



República Bolivariana de Venezuela
Ministerio del Poder Popular Para La Educación Universitaria
Ministerio del Poder Popular Para El Turismo
Colegio Universitario Hotel Escuela de Los Andes Venezolanos

**VIAJAR CON TU MASCOTA: LA NUEVA TENDENCIA
DEL SERVICIO HOTELERO Y EL TURISMO
FAMILIAR
CASO DE ESTUDIO: HOTEL IBIS BUENOS AIRES**

Anteproyecto



Br. Valera, Luz
Br. Rivas, Grecia
Tutor: Dra. Vivas, Miriam

Mérida, junio 2023

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	I
INTRODUCCIÓN	II
Capítulo 1: Planteamiento del problema	
1.1. Evaluación del problema.....	4
1.2. Justificación.....	5
1.3. Objetivos	6
1.3.1. Objetivo General	6
1.3.2. Objetivos Específicos.....	6
1.4. Hipótesis y variables	6
1.4.1. Hipótesis.....	7
1.4.2. Variable independiente.....	7
1.4.3. Variable dependiente.....	7
Capítulo 2: Marco teórico	
2.1. Fundamentación teórica	8
2.2. Diseño de la investigación	9
2.2.1. Antecedentes teóricos.....	9
2.2.2. Tipo de investigación	10
2.2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	11
2.3. Referencias bibliográficas	12

Autores: Luz Valentina Valera Gil, Grecia Salomé Rivas Torres **Viajar con tu mascota: la nueva tendencia del servicio hotelero y el turismo familiar. Caso de estudio: Hotel Ibis Buenos Aires, Argentina.** Colegio Universitario Hotel Escuela de Los Andes Venezolanos. Tutor: Dra. Miriam Vivas.

RESUMEN

Esta investigación se encuentra enfocada a la nueva tendencia del servicio hotelero y el turismo familiar, como lo es el viajar con mascotas. Cada vez más personas eligen llevar a sus queridas mascotas durante sus vacaciones y buscan alojamientos que las acepten como huéspedes. Este cambio en la industria del turismo se debe a que las mascotas son consideradas parte de la familia para muchos propietarios. Por lo que se examinarán las ventajas y desventajas a través de una evaluación exhaustiva utilizando como caso de estudio el Hotel Ibis ubicado en Buenos Aires, Argentina. Donde se considerarán aspectos como la comodidad, seguridad y servicios para las mascotas, como también, los requisitos de viaje como certificados o vacunas y las posibles molestias que pueda ocasionar a otros huéspedes. Para así obtener un análisis detallado con una visión integral y fundamentada sobre esta tendencia emergente y su impacto en la experiencia del turismo familiar, que permita el desarrollo de estrategias y políticas efectivas, que promuevan la inclusión de este servicio turístico y garantice experiencias de viaje satisfactorias para todas las familias, incluidas aquellas que viajan con sus queridas mascotas.

Descriptor: Turismo familiar, nuevas tendencias, inclusión de mascotas, servicio de mascotas, promoviendo el turismo.

INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad que ha existido desde tiempos antiguos y se ha desarrollado de manera significativa a lo largo de la historia. Este consiste en el traslado de personas a diferentes lugares, tanto dentro como fuera de su país de origen, con el objetivo de conocer y disfrutar de nuevas culturas, paisajes, gastronomía y experiencias.

En la actualidad, el turismo familiar se ha convertido en una de las principales fuentes de ingresos para la industria hotelera. Sin embargo, uno de los mayores desafíos para los hoteles ha sido encontrar maneras de satisfacer las necesidades de los huéspedes con mascotas, quienes a menudo se ven obligados a dejar a sus queridos compañeros en casa durante sus vacaciones. En este sentido, la inclusión de mascotas en el servicio hotelero ha surgido como una tendencia en el mercado del hospedaje, ofreciendo a los huéspedes la posibilidad de viajar con sus mascotas y disfrutar de unas vacaciones en familia. Desde habitaciones y áreas específicas para mascotas, hasta servicios especializados y políticas claras, por lo que cada vez son más los hoteles que están implementando medidas para incluir a las mascotas en su oferta de servicios. De esta manera, el Hotel Ibis Buenos Aires ha tomado la iniciativa significativa al incorporar el servicio de mascotas en su oferta. Conscientes del creciente interés de los huéspedes en viajar con sus compañeros peludos, el hotel ha reconocido la importancia de adaptarse a las necesidades cambiantes de los viajeros.

