



ANÁLISIS DEL TURISMO CANINO DESARROLLADO POR EL SECTOR HOTELERO EN EL MUNICIPIO DE ALICANTE

GRADO EN TURISMO

Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Alicante

Departamento de Geografía Humana

Cursos Académico 2022 – 2023

Autora: Yanna Kristin Geylenberg

Tutor: Carlos Cortes Samper

Alicante, 7 de junio 2023

RESUMEN

El turismo *dog-friendly* es uno de los nichos de mercado que ha tenido un gran auge durante la última década, debido a la consideración de las mascotas como parte fundamental de la sociedad. Dada la importancia de este fenómeno, el objetivo de este trabajo es analizar la oferta turística en los alojamientos que presenta el municipio de Alicante (Comunidad Valenciana, España) para aquellos turistas que viajan con sus animales de compañía, concretamente para aquellos que practican el turismo canino. Por ello, esta investigación trata de verificar si el municipio en el que se centra dicho estudio puede hacer frente al turismo *dog-friendly*, y, por consiguiente, en caso de no ser así si presenta posibilidades de mejora. Por ello, se han realizado entrevistas y encuestas a los alojamientos y entidades turísticas vinculadas al sector *pet-friendly*. Finalmente, se han determinado diversas propuestas de mejora siguiendo una ética sostenible y responsable turísticamente.

PALABRAS CLAVE: turismo canino, *pet-friendly*, segmento de mercado, Alicante, alojamiento hotelero

ABSTRACT

Dog-friendly tourism is one of the niche markets that has experienced a large demand increase in the last decade, due to the consideration of pets as a fundamental part of society. Given the importance of this phenomenon, the aim of this study is to analyse the said type of tourism through the accommodation offer in Alicante (Valencian Community, Spain) that is available for the tourists who travel with their pets, specifically for those who practise dog-friendly tourism. Therefore, this research aims to verify whether the municipality in which the study is focused can cope with this market segment and, if not, whether there is room for improvement. Furthermore, interviews have been held with tourism entities and surveys have been sent to tourism accommodations, to obtain information about their conditions. Finally, various proposals have been identified, following a sustainable and responsible tourism ethic.

KEY WORKS: dog-friendly tourism, pet-friendly, market segment, Alicante, hotel accommodation

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA Y OBJETIVOS.....	3
3. METODOLOGÍA.....	5
4. DESARROLLO DEL CONTENIDO.....	8
4.1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL LUGAR.....	8
4.2. MARCO TEÓRICO.....	11
4.2.1. TURISMO <i>PET-FRIENDLY</i>.....	14
4.2.2. TURISMO CANINO.....	15
4.3. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICOS.....	19
4.4. RESULTADOS Y PROPUESTAS.....	21
4.4.1. RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN.....	21
4.4.2. PROPUESTAS DE MEJORA.....	37
5. CONCLUSIONES.....	41
6. BIBLIOGRAFÍA.....	43
7. ANEXOS.....	47
7.1. ENTREVISTAS.....	47
7.2. INVENTARIO.....	58

1. INTRODUCCIÓN

El turismo canino, que es una rama específica del turismo *pet-friendly*, se identifica como una forma de viajar con el can, debido al auge de popularidad que ha tomado dicho animal como mascota o animal doméstico durante los últimos años. Esto se debe a que cada vez más los dueños los consideran como parte de la familia y desean incluirlos en sus planes de viaje, es decir, se trata de planificar y realizar viajes en los que los perros son los protagonistas y son bienvenidos en los alojamientos y en otros servicios turísticos, permitiéndoles participar en actividades recreativas y de ocio junto a sus dueños.

Para la organización de dicho viaje, se han de tener en cuenta factores como el alojamiento, la posibilidad de encontrar parques y espacios naturales cerca del lugar de pernoctación, actividades que permitan la compañía de la mascota y la celebración de eventos específicos para canes, entre otros. Dichas condiciones especiales, que se presentan en muchos destinos, dan lugar a problemáticas a la hora de viajar con el perro. Es por ello, que se considera de gran importancia dar solución a la escasez de estos sitios y poder darle un valor añadido al destino, al igual que mejorar sus niveles de competitividad turística. Por tanto, el presente trabajo se focaliza en el análisis de la situación actual del turismo canino dentro del sector turístico hotelero en el municipio de Alicante (Comunidad Valenciana, España). Con el estudio se pretende valorar si dicho destino está adaptado y puede hacer frente al auge que se está produciendo hoy en día en relación con los viajes con perros.

A continuación, se comenta la estructura de la investigación planteada, para así explicar la importancia de cada apartado. En primer lugar, se expone la justificación académica y los objetivos del trabajo realizado. Es decir, se centra en el porqué de la elección de dicho tema, su relevancia tanto a nivel académico como turístico y la finalidad del estudio.

En segundo lugar, se comentará la metodología y las fuentes utilizadas para conseguir los datos necesarios y las referencias teóricas que han permitido un correcto estudio del tema analizado. En concreto, para dicha investigación se han usado dos tipos. Por un lado, el estudio cualitativo, que se lleva a cabo a través de las encuestas con preguntas abiertas a diversos hoteles de Alicante que se identifican cómo *pet-friendly* y que son el eje central de la investigación. Al igual que dos entrevistas a entidades que se centran en el mundo *pet/dog-friendly*. Estas se presentan a través de *Instagram*, con el usuario de @alicante_petfriendly y @benihergar, que pretenden dar visibilidad a los servicios aptos o no aptos para el mundo canino del destino.

Y, por otro lado, el método cuantitativo, que se centra en un inventario organizado, que permitirá la contabilización de los hoteles del municipio de Alicante, el conocimiento de sus características generales y la determinación de la conglomeración de ciertos establecimientos en áreas concretas.

En tercer lugar, se presenta el desarrollo del contenido, que se divide en diversos subapartados. Por una parte, la contextualización del destino (Alicante) donde se han especificado datos genéricos de este, para poder entender su localización, aspectos climáticos y demográficos, y las tendencias turísticas, entre otros. Del mismo modo, se han mencionado aspectos concretos, vinculados con el tema estudiado. Por otra parte, se ha realizado una revisión teórica del turismo global y del *pet-friendly*, como modalidad turística, entendiendo así su significado, la motivación de los turistas y las necesidades de cada destino para poder hacer frente al auge de los viajeros con mascotas. Asimismo, el punto final de dicho apartado se centra en el turismo canino, segmento de mercado tratado en este Trabajo de Fin de Grado. Mediante su realización se pretende dar respuesta a las cuestiones de la investigación, es decir, determinar si el municipio de Alicante puede hacer frente al turismo canino y si se puede considerar como un lugar apto para dicha sección turística. Es por ello por lo que se han estudiado y analizado diversos autores que tratan el tema del turismo *dog-friendly*, permitiendo, de este modo, observar cuáles son las necesidades de los turistas y sus perros y los requisitos que han de tener los destinos para mejorar su competitividad turística.

En cuarto lugar, en el apartado de análisis y diagnósticos, se menciona la metodología empleada, su estructura y, se explica la importancia de las técnicas mencionadas y como han ayudado al tema estudiado.

En quinto lugar, se presentan los resultados y las propuestas. Por un lado, se exponen los resultados obtenidos de la metodología empleada. Es decir, en dicho apartado se encuentra la información y los datos conseguidos a través de las encuestas, las entrevistas en profundidad y el inventario, y como se ha hecho uso de las diversas técnicas. En efecto, se ha realizado un inventario de los hoteles *pet-friendly* presentes en Alicante con el objetivo de analizarlos, obteniendo sus datos generales, y pudiendo determinar, a través de una contabilización, si el destino estudiado está preparado para hacer frente al sector turístico canino a nivel hotelero.

Por consiguiente, se han enviado encuestas a los 15 establecimientos encontrados en el municipio y centrados en dicho sector, para conocer las características y opiniones de los hoteles centrados en el segmento de mercado vinculado a las mascotas. En ambas técnicas, al estar en relación con los hoteles, cabe mencionar que en muchas ocasiones se hablará de *pet-friendly*, puesto que es como se identifican estos establecimientos y donde se incluye el turismo canino. Por añadidura, se han realizado entrevistas en profundidad a dos entidades que difunden información del turismo, tanto canino como *pet-friendly*, a través de la plataforma de *Instagram*, red social que hoy en día presenta una gran importancia desde el punto social. Por un lado, destaca la cuenta conocida como @alicante_petfriendly, donde Raquel Díaz Baeza y su perra Carmen, a través de dicha plataforma, han empezado una iniciativa para descubrir los lugares y servicios aptos para las mascotas, haciendo una valoración del servicio proporcionado, sea en establecimientos de restauración o en lugares naturales, permitiendo así su promoción y/o crítica. Por otro lado, la entrevista con el creador Rubén García Hernández, que mantiene la cuenta de @benihergar, con más visibilidad a nivel de seguidores y que tiene un abanico de temáticas más amplio, aparte de aquel centrado en el turismo *dog-friendly*. Ahora bien, se ha considerado importante incluir a dicho creador de contenido por su visibilidad, por sus experiencias a nivel hotelero con su perra Mía y por su conocimiento de Alicante.

Por ende, se analizan los datos extraídos del destino y, tras hacer un extenso estudio del caso, se ofrecen posibles mejoras y propuestas para el destino (Alicante), que pueden ayudar a su desarrollo en el sector del turismo canino, es decir, adaptar el lugar a las necesidades del turista que acude con su can y que requiere de actividades y/o alojamientos adaptados, para así potenciar la economía del lugar y conseguir los beneficios vinculados a dicho segmento de mercado.

En sexto y último lugar, se hará una breve conclusión de los datos extraídos, seguido por la bibliografía y los anexos correspondientes, entre ellos el inventario de todos los hoteles y la transcripción de las entrevistas en profundidad.

2. JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA Y OBJETIVOS

La justificación académica pretende acreditar la importancia de la realización del trabajo, para poder determinar su relevancia. Por ello, cabe mencionar que el turismo canino, es un segmento de mercado en auge, que ha ganado gran relevancia en los últimos años.

Es por ello, que ciertos destinos han empezado a dedicarse a dicha sección del turismo, adaptando el lugar a las necesidades que conlleva viajar con uno o varios perros. Ahora bien, al ser una tendencia relativamente nueva, ciertas ciudades, municipios o pueblos, entre otros, tienen sus reservas a la hora de adaptarse o centrarse en el turismo *dog-friendly*. Por ende, es de gran relevancia dar luz al segmento turístico estudiado, para poder despertar el interés tanto de los propietarios que tienen un perro como miembro de su familia, como en las personas que no tienen un can. Asimismo, es importante proporcionar información relevante de dicho tema y lo que puede suponer para motivar a los destinos, entre ellos el municipio de Alicante, de sus grandes posibilidades a nivel económico, social y turístico. Al igual que, la información proporcionada, puede ser provechosa y de utilidad para los propietarios de estos animales de compañía, dándoles datos y herramientas relevantes para una mejor planificación de su viaje.

Pasando a los objetivos, cabe mencionar que estos tienen la intención de definir la finalidad del Trabajo de Fin de Grado, es decir, lo que se pretende validar. Por una parte, se encuentra el objetivo principal, que es determinar si el municipio de Alicante puede hacer frente al turismo *dog-friendly* y si se puede considerar como un destino apto para dicho segmento de mercado. Esto se ha conseguido mediante la realización de encuestas, enviadas a través de la aplicación GoogleForms debido al límite de tiempo que presentan los alojamientos con el comienzo de la temporada alta en Alicante, y a través de la realización de dos entrevistas en profundidad, con la responsable de la cuenta de *Instagram* @alicante_petfriendly, una iniciativa que comenzó el 18.04.2022, con la finalidad de patrocinar y dar luz a los lugares aptos tanto para los residentes como para los turistas que viajan al lugar y poder dar información válida del destino. Y, en segundo lugar, al responsable de la cuenta @benihergar que, con su elevado número de seguidores ha podido viajar y experimentar la experiencia hotelera con su perra Mía, teniendo en cuenta que debido a su residencia en Alicante centro, no ha podido disfrutar de una estancia en alguno de los hoteles estudiados, pero sí que presenta un gran entendimiento del turismo canino, de los recursos presentes en el lugar y de las mejoras que se podrían llevar a cabo para poder considerar el municipio de Alicante como destino *dog-friendly*.

Por otra parte, los objetivos secundarios son dos. La identificación de las estrategias del lugar estudiado para adaptarse al turismo canino y la realización de un inventariado de los servicios de pernoctación que han apostado por el turismo *pet-friendly*, incluido en el, el turismo canino.

3. METODOLOGÍA

El siguiente apartado se centrará en la descripción de la metodología empleada para desarrollar la investigación propuesta en el presente estudio. Este se centra en el análisis del turismo *dog-friendly* en el municipio de Alicante y en concreto en los establecimientos hoteleros, para conocer su grado de adaptación a esta forma de viajar y hacer turismo. Además, se quiere determinar si dicho destino está adaptado para la llegada de turistas que acuden con sus perros, es decir, si los servicios son suficientes y los lugares adaptados a este segmento de mercado, son aptos y adecuados para su visita. Es por ello, que se ha decidido utilizar una metodología mixta (cualitativa y cuantitativa), para poder analizar los hoteles, pero también indagar en los servicios y lugares útiles para los canes.

Por un lado, se ha utilizado una metodología cualitativa, teniendo como propuesta inicial las entrevistas en profundidad, centradas en cinco alojamientos, cada una a un establecimiento reflejado por su número de estrellas, habiéndolos elegido mediante la valoración de booking.com, es decir, escogiendo aquellos con la numeración más elevada, para así poder fundamentar la elección de cada uno de ellos. Sin embargo, por falta de tiempo este método no pudo ser posible y, para poder garantizar la realización adecuada del Trabajo de Fin de Grado, se optó por realizar encuestas, que por sus respuestas abiertas permiten un grado de contestación subjetiva, es decir, permiten una explicación en detalle y, por lo tanto, se puede considerar como un método cualitativo. De tal forma, se buscó un contacto inicial con los alojamientos a través de una llamada telefónica, pidiendo a su vez un correo electrónico al cual enviar la explicación de dicho trabajo y su correspondiente enlace a la encuesta a realizar a través de GoogleForms. Mas allá, para poder reflejar los servicios y lugares de ocio de los que podrán disfrutar los visitantes y sus acompañantes y la preparación de Alicante para hacer frente a dicha tendencia turística, se han realizado dos entrevistas en profundidad. La primera a Raquel Diaz Baeza que creó una cuenta en *Instagram* denominada @alicante_petfriendly, para así poder promocionar Alicante como destino y enseñar aquellos lugares disponibles a los residentes y viajeros con perros. Y, la segunda, a Rubén García Hernández, con el usuario @benihergar, que tiene una cuenta de viajes en general, pero que realiza pequeñas escapadas con su perra Mia. Mediante esta metodología, se han podido obtener los datos subjetivos y dependientes de dos personas cercanas al tema estudiado y que presentan experiencias propias.

Por otro lado, en referencia a la metodología cuantitativa, se ha realizado un inventario, teniendo este como finalidad la contabilización de los alojamientos *pet-friendly* del municipio de Alicante presentes en la página web de booking.com, proporcionar datos genéricos, poder observar las regulaciones que tienen para los perros y observar la posible concentración de ellos en diversos lugares del municipio o término municipal.

En cuanto a la metodología cualitativa, se han empleado las encuestas, con respuestas abiertas, a una muestra. En este caso los alojamientos que aceptan mascotas en el municipio de Alicante, “también denominada audiencia, que debe consistir en una serie de datos de encuestados con las características demográficas requeridas, que puedan responder de forma relevante a las preguntas de su encuesta y proporcionar los mejores conocimientos” (Euroinnova Business School, 2021). Por consiguiente, la Real Academia Española las define como “conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa de grupos sociales, para averiguar estados de opinión o conocer otras cuestiones que les afectan” (RAE, 2022).

De este modo, esta metodología estará enfocada en respuestas abiertas. Como ejemplo de esta característica, destaca la idea desarrollada por lo que la Enciclopedia Concepto amplia dicha definición comentando que:

El encuestado puede responder a las preguntas con sus propias palabras, lo cual le otorga una mayor libertad de respuesta y le permite alcanzar una mayor profundidad en las mismas, como respondiendo al porque de lo dicho, o bien obtener respuestas novedosas y diferentes. (2021)

Por lo tanto, estas son menos personales que las entrevistas en profundidad, pero al mismo tiempo permiten una visión subjetiva del tema estudiado y respuestas elaboradas para poder analizar de forma adecuada las preguntas contestadas.

A continuación, se han utilizado las entrevistas en profundidad que tiene como finalidad conocer tanto los aspectos generales como subjetivos de las personas entrevistadas relacionadas con el tema analizado. Es por ello, por lo que se debe respetar la ética de la investigación a través de sus principios éticos, es decir, asegurar “el avance del conocimiento, la comprensión y mejora de la condición humana y el progreso de la sociedad” (CSIC, 2019).

Por lo tanto, la información que se pretende obtener a través de dichas entrevistas se verá enfocada principalmente para determinar si el municipio de Alicante es un destino *dog-friendly* e indagará en las áreas de mejora para la adaptación de los servicios turísticos que requiere el turismo canino. Por ello, y para resaltar la adecuación de esta metodología a la investigación desarrollada, cabe mencionar aquello que comenta Nahoum (1985, como se citó en Acevedo, et al., 2004):

Un intercambio verbal, que nos ayuda a reunir los datos durante un encuentro, de carácter privado y cordial, donde una persona se dirige a otra y cuenta su historia, da su versión de los hechos y responde a preguntas relacionadas con un problema específico. (p. 10)

Asimismo, indagando más en la definición, según otros autores, encontramos que la entrevista en profundidad consiste en:

Recopilar información sobre conocimientos, creencias, rituales, de una persona o sobre la vida de una sociedad, su cultura. Consiste en solicitar información sobre un tema determinado. Se caracteriza por una conversación personal, larga, no estructurada, en la que se persigue que el entrevistado exprese de forma libre sus opiniones, actitudes, o preferencias sobre el tema objeto de estudio. De esta manera se concibe como una interacción social entre dos personas en la que se va a generar una comunicación de significados; una va a explicar su visión del tema entrevistado y la otra va a tratar de comprender o interpretar esa explicación. (Varguillas y Ribot de Flores, 2007, p. 250)

Es decir, la entrevista en profundidad se centra en un contacto más personalizado y directo consiguiendo así una versión más personal del tema tratado.

Por otro lado, se encuentran los métodos cuantitativos que conllevan una enumeración de datos específicos en un determinado entorno. Esta metodología según los autores Hueso y Cascant (2012), se centra en técnicas estadísticas que permiten conocer diversos aspectos necesarios para la investigación que se pretende realizar, y que se basa sobre una población específica que se determina como un “conjunto de sujetos en el que queremos estudiar un fenómeno determinado” (Hueso y Cascant, 2012, p. 1). Por ello, en la presente investigación se llevará a cabo una recolección de datos numéricos para así contabilizar los alojamientos turísticos que aceptan mascotas, permitiendo así observar si el mismo municipio podría hacer frente al auge que se está produciendo en dicha tendencia turística.

