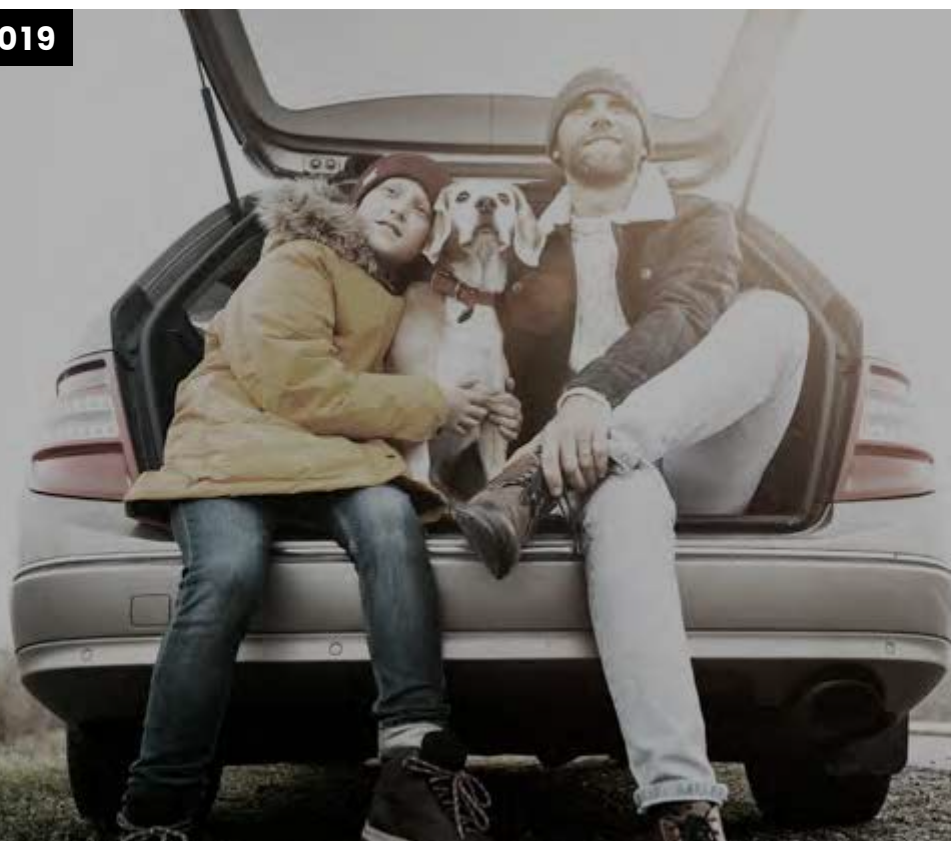


# “HÁBITOS DE TURISMO CON PERRO”

**LA OPORTUNIDAD  
DOG-FRIENDLY  
PARA EL SECTOR DEL OCIO  
Y TURISMO EN ESPAÑA**

2019



un informe de:



# INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS:

## LA OPORTUNIDAD DOG-FRIENDLY

**Dog Vivant** nace en 2015 con la misión de facilitar el **ocio y turismo** con perros. Y desde el primer momento, sabemos que tenemos una doble labor:

- Facilitar información y conexiones entre miles de **viajeros con perro** responsables que quieren buscar sitios dog-friendly con garantía.
- Facilitar herramientas y recursos para ayudar a los **negocios y destinos** que quieren fomentar su lado **dog-friendly** de forma eficiente, seria y profesional.

Nuestra misión solo será alcanzable si partimos de un entorno de **convivencia, respeto, educación**, de aquellos que viajan con perro y aquellos que no. Por eso, en Dog Vivant nos hemos atrevido a acuñar un nuevo término, la “dogfianza”.

