



<b>Introducción:</b> .....	<b>3</b>
<b>Mapa empatía:</b> .....	<b>6</b>
<b>Conclusión del equipo:</b> .....	<b>7</b>
<b>Anexos:</b> .....	<b>8</b>
<b>Estadísticas:</b> .....	<b>9</b>

## **Introducción:**

Para diseñar una agencia de viajes especializada en turismo pet-friendly, es fundamental comprender a fondo a la persona a la que queremos dirigirnos. Este documento presenta a nuestra cliente ideal: Lorena, una mujer joven cuya relación con los animales, su estilo de vida y sus valores la convierten en el centro de nuestro proyecto.

Este documento tiene como objetivo construir un mapa de empatía bien elaborado y claro, basándose en datos de la actualidad para definir el perfil de nuestra clienta ideal y diseñar servicios especializados en viajes pet-friendly.

## **Análisis del mercado**

Los datos actuales dan visibilidad del incremento de animales en las familias en España, se afirma que 2 de cada 10 habitantes poseen una mascota, posicionando al país como uno de los más destacados de Europa.

También el 86% de los españoles afirman que les resulta complicado el hecho de reservar alojamientos que estén adaptados de manera consciente y cumplan con los parámetros para darse a conocer como “pet-friendly”.

Gracias a la encuesta realizada se puede destacar que el 30,9% de los usuarios no han tenido la oportunidad de viajar con sus mascotas pero que estarían dispuestos a hacerlo, lo que representa un público emergente.

Todos los datos anteriores refuerzan la selección del perfil de Lorena como público objetivo prioritario, ya que pertenece al rango de edad con mayor tenencia de mascotas, dispone de ingresos medios-altos y muestra un interés creciente en viajes con animales.

## **Segmentación del mercado**

Las personas de entre 25 y 40 años son el mayor número de propietarios de mascotas, con unos ingresos entre 1500 y 2800€/mes, suficiente para permitirse viajes/escapadas con su mascota periódicamente, concentradas en un interés en zonas urbanas y cercanas a recursos naturales

Perfiles con un interés de vida outdoor, que cuiden de su salud física y emocional, que se sientan comprometidos con el medio ambiente y se guían más por los servicios que valoren la sostenibilidad, el bienestar animal y sobre todo el apoyo hacia negocios locales.

Personas que viajan de 2 a 6 veces al año y que su respaldo para tomar decisiones sean las reseñas, reels y reviews reales donde existiría una alta probabilidad de crear un fidelización con el cliente si se cumplen todas sus expectativas y anhelos.

Tras el estudio y comparación de perfiles de familias, parejas jóvenes y nómadas digitales, Lorena destaca por tener un ritmo de vida activo, anhelo de viajar con más tranquilidad y frecuencia con sus mascotas, interés a los valores hacia la sostenibilidad que cumplan los alojamientos a los que vaya, también un fuerte vínculo con sus perros y mantiene un alto grado de frustración tras no encontrar alojamientos adaptados que la limitan a cumplir sus deseos. Por ello se convierte en un perfil adaptado para nuestra agencia.

Lorena destaca por combinar motivaciones emocionales, capacidad económica y una necesidad clara no cubierta.

*Imagen 1, fuente: Pinterest*



**Ella es Lorena, 28 años, veterinaria especializada en cirugía en “Anicura” constitución de Valencia.**

Vive en Náquera con su pareja Raúl, con quien comparte ocho años de vida, y con sus dos perros grandes: Pedro, un Braco de Weimar de tres años, y Gus, un Boyero de Berna de uno. Tiene ingresos estables (unos 2200 € al mes), lo que le da libertad para disfrutar de lo que más le gusta: viajar, cuidar de su salud y construir su sueño de un refugio animal en el terreno de su nuevo chalet.

Es decidida, trabajadora, sensible con el mundo que la rodea y con valores claros: bondad, resiliencia, respeto y amabilidad. Corre en la montaña con sus perros, mantiene un estilo de vida saludable y siente orgullo de esa rutina. Su mayor motivación diaria es el cuidado de animales, tanto en lo personal como en lo profesional. Lo que le llena plenamente en su día a día es el cuidado de su cuerpo y el estar muy conectada con su instinto de ayudar a más animales, además de cuidar a sus perros, se enfoca en la construcción de su refugio animal con la ayuda de su pareja; esa es la descripción de una vida sana para ella. Cuando consigue cuadrar un viaje adaptado a sus necesidades y en el que sus perros son bienvenidos, lo celebra como un logro personal, lo documenta y lo comparte en redes sociales.