Por ende, esta contabilización, se realizará a través de un inventario, que permitirá el recuento de aquellos establecimientos dedicados a la pernoctación, a través de los portales de booking.com y las páginas web de los propios hoteles.

Ambas técnicas tienen la misma finalidad, esto es, obtener datos que añadan valor al estudio del caso. Sin embargo, ambas tienen un proceso distinto, encontrando la cuantitativa, que se centra en datos numéricos que son proporcionados o se adquieren a través de diversas fuentes. En cuanto a la cualitativa, esta se centra en el análisis de información proporcionada en una conversación (entrevista en profundidad) o a través de encuestas, a un determinado grupo o muestra metodológica, con respuestas abiertas y elaboradas, que puede llevarse a cabo mediante diversos ámbitos, como puede ser personalmente, a nivel digital (*Meet, Zoom, GoogleForms*, etc.) o incluso, por llamada telefónica.

En definitiva, tras la introducción de los diversos conceptos, se puede observar que ambas técnicas serán útiles para la presente investigación. Por consiguiente, las entrevistas en profundidad permitirán conocer la opinión de los entrevistados, al igual que información general del turismo canino en el municipio de Alicante, las encuestas permitirán indagar en las características y opiniones de los hoteles y, la realización del inventario como método cuantitativo, ayudará a la contabilización de los alojamientos y su localización en el destino, al igual que la adquisición de datos generales de cada uno de los establecimientos hoteleros, para poder encontrar similitudes y/o diferencias entre ellos.

4. DESARROLLO DEL CONTENIDO

4.1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL LUGAR

Como se ha comentado anteriormente, el objeto de estudio de esta investigación son los hoteles identificados como *pet-friendly* en el municipio de Alicante, y por ello, a continuación, se presenta una contextualización general del destino turístico.

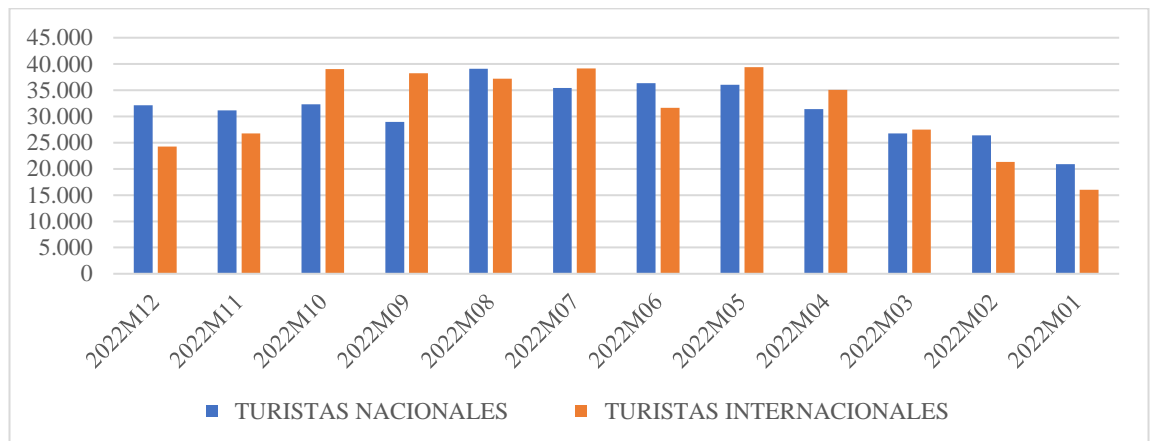
Alicante es la ciudad principal de la provincia de Alicante que se encuentra en la Comunidad Valenciana, junto a las provincias de Valencia y Castellón. En la actualidad, dicha provincia cuenta con 9 comarcas, *la Marina Alta, el Comtat, la Marina Baixa, l'Alcoià, l'Alacantí*, lugar en el que se centra dicha investigación, *l'Alt Vinalopó, el Vinalopó Mitjà, el Baix Vinalopó y el Baix Segura*, contando con un total de 141 municipios (Diputación Alicante, s.f.).

Centrándonos en el municipio de Alicante, en el año 2022 cuenta con un total de 338.577 mil habitantes (INE, 2022), predominando ligeramente el número de mujeres residentes respecto a los hombres, al constituir el 51,7% del total de la población, frente al 48,3% de hombres. Pasando a otros aspectos genéricos, encontramos que dicho municipio cuenta con un clima Mediterráneo, presentando una temperatura media de 18 °C durante todo el año y ofreciendo temporadas muy calurosas en los meses de verano, un invierno con temperaturas suaves y un clima seco con pocas precipitaciones, que se dan preferentemente en primavera y otoño (Provincia Alicante, 2014). Este factor, junto a otros, determina que el destino sea muy deseado por los turistas, tanto para pasar las vacaciones como para tener una segunda residencia, aquellos visitantes nacionales e internacionales.

En cuanto a otros recursos de Alicante, se puede destacar su gastronomía que es muy característica y única. Ofrece una gran diversidad de platos tradicionales, como la mojama de atún, las cocas, específicamente la *coca amb tonyina* (coca con atún), que es muy típica durante las hogueras de San Juan, y otros incluyendo todo tipo de arroces, como puede ser el arroz a banda, llevando este pescado, el arroz con costra, elaborándose esta con huevo batido y siendo su principal ingrediente los embutidos, y la olla alicantina, siendo una especie de potaje basada en el bacalao salado (Barceló Experiences, 2020).

Pasando a los datos numéricos acerca del número de personas que realizan turismo y las motivaciones que presentan los viajeros que escogen el destino de Alicante como su punto vacacional, cabe mencionar que en 2022 se registraron, según las cifras del Instituto Nacional de Estadística - INE 751.090 viajeros, tanto nacionales como internacionales en Alicante que tuvieron como principal motivación el ocio, recreo y las vacaciones. Asimismo, en los meses de verano, es decir lo que se considera la temporada alta de llegadas de turistas, tanto extranjeros como nacionales, se ha de mencionar que según el INE (2022) los meses de abril, mayo, julio, septiembre y octubre, son los meses en los que predominan los extranjeros, pero notándose que sobre todo en los meses de noviembre y diciembre hay un fuerte incremento en los turistas nacionales.

Gráfico 1. Evolución del número de turistas en Alicante durante el año 2022



Fuente: Elaboración propia en base a los datos del INE, 2022.

Durante la temporada veraniega del pasado año se ha observado una mayor tendencia hacia la incorporación del turismo nacional en Alicante, pudiendo esto tener relación con la situación que se generó en el año 2020 y que sigue hasta la actualidad, provocada por la COVID-19, aspecto tratado en el marco teórico.

Pasando a los recursos *dog-friendly* del destino, encontramos dos opciones. Por una parte, las playas para perros de Alicante, donde encontramos únicamente una oficial, la Playa de Agua Amarga en Alicante, que consta de 250 metros de recorrido y está disponible durante todo el año (Adiestramiento Canino Alicante, 2. Esta dispone de un quisco que en los meses de verano ofrece comida para los canes, presenta basuras para desechar las heces, sombrillas para proteger a los animales del sol y comederos/bebederos desechables en caso de no traer el propio. (Arnedo, 2020) Pasando a las calas, se encuentra aquella que se denomina Cala de la Palmera, localizada en San Juan, en la zona de Cabo de las Huertas donde se ubica el Hotel Boutique Calas de Alicante, que se considera *pet-friendly* y que se verá analizado posteriormente. Por otra parte, los parques para perros. Estos son importantes puesto que según el artículo 28. 1) de la Ley 5/1997, de 24 de abril, de protección de los animales de compañía se considera como infracción llevar a los perros en espacios públicos o privados de uso común sin correa como una infracción leve. Es por ello por lo que los parques destinados a los animales con zonas habilitadas para dejarlos sueltos se consideran de gran importancia para poder disfrutar con ellos de un tiempo en libertad. Por lo tanto, encontramos el Parque canino de la Tuna situado en el barrio de San Antón y el Parque de Sergio Melgares en San Juan, que tienen una gran zona para pasear con los perros atados, pero también ofrecen un lugar vallado apto para soltar a los perros, estos lugares reciben el nombre de pipi-can.

También, están aquellos parques pequeños vallados destinados para llevar a los canes sueltos únicamente, pudiendo hacer uso del Parque canino Camino del Faro situado cerca del Cabo de las Huertas y el Parque para perros San Gabriel (Sequeira, 2022).

A grandes rasgos, esto son los recursos disponibles para los canes en específico. Ahora bien, hay ciertos lugares de restauración que son *pet-friendly*, es decir, no se trata de estar sentado en la terraza, sino que se caracterizan por permitir a los animales de compañía dentro del mismo establecimiento. Asimismo, cuenta con varias guarderías caninas, como por ejemplo Mascotahogar, que es una casa de particulares que permiten tener en su casa un número limitado de perros. Ellos ofrecen diversos servicios como alojamiento con pernoctación como guardería de día, ofreciendo diferentes precios y pudiendo encontrar estos a través de *Instagram*, contactando con ellos para saber su lista de precios y servicios. Y, Go Dog Alicante, que ofrecen estos servicios de guardería en San Juan, Muchavista y el Campello, estando todos ellos en Alicante o cerca del municipio (Go Dog Alicante, s.f.). Además, hay diversos restaurantes, que se consideran *pet-friendly*, como por ejemplo Caracas Vip Alicante. Tómate algo y Barbacoa en la Playa (The fork, s.f.). Asimismo, se encuentran cafeterías como Mandala Café, Sip and Wonder Coffee House on Creperie El Molino de Paris, entre otros (Sr.perro, s.f.). Esto permite la posibilidad de disfrutar junto a tu mascota de un buen desayuno, una comida o cena durante las vacaciones.

En definitiva, Alicante es un municipio diverso centrado actualmente en el sol y playa, pero notándose una tendencia en hacia otras tipologías o segmentos de mercado turísticos, más sostenibles con el medio ambiente y difiriendo del concepto conocido como sol y playa.

4.2. MARCO TEÓRICO

En la actualidad el turismo se considera como un fenómeno social a escala global, en el que millones de turistas se desplazan desde su lugar de residencia habitual a los destinos turísticos, en relación sobre todo a su tiempo de ocio, pero también por otras causas. España, es un buen ejemplo para considerar uno de los principales destinos turísticos internacionales en cuanto al número de llegadas, en el que la costa mediterránea es uno de los destinos más importantes, ubicándose en dicho lugar la ciudad de Alicante.

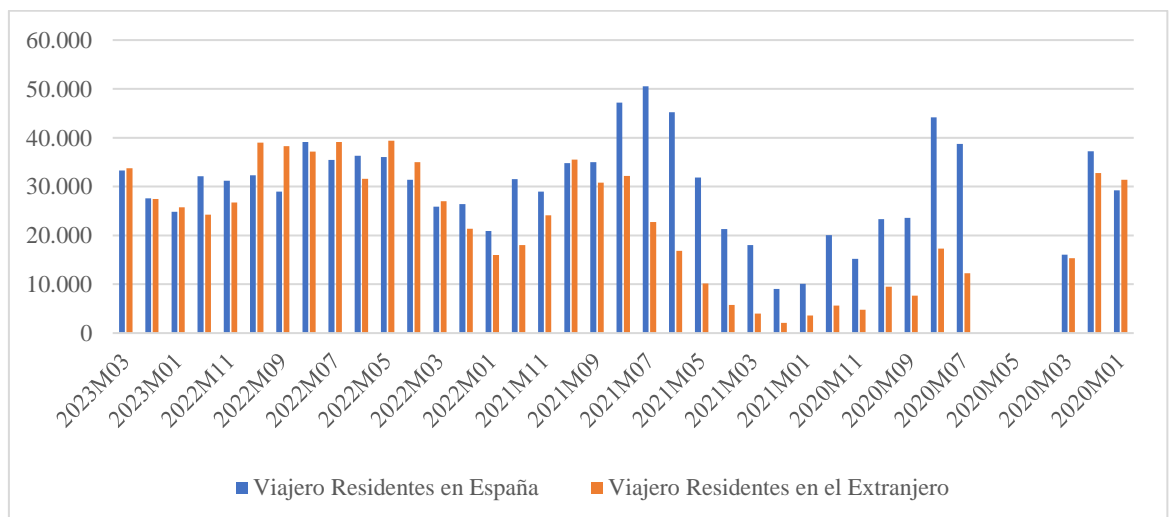
En referencia a esto, cabe mencionar que según la Real Academia Española (RAE) el turismo se considera como “actividad o hecho de viajar por placer” (2022). Ampliando dicha definición, para poder profundizar más en la definición del turismo, la Organización Mundial del Turismo, considera que:

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico. (OMT, s.f.)

Por lo tanto, se puede considerar el turismo una actividad de ocio, que se realiza normalmente por diversión, en un lugar diferente al de residencia del turista en cuestión y que tiene tres puntos fundamentales a tener en cuenta tanto para el viajero como el residente, considerando los aspectos sociales, culturales y económicos.

Ahora bien, los últimos años han sido impactantes para el turismo, esto es debido a la pandemia provocada por la COVID-19. Coyuntura que afectó mucho al sector turístico, debido a las restricciones de movilidad y que supuso muchos cambios respecto al número de visitantes y a la actividad del sector, con bajadas considerables del número de turistas a escala global, sobre todo en los años 2020 y 2021 (Delgado, 2021), recuperándose estos factores poco a poco en 2022, según el Instituto Nacional de Estadística (2023).

Gráfico 2. Evolución de llegada de viajeros a Alicante



Fuente: elaboración propia en base a los datos del INE, 2023.

Como se puede observar en la gráfica, en los meses de abril, mayo y junio del 2020, no se obtuvieron datos, esto es debido al cierre de fronteras que se provocó el 14 de marzo del 2020, comunicándose el estado de alarma. Estas medidas entran en vigor:

Cuando circunstancias extraordinarias hiciesen imposible el mantenimiento de la normalidad mediante los poderes ordinarios de las autoridades competentes, según establece la Ley Orgánica. 4/1981, de 1 de junio de Estados de Alarma, Excepción y Sitio, que establece las competencias y limitaciones correspondientes, aunque también son recogidos por la Constitución Española en su artículo 116. (Ministerio de Defensa, s.f.)

Más adelante, entre julio del 2020 hasta febrero del 2022, se determina que hubo un incremento en el turismo nacional, debido a las restricciones que impuestas durante dichos años. Sin embargo, a partir de entonces, se observa un nuevo aumento del turismo internacional, pero sin dejar de lado a aquellos viajeros residentes en España (INE, 2023).

En el contexto actual del sector turístico, se debe resaltar que actualmente existe una gran variedad de tipologías turísticas. No obstante, predominan dos grandes vertientes, por un lado, se presenta el turismo tradicional, que se conoce como aquel que conlleva grandes masas de turistas en un mismo destino turístico, dándose este fenómeno normalmente en los destinos de sol y playa o en los ámbitos urbanos más conocidos, apreciándose en este caso grandes impactos, tanto positivos como negativos (OMT, 2005, citado en Ivanova & Ibáñez, 2012). Por otro lado, destaca el turismo alternativo, concepto que hace referencia a los tipos de turismo basados en la realización de actividades concretas, que determina los nichos de mercado, con un público más concreto o menos frecuente, y que consta de la participación del turista en las actividades del lugar visitado, incluyendo prácticas sostenibles, sin alterar la imagen del lugar y respetando el patrimonio natural, cultural e histórico (OMT, 2005, citado en Ivanova & Ibáñez, 2012). Por otro lado, actualmente están surgiendo nuevas tipologías turísticas o tendencias que difieren cada vez más de las dos vertientes mencionadas anteriormente, siendo estas más específicas y reducidas (nichos de mercado), es decir, el turismo doméstico, el MICE, el turismo médico, el gastronómico, el de bienestar y *mindfulness*, el educativo o en el de naturaleza, entre otros, incluyendo este último el agroturismo, el ecoturismo y el de aventura (Ostelea, 2021).

4.2.1. TURISMO *PET-FRIENDLY*

Cabe destacar que el objeto de estudio del presente trabajo, es decir, el turismo canino, se engloba dentro del denominado *pet-friendly*, que hace referencia al viaje realizado con mascotas. Dicho término, facilitará el mejor entendimiento del sujeto en cuestión puesto que, hoy esta vertiente turística se presenta como una nueva tipología que está en auge ya que, los animales se consideran socialmente importantes para muchas personas e incluso como miembros de la familia. Esto es debido a que “la gente prefiere experimentar y descubrir cosas nuevas sin renunciar a lo que están acostumbrados (las mascotas)” (Yana Yuryeva, 2016, p. 4). Asimismo, haciendo referencia a los beneficios que traen consigo las mascotas en un hogar, cabe mencionar que, según *The European Pet Food Industry - FEDIAF* (s.f.), las mascotas aportan grandes beneficios, principalmente cariño, compañía y protección. En cambio, también ayudan a reducir la soledad, la depresión, el estrés y permiten mejorar la interacción social, la salud física general, como pueden ser los problemas cardiovasculares o las alergias, al igual que la salud mental (FEDIAF, s.f.). Por ello, se puede comprobar, que no solo permiten una mayor calidad de vida para una gran parte de la población, sino que también una vez instalados en casa son considerados como parte de la familia haciendo así necesaria su inclusión en el turismo, para poder disfrutar también de su compañía en las actividades de ocio.

El turismo *pet-friendly*, se considera un nicho de mercado. Este se define como:

Término que engloba una serie de tipos de turismo. Los productos y servicios del turismo de nicho sirven a un segmento especializado de la industria turística... Este crecimiento se debe a la forma en que hemos cambiado como consumidores. La gente se ha vuelto más sofisticada en sus deseos y necesidades. Sabemos lo que queremos y eso es lo que queremos. El modelo tradicional de turismo de paquetes de «talla única» ya no sirve. (Qualitas, 2022)

Estos nichos de mercado turísticos presentan diversas ventajas. Pueden ser en su mayoría más sostenibles con el medio ambiente, presentan interés por el lugar visitado y sus residentes, siendo más respetuosos hacia ellos. De hecho, estos turistas invierten un importe más elevado, puesto que apuestan por un turismo responsable, único para ellos y con menor concurrencia de turistas, beneficiando esto a la economía local, tanto económicamente como socialmente. Ahora bien, estos segmentos de mercado también presentan desventajas, es decir, son tendencias que pueden aparecer y desaparecer rápidamente por la pérdida de interés hacia dichos productos turísticos (Qualitas, 2022).

Asimismo, aun que el visitante invierta más recursos económicos en la planificación de su viaje, al ser un segmento dedicado a un menor grupo, estos beneficios económicos invertidos pueden ser escasos por el número reducido de turistas. Además, pueden incluirse tipologías turísticas que no son respetuosas a nivel medioambiental, conllevando grandes construcciones, como el sector de golf. Y, una problemática es que el dinero se centra en un único segmento, quitando los beneficios económicos alternativos (Qualitas, 2022).

