



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
CARRERA INGENIERÍA EN TURISMO**

**Análisis de la oferta y demanda turística en Cuenca para el  
desarrollo de la tendencia *PET FRIENDLY*, Año 2020.**

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del  
Título de Ingeniero en Turismo**

**Autores:**

Arelys Janneth Molina Piguave.

CI: 0105663264

arelys\_0211@hotmail.com

Fabián Oswaldo Sánchez Vélez.

CI: 0703879015

fabiansanvel@gmail.com

**Tutor:**

Mgst. Ana Lucía Serrano López.

CI: 0103086492

**Cuenca - Ecuador**

**28-enero-2022**



## RESUMEN:

El turismo con mascotas, se entiende como aquella tendencia turística cuya principal actividad gira alrededor del tiempo de ocio en compañía de mascotas, especialmente perros y gatos. Por lo que el presente proyecto tiene como objeto de estudio analizar la oferta y demanda turística en Cuenca para el desarrollo de la tendencia *pet friendly* en el año 2020. Para ello se aplicó las técnicas de entrevistas y encuestas a usuarios que viajan con sus mascotas. Como resultado de las entrevistas se determinó que, existen algunos hoteles y cafeterías que prestan servicios de calidad a los clientes que viajan en compañía de sus mascotas, sin embargo, en lo que refiere a los medios de transporte se conoce que el acceso aún es limitado. Las encuestas señalaron que usualmente son viajeros jóvenes los que son acompañados por sus mascotas, viajando en su propio medio de transporte, para realizar turismo de naturaleza. Finalmente, en el trabajo se establece la elaboración de una propuesta de sello *pet friendly*.

**Palabras claves:** Mascotas. Turismo. *Pet Friendly*. Cuenca.



## ABSTRACT

Tourism with pets is understood as that tourist trend whose main activity revolves around leisure time in the company of pets, especially dogs and cats. Therefore, the purpose of this project is to analyze the tourist supply and demand in Cuenca for the development of the pet friendly trend in 2020. To this end, the techniques of interviews and surveys were applied to users who travel with their pets. As a result of the interviews, it was determined that, there are some hotels and cafeterias that provide quality services to customers traveling in the company of their pets, however, as far as means of transport are concerned, it is known that access is still limited. Surveys indicated that it is usually young travelers who are accompanied by their pets, traveling in their own means of transport, to carry out nature tourism. Finally, the work establishes the elaboration of a pet friendly seal proposal.

Keywords: Pets. Tourism. Pet Friendly. Cuenca.

Trabajo de Titulación: ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA EN CUENCA PARA EL DESARROLLO DE LA TENDENCIA *PET FRIENDLY*, AÑO 2020.

Autores: Arellys Janneth Molina Piguave, Fabián Oswaldo Sánchez Vélez

Directora: Mg. Ana Lucía Serrano

### Certificado de Precisión FCH-TR-

Yo, Guido E Abad, certifico que soy traductor de español a inglés, designado por la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, que he traducido el presente documento, y que, al mejor de mi conocimiento, habilidad y creencia, esta traducción es una traducción verdadera, precisa y completa del documento original en español que se me proporcionó.

\_\_\_\_\_  
guido.abad@ucuenca.edu.ec

Santa Ana de los Ríos de Cuenca,

Elaborado por: GEAV \_\_\_\_\_

cc. Archivo Recibido por: nombre / apellido / firma / fecha / hora



## ÍNDICE

RESUMEN:.....	2
ABSTRACT.....	3
ÍNDICE.....	4
CLÁUSULAS .....	9
DEDICATORIA .....	13
AGRADECIMIENTO.....	15
INTRODUCCIÓN .....	17
CAPÍTULO 1.....	19
DIAGNÓSTICO CUANTITATIVO DE OFERTA Y DEMANDA.....	19
1.1 Contexto histórico de mascotas en turismo .....	19
1.1.1 Tendencias en el turismo con mascotas. ....	20
1.1.2 Diferenciación entre <i>Pet Allowed</i> y <i>Pet Friendly</i> .....	23
1.1.3 Normativa legal de referencia en Cuenca. ....	24
1.2 Objetivo del Diagnóstico. ....	25
1.2.1 Metodología y herramientas para el presente análisis cuantitativo. 25	
1.3 Análisis de oferta turística en Cuenca.....	25
1.3.1 Hoteles, restaurantes, operadores de turismo. ....	30
1.3.2 Servicios complementarios .....	31
1.4 Análisis de la demanda nacional e internacional hacia Cuenca. ....	33
1.4.1 Servicios de aerolíneas y aeropuertos.....	35
1.4.2 Medios de información y comunicación con el potencial visitante. ....	37
CAPÍTULO 2.....	39
HACIA UNA CULTURA DE TURISMO <i>PET FRIENDLY</i> .....	39
2.1 Antecedentes del turismo con mascotas e influencia de EXPATS en Cuenca	39
2.2 Instituciones públicas involucradas.....	61
2.3 Organizaciones referentes en el tema de turismo <i>Pet Friendly</i> .....	66
2.4 Mecanismos del mercado internacional turístico con mascotas. ....	70



2.5	Sello <i>Pet Friendly</i> .....	82
2.5.1	Antecedentes de creación y aplicación .....	84
2.5.2	Características y requerimientos generales para obtener el sello <i>Pet friendly</i> .	86
2.6	Percepción en la calidad de servicios <i>Pet friendly en la ciudad de Cuenca</i> .	88
2.6.1	Escenario de hospedaje en Hotel Oro Verde. ....	88
2.6.2	Escenario en restaurante o cafetería. ....	89
2.6.3	Escenario en medio de transporte.....	90
CAPÍTULO 3.....		92
DISEÑO DE PAQUETE TURÍSTICO <i>PET FRIENDLY</i> EN CUENCA .....		92
3.1	Diseño de la oferta turística <i>Pet Friendly</i> .....	92
3.1.1	Análisis FODA del desarrollo de la tendencia <i>Pet Friendly</i> .....	92
3.1.2	Ventajas de la oferta <i>Pet Friendly</i> . ....	93
3.1.3	Desventajas potenciales como ciudad para el turismo <i>Pet Friendly</i> .	94
3.2	Determinar el perfil del turista para la oferta <i>Pet Friendly</i> .....	95
3.2.1	Resultados de encuesta a grupo objetivo .....	96
3.3	Propuesta Sello <i>Pet Friendly</i> .....	103
3.3.1	Logotipo .....	104
3.3.2	Isotipo.....	104
3.4	Paquete turístico <i>Pet Friendly</i> .....	105
3.4.1	Selección de proveedores .....	105
3.4.2	Elaboración de presupuesto.....	107
3.4.3	Planificación de itinerario .....	110
3.4.4	Promoción y presentación del paquete turístico.....	113
CONCLUSIONES .....		119
RECOMENDACIONES.....		122
BIBLIOGRAFÍA.....		123
ANEXOS.....		131



## Índice de figura

Figura 1 .....	33
Figura 2 .....	34
Figura 3 .....	35
Figura 4 .....	37
Figura 5 .....	40
Figura 6 .....	42
Figura 7 .....	42
Figura 8 .....	46
Figura 9 .....	48
Figura 10 .....	49
Figura 11 .....	51
Figura 12 .....	52
Figura 13 .....	53
Figura 14 .....	54
Figura 15 .....	57
Figura 16 .....	58
Figura 17 .....	59
Figura 18 .....	60
Figura 19 .....	61
Figura 20 .....	63
Figura 21 .....	64
Figura 22 .....	67
Figura 23 .....	69
Figura 24 .....	70
Figura 25 .....	71
Figura 26 .....	72
Figura 27 .....	73
Figura 28 .....	75



Figura 29 .....	76
Figura 30 .....	77
Figura 31 .....	78
Figura 32 .....	79
Figura 33 .....	81
Figura 34 .....	83
Figura 35 .....	90
Figura 36 .....	91
Figura 37 .....	96
Figura 38 .....	97
Figura 39 .....	97
Figura 40 .....	98
Figura 41 .....	99
Figura 42 .....	100
Figura 43 .....	100
Figura 44 .....	101
Figura 45 .....	102
Figura 46 .....	103
Figura 47 .....	104
Figura 48 .....	105
Figura 49 .....	115
Figura 50: .....	116
Figura 51: .....	117
Figura 52: .....	118



## Índice de Tabla

Tabla 1 .....	21
Tabla 2 .....	26
Tabla 3 .....	26
Tabla 4 .....	29
Tabla 5 .....	30
Tabla 6 .....	31
Tabla 7 .....	37
Tabla 8 .....	43
Tabla 9 .....	47
Tabla 10 .....	50
Tabla 11 .....	74
Tabla 12 .....	93
Tabla 13 .....	106
Tabla 14 .....	106
Tabla 15 .....	107
Tabla 16 .....	108
Tabla 17 .....	109
Tabla 18 .....	110
Tabla 19 .....	112
Tabla 20 .....	113
Tabla 21 .....	114



## CLÁUSULAS

### Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

---

Yo, Arelys Janneth Molina Piguave en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación “Análisis De La Oferta Y Demanda Turística En Cuenca Para El Desarrollo De La Tendencia Pet Friendly, Año 2020.”, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 28 de enero de 2022.

---

Arelys Janneth Molina Piguave

C.I: 0105563264



## Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

---

Yo, Fabián Oswaldo Sánchez Vélez en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación “Análisis De La Oferta Y Demanda Turística En Cuenca Para El Desarrollo De La Tendencia Pet Friendly, Año 2020.”, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 28 de enero de 2022.

---

Fabián Oswaldo Sánchez Vélez

C.I: 0703879015



## Cláusula de Propiedad Intelectual

---

Yo, Arelys Janneth Molina Piguave, autora del trabajo de titulación "Análisis De La Oferta Y Demanda Turística En Cuenca Para El Desarrollo De La Tendencia Pet Friendly, Año 2020", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, 28 de enero de 2022.

---

Arelys Janneth Molina Piguave

C.I: 0105563264



## Cláusula de Propiedad Intelectual

---

Yo, Fabián Oswaldo Sánchez Vélez, autor del trabajo de titulación "Análisis De La Oferta Y Demanda Turística En Cuenca Para El Desarrollo De La Tendencia Pet Friendly, Año 2020", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, 28 de enero de 2022.

---

Fabián Oswaldo Sánchez Vélez

C.I: 0703879015



## DEDICATORIA

Dedico con todo mi corazón esta tesis a mi madre Mgst. Janneth Piguave y a mi padre Gonzalo Molina por su paciencia, por siempre apoyar mis decisiones y por construirme como persona. También dedico esta tesis a mis abuelitos Adelina Lara y Raúl Prieto, a mis hermanos Junior, Gilson y Yaricel.

Finalmente dedico esta tesis a mi mascota Saky, por ser la inspiración para desarrollar este tema.

*Arelys Molina P.*



Dedico principalmente a mi madre Mercedes y a mi hija Kori, porque son mi origen y mi continuación, quienes dan sentido a mi camino en esta vida.

A toda mi familia, los que están y quienes no, por ustedes tengo mi fortaleza y el empeño de aportar cada día a un mundo mejor. Los que no están físicamente me sostuvieron en momento críticos de conmoción interna. Sobre todo, gracias abuelo *Papo*.

A mi pareja Sarita por acompañarme y darme su mano cada momento contra cualquier tormenta, gracias por creer en mí y viajar a donde yo fuera. Igual a mi amigo John, que sus concejos permitieron que vea en la oscuridad.

*Fabian Sánchez.*



## AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradezco a Dios por las oportunidades de vida que nos presenta cada día o en cada reto, por morar en mi en cada oración.

Agradezco a mis padres por haberme apoyado siempre, aun sabiendo que no era fácil dejarme sola en otra ciudad lejos del hogar.

Agradezco a mis compañeras Liss, Gabi y Vane por haber sido apoyo importante en este camino en la vida universitaria, por brindarme su amistad e incluso recibirme en sus hogares.

Agradezco a mi hermano Gilson, porque gracias a su corazón siempre noble con los animalitos, trajo a mi vida a Saky.

Finalmente, a mi compañero de tesis Fabian por ser parte de este proceso importante en nuestras vidas profesionales.

*Arelys Molina P.*



Hay mucho por agradecer, pero en especial a mi compañera de universidad, Arelys Molina, que me brindó la oportunidad de construir este proyecto cuando en mis dificultades estuve perdido y con horizonte incierto.

Que el Universo les devuelva el doble de mis agradecimientos en su beneficio.

*Fabian Sánchez.*



## INTRODUCCIÓN

En la actualidad, se puede observar cada vez que las personas tienen un apego emocional hacia las mascotas, por lo que claramente se identifica en las grandes ciudades del mundo la edificación de áreas en donde conviven con sus animales, es así que se ven infraestructuras como parques, jardines, zonas verdes, hoteles, vías y zonas Delaware recreación denominadas pet friendly (Ruvalcaba, 2017). Este nicho de mercado fue creado en consideración a que las mascotas pueden ser una parte importante de la vida, y ocupar un sitio especial en el universo afectivo del propietario.

En este sentido, la creciente importancia del mercado aborda el turismo con mascotas, es conocido como “Pet Friendly”, en español “amistoso con las mascotas”, mismo que se ha incrementado a lo largo de los últimos años en Ecuador, varias de las ciudades principales se han adaptado al nuevo modelo, es así que la ciudad de Cuenca paulatinamente se ha acogido al nuevo estilo. En base a ello, el presente trabajo de titulación toma en consideración el establecer cómo se da la oferta y demanda turística en lo que corresponde a la tendencia.

En este orden de ideas, el presente trabajo de titulación se encuentra fundamentado en 3 capítulos:

Primer capítulo: Denominado Diagnostico cuantitativo de oferta y demanda, mismo que encierra en su contexto, las tendencias en el turismo de mascotas, y los datos cÍfrales de cada nación que se acoge a ella, del mismo modo hace inferencia a las normativas y políticas que se han implementado para el desarrollo y convivencia de los pet friendly. De la misma manera se enfoca antecedentes y conceptualizaciones propias del temario como lo son; el análisis de la demanda turística de la zona, servicios complementarios y medios de información.



Segundo capítulo: Denominado Hacia una cultura de turismo *pet Friendly*, siendo este apartado el que hace inferencia a la influencia de los extranjeros en el desarrollo de la tendencia *pet friendly* en la ciudad, y en los nuevos modelos de negocios que se dan a partir de la tenencia de mascotas. Entre ellos la planta turística que presta servicios que acoge a los propietarios y sus mascotas. Otro de los puntos a detallar es la creación de nuevas herramientas tecnológicas que se han adaptado a la tendencia del turismo amigable con los animales. Posteriormente, se detallan las entrevistas que permitieron valorar la percepción en la calidad de servicios *Pet friendly* en la ciudad de Cuenca, para ello se consideró usuarios de hoteles y medios de transporte.

Finalmente, el tercer capítulo: Establecido como diseño de paquete turístico *Pet Friendly* en Cuenca, mismo que expone el análisis general de los datos haciendo énfasis en puntos significativos entre ellos: FODA en referencia a la tendencia, los resultados a las encuestas aplicadas a los viajeros con sus mascotas, conjuntamente, se desarrolla la propuesta. Así como las conclusiones y recomendaciones.



## CAPÍTULO 1

### DIAGNÓSTICO CUANTITATIVO DE OFERTA Y DEMANDA

#### 1.1 Contexto histórico de mascotas en turismo

En un contexto donde el turismo progresa a nivel mundial y cada vez se viaja más, uno de los puntos clave para hacer posible el turismo con mascotas es la adaptación y apertura de la sección de alojamiento a este tipo de viajeros. En el contenido histórico de la inclusión de las mascotas en los viajes de placer o de negocios, se conoce que data a finales de la década de 1980, siendo solo los personajes de grandes riquezas los que se daban lujos viajar con sus mascotas, y solo algunos hoteles de alto nivel los atendían. Los viajes se realizaron principalmente en automóvil o, en algunos casos, en vagones de ferrocarril privados (Kirillova, Lee, & Lehto, 2015).

Para 1989 una asistente de la aerolínea TWA, quiso llevar su Shih Tzu en un avión con ella, por lo que elaboró una bolsa que le permitiera llevar consigo su mascota en la cabina, de este modo otras aerolíneas acogieron la política. En la actualidad las compañías aéreas facilitan el acceso a los animales a sus aviones si cumplen con los requisitos necesarios para poder volar y pagan una parte proporcional de billete de avión, dichos requerimientos pueden variar según la política de cada compañía, ya que esto permite el aumento de la satisfacción del cliente dando origen a buenos resultados (Hung, Chen, & Peng, 2013).

Para el año 2006, la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA), implementó reglas para proteger a los animales que se transportan en la bodega de carga de la aeronave. Luego, en el 2008, emitió reglas más estrictas sobre cómo se debe diseñar y fabricar una jaula para mascotas para asegurar que las mascotas no puedan escapar y no resulten heridas mientras viajan en la sección de carga del



avión. Las reglas para los viajes de mascotas en todo el mundo se definieron claramente, y el propietario de la mascota que viaja adquirió más conocimientos sobre cómo mantener a su mascota segura y en cumplimiento cuando viaja en una aerolínea (Pet Travel Agency , 2018).

Conjuntamente, la actualización de medios de comunicación y redes virtuales, ha facilitado la labor de hoy en día encontrar sitios de alojamiento que permitan la pernoctación de mascotas. Tal es el caso de [www.pettravel.com](http://www.pettravel.com) creado como una base de datos de alojamientos que aceptan mascotas, sitio que cuenta con más de veintiséis mil suscriptores.

Basado en la tendencia, aumentan los propietarios de mascotas que viajan con ellas, por lo que grandes cadenas como Red Roof Inns y La Quinta anunciaron que la mayoría de sus hoteles consienten mascotas. De la misma manera se incluyen los hoteles W, Sheraton y Westin, los que han establecido que el 76% de los dueños de mascotas son más leales a una cadena de hoteles que aceptara mascotas, incluso cuando los dueños no viajaran con sus mascotas; siendo la frecuencia de estancia más placentera por lo que se extiende, conjuntamente recomiendan a otros (Pet Travel Agency , 2018).

### **1.1.1 Tendencias en el turismo con mascotas.**

Viajar con mascotas es cada vez más común, especialmente en ciertos países; siendo Europa un paraíso para los viajeros que buscan destinos de viaje y negocios que admitan mascotas, acompañados de naciones como Alemania, Francia, Italia y Austria más del 40% de los hoteles aceptan mascotas, además de Canadá que ocupa el quinto lugar en el ranking de países con más establecimientos hoteleros que aceptan mascotas con un (34%). Asimismo, en las grandes capitales, como Berlín el 55% de los alojamientos de consienten mascotas, en París al 37%, Toronto al 35%, Nueva York al 32% y un 29% en Roma ( Yuryeva, 2016; Law, 2018). (Law, 2018)



En este orden de ideas, el buscador web Trabber en un análisis expuso que cerca 50.000 hoteles de 30 países incluyen en sus opciones de servicio la posibilidad de que los viajeros se alojen con sus propias mascotas, por lo que estimó un crecimiento lento pero constante en la demanda de este tipo de hoteles. En lo que corresponde a la región de la Américas, es Brasil la que encabeza las cifras de hoteles con hospedaje *pet friendly* con un 18%, en Uruguay del 16% y del 13% en México, principalmente para viajeros internos, ya que cruzar sus fronteras con mascotas suele implicar un papeleo complejo. En naciones como Colombia y Argentina, al menos de 1 de cada diez alojamientos turísticos ofrecen esta opción, Chile (7%), sin embargo, Perú se localiza en un (5%) situándose al final de la lista (Trabber, 2018).

Tabla 1

Países *pet friendly* del mundo

<b>País</b>	<b>Porcentaje de Establecimientos <i>pet friendly</i></b>
Francia	53.05%
Alemania	49.14%
Italia	46.53%
Austria	44.23%
Canadá	34.35%
Estados Unidos	30.64%
Holanda	28.82%
Rusia	25.73%
Grecia	21.72%
Marruecos	21.36
Brasil	18.11%
España	17.96%
Reino Unido	17.56%
México	12.72%
Portugal	11.18%
Turquía	9.43%
Vietnam	6.38%
Australia	4.59%
Tailandia	4.05%
India	3.74%
China	2.78%



---

Corea del Sur	2.39%
Indonesia	1.76%
Malasia	0.76%
Japón	0.47%

---

Nota: Tomado del blog Trabber, en referencia a Los 25 Destinos Más Dog Friendly Del Mundo (2018).

En lo que corresponde al contexto ecuatoriano, la tendencia *pet friendly* cobra fuerza en locales y establecimientos del Ecuador como una nueva estrategia comercial que abstrae a las mascotas en la vida diaria de sus dueños y en la convivencia familiar. Es por ello que el país posee aproximadamente un total de 200 establecimientos dispersos entre las ciudades principales como son Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato, Machala, Portoviejo y Manta según la guía *pet friendly*, en la que se ubican 15 cadenas de servicios como los restaurantes, patios de comida, farmacias, peluquerías, concesionarios de vehículos, boutiques, cadenas hoteleras de 5 estrellas y entidades de renombre (Suru Happy Pet, 2018).

En referencia a la zona costera ecuatorial, se pueden destacar tres principales destinos a visitar entre ellos Esmeraldas, Manabí y Guayas en donde se puede recrearse en compañía de las mascotas una estancia vacacional, en playas como Montañita, Canoa, Same y otras localidades se pueden localizar hoteles que admiten alojarse con las mascotas, algunos establecimientos tienen facilidades como camas especiales, recipientes desechables y espacios de recreación. En la región sierra se encuentran sitios *pet friendly*, como el Ruco Pichincha, el Guagua Pichincha, Mindo, las lagunas de Cubilche, los cuales brindan posibilidades para acampar, de la misma manera la reserva ecológica privada Tambo Quinde es otra opción *pet friendly* para visitar, todos ellos ofrecen nuevas opciones de distracción en compañía de las mascotas entre ellas caminatas por los senderos, observación de aves y fauna silvestre típica de la zona (Castellanos, 2018).



### 1.1.2 Diferenciación entre *Pet Allowed* y *Pet Friendly*.

Conceptualizando la palabra *pet friendly*, esta hace referencia a la amabilidad de los establecimientos sean estos de índole públicos o privados hacia las mascotas, en lo que corresponde al alojamiento es una nueva opción que trata de admitir y ofrecer ciertas opciones especiales para los mismos, que van desde servicio de veterinaria, áreas, protocolos de limpieza, servicio de guardería, veterinaria u otros (Noray, 2018).

Diferenciando los términos *Pet Allowed* y *Pet Friendly*, o en español mascotas permitidas y se aceptan mascotas; estos suelen ser parecen bastante similares, pero con diferenciación de sentido. Es por ello que se puede interpretar cualquiera de los dos en el sentido de que su mascota es bienvenida en su apartamento. Sin embargo, no significan lo mismo, por eso es importante comprender las diferencias. Si una localidad o área residencial le permite estar o vivir con tu mascota, es un lugar que admite mascotas (Gregory, 2019). De manera distinta se conceptualiza el segundo término mascota amigable, es decir que todo negocio o establecimiento comercial afirma sentirse identificado con esta filosofía, admite el ingreso de personas en compañía de sus perros y gatos domesticados (Ruvalcaba , 2017).

En este sentido, se establece que *Pet Allowed* es cuando se permite el acceso de una mascota siempre y cuando al dueño del establecimiento o bien inmueble le parezca a conveniencia. Mientras que el concepto *Pet Friendly* se refiere a lugares o establecimientos donde los animales de compañía son bienvenidos abiertamente. Se entenderá que dichos establecimientos lugares cuentan con áreas adecuadas para ellos y sus dueños. Este concepto esté ligado tanto a establecimientos comerciales, como zonas culturales, ambientes recreativos y establecimientos corporativos, hoteles, restaurantes, entre otros.



### 1.1.3 Normativa legal de referencia en Cuenca.

En Ecuador no existe una normativa que norme el comportamiento de los dueños y sus mascotas en lugares públicos, turísticos, etc. Pero existen cinco normas globales de convivencia que se deben seguir, según los gerentes o propietarios de los establecimientos *pet friendly*:

1. El animal debe portar un collar de identificación y cadena para evitar que deambule por el lugar.
2. Si la mascota hace sus necesidades biológicas dentro el establecimiento, el propietario es el único responsable de limpiar todo. Por eso es importante llevar implementos de aseo.
3. El propietario debe actuar con energía si el animal se altera, tiene una actitud agresiva, ruidosa, o pone en riesgo la seguridad y tranquilidad de los demás.
4. Si la mascota causa algún daño, el propietario será responsable y deberá asumir la reparación.
5. El responsable, del animal, nunca lo puede dejar solo. Debe acompañarlo durante la estadía (Machado, 2019).

#### **Ordenanza de control de mascotas en Cuenca:**

La ordenanza de la ciudad de Cuenca se refiere a la “protección de animales silvestres y domésticos”.

Obligaciones:

- Dar trato, atención y cuidado que garanticen el bienestar de los animales.
- Espacios adecuados para animales en cautiverio.
- Cuidar el aseo de la ciudad.
- Entre otras.

En sus puntos principales la ordenanza establece:

Prohibiciones:



- Atar a los animales a árboles, postes y rejas.
- Alimentar animales en espacios públicos.
- Entrenar, promocionar u organizar peleas.
- Entre otras.

## 1.2 Objetivo del Diagnóstico.

### Objetivo General

Analizar la oferta y demanda turística en Cuenca para el desarrollo de la tendencia *pet friendly* en el año 2020.

Se subraya el hecho de falta de datos significativos para el área a investigar con un nicho de mercado importante que suma en las estadísticas.

### 1.2.1 Metodología y herramientas para el presente análisis cuantitativo.

El presente proyecto de investigación es de tipo no experimental y tiene un enfoque cuantitativo para diagnosticar la oferta y demanda de servicios turísticos *Pet friendly* en la ciudad de Cuenca. Se usarán encuestas y entrevistas para profundizar debido a la inexistencia de estadísticas y datos reales sobre servicios en intermediarios virtuales. Además, fue necesario el uso de la investigación bibliográfica-documental, lo cual proporcionará el sustento necesario para la creación de un paquete turístico *Pet friendly*.

## 1.3 Análisis de oferta turística en Cuenca.

Según Serrano, en una investigación de campo efectuada en el año 2015 señala que en la ciudad de Cuenca existían los siguientes tipos de establecimientos hoteleros:

Tabla 2  
Establecimientos hoteleros en la ciudad de Cuenca

Categoría	TIPO								TOTAL
	Apartamento turístico	Hostales	Hostales residencia	Hosterías	Hotel boutique	Hoteles	Pensiones	Refugios	
Lujo						218			218
Primera	60	1049	54	337	252	1226	159		3137
Segunda	70	1006	310	78		1170	304	12	2950
Tercera	28	798	621			457	291		2195
Cuarta						34			34
Total	158	2853	985	415	252		754	12	

Nota: Indicadores Turísticos: Oferta y demanda de la ciudad de Patrimonial Cuenca – Ecuador, 2018.

