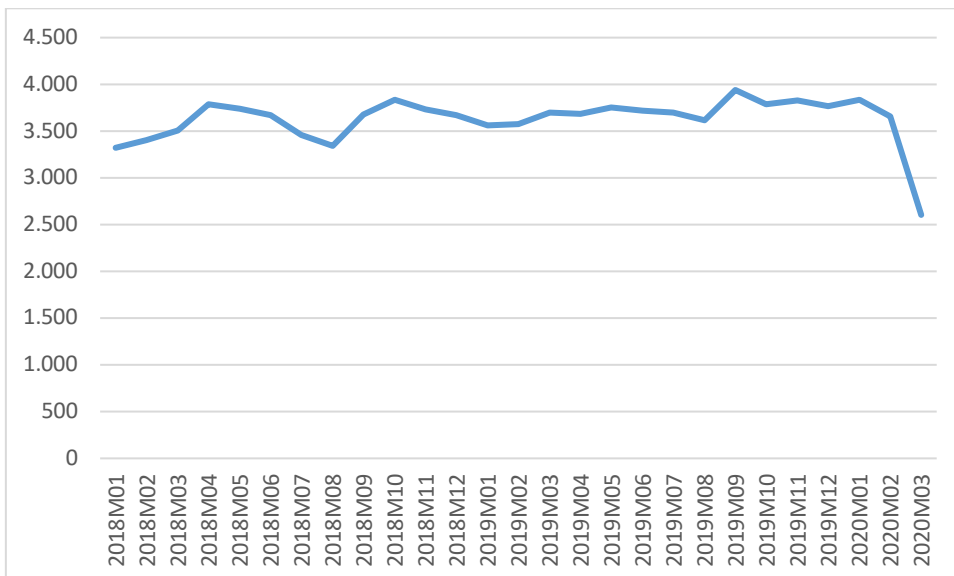
Figura 3: Grado de ocupación por plaza, fin de semana y por habitaciones. pre y postpandemia. 2018-2022. Unidades

Fuente: elaboración propia con datos del INE

4.4.4 Personal empleado en Sevilla

En figura 4 de abajo se contempla el personal empleado en Sevilla pre y post pandemia, antes de la pandemia la línea se mantiene prácticamente recta, con insignificantes altibajos, en la pandemia con la llegada del coronavirus desciende repentinamente. En la segunda gráfica son datos post pandemia, y vemos que realmente el empleo en el sector turístico no empieza a subir realmente hasta marzo de 2021, un año después de la pandemia.

Las pequeñas subidas y bajadas que se aprecian a lo largo de los años son debidos a la estacionalidad que sufre la ciudad de Sevilla, suben en los meses de primavera y otoño y bajan en los meses de verano e invierno.



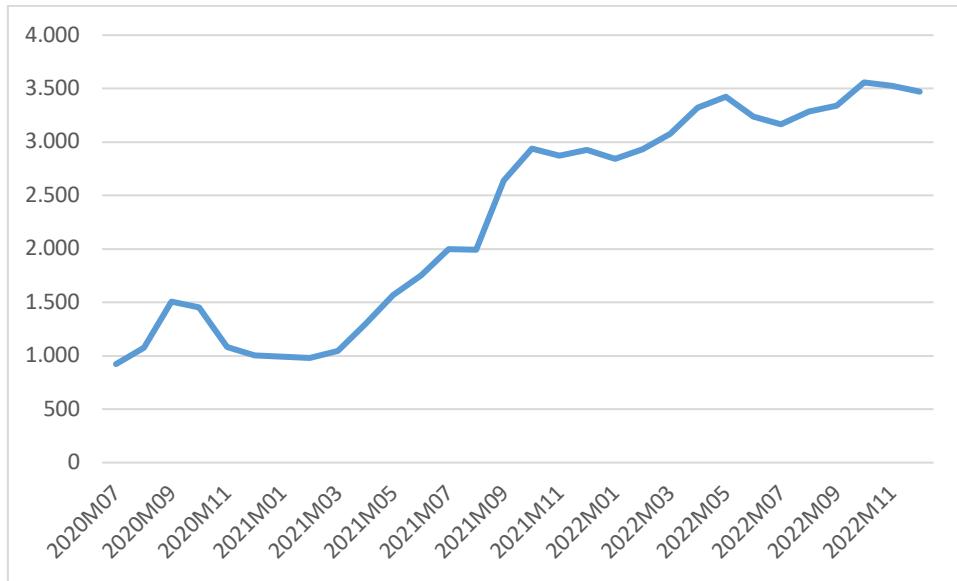


Figura 4: Personal empleado pre y postpandemia. 2018-2022. Unidades

Fuente: elaboración propia con datos del INE

RESULTADOS

6.1.1 Análisis de las respuestas al cuestionario

En la figura 5 podemos ver que el 100% de los hoteles que han respondido el cuestionario prestan el servicio Pet Friendly. En esta pregunta se han obtenido un total de 14 respuestas.

¿Ofrecen servicio pet friendly?

14 respuestas

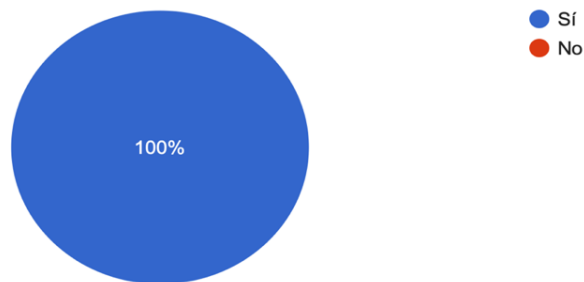


Figura 5: Porcentaje de hoteles que ofrecen el servicio Pet Friendly

Fuente: Elaboración propia con datos del cuestionario

En cuanto a figura 6 observamos que más de la mitad de los encuestados piensan que admitir mascotas no hace que otros clientes no quieran alojarse en su hotel, seguidamente de un 29% aproximadamente que piensan que podría ser una posibilidad de que tal vez haya clientes que no quieran alojarse en su hotel por el hecho de convivir con mascotas y con mejor porcentaje, solamente el 14% de los encuestados son los que piensan que sí podría ser una causa para que otros huéspedes se queden en otros lugares.

¿Cree que admitir mascotas puede hacer que otros clientes no quieran alojarse en su hotel?

14 respuestas

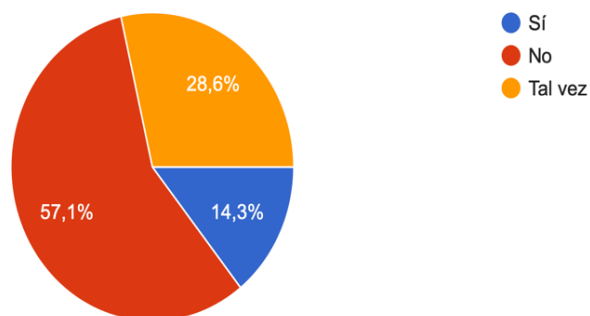


Figura 6: Porcentaje de hoteles que creen que admitir mascotas puede hacer que otros clientes quieran o no alojarse en su hotel.