En definitiva, los nichos de mercado han provocado la separación de los turistas del turismo de masas o, también conocido como sol y playa. Apostando cada vez más por un turismo sostenible y, adaptado a las necesidades de cada viajero. Esto puede mejorar la competitividad, definida por la Real Academia Española como “capacidad de competir” o “rivalidad para la consecución de un fin” (RAE, 2022). Es decir, según Crouch y Ritchie (1999, como se citó en Flores, 2010) “la competitividad de un destino turístico, es la capacidad de un destino para proporcionar un alto nivel de vida para los residentes del destino” (p. 3).

4.2.2. TURISMO CANINO

Ante todo, se considera imprescindible tratar de determinar si realmente esta tendencia turística en la actualidad se puede considerar como una tipología turística, o si es un segmento de mercado. El turismo canino es muy reciente, por lo que muchas personas desconocen dicho nicho de mercado o no consideran la posibilidad de viajar con su perro. Al mismo tiempo, muchos destinos turísticos no están adaptados o no han desarrollado una estrategia específica para captar a este segmento de demanda.

Es por ello, por lo que, según los autores del Diccionario de Turismo, Blanco et al. (2021), estos dos términos se pueden definir de la siguiente forma. Por una parte, la modalidad turística, “tipo o forma específica de turismo [...] es cada vez más frecuente referir-se a modalidades turísticas que responden a diferentes criterios de clasificación [...] Existen tantas tipologías turísticas como criterios utilizados para su clasificación” (2021, p. 194). Por lo tanto, encontramos aquellos por motivos personales, los centrados en colectivos específicos, como el LGTBIQ+, y aquellos referentes al territorio visitado, entre otros. (Blanco et al., 2021)

Por otra parte, el segmento de mercado que se define como “división de la demanda en colectivos caracterizados por un rasgo común que los distingue como consumidores de productos turísticos determinados” (Blanco et al., 2021, p. 270). Estos segmentos se dividen en dos grupos, aquellos que se clasifican por su carácter sociodemográfico y los que se relacionan a la motivación de este (Blanco et al., 2021) Es por ello que:

El proceso de la segmentación se va ramificando progresivamente, en paralelo con la evolución de la de la actividad turística, con un mayor número de subconjuntos de menor tamaño (por ejemplo, dentro del turismo de naturaleza, el nacimiento del turismo ornitológico). Ello se corresponde con la tendencia a la diferenciación de los productos que se impone en la actualidad en el sector. De esta forma, la creciente subdivisión en segmentos más especializados es un signo de mercados turísticos desarrollados, en los que están muy bien perfilados los rasgos y las motivaciones de los diferentes segmentos. (Blanco et al., 2021, p. 270)

Pasando al turismo canino, este presenta una forma de viajar en la que los perros son los protagonistas. Este segmento de mercado se ha vuelto cada vez más popular en los últimos años debido al aumento de los dueños de mascotas que buscan llevar a sus perros en sus viajes. En este marco teórico, se explorarán diferentes aspectos del turismo canino, incluyendo su definición, su importancia económica y social, sus beneficios y desafíos, hoy y las prácticas sostenibles asociadas con esta forma de turismo.

El turismo *dog-friendly* se refiere a la práctica de viajar con un perro o varios perros. Esto puede incluir alojamiento, transporte, actividades y servicios que son adaptados a las necesidades de los perros y sus dueños. Esta modalidad turística se puede practicar tanto de forma nacional como internacional y puede incluir una amplia gama de actividades, como caminatas, playa para perros, visitas a parques, restaurantes y hoteles que aceptan mascotas. Por consiguiente, en referencia al perfil del visitante, el autor Mora (2014) comenta que:

Los propietarios de perros optan por destinos de interior – rural o montaña – por delante de los destinos de playa. Esto se podría deber principalmente a dos grandes razones: los alojamientos de interior son más proclives a aceptar perros. Además, el campo y la montaña son entornos más amigables que los destinos costeros donde, además, pocas playas admiten el acceso de perros en las horas centrales del día. (2014)

Es decir, debido a las restricciones que muestran estos destinos de sol y playa, como puede ser el municipio de Alicante, los dueños de los perros prefieren optar por opciones más libres y adaptables.

Asimismo, según el autor Canalís (2014), que hace mención del turista que viaja con perro, ha determinado que:

Dentro de los nuevos perfiles de viajeros ocupa un lugar cada vez más importante el de los turistas que viajan con mascotas, o más bien, las mascotas que viajan con sus dueños, ya que es el animal de compañía el verdadero protagonista del viaje y el que condiciona el destino, el alojamiento elegido y el transporte. Basta decir que en España hay cerca de cinco millones de personas que tienen perro, y la mayoría realiza sus vacaciones con su mejor amigo. (2014)

Esto determina que el auge del turismo canino se puede apreciar en España, notándose la importancia de invertir en dicha tipología turística, para poder hacer frente a sus necesidades. Sin embargo, haciendo referencia al lugar estudiado y observando su situación, se puede observar que los servicios destinados a los canes son insuficientes. Como afirma Andrea Reinoso (2021) destaca la escasa dotación de áreas adaptadas para perros en Alicante puesto que, para dicho año solo se contabilizaron 15 zonas de paseo libres, encontrándose estas inadaptadas y en mal estado.

Pasando a los beneficios económicos y sociales, se observa que ambos pueden ser considerables. Por una parte, en términos económicos esta forma de viajar puede generar nuevos e importantes ingresos para las comunidades locales, puesto que conlleva la llegada de un nuevo turista con su can que presenta necesidades específicas. Esto incluye alojamiento para perros, servicios de transporte y alimentación especializada para perros. Además, el turismo canino también puede contribuir a la creación de empleo en áreas rurales y costeras, lo que a su vez puede impulsar la economía local. Sin embargo, algunas localidades o municipios no se encuentran preparados como menciona el autor del sitio web denominado [Dog Web](#) (2022):

El incremento del movimiento *dog-friendly* debe servir como una llamada de atención para aquellos lugares públicos y privados en los que no es fácil la convivencia de las mascotas; sólo un 5% de los inmuebles de España admite perros, según un portal especializado, pero estos números disminuye considerablemente si hablamos de hoteles, hostales o moteles, donde es un 3% tan sólo. (2022)

Esta carencia hace ver que los destinos no enfocados a dicho sector no están aprovechando la oportunidad de una mejor economía y mayores ganancias para el país, municipio o ciudad. Por otra parte, a nivel social el turismo canino puede ser una forma importante de fomentar la inclusión y la diversidad en la industria turística. Los dueños de mascotas a menudo enfrentan desafíos para viajar, especialmente si tienen perros grandes o de raza potencialmente peligrosa. Incluso algunas razas están prohibidas, como indica Mohorte (2016), que hace referencia a las razas prohibidas en ciertos destinos como Estados Unidos, Australia y Canadá. En cambio, en el caso de España “no prohíben, pero obligan a permisos y fuertes regulaciones para rottweilers, pit bulls o mastines varios” (Mohorte, 2016).

Pasando a los beneficios de este segmento de mercado, se observa que puede tener muchos de ellos, tanto para los perros como los humanos. Según el [Hotel Rural Ribera del Corneja](#) (2021), el turismo canino tiene diversas ventajas. En primer lugar, influirá en la felicidad del perro, puesto que el descubrimiento de nuevos lugares es uno de los factores más interesantes para los canes, esto en consecuencia te llevará a ti a disfrutar con tu mascota. En segundo lugar, viajar con el can y salir a pasear con él en un sitio nuevo, permitirá la introducción a gente nueva. De tal forma, se establecerán contactos con personas e, incluso se conocerán lugares fuera de aquellos transcurridos de turistas. En tercer lugar, gracias a la visibilidad del segmento de mercado enfocado al turismo canino, es posible encontrar más destinos y a su vez, alojamientos, que acepten al fiel compañero. Asimismo, a través de páginas webs o blogs, se podrán encontrar nuevas formas de viaje, es decir, en barco o en tren, entre otros (Hotel Rural Ribera del Corneja, 2021).

Además, mencionando algunos desafíos, según [Viajeros Perrunos](#) (2017), el turista con su perro se puede encontrar con que el viaje se presenta más complicado de lo anticipado, es decir, se presentan inconvenientes a lo largo de su realización. Es por ello, que uno debe ir anticipándose a los posibles inconvenientes que se presentan. Es decir, se ha de tener en cuenta la burocracia de cada lugar, siendo importante mantener a los papeles del can en orden. De hecho, en ciertas ocasiones se ha de enfrentar la pérdida de la visita a lugares de interés turístico por las restricciones implantadas hacia los animales de compañía. Además, el transporte público en muchos destinos prohíbe la entrada con animales, por lo que restringen la movilidad, al igual ocurre con los alojamientos que pueden permitir la entrada con animales o restringirla, por ello puede ser recomendable llevar una tienda de campaña, en caso de haber hecho algún fallo a la hora de la reserva. Por consiguiente, el viaje es más costoso, es decir, la duración es más elevada y la planificación anterior también.

Y, por último, se ha de tener en cuenta el bienestar del can, es decir, evitar el estrés, dar la posibilidad de ir a hacer sus necesidades y, proporcionarle la libertad necesaria (Viajeros Perrunos, 2017).

En definitiva, el turismo canino ofrece y crea muchas posibilidades para los destinos y requiere de una inversión económica para poder adaptarlo y hacerlo, *dog-friendly*. Ahora bien, a largo plazo, se presenta con grandes beneficios económicos para el destino, como sociales para el turista viajando con su can.

4.3. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICOS

En el siguiente apartado de análisis y diagnósticos, se explicará la estructura de la metodología empleada y el razonamiento por el cual se han utilizado las técnicas mencionadas.

En primer lugar, las encuestas. Estas se inician con una breve explicación y pidiendo el consentimiento para el uso de los datos para el presente estudio. A continuación, se piden los datos personales para poder identificar los alojamientos a la hora del análisis de las preguntas. Dicho esto, el encuestado se encuentra con 10 cuestiones con respuestas abiertas, que permiten una mayor elaboración y libertad al encuestado a la hora de responder, divididas en tres apartados.

Por una parte, aquella denominada “definición del turismo *dog-friendly*” que pretende averiguar qué es lo que entienden dichos establecimientos por este segmento de mercado. Por otro lado, la sección de “características del turismo canino en la empresa” centrada en diversas cuestiones como, por ejemplo, por qué el establecimiento decidió apostar por el sector *dog-friendly*, las adaptaciones o modificaciones llevadas a cabo, las normas para los huéspedes y los requisitos que deben tener los canes, entre otros. Finalmente, la “opinión personal” es decir, si para el alojamiento existe alguna diferencia entre *pet-friendly* y *dog-friendly*, si Alicante está preparada para hacer frente a dicha tendencia turística, si podría sugerir o haber mejoras en el destino estudiado y, si el turismo canino podría convertirse en un segmento de mercado importante en un futuro.

Se hace uso de este método, para poder recibir información detallada de aquellos alojamientos denominados como *pet-friendly*. Para poder determinar sus motivaciones, ideas, opiniones y estrategias para centrar-se en dicho segmento.

En segundo lugar, se han realizado dos entrevistas en profundidad para ayudar a determinar los servicios y actividades posibles en el municipio de Alicante o sus alrededores. Esta se ha realizado a dos personas en concreto que han creado sus iniciativas a través de *Instagram*. Por una parte, a la encargada de la cuenta de *Instagram* de @alicante_petfriendly, Raquel Diaz Baeza, persona que se ha implicado y ha creado una iniciativa para convertir a Alicante en un municipio *pet-friendly* y valorar aquello que tienen a su disposición en dicho segmento de mercado, es decir, aquel centrado en el turismo canino. Por otro lado, al encargado de la cuenta @benihergar, Rubén García Hernández, individuo con un rango de seguidores más elevado y centrado, entre otros, en el mismo tema del turismo *dog-friendly*, pero centrándose su cuenta en viajes de todo tipo, tanto en España como fuera de España. Dicha red social (*Instagram*), se ha convertido en una de las más importantes a nivel mundial, en especial para los jóvenes de hoy en día. Es por ello, que muchos se informan a través de esta plataforma para hacer una búsqueda de los diferentes recursos que tiene cada destino. Por añadidura, como menciona Joren Verboven (2019) en referencia a su audiencia y su funcionamiento “el alcance es más trazable y medible, y los costes son menores. Gracias a la información demográfica de sus audiencias, comienzan a impactar a un *target* mucho más específico.”

Es por ello, que se ha hecho uso de estas dos iniciativas. A través de dichas redes sociales, se puede llegar a un gran número de personas permitiendo, de una forma más cercana, dar información y explicar las necesidades o beneficios de cada lugar.

En tercer y último lugar, se habla del inventario realizado, encontrado en los anexos. Este tiene como finalidad la contabilización de los alojamientos *pet-friendly* que existen en Alicante y se basa en datos generales de los establecimientos como su nombre, localización, puntuación de booking.com y una pequeña descripción. Además, de aquellos alojamientos que realizaron las encuestas mencionadas anteriormente, se ha incluido las restricciones y obligaciones que presentan para los turistas y sus perros. Asimismo, al igual que permiten una contabilización, gracias a la inclusión de su dirección, ha sido posible observar la concentración de los hoteles *pet-friendly*.

4.4. RESULTADOS Y PROPUESTAS.

4.4.1. RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN

A. Encuesta

Pasando a hablar de los resultados de la encuesta, se recibieron 7 contestaciones de diversos hoteles con diferentes características. Primeramente, se inició una toma de contacto mediante una llamada, donde se informó de la realización del trabajo y, se pidió su participación. En aquellos casos afirmativos, se preguntó por un correo electrónico, al que se envió el enlace del GoogleForms y una breve explicación del trabajo a realizar. En cuanto al perfil de las personas que respondieron la encuesta, destaca la gran variedad de cargos profesionales que respondieron las preguntas, entre ellos, recepcionistas, director de comercial, gerente, subdirectora y adjunta de dirección.

A continuación, se analizarán cada una de las secciones, sus preguntas y respuestas, para poder determinar las motivaciones, estrategias y opiniones de los establecimientos que contestaron.

🚦 DATOS PERSONALES:

En la sección de datos personales, los establecimientos que participaron en la encuesta fueron diversos, dando todos ellos su consentimiento para el uso de los datos proporcionados. Entre los hoteles que participaron se encuentran aquellos categorizados de dos a cuatro estrellas:

Hotel B&B Alicante *** (Informante 1)

Hotel Boutique Calas de Alicante **** (Informante 2)

Hotel Almirante *** (Informante 3)

Casa Alberola Alicante Curio Collection by Hilton **** (Informante 4)

Wayteko Boutique Hotel ** (Informante 5)

Hotel Maya Alicante *** (Informante 6)

Hotel Campanile Alicante *** (Informante 7)

Para poder garantizar la anonimidad de la persona que proporcionó las respuestas, se les ha categorizado por el número de informante, pudiendo así hacer referencia a lo dicho sin nombrar a la persona o su cargo.

✚ DEFINICIÓN DEL TURISMO *DOG-FRIENDLY*

En dicha sección se infiere en la idea que tienen los encuestados sobre el concepto del turismo *dog-friendly*.

En su gran mayoría han relacionado el concepto con los desplazamientos de aquellas personas que deciden viajar con sus perros y, también, con los establecimientos que aceptan a dichas mascotas, es decir, que ponen ciertas facilidades/servicios a los clientes y sus mascotas y que permiten la posibilidad de compaginar el turismo con el perro. Una respuesta destacada es aquella del informante 4, mediante la cual comentó:

Por un lado, lo definiría como todo aquel amante de los animales que tiene mascota y que quiere viajar pudiéndose llevar a su gran amig@ al viaje. Cada vez más se es más consciencia de los animales domésticos y en la gran mayoría de los casos es un miembro más del núcleo familiar y por ese motivo, se busca que todos los miembros de la familia puedan viajar juntos.

Por otro lado, también podría definir el turismo canino todo aquel turismo que es impulsado por una actividad particular para realizar con su perro, como por ejemplo viajar a x destino para asistir a un concurso canino, alguna convención, etc.

Esta respuesta, trata de demostrar la diferencia de la percepción de dicho segmento de mercado. Es decir, que hay diversas formas de enfocar el concepto para poder entenderlo y definirlo.

✚ CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO CANINO EN LA EMPRESA

En este apartado se pidió a los encuestados la caracterización del turismo canino, para lo que se lanzaron diferentes preguntas:

- ¿Qué impulsó a su empresa a especializarse en el sector *dog-friendly*?

Mediante dicha cuestión, se pretende determinar si fue una oportunidad de mercado lo que impulsó a los establecimientos a centrarse en dicho segmento de mercado.

En el caso de los 7 hoteles que contestaron el cuestionario, se puede determinar que se establecen un crecimiento de la demanda como factor principal. Es por ello, que se pueden destacar tres respuestas. Por un lado, aquella proporcionada por el informante 4, donde comenta que:

El grupo Hilton se ha dado cuenta de que los clientes cada vez más buscan hoteles pet-friendly en los que poder alojarse y por esa razón propuso la opción a todos sus hoteles de optar por este servicio. Por nuestra parte, a nivel dirección somos todos unos amantes de los animales por lo que, desde la apertura del hotel, hemos querido alojar a las mascotas de nuestros clientes.

Por otro lado, aquella que comentó el informante 1, es decir “*en nuestra empresa creemos en un mundo pet-friendly y respetuoso con el medio ambiente*”. Y, aquella proporcionada por el informante 3 donde comenta que se centraron en dicho sector por “*el amor y respeto que tenemos en esta empresa al mejor y fiel amigo del hombre y el incremento de demanda de huéspedes que necesitan alojarse con su perro*”

A través de dichas respuestas, podemos determinar que las empresas se han enfocado al segmento de mercado del turismo canino por el amor y respeto hacia los animales, por la creciente demanda en dicho segmento y por la posibilidad de mantenerlo sostenible con el medio ambiente.

- ¿Para obtener el sello *pet-friendly* en su establecimiento, que adaptaciones o modificaciones han llevado a cabo?

En este caso, gran parte de los alojamientos no tienen el sello oficialmente, por lo que simplemente se consideran parte de dicho sector y permiten la estancia de los animales en las habitaciones. Eso sí, según el informante 2, han proporcionado un pasillo específico en el que permiten la estancia de mascotas. Además, el informante 4 del grupo Hilton, menciona que han invertido en algún servicio adicional como camas para perros, cuencos para agua y comida con una alfombrilla y bolsas higiénicas, entre otros. Asimismo, el informante 6 hace referencia a las adaptaciones de protocolos de higiene.

Esta caracterización puede llevar a la conclusión de que las adaptaciones o modificaciones para considerar un alojamiento *pet-friendly*, con mínimas. Ahora bien, cada uno puede optar por dar un valor añadido mediante la compra de accesorios para los compañeros de cuatro patas.