Tabla 3  
Operadoras de turismo que operan en la ciudad de Cuenca

Agencias	Paquetes Internacionales	Paquetes nacionales	Paquetes del Azúay
Actuality Travel	Si	Solo a Galápagos y el Puyo	Ninguno
Aeromar	Si	Si	Ninguno
Alas Tours S. A	Si	Si	Ninguno
Almíbar Tours			Solo Cuenca
Andiviajes	Si	Si	Ninguno
Aventours	Si	Amazonía, El Oro, Cuenca, Guayaquil y Galápagos	Solo Cuenca
Avilés World Travel Service	Si	Galápagos	Solo Cuenca



---

Ayax Travel	Si	No	Solo Cuenca
Banamar travel	Si	No	No
Booroute	Si	No	No
Carolose travel	Si	No	Solo Cuenca
Cazhuma Tours	No	Si	Cuenca y alrededores
Conexión touring	Si	Si	Cuenca y alrededores
Corpoviajes	Si	Si	Cuenca y Paute
Cosmopolita	Si	Si	Cuenca y alrededores
Cuenca visión excursiones	Si	Si	Cuenca y alrededores
Del travel	Si	Si	Cuenca y alrededores
Dualidad Aerorutas ML	Si	Si	Cuenca y alrededores
Ectours	Si	Si	No
Emivaltur	Si	Si	Cuenca y alrededores
Expediciones Apullacta	Solamente Perú	Andes, costa y amazonia	Solo Cuenca
Expreso Tours	Si	Si	Cuenca y alrededores
Faviz Tours	Si	Oriente ecuatoriano	Solo Cuenca
Irmás Tour	Si	Guayaquil, Riobamba, Baños, Misahuallí, Chimborazo, Cuenca y Vilcabamba	Solo Cuenca

---



---

Mega tours	Si	Si	No
Metro tours	Si	Si	Cuenca y alrededores
Metropolitan Turing	Si	Si	Cuenca, Chordeleg y Gualaceo
Mompo travel	Si	Si	Solamente Cuenca
Multi TOURS	SI	SI	Solamente Cuenca
Mundoviajes	Si	Si	Solamente Cuenca
Ñuka Ñan tours	Si	Si	Cuenca y alrededores
Operazuay	Si	Si	Solamente Cuenca
Ram Tours	Si	Si	Ninguno
Rootours	Si	Si	Solamente Cuenca
Seitur	Si	Si	Cuenca y alrededores
Sernatour	Si	No	Cuenca y alrededores
SITI Ecuador	Si	Si	Cuenca y alrededores
SunRoad	Si	Si, el Oriente	Ninguno
Surviajes	No	Si	Cuenca y alrededores
Terradiversa	Si	Si	Cuenca y alrededores
Tour viajes	Si	No	Ninguno
Turisa Cuenca	Si	Si	No

---



---

Viajes y Turismo WTA	SI	NO	Ninguno
Vi américa	Si	No	Ninguno

---

Nota: Tomado del repositorio de la Universidad de Cuenca (2016)

Como se visualiza en la tabla anterior las agencias de viajes de la ciudad de Cuenca están dedicadas a la venta de productos turísticos nacionales; entre los que se encuentran: El Puyo, Guayaquil, Galápagos, Loja, El Oro y productos internacionales de países como: Norteamérica, Europa y Asia.

En lo que refiere a la zona de restauración según datos del ARCSA– Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, en el perímetro urbano de la ciudad de Cuenca existen 502 restaurantes registrados con permiso de funcionamiento Vigente, clasificados en 5 categorías:

Tabla 4

Categorización de la zona de restauración

---

<b>Categorías</b>	<b>N.º de restaurantes</b>
Lujo	1
Primera clase	26
Tercera clase	77
Cuarta clase	217
Total	502

---

Nota: ARCSA - Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (2019)



Tabla 5  
Indicadores de la demanda hotelera

Indicadores	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Promedio mensual
Tarifa promedio de habitación general	32.2	34.1	30.1	31.2	29.6%	31.4	37.4	39.7	29.9	28.1	44	30.4	33.2
Porcentaje de huéspedes nacionales	0.3%	2.0%	3.4%	3.2%	6.1%	9.3%	5.1%	6.4%	5.7%	3.2%	2.2%	0.8%	2.3%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	9.7%	8.0%	6.6%	6.8%	3.9%	0.7%	4.9%	3.6%	4.3%	6.8%	7.8%	9.2%	7.7%
Tasa de ocupación	0.2%	8.3%	1.2%	1.2%	1.4%	1.2%	8.8%	1.0%	4.5%	8.3%	0.7%	3.8%	4.4%

Nota: GIER, tomado del estudio de Demanda y Oferta Turística, 2019

### 1.3.1 Hoteles, restaurantes, operadores de turismo.

Los indicadores de la oferta para el total de establecimientos hoteleros del cantón. Se conoce que el mayor porcentaje de tasa ocupacional es nacional con un 76%, en el año 2019, mientras que el índice de turistas extranjeros se centró en un 24%, en este orden de ideas, se establece que la tasa ocupacional fue inferior al 2018 (Grupo de Investigación en Economía Regional GIER, 2016). En lo que



corresponde al 2020 un informe de la página web Cuenca bio-segura y sostenible señala; las instancias hoteleras mantuvieron una ocupación significativa, misma que se encuentra detallada en la siguiente tabla:

Tabla 6

Ocupación hotelera

<b>Hoteles</b>		<b>Hostales</b>		<b>Hosterías</b>	<b>Casa de huéspedes</b>
Cinco	53,67%	Tres	38,00%		
Cuatro	44,78%	Dos	34,12%		
Tres	49,42%	Una	16,29%		
Dos	40,29%				
Total	49,29	29,47%		91,67%	100%

Nota: Tomado de la página web Cuenca bio-segura y sostenible, (2020)

### 1.3.2 Servicios complementarios

Entre los servicios complementarios en el ámbito turístico en la ciudad de Cuenca se pueden detallar los siguientes:

El transporte terrestre en la ciudad de Cuenca y área de influencia, es aquí en donde existen variedad de frecuencias de buses interprovinciales e inter parroquiales que conecten a Cuenca con otras ciudades del país, estas frecuencias son generalmente empleadas por visitantes nacionales y extranjeros, en relación a los transportes netamente enfocados para turismo en la ciudad, se centra en la labor de buses informales, mismas que ofertan salidas de Guayaquil y Cuenca ofreciendo tours en el destino, entre ellos el Parque Nacional El Cajas, Gualaceo y Chordeleg por valores económicos (Ministerio de Turismo, 2011).



La ciudad de Cuenca posee instituciones bancarias de larga trayectoria entre ellos se destacan las instituciones bancarias como son, Pichincha, Guayaquil, Austro, Internacional, entre otros; así como agencias para envíos de dinero (Nacionales e internacionales).

En lo que refiere al comercio el Centro Histórico de Cuenca se encuentra una distribución de un área comercial bien definida en las calles General Torres o Simón Bolívar en donde existen una gran cantidad de comercios y un área residencial. Fuera del Centro Histórico existe un área comercial centradas en instalaciones entre ellos; Mall, Coral Centro, El Gran Akí, entre otros; del mismo modo se encuentran el Centro Comercial Batan Shopping, Centro Comercial River Mall, Centro comercial Multiplaza Miraflores. Conjuntamente, zonas comerciales tales como los sectores de El Ejido, Racar, avenidas González Suárez y De Las Américas, El Arenal, etc. (Fárez, 2015).

En lo que refiere a la atención sanitaria, se establecen varias entidades medicas de orden público entre ellos el Hospital Vicente Corral Moscoso, Hospital Universitario del Rio y los Subcentros de salud pública, en el área privada Hospital San Juan de Dios, Hospital San Martin de Porres, entre otros (Ministerio de Salud Pública, 2017).

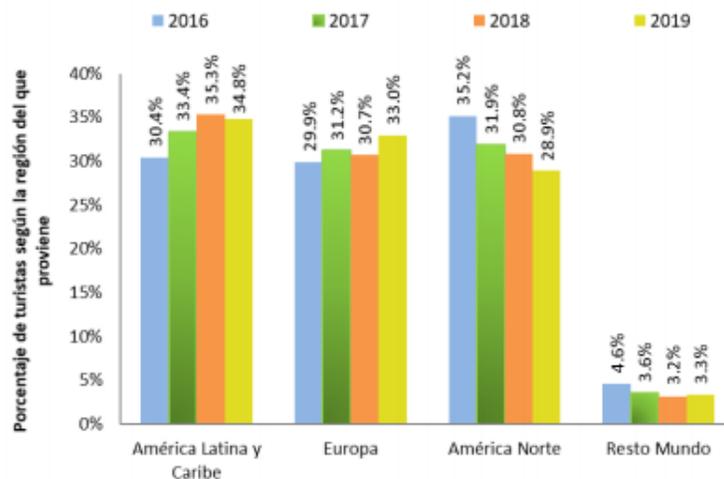
En referencia al servicio que se les presta a las mascotas se conoce que, se brindan servicios que van desde el hospedaje tal es el caso del Servicio de Residencia canina San Antón, servicio de taxi canino, mismo que transporta en espacios adaptados con acondicionado y jaulas independientes para los animales, finalmente el servicio de peluquería y accesorios (Toofy Accesorios, Guapetón, Club Canino Cuenca, Run Patitas, Clínica Veterinaria Betel, Clínica Mac Vet, entre otras) (Diario El Telegrafo, 2020; Directorio 593, s.f.).

## 1.4 Análisis de la demanda nacional e internacional hacia Cuenca.

Una de las variables esencial para la formulación tipológica del turista es el rango etario, en el año 2019 se registra una mayor densidad de visitantes en las edades comprendidas entre los 30 y 44 años (35.2%) a diferencia del 2018. En el año 2019, los visitantes extranjeros tenían una edad promedio de 40.5 años. La mediana y la moda de la edad es de 36 y 25 años respectivamente. En cuanto a la procedencia del turista extranjero se aprecia que en el 2019 hubo un ligero incremento de turistas que provienen de América Latina. Así se lo observa en la figura 1.

Figura 1

Procedencia del turista por región del que proviene



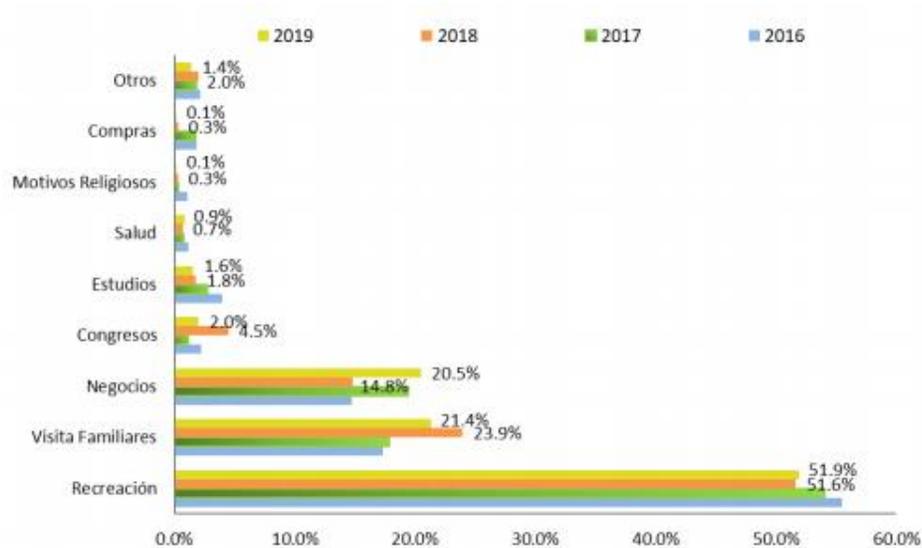
Fuente: GIER, tomado del estudio de Demanda y Oferta Turística, 2019

Los resultados del estudio revelaron que, la principal razón por la que visitan la ciudad de Cuenca es la recreación con el 52%. La proporción de turistas que arriban a la ciudad para por negocios es de 20.5%, y el porcentaje de turistas que llegan a la ciudad para visitar a sus familiares es de 21.4%. El porcentaje de turistas

que visitan la ciudad por negocios es mayor al observado durante el año 2018 (14.8%).

Figura 2

Porcentaje de turistas según el motivo de visita



Nota: GIER, tomado del estudio de Demanda y Oferta Turística, 2019

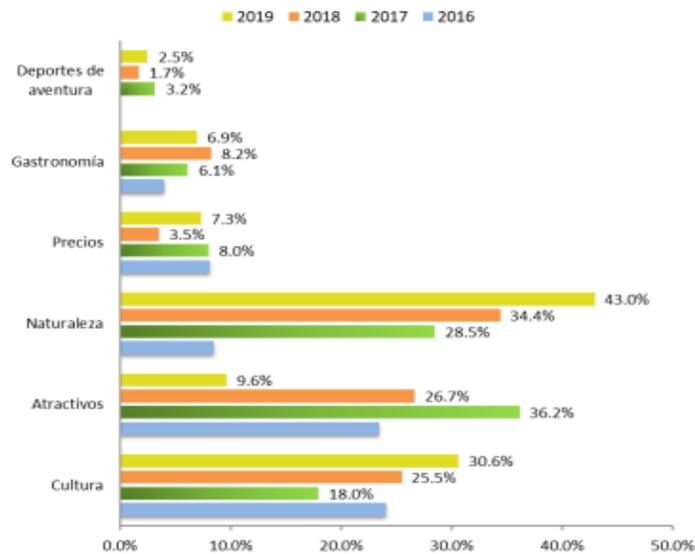
Entre los visitantes que acuden a visitar la ciudad de Cuenca se encuentran turistas estadounidenses mismos que provienen de ciudades con altos niveles de concentración poblacional entre ellas; metrópolis como Nueva York, Los Ángeles, San Francisco y Washington DC. Del mismo modo se registran turistas provenientes de Colombia, el 27,3% son de Bogotá, un 13,7% de Cali en un 10%, conjuntamente, residentes ecuatorianos de la ciudad de Quito en un 27%, otros visitantes no menos importantes originarios de Alemania específicamente de Múnich y los de Argentina de la ciudad de Buenos Aires. Finalmente, la porción mayor de turistas españoles proviene de la ciudad de Barcelona (Grupo de Investigación en Economía Regional GIER, 2016).

Refiriéndose, a las actividades u ocupaciones comerciales de los turistas, la investigación efectuada por GIER expone que se dedican a actividades comerciales en un 14.1%, sin embargo, existe un grupo de turistas que labora en el sector público

lo que corresponde a un 12,3%; o al desempeño de servicios profesionales y educativos en un 13,7% y 10,1% respectivamente. En este sentido, los turistas extranjeros eligen a la ciudad de Cuenca como destino turístico principalmente por sus atractivos naturales y culturales, tal como lo muestra la figura 3.

Figura 3

Porcentaje de turista según razón por la que elige como destino a Cuenca



Nota: GIER, tomado del estudio de Demanda y Oferta Turística, 2019

#### 1.4.1 Servicios de aerolíneas y aeropuertos.

El Aeropuerto de Cuenca Aeropuerto Mariscal La Mar se caracteriza por laborar los 365 días del año a las 06:00 hasta 21:30, sin embargo, existen caso de extensión de horario pedido por las aerolíneas. Entre los servicios que el aeropuerto ofrece a los pasajeros son, un patio de comidas extenso ubicado en la primera planta del edificio, servicio de Internet Inalámbrico, oficinas de punto de ventas de aerolíneas que operan en la ciudad como son la empresa TAME y LAN, variada zona comercial para turistas, cajeros automáticos, parqueadero para visitantes,



alquiler de vehículos, counter de chequeo de pasajeros de TAME y LAN, entre otros (Nivelo , 2017).

El aeropuerto de Cuenca no posee conexiones internacionales directas. En este momento existen intenciones por parte de la aerolínea StarPerú, para la creación de vuelos inter fronterizos entre Chiclayo y Cuenca, aerolíneas como LAN y TAME ofrecen conexión con Cuenca para vuelos internacionales con escala en Quito y Guayaquil, pero no con vuelos directos, es decir sin conexiones o escalas en otros aeropuertos (Ministerio de Turismo, 2011). En la actualidad 4 aerolíneas - TAME, LAN, AEROGAL y AVIANCA- están autorizadas para operar con frecuencias diarias desde y hacia Cuenca desde Quito y Guayaquil. Semanalmente operan un total de 87 frecuencias diarias hacia Cuenca.

En la actualidad la industria turística se ha visto afectada por las diferentes medidas que surgieron a raíz del brote pandémico Covid-19, así lo menciona la OMS señalando que se paralizó al mundo siendo este sector el más afectado de todos los grandes sectores económicos. Lo que originó que en su última edición del Barómetro OMT del Turismo Mundial muestre que el confinamiento casi total impuesto como respuesta a la pandemia redujo en mayo el número de turistas internacionales en un 98% en comparación con el año 2019 (OMT, 2020). Es por ello que este organismo ha sugerido medidas que activen nuevamente la acción turística desde un marco de prevención en donde se tomen medidas decisivas para proteger los empleos y salvaguardar los numerosos beneficios que el turismo ofrece. En referencia a ello, en la actualidad en la terminal aérea de Cuenca solo se encuentra operando las aerolíneas del grupo LAN/LATAM en las siguientes frecuencias diarias.

Tabla 7

Horarios de salidas y arribos del aeropuerto de Cuenca

RUTA	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Salidas de Cuenca hacia Quito	8:48		8:48	8:48	8:08		
	18:04	17:59	18:15	17:59	17:08	17:40	15:53
Arribos de Quito a Cuenca	8:00		8:00	8:00	7:20		
	17:16	17:11	17:26	17:11	16:20	16:51	15:05

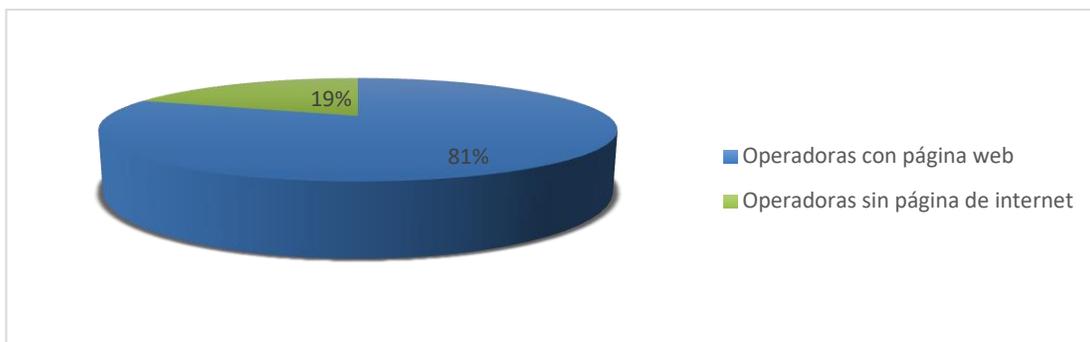
Nota: Tomado de la página web CORPAC, Aeropuerto de Cuenca.

#### 1.4.2 Medios de información y comunicación con el potencial visitante.

El turismo es manejado en su mayoría por las agencias operadoras del país, las cuales son responsables de brindar el más óptimo servicio con el objetivo de superar las expectativas del consumidor. Es por ello que las agencias u operadoras de turismo en un 81%, ofertan sus servicios a través de sus páginas web.

Figura 4

Medios de información y comunicación utilizado por las operadoras de turismo en Cuenca



Nota: Asociación Nacional de Operadores de Turismo (OPTUR), (2020)



Del mismo modo, se encuentran los buscadores que consisten básicamente en un sistema informático capaz de realizar una búsqueda online, de manera rápida, de un archivo que esté almacenado en cualquiera de los servidores. En este sentido, según el sitio web Traffic News, sitúan a veinte de los mejores buscadores de servicios turísticos a nivel mundial; clasificados por el tipo de servicio y por la confiabilidad de la venta.

Entre ellos se pueden enumerar Mobbisimo, Momondo, Google FlightsSearch, Skyscanner, Kayak, Hipmunk, Vuelos Baratos, Easy Viajar, Bookingbuddy, Orbitz, Priceline, Expedia, Travelocity, Atrápalo, Rumbo, E-Dreams, Destinia, Despegar, Travelzoo, FlightFox.



## CAPÍTULO 2

### HACIA UNA CULTURA DE TURISMO *PET FRIENDLY*

#### 2.1 Antecedentes del turismo con mascotas e influencia de EXPATS en Cuenca

Migrar es una característica del hombre desde los inicios de la humanidad por diversos motivos; esto conlleva a que las culturas, tradiciones, modos de vida, economía y sociedades cambien, se moldeen o imbriquen. En este sentido es innegable que, debido a este fenómeno no haya cambios, efectos o impactos en la sociedad que recibe a estos migrantes; todo esto pudiendo ser positivo o negativo para la misma. Son distintos los factores que influyen en las personas a migrar, mucho tiene que ver la situación económica y social del país de donde se origina, como también lo beneficioso que tiene el país, o lugar a donde se migra.

La migración de ecuatorianos hacia otros países ha sido un evento desintegrador de familias, debido a situaciones económicas desfavorables a nivel nacional. Por otro lado, Cuenca ha sido la protagonista un fenómeno migratorio inusual a lo acostumbrado con la llegada de ciudadanos estadounidenses jubilados a vivir nuestra ciudad, debido la caída del dólar en 2008 provocando una crisis económica, recorte del seguro social, etc., afectando sobremanera a este segmento de la población (Delgado Pesantez, 2014). Los mismos han preferido el Ecuador principalmente por la diversidad de climas y los beneficios, preferencias o descuentos que se otorgan a las personas jubiladas, representado un costo de vida económico bajo con respecto a sus países de origen.

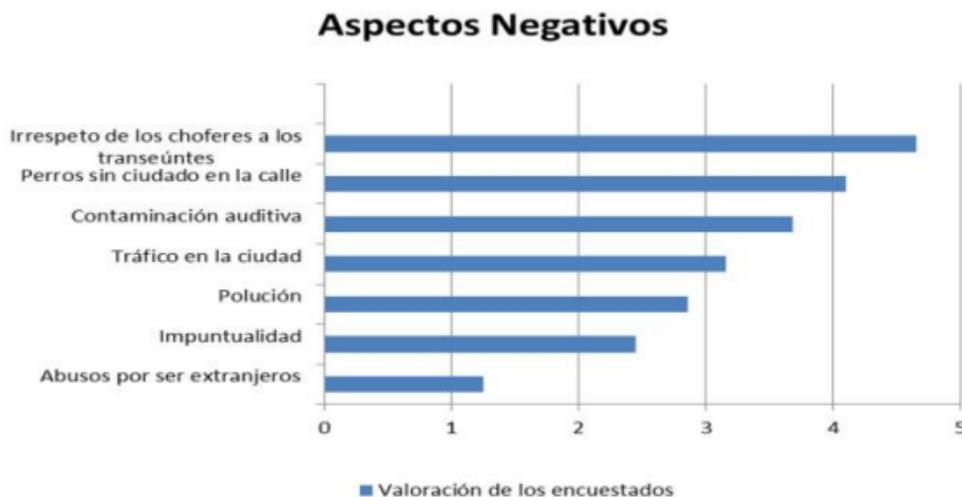
Para el año 2010 la Cámara de Comercio, la Cámara de Turismo, INEC (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos) y el Municipio de Cuenca llegaron a indicar que en la ciudad de Cuenca vivían cerca de 5000 jubilados extranjeros. En 2015, el Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana registró que en

Cuenca vivían de forma permanente más de 8.000 estadounidenses; con europeos y canadienses sobrepasaban los 12.000 residentes extranjeros. (El Telegrafo, 2019). Las ventajas más significativas para esta investigación son: Cuenca como referente en revistas internacionales donde se promociona la ciudad, mejora del ordenamiento territorial, construcción de una ciudadanía más tolerante y amable, aumento de la demanda de servicios y su diversificación. (Delgado Pesantez, 2014)

En cuanto a la percepción del residente extranjero con respecto a la ciudad, hay un variable muy interesante que se nombra en la encuesta realizada a extranjeros; en la tesis de Delgado se destaca como aspecto negativo la cantidad de perros callejeros en la ciudad y sus desechos en parques y calles. A partir de ahí, se puede considerar la llegada de extranjeros a residir en la ciudad como referente de cambio en cuanto la cultura de tenencia de mascotas. (Delgado Pesantez, 2014)

Figura 5

Aspectos negativos percibidos por residentes extranjeros



Nota: Tomado de tesis Análisis de la situación actual de los extranjeros estadounidenses de la tercera edad residentes en la ciudad de Cuenca, Delgado (2014)



La idea de la influencia extranjera en el inicio de la tendencia *Pet friendly* en Cuenca se sustenta en la entrevista realizada a Xavier Moctezuma, gerente propietario de apartamentos Otorongo, quien indica que empezó a permitir a sus huéspedes ingresar con mascotas desde hace 12 años atrás, cuando clientes jubilados extranjeros llegaban a la ciudad de Cuenca desde los años 2008 – 2009 con la intención de radicarse en la ciudad. Su principal motivación fue su gusto por las mascotas y al notar que se trataba de un nuevo segmento de mercado en auge con clientes que se hospedaban al menos dos meses hasta establecerse en la ciudad; además clientes que inicialmente se hospedaban por periodos cortos recurrentemente regresaban a hospedarse con sus mascotas hasta encontrar el lugar ideal para su residencia.

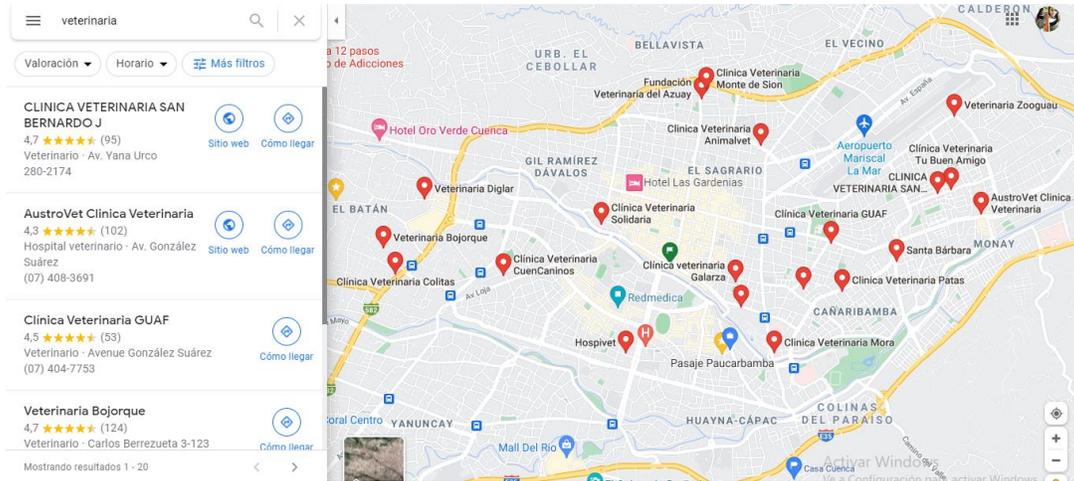
La influencia extranjera en el desarrollo de la tendencia *Pet friendly* es mucho más notable cuando se trata de analizar la oferta de servicios veterinarios existentes en la ciudad de Cuenca. En el 2014 se identificaron alrededor de 60 clínicas veterinarias debido a una mayor preocupación con respecto a la nutrición y salud de las mascotas, incluyendo un cambio en el rol de la mascota en el hogar, pasando de ser protectores del hogar a animales de compañía, afecto y fidelidad.

En la actualidad, remitiéndose en la guía telefónica de Cuenca del año 2020, únicamente están registradas 22 veterinarias y un *Pet shop*, de los cuales 4 indican ofrecer hospedaje entre sus servicios; sin embargo, se sabe que existen mucho más dado que la tecnología facilita la forma en como los negocios se dan a conocer, en ese sentido si se realiza una búsqueda en Google Maps, se encuentran al menos 160 veterinarias y alrededor de 40 *Pet shops* en la ciudad de Cuenca.