Busca una agencia especializada en viajes pet-friendly que cubra todas sus necesidades y le permita mantener su estilo de vida saludable y activa, sin separarse de sus mascotas.

También trata de tener siempre una actitud positiva, cada vez que logra encontrar algún viaje que esté adecuado a sus necesidades, además así puede documentarlo y compartir todas sus aventuras en redes sociales detallando todo su itinerario.

Lorena tiende a preocuparse no solo por tomar la decisión de forma práctica sino tiene miedo de que sus perros no reciban una buena experiencia y hayan errores al momento de viajar. Esto afectaría emocionalmente a Lorena ya que en realidad viajar con sus mascotas le causa calma y un vínculo emocional con ellos, por ello busca sentir seguridad y control en cada viaje.

### **Mapa empatía:**

Lorena tiene como objetivo cuadrar fechas para hacer un viaje una vez al mes mínimo con los perros, ya que ella no confía en dejarlos con terceros o en hoteles para perros, pero por culpa del tiempo, poca organización y pocas opciones pet friendly, a veces se ve en el compromiso de pedir a un amigo/a o a sus padres que cuiden de ellos, eso si, cuando regresa del viaje, lo primero que hace es abrazar a sus mascotas y desconectar, saliendo a correr o llevándolos a pasear por el pueblo.

En su día a día ve una clara escasez de alojamientos y servicios realmente adaptados a mascotas, sobre todo cuando se trata de perros grandes. Observa cómo en países vecinos como Alemania o Noruega hay más facilidades para viajar con animales, mientras que en España todavía se percibe limitado y costoso.

Ve un gran problema para ella por parte de los alojamientos ya que existe una gran falta de coherencia con las normativas y si aceptan perros grandes o no, si hay un coste más o tienen una política diferente, por ello lo describe como una información dispersa, contradictoria y difícil de verificar. Además, recibe mensajes de familiares que le recomiendan viajar sin perros, seguidores que piden guías prácticas, veterinarios que comparten protocolos sanitarios, y una sociedad que percibe viajar con perros grandes como algo complicado.

También observa una comunidad creciente en redes sociales interesada en turismo responsable con mascotas y que comparte su mismo problema, por lo que ella se siente motivada a contactar con agencias de viajes y cuentas en redes sociales, para poder colaborar con establecimientos pet friendly para que le ayuden, no solo a ella, sino a más gente a estar informados sobre eventos, lugares, alojamientos, permisos específicos y las legislaciones de cada país para hacer turismo con tu mascota de forma segura y responsable, ya que cada país no tiene los mismos requisitos. A todo esto, ella necesita ahorro de tiempo, apoyo profesional en normativas, itinerarios fiables y experiencias sin estrés para ella y sus perros.

### ***El mejor destino para viajar con tu perro.***

Martínez, G. (2023, 10 noviembre). El mejor destino del mundo para viajar con tu perro.

*viajar.elperiodico.com.*

<https://viajar.elperiodico.com/destinos/mejor-destino-mundo-viajar-perro-9444304>

4

Lorena escucha con frecuencia los consejos de amigos y familiares que intentan convencerla de dejar a sus perros en residencias para viajar más cómoda, algo que rechaza. También escucha de sus seguidores del blog peticiones de guías más prácticas y testimonios que le confirman que no está sola en esta necesidad.

Regularmente escucha comentarios desalentadores donde causan limitaciones a la hora de viajar por parte de viajeros que no han tenido una buena experiencia en alojamientos o transportes donde influyen en su confianza para elegir y decidirse al momento de viajar con su mascota.

Lorena como bien hemos mencionado anteriormente tiene un blog llamado “Viajando con perro” que cuenta con una comunidad de lectores fieles. En él relata con todo lujo de detalles sus aventuras viajando con sus perros, los alojamientos que visita, todos los permisos y legislaciones a cumplir y a su vez también comparte consejos prácticos sobre el cuidado de los animales y la alimentación más adecuada para cada uno de ellos.