- ¿Qué normas de seguimiento deben de seguir los huéspedes que acuden con perros a su establecimiento? Ej.: recargos. Y, ¿Qué requisitos presenta su establecimiento a la hora de realizar una reserva con perro? Ej.: limitación peso/raza.

Con estas dos preguntas, se pretendía determinar las regulaciones que tiene cada hotel tanto para los huéspedes que acuden con su can, como para los perros dentro del hotel.

Por una parte, el visitante afronta un recargo por limpieza, pudiendo variar de 10€ (informante 7) a 30€ (informante 4). Igualmente, se hace referencia a la necesidad de llevar al perro atado, no poderlo dejar solo en la habitación o durante un tiempo limitado y de a la exclusión de poder entrar en las áreas de restauración. Este último dato, se encuentra excluido para los perros guía según el informante 7 y, además menciona que para “*los perros-guía no se cobra el citado suplemento*”. Por otra parte, haciendo referencia a los perros que se alojan en el hotel con sus dueños. Encontramos que algunos de los hoteles establecen limitación de peso, haciendo referencia a un máximo de 40kg (informante 1) y perros pequeños o medianos (informante 3). En cambio, el informante 4 menciona que

No tenemos limitación de peso o raza, pero dependiendo de la tipología de habitación que elija solemos recomendar el tamaño o el número de perros que traerá por tema de comodidad. Nuestras habitaciones básicas no son muy grandes y si vienen los clientes para 3-4 noches con dos perros de tamaño mediano, no tendrán mucho espacio libre en la habitación.

Haciendo una recomendación para la comodidad tanto del huésped como de los perros, enfocada únicamente al bienestar de ellos.

Por ello, vemos que, sí que se tienen factores a considerar a la hora de viajar con canes, siendo importante contactar con los hoteles antes de tiempo para informar de la compañía de un perro y su tamaño, permitiendo esto evitar sorpresas a la hora de la llegada al establecimiento.

- ¿Qué animales predominan en el hotel?

En esta última pregunta, se puede destacar que los animales que predominan son los perros, especificando el informante 2, de que en dicho establecimiento destacan aquellos de raza pequeña como, por ejemplo, los “*chihuahuas, bichón maltés, teckels, aunque a veces vemos razas grandes como labradores o american standfords*”.

Además, encontramos la mención de otros animales de compañía como “*gatos, loros, conejos y hasta hemos tenido clientes con un macaco y una iguana*” según el informante 7.

✚ OPINIÓN PERSONAL

En dicha sección se pretende conocer la opinión de cada uno de los informantes respecto a diversos temas tratados en relación al turismo *pet-friendly* y que complementan la información recogida en las entrevistas en profundidad, analizadas más adelante.

- Según su opinión, ¿considera que existe alguna diferencia entre turismo *pet-friendly* o el *dog-friendly*? (especificar si es necesario).

Con esta pregunta, se intentó determinar si había alguna diferencia entre ambos segmentos de mercado, teniendo en cuenta que el turismo canino está englobado dentro del *pet-friendly*.

La mayoría de los establecimientos hoteleros hicieron referencia a la diferencia entre cantidad de animales, es decir, uno centrado en los perros y los otros en todo tipo de animales, es decir, este último abre en abanico más de posibilidades (informante 3). Ahora bien, el informante 6 comentó que “*Sí, cada mascota requiere necesidades distintas*”. Esta última respuesta, es claramente la más destacada entre las obtenidas puesto que, los canes suelen ser aquellos animales que más cuidado requieren, puesto que hay que salir a pasear con ellos y no se pueden quedar solos en la habitación, entre otros.

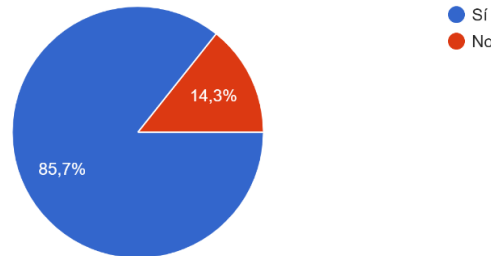
- ¿Qué opinión tiene respecto a Alicante? ¿Cree que está preparada para hacer frente a dicha tendencia turística?

Para analizar dicha pregunta de una forma más sencilla se ha generado un gráfico, pudiendo observar en este que el 85,7% de hoteles opina que Alicante sí que está preparada para recibir a dicho turista con su animal de compañía, y el 14,3% menciona que no. De este modo, se aprecia una clara homogeneización de las respuestas dadas por los establecimientos, en los que 6 confirman que sí y, tan solo uno de ellos piensa que no.

Gráfico 3. Valoración de la preparación de Alicante para recibir el turismo canino

¿Qué opinión tiene respecto a Alicante? ¿Cree que está preparada para hacer frente a dicha tendencia turística?

7 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

- En cuanto a las posibles mejoras, ¿Qué actuaciones o estrategias se podrían implementar para mejorar como destino *pet-friendly*?

A continuación, con la siguiente cuestión se indagó en las posibles actuaciones o estrategias para mejorar el segmento de mercado *dog-friendly*.

En su gran mayoría se habló de la necesidad de habilitar más playas y parques adaptados para los canes, permitiendo un disfrute tanto del dueño como del perro. Sin embargo, el informante 3 indagó más en la pregunta y tuvo la siguiente respuesta:

Si se refiere a la ciudad de Alicante y como destino turístico de playa, aportar más calas y playas que permitan perros y parques caninos y de entrenamiento sobre todo con amplios espacios. Más fuentes de agua y suministro de bolsas para excremento. "Parking" para perro fuera de los establecimientos para dejarlos debidamente atados y bajo sombra. El aumento de centros comerciales y comercios que permiten animales es una buena señal.

Pudiendo observar, que el abanico es más amplio en referencia a las mejoras y que hay pequeños gestos que se pueden mejorar y que aportan una gran ayuda para los propietarios y las mascotas. Asimismo, esta contestación se puede ampliar con aquello que dicen los informantes 6 y 7, es decir, adaptar las infraestructuras públicas y aumentar la oferta de ocio que se puede disfrutar con las mascotas.

Todo ello da a entender que se pueden adaptar diversas actividades en el municipio de Alicante, que no solo se centren en playas o parques. Ampliar el abanico para poder ofrecer una gama de actividades interesantes y sostenibles con el medio ambiente.

- ¿Considera que el turismo *pet-friendly* puede convertirse en un segmento de mercado importante en un futuro o incluso convertirse en una tipología turística?

Al ser un segmento de mercado en auge, se consideró importante realizar dicha pregunta, para poder saber la opinión de los responsables o trabajadores encuestados de los hoteles consultados respecto a la posibilidad de que se produzca este crecimiento.

Las respuestas son diversas. Por un lado, aquellas que, si piensan que podría convertirse en una tipología turística, puesto que hay cada vez más consciencia sobre el bienestar animal (informante 2) y un incremento en la demanda (informante 4). Para complementar dichas respuestas, el informante 7 menciona que:

Al ser cada vez más numerosa la cantidad de clientes que deciden viajar con sus mascotas, este tipo de turismo puede cobrar una mayor relevancia siempre que se acompañe de una mejora de las infraestructuras a nivel municipal y que las empresas dedicadas al ocio vacacional aumenten sus inversiones en esta materia

Mencionando de nuevo la necesidad de invertir en dicho segmento de mercado. Por otro lado, existen aquellos hoteles que piensan en las problemáticas que puede tener el incremento de dicho mercado, destacando aquello que dice el informante 5 “*todo es posible, pero hoy en día hay mucha gente alérgica y, por supuesto, esto frena a muchos*” y, haciendo mención del informante 6, que considera que se podría incluir como un “*segmento complementario*”.

Por ende, terminado el análisis de las respuestas del cuestionario, cabe mencionar las limitaciones que se han afrontado durante su realización. Para la inicial toma de contacto se llamó a cada uno de los alojamientos, pidiendo durante la llamada telefónica un correo electrónico de contacto para pedir la participación del departamento responsable, del director o gerente. Sin embargo, por falta de tiempo, algunos de ellos se vieron obligados a pedir a sus empleados, en este caso recepcionistas, a contestar el cuestionario. Es por ello, por lo que se encuentra una variedad de cargos que respondieron las preguntas; recepcionistas, director de comercial, gerente, subdirectora y adjunta de dirección.

De la misma forma, durante una de las llamadas, se afrontó la negación de un establecimiento hotelero a la participación en la encuesta e incluso, en él envió de dicho formulario, negándose en rotundo a cualquier tipo de información. Y, finalmente, fue el limitado número de respuestas que hubo, es decir, de 15 hoteles contestaron un total de 7.

B. ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

En referencia a la a realización de las entrevistas en profundidad, cabe mencionar que, se han centrado en dos iniciativas implantadas a través de *Instagram* y relacionadas con la temática *pet-friendly*. El uso de dicha plataforma se ha considerado importante puesto que, durante la última década ha ganado en popularidad, permitiendo conocer los diferentes destinos o nuevos segmentos de mercado, a través de publicaciones, en formato de foto o video, de una forma más cercana y personal. Asimismo, tienen una gran posibilidad de llegar a un público amplio, teniendo en cuenta que hoy en día es una plataforma que se usa a diario, sobre todo entre los jóvenes y, que permite promocionar diversas ideas y actividades de una forma más interactiva y focalizada en un público más concreto, como es aquel grupo de personas que practica el turismo *dog-friendly*.

Ambas personas a las que se les ha realizado la entrevista, denominadas Raquel Díaz Baeza, con la cuenta de @alicante_petfriendly y Rubén García Hernández, con el usuario de @benihergar, residen en el municipio de Alicante, tienen un perro como parte de su familia y les gusta realizar y disfrutar viajes con su animal de compañía, en su gran mayoría por la Provincia de Alicante o por Andalucía y Huesca.

Pasando a la realización de las entrevistas en profundidad y las respuestas proporcionadas por ambas partes, cabe mencionar que, al iniciar la conversación, lo primero que se hizo es explicar la temática del trabajo, pedir el consentimiento para la grabación de la conversación y el nombre y apellido del entrevistado/a. Posteriormente, se plantearon las preguntas generales acerca del turismo canino y, más adelante, de las preguntas específicas orientadas al turismo canino en el municipio de Alicante.

✚ PREGUNTAS GENERALES

Como se ha mencionado anteriormente, se pidió el nombre y apellido a los entrevistados, siendo estos identificados como Raquel (entrevistada 1) y Rubén (entrevistado 2) para el análisis de las entrevistas. Además, se solicitó el consentimiento para el uso de los datos obtenidos para la realización de este Trabajo de Fin de Grado.

Por una parte, se ha hecho referencia a la definición del turismo canino y a la opinión que tienen ambos de ella. Rubén lo describe como *“todo lo que me permita disfrutar con mi mascota sin ningún tipo de preocupación y con total libertad”* y Raquel, menciona que es un tema complicado, ampliando su respuesta al comentar su opinión, mencionando que es *“algo que tendría que empezar a formar parte del siglo en el que vivimos, más que nada cuando se supone que las leyes están yendo enfocadas a que los animales domésticos forman parte de nuestra familia”* y que según ella, opina que *“el turismo canino de calidad es algo utópico hoy en día”* es decir, hace referencia a ideales difíciles de conseguir. Más adelante, Rubén menciona que es un segmento de mercado que en España aún no está del todo desarrollado pero que se está empezando a extender. Ahora bien, comenta que en otras partes de España como Cataluña, Andalucía, Almería y Cabo de Gata esta más extendido, notándose esto en la calidad de playas y en la disposición o presencia de servicios y alojamientos.

Por otra parte, se preguntó por la diferencia entre *pet-friendly* y canino. En este caso, el entrevistado 2, hace mención de que ambos conceptos van unidos, ahora bien, las actividades para el segmento de mercado *dog-friendly*, son más específicas. Asimismo, ambos entrevistados coinciden con que sí que debería haber una diferencia puesto que, como menciona Raquel, el canino solo incluiría a los perros, que requieren de más actividades, y el *pet-friendly* a todos los animales.

La última pregunta de dicha sección indagó en el inicio de sus iniciativas y su motivación para crearlas. En este caso, Raquel recuerda el día con exactitud, el 18 de abril del 2022 puesto que creó @alicante_petfriendly debido al crecimiento de demanda en su cuenta privada de preguntas de amigos o conocidos que la seguían y querían visitar Alicante con sus perros. Por ello, tras ver el interés de sus seguidores en su cuenta personal, se puso a investigar si existía alguna centrada en el tema *pet-friendly* en Alicante, es decir, que ayudase a promocionar dicho sector, y, al no encontrar una iniciativa con dicha finalidad, decidió abrir la cuenta de @alicante_petfriendly para, *“llenar el vacío”* como comenta durante la entrevista.

Asimismo, no solo quería nombrar dichos lugares, servicios, actividades o alojamientos, también quería hacer una “*reseña de la calidad de estos servicios*” que lo consigue mediante el uso del emoji de los huesitos. Es decir, considera ciertas características importantes para cada lugar que visita, dependiendo de si es una zona natural o un espacio cerrado (hostelería), con las que evalúa los lugares del 1 al 4 usando, como puntuación, los huesitos. Pasando a Rubén, él ha mantenido su cuenta durante muchos años, adaptando su contenido a la demanda, sin embargo, fue a raíz de la pandemia:

Quando comencé a compartir este tipo de contenido, incluyendo a mi perra, y vi que, pues eso gustaba mucho más, tenía mucho más alcance en el tema de publicaciones y demás, y empecé a conseguir más seguidores, Y, vi que ahí, por ejemplo, pues tenía un público potencial, sobre todo aquí en la Provincia de Alicante, que le gustaba el contenido que incluyera a las mascotas, o sea, contenido pet-friendly.

Por ende, con dicha pregunta, se puede llegar a la conclusión de que ambos se centraron en la tendencia turística del turismo canino, por la creciente demanda que hay en el mercado, viéndose esto también reflejado en aquello que comenta el entrevistado 2, diciendo que recibe muchas preguntas, tanto en publicaciones como por privado, de sus seguidores, en referencia a los lugares a visitar.

🚩 PREGUNTAS ESPECÍFICAS DEL MUNICIPIO DE ALICANTE

En dicha sección, se hace referencia a las cuestiones específicas del municipio de Alicante, teniendo en cuenta el turismo canino en todo momento, pero pudiéndose hablar también de los propietarios que viven en el municipio y que tienen un perro en su familia.

En primer lugar, se pregunta si ambos entrevistados consideran que Alicante está preparada para recibir el segmento de mercado dedicado al turismo canino. Por un lado, Rubén comenta que cada vez está siendo más admisible, refiriéndose, además, a que Alicante es un destino muy fácil para acceder con una mascota, esto se debe a la realización de muchas de las actividades en el exterior y por la incorporación de terrazas debido al buen tiempo. Ahora bien, al indagar más en la cuestión en referencia a los parques y las playas comenta que ambos servicios son demasiado escasos.

Sobre todo, en el caso de las playas, ya que siendo Alicante un referente para el turismo de sol y playa, no considera que sea factible que solo haya una playa oficial denominada Aguas Amargas, cerca de Urbanova. De la misma forma, en referencia a los parques, menciona que los que hay en la actualidad no están en buen estado o son muy pequeños, pero opina que en las nuevas zonas construidas sí que están teniendo en cuenta dicho factor, pero en el centro de Alicante se presenta complicado, concluyendo esta reflexión comentando que *“No creo que esté preparada Alicante, ya te digo, le falta mucho recorrido”*. Por otro lado, Raquel contesta con un rotundo no, comentando que *“para que una ciudad pueda ser dog-friendly, sus desplazamientos y su red urbana tienen que serlo también”*. Asimismo, amplió esta cuestión haciendo referencia a la prohibición de perros en las zonas artísticas y comentando que la playa de perros no está en buen estado y, para terminar, mencionó que para ella la adaptabilidad lo es todo y que le falta calidad y cantidad de servicios en Alicante.

En segundo lugar, la pregunta realizada se centra en la visita de ellos dos a algún hotel *pet-friendly* del municipio de Alicante. Ahora bien, ambos entrevistados no han tenido ninguna experiencia en ese sentido, puesto que ambos residen en la localidad. Es por ello, por lo que Raquel comenta que se suele mover más por Huesca y Andalucía y que *“sí que es cierto que las casas rurales por lo visto se adaptan más”*, comparándolas con los hoteles. Asimismo, Rubén comenta que se mueve en su gran mayoría por la Provincia de Alicante, centrándose en los pueblos pequeños. Destacando la empresa de Singulas, que lleva varios hoteles boutique y que según el *“mezclar la comodidad de un hotel boutique, con que puedas ir con tu mascota, o sea poder disfrutar de ese lujo, de estar rodeado de naturaleza, de no privarte de nada e ir con tu perro, me parece increíble”*.

En tercer lugar, en referencia a los servicios, se preguntó cuáles de ellos podrían destacar positivamente. Raquel responde a esta pregunta de forma negativa, diciendo que le gustaría poder decir que sí, pero hoy en día no podría afirmarlo. Ahora bien, hace mención de la peatonalización de Alicante, por lo que opina que *“una ciudad donde haya más opciones peatonales también es más dog-friendly, que otra”*.

En cuarto lugar, las experiencias negativas. Esta pregunta se realizó, por el hecho de saber las problemáticas que pudiesen existir en el municipio, en referencia a las personas, tanto turistas como residentes, con perros que disfrutaran de aquellos servicios, actividades o libertades proporcionados a ellos y sus animales de compañía.

En este caso, ambos entrevistados han vivido malas experiencias, centradas sobre todo en las playas. Ahora bien, Rubén comenta que incluso en su barrio se implementa el uso de productos dañinos en las calles, para evitar que las mascotas hagan sus necesidades, pero sin tener en cuenta que estos productos pueden afectar a la salud de los perros, llegando a ser dañinos a su estómago o a las patas de ellos.

En quinto lugar, para poder identificar las iniciativas implantadas en Alicante en referencia al turismo canino, por parte de algún órgano presente, se quiso saber si conocían alguna que se hubiese llevado a cabo. En este caso, Raquel comenta que, por desconocimiento, no conoce ninguna por lo que no podría comentar al respecto. Ahora bien, según Rubén sí que conoce una iniciativa implantada por el Ayuntamiento teniendo que ver con la concienciación de los propietarios acerca de la limpieza mencionando que *“te ponen puestecitos por todo el centro de Alicante y te regalan lo que es la botella de agua para que limpies, que me parece super bien para concienciar a la gente, y te regalan bolsitas”*. Como se puede observar, hablando de las iniciativas, destaca una y es aquella mencionada anteriormente por el entrevistado 2 acerca de la limpieza. Ahora bien, como bien dicen ambos, a grandes rasgos no se han observado iniciativas implantadas para el turismo *dog-friendly* o, incluso, para los residentes en Alicante que viven con su mascota.