En las siguientes imágenes tomadas de Google Maps, se puede apreciar que en cada sector de la ciudad existen veterinarias, dando a notar que existe oferta amplia en cuanto a servicios para mascotas, tanto que en la actualidad mientras camina por la ciudad se va a encontrar más de una veterinaria o *Pet shops*, donde no solo se da atención de salud, sino también productos como camas, ropa,

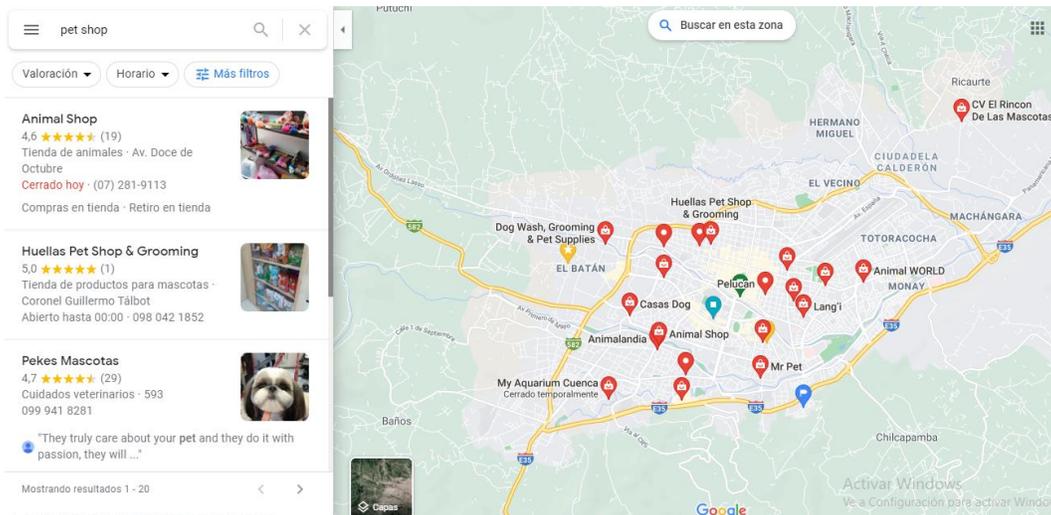
juguetes, etc. En cuanto a servicios se tiene desde baño a la mascota, cortes de pelo, masajes, perfume, hospedaje, profilaxis dental, etc. En los centros comerciales y supermercados se puede encontrar amplias secciones dedicadas a productos para mascotas, principalmente perros y gatos.

Figura 6  
Veterinarias en Cuenca



Nota: Tomado de <https://www.google.com/maps/search/veterinarias+cuena/>, (2021)

Figura 7  
Búsqueda pet shops en Cuenca



Nota: Tomado de <https://www.google.com/maps/search/pet+shops+cuena/> (2021)



En la actualidad, la tendencia *Pet friendly* ha tomado auge en diferentes locales y establecimientos del Ecuador, la misma que ha sido establecida como estrategia comercial que incluye a las mascotas en la vida diaria de sus dueños y en la convivencia familiar. En lo que corresponde al contexto ecuatoriano, son cerca de 200 establecimientos repartidos entre algunas ciudades como Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato, Machala, Portoviejo y Manta según la guía *Pet friendly*, en la que se sitúan cadenas de servicios como son hoteles de lujos, restaurantes, farmacias y peluquerías, entre otros.

La oferta hotelera de la ciudad de Cuenca según página Booking.com señalan a los siguientes hoteles que se identifican como *Pet friendly*, entre ellos se verifico a los siguientes:

Tabla 8

Hoteles de la ciudad Cuenca con lineamientos *Pet friendly*

<b>Establecimiento</b>	<b>Tipo</b>	<b>Categoría</b>	<b>Ubicación</b>
Gaviota Apartments & Suites	Hotel	2 estrellas	Luis Moreno Mora 6-108 av. Solano
Dos Chorreras	Hostería	4 estrellas	vía al Cajas s/n
Apartamentos Otorongo	Hotel	2 estrellas	av. 12 de abril 5-40 guayas
Oro Verde	Hotel	5 estrellas	av. Ordoñez Lasso s/n paseo 3 de noviembre
Hotel Flore	Hotel	2 estrellas	Padre Aguirre 815 Mariscal Sucre
Norte	Hotel	2 estrellas	Sangurima s/n mariano cueva
Selina Cuenca	Hotel	3 estrellas	Larga 7-93 Luis Cordero
Kolibri B&B	Hostal	3 estrellas	Av. 27 de febrero 6-42 y Arturo Valencia

Nota: Tomado de la página Booking.com.



Elaborado por: Autores.

De acuerdo a las entrevistas realizadas a los establecimientos hoteleros que admiten mascotas, coinciden en que una de las motivaciones es el rol importante que tiene la mascota en la familia, quien es un miembro más que recibe cuidados, cariño y atención necesaria. Además de una motivación sentimental, Ana María Delgado gerente del hotel Oro Verde Cuenca, indica que en el año 2017 iniciaron con la aceptación de mascotas realizando un análisis previo mediante encuesta a sus clientes debido a que parte de su segmento solicitaba la aceptación de las mismas. Sus resultados indicaron que había un segmento de clientes que harían uso del servicio, otro segmento de clientes no tendría inconveniente en compartir los espacios del hotel donde también se encuentren las mascotas y por otro lado quienes no están de acuerdo con la aceptación de mascotas en el hotel; a partir de estos resultados establecieron políticas y espacios específicos donde permiten el ingreso de las mascotas para adaptarse a las distintas necesidades de los clientes con requerimientos especiales. Las políticas de Hotel Oro Verde son las siguientes:

- El huésped debe informar que ingresa con una mascota.
- Todas las mascotas deben estar vacunadas, se solicitará certificados vigentes.
- El precio del hospedaje es de \$30.00 + impuestos por noche.
- Se permite una mascota entrenada por habitación (perro o gato), donde el peso límite es de 13k, sin embargo, mascotas que excedan dicho peso podrían ser aceptados previa aprobación de Gerencia General.
- La mascota debe estar siempre con correa en su caja de transporte, mientras esté en el hotel, a menos que esté en la habitación del huésped.
- La mascota no debe quedar sola en la habitación.
- En caso de necesitar implementos para su mascota como camas o recipientes para alimentos, deberá contactar a recepción.
- No permitir que las mascotas "marque territorio" en el hotel.



- Las mascotas no están permitidas en restaurantes ni en el área de la piscina. Esta exclusión no aplica a perros de servicio.
- Si su mascota sube a los sofás, sillones o camas, le solicitamos por favor cubrir los mismos con un cobertor de su propiedad.
- Las toallas del hotel no son para uso de las mascotas.
- Cuando el personal del hotel se encuentre en la habitación por algún servicio solicitado, la mascota debe estar en su bolso de transporte o con correa.
- Los huéspedes son responsables de limpiar los desechos de sus mascotas dentro del hotel y/o zonas aledañas.
- Cualquier disturbio o molestia debe ser controlada por el huésped, para asegurar que otros huéspedes no sean molestados, caso contrario el hotel se reserva el derecho de dar por terminada la estadía, sin derecho a reclamo.
- Los huéspedes son responsables de todos los daños materiales, destrozos en el hotel y/o heridas personales causadas por la mascota, el hotel se reserva el derecho de cargar a la cuenta dichos valores.
- Hotel Oro Verde Cuenca NO se hace responsable por cualquier mordedura, piquete, infecciones o enfermedades que la mascota pueda adquirir durante su estancia.

Con respecto al valor del servicio en el hotel Oro Verde, saben indicar que no corresponde a un ingreso económico que genere ganancias para el hotel, sino es un valor que corresponde a los costos de limpieza que implica para el hotel luego de que una mascota ocupa dicha habitación. En cuanto al peso o tamaño de la mascota indican que son flexibles y respecto al entrenamiento la mascota hotel Oro Verde reconoce que mientras la mascota es parte de la familia, esta es entrenada en medida en la que puede convivir en un ambiente dentro las instalaciones con comportamiento educado haciendo que se pueda permitir su estadía. La estadía de las mascotas en hotel Oro Verde en un principio fue en habitaciones específicas, al

día de hoy con el avance en cuanto al conocimiento de sus clientes y el comportamiento de las mascotas han podido extender sus posibilidades y permitir mascotas en el resto de habitaciones del hotel incluyendo una cama para la mascota, adicional a eso cuentan con contacto de veterinario en caso de emergencia. En hotel Oro Verde Cuenca las áreas comunes *Pet Friendly* son el área de la pérgola y el Deli (cafetería) donde también tienen acceso a clientes externos incluidas sus mascotas desde la calle principal Ordoñez Laso mientras están consumiendo.

Figura 8

Mascota en Hotel Oro Verde



Nota: Foto proporcionada por Hotel Oro Verde, 2021

Hasta la fecha actual, hotel Oro Verde ha recibido de manera mensual un promedio de 3 mascotas en el año 2017 cuando empezó admitir mascotas. Ese número creció con el paso de los años; para 2018 ya recibía en promedio 5 mascotas al mes, mientras que en el 2019 aumento en un promedio de 7 mascotas al mes. Del año 2020 no se tiene una estadística concreta del número de mascotas debido al confinamiento obligatorio por motivo de la pandemia Covid-19, donde principalmente los negocios turísticos cerraron sus puertas, a efecto de esta



situación pueden deducir que recibieron 2 mascotas al mes, considerando un cierre de al menos 4 meses. Sin embargo, en lo que va del año 2021 se hospedaron un promedio de 8 a 10 mascotas al mes, teniendo en cuenta que en los últimos meses en el país se decretaron estados de excepción limitando la movilidad y afectando el turismo a nivel nacional.

Tabla 9

Promedio mensual de mascotas en Hotel Oro Verde

<b>Promedio mensual de mascotas hospedadas en hotel Oro Verde</b>					
	2017	2018	2019	2020	2021
Mensual	3	5	7	2	8-10

Nota: Hotel Oro Verde, 2021.

Elaborado por: Autores.

Otro de los establecimientos hoteleros en Cuenca, reconocidos por admitir mascotas es Hostería Dos Chorreras ubicado en el Parque Nacional el Cajas, quienes desde el año 2015 permiten mascotas en todas sus instalaciones principalmente por petición de sus clientes, conscientes de que la mentalidad con respecto a la tenencia de mascotas ha tomado un cambio en los últimos años convirtiéndose en un miembro más de las familias, sumando que al ser un establecimiento de hospedaje con grandes áreas verdes y afluencia de familias optaron por crear políticas para satisfacer a este segmento de mercado. El costo de hospedaje por mascota es de 40.00 USD por día, cubriendo los costos que representa la limpieza de la habitación luego de haber sido ocupada por mascotas. Además, hostería Dos Chorreras cuenta con clientes externos que llegan durante el día para disfrutar de las excursiones y de sus instalaciones abiertas al público como la chocolatería, dulcería, restaurante, pesca deportiva, etc., mismas actividades y servicios donde las mascotas están aceptadas.

Figura 9

Mascota en Chocolatería dos Chorreras



Nota: Foto tomada por autores

En cuanto a estadísticas de afluencia de clientes con mascotas, indican que de cada 10 clientes que reciben, al menos 2 llegan con mascotas a hospedarse. Durante los fines de semana hostería Dos Chorreras recibe clientes externos donde al menos llegan 4 o 5 mascotas por cada 15 personas que llegan a disfrutar de las excursiones. Sabido es que el Parque Nacional El Cajas, al ser un área natural sensible, no está permitido el acceso de mascotas principalmente si se quiere ingresar a las áreas donde se encuentran los refugios que son controlados por los Guarda parques; sin embargo, en hostería Dos Chorreras está permitido con la condición de que se respeten los senderos durante las excursiones y de la misma forma, los dueños sean responsables de recoger desechos biológicos de sus mascotas.

Figura 10

Mascota en hostería Dos Chorreras



Nota: Foto tomada por autores

Por otro lado tenemos que el Hotel Valgus es uno de los tantos hoteles de la ciudad de Cuenca que no tiene dentro de sus políticas la aceptación de mascotas; sin embargo, dentro del mismo grupo empresarial tienen como opción para sus clientes a Gaviota Apartments & Suits para que los huéspedes hagan uso de sus instalaciones con mascotas por el valor de \$30.00 que al igual que los demás establecimientos, dicho valor sirve para cubrir los costos de limpieza que implica que la habitación o departamento haya hospedado una mascota. La particularidad de este establecimiento de hospedaje es que ha destinado los departamentos que tienen terraza exclusivamente para este segmento de mercado; dado que, de acuerdo a la información proporcionada por su administrador, ahí se hospedan al menos de 8 a 10 mascotas al mes.



En lo que referencia el contexto de establecimientos de alimentos y bebidas se han encontrado muy pocos los que permiten el ingreso a mascotas en sus instalaciones, tales como:

Tabla 10

Establecimientos alimentos y bebidas que admiten mascotas.

<b>Tipo</b>	<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>
Cafetería y pastelería	Vainilla Rose	Lamar 13-95 y Estévez De Toral
Taquería	Chicano	Plaza del parque San Sebastián.
Cervecería y Restaurante	Golden Prague Pub	Alfonso Cordero 2-41 y Manuel J. Calle
Cafetería	Melatte	Borrero 7-46 Y Pdte. Córdova
Restaurante	Amaya Bistro	Luis Cordero 6-75 y presidente Córdova
Cafetería	Sneaky Goat & Co	Calle Larga y Alfonso Jerves
Cafetería	Deli by Oro Verde	Av. Ordoñez Lasso
Restaurante	La casa de las alitas	Pachacamac 5-95 y Av. Paseo de los Cañaris Cuenca, Ecuador
Restaurante	Hell's	Mirador de Turi
Restaurante	Hangry Hippo Cuenca	Frente a escuela Eugenio Espejo

Nota: Tomado de Facebook e Instagram de cada establecimiento.

Elaborado por autores.

Estos establecimientos de alimentación tienen en común que admiten mascotas con la condición de no generar incomodidad al resto de personas; además, en la entrevista realizada a la Lic. Catherine Salinas, dueña de la cafetería Vainilla Rose, manifiesta que una de sus motivaciones para admitir mascotas es

que también tienen una con la que salen a caminar por el centro histórico de Cuenca y no existen lugares netamente *Pet Friendly*, limitando el disfrute de los días libres en familia. Vainilla Rose abrió sus puertas al público en el mes de abril del 2021, desde la fecha ha recibido alrededor de 10 a 15 clientes con mascotas; Catherine indica que muchos de estos clientes se han sentido con vergüenza, pero al manifestarles que pueden ingresar con las mismas, nota mucho la alegría y sorpresa de ser admitidos con sus mascotas, debido a esto se ha propuesto poner un dispensador de agua y alimento en su cafetería.

Figura 11

Vanilla Rose *Pet Friendly*

Nota: Foto tomada por autores.

Golden Prague Pub es una cervecería y restaurante de inversión extranjera en la ciudad de Cuenca, desde su apertura al momento de ingresar se puede encontrar un sello que indica que son *Pet Friendly*, adicional a esto proporcionan a

sus clientes una fuente con agua, teniendo alta afluencia de clientes extranjeros con mascotas en sus instalaciones. Se reafirma la influencia extranjera, es decir este negocio llegó a la ciudad con la idea de aceptación de mascotas sin que sus clientes hayan planteado esta necesidad.

Figura 12

Golden Prague *Pet Friendly*

Nota: Foto tomada por autores

Recientemente se ha inaugurado en la ciudad de Cuenca el restaurante de comida rápida Hangry Hippo Cuenca, se presenta en sus redes sociales como el “primer y único” restaurante *Pet Friendly* debido a que son los primeros en agregar a su menú opciones de comida para servir a las mascotas. Hay que reconocer que, el agregar un menú para mascotas y hacerse conocer por ello, atraerá a muchos. Sin embargo, no se puede dejar de lado que existen actores turísticos que han aportado con la iniciativa de admitir mascotas, permitiendo así que al día de hoy se pueda pensar en esta tendencia como un potencial para la ciudad.

Figura 13

## Menú para mascotas Hangry Hippo Cuenca



Nota: Imagen editada por autores, tomada de las redes sociales de Hangry Hippo Cuenca.

En Turi, uno de los lugares más visitados de Cuenca existe un establecimiento turístico y de aventura que también permite el ingreso de mascotas a pesar de no tener un letrero o logo que lo identifique como tal, Aventuri. Este lugar es frecuentemente visitado por locales y turistas, existen rutas de canopy, puentes colgantes y algunos columpios que permiten realizar fotografías con una vista panorámica de la ciudad. Si bien estas atracciones no son aptas para que realicen las mascotas, si pueden ingresar al establecimiento y ser partícipes de un día de esparcimiento con sus dueños.

Figura 14

Atracciones en Aventuri.



Nota: Imagen tomada de las redes sociales de Aventuri Cuenca.

Al momento de realizar esta investigación se va evidenciando en redes sociales el auge que está teniendo la tendencia *Pet Friendly*, la influencia de las redes sociales y la difusión de la información de manera rápida e instantánea está haciendo que se evidencie mediante publicaciones “virales” un segmento de mercado al que no se está apuntando. Por tanto, es necesario que todos estos establecimientos que forman parte de la cadena de producción del turismo sean reconocidos e identificados por la tipología de servicio que ofrecen.

Los medios de transporte son parte crucial dentro de la cadena de producción de turismo, quienes no cuentan con políticas de aceptación de mascotas cuando se tiene la intención de viajar en un medio de transporte público. Las experiencias y condiciones para viajar en los medios de transporte urbanos, rurales e



interprovinciales son diversas y los dueños son los que condicionan esta posibilidad de acuerdo a lo que ellos están dispuestos a aceptar. En lo que respecta al transporte urbano, el día 4 de Julio de 2018 en la ciudad de Cuenca se ejecuta y publica la Ordenanza que regula las condiciones para el mejoramiento de la calidad del servicio de transporte público de pasajeros de buses urbanos en el cantón Cuenca y su plan de renovación, en su Capítulo II de las condiciones mínimas de prestación de servicios establece que “todas las operadoras garantizarán el transporte de animales domésticos, de compañía y animales menores de manera que no incomoden o pongan en riesgo a los pasajeros y cumplan con la normativa cantonal vigente” (pág. 9)

Sin embargo, la experiencia de los usuarios con intención de transportarse con mascotas es diferente, debido a que no se especifica los rangos de permisibilidad cuando se habla de “animales domésticos”, mientras que las mascotas generalmente son categorizadas por razas pequeñas (10-15 kilos y hasta 30centímetros de alto), medianas( 15- 25 kilos y 30 a 40 centímetros de alto) y grandes(más de 25 kilos en adelante y más 40 centímetros de alto) limitando al usuario al desconocer los máximos permisibles haciendo uso inadecuado del servicio público al querer acceder con una mascota a los buses urbanos y encontrarse con una posición de rechazo por parte de los dueños o conductores de los buses de transporte urbano cuando se trata de mascotas que superan apenas los 5 o 10 kilos.

Mientras tanto, con respecto al servicio de taxis en la ciudad de Cuenca es mejor consultar con anterioridad o en su defecto solicitar previamente el servicio y manifestar que se requiere que admitan la mascota haciendo énfasis en las características como el peso y tamaño de la misma, para evitar inconvenientes o negociar algún cargo adicional.

Al reemitirse al transporte interprovincial no existen políticas claras con respecto a la permisibilidad de viajar con una mascota. En este caso al consultar en



las diferentes cooperativas de transporte desde Cuenca es permitido con previo aviso al conductor del bus para que este de las indicaciones. En algunos casos, hay estricta restricción incluso tratándose de mascotas que no superan el tamaño y peso de un bebé no mayor a 2 años, indicando a los dueños de mascotas que las mismas deben ser transportadas en kennel dentro de la bodega de maletas del bus; en muchos otros casos, con el permiso del dueño o conductor del bus se ha podido transportar mascotas pagando un asiento adicional para comodidad del usuario. Concluyendo que la transportación de mascotas en los servicios urbanos, de taxis e interprovinciales dependerá de lo que disponga el propietario o conductor de dicho transporte.

En lo que corresponde al uso del tranvía de Cuenca, este se caracteriza por ser el mayor sistema de transporte público moderno y ecológico de esta ciudad y el primer tranvía moderno en Ecuador, mismo que transporta alrededor de 120 000 pasajeros al día y 39 millones al año. El recorrido empieza en el sur de la Cuenca, cerca de la vía a Baños, sector Control Sur, culminando al norte en el Parque Industrial. Para hacer uso de este servicio de transporte, el costo de su pasaje se basa en una tarifa normal en \$0.35 y la tarifa multiviajes (5 viajes) en \$0.30, ambas opciones válidas mediante el pago con la tarjeta del tranvía (MOVILIZATE). Adicional solo en el tranvía existe la posibilidad de comprar boleto en efectivo en las estaciones tiene valor de \$1.00 (Tranvia Cuenca, 2020).

Refiriendo, al uso del tranvía acompañado de animales, la Ordenanza que regula la operación del sistema tranviario del cantón Cuenca, señala en su capítulo 2 en la sección de derechos de los usuarios indica que se puede transportar mascotas, siendo estos designados como animales guía o domésticos, mismos que pueden hacer uso del transporte siempre y cuando no causen molestias o peligro para otros usuarios, para ello se promoverá la transportación segura haciendo uso de correas o dispositivos propios para su transportación. En este sentido, también se hace hincapié en la sección de los deberes de los usuarios indica que los

pasajeros son responsables de limpiar desechos de sus mascotas (GAD Cuenca, 2020).

En este mismo documento se expone en el artículo 26 de las infracciones y sanciones leves, en donde menciona que al viajar con animales que no posean correas, bozales o dispositivos propios para su transportación, según sea el caso, de manera que incomoden o pongan en riesgo a los demás pasajeros, sus propietarios serán sancionados con el 0.5% de una remuneración básica unificada (GAD Cuenca, 2020).

Figura 15

Uso del bozal en el Tranvía de Cuenca



Nota: Tomada de Facebook, Tranvía Cuenca 2021.

En el área del patio de comidas de la planta baja del centro comercial Monay Shopping Center, se encuentra un *Guafpet*, el cual es un local dedicado al servicio para mascotas, donde el centro comercial NO es *Pet Friendly*. Lamentablemente, al momento de ingresar hay que indicar a los guardias del centro comercial que va a realizar grooming (baño, corte de pelo, corte de uñas) a su mascota para que se le permita el ingreso; además de que será escoltado hasta dicho local. Los dueños indica que son las reglas del centro comercial y se permite el ingreso exclusivamente por su existencia, mientras que en otros países se crean baños en aeropuertos exclusivos para mascotas o coches para ingresar con mascotas, aquí se tiene que evitar asistir con las mismas a este tipo de establecimientos. Desde la perspectiva del usuario, es incómodo asistir a un lugar donde la mascota no es aceptada, ser escoltados por los guardias y en ocasiones cargar a la mascota hasta el local.

Figura 16

Guafpet - Monay Shopping Center



Nota: Foto tomada por autores, 2021.

En la planta baja del centro comercial Mall del Rio, también existe un local comercial “Zona Animal” dedicado a la venta de productos para mascotas. Conversando con el encargado de dicho local, indica que antes de la pandemia COVID-19 tenían en el servicio de guardería de mascotas y *grooming*; sin embargo, ya no pueden ofrecer estos servicios debido a que la administración del Centro Comercial no lo permite porque va en contra de las medidas de bioseguridad por pandemia. Considera que esto afecta a su negocio debido a que corresponde a dos servicios que no puede prestar, inclusive a pesar de la existencia de artículos científicos donde se aclara que las mascotas domésticas, como gatos y sobre todo perros, no son transmisores; además manifiesta que, quienes hacen uso de estos servicios son dueños que tienen a sus mascotas en muy buenas condiciones y con vacunas al día. Por lo tanto, manifiesta que los centros comerciales deberían considerar la admisión de mascotas, haciendo énfasis que hay zonas como el patio de comidas donde es entendible que no sean admitidos.

Figura 17

Zona Animal – Mall del Rio



Nota: Foto tomada por autores, 2021.

Mientras tanto, en la planta baja del Centro Comercial El Vergel, existen dos locales comerciales dedicados a la venta de artículos para mascotas, donde si permiten el ingreso de mascotas. A pesar de no existir un letrero con el cual se identifiquen como *Pet Friendly*, permiten el ingreso al área de los locales comerciales exceptuando el área del Supermaxi. Al existir estos locales dedicados a mascotas, lo más entendible es que se permita el libre acceso a las mascotas a estos centros comerciales como en el C.C. El Vergel, sin embargo, esto no sucede en el resto de centros comerciales de la ciudad de Cuenca.

Conexión Animal es uno de los locales que se encuentran en C.C. El Vergel, la particularidad del mismo es que, muchos de sus productos son útiles para personas que viajan con sus mascotas tales como: asientos para mascotas adaptable a los asientos de los carros, duchas portátiles para el aseo de las mascotas antes entrar al automóvil, impermeables con cintas reflectivas y cierres que se adaptan a los arneses o correas de las mascotas, artículos adaptables a los asientos de un automóvil para facilitar el transporte de mascotas dando seguridad al conductor, mochilas, cangureras, artículos plegables y otros accesorios que prometen facilitar los viajes con mascotas.

Figura 18

Conexión Animal - C.C. El Vergel



Nota: Foto proporcionada por Karla Crespo, propietaria del Conexión Animal, 2021.

Caminando por las calles de Cuenca, no solo se empieza a evidenciar una tendencia en crecimiento en torno a los establecimientos turísticos, sino también en locales comerciales que se unen a esta tendencia. El Galería de ropa juvenil “Si, Vatex”, ubicada frente al Parque Calderón, se une también a la lista de establecimientos *Pet Friendly*.

Figura 19  
Si Vatex, *Pet Friendly*



Nota: Foto tomada por autores, 2021.

## 2.2 Instituciones públicas involucradas

El Ministerio de Turismo como ente regulador de la industria del turismo del Ecuador, al momento no cuenta con leyes, reglamentos o políticas donde se contemple a las mascotas como usuarios en turismo. Dentro del Reglamento de Alojamientos Turísticos, en el Anexo B. REQUISITOS DISTINTIVOS PARA ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO CATEGORIZADOS COMO 5, 4 Y 3 ESTRELLAS (Ministerio de Turismo, 2015), es la única sección donde se nombra a las mascotas e indica que deben “contar con al menos dos facilidades para mascotas (áreas de descanso, áreas de paseo, entre otras)” dándoles 3 puntos para obtener esta categorización de alojamiento. Sin embargo, hace falta estudiar



las necesidades de los huéspedes que viajan con mascotas y sobre todo analizar un poco más la oferta del país para poder apuntar a este nicho de mercado.

Ana María Delgado, gerente de hotel Oro Verde Cuenca, hace énfasis en el compromiso de conocer a sus clientes y sus necesidades, siendo esto, una motivación para realizar un estudio previo para atender a sus clientes con mascotas, priorizando establecer políticas de ocupación claras dentro del hotel. Hace falta entender que la necesidad de un huésped con mascota, va más allá de contar con área de paseo, cuando se trata de un cliente que necesitará una cama, fuente para su alimento o servicios adicionales que hagan de su estadía y la de su dueño algo placentero. Ministerio de Turismo debería trabajar con los actores turísticos para entender las necesidades de este tipo de clientes y empezar a contemplar o ampliar sus horizontes a las necesidades que pudieran tener dentro de este nicho de mercado, inclusive para calificar de manera correcta, crear distintivos o categorizaciones más adecuadas a los establecimientos de alojamiento de acuerdo a los servicios que pueden ofrecer.

La fundación municipal de turismo para Cuenca en su “Plan de turismo para Cuenca 2020-2024” indican que se trabajará en turismo para la reactivación del sector actualizando las tendencias debido al panorama incierto que se presenta con la pandemia COVID – 19. Dentro de las tendencias de turismo a partir del 2020, en las que se puede identificar la incursión y sustentar la importancia de apuntar hacia la tendencia *Pet Friendly*, se han identificado las siguientes:

- Viajes por carretera: Estos viajes son propicios por cuestión de seguridad de quienes desean realizar cualquier tipo de actividad turística dentro del país incluyendo a las mascotas en los viajes, asegurándose de que los lugares a visitar cuenten con políticas que permitan su ingreso. Es común que un viajero de carretera haga paradas en puntos estratégico y

tratándose del ecuador, se puede disfrutar de infinidad de paisajes naturales.

Figura 20

Mascota viajando en auto con arnés de seguridad



Nota: Foto tomada de mascotasavila.com, 2021.

- Actividades al aire libre: Turismo de naturaleza como senderismo y acampar serán tendencia debido a que permite el aislamiento y evitar aglomeraciones mientras se realizan estas actividades que, dependiendo del lugar donde se realicen y su sensibilidad natural se pueden o no realizar con mascotas. Para esto se deben identificar de manera propicia para poder apuntar a la tendencia de turismo *Pet Friendly*.