Fuente: Elaboración propia con datos del cuestionario

En la figura 7 la pregunta ha sido respondida con una totalidad de las respuestas de la opción sí, en referencia a sí consideran importante ofrecer y dar el servicio Pet Friendly en sus hoteles.

Según el mercado atendido por su establecimiento: ¿Considera importante ofertar el servicio petfriendly ?

13 respuestas



Figura 7: Porcentaje de hoteles que consideran importante ofrecer el servicio Pet Friendly.

Fuente: Elaboración propia con datos del cuestionario

Respecto a la figura 8, alrededor del 64% piensan que el servicio Pet Friendly es totalmente una opción con perspectivas de futuro, el resto de las personas que han respondido esta pregunta creen que también es un ámbito con futuro pero que puede presentar algunas dificultades.

Las demás respuestas como sería “no lo tengo claro”, “no, pero con ayuda, quizás sí” y “no, no creo que tenga buenas perspectivas de futuro” no han sido seleccionadas como respuestas por ninguno de los encuestados

En su opinión ¿El servicio Pet Friendly es una opción con buenas perspectivas de futuro? Nos gustaría conocer su opinión aunque no ofrezca este servicio.

14 respuestas

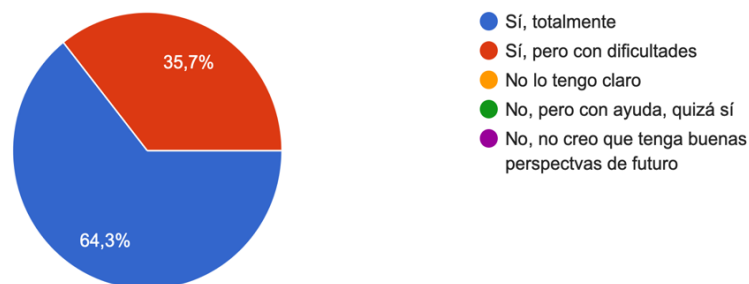


Figura 8: Porcentaje pensamiento si el servicio Pet Friendly es una opción con buenas perspectivas de futuro.

Fuente: Elaboración propia con datos del cuestionario

La figura 9 muestra que la gran mayoría de las personas encuestadas han respondido esta pregunta, piensan que el mejor medio de comunicación para dar a conocer el servicio Pet Friendly son las páginas webs, esto podríamos pensar que es debido a la importancia del internet hoy en día. Le siguen las páginas web de turismo y los artículos en blog y revistas, ambas opciones con 7 respuestas marcadas por las personas encuestadas. A continuación, tenemos nos anuncios con 6 puntos. Por último encontramos los periódicos, la televisión y las redes sociales como las opciones menos puntuadas por nuestros encuestados.

¿Cuáles creen que serían los mejores medios de comunicación para dar a conocer el servicio de alojamiento petfriendly?

14 respuestas

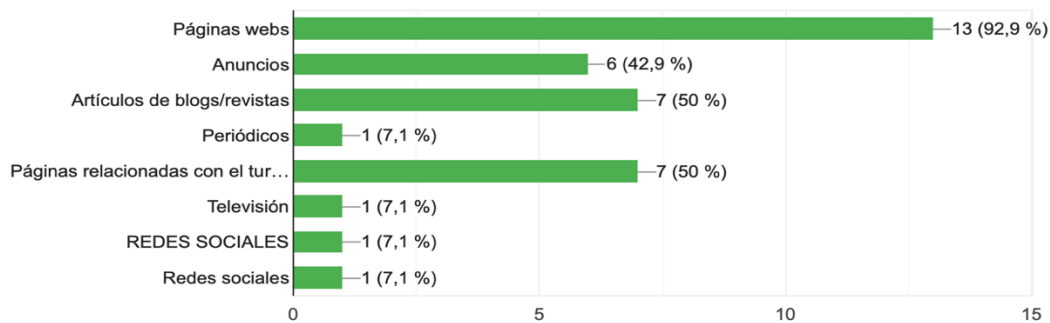


Figura 9: Medios de comunicación para dar a conocer el servicio Pet Friendly

Fuente: Elaboración propia con datos del cuestionario

Respecto a esta pregunta, más de la mitad de los hoteles encuestados, la figura 10 confirma que aproximadamente un 60% admiten todo tipo de mascotas en sus instalaciones, los otros hoteles restantes tienen opiniones divididas entre los que admiten solo perros y los que no admiten a cualquier tipo de mascota

¿Admiten todo tipo de mascotas en su hotel?

14 respuestas

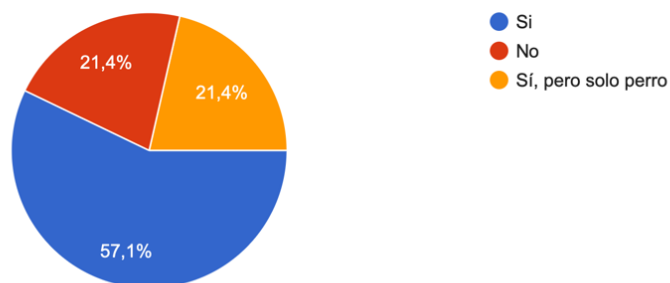


Figura 10: Porcentaje del tipo de mascotas que admiten en los hoteles.

Fuente: Elaboración propia con datos del cuestionario

Sorprendentemente en esta pregunta, figura 11, vemos que casi la mitad de los hoteles no cuentan con un personal capacitado para atender a las mascotas y a sus dueños, y eso nos puede dar que pensar ya que al ser un hotel Pet Friendly deberían de estar preparados para atender bien a los animales que se alojen en sus establecimientos. Le sigue un porcentaje del 36% de hoteles que si tienen personal capacitado, pero con conocimiento básicos. El 14% tienen una formación de conocimientos medios y destacaríamos que solamente un 7% poseen conocimientos avanzados, que son muy pocos teniendo en cuenta que estamos hablando de hoteles Pet Friendly y tienen que cuidar tanto a sus huéspedes humanos, como a sus huéspedes perrunos.

¿Cuentan con un personal capacitado para atender a las personas que se hospedan con sus mascotas en su establecimiento?
14 respuestas

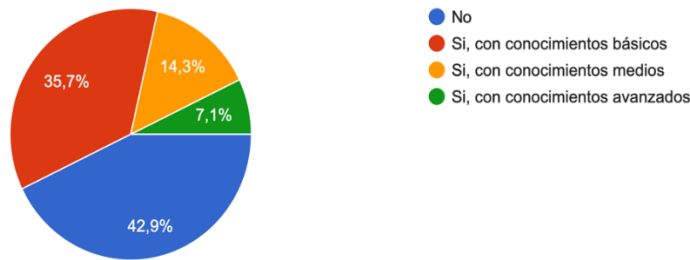


Figura 11: Porcentaje hoteles que cuentan con personal capacitado.

Fuente: Elaboración propia con datos del cuestionario

Podemos destacar en la figura 12 como 12 de 14 hoteles, que sería alrededor de un 86% añaden un coste extra a la habitación si esta va a estar ocupada también por cualquier mascota. Otra cosa para señalar es que también la mayoría, que serían 10 de los 14 hoteles estudiados, ponen a disposición de las mascotas bebedero y comedero en la habitación.