En cada una de sus publicaciones defiende con convicción que el turismo pet-friendly debe normalizarse y a su vez busca dar visibilidad a pequeños negocios que comparten el mismo propósito.

Lorena antes de cada viaje y vista previa del alojamiento o transporte se queja por la escasa información que no es clara ni actualizada, ya que insiste en la falta de transparencia sobre la permanencia de los perros grandes. Por ello documenta su experiencia y todo lo que puede ayudar a las demás personas que la siguen y tienen las mismas preguntas que ella.

Dejamos en este enlace el ejemplo de como lo explica todo, para que sus fieles lectores puedan seguir los pasos:

Castro, E. D. (2024, 8 octubre). *Consejos para viajar en avión con perro — PIPPER ON TOUR.*

PIPPER ON TOUR. <https://www.pipperontour.com/blog2/viajar-con-perro-en-avion>

A nivel interno, siente el orgullo de mantener un estilo de vida acorde a sus valores y una gran motivación al ver cómo crece su comunidad. Sin embargo también le atrapa ese sentimiento de frustración por la falta de tiempo para organizar viajes en mayor frecuencia y preocupaciones por la seguridad de Pedro y Gus durante sus desplazamientos o estancias en alojamientos. A veces tiene un conflicto interno, ella quiere ayudar a todos los animales que encuentra en situación de riesgo aunque sepa que pueda llegar a sobrecargarse emocionalmente.

Como gesto simbólico en cada viaje, suele comprar postales del lugar visitado y las firma con la huella del animal rescatado, convirtiéndolas en un recuerdo único y solidario.

Entre sus preocupaciones principales destacan la oferta adaptada a sus necesidades, la inseguridad de cómo tratan a sus perros en ciertos hoteles o transportes, la dificultad para cuadrar tiempos laborales con viajes, el cansancio de tener la sensación de conformarse con planes menos satisfactorios.

Tiene el temor de que todo el esfuerzo previo de buscar algo adaptado para sus mascotas, ya que son perros grandes y que al final sea falso o no cumpla con todo lo que se supone que debería, la incertidumbre es lo que más le agobia ya que corre el riesgo de enfrentar situaciones imprevistas sobre las normativas y alguna restricción no anunciada con anticipación. Por lo que cada hotel pet-friendly debería crear filtros específicos para que esto no ocurra.

Por el contrario, sus metas se centran en poder viajar con sus perros sin complicaciones, sentir que forma parte del turismo responsable, contar con apoyo de agencias y alojamientos especializados, ver crecer su comunidad online y experimentar la satisfacción personal de construir recuerdos simbólicos con sus valores e impulsar a más personas a participar en su proyecto.

Su prioridad es no malgastar más tiempo y horas buscando información que no sabrá si es apta, por ello su ideal es viajar sin preocuparse de la logística, que una agencia especializada sea la que se encargue de verificar cada alojamiento o transporte que cumpla con sus ideales y deseos donde también incluyan asistencia veterinaria, ya que la comunidad pet-friendly, confían más en

experiencias reales una vez contadas y vividas por Lorena. Ya que su verdadera ganancia es disfrutar antes, durante y después del viaje sin preocupaciones ni estrés con sus perros y que profesionales en el sector entiendan todas sus necesidades.

Estos consejos prácticos no solo facilitan los viajes con nuestros compañeros de cuatro patas, también nos recuerdan la importancia de hacerlo de manera responsable y consciente. Y por lo tanto entra nuestro compromiso con los ODS que aplicamos en la agencia.

### **Propuestas estratégicas**

- Creación de packs enfocados tanto a perros pequeños como a perros grandes
- Tener alianzas con veterinarios de cada destino para asegurar la presencia de asistencia veterinaria para las mascotas.
- Crear una guía con filtros por el tamaño de la mascota, las actividades que pueden realizar y niveles adaptabilidad
- Proporcionar guía de protocolos de viaje, vacunación necesaria, chip, etc.