Figura 21

Mascota realizando turismo de naturaleza - Laguna Quilotoa



Nota: Foto tomada por autores

- Servicios turísticos con medidas sanitarias: De acuerdo a lo indicado por los establecimientos turísticos, sobre todo de hospedaje que permiten mascotas, la limpieza y sanitización de sus habitaciones al recibir mascotas es muy exhaustiva y estricta, lo que indica que el establecimiento sabe manejar muy bien sus protocolos de limpieza desde que se trata de hospedar mascotas y sobre todo en la situación emergente que se atraviesa por COVID-19.
- El turismo MICE se verá altamente afectado por lo que, los establecimientos turísticos deberán apuntar a otras tendencias que atraiga a los turistas, en este caso el turismo *Pet Friendly* está tomando cada vez mayor fuerza en la ciudad de Cuenca; gracias a las redes sociales se ha podido evidenciar que cada vez más establecimientos de alimentos y bebidas se están uniendo a esta tendencia.
- El uso de la tecnología para reservar viajes, sobre todo para turismo interno entrara en boga, debido a esto se debe optimizar y actualizar la información que se tiene en cuanto a los servicios en plataforma virtuales. Al momento de realizar esta investigación en buscadores como *Booking.com*, no tenían la información real de los establecimientos que son *Pet Friendly*, mientras que ingresando o llamando directamente a los



establecimientos, negaban tener el servicio que se mostraba en la plataforma virtual. Una vez implementado un sello *Pet Friendly* para establecimientos turísticos de la ciudad de Cuenca, se podrá obtener información veraz y apuntar de maneja objetiva hacia esta tendencia para el desarrollo del turismo.

La tendencia de turismo *Pet Friendly* puede tomar mayor fuerza gracias a la naturaleza con la que se desarrollan las tendencias antes mencionadas, las cuales conjugadas entre sí pueden ser mucho más atractivas que por sí solas y generar un cambio positivo en lo que respecta a estrategias de recuperación de la industria del turismo tomando en cuenta que se atraviesa la pandemia COVID-19 y además, es la mayor preocupación de los actores turísticos de la ciudad quienes pueden ver en esta tendencia una manera más de incentivar a la recuperación económica del turismo en la ciudad de Cuenca.

Dentro del programa de “Desarrollo de productos turísticos” del plan de turismo 2020-2024 se contempla como primer proyecto la actualización del inventario turístico, si en dicha actualización se contempla las características específicas de los atractivos, políticas de ocupación e información mucho más detallada, gracias a la segmentación de esta información se puede llegar a clasificar que atractivos son adecuados para cada una de las tendencias antes mencionadas. En el caso de la tendencia *Pet Friendly*, existe muy poca información oficial de los atractivos a los que se puede acceder con mascotas. Las redes sociales son las que muestran este tipo de información que debería estar en conocimiento de autoridades y contemplada en los planes de desarrollo, sobre todo en la situación actual en la que se pretende recuperar económicamente la industria del turismo.



### **2.3 Organizaciones referentes en el tema de turismo *Pet Friendly***

Travel Guau es una guía *Pet Friendly* que contiene revistas, guía de hoteles, restaurantes y rutas a donde viajar con mascotas por todo España reconocida como referente de turismo con mascotas y apoyado por la Secretaría de Estado de Turismo del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, a través de su programa Emprendetur. Travel Guau nace en el año 2012 con el objetivo de facilitar a los viajeros su búsqueda de establecimientos de alojamiento y restaurantes, además de fomentar la educación en lo que se refiere a tenencia responsable de mascotas.

En [travelguau.com](http://travelguau.com) se puede encontrar la guía de referencia de establecimientos turísticos y destinos amigables con las mascotas. Esta permite la búsqueda de establecimientos por fecha, número de personas y mascotas, ofreciendo resultados específicos para este segmento de mercado, donde se indican las políticas, precios y actividades diversas a realizar acompañados por mascotas; además que en 2019 contó con una edición impresa de 75.000 ejemplares y que fue exhibida en FITUR. Es tanto el éxito de esta tendencia de turismo que en [premiostravelguau.com](http://premiostravelguau.com) anualmente buscan y premian las iniciativas que, desde otros ámbitos favorezcan a estimular la relación con las mascotas desde el respeto y la convivencia con ellas, con una atención especial hacia el turismo *Pet friendly*.

Figura 22

## Premios Travel Guau de Turismo



Nota: Tomado de [premiotravelguau.com](http://premiotravelguau.com), (2020)

La guía turística TravelGuau, se determina por ser la guía de confianza *Pet friendly*, se encuentra caracterizada por exponer y reservar alojamientos, negocios, destinos y experiencias de confianza para los turistas que viajan acompañados de sus perros. Así también se encuentran consejos e inspiración para planificación de las vacaciones. La guía tiene el objetivo de incentivar la relación con las mascotas desde el respeto y la convivencia con ellas y de ellas con el entorno, propiciando nuevos espacios de desarrollo que satisfagan las necesidades de las personas con mascotas desde un punto de vista sostenible. En inicios se formó como una proforma web en el año 2012 <http://www.travelguau.com> enfocada en los sectores de Ocio, viajes y turismo, la guía se elabora desde el año 2016 hasta la actualidad, y cuenta con el apoyo de la autoridad de turismo en España.

La guía Travel Guau 2021 se encuentra enfocada en temarios que parten desde el Referente de Confianza que encierra los Premios TravelGuau 2020, cajas de Experiencias para viajeros con mascota: TGBOX, Beca TravelGuau 2020.



Consejos de cómo hacer nuestro mundo más *Pet friendly* es cosa de todos, microchip veterinario, 5 consejos básicos para más viajes más tranquilos y seguros, como viajar en coche con tu perro, cómo enseñar a tu perro a no tirar de la correa, video consultas veterinarias. Tu veterinario, siempre cerca de ti. Camino de Santiago con perro. Destinos *Pet friendly* destacados (Asturias, Castrillón, Talavera de la Reina, Benidorm, Extremadura, Euskadi, Vitoria, Cigales, El Bierzo, Fuengirola, Mazarrón (TravelGuau, 2021).

En lo que refiere a organizaciones que velen por la seguridad de animales en la ciudad de Cuenca, se conoce que existen varios organismos o fundaciones de protección animal sin fines de lucro, mismo que salvaguardan mascotas en abandono. Entre ellas se tiene, Arca Fundación Protectora De Animales (ARCA), organismo privado, sin fines de lucro, creada legalmente el 25 de agosto de 2003, este promueve el respeto y solidaridad hacia animales, sin distinción de especie (ARCA, 2020). Asimismo, se encuentra la fundación Peluditos Cuenca, organismo dedicado a la labor de rescate de perros que se encuentran en abandono (Fundación Peluditos Cuenca, 2019).

De igual forma se encuentra la labor de la Fundación Familia Amor Animal (FAAN) sin fines de lucro, organización dedicada a la protección, concienciación y defensa de los derechos de los animales. El fin es ayudar y acoger a animales que se encuentran en abandono o en riesgo. Este organismo ha establecido en su plan de trabajo proyectos de gran importancia entre ellos, creación a futuro de un plan turístico con mascotas, en la actualidad se ha organizado un tour llamado “*The Walking Dog*” o Caminando con perros, en alusión a la serie *Walking Dead*, se caracteriza por ser una caminata ya sea con perros del refugio o sus perros. (FAAN, 2019). En la ciudad de Cuenca, esta labor puede ser tomada como publicidad o evento turístico precedente para realizar tours con mascotas en áreas rurales o comunidades aledañas de la ciudad.

Figura 23

Publicidad del walking dog



**FAAN**  
protección animal

**THE WALKING DOG**

Caminata recreativa con la manada

**Fecha: domingo 01 de agosto 2021**  
**Hora: 10h00 - 12h00**  
**Lugar: Tarqui (Refugio FAAN)**  
**Recorrido por senderos naturales**  
**Acompañante de 4 patas**  
**Refrigerio**  
**Identificador de la caminata**  
**Actividad al aire libre**  
**Bebida hidratante**

**APORTE: \$10**

AUSPICIANTES:

el pío ADVANCE CONSULTORA Bernoulli TRANSFORMOTORS

Nota: Tomado de Facebook de FAAN, 2021.

En este sentido, también se ha implementado acciones que permiten que los animales posean una identidad, por lo que en Ecuador una institución se dedica a la cedulación de mascotas para mejorar su tenencia, con esto identifica la mascota y se comprueba quién es su propietario, estableciendo un número único de identificación y un código QR, que al ser escaneado enviará al perfil digital de la mascota. Para poder adquirir la credencial como primer paso se debe registrar a la mascota en el sistema, este es gratuito y genera la identificación digital; el segundo paso es cancelar el valor de \$5.50 a través de depósito, transferencia, o pago en agencias bancarias; finalmente, se realiza la confirmación en donde se envía el nombre de la mascota y el número de celular registrado en la plataforma con el comprobante de pago al WhatsApp. Se hace la entrega en oficinas de Petlovers.ec, sector parque la Carolina, Quito (Petlovers.ec, 2019).

Figura 24.

Cedulación de mascotas, Ecuador.



Nota: Tomado de Petlovers.ec

## 2.4 Mecanismos del mercado internacional turístico con mascotas.

Dentro de la cadena de producción del turismo uno de los elementos importantes es el transporte terrestre, aéreo o marítimo para poder realizar cualquier actividad turística. En este sentido, son las aerolíneas las que permitirían los viajes internacionales con mascotas, para esto es necesario realizar la reservación con un mínimo de 24 horas previas al vuelo de acuerdo al tipo de mascota que se requiera transportar, pero siempre es mejor realizar la reservación de la mascota al mismo momento en que se hace la compra del boleto; todo esto, previo a la verificación de requisitos especiales que cumplir con la aerolínea y con los requisitos que el país de origen y destino a donde se viaja. Existen tres tipos de servicios que se ofrecen para el transporte de mascotas:

- Mascotas en cabina de pasajeros (*Pet in Cabin*) corresponde al transporte de una mascota con el pasajero en un vuelo comercial, donde la misma no sobre pasa los 10kg de peso y deben ser transportadas dentro de un kennel reglamentario en muchos de los casos reemplazando la maleta de mano y tiene un costo adicional.

Figura 25

Servicio de mascota en cabina - Pet in Cabin.



Nota: Foto tomada de Google Imágenes nlarenas.com, 2019.

- Mascotas en carga corresponde al servicio en el que, por lo general se transportan mascotas de razas grandes de más de 10kg de peso que no pueden ser llevadas en la cabina del avión junto con el pasajero, por ende, este servicio no podría ser comprado o contratado en oficinas de venta de boletos sino con el departamento de servicio de carga que ofrezca la aerolínea en la que pretende realizar su viaje. Igualmente tiene costos adicionales e inclusive se debe tener en cuenta que existen razas que no pueden ser transportadas, por ejemplo: razas no permitidas por ser considerados peligrosas o agresivas y razas de trato especial por su morfología, es decir las razas braquiocefálicas, que corresponde a perros

de nariz corta y tienen problemas respiratorios hereditarios, dificultando su transporte.

Figura 26

Mascota en bodega de avión



Nota: Foto tomada de Google Imágenes [spparking.es](https://www.google.com/search?q=air.com+pet+carriers), 2017.

- Mascotas de servicio o apoyo emocional generalmente son los perros que conducen a las personas por algún tipo de necesidad especial. Donde los perros de servicio están entrenados de manera individual para ayudar a las personas de acuerdo con sus necesidades especiales, como por ejemplo a guiar a personas ciegas, alertar sobre situaciones a personas sordas, alertar sobre el inicio de algún cuadro psiquiátrico para que la persona tome medicamentos. Los animales de apoyo emocional tienen como objetivo el acompañamiento a una persona con algún problema psicológico o emocional, deben estar entrenadas para que se comporten de manera adecuada en lugares públicos, además son diagnosticadas por un profesional. Este tipo de animales de servicio tienen menos restricciones, no se transportan en jaulas y el servicio es gratuito mientras

el perro no supere el tamaño de un niño pequeño y pueda ir en el regazo de su dueño; caso contrario el pasajero podrá comprar un *extra seat*.

Figura 27

Animal de Servicio en vuelo.



Nota: Foto tomada de Google Imágenes viajetip.com, (2016)

A continuación, se analizará la oferta y cuáles son las políticas de aceptación de mascotas en cabina (Pet in Cabin, PETC) de las aerolíneas más reconocidas en el Ecuador, debido a que son las que permiten los ingresos y salidas internacionales se realicen, esto sin considerar los requerimientos adicionales que los países requieran por temas de salubridad, se listan las siguientes:



Tabla 11

Condiciones de mascotas en cabina de aerolíneas

	<b>Avianca</b>	<b>Copa Airlines</b>	<b>American Airlines</b>	<b>Latam Airlines</b>
<b>Tipo de mascotas</b>	Perros, gatos y aves pequeñas	Perros y Gatos	Perros y Gatos	Perros y Gatos
<b>Peso limite</b>	10kg	10kg	9kg	7kg
<b>Edad mascota</b>	Desde 4 meses o dependiendo de las regulaciones del país	Desde 8 semanas o dependiendo de las regulaciones del país	Desde 4 meses o dependiendo de las regulaciones del país	Desde 8 semanas o dependiendo de las regulaciones del país
<b>Precio</b>	145USD dependiendo del destino	125USD impuestos por ruta	más 125usd impuestos por ruta	45USD Vuelos domésticos, 200USD vuelos regionales y 250USD vuelos de largo alcance
<b>Mascotas por vuelo</b>	No especifica número limite	Hasta 3 mascotas por vuelo y	Hasta 7 mascotas por vuelo	No especifica número limite
<b>Otras Restricciones</b>	No se transportan animales vivos a las Galápagos	No se transportan mascotas en vuelos interlinea y únicamente de lunes a viernes.	Vuelos no mayores a 11h30m	

Nota: Tomado de páginas web oficiales de las Aerolíneas Avianca, Copa Airlines, American Airlines y LATAM Airlines, 2021.

Elaborado por autores

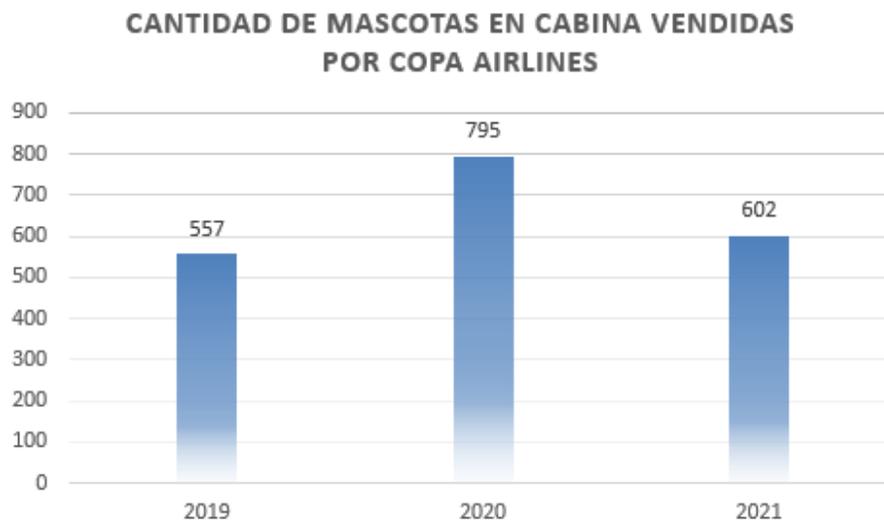
A pesar de que los perros y gatos en su mayoría son considerados como mascotas, Avianca es la única que admite aves, no son comunes, pero para muchas personas también son consideradas mascotas. Cada una de las aerolíneas fija sus condiciones de acuerdo con las políticas solicitadas por los países, como por ejemplo en cuanto a la edad de las mascotas el mínimo debe ser 8 semanas de nacidos, pero para viajar a Estados Unidos es necesario que tengan cumplidos los 4 meses debido a que a esa edad las mascotas deberían tener aplicadas todas sus vacunas, incluida la antirrábica que luego de esto es colocada anualmente.

La aerolínea que transporta el mayor número de mascotas es American Airlines con 7 mascotas por vuelo y luego Copa Airlines solo permiten 3 mascotas por vuelo, las demás no lo especifican y debido a esto, si las personas pretenden viajar con mascotas es mejor realizar las reservación con anticipación; en caso de no existir la disponibilidad el pasajero es responsable de cubrir los costos de penalidad y diferencias de tarifa que las diferentes aerolíneas apliquen a sus boletos aéreos hasta conseguir la disponibilidad de la mascota. Finalmente, los servicios de mascotas en cabina no son reembolsables y las aerolíneas se reservan el derecho de admitir las mascotas en caso de que el pasajero no cumpla con algún requisito de viaje.

En lo que respecta a la demanda de este servicio debido a las limitaciones actuales a causa de la pandemia COVID-19, se vuelve dificultoso obtener datos acerca de este servicio en las aerolíneas; sin embargo, se pudo conseguir a través de Marisol Ruiz, Gerente General de Copa Airlines Ecuador, datos estadísticos sobre la venta del servicio *Pet in Cabin* desde enero del año 2019 hasta marzo del año 2021 en los vuelos que llegan y salen de Quito y Guayaquil.

Figura 28

Cantidad de mascotas en cabina vendidos por Copa Airlines



Nota: Tomado de los datos estadísticos proporcionados por Copa Airlines, 2021.

Elaborado por autores.

En la figura 28, se muestra la cantidad de servicios de mascota en cabina (PetC) vendidos por Copa Airlines en sus canales directos desde enero del año 2019 hasta marzo del año 2021, cabe recalcar que estos datos se tratan únicamente de rutas internacionales que ingresan y salen del Ecuador por los aeropuertos de Quito y Guayaquil. En el año 2019 vendieron 557 servicios PetC; mientras que, en el año 2020, a pesar de ser el año en el que el turismo a nivel internacional se vio afectado por la pandemia COVID-19 y hubo cierre de aeropuerto suspendiendo las operaciones de esta aerolínea desde el mes de marzo hasta el mes de agosto de 2020, vendieron 795 servicios PetC superando al año 2019. Para el año 2021 se ha vendido 602 servicios PetC, una cantidad bastante alta debido a que únicamente se trata del primer trimestre del año 2021, es decir de enero a marzo dando un total de 1954 PetC vendidos en ese periodo.

Figura 29

Salidas de mascotas desde Ecuador hacia otros países en Copa Airlines



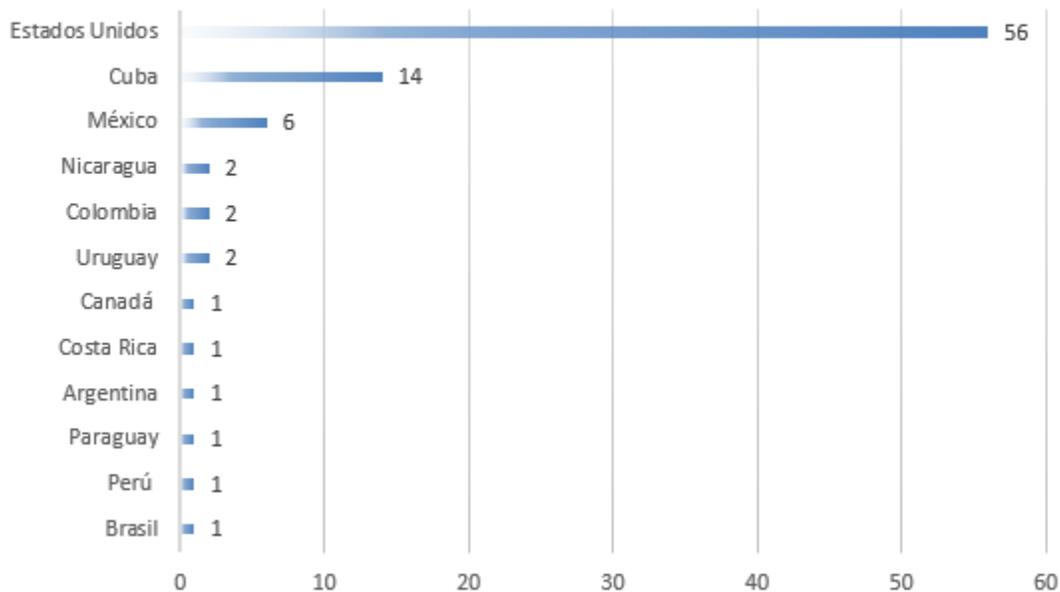
Nota: Tomado de los datos estadísticos proporcionados por Copa Airlines, 2021.

Elaborado por autores.

En la figura 29 se muestra los servicios PetC vendidos únicamente en rutas *One Way* (OW) saliendo desde Ecuador hacia los países en lista. Cabe recalcar que desde Ecuador el destino más vendido es Estados Unidos de acuerdo a la información proporcionada por la aerolínea, por ende, no es extraño que exista 721 servicios PetC vendidos hacia dicho país. Una de las razones más fuertes puede ser que los precios de mascotas son mucho más bajos en el Ecuador con respecto a otros países, sobre todo si se compara con Estados Unidos; ecuatorianos cambiando su lugar de residencia o extranjeros retornando a sus países con sus mascotas dando un total de 1067 mascotas que saldrían del país.

Figura 30

Cantidad de mascotas que viajaron en vuelo round trip desde Ecuador

**CANTIDAD DE ROUND TRIP DESDE ECUADOR HACIA OTROS PAÍSES**

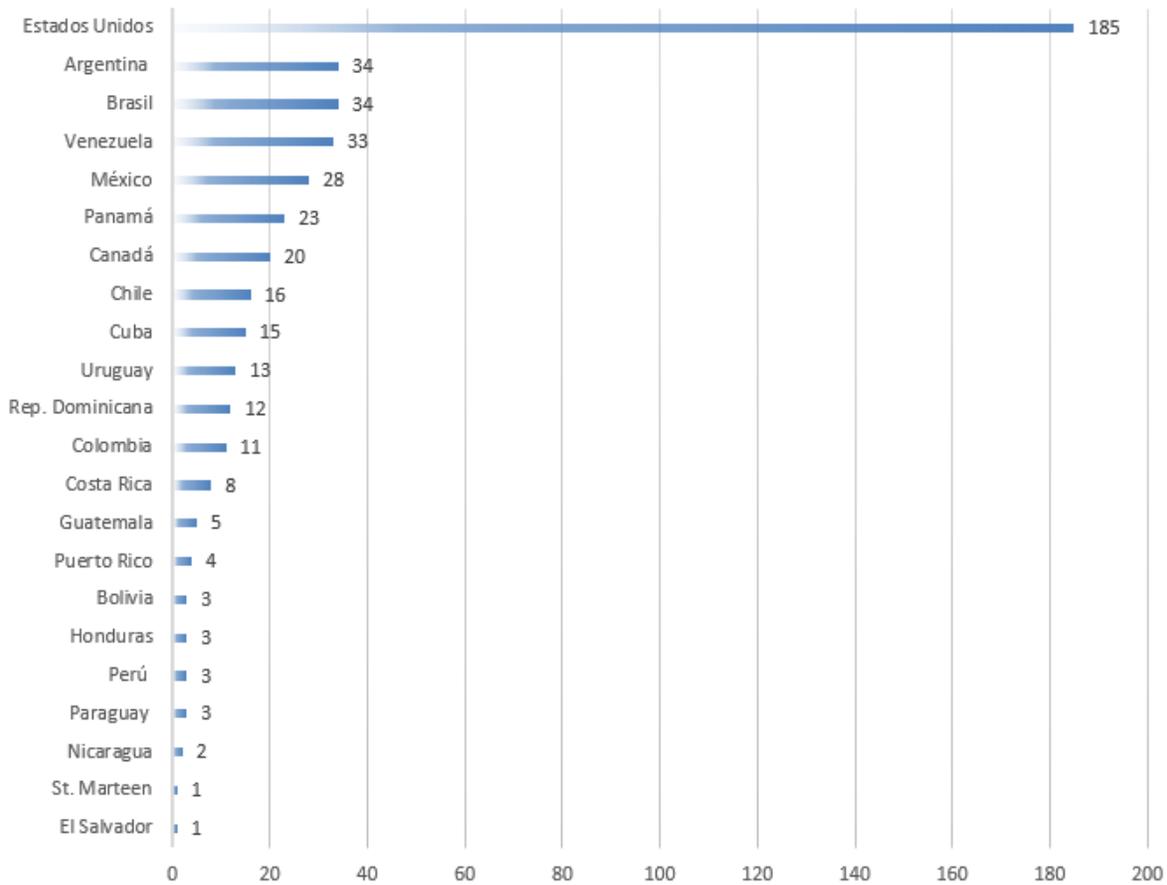
Nota: Tomado de los datos estadísticos proporcionados por Copa Airlines, 2021.

Elaborado por autores

La figura 30 muestra la cantidad de servicios PetC vendidos para realizar viaje *Round Trip* (RT) o de ida y vuelta desde Ecuador hacia los países que se listan en la figura, dichas cantidades se pueden considerar viajes netamente con intención turística. Nuevamente el destino más vendido es Estados Unidos con 56 PetC, seguido de Cuba con 14 PetC vendidos, México con 6 PetC vendidos y finalmente otros países con 1 o 2 PetC vendidos, dando un total de 88 PetC que saldrían y regresarían representando al turismo emisor con mascotas.

Figura 31

Cantidad de servicios PetC que ingresaron a Ecuador

**CANTIDAD DE MASCOTAS QUE INGRESARON A ECUADOR**

Nota: Tomado de los datos estadísticos proporcionados por Copa Airlines, 2021.

Elaborado por autores

La figura 31 muestra el número de PetC vendidos para ingresar al Ecuador. Se vendieron 185 PetC para ingresar al Ecuador desde Estados Unidos, 34 PetC desde Argentina y Brasil, 33 PetC desde Venezuela, 28 PetC desde México y junto con los demás países dando un total de 457 PetC vendidos para ingresar al país. Tomando en cuenta estas cantidades, se debe considerar que los viajeros que llegan al Ecuador, requerirán de servicios de transportación hasta llegar al destino final dentro del país e inclusive hospedaje representando turismo receptivo con mascotas.

Figura 32

Cantidad de PetC Round Trip hacia Ecuador



Nota: Tomado de los datos estadísticos proporcionados por Copa Airlines, 2021.

Elaborado por autores.

La figura 32 muestra las cantidades de PetC vendidos para realizar viaje *Round Trip* (RT) con mascotas hacia el Ecuador. El top de viajes hacia Ecuador nuevamente Estados Unidos con 220 PetC, 30 PetC desde Canadá, 13 PetC desde Brasil, 11 PetC desde México y junto con el resto de países una cantidad total de



303 PetC que ingresaron al país y retornaron representando el turismo receptivo *Pet Friendly*, para el cual debería existir servicios de trasportación y hospedaje disponibles para los viajeros, que no solo llegan a Quito y Guayaquil sino que también necesitaran los respectivos servicios para desplazarse hacia sus destinos finales en el resto del país.

Se puede concluir que, en viajes internacionales el servicio de PetC es bastante cotizado aun considerando que se analizaron las estadísticas de una sola aerolínea, si multiplicamos estas cantidades para el numero de aerolíneas que operan en el país para viajes internacionales, se puede concluir que es un segmento de mercado para el cual deberían existir numerosos servicios a ofertar. Servicios complementarios para turismo *Pet friendly*

En lo que refiere a los servicios web en el área de reservaciones, Booking es una las mayores compañías digitales de viajes de todo el mundo, por lo que conecta a un sinnúmero de viajeros con experiencias únicas, heterogéneas opciones de transporte y alojamientos que van desde casas hasta hoteles, y otras opciones llamativas al usuario (Booking.com, 2017). En el Ecuador, esta se caracteriza por ser una de las plataformas de mayor uso al momento de buscar hoteles, por lo que se incluyen filtros que mejoran las búsquedas de acuerdo con la necesidad de las personas que tienen propósito de planificar sus viajes. Sin embargo, pese a todas sus bondades, esta web al momento de hacer la búsqueda filtrando la opción “mascotas” se exponen múltiples resultados, señalando a hoteles que en realidad no las admiten. En este sentido, se debería crear otra plataforma confiable, que certifique que los establecimientos que presten servicios, estadía u otros, que realmente permitan a los usuarios la compañía de sus mascotas, tal como se lo hace mediante la plataforma TRAVEL GUAU en España.