Solamente uno de todos los hoteles investigados ha marcado la opción de que pagan la comida de los animales.

En cuanto a la opción "Otros" han respondido que si reservan por su propia página web es gratis la estancia de las mascotas y se le ofrece una cama para los animales.

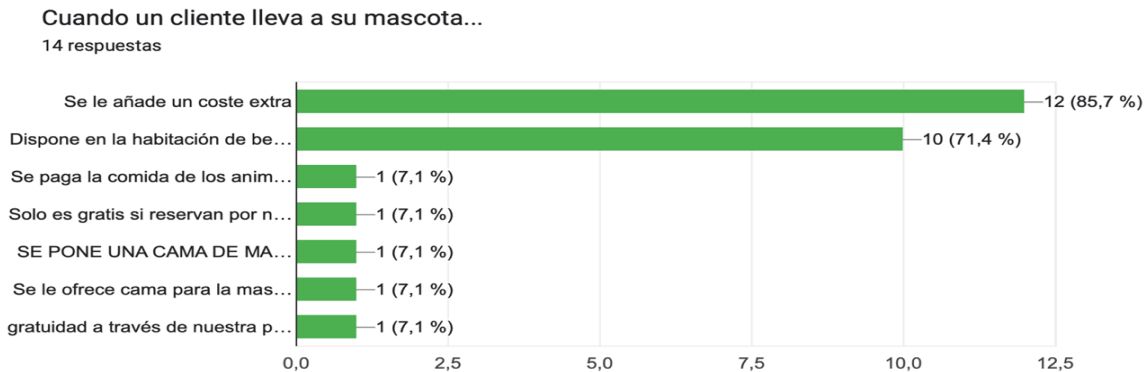


Figura 12: Servicios al reservar una habitación para mascotas.

Fuente: Elaboración propia con datos del cuestionario

Aunque están más igualados, en la figura 13, la opción de que las mascotas pueden estar por todo el hotel es la mayoritaria, con casi un 60%, frente a la que solo pueden estar en determinadas áreas. Que obtiene alrededor de un 40%. Ninguno de los encuestados marca la opción de tener zonas acomodadas para las mascotas en sus hoteles.

¿Las mascotas pueden estar por todas las estancias del hotel? ¿Hay alguna zona o servicio acomodado para las mascotas?

14 respuestas



Figura 13: Sitios donde pueden estar las mascotas.

Fuente: Elaboración propia con datos del cuestionario

En cuanto a la pregunta de si han notado un incremento de reservas desde que son Pet Friendly, figura 14, las respuestas están más divididas. En general la mayoría de los hoteles encuestados han notado un incremento de reservas desde que son hoteles Pet Friendly, pero cambia la cantidad de ingresos obtenidos. Por una parte, un 43% han notado este incremento de manera moderada y solamente el 7% de manera alta. Podríamos destacar también que un 35% no han notado ningún incremento de reservas desde que se han incluido el servicio para recibir a estos huéspedes tan especiales.

¿Han notado incremento de reservas desde que son pet friendly?

14 respuestas

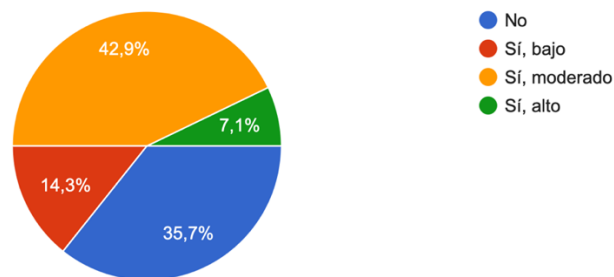


Figura 14: Gráfico incremento de reservas.

Fuente: Elaboración propia con datos del cuestionario

Observando este gráfico podemos ver que más de la mitad de los hoteles encuestados, casi un 60%, piensan que ofrecer el servicio Pet Friendly no es una de las mejores opciones para reducir la estacionalidad en sus establecimientos. Por otra parte, nos fijamos en que el otro 40% restante se dividen en los pensamientos de que si consideran que se puede reducir la estacionalidad y en que tal vez podría darse la posibilidad de que evitara la estacionalidad en su hotel.

¿Consideran que ofrecer este tipo de servicio puede reducir la estacionalidad del hotel?

14 respuestas

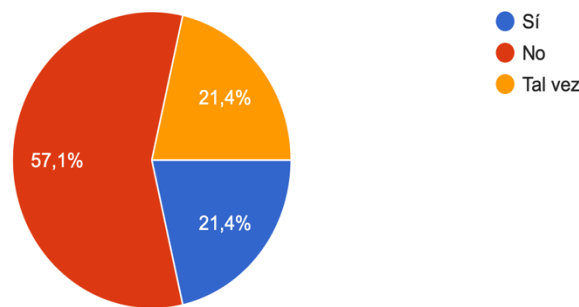


Figura 15: Reducción nivel de estacionalidad.

Fuente: Elaboración propia con datos del cuestionario

6.1.2 Preguntas abiertas

A continuación, vamos a comentar las diferentes respuestas que hemos obtenido de las preguntas de respuestas abierta.

Resuma de forma breve el procedimiento de como admiten a las mascotas.

Las diferentes respuestas han sido:

- Las admitimos bajo disponibilidad, con unas reglas claras y con suplemento para limpieza
- Aceptamos cualquier tipo de mascota y peso por el pago extra de 10€ la noche. -Se pueden quedar solo en la habitación, pero no se limpiará la habitación mientras estén solos. Si lo dejan en la habitación tienen que dejar un teléfono de contacto por si molesta deberán venir a por él.
- Información previa a la llegada+ reiterada en el check-in
- Bajo petición y posterior confirmación. Firman a la llegada de unas normas.
- Coste adicional por estancia de 10€
- Admitimos mascotas siempre que el dueño sea responsable y acepte que la habitación se limpie todos los días.
- Previa firma de política de mascotas y un depósito para posibles daños.
- Mediante suplemento, bajo la supervisión de su propietario quien no puede dejar la mascota sola en el apartamento y además facilitar su teléfono de contacto.
- El cliente nos informa de que va a venir con mascota nosotros le informamos del coste.

Las afirmaciones presentadas abordan diferentes aspectos de la admisión de mascotas en establecimientos, lo que refleja la diversidad de enfoques y políticas existentes. Al analizar estas respuestas, se puede observar una tendencia hacia la implementación de reglas claras y condiciones adicionales para permitir la presencia de mascotas.

Por un lado, se destaca la importancia de la limpieza y el mantenimiento del alojamiento, lo cual se refleja en el cobro de un suplemento para cubrir los costos adicionales de limpieza cuando se hospeda una mascota. Esta práctica reconoce los esfuerzos y recursos necesarios para mantener un ambiente limpio y agradable para todos los huéspedes, incluidos aquellos que no viajan con mascotas. Asimismo, se establecen restricciones sobre la limpieza de la habitación cuando la mascota está sola, lo cual puede ser una medida para evitar interacciones no deseadas o accidentes mientras el personal de limpieza realiza su trabajo.