Dentro de esta línea de ideas, se explorará en profundidad el tema de la inclusión de mascotas en el ámbito hotelero en pro del turismo familiar, evaluando su impacto en la satisfacción de los huéspedes y la rentabilidad del hotel Ibis Buenos Aires. También se identificarán las mejores prácticas y estrategias para implementar la inclusión de mascotas de manera efectiva y rentable. Para así, proporcionar recomendaciones para los hoteles que deseen sumarse a esta tendencia y ofrecer una experiencia completa y satisfactoria a sus huéspedes con mascotas.

La estructura de este proyecto se ha diseñado cuidadosamente con el fin de abordar de manera exhaustiva el tema y proporcionar una visión integral de la investigación. En consecuencia, se organiza la investigación en 4 capítulos, que se componen de la siguiente manera:

- Capítulo I, Se evalúa el problema, así como la justificación y los objetivos que dirigen el proyecto con el propósito de establecer el contexto de la importancia de la inclusión de mascotas en el servicio hotelero y el turismo familiar. Además, se exponen las hipótesis y las variables independientes y dependientes de la investigación para ofrecer una visión general de la metodología a seguir del proyecto.
- Capítulo II, Se encarga de aportar un sólido fundamento teórico y sobre los beneficios y las implicaciones de introducir mascotas en la industria hotelera y el turismo familiar. De igual manera, se describirán en detalle los enfoques, los métodos y las técnicas utilizadas en la recolección y análisis de datos. También se incluirán investigaciones previas que respalden y enriquezcan la comprensión de los conceptos claves relacionados con el tema.
- Capítulo III, titulado "Metodología", donde se explicarán las estrategias de muestreo, los instrumentos de recopilación de datos y los procedimientos de análisis. Asimismo, se abordarán posibles limitaciones y se discutirá la validez y confiabilidad de los resultados obtenidos.
- Capítulo IV, denominado "Resultados y Conclusiones", presentará los hallazgos de la investigación de manera clara y concisa. Se analizarán los datos recopilados y se comprobará la viabilidad de la inclusión de mascotas en la industria hotelera. Además, se discutirán las implicaciones de los resultados y se ofrecerán recomendaciones prácticas para el servicio hotelero y el turismo familiar basadas en los hallazgos obtenidos, seguido de recomendaciones y referencias bibliográficas consultadas durante la ejecución del proyecto.

CAPÍTULO 1

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El planteamiento del problema se conforma de los siguientes aspectos: evaluación del problema, justificación, objetivos, hipótesis y variables que permitan esclarecer la finalidad de la investigación.

1.1. EVALUACIÓN DEL PROBLEMA

La inclusión de mascotas en el turismo familiar plantea un conjunto de desafíos y dilemas que requieren una evaluación exhaustiva. Si bien es cierto que cada vez más propietarios de mascotas desean viajar con sus compañeros peludos, esta tendencia presenta implicaciones tanto para los viajeros como para la industria turística en general. En primer lugar, surge la cuestión de la comodidad y bienestar de las mascotas durante el viaje. Los desplazamientos pueden resultar estresantes para los animales, especialmente en largos trayectos o cuando se utilizan medios de transporte que no son adecuados para su tamaño o necesidades específicas. Igualmente, se debe considerar la adaptación de los destinos y alojamientos a las mascotas, garantizando que existan espacios adecuados, servicios veterinarios disponibles y actividades apropiadas para su entretenimiento.

Otro aspecto relevante es el impacto que puede tener la presencia de mascotas en otros turistas y en el entorno. Algunas personas pueden tener alergias o miedos relacionados con los animales, lo que podría generar conflictos o incomodidades en los espacios compartidos. Por otro lado, es fundamental asegurar que las mascotas estén debidamente controladas y respeten las normas de comportamiento, evitando situaciones que puedan perturbar la tranquilidad de otros huéspedes o afectar la integridad del entorno natural. Asimismo, el aspecto logístico y administrativo no debe

pasarse por alto. Viajar con mascotas implica cumplir con requisitos específicos, como certificados de salud, vacunas actualizadas y documentación apropiada según las regulaciones de cada destino. Estos trámites pueden resultar engorrosos y generar gastos adicionales para los propietarios, lo que podría dificultar la planificación y elección de destinos. De igual forma, se debe considerar el impacto económico y operativo para la industria turística. Los hoteles y alojamientos que deciden aceptar mascotas deben adaptar sus instalaciones, entrenar al personal y asumir los costos adicionales asociados con la limpieza y mantenimiento de las áreas utilizadas por los animales. Esto implica una inversión significativa y la necesidad de establecer políticas claras para asegurar la calidad del servicio tanto para los huéspedes con mascotas como para aquellos que prefieren un entorno libre de animales.