Si se considera otros tipos de plataforma importantes que brinda servicios a las mascotas están <https://allqu.ec/>, la cual brinda clínica veterinaria solidaria,

educación para mascotas, *pet* seguros, servicios de cremación, transportación para mascotas, paseos, estadía y hoteles (allqu.ec, 2020).

Esta misma plataforma se subdivide <https://allqu.ec/> y *pet-home-hotel/* dedicada a la prestación de atención veterinaria, en donde se incluye un paseo diario de 30 minutos, transporte de regreso sin costo a partir del tercer día de hospedaje, otras prestaciones como baño gratuito a partir de 15 días. Los costes varían por noche según el tamaño de tu mascota: Pequeño ocho dólares, mediano nueve dólares, grande diez dólares, extragrande doce dólares y gatos quince dólares.

El servicio de taxi de la plataforma <https://allqu.ec/taxi-para-mascotas/> brinda el servicio de transportar a las mascotas a diferentes sitios como hoteles, peluquerías, servicios veterinarios, dicho transporte es acoplado para ellos con tarifa que aplica dentro de la ciudad de Cuenca desde cinco dólares.

Figura 33

Servicio de transportación



Nota: Tomada de Facebook Taxi de Mascotas. 2020.

Otros de los servicios ofertados, es seguro para mascotas <https://allqu.ec/petseguros/> mismo que cubre accidentes para mascotas a nivel



nacional, la sede se encuentra en la ciudad de Cuenca, este servicio posee como objetivo salvaguardar la vida y la salud de las mascotas que forman parte de la red. La cuota mensual del seguro es de diez dólares mensuales, cubre gastos médicos de mil dólares, ciento cincuenta dólares para eutanasia, trescientos cincuenta dólares para cremación, búsqueda por extravío, robo de mascota (es decir, el valor de las mascotas en el mercado actual), doscientos cincuenta dólares para responsabilidad civil en dos eventos al año, asesoría para viajes ilimitado, información y coordinación de servicios ilimitado y orientación legal telefónica ilimitado.

Sweaden es otra empresa que oferta servicio de seguro para mascotas, cuyo nuevo producto se está vendiendo inicialmente en Quito, Guayaquil y Cuenca, donde al momento tienen sus aliados para atención. En otras ciudades donde no tienen aliados, cubren en base a reembolsos contra factura. La cobertura parte de seguros de accidentes para perros y gatos de quinientos dólares para 2 eventos al año; daños a terceros para perros y gatos quinientos dólares; mil doscientos dólares para canasta en caso de muerte o incapacidad total del dueño durante un año; doscientos dólares para sepelio de la mascota vía reembolso (Sweadenseguros, 2020).

Otro de los servicios complementarios es la aplicación <https://anipal.ec/> creada con el objetivo de cuidar a tu mascota y ayudar a los animales de la ciudad, esta permite informar si tu mascota se pierde, si encuentras animales abandonados o perdidos en la calle y casos de adopción entre otros servicios (Anipal.ec, 2019).

## **2.5 Sello *Pet Friendly***

El propósito de tener un sello distintivo y comunicativo es lograr identificar espacios donde pueden acceder las mascotas. Desde el punto de vista de mejorar o ampliar los servicios turísticos, la insignia *Pet Friendly* es un básicamente un sello

de calidad; que deviene según la siguiente conceptualización encontrada en [economipedia.com](http://economipedia.com): “Los sellos de calidad son certificados que distinguen a empresas y las valoran desde diferentes aspectos” (Peiró, 2020, pág. 1).

Conseguir la satisfacción del cliente requiere inversión de recursos económicos y humanos, para generar seguridad y buenas experiencias. Esto pasa por el crear un estándar con un ente de control para que se pueda certificar lo que la empresa dice ofrecer. El sello es una constancia del valor agregado presente y disponible, el cual debe estar visible tanto dentro como fuera del establecimiento. Las certificaciones se visualizan con un sello logrado cumpliendo requisitos previos según sean necesarios. Entre esos los de Buenas Prácticas de Manufacturas, sellos de normas INEN, sellos sobre prácticas agroecológicas, así una casi infinita variedad.

Figura 34  
Sellos de calidad en turismo



Nota: Tomado [www.visionesdelturismo.es](http://www.visionesdelturismo.es), (2017)

Otros ejemplos de sellos en el ámbito turístico son (Visiones del Turismo, 2017)

- Carta europea de turismo sostenible en los espacios protegidos (CETS)
- ISO 14000



- Bandera azul
- Etiqueta ecológica europea (ECOLABEL)
- Biosphere Responsible Tourism

Se pretende motivar las visitas turísticas a sitios de ocio, hospedaje y restauración, en donde las mascotas también disfruten de servicios especializados. El ejemplo que más resalta por su novedad es el sello “Viajar Juntos es Mejor” de España, lanzado al mundo en la FITUR, en febrero del 2017 (Bemypartner, 2017). Detrás del cual estuvo la iniciativa de la empresa PURINA y la Confederación española de Agencias de Viajes (CEAV). Además de promover una imagen de turismo amigable para las mascotas, se concientiza de los beneficios de viajar juntos, además de la tenencia responsable y evitar el abandono de nuestros compañeros peludos (Purina, 2017).

En Sudamérica, la web [www.turismoytecnologia.com](http://www.turismoytecnologia.com), en un artículo reciente menciona la tendencia *Pet Friendly* de Colombia. En el mismo artículo hace hincapié en el Grupo Hotelero NH, el cual se reconoce porque todos sus hoteles están preparados para recibir mascotas (Marcas y Turismo, 2020). Pero es necesario avisar con anticipación la llegada con animales de compañía, por lo general se permite un número limitado de animales por noche; así como políticas sobre tamaño, peso, tipo y características de mascotas permitidas. NH Hotel Group desde este año pone en marcha su concepto *Feel Safe at NH*. Esto quiere decir que existen protocolos internos sobre salubridad que están estrechamente relacionados con la llegada de mascotas a sus hoteles.

### **2.5.1 Antecedentes de creación y aplicación**

Hace algunas décadas era raro o imposible encontrar alojamiento, restaurantes o servicios de transporte para mascotas y sus dueños, que deseaban desplazarse por motivos de ocio. Para ello, las personas debían contar con todos los recursos físicos necesarios propios, como movilidad, implementos de camping,



espacios abiertos previstos, etc. Para Cardoso, una idea primaria para el comienzo del turismo *Pet friendly* es el sentimiento de culpa de personas que dejen a sus mascotas solas en casa. Sobre todo, aquellos quienes no cuentan con apoyo de amigos o familiares que cuiden a sus animales (Cardoso, 2019). Siendo así, nace la necesidad para lo cual la oferta respectiva fue incrementándose con el tiempo.

Hace algunos años, 2019 precisamente, la revista periodística Reporte Lobby, con sede en México, mostró datos exclusivos para demostrar la importancia de la relación del turismo y la tenencia de mascotas. Marco Daniel Guzmán a la cabeza de este medio digital, realizó un estudio llamado “Hábitos del turismo con perro: la oportunidad *Pet friendly* para el sector del ocio y el turismo” en sus encuestas obtuvo diez razones por las que el Turismo se beneficia de los viajeros y sus mascotas:

- Más de la mitad de las personas que conviven con perro viajan por lo menos una vez al año con él (el 65%). Es un target en crecimiento. Lo que se debe cotejar con el movimiento migratorio, con reservas de hotel y así por el estilo para saber qué gustos tienen y diferenciar.
- El 93% de las personas que viajan con su perro lo hacen para disfrutar de su compañía, no como una obligación. Porque son considerados familia, como pares.
- Los dueños viajan con sus perros en más de una ocasión al año. La frecuencia media de los viajes con perro es de 3,95 salidas al año. Además, el 20% viaja con su perro más de 6 veces al año.
- La duración media de las estancias con perro es de 5 noches.
- El gasto medio por noche que asumen los viajeros con perro es un 23% superior al gasto medio del viajero.
- Los destinos naturales son los preferidos para el 55% de los viajeros con perro, siendo una gran oportunidad para este segmento.



- A la mayoría de los viajeros con perro no les genera ningún inconveniente en pagar por servicios extras en los alojamientos *Pet friendly*.
- Lo que más valora el viajero de los alojamientos turísticos es que su perro pueda dormir en la misma habitación,
- Al momento de planificar un viaje, el 79% de los viajeros con mascota utilizan como importante fuente de información, internet (webs especializadas *Pet friendly*, webs de reservas generalistas...)
- El 35% de los establecimientos de hospedaje, los huéspedes con perro comparten reseñas y recomiendan los a estos establecimientos en internet por encima de la media.

### **2.5.2 Características y requerimientos generales para obtener el sello *Pet friendly*.**

En este punto se considera importante revisar características y nociones que otros países utilizan. También pueden surgir de empresas transnacionales como Pronaca u otras, a quienes la motivación de buscar otros mercados, fortaleciendo relaciones estratégicas y emigrar su responsabilidad social, brindan alternativas y apoyo a ideas como la mencionada “Viajar juntos es mejor”.

Para empezar, la web [www.cuidandotumascota.com](http://www.cuidandotumascota.com) sugiere que, dependiendo del establecimiento, las normas pueden diferir en ciertos puntos. Siendo así, se resaltan los que atañen más al sector turístico.

En lo hotelero:

- Los huéspedes serán responsables de normar el comportamiento de sus mascotas de modo que no generen incomodidad en el establecimiento.



- Saludables. Las mascotas deberán contar con su certificado de vacunación completa. Para el ingreso no debe mostrar signos de alguna enfermedad que pueda representar peligro alguno.
- Identificación en los collares con nombre de mascota, nombre del dueño y número telefónico en caso de emergencia. Junto a esto, el uso de la correa durante el tiempo de estadía, o al menos en áreas comunes.
- Se conoce que la mayoría de los hoteles no permiten que las mascotas duerman en las camas previstas para personas. Para ello los establecimientos más solidarios tendrán camas-cunas para los peludos del hogar.

Para locales de alimentos y bebidas:

- Como se habla de lugares donde el alimento entra por casi todos los sentidos, es necesario estar más atentos a normas o reglas para el acompañamiento con mascotas. No significa que serían prohibidos de ir; sin embargo, el hecho de que un restaurante o cafetería se identifique como *Pet friendly* le hace acreedor de méritos para satisfacer los gustos sin reducir su calidad de atención.
- Se designan espacios específicos que hay que respetarlos. La limpieza es responsabilidad de los humanos. Es mejor estar preparados y entender cuando necesitan hacer sus necesidades biológicas.
- La observación y control de los acompañantes animales, es muy importante. El uso de correa es obligatorio, además de bozal si el establecimiento lo requiere.
- Si el restaurante o cafetería no ofrece alimento para animales, lo mejor es llevarlo de manera que se sientan satisfechos y no causen molestia con otros comensales.



Dada la investigación por observación directa e indirecta, cuando se hacen visitas a lugares turísticos como zonas naturales protegidas, parques urbanos, parques nacionales, y así por el estilo; las normas pueden diferenciarse porque en las AA.NN. PP se prohíbe entrada de mascotas debido al cuidado de las especies nativas, flora y fauna, que se prioriza sobre los animales domésticos. En parques urbanos de Cuenca se pueden llevar mascotas, siempre con correa, identificación y sus dueños deben tener los elementos para recoger los desperdicios orgánicos generados de sus animales.

## **2.6 Percepción en la calidad de servicios *Pet friendly* en la ciudad de Cuenca.**

Mediante la técnica de “Creación de escenarios”, se evaluaron diferentes momentos donde se requerían los servicios turísticos y las percepciones personales que tuvieron cada persona.

### **2.6.1 Escenario de hospedaje en Hotel Oro Verde.**

El señor Wilson Sánchez, de la ciudad de Huaquillas, tiene 2 perros como parte de la familia. Los mismos le ayudaron a sobrellevar dificultades emocionales por pérdidas familiares. Desde entonces, Wilson viaja y realiza casi todas sus actividades con sus compañeros caninos. A razón, el día 11 de abril del 2019 se disponía a viajar a la ciudad de Cuenca, para lo que buscó hospedaje donde acepten mascotas. Luego de buscar en internet, se contactó con el Hotel Oro Verde en esta ciudad, donde no tuvo problemas para reservar habitación ya que su solicitud se estaba haciendo con una semana de anticipación.

Wilson menciona que el servicio fue de alta calidad desde la misma reservación. Arribar al hotel fue una buena experiencia ya que los colaboradores estaban enterados de la llegada de dos canes, además de su amabilidad, le ofrecieron dos camas-cunas y recipientes especiales para agua para sus mascotas.



En la atención, le comunicaron que podría salir con sus cachorros por casi todas las instalaciones, a excepción del restaurante o de los salones en los que se estén preparando para dar conferencias. No hubo problemas, los animalitos son educados y en el momento de su hospedaje siempre hicieron caso de las órdenes del Sr. Sánchez.

Al preguntarle a Wilson sobre una calificación entre 1 y 10 puntos, inmediatamente dijo haber estado satisfecho dando un 10 al hotel. Así mismo opinó que podría mejorarse el servicio colocando fuentes de comida para animales en puntos estratégicos, comida que estaría dispuesto a pagar algún valor estándar. Además, comentó que le hubiera gustado acceder al servicio de grooming para sus mascotas, pero no supo si era viable en el hotel.

### **2.6.2 Escenario en restaurante o cafetería.**

Dayana Huanca, estudiante foránea residente en Cuenca, vive acompañada de su mascota. Mientras paseaba con su mascota cerca de la Universidad de Cuenca, se encontró con que, en la cafetería Melatte existe un letrero indicando que es *Pet friendly*. Muy extrañada, dado que nunca había ingresado a un establecimiento de restauración y mucho menos había notado que tenga esta denominación o permisibilidad para con las mascotas, decide ingresar y disfrutar de los servicios de la cafetería. Expone que, dentro del establecimiento había otra persona compartiendo mesa con su mascota y desde entonces frecuenta esta cafetería, debido a que no conoce muchos locales que permitan ingresar con perritos.

Expresa que su experiencia con esta cafetería siempre ha sido la mejor, incluso cuando es visitada por su familia la primera decisión es asistir a dicho establecimiento acompañada por su mascota donde es bien recibida y existen otros clientes que no se extrañan con su presencia, como le ha sucedido en otras ocasiones en otros establecimientos. A partir de esta entrevista, se le indica que

existen más establecimientos *Pet friendly* en la ciudad, a lo que responde que no sabía de la existencia de algunos de los mencionados, por lo que cree conveniente que debe existir una plataforma dedicada a este segmento y por supuesto, ella junto con su mascota serian usuarias frecuentes de dichos servicios.

Figura 35

Mascota en cafetería Melatte



Nota: Foto tomada por Dayana Huanca, 2021.

### 2.6.3 Escenario en medio de transporte

El sr. William Cárdenas, residente en la ciudad Quito se disponía a visitar a su familia en la ciudad de Cuenca en el feriado de fin de año 2019, para lo cual consulto con algunos medios de transporte interprovincial de manera anticipada para trasladarse. A pesar de ofrecer pagar un asiento adicional obtuvo muchas respuestas negativas de ser aceptado con la mascota. No existían políticas y la opción que le ofrecían era transportar la mascota en una jaula en la bodega del bus, poniendo en riesgo la vida

del can debido a que dichos buses no cuentan con las condiciones necesarias para prestar este servicio. Finalmente, una cooperativa le dio la opción de hablar con el dueño del bus, quien le permitió viajar pagando un asiento adicional y con el condicionante de que le ponga un bozal al perrito.

Su percepción como usuario no fue la más favorable hacia los medios de transportación, debido a que considera que estas cooperativas deben tener mayor conocimiento sobre como transportar mascotas y deben tener conciencia de que la bodega del bus no es apta, puesto que limita la respiración del animal. Le tomo una semana, buscar o conseguir que esta cooperativa le permita realizar su viaje apelando a la disposición del dueño del bus. El valor por pagar para poder ser transportado no es considerado un inconveniente debido a que es una persona con capacidad adquisitiva media y consciente de que este tipo de servicios vale más por la compañía de su perro.

Figura 36

Mascota transportándose en cooperativa interprovincial



Nota: Foto tomada por William Cárdenas, 2019.



## CAPÍTULO 3

### DISEÑO DE PAQUETE TURÍSTICO *PET FRIENDLY* EN CUENCA

#### 3.1 Diseño de la oferta turística *Pet Friendly*

El objetivo de este capítulo se centrará en la creación de un paquete turístico con base en la recolección de información de la oferta turística *Pet Friendly* debidamente verificada en la ciudad de Cuenca y la propuesta de un sello *Pet Friendly* que permitirá identificar los establecimientos turísticos para este segmento de mercado.

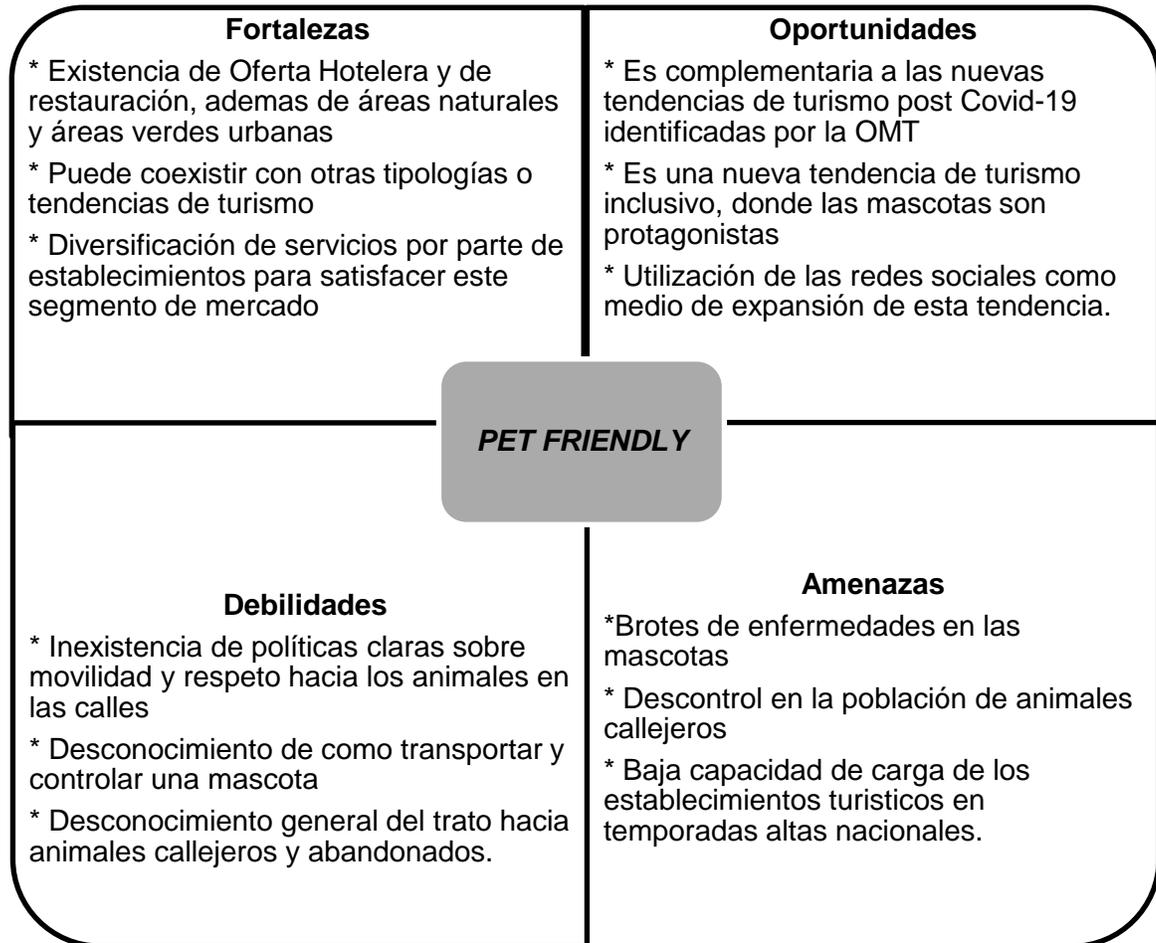
Se debe tener claro que se trata de una tendencia, pero que la misma puede llegar a establecerse en el mercado turístico, una vez que se identifican y señala los establecimientos turísticos aptos para este segmento de viaje; adicionando que es una tendencia adaptable o complementaria a otras tendencias ya mencionadas en el capítulo 2, como son: viajes por carretera, turismo al aire libre, etc. Es decir, bien podría existir un producto como ruta cultural de museos o ruta ecoturística en un destino, y ambos pueden ser *Pet friendly* si reúnen las particularidades del caso.

##### 3.1.1 Análisis FODA del desarrollo de la tendencia *Pet Friendly*

Realizar un análisis FODA ayudara a determinar las estrategias que se aplicarían en la actualidad para desarrollar la tendencia *Pet Friendly* en Cuenca, así mismo como fortalecerla a futuro, mejorando el enfoque de esta investigación.

Tabla 12

FODA



Nota: Elaborado por autores, 2021.

### 3.1.2 Ventajas de la oferta *Pet Friendly*.

Luego de analizar lo investigado en los capítulos anteriores se pueden identificar las siguientes ventajas para el mercado turístico local:

- Oferta turística más especializada, tal como ya existen el turismo de naturaleza en el P. N. El Cajas, rutas de turismo cultural en la urbe de



la ciudad; de igual manera se puede desarrollar el segmento de mascotas, llamado *Pet Friendly*.

- Articulación de servicios y productos de diferentes áreas productivas, como hoteles, transporte, veterinarias, restaurantes, cafeterías, fundaciones de cuidado animal, empresas de producción dirigida a mascotas, aparato estatal, entre otros.
- Aportes culturales y prácticos para una vida urbana más tolerante con las mascotas. Un ejemplo claro es el respetar los espacios públicos compartidos al mantenerlos limpios de desechos de animales, así como de ser amigables con las mascotas visitantes.

Los beneficios de apuntar al desarrollo de la tendencia *Pet Friendly*, van desde lo personal y psicológico para un individuo, hacia lo social, económico y cultural. La presente investigación demuestra un mercado potencial que está primariamente explotado, pero sin una articulación apuntada a su sostenibilidad de manera global. Existe capacidad hotelera con preparación acorde al tema; medios de transporte con características adecuadas; empresas produciendo artículos para mascotas y para facilitar los viajes con las mismas, veterinarias, Pet shops, aseguradoras, organizaciones activas en favor de los animales; además de ventajas en políticas públicas amigables con la naturaleza que pueden desarrollarse mucho mas o mejorarse.

### **3.1.3 Desventajas potenciales como ciudad para el turismo *Pet Friendly*.**

Tras la investigación realizada hasta este capítulo, se observan desventajas desde componentes estructurales y culturales. Entre las cuales se tienen las siguientes:

- Poco aprovechamiento de la infraestructura para el turismo con mascotas. En este punto, la evidencia demuestra que aún hay una



mínima oferta de restauración, alimentos y bebidas, donde se optimicen espacios en pro de este segmento de clientes. En lo que refiere al sistema de transporte público, servicios en parques, instituciones como museos, bancos y otros. De igual manera la baja oferta hotelera certificada o debidamente identificada y con servicios o espacios *Pet Friendly* insuficientes.

- Lo cultural es lo que rige en el punto anterior. A pesar de que en la ciudad de Cuenca residen un número muy importante de extranjeros, y siendo ellos quienes motivaron a guiar nuestra mirada al turismo inclusivo, aún se mantiene la idea de que los animales domésticos son objetos de adorno, apoyo en el cuidado de propiedades y así por el estilo. Es necesario una mayor sensibilización y educación a la ciudadanía en general sobre el respeto, tolerancia e inclusión para los animales domésticos, que pasan a ser parte de la familia y de la sociedad, con derechos establecidos en la normativa vigente; y que, además se intenta dinamizar la economía ofreciendo servicios adecuados a este segmento.

### **3.2 Determinar el perfil del turista para la oferta *Pet Friendly***

El perfil del turista que viaja con mascota será determinado a partir de la información recolectada de una encuesta realizada a un público objetivo previamente identificado, se pretende determinar los intereses de un turista que viaja con mascota frecuentemente. Dicha encuesta fue realizada de manera virtual utilizando *Google Forms*, a personas específicas e identificando que ya han realizado viajes con mascotas para poder sintetizar la información con personas que han vivido la experiencia del turismo con mascotas.

Debido a que la pandemia Covid-19 representa una limitante para realizar encuestas; se utilizaron redes sociales, familiares y amigos para identificar personas que han realizado viajes con mascotas o frecuentan lugares turísticos con las

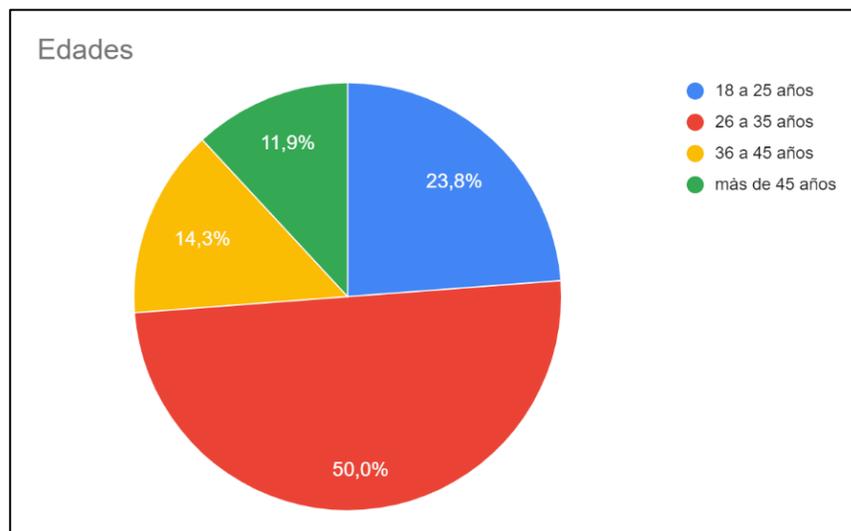
mismas para ser encuestadas y poder obtener un perfil de turista a partir de quienes ya son partícipes de realizar turismo *Pet Friendly*. Número.

### 3.2.1 Resultados de encuesta a grupo objetivo

El 50% de las personas encuestadas que viajan con mascotas corresponden a edad de entre 26 a 35 años, es decir que son personas consideradas adultas. Seguido por el 23,8%, un segmento de edad entre 18 y 25 años, es decir un grupo más joven. El 14,3% corresponde a personas de entre 36 a 45 años. Mientras que, mayores de 45 años se tiene un total de 11,9%.

Figura 37

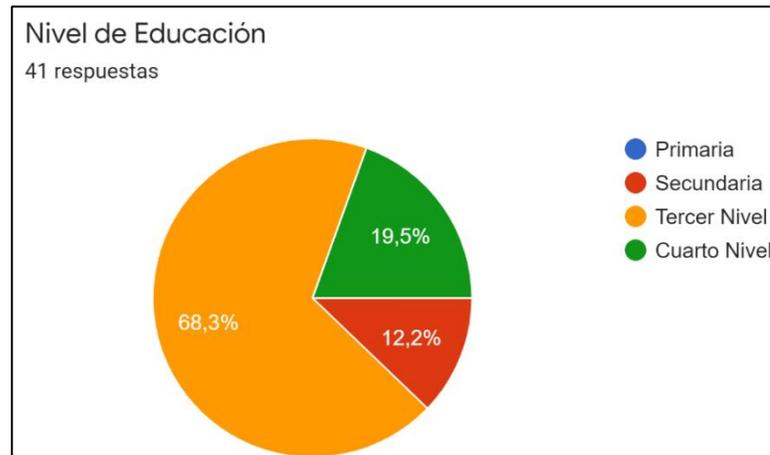
Edades de personas que viajan con mascotas



Nota: Elaborado por autores, 2021.