Por otro lado, se hace hincapié en la responsabilidad del dueño de la mascota. Se exige que los huéspedes acepten y cumplan una serie de normas relacionadas con sus mascotas, lo cual puede incluir aspectos como no dejar a la mascota sola en la habitación o proporcionar un número de contacto en caso de cualquier eventualidad. Estas medidas buscan garantizar el bienestar de la mascota y prevenir situaciones incómodas o problemas para el establecimiento y otros huéspedes.

Además, se resalta la importancia de la comunicación clara y continua entre el establecimiento y los huéspedes que viajan con mascotas. Se hace énfasis en proporcionar información previa a la llegada y reiterarla durante el check-in, así como obtener la firma de los huéspedes en una política específica de mascotas. Estas prácticas buscan evitar malentendidos, asegurar que los huéspedes estén plenamente informados y fomentar la transparencia en la relación entre el establecimiento y los clientes que viajan con mascotas.

En resumen, las respuestas presentadas demuestran una preocupación por encontrar un equilibrio entre la satisfacción de los huéspedes y el bienestar de las mascotas, estableciendo políticas claras y condiciones adicionales para garantizar una experiencia agradable para todos. Al hacerlo, se busca brindar una atmósfera acogedora tanto para aquellos que viajan con mascotas como para aquellos que prefieren alojamientos libres de ellas.

2: ¿Qué los llevó a ser un hotel Pet Friendly?

- ¿Y porque no? No nos crea inconvenientes, quizás sólo un pequeño extra de suciedad, por los pelos, de ahí el suplemento.

-Decisión de cadena

-Una decisión comercial y de dirección

-Tenemos mascotas y sabemos lo que cuesta encontrar alojamiento con ellas

-El que cada vez son más las personas que viajan con su mascota además de ser un nicho de mercado importante

-Incentivar ventas.

-Por entender segmento en alza y atendiendo a las características de nuestro establecimiento

-Abarcar a más público

-Servicios

Las respuestas adicionales proporcionadas refuerzan la idea de que la decisión de convertirse en un hotel Pet Friendly se basa en diversos factores, incluyendo consideraciones comerciales, experiencias personales y una comprensión del mercado en evolución.

Por un lado, se destaca que permitir mascotas no representa un inconveniente significativo, excepto por la posibilidad de un ligero aumento en la suciedad debido al pelo de las mascotas. El suplemento cobrado por la limpieza adicional puede ser una

forma de cubrir esos costos y garantizar que el alojamiento siga siendo limpio y agradable para todos los huéspedes.

Además, se menciona que la decisión de ser Pet Friendly puede provenir de una decisión a nivel de cadena o de la dirección del establecimiento. Esto sugiere que puede haber una estrategia a largo plazo para adaptarse a las demandas cambiantes de los viajeros y aprovechar las oportunidades que brinda el mercado de mascotas.

También se destaca la experiencia personal de los propietarios o gerentes que tienen mascotas y han experimentado las dificultades de encontrar alojamiento que las acepte. Esta vivencia personal puede generar empatía y comprensión hacia otros dueños de mascotas, y motivar a abrir las puertas a ellos en el establecimiento.

Además, se resalta que el mercado de personas que viajan con sus mascotas está creciendo y es un nicho importante a tener en cuenta. Al convertirse en Pet Friendly, el establecimiento busca aprovechar esta tendencia y atraer a este segmento de viajeros que busca opciones de alojamiento que permitan mascotas.

Finalmente, se menciona que la decisión de ser Pet Friendly puede tener como objetivo incentivar las ventas y ampliar el alcance del establecimiento, abarcando a un público más amplio. Esto demuestra una comprensión de que permitir mascotas puede generar un aumento en la demanda y, por lo tanto, en los ingresos del establecimiento.

3- ¿Piensan que tienen que mejorar los servicios que ofrecen a las mascotas?

-No creo

-Los clientes opinan que es un buen servicio

-No, ofrecemos bebedero y comedero y camita

-En principio no mucho, aunque todo es susceptible de mejora

-Siempre se puede mejorar con personal extra que los pudiera pasear y alimentar mientras los clientes hacen turismo.

-En principio no

-No

-Siempre cabe la mejoría en instalaciones y elementos específicos de uso a medida que vaya creciendo la demanda.

-En toda acción comercial siempre hay una oportunidad de mejora

-Siempre se puede mejorar más

-No

Algunas respuestas indican que no se considera necesario mejorar los servicios actuales. Esto podría deberse a que el establecimiento considera que ya ofrece un nivel adecuado de atención a las mascotas, o simplemente no ha recibido comentarios negativos de los clientes al respecto. Sin embargo, es importante recordar que siempre existe la posibilidad de mejora y la oportunidad de proporcionar una experiencia aún mejor para las mascotas y sus dueños.

Otras respuestas mencionan que los clientes opinan positivamente sobre los servicios ofrecidos a las mascotas. Esta retroalimentación positiva puede llevar al establecimiento a creer que no es necesario realizar cambios o mejoras en los servicios actuales. Sin embargo, es importante tener en cuenta que las necesidades y expectativas de los clientes pueden evolucionar con el tiempo, por lo que es fundamental seguir evaluando y adaptando los servicios a medida que sea necesario.

Hay respuestas que sugieren que ya se ofrecen servicios básicos como bebederos, comederos y camitas para las mascotas. Aunque estos elementos son importantes, es posible que existan áreas de mejora adicionales, como proporcionar personal adicional para pasear y alimentar a las mascotas mientras los clientes disfrutan de actividades

turísticas. Esto podría agregar valor a la experiencia de los huéspedes y garantizar el bienestar de las mascotas durante su estancia.

Otras respuestas reconocen que siempre hay margen de mejora en términos de instalaciones y elementos específicos destinados al uso de las mascotas. Esta perspectiva demuestra una disposición a evolucionar y adaptarse a medida que aumenta la demanda y se identifican nuevas oportunidades para mejorar los servicios.

4- ¿Consideran que ofrecer este tipo de servicio puede reducir la estacionalidad del hotel? Indique brevemente por qué.

-Tenemos mascotas todo el año

-Siempre hay gente que viaja con mascotas

-No pensamos que el cliente descarte nuestro hotel como opción porque admitimos mascotas

-Sinceramente nosotros no notamos la estacionalidad, todos los meses tenemos una media de ocupación del 90 %

-La gente viaja en las épocas que viaja, independientemente de que se acepten mascotas o no.

-El volumen es muy moderado.

-La admisión de mascotas no es determinante en ningún espacio temporal

Algunas respuestas indican que la admisión de mascotas no tiene un impacto significativo en la estacionalidad del hotel. Se argumenta que la gente viaja en diferentes épocas y que la aceptación de mascotas no es un factor determinante para los huéspedes al elegir un alojamiento. Esta perspectiva sugiere que la estacionalidad del hotel está determinada por otros factores, como eventos locales, destinos turísticos específicos o preferencias estacionales de los viajeros.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que otras respuestas mencionan que siempre hay gente que viaja con mascotas y que tienen mascotas durante todo el año. Esto sugiere que ofrecer servicios Pet Friendly puede atraer a un segmento específico de viajeros que buscan opciones de alojamiento que les permitan llevar a sus mascotas. Al atraer a este segmento, el hotel puede aumentar su ocupación y reducir la estacionalidad, ya que estos viajeros pueden optar por viajar en diferentes momentos del año, no solo durante las temporadas turísticas más concurridas.