**>> La “dogfianza” es el intangible que las personas buscan en alojamientos, destinos... a la hora de viajar con su perro. También es lo que necesitan los negocios para apostar por el turismo dog-friendly con profesionalidad, herramientas especializadas y seguridad.**

Y es en esta búsqueda de construir “dogfianza”, y tras casi 4 años de experiencia con una comunidad perruna muy activa, cuando por fin disponemos del volumen, el talento y las herramientas necesarias para crear este Informe sobre

turismo con perro. Esperamos que las próximas páginas se conviertan en una **valiosa herramienta para todo aquel agente involucrado en el sector turismo que tenga cierta inquietud y curiosidad por el mercado dog-friendly.**

Los objetivos principales de este informe son, por tanto:

1. Entender el **perfil del viajero con perro**, y poder adaptar la oferta a sus realidades, necesidades y deseos.
2. **Cuantificar la oportunidad dog-friendly.** Ser dog-friendly no es sólo una decisión “emocional” para aquellos que adoran a los animales. Es una oportunidad de negocio: un segmento que actualmente mueve millones de viajeros (**y más del 20% de facturación de turistas residentes**, como veremos), y que en los próximos años evolucionará y crecerá en un sector maduro, con necesidad de especialización.
3. Entender también, los principales **retos y preocupaciones de los agentes del sector turístico** (principalmente alojamientos dog-friendly), para poder identificar retos y oportunidades que ayuden a la consolidación de la **oferta dog-friendly en España.**
4. Analizar la **evolución de los diferentes indicadores sobre el turismo con perro**, actualizando el informe cada año.



**Elena Fernández con Mina y Ana Fernández con Kala**, equipo fundador de Dog Vivant. Fotografía: @mestizaa

Gracias a todo el equipo de Dog Vivant y a todos los negocios y aventureros que nos han ayudado a llegar hasta aquí y que quieren construir, junto con nosotros, un país más dog-friendly.

**Dog Vivant lleva desde 2015 certificando los mejores negocios dog-friendly (alojamientos, restaurantes, comercios, atracciones turísticas...) y negocios caninos de confianza para ofrecer información actualizada y garantizada a millones de personas que viajan cada año por España, Portugal y Andorra con su perro. Actualmente dan servicio a 1.200 negocios certificados y reciben más de 80.000 visitas mensuales a su sitio web y aplicación. Dog Vivant también ofrece servicios de formación, consultoría y creación y edición de contenidos dog-friendly para agentes turísticos públicos y privados.**

Más información en: [www.dogvivant.com](http://www.dogvivant.com)



Copyright © 2019 Dog Vivant . Todos los Derechos Reservados.

Este producto está protegido por copyright y distribuido bajo licencia. Queda prohibida la copia, distribución y modificación del contenido sin permiso expreso y por escrito del autor.

# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS</b> .....	<b>02</b>
<b>ÍNDICE</b> .....	<b>04</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....	<b>06</b>
<b>METODOLOGÍA</b> .....	<b>08</b>
<b>1. CONOCIENDO A LAS FAMILIAS CON PERRO</b> .....	<b>12</b>
1.1. NÚMERO DE PERROS EN EL NÚCLEO FAMILIAR. ....	14
1.2. PESO DE LOS PERROS EN EL NÚCLEO FAMILIAR .....	14
1.3. GASTO MEDIO MENSUAL POR PERRO. ....	15
1.4. NÚCLEOS DE RESIDENCIA DE LAS FAMILIAS CON PERRO .....	16
1.5. COMPOSICIÓN DEL HOGAR. ....	18
1.6. GRADO DE RESPONSABILIDAD CON EL PERRO DEL ENCUESTADO .....	19
<b>2. LOS VIAJES CON PERRO</b> .....	<b>22</b>
2.1. VOLUMEN DE VIAJEROS CON PERRO .....	23
2.2. MOTIVACIONES .....	24
2.3. FRECUENCIA, DURACIÓN Y GASTO .....	25
Frecuencia de los viajes .....	25
Duración de los viajes .....	26
Gasto medio por noche y por persona .....	27
Resultados por CCAA. ....	28
Comparativa con datos generales del sector .....	30
2.4. PLANIFICACIÓN Y PREFERENCIAS EN LOS VIAJES .....	31
Fuentes de información: general. ....	31
Fuentes de información: internet. ....	32
Preferencias por destino. ....	33
Preferencia medios de transporte .....	36
Preferencias en alojamiento turístico .....	37
<b>3. APORTACIÓN AL TURISMO EN SECTOR DOG-FRIENDLY</b> .....	<b>42</b>