Al analizar el nivel de educación de los viajeros con mascotas de los encuestados, el 68,3% tiene título de tercer nivel, es decir que el turista tendrá al menos trabajo estable como para poder financiar sus viajes. Luego se tiene un 19,5% de viajeros que tienen estudios de cuarto nivel y tan solo el 12,2% ha completado la secundaria o bachillerato.

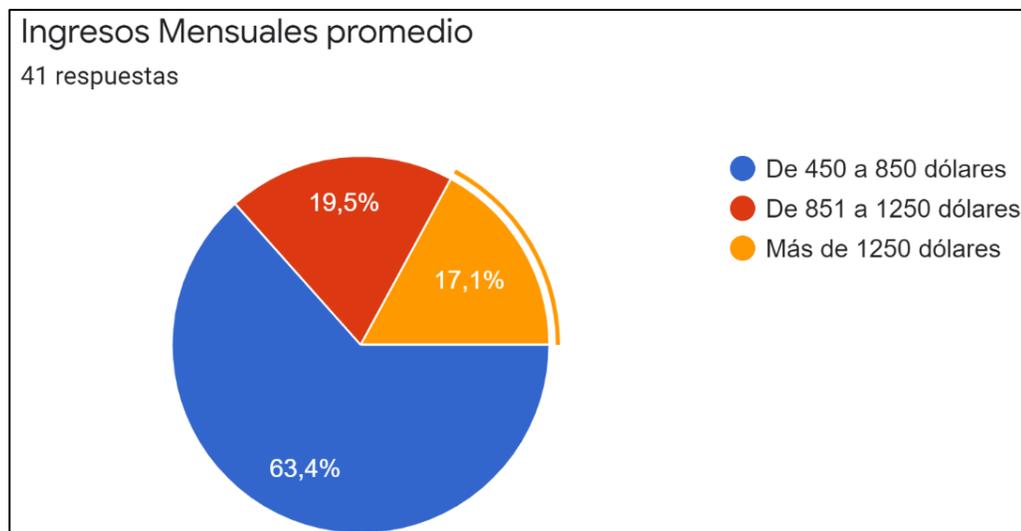
Figura 38  
Nivel de Educación



Nota: Generado a través Google Forms, 2021.

Los resultados del nivel de educación de los encuestados, es coherente con los resultados de sus ingresos mensuales. El 63,4% de los encuestados tienen ingresos mensuales de hasta \$850 dólares, el 19,5% llega a los \$1250 y el 17,1% supera los \$1250. Con estos resultados se puede establecer un estándar para fijar el precio de un paquete turístico y determinar que existe demanda de viajeros con mascotas con poder adquisitivo como para poder adquirir los mismos.

Figura 39  
Ingresos mensuales promedio

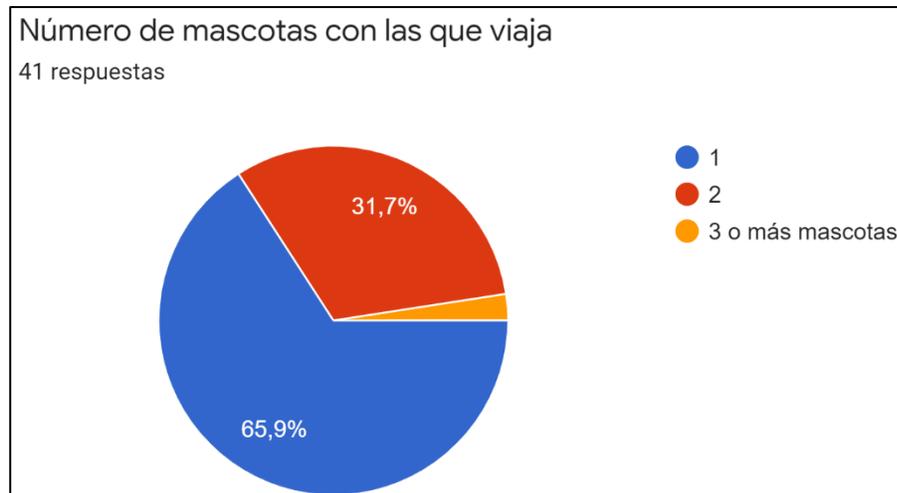


Nota: Generado a través Google Forms, 2021.

El 65,9% de encuestados viaja al menos con una mascota, el 31,7% viaja con dos mascotas y tan solo el 2,4% viaja con más de dos mascotas. Estos valores aportan datos importantes a los establecimientos turísticos para determinar su capacidad de oferta; además, ayudara a la construcción del paquete turístico.

Figura 40

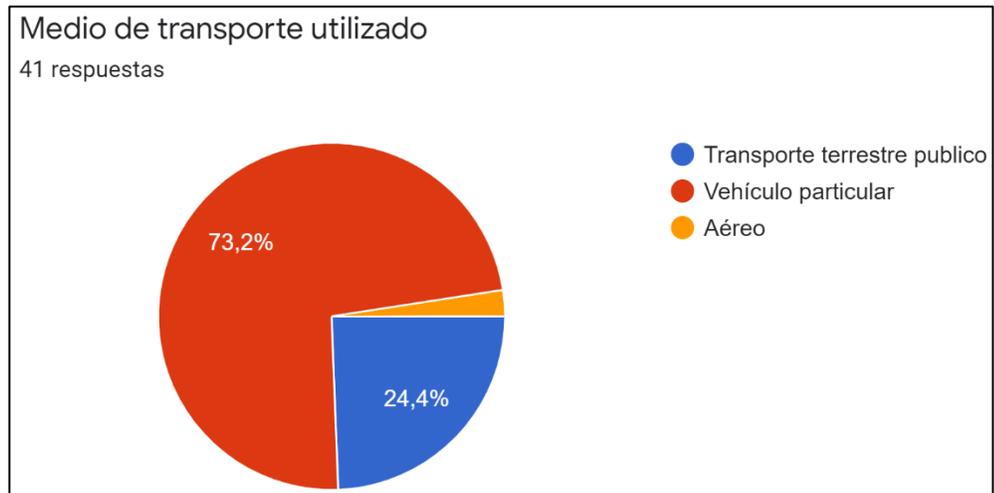
Numero de mascotas con las que viaja



Nota: Generado a través Google Forms, 2021.

El 73% de los encuestados utiliza vehículo propio para realizar sus viajes con mascotas, mientras que solo el 24,4% lo realiza en transporte público; estos resultados se pueden deber a las dificultades que representa realizar viajes en transporte público y la carencia de políticas. El 2,4% representa al número de personas que ha viajado con sus mascotas en medio de transporte aéreo, este resultado se puede deber a que no todas las mascotas pueden ser transportadas vía aérea y los costos que esto representa.

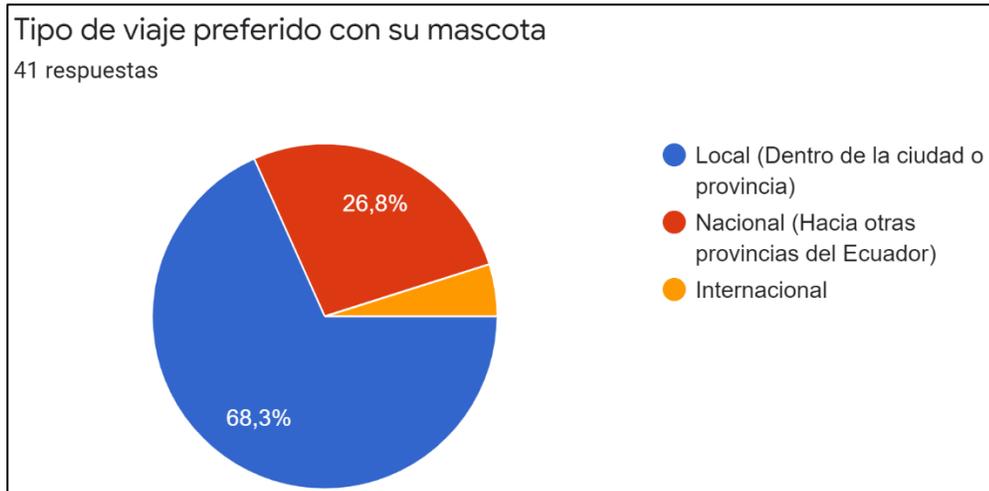
Figura 41  
Medio de transporte utilizado



Nota: Generado a través Google Forms, 2021.

El tipo de viaje preferido es local con un 68,3%, mientras que un 26,8% prefiere realizar viajes a otras provincias. Estos resultados van de la mano con el tipo uso de vehículo privado para realizar viajes, debido a que van de la mano y son cómodos para la persona que viaja con mascotas. Además, las tendencias que estarán en auge post Covid-19 de acuerdo a lo investigado en los capítulos anteriores son, los viajes por carretera, el turismo interno y al aire libre. Es decir, que estos resultados van ligados de acuerdo a la nueva “normalidad” que está presente en la forma en la que las personas harán turismo.

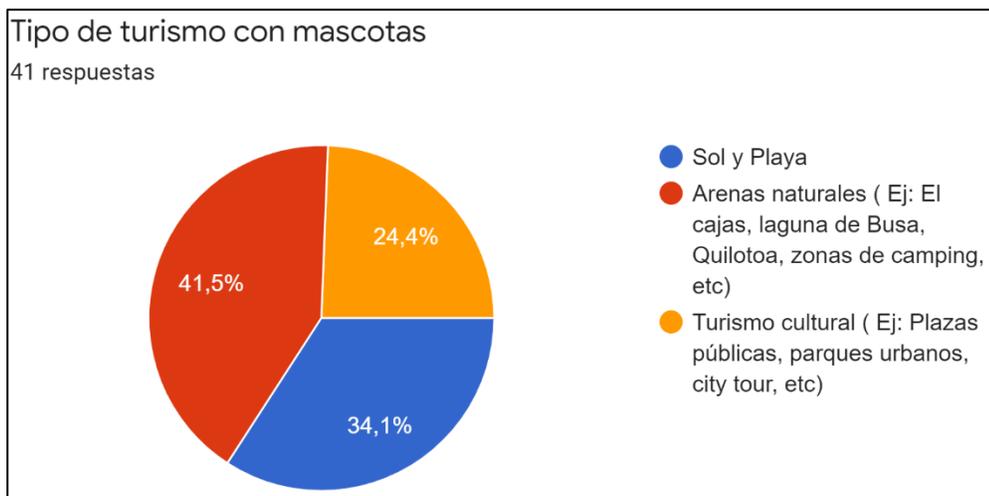
Figura 42  
Tipo de viaje preferido



Nota: Generado a través Google Forms, 2021.

El tipo de turismo más realizado con mascotas es de áreas naturales, al aire libre o de aventura con un 41,5% de aceptación, seguido por el turismo de sol y playa con un 34,1% y por último turismo cultural con un 24,4%. En esta parte de la encuesta se puede determinar que el turismo de sol y playa, y áreas naturales son tipos de que se realiza al aire libre, dando como resultado que sea el preferido para realizar con mascotas.

Figura 43  
Tipo de turismo con mascotas

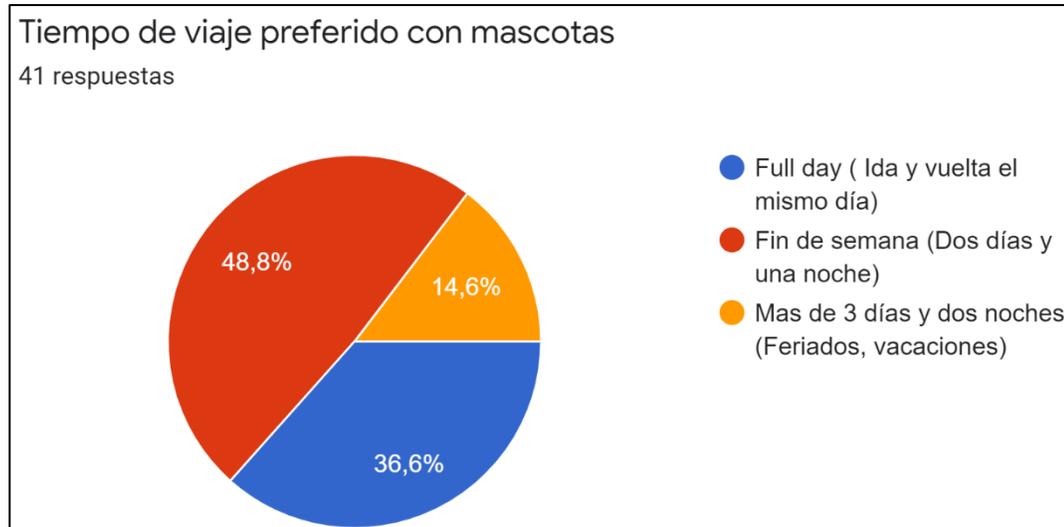


Nota: Generado a través Google Forms, 2021.

El tiempo que le invierten a los viajes con mascotas mayoritariamente de fin de semana con el 48,8% seguido por *Full Day* con el 36,6% por último más de 3 días con el 14,6%, estos resultados dan una premisa de lo que se puede proponer en un paquete turístico.

Figura 44

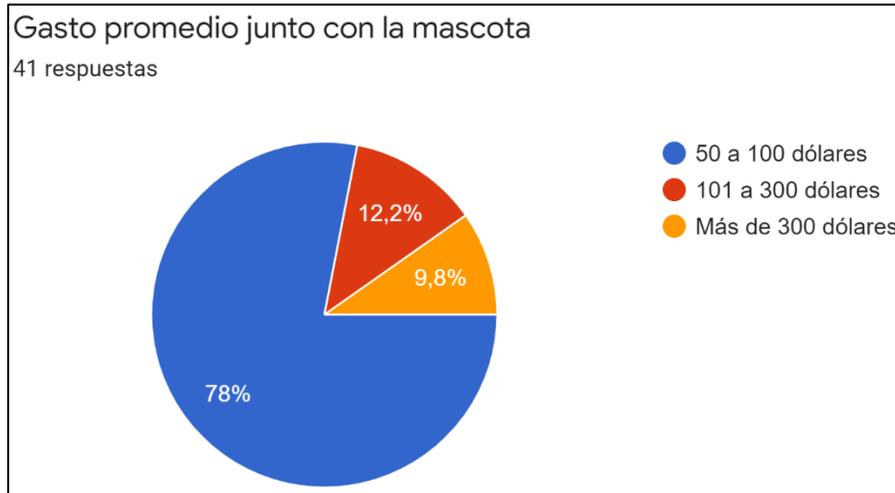
Tiempo invertido en un viaje con mascotas



Nota: Generado a través Google Forms, 2021.

Finalmente, el gasto promedio es de hasta \$100 dólares con un 78% de aceptación, seguido por el gasto de hasta \$300 y, por último, un gasto de más de \$300 dólares. Estos resultados van de la mano con el tiempo que invierten en un viaje con mascotas, dando una premisa de los valores que estarían dispuestos a pagar los turistas y que ofrecerles en un paquete turístico.

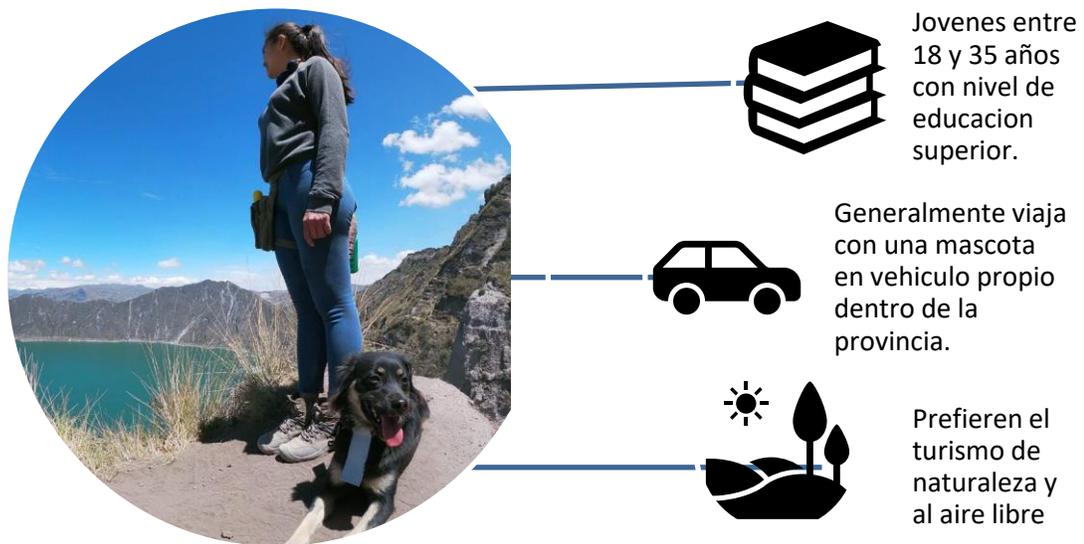
Figura 45  
Gasto promedio



Nota: Generado a través Google Forms, 2021.

Para concluir con el perfil del viajero con mascota, se tiene que en turismo *Pet Friendly* se tiene mayoritariamente a personas jóvenes de entre 18 y 35 años con tercer nivel educación completada. Generalmente este turista viaja con una mascota en su propio vehículo dentro de la ciudad, la provincia y puede viajar también hacia otras provincias del Ecuador. Finalmente es un turista que prefiere realizar turismo de naturaleza y al aire libre.

Figura 46  
Perfil del Turista *Pet Friendly*



Nota: Elaborado por autores y fotografía utilizada tomada por autores, 2021

### 3.3 Propuesta Sello *Pet Friendly*

Cada uno de los establecimientos de la ciudad ha implementado su propia forma de hacerse conocer como establecimiento *Pet Friendly*; ya sea creando una sección específica para mascotas en las páginas de web de los hoteles, posteándolo en redes sociales o colocando un logo que los identifique como tal frente a sus clientes. El objetivo de crear un sello distintivo y único, ayudará a que los establecimientos *Pet Friendly* sean fácilmente identificados, consiguiendo así la satisfacción del cliente que pertenece a este segmento de mercado, siendo fácilmente atraídos a los establecimientos que son de su interés y generando mejores experiencias. Los logos o distintivos comúnmente usados por los establecimientos son imágenes de perritos, huesitos o huellitas.

### 3.3.1 Logotipo

La tipografía utilizada para la realización del logotipo de Cuenca *Pet Friendly* es “*Bowlby One SC Regular*”, un tipo de letra sencillo y que se pueda leer claramente con un color azul oscuro para ser colocado en cualquier establecimiento.

Figura 47

Logotipo Cuenca *Pet Friendly*



Nota: Diseñado por William Bravo, Licenciado en Sistemas Multimedia, 2021.

### 3.3.2 Isotipo

La imagen que se representa en el sello *Pet Friendly*, es de un canino de perfil, ya que se trata de la mascota con la que más viajan las personas; además, es fácilmente identificable a la vista. No puede faltar de fondo las icónicas cúpulas de la Catedral Inmaculada Concepción de la ciudad de Cuenca, la cual representa uno de los atractivos turísticos más representativos de la ciudad, con el que únicamente mirando el sello se puede fácilmente identificar que se trata de la “Atenas del Ecuador”, Cuenca.

Figura 48  
Isotipo *Pet Friendly*



Nota: Diseñado por William Bravo, Licenciado en Sistemas Multimedia, 2021.

### **3.4 Paquete turístico *Pet Friendly***

En el siguiente apartado se desarrollarán las opciones de paquetes turístico a partir del análisis de los resultados de la encuesta realizada a los viajeros *Pet Friendly*, donde se tomarán en cuenta aspectos principales como el precio, tipo de actividades, duración del paquete y servicios adicionales que puedan ser atractivos para este perfil de turista. Se planteará una opción de fin de semana incluyendo el hospedaje y dos opciones de Full Day, debido a que serían los más demandados por este tipo de turista de acuerdo a la encuesta. Dentro de los paquetes de Full Day se priorizará actividades al aire libre, deportivas o de naturaleza, de acuerdo a lo demandado por los viajeros *Pet Friendly*.

#### **3.4.1 Selección de proveedores**

La selección de los proveedores de los servicios se realizará basándose en los resultados de las necesidades y capacidad adquisitiva de los viajeros con mascotas, adicional a eso se tomará en cuenta a aquellos que ofrecen servicios de calidad.

Se ha elegido 4 hoteles para elaborar el paquete turístico *Pet Friendly* se acomodan a las necesidades de los viajeros con mascotas:

Tabla 13

Hoteles seleccionados para paquete *Pet Friendly*

HOTEL	CATEGORÍA	SERVICIOS <i>PET FRIENDLY</i>
Oro Verde	5 estrellas	Servicio en todas las habitaciones Cama para perro Veterinario para emergencias Áreas <i>Pet Friendly</i> debidamente señalizadas
Hostería Dos Chorreras	4 estrellas	Servicio en habitaciones específicas Cama para perro Todas las áreas son <i>Pet Friendly</i> , excepto el restaurante reservado para huéspedes Excursiones <i>Pet Friendly</i>
Selina	3 estrellas	Servicio en todas las habitaciones Todas las áreas son <i>Pet Friendly</i>
Gaviota Apartments & Suits	2 estrellas	Servicio en Suits con Terraza Suits totalmente amobladas para grupos familiares

Nota: Elaborado por autores, 2021.

En lo que respecta a restaurantes se han seleccionado a dos debido a sus precios y espacios adecuados para poder asistir con mascotas:

Tabla 14

Restaurantes seleccionados para paquete *Pet Friendly*

RESTAURANTE	DESCRIPCIÓN/SERVICIOS
Golden Prague Pub	Cuenta con espacio bastante amplio para poder asistir con mascotas, menú de restaurante, ofrecen agua y comida



	para mascotas y cuentas con sus respectivos recipientes.
Taquería Chikano	Cuenta con espacio amplio en la Plaza San Sebastián para poder asistir con mascota y podrían ofrecer menú para mascotas; además de una gran vista de la plaza.

Nota: Elaborado por autores, 2021.

En lo que respecta a servicios adicionales, se agregaran algunos especiales para mascotas como grooming al finalizar los servicios con personal especializado, tales como:

Tabla 15

Servicios adicionales para paquete *Pet Friendly*

SERVICIO	DESCRIPCIÓN
Taxi para mascotas	Transporte de mascotas en sus respectivos Kennel dentro y fuera de la ciudad. Paquetes de transporte más peluquería y otro adicionales como hospedaje.

Nota: Elaborado por autores, 2021.

### 3.4.2 Elaboración de presupuesto

En el siguiente apartado se mostrará los precios al público de cada uno de los paquetes turísticos con las debidas explicaciones de los servicios incluidos y no incluidos. El paquete de Fin de semana cuenta con 3 diferentes precios que se ajustaran a las necesidades de los viajeros *Pet Friendly*, como lo es el Hotel Oro Verde o la hostería Dos Chorreras, más Hotel Selina y Gaviota Apartments & Suits, que hacen de los paquetes más accesibles, pero con servicios de hospedaje de calidad. En el caso de los paquetes Full Day, se elaboran dos debido a la demanda que los mismos tendrían de acuerdo a los resultados de la encuesta realizada.

**PAQUETE #1: FIN DE SEMANA *PET FRIENDLY***

Incluye:

- Traslados internos hacia y desde hotel a elegir
- 1 noche de alojamiento en hotel con desayuno, a elegir
- Servicios para mascotas en alojamiento: plato para alimentos y bebidas, cama, toalla.
- Ruta cultural de las Catedrales
- Ruta de naturaleza y aventura
- Snacks para pax y mascotas
- 2 almuerzos en restaurantes *Pet Friendly* escogidos
- Servicio de spa y grooming para mascotas.
- City tour panorámico
- Impuestos y entradas en áreas requeridas.

Tabla 16

Precios paquete de fin de semana con mascotas en Cuenca

<b>OPCIONES DE HOTEL</b>	<b>HAB. SENCILLA**</b>	<b>HAB DOBLE**</b>
Hotel Oro Verde/Hostería Dos Chorreras	\$239	\$218
Hotel Selina	\$182	\$166
Gaviota Apartments & Suites	\$118	\$108

Nota: Elaborado por autores, 2021

\*\*Precio por pax. Suplemento \$15 extra aplica para mascotas de 30 kg o más; que se pagará directamente en hotel.

Notas importantes:

- Indispensable abono del 50% hasta una semana con anterioridad para la reserva.



- Se requiere datos de mascota como talla, peso, collar y correa con identificación clara del propietario, además de una foto de cuerpo entero.
- Se incluyen servicios compartidos bio-seguros, hasta 8 personas por grupo.
- Precio sujeto a cambios y disponibilidad hasta reserva en firme.

### PAQUETE #2 Y #3: FULL DAY EN CUENCA

Incluye:

- Traslados internos hacia y desde hotel a elegir
- Ruta para escoger: Ruta de naturaleza o Parque El Paraíso Full Action
- Snacks para pax y mascotas
- Almuerzo en restaurantes *Pet Friendly* escogidos
- Servicio de grooming para mascotas.
- City tour panorámico
- Impuestos y entradas en áreas requeridas.

Tabla 17

Precios Full Day.

OPCIONES DE RUTAS	PRECIO**
Full Day de naturaleza, Guavidula – El Cajas	\$ 95
Full Day Parque El Paraíso Full Action	\$ 85

Nota: Elaborado por autores, 2021

\*\*Precio por pax.

Notas importantes:

- Indispensable abono del 50% hasta una semana con anterioridad para la reserva.



- Se requiere datos de mascota como talla, peso, collar y correa con identificación clara del propietario, además de una foto de cuerpo entero.
- Se acepta una mascota por pax.
- Se incluyen servicios compartidos bio-seguros, hasta 8 personas por grupo.
- Precio sujeto a cambios y disponibilidad hasta reserva en firme.

### 3.4.3 Planificación de itinerario

El itinerario de cada uno de los paquetes turísticos ha sido elaborado en función de las actividades de preferencia de los turistas *Pet Friendly*; es decir que los mismos tendrán actividades de naturaleza y esparcimiento donde se podrá compartir junto a las mascotas.

Se propone el siguiente paquete turístico de fin de semana 2 días y una noche con opción de hospedaje en hoteles de 3 categorías diferentes, actividades guiadas, con plan de alimentación, servicios para mascotas y demás servicios:

Tabla 18

Paquete de fin de semana 2 días y 1 noche

Día 1	Actividad
08H00	Traslado de pasajeros desde lugar de llegada: Aeropuerto, Terminal Terrestre, oficina de transportes turísticos, entre otros.
08H30	Entrada al hotel y desayuno
10H00	Salida hacia la plaza de San Blas, donde los espera un guía. Recorrido hacia la plaza de San Sebastián por la Av. Simón Bolívar, con la respectiva interpretación de la arquitectura de la ciudad. Parada en el parque A. Calderón con interpretación y servicio de snacks para humanos y mascotas. Se continúa con el recorrido por la Av. Sucre en dirección a San Sebastián.
12H00	



	Fin del recorrido cultural.
12H30	Almuerzo en Taquería Chikano en plaza San Sebastián. Traslado incluido. Tiempo libre de descanso.
15H30	Salida al bosque protector Aguarongo, reserva privada.
16H00	Recorrido guiado por la reserva.
17H30	Actividades de relajación y esparcimiento, preservando el lugar. Snacks y bebidas incluidas. Se lleva a los pax a retirar a sus mascotas
18h30	Regreso al hotel
Día 2	Actividad
09h00	Traslado a peluquería para mascotas. Baño y tratamiento especial. Corte de pelo y uñas, si es necesario. Para personas: City tour en bus panorámico
11H00	Se lleva a los pax a retirar a sus mascotas
12H30	Almuerzo en Golden Prague Pub.
15H00	Regreso al hotel
17H00	Traslado de pax a sus transportes hacia sus ciudades de origen Fin de los servicios.

Nota: Elaborado por autores, 2021

Se propone la primera opción de Full Day para disfrutar con mascotas en la ciudad de Cuenca que incluye actividades de naturaleza y cultura visitando el poblado Guavidula en la Hostería Dos Chorreras que forma parte del Parque Nacional El Cajas, plan de alimentación y servicio para mascotas:



Tabla 19

Full Day Guavidula, El Cajas.