Además, una respuesta menciona que no notan la estacionalidad y tienen un alto nivel de ocupación durante todo el año. Si bien esto puede deberse a diversos factores, como ubicación, promoción efectiva u otros servicios ofrecidos, también es posible que la admisión de mascotas desempeñe un papel en esta ocupación constante. Permitir mascotas puede atraer a más huéspedes y generar una demanda continua en lugar de estar sujeto a fluctuaciones estacionales.

En resumen, las respuestas proporcionadas muestran diferentes perspectivas sobre si ofrecer servicios Pet Friendly puede reducir la estacionalidad del hotel. Si bien algunas respuestas indican que la admisión de mascotas no es un factor determinante en la estacionalidad, otras sugieren que atraer a viajeros con mascotas puede contribuir a una ocupación constante y a una reducción de la estacionalidad. La inclusión de servicios Pet Friendly puede ser una estrategia efectiva para atraer a un segmento específico de viajeros y mantener una demanda estable durante todo el año.

6.2 Discusión de resultados

A modo de discusión de los resultados del análisis hemos considerado este apartado en que resumimos las diferentes respuestas obtenidas y su relación con la literatura consultada en este trabajo.

La mayoría de los hoteles encuestados (100%) ofrecen el servicio Pet Friendly, lo que indica una tendencia creciente en la aceptación de mascotas en los establecimientos hoteleros. La gran mayoría de los hoteles encuestados (100%) consideran importante ofrecer el servicio Pet Friendly, lo que indica una conciencia sobre la demanda y la importancia de atender a los dueños de mascotas.

Además, la mayor parte de los encuestados (alrededor del 64%) creen que el servicio Pet Friendly tiene buenas perspectivas de futuro, lo que refuerza la idea de que cada vez más personas buscan opciones de alojamiento que permitan llevar a sus mascotas. Las respuestas son similares a las conclusiones de aquellas investigaciones que lo consideran un servicio cada día más relevante.

Las respuestas recibidas revelaron diferentes enfoques y políticas en cuanto a la admisión de mascotas en los hoteles. Se destacó la importancia de establecer reglas claras y condiciones adicionales para garantizar la limpieza y el mantenimiento del alojamiento. Se enfatizó la responsabilidad del dueño de la mascota, exigiendo el cumplimiento de normas específicas y, en algunos casos, la firma de políticas y el pago de depósitos. Por tanto, se enfatiza en los aspectos normativos como los que regula la Ley de Protección Animal española.

Además, se identificaron diferentes razones para convertirse en un hotel Pet Friendly, como decisiones comerciales, comprensión del mercado en evolución y experiencias personales de los propietarios o gerentes con mascotas. Se reconoció el crecimiento del mercado de viajeros que prefieren llevar a sus mascotas consigo y se consideró que ser Pet Friendly podría atraer a este segmento y aumentar las ventas. En este caso vemos que las respuestas siguen el criterio de considerar este servicio una opción de futuro en el alojamiento.

En cuanto a los servicios ofrecidos a las mascotas, hubo respuestas que indicaron que los actuales eran suficientes y recibían comentarios positivos de los clientes. Sin embargo, también se mencionó la posibilidad de mejorarlos, mediante la inclusión de personal adicional para pasear y alimentar a las mascotas, así como la mejora de las instalaciones y elementos específicos para su uso. Una vez más se resalta la importancia de la calidad del servicio.

En relación con la reducción de la estacionalidad del hotel, hubo respuestas que indicaron que la admisión de mascotas no era un factor determinante en este aspecto. Sin embargo, otras sugirieron que ofrecer servicios Pet Friendly podría atraer a viajeros que prefieren viajar con sus mascotas y, por lo tanto, contribuir a una ocupación más constante durante todo el año. Por tanto, es una buena propuesta para investigaciones futuras de tipo cuantitativo.

Existe un debate entre los hoteles sobre si admitir mascotas podría afectar la preferencia de otros clientes. Aproximadamente la mitad de los encuestados no consideran que admitir mascotas sea un factor que disuada a otros huéspedes, mientras que un porcentaje considerable (alrededor del 29%) cree que podría influir negativamente en la elección de alojamiento. Esta reticencia parece que se reduce con el tiempo, según la literatura consultada.

Las páginas web son consideradas el mejor medio de comunicación para dar a conocer el servicio Pet Friendly por la mayoría de los encuestados, seguidas de las páginas web de turismo, artículos en blogs y revistas. Los periódicos, la televisión y las redes sociales son medios menos utilizados para promover este servicio. Por tanto, Internet vuelve a ser el foco de atención.

La mayoría de los hoteles encuestados (alrededor del 60%) admiten todo tipo de mascotas, mientras que algunos se limitan a aceptar solo perros o no admiten a ninguna mascota. Pero sorprendentemente, casi la mitad de los hoteles encuestados no cuentan con personal capacitado para atender a las mascotas y a sus dueños, lo que podría ser una oportunidad de mejora en la calidad del servicio ofrecido.

Lo más habitual (aproximadamente el 86%) es aplicar un costo extra a las habitaciones ocupadas por mascotas, y la mayoría proporciona bebedero y comedero en la habitación. Solo un pequeño porcentaje cubre el costo de la comida de las mascotas. Además, la opción más común es permitir que las mascotas estén por todo el hotel, en lugar de restringirlas a áreas específicas. La idea de tener zonas acomodadas para mascotas en los hoteles no fue mencionada por ninguno de los encuestados.

En cuanto al impacto en las reservas, la mayoría de los hoteles encuestados han experimentado un incremento moderado en las reservas desde que se volvieron Pet Friendly, aunque un porcentaje considerable no ha notado ningún cambio significativo. Solo un pequeño porcentaje ha experimentado un incremento alto en las reservas. Una vez más este aspecto deberá ser estudiado en el futuro de forma más profunda.

Por tanto y en resumen, los resultados arrojan un claro interés por este servicio y por la calidad del mismo. Por otro lado, se observa una percepción de un incremento de la demanda en el futuro y esto lo convierte en una opción interesante para una ciudad como Sevilla, uno de los centros turísticos más relevantes de España.

CONCLUSIONES

Para concluir, podríamos destacar que el fenómeno Pet Friendly ha experimentado un crecimiento significativo en España y en todo el mundo, se estima que uno de cada tres hogares convive con al menos una mascota. Además, se ha expandido más allá de lugares y espacios físicos, llegando incluso a los entornos laborales.

Este aumento en la tenencia de animales de compañía refleja un cambio en la percepción de las mascotas, que son consideradas miembros de la familia y brindan compañía, alegría y amor incondicional.

Por otro lado, vemos como las ciudades han respondido a esta tendencia, ofreciendo servicios y espacios Pet Friendly en general, como parques para perros y áreas públicas destinadas a las mascotas. Esto ha generado una mayor oferta para el turismo Pet Friendly y ha creado oportunidades económicas.