Estos son los ODS que hemos implementado en nuestra agencia:

**- ODS 3:** Salud y bienestar: Garantiza una vida sana y promueve el bienestar para todas las personas de todas las edades posibles añadiendo certificación del protocolo de cada veterinario y sobre los servicios sanitarios previos antes del viaje, con una meta, verificar 100 alojamientos con estándares animal-safe durante el primer año.

**Ejemplo:** Incluir los protocolos de sanidad animal y todos aquellos alojamientos ya capacitados para ofrecer este tipo de servicio a todas las mascotas.

**- ODS 15:** Vida de ecosistemas terrestres: Consiste en proteger y/o fortalecer nuestro ecosistema y detener toda aquella degradación de suelos y deforestaciones que se realizan a diario. Incorporando guías sobre la flora/fauna para minimizar el impacto ambiental en las diferentes rutas urbanas sostenibles por destino.

**Ejemplo:** Optar por la elección de alojamientos rurales que ofrezcan espacios adaptados para mascotas sin que éstas invadan las áreas naturales sensibles protegiendo a su vez la fauna y flora locales. Contratando guías especialistas en flora y fauna del terreno para realizar excursiones educativas y seguras para el entorno.

- **ODS 11:** Ciudades y comunidades sostenibles: Tiene como objetivo que las ciudades y asentamientos humanos sean seguros y sostenibles, con la idea de que para futuras generaciones, nuestra sociedad siga funcionando tal y como funciona ahora.  
Adaptar rutas que estén dirigidas por comercios locales de la localidad utilizando una métrica con tal de generar distintas alianzas con “X” cantidad de negocios locales por destino.

**Ejemplo:** Rutas urbanas “pet-friendly” que incluye parques, cafeterías y transporte público accesible para todos los animales, por otra parte se pueden reservar paquetes de turismo previamente acordados con guías y pequeños negocios del destino para así evitar la concentración de ingresos en las grandes cadenas y así visibilizar barrios emergentes con economía local.

-**ODS 8:** Trabajo decente y crecimiento económico: Busca promover un crecimiento sostenido y equilibrado, con un empleo productivo, amplio y decente para todas las personas.

**Ejemplo:** Colaborar con pequeños negocios familiares cuya fuente de ingreso es el turismo y contratar guías especializados en rutas pet-friendly creando así nuevos empleos en un segmento de mercado emergente con una demanda bastante elevada.

### **Uso responsable de IA**

En este proyecto utilizamos herramientas de inteligencia artificial únicamente como apoyo para mejorar la redacción, contrastar información estadística y verificar la coherencia del mapa de empatía. El equipo revisó manualmente todos los contenidos generados por IA y tomó decisiones consensuadas sobre qué información se incorporaba y cuál debía modificarse o descartarse. Nos sirvió como un recurso complementario para :

- Reorganizar ideas del mapa de empatía.
- Optimizar la claridad del buyer persona.
- Verificar normas APA y coherencia estructural.
- Contrastar datos con estudios públicos ya existentes sin añadir información no verificada.

### **Conclusión del equipo:**

El trabajo en grupo nos ha permitido aportar ideas diversas y resolver dudas en torno al mapa de empatía. Hemos logrado visualizar con claridad los deseos, sueños y necesidades de Lorena, con sus motivaciones personales y aspectos prácticos que condicionan viajes con mascota.

El punto de partida fue definir el tipo de cliente al que queremos dirigirnos, teniendo en cuenta el perfil de Lorena.

Hemos incorporado datos medibles, a través de encuestas de google, recogimos información sobre cuántas personas tienen animales y datos importantes para el diseño de nuestra futura agencia de viajes.

El rol de Lorena es cuidar y proteger mascotas, en especial aquellas en situación de vulnerabilidad, difunde consejos prácticos a su comunidad sobre el mundo animal y busca viajar de manera segura.

La persona que queremos comprender es una joven de 28 años que busca una manera sostenible y segura de viajar con sus mascotas. Nuestro objetivo es cubrir sus necesidades de seguridad, garantizar la libertad de acceso a establecimientos y ofrecer soluciones para cualquier cuidado especial que puedan ocurrir en el viaje.