RUTA NATURALEZA – GUAVIDULA, EL CAJAS	
08H00	Recepción de turistas en el parque Calderón de Cuenca.
08H30	Salida a Dos Chorreras - Guavidula, El Cajas.
09H30	Conocer la historia del antiguo poblado Guavidula, una autentica aldea que data de 1900 y restaurada exactamente para convertirse en lo que es ahora un museo, en la que se apreciara como cómo vivían los antiguos pobladores y sus costumbres, conoceremos sus casas y la mina encantada desde la que se extraía oro. Esta visita tiene una duración de 45 minutos aproximadamente, no requiere de alto nivel físico y siempre se hará acompañado de un guía. El trayecto hasta el poblado puede ser realizado a pie, en vehículo 4x4 o a caballo (a caballo tiene un costo adicional).
12H00	
12H30	Almuerzo en Hostería Dos Chorreras
13H30	Tiempo libre para recorrer las instalaciones
14H00	Regreso a Cuenca
14H45	Inicio del City Tour Panorámico para personas. Personal especializado traslada las mascotas a su servicio de grooming.
17H00	Retorno al parque Calderón, encuentro con sus mascotas. Fin de los servicios.

Nota: Elaborado por autores, 2021

La segunda opción de Full Day en el parque El Paraíso Full Action para viajeros con interés en conocer y aprender más junto con sus mascotas:



Tabla 20

Full Day Parque el Paraíso Full Action

PARQUE EL PARAÍSO FULL ACTION	
09H00	Recepción de turistas en el parque El Paraíso de Cuenca.
09h30	Recorrido guiado. Snacks y bebidas incluidas.
10H30	Actividades de inducción al entrenamiento, clases y exhibiciones de destrezas por animales entrenados. Buen trato y conciencia animal. Adopción de mascotas. A cargo de Policía Nacional y FAAN (Fundación Familia Amor Animal)
12H30	Traslado para almuerzo en Golden Prague Pub.
14H45	Inicio del City Tour Panorámico para humanos. Personal especializado traslada las mascotas a su servicio de grooming.
17H00	Retorno al parque Calderón, encuentro con sus mascotas. Fin de los servicios.

Nota: Elaborado por autores, 2021

#### 3.4.4 Promoción y presentación del paquete turístico

La promoción que se realizará partirá de potencializar el logo “Cuenca ciudad *Pet Friendly*” y a través de ello incentivar el desarrollo de dicha tendencia en la ciudad. Por otro lado, lo que se pretende es innovar con esta marca debido a que en el resto del país no existe lo mismo u algo similar desarrollado por algún otro municipio, siendo estos quienes tiene la competencia de desarrollo turístico.

Los canales de difusión del sello *Pet Friendly* y canales de distribución de los paquetes turísticos serán:

Se realizará la difusión de manera presencial haciendo uso del logo “Cuenca ciudad *Pet Friendly*” en los establecimientos seleccionados en el paquete turístico para de esta manera estandarizarlo y difundir su uso en otros establecimientos *Pet Friendly* de la ciudad; logrando como objetivo posicionar la marca en la mente de



los consumidores de dichos establecimientos y adicionalmente se espera lograr publicidad “boca a boca”.

La difusión del logo *Pet Friendly*, también se realizará de manera digital en las plataformas virtuales que manejen los establecimientos entregando el archivo digital original para que pueda ser usado por ellos.

Se realizará la promoción digital de los paquetes turísticos como una opción muy viable, debido a que los medios digitales han representado una fuerza muy potente en cuanto a Marketing digital, es por esto que se optará por el uso de las plataformas más populares y con mayor representación en internet que serán Facebook e Instagram, las cuales permiten tener contacto con los potenciales turistas *Pet Friendly*.

En la siguiente tabla, se detallan los gastos que se invertirán en promoción y publicidad.

Tabla 21

Presupuesto para promoción y publicidad

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO
Diseño de Logo	1	\$40.00
Impresión del logo en papel Adhesivo	30	\$20.00
Facebook	1 mes	\$10.00
Instagram	1 mes	\$10.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$80.00</b>

Nota: Elaborado por autores, 2021.

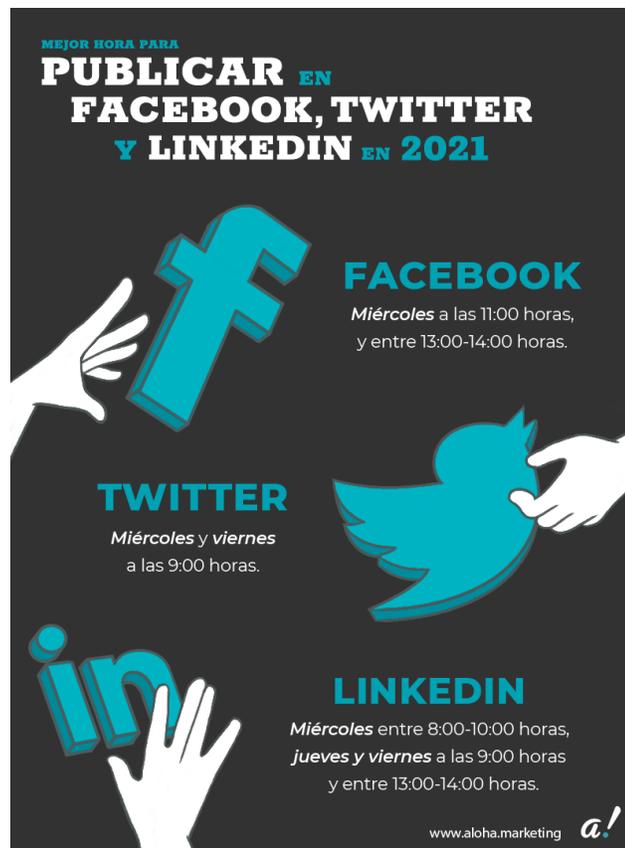
En el diseño del logo se incluye la entrega del archivo digital en una memoria USB en el formato de Adobe Ilustrador “.ai”, Portable Network Graphics “.png”, de esta manera el logo será impreso y utilizado en la mejor calidad visual. El logo será

impreso en papel adhesivo en el tamaño 30cm x 30cm para que sea visual y pueda ser colocado en los establecimientos *Pet Friendly*.

El presupuesto utilizado para publicidad en Facebook e Instagram varía con respecto al alcance que se quiera tener en Km a la redonda, edades e interés, horarios específicos, etc. “Aloha!” agencia de marketing digital, ha publicado un artículo en donde determina los horarios adecuados por plataforma digital para realizar publicaciones. Por lo tanto, esta será la estrategia de Marketing Digital que se utilizará en estas plataformas de forma que se use de manera eficiente el dinero y de manera eficaz llegar al público objetivo.

Figura 49

Horarios para publicar en redes sociales.



Nota: Tomado del sitio Web Aloha!, agencia de marketing digital, 2021

Para la promoción de los paquetes turísticos se utilizarán los escenarios de naturaleza donde se desarrollarán dichos paquetes, como lo son El Cajas y el Parque el Paraíso. Se utilizaron fotografías de la mascota de uno de los autores de esta investigación, Saky, quien desde cachorra ha demostrado tener un espíritu aventurero, viajero y un gusto por el agua.

Figura 50:

Paquete de fin de semana *Pet Friendly*

**FIN DE SEMANA  
PET FRIENDLY**

DESDE \$108/ HAB. DOBLE EN  
EFECTIVO 2 DIAS/ 1 NOCHE

**INCLUYE**

- Hospedaje y menaje de mascotas.
- Ruta cultural y de aventura.
- Snacks para pax y mascota.
- Almuerzos en restaurantes Pet Friendly.
- City Tour.
- Grooming.

Facebook, Twitter, Instagram icons

Nota: Diseñado por William Bravo, Licenciado en Sistemas Multimedia, 2021.

Figura 51:

Paquete full action day *Pet Friendly*

**FULL ACTION DAY  
PET FRIENDLY DESDE \$85  
INCLUYE**

- Recorrido Parque el Paraíso
- Snack para mascota
- Exhibición canina
- Grooming
- Snack y Almuerzo
- Inducción de adiestramiento canino
- City Tour

f t i

Nota: Diseñado por William Bravo, Licenciado en Sistemas Multimedia, 2021.

Figura 52:  
Paquete full day *Pet Friendly*

The advertisement features a black and tan dog in the foreground, looking out over a valley with a lake and mountains. The background is a green gradient with silhouettes of people and a dog. A circular logo in the top right corner contains the text 'CUENCA PET FRIENDLY' and silhouettes of a dog and a person. The main text reads 'FULL DAY EL CAJAS PET FRIENDLY' in large white letters, followed by 'DESDE \$95 EN EFECTIVO' and 'INCLUYE' in bold white letters. Below this is a list of inclusions: '- Ruta a poblado Guavidula - Hosteria, Dos Chorreras.', '- Desayuno y Almuerzo.', '- Snack para mascota.', '- City Tour.', and '- Grooming.'. At the bottom right are icons for Facebook, Twitter, and Instagram.

**FULL DAY  
EL CAJAS  
PET FRIENDLY**  
DESDE \$95 EN EFECTIVO  
**INCLUYE**

- Ruta a poblado Guavidula - Hosteria, Dos Chorreras.
- Desayuno y Almuerzo.
- Snack para mascota.
- City Tour.
- Grooming.

Nota: Diseñado por William Bravo, Licenciado en Sistemas Multimedia, 2021.



## CONCLUSIONES

- 1) En el presente proyecto se necesitó de información previa sobre el contexto del turismo con mascotas, para el entorno local, es bastante deficiente desde la bibliografía hasta las experiencias profesionales relacionadas al turismo, lo que satisfizo y logró brindar perspectiva, fueron los aportes internacionales. La metodología utilizada fue cuantitativa no experimental; pero, a priori, las ordenanzas municipales se muestran escuetas para definir un sólido marco de normas referentes, no son claras en cuanto al uso de espacios, no hacen diferencias de atención a turistas con mascotas, mascotas que están sueltas en la calle o animales sin hogar, ¿por qué tendrían derechos diferentes? Es una de las preguntas o límites que genera la investigación, que ya corresponde a otra área. Al mismo tiempo, las cifras obtenidas de los servicios turísticos en el cantón Cuenca muestran alta capacidad de acogida y aceptación a nuevos segmentos de clientes, pues han sabido adaptarse a tendencias, ejemplo claro Hotel Oro Verde con el turismo *Pet Friendly*. Se conoce que el viaje con mascotas no es algo de la modernidad, que nace de la necesidad de tener a un miembro de la familia siempre cerca y feliz, que no se ha tenido esta la perspectiva, entonces son otro tipo de proyectos que pueden devenir de la presente investigación.
- 2) Se constata que al haber relativamente poca experiencia documentada y proyectos poco socializados (caso Cédula Animal), en Quito se concentran la mayor parte de servicios incluyentes con mascotas. Algo que se puede contrastar es el hecho que en Cuenca habitan un considerable número de extranjeros, y al ser una ciudad relativamente pequeña, estos “expats” comparten sus costumbres con las mascotas, generando la necesidad de modificar o crear espacios correspondientes



para los servicios que utilizan a diario, como transportes, alimentación, cuidado estético y de salud animal, etc. Estas relaciones aportan al crecimiento intercultural local, en algún momento se tendrán en cuenta para la mejora de las ordenanzas públicas antes mencionadas.

- 3) Para apuntalar mejor el presente estudio fue necesario investigar procesos extranjeros, y España en primer lugar con su Travel Guau, organizaciones multinacionales, estados más cercanos al nuestro para al final que se alcanzó el apoyo de instituciones locales privadas que protegen a animales sin hogar o que atienden sus necesidades de salud o entrenamiento según sea el caso. Todo ello no desmerece que establecimientos de alimentos y bebidas tuvieran la capacidad para demostrar lo viable de una correlación humano-mascota en el disfrute de un servicio turístico. Sin embargo, se evidencia la falta de promoción de dichos servicios de manera más objetiva hacia un target echado de menos.
  
- 4) Cohesión es el concepto para estructurar de manera justa el trabajo que realizan fundaciones de rescate y cuidado animal, con el sistema turístico local, para que el desarrollo sea equitativo. Quienes aportaron a la presente investigación mencionaron que hay proyectos presentados años atrás pero que no han tenido respuesta (una vez más, por falta de leyes y ordenanzas más claras). Empresas privadas sí han aportado a las causas animales, pero no es suficiente. Aquí se evidencia varias oportunidades de crecimiento socio-económico si se aplican planes adecuados.



5) Los programas turísticos *Pet friendly* propuestos activan y dinamizan varias zonas económicas. Ya se observó la capacidad de transporte, atención y cuidado de mascotas, los detalles para el hospedaje de mascotas y sus humanos. Las rutas aéreas o terrestres brindan excelente interconexión para viajar con mascotas. Restaurantes, cafeterías, espacios verdes, y otros, aportan con sus recursos y características propias que la evidencia mostró la previa satisfacción de sus visitantes. Entonces se pretende dejar un preámbulo para la expansión técnica y planificada del turismo hacia un nicho importante en crecimiento, es un pequeño aporte para generar un macro plan de desarrollo turístico integral.



## RECOMENDACIONES

- 1) Lo principal es que el aparato público modernice la normativa vigente para que se adapte a nuevas tendencias. Esto en el ámbito local de las ordenanzas, donde la especificidad de la terminología permitiría desarrollar proyectos adecuados a una necesidad, en el caso de esta investigación, el Turismo *Pet Friendly*.
  
- 2) Se debería mejorar la integración de la información que se publica de los servicios turísticos: hoteles, restaurantes, etc. Para que los visitantes interesados conozcan de antemano la apertura a las mascotas. Para ello la marca Cuenca Ciudad *Pet Friendly* como referencia del camino hacia una estandarización y control de la calidad correspondiente.
  
- 3) Más y mejor apoyo a proyectos de investigación para crear una fuente fiel de conocimientos que sirvan de apoyo a los siguientes emprendimientos. Esto muestra un círculo de correspondencia desde la generación del conocimiento hacia su implementación en empresas, esto a su vez crea experiencias para volver a comenzar el ciclo.



## BIBLIOGRAFÍA

- Aerovias del Continente Americano. (2021). *AVIANCA*. Recuperado el 20 de junio de 2021, de Mascotas a bordo: <https://www.avianca.com/ec/es/antes-de-tu-viaje/necesidades-especiales/mascotas-a-bordo/>
- Alcaldía de Cuenca . (2020). *Guía de tenencia y convivencia responsable con las mascotas*. Unidad de Gestión Animal.
- Alcaldía de Cuenca. (2014). *Ordenanza municipal para la protección de animales silvestres y domésticos del cantón Cuenca*. GAD de Cuenca .
- Alcaldía de Cuenca. (6 de Agosto de 2018). *ORDENANZA QUE REGULA LAS CONDICIONES PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE TRANSPORTE PÚBLICO DE PASAJEROS DE BUSES URBANOS EN EL CANTÓN CUENCA Y SU PLAN DE RENOVACIÓN*. Recuperado el 01 de Julio de 2021, de <http://www.cuenca.gob.ec/?q=system/files/ORDENANZA%20QUE%20REGULA%20LAS%20CONDICIONES%20PARA%20EL%20MEJORAMIENTO%20DE%20LA%20CALIDAD%20DEL%20SERVICIO%20DE%20TRANSPORTE%20P%26%20C%27%20P%26%20BLICO%20DE%20PASAJEROS%20DE%20BUSES%20URBANOS%20EN%20EL%20CANT%27%20N%20CUENCA>
- allqu.ec. (2020). *Allqu*. Recuperado el 23 de julio de 2021, de <https://allqu.ec/>
- American Airlines. (2021). *American Airlines*. Recuperado el 20 de junio de 2021, de Mascotas: <https://www.aa.com/i18n/travel-info/special-assistance/pets.jsp?locale=es>
- American Psychological Association. (2010). *Manual de publicaciones de la American Psychological Association*. (P. M. Association, Trad.) Mexico: El Manual Moderno: 3ra ed.
- Anipal.ec. (2019). *Anipal. ec*. Recuperado el 23 de julio de 2021, de <https://anipal.ec/>
- ARCA. (2020). *Fundación ARCA*. Recuperado el Julio de 2021, de <http://www.findglocal.com/EC/Cuenca/807413749346562/Fundacion-ARCA>
- ARCSA. (2019). *Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria*. Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/>



- Baustista, F. (2020). *Conoce San Diego, el destino más pet friendly del mundo*. Obtenido de El Souvenir: <https://elsouvenir.com/san-diego-destino-pet-friendly/>
- Bemypartner. (2017). Recuperado el 23 de Julio de 2021, de <https://bemypartner.es/>
- Booking.com. (2017). *Booking.com*. Recuperado el 23 de junio de 2021, de <https://www.booking.com/content/about.es.html>
- Cardoso, V. (2019). *Industria de Reuniones*. Recuperado el 23 de julio de 2021, de <https://industriadereuniones.com/author/vcardoso/>
- Castellanos, G. (17 de septiembre de 2018). *Los destinos 'pet friendly' para ir de vacaciones en familia*. Recuperado el 3 de febrero de 2021, de <https://www.elcomercio.com/narices-frias/destinospetfriendly-vacaciones-mascotas-familia.html>
- Chan, N. (2003). *Circuitos turísticos: Programación y cotización* (3ra ed.). (E. T. Banchik, Ed.) Buenos Aires, Argentina. doi:987-9473-51-5
- Chan, N. (2005). *El paquete turístico. Circuitos turísticos. Programación y Cotización*. Buenos Aires: Ediciones turísticas.
- Colunga, M., & Vega Diaz, B. (2019). *Repositorio Institucional*. Obtenido de Universidad San Ignacio de Loyola: <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/9701>
- Compañía Panameña de Aviación. (Junio de 2020). *Copa Airlines*. Recuperado el 20 de Junio de 2021, de Mascotas aceptadas en cabina: <https://www.copaair.com/es/web/pa/mascotas>
- Corporación Aeroportuaria Cuenca. (2015). *Aeropuerto de Cuenca*. Obtenido de <http://www.aeropuertocuenca.ec/>
- Cuenca biosegura y sostenible. (2020). *Cuenca biosegura y sostenible*. Obtenido de <https://www.cuencabioseguraysostenible.com/post/cuenca-recibi%C3%B3-gran-visita-de-turistas-durante-el-feriado-de-9-de-octubre>
- Delgado Pesantez, A. (2014). *Análisis de la situación actual de los extranjeros estadounidenses de la tercera edad residentes en la ciudad de Cuenca*.



- Cuenca: Universidad del Azuay. Obtenido de [http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/3971/1/10575\\_ESP.pdf](http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/3971/1/10575_ESP.pdf)
- Diario El Telegrafo. (2020). *El telegrafo*. Recuperado el 12 de marzo de 2021, de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/septimo/1/en-cuenca-las-mascotas-tienen-su-propio-taxi>
- Directorio 593. (s.f.). *Directorio de mascotas*. Obtenido de <https://www.directorio593.com/clasificados/hospedaje-para-mascotas,hospedaje-para-mascotas>
- División de Derechos Civiles. (12 de julio de 2011). *ADA.gov*. Recuperado el 20 de Junio de 2021, de Animal Service: [https://www.ada.gov/service\\_animals\\_2010.htm](https://www.ada.gov/service_animals_2010.htm)
- Durazno, W. (2009). Paquete turístico: “tras la huella de nuestra cultura precolombina en cuenca y en el parque Nacional Cajas”. *Universidad deñ Azuay*.
- El Telegrafo. (02 de Junio de 2019). *2019: Ecuador es el hogar de 105 jubilados foráneos*, pág. 1. Recuperado el 20 de Mayo de 2021, de [https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/ecuador-jubiladosextranjeros-cuenca#:~:text=2019%3A%20Ecuador%20es%20el%20hogar%20de%20105%20jubilados%20for%C3%A1neos,-En%20los%20%C3%BAltimos&text=La%20mayor%20C3%ADa%20de%20retirados%20reside,viven%20en%](https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/ecuador-jubiladosextranjeros-cuenca#:~:text=2019%3A%20Ecuador%20es%20el%20hogar%20de%20105%20jubilados%20for%C3%A1neos,-En%20los%20%C3%BAltimos&text=La%20mayor%20C3%ADa%20de%20retirados%20reside,viven%20en%20)
- Entorno Turístico. (4 de enero de 2021). *¿Qué es un paquete turístico y cómo se califica?* Recuperado el 7 de agosto de 2021, de <https://www.entornoturistico.com/paquete-turistico/>
- FAAN. (2019). *Fundación Familia Amor Animal*. Recuperado el 23 de julio de 2021, de <https://www.facebook.com/familiaamoranimal/>
- Fárez, N. (2015). *Cuenca Encanto que Enamora, Ruta turística urbana virtual 2015*. UNIVERSIDAD DE CUENCA.



Fundacion Municipal de Turismo para Cuenca. (2020). *Plan de Turismo para Cuenca* (Vol. Libro 2). Cuenca, Azuay. Recuperado el Junio de 2021, de <http://cuencaecuador.com.ec/sites/default/files/Libro%20%20revMAO%2010.08.2020.pdf>

Fundación Peluditos Cuenca. (2019). *Fundación Peluditos Cuenca*. Recuperado el 23 de julio de 2021, de [https://www.facebook.com/Pulgositos1/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/Pulgositos1/about/?ref=page_internal)

GAD Cuenca. (2020). *Ordenanza que regula la operación del sistema tranviario del cantón Cuenca*. Obtenido de <http://tranvia.cuenca.gob.ec/system/files/ORDENANZA%20QUE%20REGULA%20LA%20OPERACI%20N%20DEL%20SISTEMA%20TRANVIARIO%20DEL%20CANT%20N%20CUENCA.pdf>

Garrido, F. (2019, Mayo 15). *TRAVELGUAU, referente de confianza del turismo amigable con las mascotas*. La Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A.M.P (SEGITTUR), Turismo. Madrid: SEGITTUR Turismo e Innovacion . Recuperado el 01 de Julio de 2021, de <https://www.segittur.es/blog/emprendedores/travelguau-referente-de-confianza-del-turismo-amigable-con-las-mascotas/>

Gregory, L. (16 de octubre de 2019). *Se admiten mascotas frente a las que admiten mascotas: necesita saber la diferencia*. Obtenido de <https://www.apartmentguide.com/blog/pets-allowed-vs-pet-friendly-need-know-difference/>

Grupo de Investigación en Economía Regional GIER. (2016). Estudio de Demanda y Oferta Turística en la Ciudad de Cuenca. *Grupo de Investigación en Economía Regional GIER*.

Hernández, C. (16 de agosto de 2016). Paquete turístico. *Instituto Universitario de Tecnología Antonio José de Sucre*.

Hernandez, P. (2021). *Aloha!* Recuperado el 10 de Noviembre de 2021, de Agencia de Marketing Digital: <https://www.alohacreativos.com/blog/mejor-hora-para-publicar-en-redes-sociales>



- Hosteltur. (2014). *Hosteltur*. Obtenido de [https://www.hosteltur.com/173450\\_infografia-turismo-dog-friendly-espana.html](https://www.hosteltur.com/173450_infografia-turismo-dog-friendly-espana.html)
- Hotel Oro Verde Cuenca. (2017). Recuperado el 24 de 05 de 2021, de <https://www.oroverdecuenca.com/es/pet-policy.htm>
- Hung, K.-P., Chen, A., & Peng, N. (9 de octubre de 2013). Taking Dogs to Tourism Activities: Incorporating Attachment Into a Pet-Related Constraint-Negotiation Model. *Journal of Hospitality & Tourism Research*.
- Kirillova, K., Lee, S., & Lehto, X. (26 de enero de 2015). Willingness to Travel With Pets: A U.S. Consumer Perspective. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 16(1), 24-44.
- LATAM Airlines. (2020). *LATAM Airlines*. Recuperado el 20 de junio de 2021, de Mascotas en Cabina: [https://www.latam.com/es\\_pe/informacion-para-tu-viaje/servicio-de-transporte-de-mascotas/mascota-en-cabina/](https://www.latam.com/es_pe/informacion-para-tu-viaje/servicio-de-transporte-de-mascotas/mascota-en-cabina/)
- Law, W. (2018). Destinos que se admiten mascotas: Europa es un paraíso. *Revista de Turismo y Noticias*.
- Machado, J. (2019). *Normas que hay que cumplir en los lugares 'pet friendly'*. Recuperado el 3 de febrero de 2021, de Diario Primicias : <https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/naturaleza-mascotas-derechos-animales/>
- Marcas y Turismo. (2020). *Turismo y Tecnología*. Recuperado el 23 de julio de 2021, de <https://www.turismoytecnologia.com/>
- Ministerio de Salud Pública. (2017). *Ministerio de Salud Pública*. Obtenido de <https://www.salud.gob.ec/hospitales-de-cuenca-y-azogues-recipientes-acreditacion-internacional-de-calidad/>
- Ministerio de Turismo. (2011). Plan estratégico de desarrollo turístico del destino Cuenca y su área de influencia. *Fundación Municipal Turismo para Cuenca*.
- Ministerio de Turismo. (24 de Marzo de 2015). Recuperado el 15 de 06 de 2021, de <https://siete.turismo.gob.ec/reglamento/REGLAMENTO%20DE%20ALOJAMIENTO%20TURISTICO.pdf>



- Muñoz , P. (2019). *Cuenca con perro*. Obtenido de <https://www.pipperontour.com/misviajes/2019/3/9/cuenca>
- Nivelo , M. (2017). *Servicio al cliente en la corporación aeroportuaria de Cuenca - CORPAC*. UNIVERSIDAD DE CUENCA.
- Noray. (2018). *Pet Friendly: ¿Qué es y cómo puedo implementarlo en mi hotel?* Recuperado el 3 de febrero de 2021, de <https://www.noray.com/blog/pet-friendly-implementarlo-hotel/>
- OMT. (29 de Julio de 2020). *Organización mundial del Turismo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/news/el-impacto-de-la-covid-19-en-el-turismo-mundial-queda-patente-en-los-datos-de-la-omt-sobre-el-coste-de-la-paralisis>
- OPTUR. (2020). Boletín trimestral. Información relevante para el turismo en Ecuador. *Ministerio de Turismo*.
- Palate , J. (2019). Los paquetes turísticos nacionales ofertados por la agencia de viajes cistour y su aporte al desarrollo del turismo receptivo de la ciudad de Ambato en el año 2008. *Universidad Técnica de Ambato*.
- Peiró, R. (2020). Sello de calidad. *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/sello-de-calidad.html>
- Pet Travel Agency . (2018). *La historia de los viajes de mascotas*. Recuperado el 3 de febrero de 2021, de [https://www.pettravel.com/history\\_pet\\_travel.cfm](https://www.pettravel.com/history_pet_travel.cfm)
- Petlovers.ec. (2019). *Cédula para mascotas en Ecuador*. Recuperado el 23 de julio de 2021, de <https://petlovers.ec/cedulacion>
- PetyZoo. (Razas de Perros: toys o enanos, pequeños, medianos, grandes y gigantes2020). Recuperado el 1 de Julio de 2021, de [https://petyzoo.com/razas-de-perros/#Perros\\_medianos](https://petyzoo.com/razas-de-perros/#Perros_medianos)
- Pipper on tour. (5 de julio de 2018). *Pipper on tour*. Recuperado el 7 de Agosto de 2021, de <https://www.pipperontour.com/misviajes/2018/7/5/santiago-de-compostela>
- Purina. (2017). *Purina*. Recuperado el 23 de julio de 2021, de <https://www.purina.es/>



- PURINA. (2017). *PURINA*. (Confederación Española de Agencias de Viajes) Obtenido de <https://www.purina.es/juntos-mejor/viajar-juntos-mejor>
- RedCanina. (2020). *54 Alojamientos Que Admiten Perros En Cuenca*. Obtenido de <https://www.redcanina.es/alojamientos-que-admiten-perros-en-cuenca/>
- Riera, J. (2016). Propuesta de un plan de negocio para la creación de una operadora turística online en el Azuay. *Universidad de Cuenca*.
- Ruvalcaba , E. (2017). La influencia de un ambiente *Pet Friendly* en las personas de Guadalajara. *University of Guadalajara*.
- Selina. (05 de Mayo de 2021). <https://www.selina.com/es/ecuador/cuenca/>. Obtenido de Selina Cuenca: [https://www.selina.com/es/legal/?\\_ga=2.208480597.690166860.1620266872-1698126647.1605065428&\\_gac=1.61006814.1620266962.CjwKCAjwhMmEBhBwEiwAXwFoERXSO9oq\\_5gDKEjGzk8RIoQFDC13B4q4LpQQYPjX0q7fhIbUAeUYPhoCuKUQAvD\\_BwE#terms-of-use](https://www.selina.com/es/legal/?_ga=2.208480597.690166860.1620266872-1698126647.1605065428&_gac=1.61006814.1620266962.CjwKCAjwhMmEBhBwEiwAXwFoERXSO9oq_5gDKEjGzk8RIoQFDC13B4q4LpQQYPjX0q7fhIbUAeUYPhoCuKUQAvD_BwE#terms-of-use)
- Suru Happy Pet. (22 de noviembre de 2018). *Lugares Pet Friendly, tendencia que crece en Ecuador*. Recuperado el 3 de febrero de 2021, de <https://suru.pet/2018/05/24/lugares-pet-friendly-unanueva-tendencia/>
- Sweadenseguros. (2020). *Sweadenseguros*. Recuperado el 23 de Julio de 2021, de <https://sweadenseguros.com/productos/sweaden-pet/>
- Tavola Ecuador . (2020). *Tavola Ecuador*. Obtenido de <https://tavolaecuador.com/los-mejores-restaurantes-pet-friendly/>
- Trabber. (4 de abril de 2018). *Los 25 Destinos Más Dog Friendly Del Mundo*. Recuperado el 3 de febrero de 2021, de <https://blog.trabber.com/2018/04/destinos-mas-dog-friendly-del-mundo/>
- Traber. (2020). Obtenido de [www.trabber.com](http://www.trabber.com)
- Tranvia Cuenca. (2020). *Tranvia Cuenca*. Obtenido de <http://tranvia.cuenca.gob.ec/>
- TravelGuau. (2021). Guía Travel Guau. *Edita: TravelGuau, S.L.*
- Yuryeva, Y. (3 de junio de 2016). Los animales de compañía en el mundo de alojamiento. *Universidad de Lleida*.