La ley de protección de los derechos de los animales y el bienestar animal también está contribuyendo a que se fomente y se mejoren los derechos de los animales, ya que reconoce la importancia de garantizar el cuidado adecuado de las mascotas y su integración en el entorno

Asimismo, señalar que viajar con mascotas se ha vuelto cada vez más popular, ya que muchos propietarios consideran que sus compañeros de cuatro patas también merecen disfrutar de unas vacaciones. Así, para promover este tipo de servicios, los hoteles Pet Friendly se promocionan activamente entre los viajeros interesados en viajar con sus mascotas.

Es importante destacar que estos establecimientos toman medidas para asegurar la comodidad de todos sus huéspedes, tanto aquellos que viajan con mascotas como aquellos que prefieren evitar la presencia de animales por razones personales o alergias.

A nivel mundial, el turismo Pet Friendly está en aumento, especialmente en Europa y Estados Unidos, donde se han desarrollado políticas y servicios especializados para atender a los viajeros que desean viajar con sus mascotas. Sin embargo, en algunos lugares, como China, aún existe cierta resistencia cultural a tener mascotas, lo que limita el desarrollo del mercado de viajes con animales en esa región. En general, el turismo Pet Friendly se ha convertido en un segmento importante de la industria turística, y los destinos que promueven este tipo de servicios están experimentando un crecimiento significativo.

Nuestra investigación ha aportado información que confirma el interés por este servicio y por sus beneficios para los alojamientos que disponen de él, así como en cierta medida la reducción de la estacionalidad. En definitiva, los lugares Pet Friendly ofrecen servicios y comodidades que garantizan el bienestar, seguridad y satisfacción tanto de los animales como de sus dueños y pueden ser una buena opción turística para ciudades tan relevantes para este sector como Sevilla, cuyo atractivo turístico es indiscutible en España y en el mundo.

7.1 NUEVAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Como nuevas líneas de investigación se plantea un análisis cuantitativo detallado, aumentando el ámbito geográfico a toda la provincia e incluso a la Comunidad Autónoma de Andalucía, de manera que se obtenga una muestra representativa de los hoteles que ofrecen este servicio y los que no lo hacen.

Una vez obtenidas las respuestas, se podría realizar un análisis comparativo entre ambos respecto a las ventajas e inconvenientes del servicio Pet Friendly.

Bibliografía

- Almagro. (2022, diciembre 7). *¿Cómo será tener perro con la nueva ley de protección animal?* Muy Interesante. <https://www.muyinteresante.es/mascotas/52326.html>
- Aranda, E. M. (2022). *ANÁLISIS LAS NUEVAS FORMAS DE ALOJAMIENTO: HOTELES "PET FRIENDLY" Y LA TENDENCIA DE DICHO TURISMO EN MÁLAGA.*
- Ayuntamiento de Sevilla. (2022, noviembre 9). *Sevilla, elegida capital europea del turismo inteligente en 2023.* Ayuntamiento de Sevilla. <https://www.sevilla.org/actualidad/noticias/2022/sevilla-elegida-capital-europea-del-turismo-inteligente-en-2023>
- Diario de Madrid. (2022, julio 21). *Nuevas áreas caninas, donde los perros disfrutarán a 'pata suelta'.* Diario de Madrid. <https://diario.madrid.es/blog/2022/07/21/nuevas-areas-caninas-donde-los-perros-disfrutaran-a-pata-suelta/>
- Diario de Sevilla. (2022, julio 9). *Mejores destinos pet friendly en España para este verano.* Diario de Sevilla. https://www.diariodesevilla.es/mascotas/mejores-destinos-pet-friendly-Espana-verano_0_1700230080.html
- Guerrero, B. (2022, mayo 27). *Los 20 mejores hoteles pet friendly en España para viajar con tus mascotas.* Micasa Revista. <https://www.micasarevista.com/hoteles/g152219/hoteles-pet-friendly/>
- Jimenez, J. (2018, diciembre 14). *España, cada vez más envejecida y con más mascotas.* <https://www.animalshealth.es/mascotas/espana-cada-vez-mas-envejecida-y-con-mas-mascotas>
- Junta de Andalucía. (2023a). *Plan turístico de grandes ciudades de Sevilla.*
- Junta de Andalucía. (2023b). *Indicadores Estadísticos de Andalucía | Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía.* <https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/indea/notas/23.htm#>
- Lama, A. V., & Tabales, A. F. (2017). Reconstruir la historia del turismo a través de la prensa: La evolución del espacio turístico de Sevilla (1915-2015). *Cuadernos Geográficos*, 56(1), Article 1.
- Ni, Meng. (2022). *Nuevas líneas de actuación sobre el desarrollo del turismo doméstico de mascotas en China.* Universidad de Zaragoza.
- Pérez Monguió, J. M. (2018). El concepto de animal de compañía: Un necesario replanteamiento. *Revista Aragonesa de Administración Pública*, 51, 244-280.
- perro, V. con. (2021, noviembre 5). *Sevilla con perro. Vacaciones con Perro.* <https://vacacionesconperro.es/sevilla-con-perro/>
- PEXELS. (2023, abril 2). *Ley de Bienestar Animal: Cambios en medios de transporte y espacios públicos si tienes animales.* https://buy-eu.piano.io/checkout/template/cacheableShow?aid=dh3NeYaApe&templateId=OT1NV AIOBVBW&templateVariantId=OTV6RR8ECAH35&offerId=fakeOfferId&experienceId=EX24LYNZW676&iframeId=offer_42174bce75cba49ba67c-0&displayMode=inline&pianoUrl=https%3A%2F%2Fid-eu.piano.io%2Fid%2F&widget=template&url=https%3A%2F%2Fwww.epe.es
- Pipper on tour. (2019). *SEVILLA CON PERRO. PIPPER ON TOUR.* <https://www.pipperontour.com/misviajes/sevilla>
- relevant. (2021, abril 27). ▷ *¿Qué son los Hoteles Pet Friendly? - ¡Viaja con tu mascota!* *Hotel Plaza Revolucion.* <https://hotelplazarevolucion.com/blog/hoteles-pet-friendly/>
- Rossamakhina, A. (2021a). *Análisis de viabilidad para la creación de un establecimiento*

hotelero pet-friendly en la ciudad de Valencia [Proyecto/Trabajo fin de carrera/grado, Universitat Politècnica de València]. <https://riunet.upv.es/handle/10251/171639>

Rossamakhina, A. (2021b). *Análisis de viabilidad para la creación de un establecimiento hotelero pet-friendly en la ciudad de Valencia* [Proyecto/Trabajo fin de carrera/grado, Universitat Politècnica de València]. <https://riunet.upv.es/handle/10251/171639>

Sagarra, N. (2023, mayo 6). Convivir con un animal de compañía combate la soledad en personas mayores. *especiesPRO | publicación para comercios de animales de compañía*. <https://especiespro.es/articulos/convivir-con-un-animal-de-compania-combate-la-soledad-en-personas-mayores/>

tecnohotel. (2017, diciembre 11). *España, fuera del top10 de países con hoteles «pet friendly»*. <https://tecnohotelnews.com/2017/12/hoteles-pet-friendly/>