En sexto lugar, se indagó en las propuestas de mejora que podrían nombrar Raquel y Rubén para el municipio de Alicante. Por una parte, la entrevistada 1 compartió la necesidad de habilitar más zonas grandes para poder acudir con los perros sin que estén atados y teniendo libertad suficiente para socializar de forma adecuada, es decir, generar más espacio verde. Además, menciona la de realizar campañas de concienciación acerca de aceptar la presencia de canes en los autobuses o los tranvías, habilitando espacios reales y franjas horarias para aquellos dueños o turistas que necesitan hacer uso de estos medios de transporte con sus perros. También comenta la posibilidad de plantar más árboles cerca de las aceras para generar sombra y así prevenir que los animales se quemen las patas en verano. En el caso de Raquel, es importante destacar una respuesta que proporcionó durante la entrevista, es decir, *“que hubiese más adaptabilidad a todos los seres que forman parte de la sociedad”*, enfatizando la necesidad de construir los lugares con conciencia de los seres humanos (adultos y niños) y los animales, para así garantizar la seguridad de toda la sociedad.

Por otra parte, el entrevistado 2 hace referencia a las playas y a los parques, mencionando que personalmente se centraría:

En zonas verdes, zonas donde puedas ir con tu mascota y que la mascota esté segura y, que estén cuidadas. esas zonas. Y, luego en el tema de playas, más que nada porque se está defendiendo un turismo de sol y playa y yo creo que tendría un potencial importante.

Ambos entrevistados hacen referencia a las zonas verdes, dando a entender que Alicante, aunque sí tenga sus zonas adaptadas a estos seres, no tienen la calidad que un propietario o turista requiere a la hora de visitar Alicante. Además, al centrarse la mayoría los hoteles en el centro, esto puede llegar a ser un problema, puesto que los turistas, para poder disfrutar de zonas verdes aptas para sus perros, han de ir a las afueras del municipio. Suponiendo esto una problemática, puesto que como mencionado anteriormente el transporte público tampoco permite la entrada de los perros. Las propuestas mencionadas por Raquel y Rubén se consideran relevantes para el lugar estudiando puesto que, viviendo en Alicante y teniendo ambos animales de compañía, tienen un entendimiento amplio de aquello que necesita el municipio para poder considerarse *dog-friendly* y poder dirigirse a dicho segmento de mercado.

En séptimo y último lugar, nos dirigimos a la pregunta de los servicios de restauración destacados en el término municipal de Alicante. Raquel, que se mueve por las cafeterías, restaurantes y bares, destaca la existencia de diferentes negocios como Jevolé Café, comentando la disposición del lugar para hacer que ambos, propietarios y canes, se sientan cómodos y acogidos en el lugar, Mareando la Huerta que se encuentra cerca del mencionado anteriormente, la cafetería Mándala y Ovo que se localiza en San Juan, pudiendo este ser una buena opción para los turistas que se alojan en el Hotel Boutique Calas de Alicante. Asimismo, Rubén amplía esta respuesta, mencionando que todos aquellos servicios de nueva apertura suelen estar orientados a la recepción de mascotas con sus dueños.

En resumen, tras el análisis de las entrevistas y las respuestas proporcionadas por Raquel y Rubén, se puede considerar que Alicante aún tiene ciertas dificultades para dirigirse y considerarse como un destino *dog-friendly*. Ahora bien, tiene grandes posibilidades para poder mejorar sus instalaciones y servicios, haciendo estos que en un futuro se permita denominar destino adaptado para el turismo canino.

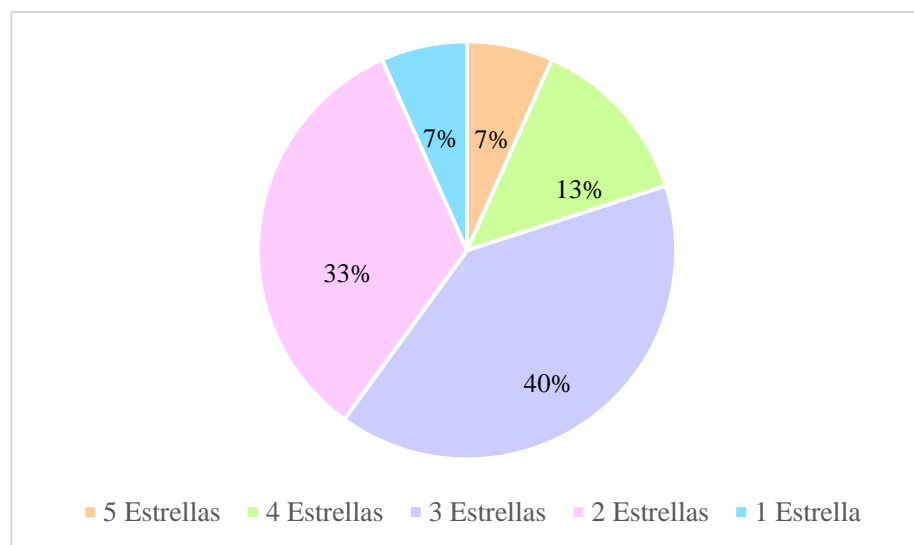
C. INVENTARIO

Como último apartado dentro de los resultados, se hace referencia al inventario, que se puede encontrar específico para cada hotel en los anexos y que presenta la siguiente estructura:

NOMBRE		
LOCALIZACIÓN		
VALORACIÓN BOOKING.COM		
DESCRIPCIÓN		
REGULACIONES PARA PERROS		

En primer lugar, se complementa con el nombre y el número de estrellas, pudiendo observar en el siguiente gráfico la predominancia de hoteles *pet-friendly* de tres y dos estrellas. Encontrando tan solo el Hotel Hospes Américo de cinco estrellas y el Ibis Alicante de una estrella, considerados como parte de dicho segmento de mercado.

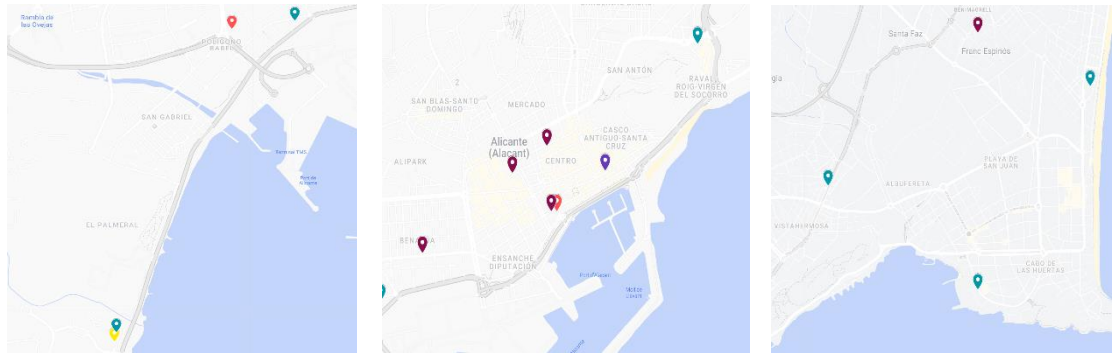
Gráfico 4. Clasificación de hoteles



Fuente: Elaboración propia.

En segundo lugar, se hace referencia a su localización. Dicho dato se completa para poder determinar si hay una predominancia de hoteles en algún lugar del municipio de Alicante. Es por ello, que, en los siguientes recortes del mapa de Alicante, encontrará la localización de cada uno de ellos:

Mapa 1. Localización de hoteles *pet-friendly* municipio de Alicante



Fuente: Elaboración propia.

Por lo tanto, encontramos una predominancia de hoteles en el centro de la ciudad de Alicante. Esto puede tener relación, con el hecho de que este lugar es aquel sitio que más turismo recibe, por lo que los segmentos de mercado y las tipologías turísticas que abarca dicho lugar son varias, es decir, turismo de sol y playa, urbano, MICE y, entre ellos el turismo canino.

En tercer lugar, la valoración de booking.com, esta se ha empleado puesto que, es la página web mediante la cual se ha realizado la búsqueda de hoteles *pet-friendly*. Asimismo, se ha considerado importante su utilización, para poder ordenar aquellos hoteles que tienen el mismo número de estrellas. De esta forma, encontramos la siguiente clasificación:

 5 estrellas

- Hospes Américo, 8.8.

 4 estrellas


- Casa Alberola Alicante, Curio Collection by Hilton, 8.9.
- NH Alicante, 8.4.

 3 estrellas

- Hotel Almirante, 8.5.
- Hotel Boutique Calas de Alicante, 8.5.
- Hotel Maya Alicante, 8.2.
- B&B Hotel Alicante, 7.7.
- Campanile Alicante, 7.6.
- Daniya Alicante, 7.5.

 2 estrellas

- Wayteko Boutique Hotel, 8.4.
- Estudiotel Alicante, 8.2.
- Hotel Cervantes, 7.9.
- Hotel Alamo, 7.3.
- Hotel Torre San Juan, 6.7.

 1 estrella

- Ibis Hotel Alicante, 7.8.

Como se puede observar, la disposición del inventario se centra en su categoría de estrellas. Sin embargo, como se ha mencionado anteriormente, en caso de haber un mayor número de hoteles de una misma categoría, como ejemplo en aquellos de tres estrellas, estos por consiguiente se ordenan por su valoración de booking.com,

En cuarto lugar, se presenta una pequeña descripción del hotel, donde se pueden encontrar datos generales del edificio, de su localización y algún dato importante a mencionar.

En quinto y último lugar, se encuentran las regulaciones para perros. En este caso, es digno de mención que, únicamente se ha incluido la información de las normas de seguimiento en aquellos alojamientos que han participado en las encuestas, para poder garantizar la validez de los datos proporcionados e incluidos en el inventario.

Por ello, en referencia a las normas del establecimiento encontramos una amplia variedad. De tal forma, se presenta la firma de la política de seguimiento de mascotas, recargos por perro que pueden variar entre 10€ y 30€, la prohibición de entrar en otros lugares del hotel, como puede ser el área de restauración, la obligación de llevarlos atados, restricciones de peso y tamaño, y la no permisión de dejarlos solo en las habitaciones o en caso contrario, solo durante un período de tiempo restringido.

En definitiva, el inventario tiene como objetivo la contabilización de los hoteles, es decir, cuantos hay en el municipio de Alicante, y a su vez pretende observar una posible concentración de ellos. Además, es una herramienta que permite una vista general de aquellos datos necesarios de cada alojamiento hotelero, dando una visión resumida de las características presentes.

4.4.2. PROPUESTAS DE MEJORA

Pasando al apartado de propuestas, ante todo, cabe mencionar que como se ha comentado anteriormente, el turismo canino se está volviendo cada vez más popular entre los dueños de perros, es decir, cada vez hay más concienciación a la hora de llevar a los perros de viaje a un lugar elegido.

Por ello, tras el análisis de los datos obtenidos, de las entrevistas, de las encuestas y del inventario, se ha dado a entender que Alicante, presenta recursos para poder abastecer en la actualidad a dicho segmento de mercado. Sin embargo, viendo que el turismo canino está cada vez más en auge y en perspectiva del futuro del mismo, es necesario hacer mención del mayor nivel de exigencia que están empezando a presentar dichos turistas, por lo que están empezando a requerir de actividades diversas y específicas, alojamientos de todo tipo y lugares de calidad para disfrutar con el can.

Debido a este incremento de demanda y, por la observación del aumento de necesidad de calidad, a continuación, se presentan diversas propuestas de mejora que podrán ayudar a Alicante a convertirse en un destino turístico enfocado y adaptado al turismo *dog-friendly*.

En primer lugar, la mejora de las áreas verdes y los denominados “pipi-can” que existen en la zona de Alicante. Esto se haría a través de la inclusión de papeleras específicas para deshacer las heces de los animales, presentar los lugares con fuentes o bebederos y la posible construcción de zonas de agilidad para poder disfrutar junto al perro.

Estos circuitos se pueden construir de una forma sostenible reusando materiales, como madera y metales, depositados en los ecoparques del municipio. Un buen ejemplo de esta creación de espacio es el circuito Agility canino de Huesca, que se ha edificado usando diferentes elementos y recursos reutilizados, como bolsas de plástico, tubos de riego y tapones, entre otros.

Imagen 1. Ejemplo de circuito de agilidad, Huesca.



Fuente: Equipamiento y servicios municipales, 2019.

La finalidad de estas mejoras es poder ofrecer zonas aptas y diversas para poder socializar, correr, aprender y jugar sin restricciones, problemas o miedos con los fieles compañeros de vida y, poder hacerlo de una forma sostenible con el medio ambiente y sin un coste económico elevado.

En segundo lugar, un aumento de restauración que acepta mascotas. Es cierto que, en Alicante se puede estar con el perro en las terrazas y también hay lugares en los que sí permiten la entrada de estos animales de compañía. Ahora bien, durante los meses de invierno, el acceso a bares o restaurantes es restringido puesto que, cuando hace mal tiempo no se puede hacer uso de dichas terrazas. Por ello, este servicio de admisión de mascotas, se podrían centrar en poseer ciertas mesas o áreas para aquellos turistas o visitantes que viajan con sus canes. Esto se puede conseguir mediante una campaña de concienciación dirigida a los servicios de restauración para enseñar las necesidades que requiere el establecimiento a la hora de poder adaptarse a este tipo de clientela y, saber de tal forma que requisitos necesita para centrarse en el sector *dog-friendly*.

En tercer lugar y siguiendo la línea de la restauración, una iniciativa experimentada personalmente por la investigadora fue la presencia de un menú para perros. Esta experiencia fue disfrutada en el restaurante Melitón de Altea, a 40 minutos de Alicante.

Imagen 2. Carta para perros en el restaurante Melitón, Altea.

Snacks	
• Filetes de pavo (Woolli)	1,50 €/unidad
• Filetes de pollo (Woolli)	1,50 €/unidad
• Objetivo (Gosbi) 150 gr	4,50 €
Latas y Patés Grain free	
• Lata de ternera (Rinti) 400 gr	4,70 €
• Lata de salmón (Gosbi) 185 gr	3,60 €
• Paté de pavo (Nature's Variety) 300gr	4,90 €
• Latas desigual pescado blanco 85gr	2,90 €
• Latas desigual Carne 85gr	2,90 €
Hamburguesas	
• Hamburguesa barf pollo	1,90 €/unidad
• Hamburguesa barf conejo	2,50 €/unidad
Para entretenerse	
• Nervio Buey	2,80 €
Postres	
• Helado	3,90 €

Fuente: Elaboración propia.

Este menú incluyó premios (snacks) como los filetes de pollo, latas o patés de comida de buena calidad, hamburguesas BARF, comida centrada en ingredientes crudos, un masticable para entretenerse y un postre que consiste en la elaboración de un helado apto para perros. Dicha iniciativa, tiene un efecto positivo destacado, tanto en los dueños como en las mascotas, puesto que da una sensación de bienvenida y de poderse sentir cómodos en el lugar visitado. Es por ello, que se propone incluir esto, ante todo en los restaurantes que se encuentran en los alojamientos *pet-friendly*, pudiendo así atraer a los mismos clientes que se hospedan al hotel e invertir en su misma restauración.

En cuarto lugar, actividades y eventos para perros en determinadas épocas del año, en las cuales hay una menor llegada de turistas. Es decir, organizar actividades y eventos para perros como carreras, competencias de agilidad, exhibiciones, cursos de adiestramiento, para el aprendizaje de propietarios y canes, y rutas por la naturaleza o incluso por el centro de la ciudad, entre otros. Esto se puede plantear a través de la Oficina de Turismo de Alicante, organizando viajes específicos para el disfrute de los propietarios y sus canes.

Pudiendo concentrar dicho segmento de mercado, como mencionado anteriormente, en aquellos meses donde hay menos actividad turística, permitiendo esto una llegada de viajeros centrada en la sostenibilidad.

En quinto lugar, en referencia a los alojamientos, muchos de ellos entregan una hoja con las normas y restricciones que se tiene al alojarse con el can en el establecimiento, aspecto que puede definir cada alojamiento. Ahora bien, para que el viajero pueda disfrutar de días o horas sin su can, se pueden incluir guarderías caninas que cuiden del perro durante un par de horas o incluso una o dos noches, permitiendo así al turista durante su estancia un poco de libertad y, al mismo tiempo el goce de actividades con su animal de compañía. Asimismo, como ayuda al turista se pueden incluir veterinarios recomendados o incluso propuestas de actividades en la zona. Al mismo tiempo, esto se podría complementar con un mapa para perros, incluyendo las áreas verdes disponibles, los restaurantes o bares que aceptan mascotas y las tiendas de animales, para facilitar de esta forma la organización de sus días en el destino.

En sexto lugar, una propuesta de mejora se dedica a la limpieza y mejora de las zonas en las que pueden acudir los perros con sus amos. Es decir, se puede generar una colaboración entre iniciativas como @alicante_pet-friendly o @benihergar y el Ayuntamiento o la Oficina de Turismo, para promocionar días de limpieza de playa centrados en los perros, donde las personas que tienen perros que viven en Alicante y turistas que acuden con sus canes, puedan participar. Permitiendo así crear vínculos más estrechos entre turista y residente, mediante la contribución a un mejor disfrute en playas limpias.

En resumen, las propuestas de mejora son diversas y pueden ser generales o específicas. Ahora bien, el municipio de Alicante necesita generar adaptaciones para este tipo de turismo, porque puede llegar a ser un segmento de mercado que forma parte del municipio de Alicante y que permite una nueva inversión en la economía y que puede ayudar a quitar carga de los meses de verano, pudiendo así centrarse en una llegada de viajeros más sostenible y menos exagerada.

5. CONCLUSIONES

Tras el estudio de la literatura, la realización de las entrevistas, encuestas y el inventario, se puede definir el turismo canino como aquel viaje con perros a un destino especializado en actividades y servicios para dichos animales.

Por consiguiente, el turismo *dog-friendly*, ramificado dentro de la modalidad turística *pet-friendly*, se puede considerar como un segmento de mercado puesto que, presenta una mayor diferenciación y especialización de productos y servicios. Además, el segmento en sí tiene rasgos y motivaciones definidas, que llevan al turista a identificar aquellas regiones turísticas desarrolladas y que le permiten disfrutar libremente de su perro con las comodidades que esta presenta.