El análisis nos sitúa en el estudio de quien es Lorena y sus preferencias. Esto nos permite diseñar propuestas que respondan a su deseo de organizar viajes junto a sus mascotas.

Este informe nos permite identificar oportunidades concretas para el diseño del PMV, especialmente en cuanto a verificación de alojamientos, filtros por tamaño, y asistencia veterinaria. Esto guía decisiones estratégicas basadas en datos, no suposiciones

### **Reflexión del equipo:**

Siguiendo las preguntas del hito 1 y la lista de cotejo, hemos reflexionado no solo sobre el perfil de Lorena, sino también en nuestro propio aprendizaje como en grupo. Entendimos la importancia de escuchar y trabajar con datos objetivos. El proceso nos permitió crecer como equipo.

### **Anexos:**

Veterinaria, I. M. (2025, mayo 20). *España ya tiene más mascotas que niños el 61 de los hogares convive con animales de compañía*. IM Veterinaria; Publimasdigital-imveterinaria.

<https://www.imveterinaria.es/noticia/12392/espana-ya-tiene-mas-mascotas-que-ninos-el-61-de-los-hogares-convi.html>

Agencia, E. F. E. (2023, octubre 13). *La Comunitat Valenciana tiene 2,4 perros por 10 habitantes y el 13,7 % de los canes de España*. Agencia EFE.

<https://efe.com/comunidad-valenciana/2023-10-13/la-comunitat-valenciana-tiene-24-perros-por-habitante-y-el-137-de-los-canines-de-espana/>

(S/f). Rover.com. Recuperado el 19 de septiembre de 2025, de

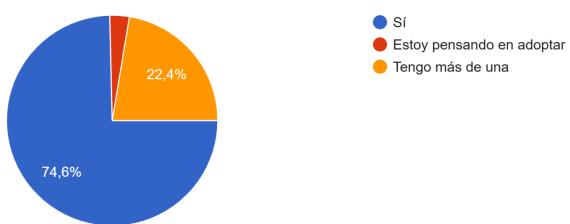
<https://www.rover.com/es/blog/comunicados-de-prensa/el-86-de-espanoles-en-cuentran-dificultades-al-buscar-alojamiento-pet-friendly-para-vacaciones-%F0%9F%90%B6/>

## Estadísticas:

Realizamos una encuesta de opinión para saber cuánta gente contrataría una agencia de viajes especializada en esta categoría y estos fueron los resultados:

¿ Tienes mascota ?

67 respuestas

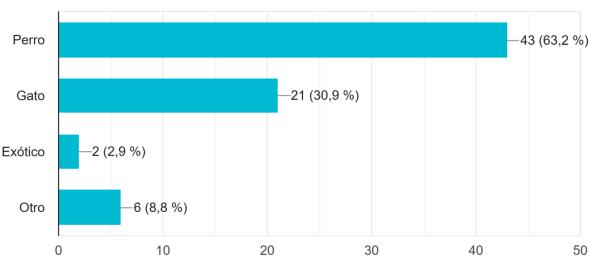


3% selecciona la opción de  
“estoy pensando en adoptar”

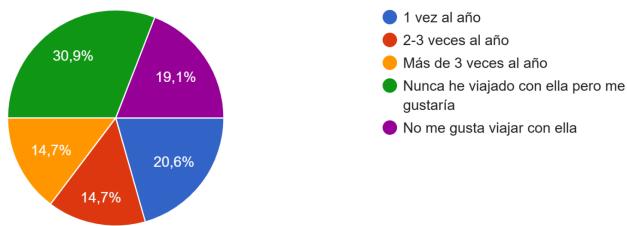
y el animal que más predomina en la encuesta son los perros (63,2%)

¿ Qué tipo de Mascota es ?