Vacaciones con perro. (2021, noviembre 5). Sevilla con perro. *Vacaciones con Perro*. <https://vacacionesconperro.es/sevilla-con-perro/>

Vidal, A. (2023, enero 22). *Los principales cambios que traerá consigo la Ley de Bienestar Animal*. *elperiodicodeespana*. <https://www.epe.es/es/espana/20230122/pasara-entre-vigor-ley-bienestar-animal-dv-80911476>

Wilkin, C. L., Fairlie, P., & Ezzedeen, S. R. (2016). Who let the dogs in? A look at pet-friendly workplaces. *International Journal of Workplace Health Management*, 9(1), 96-109. <https://doi.org/10.1108/IJWHM-04-2015-0021>

Your Europe. (2023, mayo 26). *Normas de la UE para viajar con mascotas y otros animales en la UE*. Your Europe. https://europa.eu/youreurope/citizens/travel/carry/animal-plant/index_es.htm

Yuryeva, Y. (2016). *Los animales de compañía en el mundo del alojamiento* [BachelorThesis]. <https://repositori.udl.cat/handle/10459.1/59658>

ANEXOS

Anexo 1: Cuestionario realizado

Pregunta	Autor
¿Ofrecen el servicio pet friendly?	Aranda, 2022
¿Cree que admitir mascotas puede hacer que otros clientes no quieran alojarse en su hotel?	Aranda, 2022
Según el mercado atendido por su establecimiento: ¿Considera importante ofertar el servicio petfriendly ?	Buitrago López & Cajas Zambrano, 2020
En su opinión ¿El servicio Pet Friendly es una opción con buenas perspectivas de futuro?	Buitrago López & Cajas Zambrano, 2020

¿Cuáles creen que serían los mejores medios de comunicación para dar a conocer el servicio de alojamiento petfriendly?	Buitrago López & Cajas Zambrano, 2020	
¿Admiten todo tipo de mascotas en su hotel?	Aranda, 2022	
Si son solo perros, ¿por qué?	Aranda, 2022	
¿Cuentan con un personal capacitado para atender a las personas que se hospedan con sus mascotas en su establecimiento?	Buitrago López & Cajas Zambrano, 2020	
Cuando un cliente lleva a su mascota...	Aranda, 2022	
Resuma de forma breve el procedimiento de que admiten mascotas	Aranda, 2022	
¿Las mascotas pueden estar por todas las estancias del hotel? ¿Hay alguna zona o servicio acomodado para las mascotas?	Aranda, 2022	
¿Qué les llevó a ser un hotel pet friendly?	Aranda, 2022	
¿Piensan que tienen que mejorar los servicios que ofrecen a las mascotas?	Aranda, 2022	
¿Han notado incremento de reservas desde que son pet friendly?	Aranda, 2022	
¿Consideran que ofrecer este tipo de servicio puede reducir la estacionalidad del hotel?	Aranda, 2022	
Respecto a la pregunta anterior, indique brevemente por qué	Aranda, 2022	
Indiquen que porcentaje aproximado (en %) de habitaciones que reservan de habitaciones pet friendly	Preguntas muestra	estructura
¿Me podría decir el nombre del hotel?	Preguntas muestra	estructura
¿Podría facilitarme un teléfono de contacto?	Preguntas muestra	estructura
¿Me podría indicar su correo electrónico?	Preguntas muestra	estructura
¿Me pondría indicar el número de estrellas de su hotel?	Preguntas muestra	estructura
¿Me podría indicar el número de habitaciones de su hotel?	Preguntas muestra	estructura

¿Me podría indicar el número de empleados aproximados de su hotel?

Preguntas muestra

estructura

Anexo 2: Grado de ocupación por plazas, en fin de semana y por habitaciones. Número de establecimientos, habitaciones y plazas estimadas. Personal empleado. Período 2018-2022

Año	Grado de ocupación por plazas	Grado de ocupación por plazas en fin de semana	Grado de ocupación por habitaciones	Número de establecimientos abiertos estimados	Número de habitaciones estimadas	Número de plazas estimadas
2018M01	53,53	61,28	61,22	196	10.538	21.111
2018M02	63,08	77,90	71,36	203	10.650	21.111
2018M03	65,99	76,33	75,02	214	10.851	21.111
2018M04	74,19	83,02	84,32	216	11.033	22.222
2018M05	74,73	82,14	86,07	217	11.037	22.222
2018M06	69,50	77,30	78,78	231	11.195	22.222
2018M07	62,97	66,65	67,39	224	10.675	21.111
2018M08	69,98	71,38	72,34	216	10.553	21.111
2018M09	74,84	82,57	85,38	227	11.146	22.222
2018M10	75,78	86,25	87,96	228	11.168	22.222
2018M11	66,36	77,72	79,13	234	11.298	22.222
2018M12	58,90	72,55	65,10	223	11.187	22.222
2019M01	56,29	63,38	65,17	222	11.095	22.222
2019M02	63,60	76,68	73,89	232	11.281	22.222
2019M03	72,88	84,40	83,96	230	11.263	22.222
2019M04	78,27	83,96	87,14	232	11.317	22.222
2019M05	77,47	82,70	88,83	231	11.310	22.222
2019M06	71,25	78,90	81,97	229	11.270	22.222
2019M07	63,57	67,88	68,80	226	11.024	22.222
2019M08	72,66	73,52	75,62	222	11.012	22.222
2019M09	74,53	80,76	85,78	235	11.518	23.333
2019M10	75,83	83,97	88,19	235	11.572	23.333
2019M11	65,46	73,92	79,43	237	11.611	23.333

2019M12	58,15	72,58	64,06	233	11.528	23.
2020M01	56,52	66,98	65,62	227	11.376	22.
2020M02	64,47	77,86	73,51	232	11.425	23.
2020M03	34,40	42,45	40,71	209	9.153	18.
2020M04	0,00	0,00	0,00	0	0	0
2020M05
2020M06
2020M07	34,11	36,55	41,52	90	5.266	10.
2020M08	34,19	39,82	36,95	103	6.201	12.
2020M09	26,26	36,36	32,45	126	7.779	15.
2020M10	26,61	32,90	31,61	121	7.970	16.
2020M11	14,58	15,03	20,38	95	6.554	13.
2020M12	15,79	18,13	20,49	96	6.360	12.
2021M01	16,06	19,51	20,64	100	6.396	12.
2021M02	17,01	22,12	22,73	94	6.066	12.
2021M03	18,56	26,48	25,15	104	6.588	13.
2021M04	19,50	25,32	25,81	121	7.448	14.
2021M05	34,28	50,84	40,66	122	7.662	15.
2021M06	44,59	59,63	53,68	147	8.696	17.
2021M07	46,45	54,76	49,58	153	9.004	18.
2021M08	58,12	67,56	59,23	150	9.001	18.
2021M09	54,99	68,66	62,36	183	10.860	21.
2021M10	64,50	75,51	72,62	205	11.274	22.
2021M11	57,62	75,29	67,57	207	11.273	22.
2021M12	49,13	56,56	52,68	213	11.493	22.
2022M01	38,31	50,25	42,27	214	11.636	23.
2022M02	54,93	73,02	60,81	213	11.720	23.
2022M03	60,05	72,72	69,09	229	11.899	23.