Debido a todo lo expuesto, surge la necesidad de comprender a fondo los impactos y desafíos que esta tendencia conlleva. Para así, obtener un conocimiento más completo sobre los beneficios y contrapartidas de viajar con mascotas.

1.2. JUSTIFICACIÓN

La investigación acerca de la inclusión de mascotas en el turismo familiar desempeña un papel fundamental al proporcionar un conocimiento profundo sobre los impactos y desafíos asociados con la presencia de mascotas en los viajes familiares. Igualmente, se busca identificar los aspectos positivos, como el fortalecimiento de los vínculos familiares y el bienestar emocional de los propietarios al poder compartir momentos especiales con sus amadas mascotas durante el viaje. Al mismo tiempo, se analizan los desafíos y preocupaciones relacionados con el bienestar de los animales y la comodidad de los demás turistas. Adicionalmente, el estudio ayuda a comprender mejor las necesidades y preferencias de los propietarios de mascotas. Al comprender sus demandas específicas, se pueden adaptar y mejorar los servicios turísticos y las instalaciones de alojamiento. Lo que contribuye a ofrecer una experiencia más satisfactoria y atractiva para las familias que viajan con sus mascotas.

Este proceso también pretende facilitar información valiosa sobre las regulaciones y requisitos legales asociados con la inclusión de mascotas en el turismo familiar. Esto es esencial para garantizar el cumplimiento de las normativas sanitarias y de seguridad, así como para establecer pautas claras que promuevan la convivencia y el respeto mutuo entre los diferentes turistas. Por tanto, los resultados de la investigación informan la toma de decisiones de las autoridades y ayudan a establecer estándares y directrices que aseguren la seguridad y el bienestar tanto de las mascotas como de los demás turistas.

1.3. OBJETIVOS

Los objetivos de la investigación se dividen según su escala en dos categorías, objetivo general, como el propósito principal de la investigación y objetivos específicos, que se centran concretamente en aspectos o estrategias necesarias para alcanzar el objetivo principal. Estos objetivos, se enuncian a continuación:

1.3.1. Objetivo General

- Analizar la inclusión de mascotas en el servicio hotelero a través de una investigación documental.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Describir las experiencias de redes hoteleras que incluyan las mascotas dentro del servicio que ofrecen a las familias de turistas en el caso del Hotel Ibis Bueno Aires.
- Desarrollar estrategias y recomendaciones que promuevan la inclusión de mascotas en hoteles que aún no implementen el servicio.

1.4. Hipótesis y variables

La investigación en este ámbito buscará explorar y evaluar la relación entre estas variables, proporcionando una base para comprender mejor los beneficios y

desafíos asociados con la inclusión de mascotas en el turismo familiar.

1.4.1. Hipótesis: La inclusión de las mascotas en el turismo familiar tiene un impacto positivo en la satisfacción de los clientes.

La hipótesis propuesta sugiere que, al permitir la presencia de mascotas en los establecimientos hoteleros, se genera un ambiente más acogedor y familiar, lo cual contribuye a aumentar la satisfacción de los propietarios y clientes en general, creando una experiencia de viaje más completa y enriquecedora. Lo que se traduce en una mayor preferencia por aquellos hoteles que permiten la estadía de mascotas y un aumento en el número de turistas y huéspedes que eligen estos establecimientos.

1.4.2. Variable Independiente: Inclusión de las mascotas al campo hotelero.

La inclusión de mascotas al campo hotelero, implica adaptar las instalaciones y servicios para recibir a las mascotas de manera segura y cómoda. Esto incluye la creación de áreas específicas, así como servicios adicionales como camas o comederos especiales. Al brindar estas facilidades, se espera que los hoteles puedan atraer y retener a una mayor cantidad de clientes que deseen viajar con sus mascotas.

1.4.3. Variable dependiente: Incrementa el número de turistas y huéspedes.

Como variable dependiente, el incremento en el número de turistas y huéspedes, se refiere a la medida en que la inclusión de mascotas en el turismo familiar tiene un impacto positivo en la demanda y ocupación de los establecimientos hoteleros. Se espera que, al ofrecer la posibilidad de viajar con mascotas, se atraiga a un segmento de clientes más amplio, incluyendo a aquellos que de otra manera podrían optar por no viajar debido a la dificultad de dejar a sus mascotas en casa o en lugares de cuidado externos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Este proyecto cuenta con una sólida fundamentación teórica y un diseño de investigación respaldado por diversas disciplinas académicas. Estas áreas de estudio suministran un marco conceptual para comprender los beneficios y desafíos asociados a esta tendencia en constante crecimiento.