68 respuestas

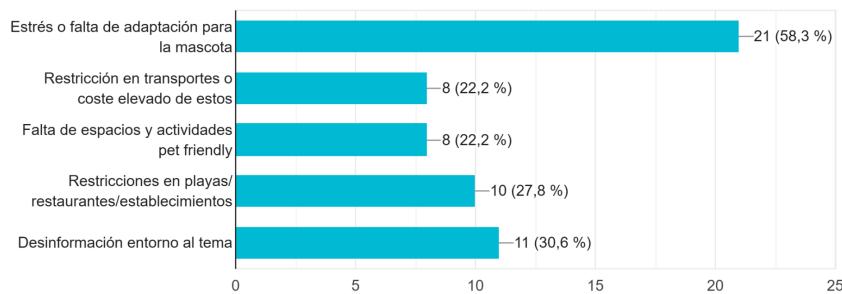


¿ Con qué frecuencia viajas con tu mascota ?  
68 respuestas



La encuesta también nos muestra que un 30,9% de los encuestados no han viajado con su mascota pero estarían dispuestos a hacerlo, seguidos de un 20,6% que si viaja con ella una vez al año, en tercer lugar con un 19,1% encontramos una cantidad bastante elevada de gente que no le gusta viajar con ella y por último en cuarto lugar encontramos un empate de un 14,7% entre más de 3 veces y entre dos y tres veces al año

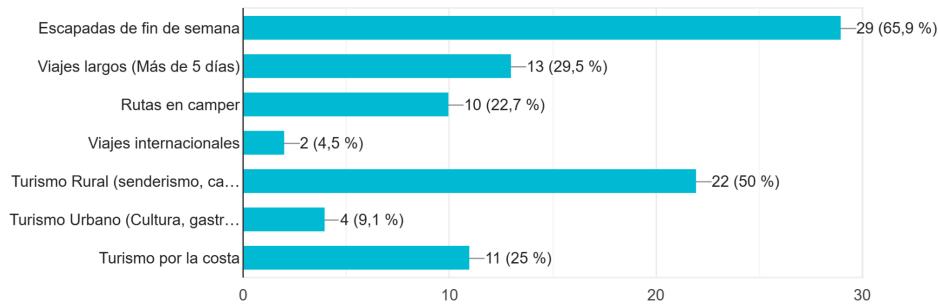
Si tu respuesta anterior ha sido "no" señala los motivos  
36 respuestas



Los encuestados de la pregunta anterior que votaron que “no les gusta viajar con su mascota” queríamos saber los motivos y estos fueron los resultados: En cabeza con un 58,3% se encuentra “estrés o falta de adaptación de la mascota), en segundo lugar con una media de 30,6% encontramos “Desinformación en torno al tema”, en tercer lugar con una media de 27,8% encontramos “restricciones en playas y establecimientos” y por último con un 22,2% encontramos otro empate entre “Restricciones en transporte y falta de espacios pet-friendly”

Si tu respuesta anterior ha sido "sí", ¿Qué tipo de viajes te gusta o gustaría realizar con ella?

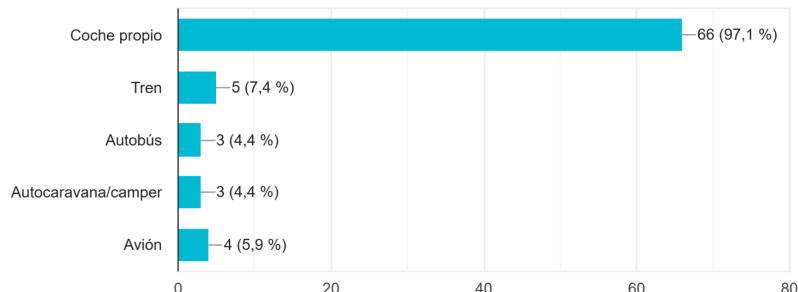
44 respuestas



Los encuestados que votaron “si viajo con ella o me gustaría viajar” muestran que su viaje ideal es una escapada de fin de semana como primera opción, en segundo lugar los usuarios prefieren el turismo rural, en tercera posición un 29,5% prefiere un viaje largo, el cuarto puesto lo ocupa el turismo de costa, el quinto lugar es para las rutas en camper, sexto lugar para el turismo urbano y finalmente encontramos los viajes de carácter internacional.

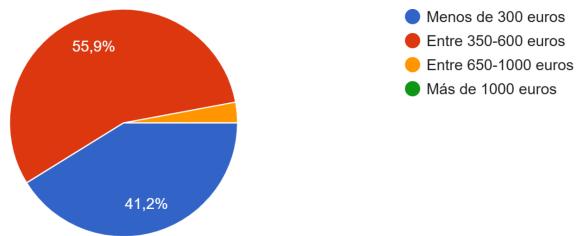
¿Qué tipo de transportes utilizas para viajar con tu mascota?