<b>4. PERFILES DE VIAJERO CON PERRO</b> .....	<b>46</b>
4.1. PERFILES DE VIAJERO CON PERRO VS. PERFILES DE VIAJEROS GENERAL .....	47
4.2. GRÁFICAS COMPARATIVAS .....	48
4.3. RESUMEN DE PERFILES .....	53
<b>5. OFERTA: ALOJAMIENTOS DOG-FRIENDLY</b> .....	<b>56</b>
5.1. PERFIL DE ALOJAMIENTO DOG-FRIENDLY .....	58
Localización de alojamientos dog-friendly .....	58
Tipo de alojamiento y entorno .....	59
Antigüedad del alojamiento .....	60
Capacidad del alojamiento .....	60
Precio medio .....	61
5.2. SOBRE LA POLÍTICA DOG-FRIENDLY .....	62
Años de experiencia dog-friendly .....	62
Motivos para ser dog-friendly .....	62
Suplemento por perro y noche .....	63
Tamaño de perro admitido .....	64
Limitación de plazas hoteles para viajeros con perro .....	64
Otras normas/restricciones para viajeros con perro .....	65
5.3. SOBRE HÁBITOS Y PERCEPCIÓN DEL VIAJERO CON PERRO .....	66
Reservas de clientes con perro .....	66
Estancia media de los clientes con perro .....	66
Recurrencia y valoraciones de viajeros con perro .....	67
Experiencias negativas con viajeros con perro .....	68
5.4. MARKETING DOG-FRIENDLY .....	69
5.5. RETOS Y NECESIDADES EN EL SEGMENTO DOG-FRIENDLY .....	71
<b>6. ¡HASTA PRONTO!</b> .....	<b>74</b>

# ÍNDICE DE GRÁFICOS

## 1. CONOCIENDO A LAS FAMILIAS CON PERRO

1.1. Número de perros por núcleo familiar .....	14
1.2. Peso del perro .....	15
1.3. Gasto mensual por perro .....	16
1.4. Familias con perro por tipo de población .....	17
1.5. Tipos de población de hogares con perro vs. general hogares .....	17
1.6. Número de perros por hogar por tipos de población .....	18
1.7. Composición del hogar de las familias con perro .....	18
1.8. Grado de responsabilidad con el perro .....	19

## 2. LOS VIAJES CON PERRO

2.1. Visión general de personas que viajan con su perro y personas que no .....	23
2.2. Motivaciones para viajar con perro .....	24
2.3. Motivaciones para no viajar con perro .....	24
2.4. Frecuencia de los viajes con perro .....	25
2.5. Duración de los viajes con perro .....	26
2.6. Duración y frecuencia de los viajes con perro .....	26
2.7. Gasto medio por tipo de viaje con perro .....	27
2.8. Ranking gasto medio por CCAA de viajeros con perro .....	28
2.9. Ranking frecuencia por CCAA de viajeros con perro .....	29
2.10. Duración comparada con datos medios del sector .....	30
2.11. Gasto medio comparado con datos medios del sector .....	30
2.12. Gasto total por persona y viaje comparada con datos medios del sector .....	31
2.13. Fuentes de información utilizadas para planificar el viaje con perro .....	32
2.14. Tipos de fuentes de internet utilizadas para planificar el viaje con perro .....	33
2.15. Preferencia de tipo de destino para los viajes con perro .....	34
2.16. Características más valoradas en destinos para viajes con perro .....	35
2.17. Medios de transporte más utilizados para acceder al destino con perro .....	36
2.18. Preferencias de tipo de alojamiento de los viajeros con perro .....	37
2.19. Detalles más valorados en alojamientos dog-friendly .....	38
2.20. Ranking de los detalles más valorados (imprescindibles o importantes) .....	39

## 3. APORTACIÓN AL SECTOR TURISMO

3.1. Tabla: aportación al turismo por perfil de familia con perro .....	43
---	----

## 4. PERFILES DE VIAJEROS CON PERRO

4.1. Comparativa perfiles viajero con perro vs. población viajera residente . . . . .	47
4.2. Número de perros por perfil de familia con perros. . . . .	48
4.3. Tamaño del perro por perfil de familia con perros. . . . .	49
4.4. Gasto medio mensual en perros por tipo de familia con perro . . . . .	49
4.5. Nivel de responsabilidad con el perro. . . . .	50
4.6. Frecuencia media de viaje con perro por tipo de familia . . . . .	50
4.7. Duración media de viaje con perro por tipo de familia. . . . .	51
4.8. Uso de internet para planificar viajes con perro por tipo de familia . . . . .	51
4.9 Tipo de alojamiento preferido por tipo de familia. . . . .	52