2.1. Fundamentación Teórica

Los conceptos básicos principales para abordar el tema de la inclusión de mascotas en el servicio hotelero y el turismo familiar, son los siguientes:

Teoría del turismo: Se requiere utilizar conceptos y enfoques teóricos relacionados con el turismo para comprender cómo la inclusión de mascotas puede afectar la experiencia turística y la demanda de servicios hoteleros. Esto implica considerar aspectos como las motivaciones de los turistas, las tendencias en la industria turística y la importancia del factor emocional en la elección de destinos turísticos.

Teoría de la hospitalidad: La teoría de la hospitalidad se compone de un marco para entender cómo los servicios hoteleros se adaptan y brindan una experiencia satisfactoria a los huéspedes y sus mascotas. Se analizan aspectos como la calidad del servicio, la personalización de las experiencias y la creación de un ambiente acogedor tanto para los huéspedes como para sus mascotas.

Teoría del comportamiento del consumidor: El estudio del comportamiento del consumidor ayuda a comprender las preferencias y las decisiones de los turistas que viajan con mascotas. Esto incluye la influencia de factores psicológicos, sociales y culturales en la elección de destinos y servicios hoteleros.

Teoría del apego humano-animal: Esta teoría se centra en la relación emocional entre las personas y sus mascotas, y cómo esta relación influye en el bienestar y el comportamiento humano. Al examinar el apego humano-animal, se pueden explorar los motivos emocionales y psicológicos que impulsan a los turistas a viajar con sus mascotas y la influencia de esa relación en su experiencia turística.

Teoría del marketing experiencial: Esta teoría se enfoca en la creación de experiencias memorables y significativas para los consumidores. En el contexto de la inclusión de mascotas en el servicio hotelero, se pueden aplicar los principios del marketing experiencial para diseñar y ofrecer experiencias únicas tanto para los huéspedes como para sus mascotas, generando así un mayor valor y satisfacción.

2.2. Diseño de la investigación

Para este caso, es importante considerar diferentes elementos del diseño, que incluyen: antecedentes teóricos, el tipo de investigación, la población y muestra, las consideraciones éticas, la población y muestra, entre otros.

2.2.1 Antecedentes de la investigación

Desde la psicología y el bienestar humano-animal, se ha demostrado que la interacción con mascotas tiene efectos positivos en la salud emocional y física de las personas. A partir de ese razonamiento (McNicholas, 2000) explica que: “La presencia de una mascota durante los viajes familiares puede reducir el estrés, promover la relajación y mejorar el estado de ánimo de los miembros de la familia. Además, la interacción con las mascotas fortalece los vínculos afectivos y fomenta un ambiente familiar más cálido y acogedor” (p.334).

La sociología del turismo aporta una comprensión profunda de las dinámicas sociales y culturales que influyen en el comportamiento de los turistas. (Smith, 2003) en su libro titulado “*Family vacation travel: Who's going where and why? Journal of*

Travel Research” argumenta lo siguiente: “La inclusión de mascotas en el turismo familiar refleja cambios en los valores y las preferencias de los viajeros, quienes cada vez más consideran a sus mascotas como miembros de la familia. Esta tendencia se alinea con la demanda creciente de experiencias turísticas auténticas y enriquecedoras, en las cuales se busca la integración total de todos los miembros de la familia, incluidas las mascotas” (p.340).

(Litvin, 2008), en su libro que lleva por nombre: “*Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. Tourism Management*” asegura que: “Los estudios de marketing y la segmentación de mercado han identificado a los propietarios de mascotas como un segmento de mercado clave en el turismo familiar. Estos viajeros tienen necesidades y preferencias específicas, como alojamientos pet-friendly, áreas para el esparcimiento de mascotas y servicios adaptados a las necesidades de los animales. La inclusión de mascotas en la oferta turística no solo responde a estas demandas, sino que también puede generar ventajas competitivas y atraer a un número mayor de turistas y huéspedes” (p.64).

Desde una perspectiva legal y reguladora, es importante considerar las leyes y regulaciones relacionadas con el transporte, la estadía y la seguridad de las mascotas en los viajes familiares. Existen normativas específicas que deben cumplirse para garantizar el bienestar de los animales, así como también para proteger a otros turistas y preservar la armonía en los destinos turísticos. El abogado y escritor, (Laws, 2004) expone lo siguiente: “El conocimiento de estas regulaciones es esencial para establecer políticas y prácticas que promuevan una inclusión responsable y segura de las mascotas en el turismo familiar” (p. 71).

2.2.2 Tipo de investigación

Este estudio se basa en una metodología mixta que combina elementos de investigación cuantitativa y cualitativa. Siguiendo con el objetivo principal de obtener

una comprensión integral y enriquecedora de la inclusión de mascotas en el servicio hotelero y en el turismo familiar, así como de sus efectos y beneficios.