2022M04	69,81	75,76	75,11	229	11.954	23.
2022M05	69,29	77,57	78,07	234	12.238	24.
2022M06	67,10	78,11	76,81	222	12.117	24.
2022M07	56,22	61,24	58,78	210	11.420	22.
2022M08	66,66	72,15	68,42	213	11.628	23.
2022M09	69,42	75,62	79,70	227	12.181	24.
2022M10	71,73	78,82	81,50	228	12.197	24.
2022M11	61,43	73,41	72,14	228	12.228	24.
2022M12	51,78	58,37	55,32	227	12.209	24.

Anexo 3: Respuestas al cuestionario realizado

¿Ofrecen servicio pet friendly?	¿Cree que admitir mascotas puede hacer que otros clientes no quieran alojarse en su hotel?	Según el mercado atendido por su establecimiento: ¿Considera importante ofertar el servicio petfriendly ?	En su opinión ¿El servicio Pet Friendly es una opción con buenas perspectivas de futuro? Nos gustaría conocer su opinión aunque no ofrezca este servicio.	¿Cuáles creen que serían los mejores medios de comunicación para dar a conocer el servicio de alojamiento petfriendly?	¿Admiten todo tipo de mascotas en su hotel?	Si son solo perros, ¿por qué?	¿Cuentan con capacidad para atender personas con mascotas en el establecimiento?
Sí	Sí		Sí, totalmente	Páginas webs, Anuncios	No		
Sí	No	Sí	Sí, pero con dificultades	Páginas webs	Si		Sí, conozco bien
Sí	No	Sí	Sí, pero con dificultades	Anuncios, Páginas relacionadas con el turismo	Si		

Sí	No	Sí	Sí, pero con dificultades	Páginas webs	Sí, pero solo perro	DECISIÓN DE CADENA	
Sí	Tal vez	Sí	Sí, totalmente	Páginas webs, Artículos de blogs/revistas	Si		
Sí	Tal vez	Sí	Sí, pero con dificultades	Páginas webs, Artículos de blogs/revistas, Páginas relacionadas con el turismo, REDES SOCIALES	No		S cono b
Sí	No	Sí	Sí, totalmente	Páginas webs, Artículos de blogs/revistas, Páginas relacionadas con el turismo	Si		
Sí	No	Sí	Sí, totalmente	Páginas webs, Anuncios, Artículos de blogs/revistas, Periódicos, Páginas relacionadas con el turismo, Redes sociales	Si		S cono b
Sí	Tal vez	Sí	Sí, totalmente	Páginas webs	Si		S cono ava
Sí	Sí	Sí	Sí, totalmente	Páginas webs	No		S cono b

Sí	No	Sí	Sí, totalmente	Páginas webs, Artículos de blogs/revistas, Páginas relacionadas con el turismo	Si	S cono b
Sí	No	Sí	Sí, totalmente	Páginas webs, Anuncios, Artículos de blogs/revistas, Páginas relacionadas con el turismo	Sí, pero solo perro	S cono m
Sí	No	Sí	Sí, totalmente	Páginas webs, Anuncios, Artículos de blogs/revistas, Páginas relacionadas con el turismo	Si	
Resuma de forma breve el procedimiento de que admiten mascotas	¿Las mascotas pueden estar por todas las estancias del hotel? ¿Hay alguna zona o servicio acomodado para las mascotas?	¿Qué les llevó a ser un hotel pet friendly?	¿Piensan que tienen que mejorar los servicios que ofrecen a las mascotas?	¿Han notado incremento de reservas desde que son pet friendly?		¿ q e pu es c
	Si pueden estar por todo el hotel			Sí, bajo		
las admitimos bajo disponibilidad, con unas reglas claras y con suplemento para limpieza	Si pueden estar por todo el hotel			No		

<p>Aceptamos cualquier tipo de mascota y peso por el pago extra de 10€ la noche. Se pueden quedar solo en la habitación, pero no se limpiará la habitación mientras estén solos. Si lo dejan en la habitación tienen que dejar un teléfono de contacto por si molesta deberán venir a por el.</p>	<p>Si pueden estar por todo el hotel</p>	<p>¿Y porque no? No nos crea inconvenientes, quizás sólo un pequeño extra de suciedad, por los pelos, de ahí el suplemento.</p>	<p>No creo</p>	<p>No</p>
<p>INFORMACIÓN PREVIA A LA LLEGADA + REITERADA EN EL CHECK IN</p>	<p>No, solo pueden estar en sitios reservados</p>	<p>DECISIÓN DE CADENA</p>	<p>LOS CLIENTES OPINAN QUE ES UN BUEN SERVICIO</p>	<p>No</p>
	<p>Si pueden estar por todo el hotel</p>		<p>no, ofrecemos bebedero y comedero y camita</p>	<p>Sí, moderado</p>
<p>BAJO PETICION Y POSTERIOR CONFIRMACION. FIRMAN A LA LLEGADA UNAS NORMAS.</p>	<p>No, solo pueden estar en sitios reservados</p>	<p>UNA DECISION COMERCIAL Y DE DIRECCION</p>	<p>EN PRINCIPIO NO MUCHO AUNQUE TODO ES SUSCEPTIBLE DE MEJORA</p>	<p>Sí, moderado</p>
<p>coste adicional por estancia de 10€</p>	<p>Si pueden estar por todo el hotel</p>	<p>Tenemos mascotas y sabemos lo que cuesta encontrar alojamiento con ellas</p>	<p>Siempre se puede mejorar con personal extra que los pudiera pasear y alimentar mientras los clientes hacen turismo.</p>	<p>Sí, moderado</p>

Admitimos mascotas siempre que el dueño sea responsable y acepte que la habitación se limpie todos los días.	No, solo pueden estar en sitios reservados	El que cada vez son mas las personas que viajan con su mascota además de ser un nicho de mercado importante	En principio no	Sí, moderado
	No, solo pueden estar en sitios reservados		No	No
Previa firma de política de mascotas y un deposito para posibles daños.	No, solo pueden estar en sitios reservados	Incentivar ventas.	Siempre cabe la mejoría en instalaciones y elementos específicos de uso a medida que vaya creciendo la demanda.	Sí, moderado
Mediante suplemento, bajo la supervisión de su propietario quien no puede dejar la mascota sola en el apartamento y además facilitar su teléfono de contacto	Si pueden estar por todo el hotel	Por entender segmento en alza y atendiendo a las características de nuestro establecimiento	En toda acción comercial siempre hay una oportunidad de mejora	Sí, alto
El cliente nos informa de que va a venir con mascota nosotros le informamos del coste	Si pueden estar por todo el hotel	abarcar a más público	Siempre se puede mejorar más	No
	No, solo pueden estar en sitios reservados	servicios	no	Sí, moderado