## 5. OFERTA: ALOJAMIENTOS DOG-FRIENDLY

5.1. Distribución de alojamiento dog-friendly por CCAA . . . . .	58
5.2. Variación respecto a datos de alojamientos turísticos en general. . . . .	58
5.3. Tipo de alojamiento. . . . .	59
5.4. Entorno del alojamiento. . . . .	60
5.5. Antigüedad del alojamiento. . . . .	60
5.6. Capacidad media del alojamiento . . . . .	61
5.7. Precio medio de habitación doble por noche . . . . .	61
5.8. Precio medio por tipo de alojamiento. . . . .	61
5.9. Años de experiencia dog-friendly. . . . .	62
5.10. Motivación para ser un alojamiento turístico dog-friendly. . . . .	62
5.11. Cobro de suplemento por perro en alojamiento. . . . .	63
5.12. Tamaño de perro admitido . . . . .	64
5.13. Limitación de plazas dog-friendly. . . . .	64
5.14. Porcentaje de plazas dog-friendly en alojamientos con límite de capacidad . . . . .	65
5.15. Normas, restricciones más habituales para huéspedes con perro . . . . .	65
5.16. Porcentaje de reservas de clientes con perro en alojamientos dog-friendly. . . . .	66
5.17. Porcentaje de reservas dog-friendly por tipo de destino . . . . .	66
5.18. Estancia media de huéspedes con perro por tipo de alojamiento . . . . .	67
5.19. Recurrencia/fidelidad de huéspedes con perro. . . . .	67
5.20. Valoración/recomendación de huéspedes con perro. . . . .	67
5.21. Experiencias negativas de huéspedes con perro. . . . .	68
5.22. Canales más utilizados para anunciar que un alojamiento es dog-friendly. . . . .	69
5.23. Nivel de eficacia de esos canales . . . . .	70
5.24. Retos y necesidades del segmento dog-friendly . . . . .	71

# METODOLOGÍA





## 1. FUENTES DE DATOS

Hemos elaborado el estudio sobre un total de **2.912 encuestas realizadas**.

Las encuestas han sido dirigidas a dos partes del sector:

- **Oferta:** alojamientos que admiten clientes con perro. Hemos recopilado 169 respuestas de alojamientos dog-friendly de nuestra base de datos propia, tanto registrados como no registrados en Dog Vivant.
- **Demanda:** personas que conviven con uno o más perros. Hemos recopilado 2.743 respuestas de personas que conviven con, al menos, un perro, sean o no usuarios registrados en Dog Vivant.

## 2. PONDERACIÓN COMUNIDADES AUTÓNOMAS

En cuanto a las encuestas de personas que conviven con perros nos hemos esforzado en tener una **representatividad proporcional de cada Comunidad Autónoma** en función de los datos de reparto de población del INE ([www.ine.es](http://www.ine.es)) para conseguir que los datos sean representativos del conjunto del país.

En los casos en los que damos información detallada por Comunidad Autónoma hemos llevado a cabo un **sistema de ponderación** de datos para igualar resultados entre comunidades y que no se vean sesgados por el volumen total de cada una.

También hemos tenido en cuenta el dato de usuarios de internet en España, en

concreto los que buscan información sobre bienes y servicios, que es de un 83,9% de la población de mujeres y un 84,1% de hombres ([www.ine.es](http://www.ine.es) - Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares) De este modo evitamos el sesgo de las respuestas de usuarios, ya que las encuestas han sido distribuidas por vía exclusivamente digital.

## 3. CÁLCULO GASTO ANUAL EN VIAJES SECTOR DOG-FRIENDLY

Para hacer el cálculo del gasto total anual del sector dog-friendly hemos tenido en cuenta las siguientes variables:

1. El número de hogares según el tipo y tamaño de hogar en España <sup>1</sup>
2. El porcentaje de hogares que conviven con al menos un perro <sup>2</sup>
3. El porcentaje de población viajera residente en España <sup>3</sup>
4. Resultados de la encuesta de hábitos de viaje con perro
  - a. Gasto medio por persona y noche
  - b. Duración media del viaje
  - c. Frecuencia de los viajes

Hemos extraído el dato de hogares que conviven con al menos un perro a partir del dato total de hogares en España aplicando un 24,1%, que es el porcentaje de este tipo de hogares según la encuesta de equipamiento de Hogares del INE..