En cuanto a la investigación cuantitativa, se empleará un enfoque basado en datos numéricos y medidas objetivas. Se llevará a cabo un análisis estadístico de datos recopilados a través de encuestas y cuestionarios estructurados. Estas herramientas permitirán obtener información cuantificable sobre la percepción y las preferencias de los huéspedes en relación con la presencia de mascotas en los hoteles y en sus experiencias de turismo familiar. Igualmente, se realizarán análisis comparativos y se buscarán correlaciones entre variables para establecer relaciones cuantitativas significativas.

En contraste, se utilizará una perspectiva cualitativa para profundizar en las percepciones, experiencias y emociones de los participantes. A través de entrevistas en profundidad, análisis de contenido de testimonios y reseñas de huéspedes, se explorarán en detalle las vivencias y perspectivas subjetivas sobre la inclusión de mascotas en la experiencia hotelera y en el turismo familiar. Este enfoque cualitativo permitirá capturar matices, obtener una comprensión de los beneficios y desafíos, así como identificar temas emergentes y construir una narrativa rica en detalles.

2.2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La exploración propuesta sobre la tendencia de viajar con mascotas en el servicio hotelero y el turismo familiar requerirá de una investigación documental. Este enfoque metodológico permitirá obtener una visión fundamentada sobre el tema, teniendo en cuenta las limitaciones de recursos y tiempo, así como los aspectos éticos y la confidencialidad de los datos recopilados.

La investigación documental desempeña un papel crucial al proporcionar una base teórica sólida para comprender el contexto general y las prácticas existentes en la industria hotelera y turística en relación con el turismo familiar y las políticas de viaje

con mascotas. Se llevará a cabo un exhaustivo examen de literatura científica, estudios de mercado, informes gubernamentales y fuentes secundarias pertinentes. Estas fuentes proporcionarán datos valiosos sobre las tendencias actuales, los desafíos y las oportunidades relacionadas con este nicho de mercado emergente.

Tabla 1. Diseño del Enfoque metodológico

Tipo de investigación	Técnica	Instrumentos
Investigación documental	Examen exhaustivo de literatura científica	Este enfoque implica buscar y evaluar de manera exhaustiva la literatura científica disponible sobre el turismo con mascotas, el servicio hotelero y el turismo familiar. Se utilizan bases de datos especializadas, para identificar estudios relevantes, artículos científicos y revisiones sistemáticas previas.
	Análisis de informes y estudio de mercado	Se revisarán informes del hotel Ibis, además de estudios de mercado y otros documentos que suministren datos sobre las tendencias actuales en el turismo con mascotas y las políticas de viaje relacionadas. Se prestará atención a los datos estadísticos, las conclusiones y las recomendaciones relevantes para el proyecto de investigación.
	Recopilación de datos de fuentes confiables y fuentes secundarias	Se recopilarán datos relevantes de fuentes secundarias confiables, como bases de datos académicas, sitios web oficiales, informes, publicaciones especializadas y libros relacionados con el turismo, la industria hotelera y las políticas de viaje con mascotas. Estos datos pueden incluir estadísticas, regulaciones, políticas, buenas prácticas y estudios de casos relevantes.

2.3. Referencias Bibliográficas

Adams, C. L. (2000). *Predictors of owner satisfaction with companion-dog-training schools*. *Anthrozoös*, 13(1), (págs. 17-25.).

Canine Journal. (Consultado el 2 de Junio de 2023). Obtenido de "Pet-Friendly Hotels and Travel Guide": Disponible en: <https://www.caninejournal.com/pet-friendly-hotels/>

Laws, E. (2004). Tourism regulation and animal welfare: Reflections on the legal control of tourism activities affecting animals. . En *Tourism Recreation Research*, 29(2), (págs. 71-76.).

Litvin, S. W. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*, 29(3), (págs. 64-70).

McNicholas, J. &. (2000). *Enriching lives: The importance of companionship of animals*. *Society & Animals*, 8(3), (págs. 333-352).

PetsWelcome. (Consultado el 1 de Junio de 2023). Obtenido de "Pet-Friendly Hotels and Accommodations". Disponible en: <https://www.petswelcome.com/>

Smith, V. L. (2003). *Family vacation travel: Who's going where and why?* *Journal of Travel Research*, 42(4), (págs.336-346).

Weaver, P. A. (2016). *Dog-friendly hotel amenities: Influences on satisfaction and loyalty*. *Journal of Travel & Tourism Marketing* , 33(5), (págs. 11-24).