Pasando al objetivo principal de dicho estudio, es decir, determinar si el municipio de Alicante puede hacer frente al turismo *dog-friendly* y si se puede considerar como un destino apto para dicho segmento de mercado, se observa que la respuesta es compleja. Esto se aclara mediante las encuestas, donde los establecimientos hoteleros comentan que Alicante sí está preparada para recibir este segmento de mercado, pero lo contradicen mencionando que es necesario un mayor número de playas y parques para perros. Asimismo, a través de las entrevistas, se hace notar dicha complejidad puesto que, se mencionan los aspectos positivos y negativos del destino estudiado y de las carencias que presenta para poderse considerar como un destino *dog-friendly*. Razón por la cual, en la actualidad, se puede considerar que Alicante puede recibir un pequeño grupo de turistas con canes puesto que, tiene una playa oficial y parques y, en diversos servicios de restauración y alojamientos se pueden alojar los viajeros con sus animales de compañía. Ahora bien, para que pueda convertirse en un destino *dog-friendly*, es decir, estar especializado a dicho segmento de mercado, debe cumplir una serie de requisitos. Estos ítems serían, sobre todo, la posibilidad de ofrecer actividades expresas para estos seres vivos; la consolidación y adaptación de una red urbana apta para poder moverse con ellos sin problemáticas; el disponer de suficientes playas para perros, para así poder llevarlos sueltos, al igual que parques aptos para ellos, es decir, de un tamaño adecuado y limpios, para poder garantizar una experiencia positiva; y, por último, ofrecer suficientes servicios de restauración que permitan la presencia de perros, sobre todo en los meses de lluvia y frío en los que las terrazas no están disponibles o se usan en menor medida; entre otros requisitos.

En definitiva, el municipio de Alicante presenta recursos para poder dirigirse al segmento de mercado turístico canino de una forma adecuada y especializada, pero no está preparada para hacer frente al auge de dicha tendencia debido a la falta de servicios. Por ello se han incluido las propuestas de mejora, con la finalidad de aportar ideas que son sostenibles para el medio ambiente, beneficiosas para Alicante y que permitan desestacionalizar el turismo de los meses de verano.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Acevedo, A.B., y López M, F. (2004). *El Proceso de la entrevista*. Limusa.
https://books.google.com.co/books?id=V-Wi4_aHmKAC&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false
- Arnedo, V. (2017, marzo 3). Playa para Perros en Agua Amarga Alicante. *RedCanina.es*.
<https://www.redcanina.es/playa-para-perros-en-agua-amarga-alicante/>
- Barcelo.com. (2020, febrero 10). Comida típica de Alicante: arroces, pescados y el mejor turrón. *Barceló Experiences*. <https://www.barcelo.com/guia-turismo/es/espana/alicante/que-ver/comida-tipica-alicante/>
- Blanco, A., Blázquez, M., De la Calle, M., Fernández, A., García, M., Lois, R.C., M^a. C. Mínguez, Navalón, R., Navarro, E. y Troitiño, L. (2021). *Diccionario de Turismo*. Madrid: Editorial Cátedra (Colección Arte Grandes Temas) 392 pp., ISBN 978-84-376-4200-0
- Booking. (s.f.) *La mayor selección de hoteles, casas y alquileres vacacionales*. Booking.com.
<https://www.booking.com/index.es.html>
- Canalís, X. (2014, julio 2). Los 10 nuevos perfiles de turistas que el sector deberá satisfacer. *Hosteltur.com* https://www.hosteltur.com/161260_10-nuevos-perfiles-turistas-sector-debera-satisfacer.html
- Crouch, G., y Ritchie, R. (1999). Tourism, competitiveness and societal prosperity. *Journal of Business Research*, (44), 137-152. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(97\)00196-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00196-3)
- CSIC - Consejo Superior de Investigaciones Científicas. (2019, febrero 15). *Ética en la investigación*. CSIC. <https://www.csic.es/es/el-csic/etica/etica-en-la-investigacion>
- Delgado, M. C. (2021, junio). El impacto de la COVID-19 en el sector turístico. *Asociación española de ciencia regional - AECR*. <https://aecr.org/es/el-impacto-de-la-covid-19-en-el-sector-turistico/>
- Diputación de Alicante. (s. f.). *Comarcas y municipios de la provincia de Alicante* Diputacionalicante.es. <http://documentacion.diputacionalicante.es/comamun.asp>
- Enciclopedia Concepto. (2021). *Encuesta*. En *concepto*. Equipo editorial Etecé.
<https://concepto.de/encuesta/>

- Equipamientos y Servicios Municipales. (2019, marzo 6) Sueca inaugura su primer circuito agility canino construido con materiales reciclados. *EYS Municipales*. <https://www.eysmunicipales.es/actualidad/sueca-inaugura-su-primer-circuito-agility-canino-construido-con-materiales-recicladados>
- Euroinnova Business School. (2021, noviembre 30). ¿Qué es una encuesta y cuál es su función?. *Euroinnova Business School*. <https://www.euroinnova.edu.es/blog/que-es-una-encuesta-y-cual-es-su-funcion>
- FEDIAF – The European Pet Food Industry. (s. f.). *Europeanpetfood.org*. <https://europeanpetfood.org/>
- Flores, E. (2010). Competitividad de destinos turísticos culturales como complemento al turismo sol y playa. En *XV Congreso AECIT. Tiempos de cambios en el turismo. Dinámica de transformación del Turismo en el siglo XXI* (p. 19). Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, AECIT.
- Go Dog Alicante. (s. f.). *Residencia, Alojamiento y Guardería de Perros*. *Godogalicante.com*. <http://godogalicante.com/residencia-guarderia-perros-alicante.html>
- Hotel Rural Ribera del Corneja. (2021, abril 22). *Ventajas de ir con tu perro de vacaciones*. *Riberadelcorneja.es*. <https://www.riberadelcorneja.es/ventajas-de-ir-con-tu-perro-de-vacaciones/>
- Hueso, A., y Cascant, M. J. (s. f.). *Metodología y Técnicas Cuantitativas de Investigación*. *Upv.es*. https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/17004/Metodologa%20y%20tcnicas%20cuantitativas%20de%20investigacin_6060.pdf?sequence=3
- INE - Instituto Nacional de Estadística. (s. f.). *Ine.es*. <https://www.ine.es/index.htm>
- Ivanova, A., y Ibáñez, R. (2012). *Medio Ambiente y Política turística en México*. IEPSA. <https://www.amiturismo.org/wp-content/uploads/2020/04/Medio-Ambiente-y-Pol%C3%ADtica-Tur%C3%ADstica-en-M%C3%A9xico-Tomo-I.pdf>
- Ley 5/1997, de 24 de abril, de protección de los animales de compañía. *Boletín del Estado*, 156, de 01 de julio de 1997. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1997-14412>

- Ley Orgánica 4/1981, de 1 de junio, de los estados de alarma, excepción y sitio. *Boletín del Estado*, 134, de 05 de junio de 1981. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1981-12774>
- Ministerio de Defensa. Gobierno de España. (s.f.) *Estado de alarma, excepción y sitio*. Defensa.gob. <https://www.defensa.gob.es/defensa/cadenamando/situaciones/>
- Mohorte, A. P. (2016, octubre 4). ¿Qué animales están prohibidos en cada país del mundo y bajo qué condiciones?. *Magnet. Xataka.com*. <https://www.xataka.com/magnet/que-animales-estan-prohibidos-en-cada-pais-del-mundo-y-bajo-que-condiciones>
- Mora, D. (2014, septiembre 19). Infografía: turismo dog friendly en España. *Emoturismo.com*. <https://www.emoturismo.com/infografia-turismo-dog-friendly-en-espana/>
- Ostelea. (2021, noviembre 30). Tendencias en turismo para el 2022. *Ostelea.com*. <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/tendencias-en-turismo>
- Provincia de Alicante. (2014, noviembre 10). Clima. *Provinciadealicante.es*. <https://provinciadealicante.es/clima/>
- Qualitas, D. (2022, mayo 12). Qué es el Turismo de Nicho. Definición, Ventajas y Ejemplos. *Cursos de Turismo Online*. <https://cursosdeturismoonline.es/turismo/turismo-de-nicho/>
- Questionpro. (s.f.). Investigación cualitativa. *Question.com*. <https://www.questionpro.com/es/investigacion-cualitativa.html>
- RAE - Real Academia Española. (s.f.). *Rae.es*. <https://www.rae.es/>
- Reinosa, A. (2021, octubre 22). Alicante Pet Friendly, así es el plan con el que Compromís planea mejorar la ordenanza de protección animal. *El Español*. https://www.elespanol.com/alicante/vivir/mascotas/20211022/alicante-pet-friendly-compromis-mejorar-ordenanza-proteccion/621188826_0.html
- Sequeira, A. C. (2022, agosto 22). Parques para perros Alicante. *Adiestramientogadi.com*. <https://adiestramientogadi.com/playa-para-perros-alicante/>
- Sequeira, A. C. (2022, agosto 22). Playa para perros en Alicante. *Adiestramientogadi.com*. <https://adiestramientogadi.com/playa-para-perros-alicante/>

SrPerro. (s. f.). Alicante dog friendly. *Srperro.com*
<https://www.srperro.com/negocios/etiquetas/alicante-dog-friendly/>

The Fork. (s. f.). *Restaurantes Alicante*. Thefork.es.
<https://www.thefork.es/restaurantes/alicante-c11341/que-admiten-perros-t348>

UNWTO - World Tourism Organization. (2019). Definiciones de turismo de la OMT. En *World Tourism Organization* (UNWTO). <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420858>

Varguillas, C. S., y Ribot de Flores, S. (2007). Implicaciones conceptuales y metodológicas en la aplicación de la entrevista en profundidad. *Laurus*, 13(23), 249-262.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=76102313>

Verboven, J. (2019, abril 2). El gran impacto de Instagram en el turismo. *Interface Tourism Spain*. <https://interfacetourism.es/2019/04/02/gran-impacto-del-instagram-turismo/>

Viajerosperrunos. (2017, mayo 6). Ventajas y desventajas de viajar con perro. *Viajerosperrunos.com*. <https://www.viajerosperrunos.com/single-post/ventajas-desventajas-viajar-con-perro>

Yuryeva, Y. (2016). *Los animales de compañía en el mundo de alojamiento*. (Trabajo Fin de Grado). Universitat de Lleida, Lleida.
<https://repositori.udl.cat/server/api/core/bitstreams/a9fdaf8c-f98b-46bc-abaf-4cc80dca9308/content>

7. ANEXOS

7.1. ENTREVISTAS

RAQUEL DÍAZ BAEZA	
Investigadora	Hola Raquel. Primero quería saber tu nombre y apellidos.
Entrevistada	Raquel Díaz Baeza.
Investigadora	¡Perfecto! Bueno vamos a hacer un poco primero preguntas en general sobre el turismo <i>dog-friendly</i> y después ya entraremos un poco más en Alicante si te parece bien.
Entrevistada	¡Perfecto!
Investigadora	Ante todo, decirte que esto solo va a usar con un fin académico para el trabajo de fin de grado.
Entrevistada	Vale
Investigadora	Vale, pues, ante todo, ¿cómo definirías tú el turismo canino? Y, ¿Cuál es tu opinión respecto a él?
Entrevistada	Complicado. hoy en día me parece que es algo necesario. Algo que tendría que empezar a formar parte del siglo en el que vivimos, más que nada cuando se supone que las leyes están yendo enfocadas a que los animales domésticos forman parte de nuestra familia. Pues, es lo mismo, tú te organizas para no dejar a tus hijos tirados en vacaciones pues también organizar para no dejar a tus animales.
Investigadora	Investigadora: Claro
Entrevistada	Entonces a día de hoy pues, aunque sí que digamos que la sociedad avanza en ese aspecto y el pensamiento de la de la sociedad y demás, sobre todo de la gente millennial y generación Z, creo que somos los primeros que tenemos esta conciencia más marcada a nivel entidad social, en plan somos una comunidad. Porque pues sí, pues a lo mejor algún padre o una madre nuestro sí que tenía esa conciencia, pero muchísimo menos. Entonces sí que es cierto que, aunque nosotros vayamos en ese rumbo, no hay entidades como Renfe, no hay aerolíneas y no hay hoteles suficientes como que nos faciliten esa opción. Entonces por mucho que nosotros estamos intentando como romper esa barrera, al fin y al cabo, es un poco como la crisis climática, por mucho que yo recicle y luego una gran empresa no está haciendo lo que tiene que hacer, yo podré aportar algo, pero no voy a cambiar gran cosa. Entonces a día de hoy creo que lo que es el turismo canino de <u>calidad</u> es algo utópico a día de hoy. Pero sí que creo que lo estamos llevando, al menos por presión social, a un a un rumbo en el que, pues por suerte hay cada vez más hoteles o al menos existe la opción de Airbnb que sí que por lo general, nosotras cuando hemos viajado, aparte porque vamos buscando lo más económico, pero siempre buscamos Airbnb. Y, sí que es cierto que cada vez hay aerolíneas que sí que has están como intentando ponerse las pilas con dar más opciones, luego lo de Renfe, al fin y al cabo, aunque ha sido un poco pues, eso a la española, un poco chapucero sí que han intentado tener como esa iniciativa, entonces bueno, pues se van viendo iniciativas, aunque no sean las mejores ni sean las más efectivas, pero al menos sí que se están empezando a dar pasitos.
Investigadora	Sí, la verdad es que sí. Pero sí pasitos, poco a poco, pero tienes toda la razón. Lo que es el viaje al lugar resulta muchísimo más complicado, sí que es verdad que cuando llegas es lo que dices tú tienes Airbnb que sí que son un poco más abiertos alto a todo el mundo <i>pet-friendly</i> en general pero los hoteles y lo demás, es complicado.
Entrevistada	Muy complejo.
Investigadora	Sí, y el viaje, sobre todo.
Entrevistada	Y, sobre todo, muy caro.
Investigadora	Sí, muy caro. Y, para ti ¿crees que es importante hacer una diferencia entre el turismo <i>dog-friendly</i> y, de lo que conocemos del turismo <i>pet-friendly</i> ? Ósea, sé que esta englobado el <i>dog-friendly</i> pero, ¿crees que debería haber una diferencia?
Entrevistada	Sí, más que nada porque el <i>pet-friendly</i> , como tal pues incluiría a mi gata y el <i>dog-friendly</i> no, por ejemplo, este solo incluiría a Carmen. Entonces, es como pues, sí que es como más raro el hecho de que tú, viajes con tu gato por ejemplo o, yo que se, si tienes pájaros pues con tú pájaro o con lo que sea no, es como muchísimo más difícil que, que viajes con tu perro. También eso creo que es algo cultural, tipo pues el perro hace como más ruido digamos o a lo mejor puede molestar más en tu casa si te vas, que un gato que a lo mejor no se va a oír tanto. Al fin y al cabo, creo que es un poco más en conciencia de no molestar al vecino, más que no dejar solo a mi animal.

Investigadora	Claro, claro.
Entrevistada	Justo. Entonces sí que creo que debería de haber una diferencia muy grande. Más que nada porque se supone tú puedes, ósea tú peleas por perros en la playa, pero no peleas por gatos en la playa, por ejemplo. Que para mi gusto pues debería de haber una zona de perros y una zona de gatos. Más que nada porque hay gatos que por ejemplo sí que les gusta ir a la playa, mi amiga tiene un gato con el que se va a desayunar, con el que se va a la playa y pues eso pues ojalá llegue el momento en el que nos encontremos todos.
Investigadora	Sí, sí que es verdad. No sé tu opinión al respecto, pero en referencia por ejemplo a los alojamientos, viajar con tu perro tienes que darle mucho más trabajo y mucho más pensamiento, que a lo mejor alguien que viaja con su gato. Un gato es mucho más fácil de llevar a cierto punto, no tiene que salir tanto y se puede quedar solo en la habitación en muchas ocasiones también. Y, un perro por ejemplo no se puede dejar solo en la habitación normalmente. Sí que es verdad que, haciendo el trabajo, algunos hoteles te dicen que sí pero no por mucho tiempo, pero la mayoría dicen que no, que no se pueden quedar solos. Entonces sí te entiendo.
Entrevistada	Sí, sí que creo que tiene que haber una diferencia entre <i>pet-friendly</i> y <i>dog-friendly</i> , sobre todo de cara a un establecimiento, que dejé muy claro que permite y que no permite
Investigadora	Claro, efectivamente. Sí que es verdad a que normalmente te dan una política que tienen el hotel, de seguimiento y todo lo demás, pero muchas veces tengo la sensación de que no es muy definida. Ósea, te dicen a lo mejor los kilos que puede tener y lo que tienes que pagar y poco más.
Entrevistada	Sí, sí poco más. Sobre todo, a mí algo que me parece descabellado, es que, a día de hoy, a los perros se les siga clasificando por kilos. No lo puedo entender, ósea es que hay mastines que parecen alfombras y hay chihuahuas que, por favor, no puedo más.
Investigadora	Sí. Incluso, en los viajes es una cosa que a mí me parece de otro mundo. En los aviones un perro tiene que ser pequeño, no puede medir más que 40 cm de alto, no puede pesar más que 7 kg... es como vale, pero se puede hacer de otra forma. Ósea, mi perra por ejemplo es perfecta con gente, en aviones, es tranquila y todo lo demás. ¿Por qué no se pueden dividir por ejemplo el avión en dos?
Entrevistada	Justo, en dos zonas.
Investigadora	Y, tienes que reservar tú tus dos asientos, pero al menos no tiene que ir debajo del avión y sufrir tantísimo.
Entrevistada	Justo, completamente de acuerdo. Es que, lo mismo que hay una zona <i>business</i> , podría haber una zona <i>pet-friendly</i> .
Investigadora	Efectivamente. Yo entiendo que es normal que se tenga que pagar, por ejemplo, es igual que cuando viajas Business estás pues pagando por lo que por lo que estás adquiriendo, eso lo veo perfecto. Pero que hay muchísimos perros que mueren todos los años porque tienen que ir debajo del avión, tiene un frío de locos y encima el estrés que pasan, es increíble.
Entrevistada	Claro, claro que sí. Qué son cosas que digo no, yo no lo puedo entender. Pero me pasa incluso, por ejemplo, que nosotros ahora estamos hablando de pues, para el verano que viene, ir a Huesca y queremos ir a un sitio que es el pueblito de mi novio, y para subir tienen que ir como en la parte de abajo en el autobús. Y, hay como una jaula solo para ella, no sé qué y no sé cuántos, y yo estoy en plan no, es que yo me voy a pillar un taxi y me voy a subir con mi perro en taxi, porque no es solo un momento y en un momento puede pasar de todo.
Investigadora	Efectivamente, y tú no sabes lo que está pasando, porque no lo puedes ver. [...] Bueno entonces hemos quedado en que la importancia entre <i>pet-friendly</i> y <i>dog-friendly</i> es muy importante, porque cada animal requiere de sus necesidades y un perro al fin y al cabo es el que más necesidades, a cierto punto, en el turismo y en el mundo al día a día, más necesita.
Entrevistada	Justo
Investigadora	Y, quería preguntarte, porque claro yo te conocí a través de tu <i>Instagram</i> , que yo en mi trabajo lo llamo una iniciativa, porque hoy en día mí me parece que <i>Instagram</i> está cobrando muchísima importancia sobre todo para para la gente joven que va a viajar a un sitio. Yo, por ejemplo, voy a viajar a un sitio y me voy un fin de semana con mi perrita y lo primero que miro es el <i>Instagram</i> . Entonces, ¿Cuándo empezaste con <i>Instagram</i> ?
Entrevistada	El 18 de abril, del año pasado (2022). Me acuerdo perfectamente.
Investigadora	Y, ¿por qué?