<sup>1</sup> INE, [Número de hogares según el tipo de hogar y el tamaño del hogar, 2018](#)

<sup>2</sup> EGM 2018 Pag 67 / [IV. Equipamiento de Hogares](#)

<sup>3</sup> INE, [Personas viajeras por tipo de hogar, según destino y duración del viaje, 2017](#)

Hemos utilizado el dato de la composición de los diferentes tipos de hogares por número de personas que los habitan, y lo hemos aplicado a cada uno de nuestros perfiles, teniendo en cuenta el volumen de aportación de cada perfil al total. De este modo conseguimos tener el dato de 'personas' en lugar de 'hogares'.

La relación que hemos hecho para obtener estos datos entre los perfiles que hemos definido nosotros y los perfiles del INE ha sido la siguiente:

Perfil Encuestados	Perfil INE
Parejas sin hijos	Pareja sin hijos que convivan en el hogar
Parejas con hijos	Pareja con hijos que convivan en el hogar: total
Viven solos	Hogar unipersonal
Comparten piso	Núcleo familiar con otras personas que no forman núcleo familiar
	Personas que no forman ningún núcleo familiar entre sí
Otros	Hogar monoparental
	Dos o más núcleos familiares

Este es el resultado del multiplicador para cada perfil:

Composición hogar	Media de personas por hogar
Pareja sin hijos	2
Pareja con hijos	3,6
Viven solos	1
Comparten piso	3,3
Otros	2,8

Una vez tenemos el dato de 'personas que viajan con perro' aplicamos un factor de corrección: según datos del INE 2017, el 65,64% de la población realiza algún tipo de viaje, el resto no. Asumimos que ese 34,36% que no viaja corresponde a una tipología de persona que no va a realizar nuestra encuesta, por tanto restamos ese porcentaje de nuestros resultados.

*Entendemos, por la naturaleza de la encuesta titulada "Hábitos de Turismo con Perro" y los canales de distribución (comunidad Dog Vivant, colaboradores...), que la muestra puede estar sesgada y que la población residente en España no viajera no haya sentido atracción por completar la encuesta o no haya recibido el impacto siquiera.*

Además también tenemos en cuenta a un 3% que ha contestado que cuando viaja no lo hace acompañado por su perro, por lo que también han sido restados.

Con esto ya tenemos el dato de personas que viajan con perro por tipo de perfil. Lo siguiente es multiplicarlo por el gasto medio por noche y por persona, la duración media y la frecuencia de este tipo de viajes. Para este último caso hemos aplicado un sistema de puntuación para cada una de las 3 respuestas posibles de la encuesta:

- Un factor de multiplicación de 1,5 a las respuestas de 'Entre 1 y 2 veces al año'
- Un factor de 4,5 a las escapadas esporádicas
- Un factor de 7 a las más frecuentes

## 4. CÁLCULOS DE PREFERENCIAS CON MODELOS DE PUNTUACIÓN

Para calcular los resultados correspondientes a preguntas de preferencias a la hora de planificar y ejecutar los viajes, hemos creado un sistema de puntuación a partir del nivel de preferencia marcado por el encuestado en ese tipo de preguntas.

Por ejemplo, a una pregunta cuya respuesta es una valoración del 1 al 4, siendo 1 la opción preferida y 4 la menos preferida, hemos dado un valor más alto a la opción 1 y un valor progresivamente más bajo a cada una de las demás opciones hasta la opción 4. De esta forma podemos estimar un valor "total" para cada una de las opciones y compararlas, tanto a nivel total como por perfiles.





## Accede al informe completo

Descubre, de la mano de Dog Vivant y de miles de viajeros con perro y alojamientos turísticos dog-friendly, los datos más actuales y tendencias del turismo dog-friendly en España.



### INFORME COMPLETO “Hábitos de Turismo con Perro”.

Incluye desglose de metodología, fuentes y más de 60 gráficos sobre perfiles de viajeros con perro, gasto, frecuencia de viajes, preferencias en alojamiento y destino turístico...

- Numero de páginas: 74
- Formato: PDF interactivo
- Idioma: Español

**90€+iva**



### SUITE PROFESIONAL “Hábitos de Turismo con Perro”.

- Informe completo
- + 62 gráficos formato pdf
- + Archivo Excel abierto con resultados individuales y anónimos de las respuestas de personas con perro y alojamientos turísticos dog-friendly

**180€+iva**