Valencia, J. (2003). *Diccionario de terminos turisticos*. España.

Visiones del Turismo. (2017). Recuperado el 23 de julio de 2021, de <https://www.visionesdelturismo.es/>



## ANEXOS

Anexo 1: Diseño de trabajo de titulación.



**UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD  
CARRERA DE TURISMO**

**ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA EN CUENCA PARA EL  
DESARROLLO DE LA TENDENCIA *PET FRIENDLY*, AÑO 2020.**

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Ingeniería en  
Turismo**

**Arelys Molina P.  
Fabián Sánchez V.**

**CUENCA, DICIEMBRE 2020**



## PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

### 1. Descripción

El presente proyecto de investigación tiene como propósito la aplicación de conocimientos teóricos que permitirán analizar la oferta y demanda de servicios turísticos en la ciudad de Cuenca, ideales para acceder con mascotas, o dicho de otro modo “*pet friendly*”.

### 2. Título del proyecto de investigación

Análisis de la oferta y demanda turística en Cuenca para el desarrollo de la tendencia *pet friendly*, año 2020.

### 3. Nombre del estudiante / Correo electrónico

Arelys Janneth Molina Piguave	arelys_0211@hotmail.com
Fabián Oswaldo Sánchez Vélez	fabiansanvel@gmail.com

### 4. Resumen del diseño del proyecto de investigación.

Se propone analizar la oferta de manera cuantitativa-descriptivo con preguntas cerradas, dada una muestra no probabilística por conveniencia en establecimientos turísticos como hoteles y restaurantes. Además de indagación en operadoras de turismo sobre las solicitudes de los visitantes con mascotas, es decir, los paquetes turísticos que proponemos localmente con temática o facilidades *Pet Friendly* en la ciudad de Cuenca. De la misma manera se revisará la normativa legal del cabildo local referente a ordenanzas de tenencia, protección y cuidado de mascotas, siendo prioritario lo que se refiere a turismo como el uso de espacios públicos.

De forma paralela, se realizará un diagnóstico cualitativo de la demanda que tiene esta tendencia de turismo. Obteniendo así criterios de valoración para el



usuario y propietario de establecimientos turísticos, motivando a estos últimos a obtener una categoría “*pet friendly*”. Finalmente, se propondrá un paquete turístico donde se incluyan los servicios necesarios para realizar un viaje junto a una mascota.

## 5. Planteamiento del proyecto de investigación.

Este estilo, que ha tomado notabilidad durante los últimos años, permite que los propietarios de mascotas asistan con ellas a varios lugares turísticos. Cada vez es más alto el número de familias que tienen mascotas y muchos lo consideran parte de la familia, por lo que deciden llevarlos de vacaciones. Muchos establecimientos son nada más que “pet Allowed” impulsados por esta tendencia, para admitir que la familia completa disfrute de las vacaciones. Luego de la investigación se entenderá más claramente los beneficios para una empresa en ser *Pet Friendly* y sus características principales.

De acuerdo con Travel Guau citado por Hostelsur indica que “con semejantes cifras sobre la mesa, no es de extrañar que la oferta turística haya optado por satisfacer las necesidades de estos viajeros” (Hosteltur, 2014).

En Latinoamérica es tendencia entre los viajeros, por lo que, ciertos hoteles han adecuado su oferta, tales es el caso de Brasil, el cual el 24% de los hoteles son “*pet friendly*”, al igual que Uruguay, Colombia Perú, Argentina, Chile y México según lo descrito por (Trabber, 2020).

En Ecuador, las mascotas son bienvenidas en 193 locales de Quito, Guayaquil y Cuenca. Se trata de restaurantes, parques, centros comerciales y hoteles que forman parte de la tendencia ‘*pet friendly*’ o áreas amigables con las mascotas. La cifra es la suma de los registros que han realizado Quito Turismo, el Municipio de Guayaquil, Anipal (una app gratuita para teléfonos móviles) y el Observatorio de Derechos de los Animales Domésticos, en Cuenca. Por lo que, a raíz de estas actuaciones es que nace la necesidad de



que las distintas empresas pertenecientes al sector turístico ecuatoriano cuenten con las facilidades e instalaciones apropiadas para acoger a aquellos turistas cuencanos que disfrutan del turismo “*Pet Friendly*”. (La Hora, 2018)

Para Cuenca, se plantea una investigación que aporte información clara sobre los servicios turísticos que proponen facilidades para mascotas. Para ello se tendrá en cuenta principalmente hoteles, restaurantes y operadoras de turismo. En sincronía con el abordaje de la demanda, se conoce la influencia de los EXPATs en la cultura turística local, por lo que son referencia en este caso (Hayes, 2018). Por el mismo lado, se indaga con prestadores de servicios intermediarios como Booking.com, TripAdvisor, las principales aerolíneas que llegan a la ciudad que en sus sistemas de reserva contienen información importante y relacionada con los viajes de mascotas.

Empero, las facilidades turísticas de la oferta, que puedan ser creadas en base a una necesidad prevista no serían realidad sin una norma legal que lo respalde. Esto lleva a indagar en políticas, leyes, acuerdos, ordenanzas, entre otras herramientas del marco legal presente, que son de injerencia directa en la presente investigación. Casos como la señalización y uso de áreas verdes con orientaciones gráficas para usuarios con mascotas; así como entidades particulares de salud y cuidado animal.

## **6. Revisión bibliográfica**

Viajar con mascotas es cada vez más común, especialmente en ciertos países; son tantos los establecimientos hoteleros que incluyen en sus opciones de servicio la posibilidad de que los viajeros se hospeden con sus propias mascotas. El Informe 2017 de Trabber evaluó 50.000 hoteles en 30 países y reveló un crecimiento lento pero constante en la demanda de hoteles que aceptan mascotas por parte de los viajeros. El 7,4% de las búsquedas de



tarifas de hotel registradas en Traber en España y Latinoamérica durante este año buscaron las políticas de mascotas del hotel. (Traber, 2020)

Los viajeros están dispuestos a pagar dinero extra por los hoteles que admiten perros y gatos, según los expertos. En este sentido, Europa es un paraíso para los viajeros que buscan destinos de viaje y negocios que admiten mascotas. En Alemania, Francia, Italia y Austria más del 40% de los hoteles aceptan mascotas. El quinto lugar en este ranking de países con más establecimientos hoteleros que aceptan mascotas es Canadá (34%), según un análisis de ofertas realizado por el metabuscador de precios transparente de Traber en 50.000 hoteles de 30 países. (Traber, 2020)

En Brasil, la cifra de hoteles con hospedaje *pet friendly* es del 18%, en Uruguay del 16% y del 13% en México, principalmente para viajeros internos, ya que cruzar sus fronteras con mascotas suele implicar un papeleo gravoso. En Colombia y Argentina, al menos uno de cada diez alojamientos turísticos ofrece esta opción. Chile (7%) y Perú (5%) están al final de la lista. (Hosteltur, 2014)

## 7. Objetivos

### General

Analizar la oferta y demanda turística en Cuenca para el desarrollo de la tendencia *pet friendly* en el año 2020.

### Específicos

- Analizar con herramientas cuantitativas, de orden analítico y descriptivo la oferta y demanda turística en Cuenca con la característica *Pet Friendly*.
- Plantear criterios de referencia *Pet Friendly* a los establecimientos turísticos en Cuenca.
- Diseñar un paquete turístico que incluya servicios *Pet Friendly* para visitar la ciudad de Cuenca.



### **Transferencia de resultados**

Este trabajo de investigación, está dirigido a analizar la oferta y demanda de los establecimientos turísticos que ofrecen el servicio *Pet Friendly* en la ciudad de Cuenca. Se planteará criterios necesarios que deberán cumplir los establecimientos turísticos por medio de la creación de un sello “*Pet Friendly*” que ayudará a potenciar el desarrollo de esta tendencia en turismo. Posteriormente se elaborará un paquete turístico con los servicios que permitan disfrutar de los mismos con mascotas. Culminado dicho trabajo, una copia será entregada a la Universidad de Cuenca y reposará de manera pública en la biblioteca de la institución.

### **Impacto**

Este trabajo de investigación procura crear un impacto turístico en beneficio de personas que tiene intención de viajar con mascotas, además de la innovación de los servicios prestados por la oferta turística. Con la creación de un sello “*Pet Friendly*” aplicable a los establecimientos turísticos se pretende potenciar el desarrollo de esta tendencia de turismo. La propuesta de elaborar un paquete turístico, debe servir no solo para los amantes a las mascotas, sino también para quienes necesitan de las mismas por alguna necesidad especial como turismo de salud, y en base a lo mencionado, promover en los establecimientos turísticos su adaptación a las nuevas tendencias de viajes.

## **8. Técnicas de trabajo**

El presente proyecto de investigación es de tipo no experimental y tiene un enfoque cuantitativo para diagnosticar la oferta y demanda de servicios turísticos *Pet Friendly* en la ciudad de Cuenca. Se usarán encuestas y entrevistas para profundizar debido a la inexistencia de estadísticas y datos reales sobre servicios en intermediarios virtuales. Además, fue necesario el uso de la



investigación bibliográfica-documental, lo cual proporcionará el sustento necesario para la creación de un paquete turístico *Pet Friendly*

## 9. Bibliografía

- Serrano, A. & Villafuerte, E. (2018). Indicadores Turísticos: oferta y demanda de la ciudad patrimonial de Cuenca - Ecuador. *Revista Latinoamericana de Turismología*, 3 (1), 58-68. <https://doi.org/10.34019/2448-198X.2017.v3.10027>
- Hayes, M. (2018). The gringos of Cuenca: How retirement migrants perceive their impact on lower income communities. *Área*. 2018; 50: 467– 475. <https://doi.org/10.1111/area.12460>
- GAD Municipal del cantón Cuenca. (2016). *Ordenanza para el control y manejo de la fauna urbana y la protección de animales domésticos de compañía del cantón Cuenca*. Recuperado de <http://www.cuenca.gob.ec/?q=system/files/ORDENANZA%20PROTECCION%20ANIMALES%20DOMESTICOS%20DE%20COMPANIA%20CANTON%20CUENCA.pdf>
- American Psychological Association. (2010). *Manual de publicaciones de la American Psychological Association*. (P. M. Association, Trans.) Mexico: El Manual Moderno: 3ra ed.
- Chan, N. (2003). *Circuitos turísticos: Programación y cotización* (3ra ed.). (E. T. Banchik, Ed.) Buenos Aires, Argentina. doi:987-9473-51-5
- Colunga, M., & Vega Diaz, B. (2019). *Repositorio Institucional*. Universidad San Ignacio de Loyola. Recuperado de <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/9701>
- Hosteltur. (2014). *Hosteltur*. Recuperado de [https://www.hosteltur.com/173450\\_infografia-turismo-dog-friendly-espana.html](https://www.hosteltur.com/173450_infografia-turismo-dog-friendly-espana.html)
- PURINA. (2017). *PURINA*. (Confederación Española de Agencias de Viajes) Recuperado de <https://www.purina.es/juntos-mejor/viajar-juntos-mejor>
- Traber. (2020). Recuperado de [www.trabber.com](http://www.trabber.com)
- Valencia, J. (2003). *Diccionario de terminos turísticos*. España.
- Quito cuenta con 37 lugares Pet-Friendly. (14 de noviembre del 2018). *Diario La Hora*. Recuperado de <https://lahora.com.ec/quito/noticia/1102200696/quito-cuenta-con-37-lugares-pet-friendly>
- Ruvalcaba, E. (2017). *Influencia de un ambiente Pet Friendly en las personas de Guadalajara*. Universidad de Guadalajara. México. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/317170397\\_La\\_influencia\\_de\\_un\\_ambiente\\_Pet\\_Friendly\\_en\\_las\\_personas\\_de\\_Guadalajara](https://www.researchgate.net/publication/317170397_La_influencia_de_un_ambiente_Pet_Friendly_en_las_personas_de_Guadalajara)
- Alvarado, A. C. (2019, agosto). Lo 'Pet Friendly' es una experiencia. *LÍDERES*. Recuperado de <https://www.revistalideres.ec/lideres/pet-friendly-locales-cafeterias-mascotas.html>
- Yuryeva, A. (2016). *Los animales de compañía en el mundo del alojamiento*. (Tesis de tercer nivel). Recuperado de



- <https://repositori.udl.cat/bitstream/handle/10459.1/59658/yyuryeva.pdf?sequence=1&isAllowed=y#page=1&zoom=auto,-80,464>.
- Aedo, F. (2017). *Proyecto inmobiliario con características pet friendly. Parte II*. (Tesis de cuarto nivel). Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/149436/Aedo%20Carre%C3%B1o%20Francisco.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Risco, N. (2017). *Análisis de la oferta del sector hotelero para mascotas en la ciudad de Guayaquil para la creación de una campaña publicitaria*. (Tesis de tercer nivel). Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20680/1/Proyecto%20de%20Titulaci%C3%B3n%20-%20Nathali%20Risco.pdf>
- NORAY. (19 de enero del 2018). *Pet Friendly: ¿Qué es y cómo puedo implementarlo en mi hotel?* [Publicación de blog]. Recuperado de <https://www.noray.com/blog/pet-friendly-implementarlo-hotel/>
- Fabiani, M. A. (2016). *Nuevas tendencias en turismo: viajar con mascotas. Contexto y significado*. (Tesis de tercer nivel). Recuperado de <http://catalogo.econo.unlp.edu.ar/meran/getDocument.pl?id=1176>
- Díaz-Maroto, V. (31 de julio del 2020). Ruta por la Catalunya 'pet friendly'. *El Periódico*. Recuperado de <https://www.elperiodico.com/es/en-ruta-catalunya/20200731/ruta-por-la-catalunya-petfriendly-8058543>

**10. Talento humano.**

RECURSO	DEDICACIÓN	VALOR POR HORA	VALOR TOTAL
Director	4 horas / semana /6 meses	12,50	1.200,00
2 estudiantes	20 horas semana / 6 meses (por cada estudiante)	2,50	2.400,00
	<b>Total</b>		<b>3.600,00</b>

**11. Recursos materiales.**

SUMINISTROS DE OFICINA		
CANTIDAD	RUBRO	VALOR \$
2	Computadora laptop	800,00
1	Internet	180,00
1	Impresora	100,00
1	Paquetes Hojas A4	20,00
1	Otros	100,00
	<b>TOTAL</b>	<b>1200,00</b>

**12. Cronograma de actividades**

ACTIVIDADES	MESES					
	1	2	3	4	5	6
Recolección de información	X					
Reconocimiento de los establecimientos turísticos	X					
Identificación de la oferta	x					
Investigación de la demanda		X				



Encuestas			X			
Entrevistas			x			
Identificación de características de los servicios para establecer indicadores.				x		
Establecer indicadores.				x		
Planteamiento de políticas y procedimientos				x		
Selección de proveedores de servicios				x		
Prueba piloto de la aceptación del paquete turístico.					x	
Diseño del paquete turístico					x	
Prueba y promoción del paquete turístico.					x	x
Redacción del trabajo	X	X	X	X	X	X
Revisión del trabajo.	X	X	X	X	X	X
Revisión final						x

### 13. Presupuesto

CONCEPTO	APORTE DEL ESTUDIANTE	OTROS APORTES	VALOR TOTAL
<b>Talento Humano</b> Investigadores	1.200,00	2.400,00	3.600,00
<b>Gastos de Movilización</b> Transporte Subsistencias	20,00 12,00	40,00 00,00	60,00 12,00
<b>Gastos de la investigación</b> Insumos Material de escritorio Bibliografía Internet	40,00 50,00 500,00 180,00	00,00 50,00 00,00 90,00	40,00 100,00 500,00 270,00
<b>Equipos, laboratorios y maquinaria</b> Computador y accesorios	800,00	0,00	800,00



Impresora	120,00	0,00	120,00
Otros	200,00		200,00
TOTALES	3.122,00	2.580,00	5.702,00



## 14. Esquema

Índice

Resumen/Abstract

Agradecimientos

Dedicatoria

Introducción

### **Capítulo 1. Diagnóstico cuantitativo de oferta y demanda**

- 1.1 Contexto histórico de mascotas en turismo.
  - 1.1.1 Tendencias en el turismo con mascotas.
  - 1.1.2 Diferenciación entre Pet Allowed y *Pet Friendly*.
  - 1.1.3. Normativa legal de referencia en Cuenca.
- 1.2 Objetivo del Diagnóstico.
  - 1.2.1 Metodología y herramientas para el presente análisis cuantitativo.
- 1.3 Análisis de oferta turística en Cuenca.
  - 1.3.1 Hoteles, restaurantes, operadores de turismo.
  - 1.3.2 Servicios complementarios
- 1.4 Análisis de la demanda nacional e internacional hacia Cuenca.
  - 1.4.1 Servicios de aerolíneas y aeropuertos.
  - 1.4.2 Medios de información y comunicación con el potencial visitante.

### **Capítulo 2. Hacia una cultura inclusiva de las mascotas.**

- 2.1. Antecedentes del turismo y mascotas en Cuenca
  - 2.1.1 Interacción EXPATs residentes con nuestra ciudad.
  - 2.1.2 Instituciones involucradas y de servicios complementarios.
- 2.2 Influencia internacional en el ámbito turístico y mascotas.
  - 2.2.1 Organizaciones líderes en el tema.
  - 2.2.2 Aplicaciones móviles y páginas webs como influencia directa.
- 2.3 Sello *Pet Friendly*
  - 2.3.1 Antecedentes de creación y aplicación.
  - 2.3.2 Características y requerimientos.
  - 2.3.3 Empresas con sello *Pet Friendly* en Cuenca.
  - 2.3.4 Fundación de Turismo para Cuenca como ente veedor.
- 2.4 Percepción en la calidad del servicio.
  - 2.4.1 Evaluación durante y después de la utilización del servicio *pet friendly*.

### **Capítulo 3. Diseño de paquete turístico *Pet Friendly* en Cuenca.**

- 3.1 Objetivo del diseño de un paquete turístico *Pet Friendly*.
- 3.2 Selección de proveedores y atractivos.



- 3.3 Planificación de Itinerario.
- 3.4 Elaboración de costos y presupuesto.
- 3.5 Promoción y presentación del paquete turístico.
- 3.6 Control de calidad y seguimiento.

## Conclusiones

## Recomendaciones

## Bibliografía

## Anexos

### Anexo 2: Solicitud de catastro turístico vía correo electrónico.

#### SOLICITUD CATASTRO TURISTICO

Arelys Molina <arelys\_0211@hotmail.com>

Dom 2/5/2021 18:33

Para: catastros@turismo.gob.ec <catastros@turismo.gob.ec>

Buen día estimados MINTUR.

Soy Arelys Molina, egresada de la Universidad de Cuenca.

Escribo para solicitar el catastro turístico nacional de establecimientos de actividades turísticas, para el desarrollo de mi tesis, que tiene como tema:

**ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA EN CUENCA PARA EL DESARROLLO DE LA TENDENCIA *PET FRIENDLY*,  
AÑO 2021.**

Realmente espero su pronta respuesta.

Por la atención que le den a la presente, anticipo mis sinceros agradecimientos.

Saludos  
Arelys Molina  
CI: 0105663264



### Anexo 3: Respuesta a solicitud de catastro turístico.

#### RE: SOLICITUD CATASTRO TURISTICO

Catastros <catastros@turismo.gob.ec>

Lun 3/5/2021 10:40

Para: 'Arellys Molina' <arelys\_0211@hotmail.com>

1 archivos adjuntos (2 MB)

Consolidado Nacional 2021 publico 4.rar;

En atención a su requerimiento adjunto sírvase encontrar la información solicitada

#### Nota:

Con la finalidad de mejorar nuestros servicios, te invitamos a realizar esta breve Encuesta de Satisfacción del Servicio.

Tus respuestas serán tratadas de forma confidencial y serán utilizadas para mejorar los productos y servicios que te proporcionamos.

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfl\\_iT6fGsBAtoPVDe1QdixHOfo9J3-MgPfydloyTeOdxrZGw/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfl_iT6fGsBAtoPVDe1QdixHOfo9J3-MgPfydloyTeOdxrZGw/viewform)

Saludos cordiales,

## Catastro Turístico

#### DIRECCIÓN DE ACREDITACIÓN Y CONTROL

Av. Gran Colombia N11-165 y Gral. Pedro Briceño

(593) 023999333 Ext.1020

Código Postal: 170403 / Quito - Ecuador

[www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)

MINISTERIO DE TURISMO

Lenín





## Anexo 4: Solicitud de entrevista a gerente Hotel Oro Verde

**De:** Fabian Sanvel <[fabiansanvel@gmail.com](mailto:fabiansanvel@gmail.com)>

**Enviado:** jueves, 27 de mayo de 2021 10:19

**Para:** Ana María Delgado <[adelgado@hotelesoroverde.com](mailto:adelgado@hotelesoroverde.com)>

**Cc:** ANA LUCIA SERRANO LOPEZ <[ana.serrano@ucuenca.edu.ec](mailto:ana.serrano@ucuenca.edu.ec)>; [arelys\\_0211@hotmail.com](mailto:arelys_0211@hotmail.com)  
<[arelys\\_0211@hotmail.com](mailto:arelys_0211@hotmail.com)>

**Asunto:** Solicitar cita para entrevista - Tesis

Ana María Delgado

### **General Manager, Hotel Oro Verde, Cuenca.**

Reciba un cordial saludo,

Amablemente nos dirigimos a usted para solicitarle una entrevista, que tiene como fin académico el recabar información para la tesis de grado **ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA EN CUENCA PARA EL DESARROLLO DE LA TENDENCIA *PET FRIENDLY*, AÑO 2020.**

Proponemos cinco preguntas con las cuales estimamos 15 a 20 minutos máximo de su tiempo.

Nuestra tesis de grado está dirigida por la Mg. Ana Lucía Serrano, docente y decana de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca.

Agradecemos su amable atención y nos suscribimos.

Atentamente,

Arelys Molina Piguave.  
Fabián Sánchez Vélez.



Anexo 5: Respuesta a la solicitud de entrevista con gerente del Hotel Oro Verde

Estimado Fabián,

Espero que este email lo encuentre bien. Gracias por su deferencia hacia nosotros. Por favor podría ser entre hoy a lunes, quedo en espera de sus comentarios

## Ana María Delgado

Gerente General

adelgado@hotelesoroverde.com  
(593)0995100528  
(593)4090000 / ext:139  
www.oroverdecuenca.com





Anexo 6: Solicitud de estadísticas de mascotas en cabina transportadas por Copa Airlines desde/hacia Ecuador.

Cuenca, 20 de mayo de 2021.

Marisol Ruiz  
Gerente de Copa Airlines Ecuador  
Presente,

Por medio de la presente solicito a Usted, la facilitación de información del número de mascotas en cabina transportadas durante el último trimestre de los años 2019, 2020 y el primer trimestre del año 2021 en las rutas: Guayaquil – Panamá, Quito – Panamá, Panamá – Guayaquil, Panamá – Quito; la información prestada tendrá finalidad académica para la alimentación de una tesis de grado intitulada: "ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA EN CUENCA PARA EL DESARROLLO DE LA TENDENCIA PET FRIENDLY, AÑO 2020" de los estudiantes: Arelys Janneth Molina Piguave y Fabián Oswaldo Sánchez Vélez.

Por la favorable acogida y pronta respuesta, me suscribo a Usted.

**Atentamente**

**ANA LUCIA  
SERRANO  
LOPEZ**

Firmado digitalmente por  
ANA LUCIA SERRANO  
LOPEZ  
Fecha: 2021.05.20 12:13:25  
-05'00'

**PHD(c) Ana Lucía Serrano López**  
**Decana de la Facultad de Ciencias de LA Hospitalidad**  
**Universidad de Cuenca**

### Anexo 7: Entrega de los datos estadísticos de Copa Airlines.



### Anexo 8: Entrevista con Fundación Familia Amor Animal FAAN.



Anexo 9: Entrevista con gerente Hotel Oro Verde.



Anexo 10: Entrevista con gerente propietario de Productos Betoven Cía. Ltda., franquicia Perruqueria y Flying with Pets, Santiago Merchán.



Anexo 11: Encuesta realizada a viajeros *Pet Friendly*.

## Encuesta de turismo Pet Friendly

La siguiente encuesta esta dirigida para personas que tienen mascotas y viajan, o tienen la intención de viajar con mascotas.  
Gracias por su ayuda, la información será utilizada solo para fines académicos.

 arelys02111991@gmail.com (no compartidos)   
[Cambiar de cuenta](#)

**\*Obligatorio**

### Mascotas turisteando





Edad \*

Tu respuesta \_\_\_\_\_

Nivel de Educación \*

- Primaria
- Secundaria
- Tercer Nivel
- Cuarto Nivel

Ingresos Mensuales promedio \*

- De 450 a 850 dólares
- De 851 a 1250 dólares
- Más de 1250 dólares



Número de mascotas con las que viaja \*

- 1
- 2
- 3 o más mascotas

Medio de transporte utilizado \*

- Transporte terrestre publico
- Vehículo particular
- Aéreo
- Otro: \_\_\_\_\_

Tipo de viaje preferido con su mascota \*

- Local (Dentro de la ciudad o provincia)
- Nacional (Hacia otras provincias del Ecuador)
- Internacional



Tipo de turismo con mascotas \*

- Sol y Playa
- Arenas naturales ( Ej: El cajas, laguna de Busa, Quilotoa, zonas de camping, etc)
- Turismo cultural ( Ej: Plazas públicas, parques urbanos, city tour, etc)

Tiempo de viaje preferido con mascotas \*

- Full day ( Ida y vuelta el mismo día)
- Fin de semana (Dos días y una noche)
- Mas de 3 días y dos noches (Feriados, vacaciones)

Gasto promedio junto con la mascota \*

- 50 a 100 dólares
- 101 a 300 dólares
- Más de 300 dólares