Entrevistada	<p>Pues mira, todo empezó porque yo en mi cuenta privada, que la tengo cerrada, además ósea que es como mi cuenta. Claro yo voy con Carmen a todas partes literalmente, yo me llevo a mi perra a todos los sitios. Entonces, subía muchos sitios, de pues aquí con mi perra, pero como lo mismo que aquí con mi colega Rocío, no sé cómo decirlo. Entonces, pues eso, la gente que me seguía de otras puntas de España, cuando venían a Alicante que es una zona turística y tal, pues, por ejemplo, me decían Raquel donde vas con tu perra o a qué playas podemos ir, me preguntaban mucho. Y, yo con mis amigas, pues eso todas somos unas hippies de la vida, entonces nos gusta mucho salir al monte, estar en la naturaleza y tal, entonces claro siempre me llevaba a la perra y siempre pues a mí, me gusta mucho pues eso hacer fotos o hacer reels pero nada profesional, simplemente pues porque me gusta y punto. Entonces, lo empecé a subir y empezaron a decirme porque no coges y lo publicas, porque siempre estás que si la gente te pregunta que, si no sé qué, y yo pues tienes razón. Entonces me puse a investigar si había como algo que fuese Alicante <i>pet-friendly</i>, como tal, y no existía algo. Entonces dije vamos a llenar este vacío, porque encima, además, eso al principio sí que me la tomé como muy enserio, encima las llevaba locas (a sus amigas) porque era como “no este fin de semana no podemos salir de ruta porque tenemos que ir a tal sitio a tomar una cerveza” y ellas decía, @alicante_petfriendly, va a acabar con nosotras. Y, ahora desde el embarazo, así que es cierto que como ha sido un embarazo muy duro hasta hace un par de meses, pues me lo he tomado todo como muy de chill en plan, “no puedo con mi vida asúmelo, Raquel”. Entonces, pues ahora sí que me lo tomo como más tranquila y más tal, pero sí que al principio era súper cañero de, cada fin de semana en un sitio, probar una cosa no sé qué no sé cuántos, y encima además pues eso no solo quería poner como pues sitios donde se pudiera sino también hacer como una reseña de la calidad de esos servicios.</p>
Investigadora	<p>Sí, tus huesitos (emoji con el cual valora los sitios a los que va)</p>
Entrevistada	<p>Los huesitos. Si, es que para mí eso es muy importante porque, aunque está genial que me dejes entrar con mi perro, ya partimos de la base de que para mí eso ya solo tendría que ser lógico y normal. Entre otras cosas porque en la Comunidad Valenciana quien decide si puede o no entrar es el propio. No hay ninguna ley que prohíba entrar dentro del establecimiento al animal, sí la comida no está expuesta y por ley no puede haber comida expuesta, siempre están con las vitrinas. Con lo cual solo ya por eso todos los establecimientos de lo que es España y sobre todo de la Comunidad Valenciana, en concreto Comunidad Valenciana, deberían de ser <i>pet-friendly</i>. Entonces, es el dueño quien decide si sí o si no con lo cual ya estas ya volvemos otra vez a que quién hay detrás de esa marca. Entonces pues para mí es importante por ejemplo que si voy a comer algo pues sea de producto local pues porque para mí es importante o por ejemplo que le pongan de beber o que le den una chuche, que eso es como esas calidades que gracias por dejarme entrar, pero como gracias, no se.</p>
Investigadora	<p>Sí, sí es muy “vale, puedes entrar con tu perro, pero ni te traen agua”. Ósea, tú entras con tu perro y, yo he ido a muchísimos sitios con mi perrita y no piensan ni en darte agua. Me parece un servicio tan básico, si ves que estoy entrando con mi perro es que, un cuentito de plástico pequeño.</p>
Entrevistada	<p>Sí, es lo básico. Entonces, por eso ponía lo de los huesitos porque creo que era como importante. Ahora es eso pues, sí que me gusta más destacar cuáles son más <i>pet-friendly</i> que otros, más que nada por eso porque la diferencia es mínima y creo que el resultado también es como muy grande. En plan, si te van un vasito de agua dices gracias.</p>
Investigadora	<p>Y, sin preguntar también. Ósea, eso es lo que yo creo, porque muchos sitios, no sé si tú te sientes igual, pero yo voy a muchos sitios y cuando tengo que pedir un bol de agua, me siento mal porque es como que estoy pidiendo de más. Entonces, si te lo ponen porque ellos ven que tienes un perro es como guau, vale gracias. Lo agradeces mucho más, te sientes mucho más cómoda también en el sitio.</p>
Entrevistada	<p>Sí, Sí. Total, Total. Y creo que al final eso es lo que hace que un sitio sea que al final seas fiel o no. Yo, por ejemplo, en Alicante hay un sitio que es nuevo que lleva muy poquito tiempo se llama Jevole, y al principio pues sinceramente era un desastre servicio y eres que te diga y las tostadas eran un desastre, pero se acordaban del nombre de Carmen y cuando llegaba me ponían el bol con él, porque tenían el bol que pueden cambiar el nombre, y ponían Carmen. Entonces, si ese día pues no tienes tostadas de algo porque se te ha acabado, te da igual y elijo otra cosa.</p>
Investigadora	<p>Sí, exacto, te entiendo. Pero entonces, ¿dirías que lo que te motivó para crear tu cuenta de <i>Instagram</i> es, pues la demanda que tenías a través de tu propia red social?</p>
Entrevistada	<p>Sí, justo. Y, también en el ver qué pues al fin y al cabo también hay una necesidad a la hora de buscar, porque yo también me he visto a mí misma buscando dónde ir. Entonces como bueno pues, si yo busco y no un encuentro, al menos si hay alguien que busca que sí que encuentre.</p>

Investigadora	Vale, claro, perfecto. La verdad es que me gusta muchísimo y me hubiese gustado haber conocido tu cuenta antes. Porque yo cuando adopté a Ona, yo estaba aún viviendo en Alicante y a mí me resultaba súper complicado ir a Alicante porque, yo soy una persona que también me gusta salir y tomar algo, y me hubiese gustado poder ir a algún sitio donde también podría llevar a mi perrita. Y, en ese momento me vi tan sobrellevada con la situación, de es que no puedo ir a ningún sitio. Porque realmente tú también a lo mejor buscas algún sitio donde quieres ir y en su página web no dice que es <i>pet-friendly</i> , pero te vas al lugar y sí que lo es.
Entrevistada	Justo, exacto.
Investigadora	Y, ya pasando a lo que es el municipio de Alicante, que se que tu te centras más en la ciudad.
Entrevistada	Sí, más que nada por cercanía.
Investigadora	Sí, es donde se concentra realmente también, la mayoría de los alojamientos <i>pet-friendly</i> y todo lo demás. Por lo tanto, ¿consideras que alicante está preparada para recibir el turismo <i>dog-friendly</i> ?
Entrevistada	No, para nada. Pero, si no podemos ni entrar al tram. Que son vagones, ponme el último vagón para mí.
Investigadora	Claro. Que se pueda entrar tranquilamente y se pueda ir con el tram tranquilos. Y, en el autobús tampoco puedes.
Entrevistada	No no, lo del autobús olvídate. Pero es que encima, además, esto lo he vivido en primera línea, porque mi madre tenía dos perritas, muy pequeñitas, que en los carros estos de perro cabían las dos. Y, tenían 15 y 16 años, pues mi madre un día pregunto a un autobusero “oye, ¿puedo entrar?” y el autobusero le dijo “sí, sí, claro, si van cerraditas, pueden entrar sin problema”. Entonces, mi madre ya entendió que podía subir al autobús con el carro de las perras cerrado y sin molestar a nadie. Bueno, pues un día voy yo a la parada del autobús a acompañar a mi madre que se iba a casa de mis abuelos y, ¿tú sabes lo que son gritos?, gritos del autobusero a mi madre porque iba a subir dos perros en su autobús. Que mi madre se quedó en plan, “caballero, que llevo meses subiéndome al autobús y ningún compañero suyo me ha puesto problema”, pues no. Entonces ya partiendo de la base que ni siquiera lo que es los autobuses de Alicante tienen claro su política, de si pueden entrar o no pueden entrar perros, ya solo eso, ya solo que dependa del autobusero, me parece una locura. Entonces, es como no, claro que no. Porque para que una ciudad pueda ser <i>dog-friendly</i> , sus desplazamientos y su red urbana tiene que serlo también, si no, no.
Investigadora	Claro. Eso es verdad, porque como pretendes moverte. [...]. Vale hay que tener unas ciertas normas, si es problemático pues llevar bozal o que solo pueda haber un cierto número de perros en el autobús o en el tram. Que haya ciertas normas, yo eso lo entiendo. Pero que no se pueda en absoluto... ¿cómo pretendes moverte? [...]
Entrevistada	Claro, ¿Cómo lo haces?
Investigadora	Tienes que ir con el coche u otro método de transporte. Bueno, Y, a parte del transporte público, ¿Por qué crees que no está preparado? ¿hay alguna razón más?
Entrevistada	Bueno, pues aparte porque, primero lo que son zonas artísticas no se permiten perros. También más o menos lo puedo entender, pero también se pueden acotar horarios. Ósea, para mí es que como todo es tan adaptable a todo.
Investigadora	Y, encima sin recursos económicos también.
Entrevistada	Pues eso para empezar por ahí. Y, y luego no tenemos dentro de Alicante, no tenemos una playa de perros como tal, nos tenemos que ir a la de San Gabriel que no está mal no, pero la de San Gabriel da pena.
Investigadora	La de San Gabriel es la de la de más cerca del aeropuerto.
Entrevistada	Correcto.
Investigadora	Y, después es la de San Juan, ¿no? En el cabo de las huertas.
Entrevistada	Justo. Que la del Cabo no es playa de perro, pero como son calas, eso es una ocupación.
Investigadora	Pero ¿no es oficialmente? Porque en todos los sitios que yo he mirado, porque claro yo te necesito saber si hay playas, si hay parques y todo lo demás, y en todos los sitios me sale que la playa del Cabo de las Huertas, que no sé ahora exacto cómo se llama, es <i>pet-friendly</i> .
Entrevistada	Claro, porque lo que son las calas, no hay algo cerrado legal que te diga si es <i>pet-friendly</i> o no lo es. [...] Porque igual que no te pone que es zona nudista, pues lo mismo pasa con los perros. Lo que sí que, en Alicante, de octubre a marzo creo recordar, sí que se puede perros y luego ya no.
Investigadora	Entonces, porque yo estaba buscando esto mucho. ¿Qué líneas siguen para que una playa pueda ser <i>pet-friendly</i> o <i>dog-friendly</i> o lo que quiera? O sea, ¿cómo deciden qué playa puede ser o no puede?

Entrevistada	¿Te puedo ser sincera? El basurero. Ósea, tú te vas a la playa que está cerca de Arenales, que es la que te digo, dónde está lo de la ciudad de la luz, pues esa playa da pena. Ósea, yo he hecho una acción de limpieza de esa playa de la vergüenza que sentí, un día que fui a hacer un picnic. Y, ese tipo de detalles para mí son los que digo, no, es que me falta calidad.
Investigadora	Claro.
Entrevistada	Es que no me vale que me digas, mira si tienes playas para perros y, son la mayoría de piedra.
Investigadora	Que les hace daño a los perros en las patas.
Entrevistada	¿Qué sentido tiene esto? De piedra, con unos pedruscos, que dices “por favor, si es que no me puedo ni sentar” Pues pasa un poco eso, no creo que esté adaptado porque creo que las calidades no lo son. Y, entre otras cosas, tampoco me sirve que en invierno que no hay turismo si puede entrar tu perro, pero ya cuando venga el turista, ya no puede entrar el perro.
Investigadora	Y, lo que yo no entiendo es, si por ejemplo, por todo lo que yo he preguntado y me han dicho que sí que está lista para recibir lo que es el turismo <i>dog-friendly</i> , que realmente estamos hablando que la gente también va a venir en verano con su perro, y no puede ir a una playa y si Alicante quiere apostar por este segmento de mercado tienes que poder tener la posibilidad.
Entrevistada	Justo, habilítame al menos una zona. Igual que te digo también, como futura madre que no todas las playas sean niño-friendly.
Investigadora	Igual que los hoteleros, que tienen que son de adultos solo.
Entrevistada	Justo. Creo que se las playas por suerte y más donde nosotros estamos, se pueden fragmentar mogollón, se pueden habilitar zonas y áreas. La adaptabilidad da todo. Entonces creo que tenemos suficientes playas y suficiente espacio, como para habilitar calidad, porque no me vale que me habilites las playas rocosas, las playas donde van a pescar, las playas que tienen salidas de aguas fecales, pues eso mismo. No me vale eso.
Investigadora	Claro. Y, también, una cosa que yo sí que veo importante, es el hecho de, si vas a dividir la playa o si vas a tenerla cerca de un lugar, que no es seguro, vállala. Todo se puede hacer de una forma sostenible, no hace falta hacer una construcción enorme para una playa. Simplemente una valla, que se puede hacer de madera reutilizable o metal reutilizado. Hay un montón de formas, para adaptar.
Entrevistada	Justo.
Investigadora	Al igual que la limpieza. Te vas a una playa normal y la limpieza es horrenda. Ahora en las playas para perros como no va nadie a limpiar, pues entonces está aún peor. Pero, sí que es verdad, que yo voy a una playa para perros y no veo las heces de los animales.
Entrevistada	Yo tampoco.
Investigadora	Porque la gente es consciente. Porque vas a la playa a disfrutar y tu perro va a hacer sus necesidades donde tenga que hacerlas, pero eres consciente de eso y eres consciente de que lo tienes que limpiar. Ahora, si no hay basuras, ¿qué haces?
Entrevistada	Justo. A mí me pasa eso que me pongo muy nerviosa porque claro, yo voy a la playa de la zona del cabo, muchas veces a la arena que está casi al final, es donde voy con mi perra. En invierno jamás me he encontrado una hez, jamás. En verano cuando voy, sin mi perra, he encontrado de todo. Que dices, es que... encima además la gente que tenemos perro, como sabemos que tenemos tan poquitos espacios, pues lo espacios que usamos los usamos muy bien. Entonces, la gente que creo que tenemos perro y disfrutamos de nuestro perro y tenemos consciencia de lo que estamos haciendo, somos también personas que lo que tenemos lo valoramos tanto, porque tenemos tan poco.
Investigadora	Te entiendo. Es que el turismo <i>dog-friendly</i> no se basa solo en tener playas o parques. ¿Cómo están esas playas? ¿Cómo están esos parques?
Entrevistada	Y, bueno, parques olvídate. En Alicante no hay parques de perros.
Investigadora	No, son todos pipi-can, por lo que he visto. Y, una cosa que a mí me parece loquisima, es que en Alicante tu no puedas soltar a tu perro en ningún sitio, menos en los pipi-can.
Entrevistada	Justo. Pipi-canes vallados, que están en mal estado, viejos... Pues eso, en Alicante hay dos parques ocupados, que es el que está en el castillo de San Fernando, en la ladera, es un parque ocupado por perros. Y, luego está el de al lado del marjal, que también tiene un pipi-can y el resto del parque que tiene lado y tal, se supone que no se puede perro, pero también está ocupado.

Investigadora	Sí, ahí he estado. Y, yo si he estado mirando y creo que Alicante se está intentando vender como que sí que está preparado. Porque sí que es verdad que en el momento en que busco parques y me salen estos pipi-can pequeños, donde puedes tener a tus perros sueltos, pero después dicen que en el resto del parque no pueden estar con ellos o tienen que ir siempre atados. Entonces, ¿qué libertad le estas dando al perro?
Entrevistada	Sí. Cerca del retén de la grúa, hay un parque que está vallado y tal y bueno, empezó muy bien, pero se ha descuidado al 100% y luego el de Campello, que el de Campello al menos, por suerte lo siguen manteniendo bien.
Investigadora	Sí, pero ya te tienes que ir a Campello, ya tienes que irte más afuera. Y, a lo mejor no tienes coche, entonces, ¿Cómo llegas?
Entrevistada	Claro, justo, porque no hay una línea de transporte que te permita llegar.
Investigadora	Pero, entonces tú lo que dirías es que en Alicante realmente lo que falta es la calidad.
Entrevistada	Calidad total, sí, sí. Calidad y cantidad de servicios. Ósea, que sí haya parques, porque un pipi-can solo no sirve. Entonces, que si haya parques, que si haya playas, que si haya transporte y a parte que si los haya, que tengan calidad.
Investigadora	Perfecto. Calidad y cantidad. Y, una cosa que me interesa, sé que vives en alicante, pero ¿has ido a algún hotel <i>pet-friendly</i> en Alicante?
Entrevistada	En Alicante no, la verdad. Solemos viajar por Huesca o Andalucía. Pero, sí que es cierto que las casas rurales, por lo visto, sí que se adaptan bastante más.
Investigadora	Vale, perfecto. Y, ¿hay algún servicio que destacarías positivo de Alicante que son considerados, <i>pet-friendly</i> o <i>dog-friendly</i> ?
Entrevistada	Me gustaría poder decir que sí, de verdad que me gustaría un montón, pero es que soy muy crítica.
Investigadora	Pero eso es bueno y es necesario, en esta situación
Entrevistada	Claro, entonces como solo la ciudad ahora se está empezando a peatonalizar, ahora. Ahora están empezando un proyecto. Entonces, sí que creo que una ciudad donde haya más opciones peatonales también es más <i>dog-friendly</i> que otra. Pero, hasta el momento, pues no.
Investigadora	¿No crees que hay nada así realmente positivo en referencia al sector <i>dog-friendly</i> ?
Entrevistada	No.
Investigadora	Vale, perfecto. Y, ¿alguna experiencia negativa que hayas vivido en Alicante con tu perrita?
Entrevistada	Un montón. Por ejemplo, en la playa, gritos de “es que tienes aquí a tu perra y voy a llamar a la policía”, diciéndole que estoy en una fecha en la que puedo estar.
Investigadora	Y, ¿te da miedo en esas épocas, que en teoría se puede estar con los perros en la playa, aunque no sueltos, que llamen a la policía?
Entrevistada	Sí, claro que sí. Encima, es más, yo llevo a mi perra suelta por el pueblo, porque San Juan es un pueblo tranquilo y todo lo demás: Entonces, pues como Carmen responde super bien, la llevo suelta. Pero sí que es verdad que ahora la estoy acostumbrando a ir atada, por tema de ir con el carrito del bebe [...]. Bueno, pues sí, sí que me da miedo, que llamen a la policía y que por el simple hecho de que mi perra vaya caminando a mi lado sin molestar a nadie, sin atacar a nadie, porque entiendo que si mi perra ataca tu tengas que tener tus derechos de ley para defenderte, por supuesto. Pero, que a alguien porque si le moleste... [...] Entonces, pues eso, que al fin y al cabo pues sí que me he encontrado situaciones, de decir, pero si puedo estar aquí, si puedo, si estoy permitida, porque vienes tu a decirme a mi algo cuando no estoy maltratando a nadie, no haciendo un abuso de nada, ni estropeando lo comunitario.
Investigadora	Claro... Y, bueno en referencia a las estrategias que has nombrado un poco que se deberían hacer. ¿Conoces ya alguna que hay implantada en Alicante? ¿Alguna iniciativa para el turismo canino?
Entrevistada	La verdad es que no. Pero, por desconocimiento, no porque a lo mejor no se haya hecho.
Investigadora	Sí, la verdad es que al buscar tampoco he encontrado así nada destacado para este tema
Entrevistada	Y más ahora que estamos en campaña.
Investigadora	Pero así, alguna iniciativa realmente para dar a conocer lo que es el turismo <i>pet-friendly</i> o el turismo canino en Alicante.
Entrevistada	No, De hecho, además, ahora que estamos en elecciones, dentro del turismo no tienen ni un apartado para ello.