68 respuestas



El transporte más utilizado en este tipo de viajes es el coche, la segunda opción de los encuestados para viajar con mascota es el tren, en tercer lugar el avión y por último encontramos un empate entre el autobús y las autocaravanas/campers

¿Cuánto estarías dispuesto a invertir en un viaje pet friendly de 3-5 días (por pax y mascota)?  
68 respuestas



Por último quisimos saber cuánto dinero estarían dispuestos a invertir nuestros encuestados en un viaje de estas características teniendo en cuenta precios por persona y mascota. Estos fueron los resultados:

La opción más votada fue “entre 350-600 euros”, seguida de la opción “menos de 300 euros”, la opción de “entre 650-1000 euros” se coloca en tercer lugar y por último nadie seleccionó la opción de “más de 1000 euros”.

#### ***Personas con diversidad funcional :***

Qué les aporta tener mascota y cuantos tienen en España.

#### ***Viajes y cruceros pet-friendly :***

<https://www.viajes4patas.com/blog/653-cruceros-con-perros-2025>

los campings para mascotas, sostenibilidad y salud para las mascotas(productos para las mascotas), viajes y cruceros pet friendly con sus destinos, qué valor le apuntamos a lorena,

ver esta tabla

Perfecto. Aquí tienes una tabla clara y potente para trabajar o inspirar retos de aula sobre **modelos éticos de interacción con animales en destinos turísticos**, alejados del concepto de “alquiler de mascotas”:

<b>Modelo / Concepto</b>	<b>Descripción breve</b>	<b>Ejemplo real o tipo de destino</b>	<b>Valor añadido para el turista</b>	<b>Impacto ético y sostenible</b>	<b>Oportunidad es para agencias o FP</b>
<b>“Adopta por un día” / Paseos solidarios</b>	Experiencia s donde el turista pasa unas horas con perros o gatos de refugios; el dinero apoya al centro.	Refugios en Italia, Grecia, Tailandia.	Conexión emocional y conciencia social.	Fomenta adopciones y financia cuidado animal.	Crear alianzas con protectoras locales o incluirlo en circuitos solidarios.
<b>Turismo rural con animales residentes</b>	Alojamiento s con granjas o animales propios (burros,	Agroturismos en España o Francia.	Contacto con la naturaleza, autenticidad.	Respeto a ritmos naturales, sin explotación .	Diseñar escapadas educativas o sostenibles.

ovejas,  
perros  
pastores).

<b>Pet-sitting</b>	Plataformas que conectan viajeros con ) dueños de mascotas.	<i>TrustedHousesitter rs, Nomador.</i>	Alojamiento gratuito y experiencia local.	Intercambi o justo sin fines comerciales .	Ofrecer asesoramiento o talleres sobre turismo colaborativo.
<b>Rutas pet-friendly</b>	Viajes adaptados y para personas que viajan con sus mascotas.	Costa Brava, Berlín, Lisboa.	Evita separaciones y estrés animal.	Promueve la inclusión del bienestar animal en el turismo.	Diseñar paquetes, guías o apps de servicios pet-friendly.
<b>Santuarios y centros de rescate</b>	Visitas o voluntariado s en centros de conservació n.	Elephant Nature Park (Tailandia), AAP Primadomus (Alicante).	Experiencia transformada y educativa.	Promueve protección de especies y turismo regenerativ o.	Crear experiencias educativas o colaboracione s con ONGs.
<b>Pet therapy y experiencias emocionales</b>	Turismo de bienestar que integra animales en actividades terapéuticas.	Hoteles rurales o centros de mindfulness.	Bienestar, conexión y relajación.	Con animales entrenados y supervisión ética.	Integrar en turismo de salud o emocional.

**Talleres** Actividades Cataluña, Aprendizaje Promueve Crear  
**educativos** en Andalucía, para niños y respeto y programas  
**para** granjas-escu Portugal. turismo empatía escolares o  
**familias**ela o responsable. hacia escapadas  
refugios. animales. familiares.