**Los viajes con mascotas, una demanda en aumento**

Un 65 % de personas estaría interesada en viajar junto a su mascota

En muchos casos, el confinamiento producto de la pandemia despertó la necesidad de estrechar lazos, modificar actitudes y establecer prioridades. De acuerdo con la cadena de hoteles Hilton, una de las relaciones que se hizo más fuerte –y cuya influencia será creciente en las decisiones de viaje– ha sido la de las personas con sus mascotas.

De hecho, en su estudio *The 2022 traveler: emerging trends and the redefined traveler*, Hilton indica que, desde el comienzo de la pandemia, 23 millones de hogares en Estados Unidos adoptaron un animal de compañía y que un 65 % de ellos estaría interesado en viajar junto a sus mascotas.

Si bien es verdad que la preocupación por el cuidado y disfrute de las mascotas ha ido en claro aumento los últimos años, la razón más importante del por qué cada vez más mascotas participarían en los viajes descansa en el hecho de que las personas quieren retribuirles el apoyo brindado durante la pandemia.

Por ejemplo, en Reino Unido, el 80 % de encuestados por Hilton dice que la emergencia sanitaria habría sido mucho más difícil de no ser por la compañía de sus mascotas; así, entre ellos, un 25 % priorizará su felicidad mucho más que antes y un 60 % se propone demostrarles su agradecimiento llenándolas de recompensas.

El interés por viajar con mascotas es especialmente fuerte entre las generaciones más jóvenes; de esta manera, tenemos que 7 de cada 10 *centennials* entrevistados señalan que hay más probabilidades de que viajen si sus mascotas son bien recibidas por los prestadores de servicios turísticos.

**Qué esperan quienes viajan con mascotas**

Según Hilton, el filtro *pet-friendly* fue el tercero más usado en sus páginas de reserva alrededor del mundo en los últimos meses; aquello, sumado al aumento del 35 % en el gasto por mascota durante el 2020, señala un notorio interés de los viajeros por ofrecer nuevas experiencias a sus *mejores amigos*, algo que se vería acentuado en el 2022.

Para satisfacer con éxito la demanda, Hilton señala que la clave está en crear servicios realmente en favor de las mascotas y no solo “amigables” con ellas; es decir, ofrecerles espacios preparados de manera especial para su comodidad, alimentación y ejercicio.

Algunas de las medidas más importantes a implementar en alojamientos incluyen, por ejemplo, limpieza especial de la habitación, comida adecuada para cada tamaño o tipo de mascota, cuartos con salida al jardín o más apartados para asegurar el descanso del resto de huéspedes e, incluso, juguetes.

Con cada vez más personas deseosas por visitar destinos, es crucial que las empresas turísticas aprovechen toda ocasión que se les presente para mejorar la experiencia del viajero; así, con base en los últimos acontecimientos, parece ser que las travesías con mascotas ofrecen una oportunidad clara para atraer la demanda pospandemia.

Fuente: *The 2022 traveler: emerging trends and the redefined traveler* – Hilton (noviembre, 2021)