Investigadora	Sí, pero incluso en el Ayuntamiento de Alicante o la Oficina de Turismo. Es que no hace falta tampoco hacerlo a lo grande. Pero cuantísima gente, se va a la Oficina de Turismo y simplemente teniendo un panfleto ahí, sobre dónde puedes ir o qué puedes hacer. U una cosa que a mí me parece que puede ayudar muchísimo al turismo, porque tenemos una carga impresionante en meses de verano, porque viene un turismo increíble de sol y playo. Pero en meses de invierno [...] que, a lo mejor en esa temporada, se organice algo para un fin de semana <i>pet-friendly</i> y que tú puedas ir con tu perro, conocer a gente, hacer rutas, irte a la playa, ir a tomar algo... Se pueden hacer tantísimas cosas, que lo que hace es quitar carga del verano [...] Pero es que en verano realmente no quieres venir a Alicante con tu porque hace un calor impresionante y es malo para ellos. Pero en todos los meses de invierno se podrían hacer tantísimas cosas y es que no hay nada, casi.
Entrevistada	Que va, que va.
Investigadora	Y, ya es lo que dices tu. Es que en los museos no se puede entrar con perro, no hay franjas horarias adaptadas para poder ir con tu perro [...] Entonces, poder ir a hacer cosas diferentes que no sea ir solo a la playa o solo a un parque, aparte de que es beneficioso para mí es beneficioso para el perro.
Entrevistada	Claro.
Investigadora	Bueno, y ya como última pregunta que tengo. Es, ¿tienes alguna propuesta de mejora para Alicante? ¿alguna acción que se pueda implementar? En general, algo que pueda mejorar esa llegada de turistas o la experiencia en sí.
Entrevistada	<p>Pues, lo que hemos hablado. En plan, habilitar más zonas donde sí se pueda estar realmente con tu perro, que no sea ni que tenga estar atado, ni nada. Pues que, sí que se hiciesen campañas de concienciación, de porque estaría bien tener un autobús que permita pues a lo mejor, pues no a todas horas, pero a lo mejor a x hora tu puedas ir con tu perro o el último vagón del tranvía que lo habilitasen como tal. Porque encima es como, a día de hoy no te dicen de poner bozal y podríamos bozal, solo con tener esa facilidad. Porque a mí no me gusta ponerle bozal a mi perra, pero si tengo que pasarla por ese aro, voy a pasar por ese aro.</p> <p>Entonces, habilitar horarios y habilitar franjas y espacios reales donde sí se pueda. A parte de pues eso, ahora con el tema de peatonalización de Alicante, pues ahí también un poco el generar más espacio verde [...] poner más árboles para que las aceras no quemen, porque en verano se les cuecen las patitas. Entonces, no es solo para ellos, porque a nosotros también nos viene bien que haya zonas verdes en las ciudades y que sí que haya árboles plantados en las aceras para que den sombra.</p>
Investigadora	Y, que es mejor para el medio ambiente.
Entrevistada	Justo. [...] Es que, si una ciudad está pensada para niños y animales, va a ser muchísimo mejor para el humano adulto, más seguro. No solo van a ganar en calidad de vida, sino también en seguridad, en calidad de calles, van a ganar en calidad de todo básicamente, como de servicios. Entonces, pues que creo que si las ciudades estuviesen más enfocadas a que sea todo más armonioso y más factible pues sería muchísimo mejor [...]. Que hubiese muchísima más adaptabilidad a todos los seres que forman parte de esta sociedad, al fin y al cabo.
Investigadora	Sí, entiendo. Y, ¿hay algún servicio, sea de restauración o algún sitio que tu hayas ido con Carmen que realmente te sientas al 100% a gusto?
Entrevistada	<p>Sí. La verdad es que hay algunos que están bastante bien.</p> <p>Uno es Mareando la huerta y luego, en la misma calle esta, el sitio que te he comentado antes, que se llama Jevole Café, que han mejorado muchísimo y luego hay otro que se llama Mandala y, en San Juan pueblo hay un sitio que se llama Ovo.</p>
Investigadora	Perfecto porque en san juan como también hay esa cala que se considera <i>pet-friendly</i> .
Entrevistada	Justo. Pues ahí por ejemplo son mis sitios de confianza total, porque sí que responden y si realmente es <i>pet-friendly</i> .
Investigadora	Vale, perfecto. Pues yo creo que lo tengo todo. ¿Pero, si me surge alguna cosita más te la puedo seguir preguntando?
Entrevistada	Claro, estoy a tu disponibilidad para lo que necesites.
Investigadora	Gracias. Y, por cierto, ¿tu nombre en el trabajo podría utilizarlo para hacer referencia a algo que me hayas dicho?
Entrevistada	Claro que sí, por supuesto. Y, claro, es lo que te iba a decir, si quieres utilizar las fotos de mi <i>Instagram</i> , son todas tuyas. Todo lo que tú quieras, úsalo.
Investigadora	Vale, perfecto. Muchísimas gracias por todo.

RUBÉN GARCÍA HERNÁNDEZ	
Investigadora	Hola Rubén. Ante todo, quiero comentarte que mi trabajo se centra en lo que son los hoteles, pero tengo que ver también, los servicios, tanto las playas, como donde se puede llevar a los perros, la restauración, etc. Entonces, pues en general quería hacerte unas 10 preguntas un poco en general del tema del turismo canino y después ya más en referencia a Alicante
Entrevistado	Vale, sin problema.
Investigadora	Pues, en primer lugar, quería saber tu nombre y apellido.
Entrevistado	Mi nombre es Rubén García Hernández.
Investigadora	Vale, perfecto. Bueno, la primera pregunta es, ¿Cómo definirías el turismo canino?
Entrevistado	¿Como definiría el turismo canino? Pues todo lo que me permita disfrutar con mi mascota sin ningún tipo de preocupación y con total libertad.
Investigadora	Vale. Y, ¿tu opinión respecto a él? [...] ¿Qué opinas de este segmento de mercado?
Entrevistado	A ver, yo lo que creo es que aquí en España no está todavía desarrollado, pero esta ahora mismo empezando a extenderse. A mí, por ejemplo, que me gusta viajar con mi perra que se llama Mía por España y lo que estoy viendo es que determinadas zonas de España, está más extendido y hay menos preocupación y es como más libre, el poder acceder a establecimientos, alojamiento y demás. Incluso, hay alojamientos que es qué y establecimientos que es que ya no tienen ni pegatinas de que se admiten perros o no, porque ya directamente los admiten. Aquí en la Comunidad Valenciana, está costando un poco más, pero sí que es verdad que de hace dos años a ahora sí que estoy notando lo que es, pues bueno, que más alojamientos y sobre todo más restaurantes y más establecimientos están aceptando a las mascotas y que no tienen ningún tipo de problema y ningún tipo de reparo. Entonces, mi opinión es que debería normalizarse más porque, a mí por ejemplo que me gusta viajar fuera de Europa, pues me encantaría que estuviéramos a la altura de otros países por ejemplo y aquí sí que veo que es un poco de rechazo a tema de mascotas.
Investigadora	Y, como has dicho que hay ciertas zonas de España que sí que están más preparadas para recibir este tipo de turismo. Entonces, ¿me podrías nombrar alguno que crees que esta más preparado?
Entrevistado	Pues sí, mira, por ejemplo, la zona de Cataluña, sobre todo Barcelona, lo que son las grandes ciudades y demás. Pero en general en Cataluña está bastante bien vistos, ósea puedes estar en establecimientos y demás, sin preguntar si se puede entrar con perro o no. La zona, por ejemplo, de Andalucía, la zona de Almería, que me gusta ir mucho por Cabo de Gata y demás, las playas hay muchísimas que admiten que admiten mascotas y, es que ya solo hay que ver la calidad de las playas aquí, por ejemplo, la Comunidad Valenciana para que sea una playa canina te dan la peor de las playas y ahí por ejemplo, en Andalucía o en Almería, en Cabo de Gata precisamente es que son playas, pues que son súper bonitas, o sea, estás compartiendo playa perfectamente con personas que no van con mascota y es como que está todo, pues vamos, o sea que puedes disfrutar perfectamente, o sea, tengas o no mascota. Pero sobre todo en notado, he notado la diferencia en esas regiones, comparada, por ejemplo, con la Comunidad Valenciana, que me suelo mover mucho más con mi perrita por aquí.
Investigadora	Claro, para ti es más accesible también moverte por aquí.
Entrevistado	Exacto.
Investigadora	Y, ¿cuál sería para ti la diferencia entre <i>pet-friendly</i> y turismo canino? Y, ¿crees que es importante que haya una distinción entre ambos?
Entrevistado	Yo creo que va un poco todo unido, yo creo que los dos conceptos van unidos. Sí que es verdad, que un turismo camino, yo creo que es un poco, algo más enfocado a hacer actividades con tu mascota, llamémoslo así y, el <i>pet-friendly</i> es simplemente que acepta que vayas con mascotas que no te van a poner ningún impedimento. Entonces una actividad, por ejemplo, un viaje que tú te has organizado tú, tema de que vas a ver la ciudad y cualquier establecimiento y demás, pues algo que sea <i>pet-friendly</i> no vas a tener ningún tipo de problemas [...] Y el turismo canino, Yo creo que es más enfocado a que te muevas por actividades que incluyan a tu mascota, no sé si me llegó a explicar.
Investigadora	Sí, que básicamente que como el turismo <i>pet-friendly</i> engloba a todas las mascotas y el turismo canino es solo en referencia a los perros, sí que es verdad que hay que tener como más actividades específicas realizadas para ese tipo de mascota, que son los perros.
Entrevistado	Exacto.

Investigadora	Vale, perfecto. Y, cuando empezaste tu cuenta de <i>Instagram</i> , ¿estaba enfocada a viajes?
Entrevistado	Sí, principalmente estaba enfocada a viajes, viajes en general fuera de Europa. Pero, es que luego, realmente lo que es la cuenta de <i>Instagram</i> , bueno mi contenido ha cambiado muchísimo, realmente pegué lo que es el empujón a partir de la pandemia, cuando solo nos podíamos mover por aquí por Alicante, por la Provincia de Alicante. Y, empecé a centrarme ya un poco en las recomendaciones y el turismo por aquí, por la Comunidad Valenciana y por Alicante precisamente. Y, eso también hizo un poco que despuntara un poco más con el tema de mi perra. Bueno, yo sobre todo suelo viajar por aquí, por España, con mi perra, en el caso de escapadas y demás, Y, fue a raíz de ahí del tema de la pandemia, cuando cambié un poco el contenido.
Investigadora	Entonces, ¿fue a raíz de la pandemia que cambiaste el contenido para también incluir a tu perra?
Entrevistado	Sí, bueno... Antes no compartía tanto porque me estaba centrando más en contenido fuera de España, en viajes fuera de España y fuera de España, la verdad que no me he ido con mi perra a ningún sitio. Y, a raíz de la pandemia, que ya fue un poco, pues eso, que solo nos podíamos comer por aquí, estaba todo más delimitado y demás, fue cuando comencé a compartir este tipo de contenido, incluyendo a mi perra y vi que, pues eso gustaba mucho más, tenía mucho más alcance en el tema publicaciones y demás y empecé a conseguir más seguidores. Y, vi que ahí, por ejemplo, pues tenía un público potencial, sobre todo aquí de la provincia de Alicante, que le gustaba el contenido que incluyera a las mascotas, o sea, contenido <i>pet-friendly</i> .
Investigadora	Y, como tienes tantos seguidores, una pregunta que tengo es, ¿recibes muchas preguntas en referencia a lo que se puede hacer con mascotas en Alicante?
Entrevistado	Pues cuando publico algo [...] sobre todo, cuando suelo compartir rutas con animales, alojamiento <i>pet-friendly</i> y demás, sí que recibo por privado varias preguntas. Incluso en los comentarios de las publicaciones, también hay gente porque tengo un público que me sigue <i>pet-friendly</i> , ósea que tienen mascota, que les interesa el tipo de contenido y entonces pregunta directamente también, porque el contenido que ellos solo publicar es colaborativo [...] y entonces cuando comentan directamente ese comentario, también lo puede leer el alojamiento o el establecimiento y directamente puede contestar la empresa.
Investigadora	Es que me parece interesante porque <i>Instagram</i> está cobrando cada vez más importancia, sobre todo en jóvenes que tienen perros y que se mueven más por <i>Instagram</i> y en Alicante realmente hay poca información de lo que se puede hacer o no se puede hacer. Entonces, me parece interesante que sí que recibas preguntas sobre las actividades que se pueden hacer, los alojamientos y tal.
Entrevistado	Por ejemplo, yo creo que en el que más interacción tuve con los usuarios que son <i>pet-friendly</i> , fue un reel que compartí de cinco planes que puedes hacer en Alicante con tu mascota y bueno, en los comentarios se puede ver perfectamente la cantidad que recibí y luego por privado fue un sin parar [...]. En ese reel la verdad es que recibí mucha interacción de usuarios que son <i>pet-friendly</i> y sobre todo de aquí de la Provincia de Alicante y, ahí es entonces cuando vi que es algo que la gente pide. Ósea, quiere saber dónde ir con su mascota, quiere hacer rutas con su mascota, quiere conocer alojamientos también, quiere conocer establecimientos [...]
Investigadora	Sí, que la gente lo pide. Y, ya pasando a las preguntas respecto a Alicante. ¿consideras que Alicante, ósea el municipio, está preparado para recibir el segmento de mercado centrado en el turismo canino?
Entrevistado	A ver, cada vez está siendo más admisible. Sí que es verdad que, por ejemplo, Alicante es un, cómo decirlo, es un destino turístico muy fácil para ir con mascotas, ¿vale? Para los que tenemos mascotas, porque pues Alicante es una ciudad muy abierta, la provincia de Alicante es muy abierta. O sea, todo lo que es tema de actividades se hacen en el exterior. Por ejemplo, establecimientos son, sobre todo, ósea cualquier bar, cualquier cafetería ya siempre incorpora una terraza. Entonces, en este tipo de cosas o tienes tanto hándicap, o sea, no tienes tanto problema en acudir con tu mascota, si no puedes entrar en el interior, siempre vas a tener una terraza. Y, sí que es verdad que sí que he notado a raíz de <i>Instagram</i> y todo eso, que estoy recorriendo más cafeterías y estoy conociendo más restaurantes y demás, sí que estoy viendo que cada vez más, sobre todo las de las de nueva apertura, incluyen ya lo que es el tema <i>pet-friendly</i> . Y, el tema alojamientos también hay, por ejemplo, pues cadenas hoteleras que se están especializando en alojamiento <i>pet-friendly</i> , en que no tengas ningún tipo de problema en acudir con tu mascota a una habitación, da igual el tipo de habitación que sea, no te diferencian habitación y puedes acudir con tu mascota [...].
Investigadora	Sí, yo mientras he estado haciendo el trabajo he tenido que hacer un inventario de todos los hoteles <i>pet-friendly</i> que hay en el municipio y, realmente solo hay 15.
Entrevistado	¿Aquí en Alicante?
Investigadora	Sí.
Entrevistado	Yo, no sé qué decirte.

Investigadora	No en la Provincia de Alicante, solo en el municipio.
Entrevistado	¿Solo en Alicante? Claro, en Alicante está un poco más complicado. Si a ver yo normalmente lo que suelo, más que nada por el tema de espada... A ver, yo por ejemplo vivo en el centro de Alicante en un pico, entonces cuando me voy con mi mascota me voy de turismo, no rural porque también hago turismo de ciudad y busco hoteles que sean caninos, pero sobre todo aquí en Alicante suelo ir a lo que son fincas, a lo que es turismo rural. Entonces lo que es aquí en Alicante centro, pues no sabría que decirte porque la verdad que no, siendo de Alicante la verdad es que no he buscado ningún hotel aquí.
Investigadora	[...] Claro, claro. Entonces, la pregunta que te iba a hacer después era si has conocido algún hotel en lo que es el municipio de Alicante con tu perra, pero supongo que será un no.
Entrevistado	Es que alojamientos aquí en Alicante centro o en el municipio de Alicante no. Ahora mismo así que se me ocurra, no. Siempre estoy por la Provincia de Alicante, por pueblos y todo eso. Pero no, aquí en Alicante tampoco he tenido la necesidad.
Investigadora	Claro, como vives en Alicante. Y, ¿alguno que puedas recomendar o destacar que hayas visitado en la Provincia de Alicante en general? ¿Alguno en el que te hayas sentido muy cómodo?
Entrevistado	Sinceramente, aquí en la provincia de Alicante, ahora mismo estoy recorriendo hoteles de Singulas, que es una empresa que lleva varios hoteles, que son tipo boutique. Y, lo que es mezclar la comodidad de un hotel boutique, con que puedas ir con tu mascota, o sea poder disfrutar de ese lujo, de estar rodeado de naturaleza, de no privarte absolutamente de nada e ir con tu perro, o sea, me parece increíble. La verdad es que esa experiencia me ha gustado muchísimo y son todos los hoteles de Singulas. O sea, he ido dos hoteles y ahora, por ejemplo, el día 29 voy a ir a otro de esta cadena de hoteles y ya te digo la diferencia, por ejemplo, que notado es que directamente en la habitación tienes un detalle para tu perro, o sea igual que nosotros, por ejemplo, tenemos una copita de champán o tenemos a lo mejor bombones, ellos tienen sus premios, tienen detallitos para perros. Igual que te dejan una notita para ti, incluyen también tu nombre y el de tu perro. Entonces eso es algo que te hace sentir bien, te hace sentir como que los incluye en la estancia, o sea están contando con tu perro. Y, ya luego el tema de poder ir por toda la estancia, independientemente de que haya huéspedes que tengan o no mascota. Que puedas ir por todas las zonas comunes con tu perro y no tengas que estar con el perro atado, pues para mí me hicieron sentir en casa, sinceramente. Y, yendo incluso al restaurante, al restaurante cerrado, no tenía terraza en este caso y poder estar con mi perra en la mesa, o sea, para mí eso, pues la verdad que me hizo sentir muy bien.
Investigadora	Claro, te sientes más acogido. Y, volviendo a un segundo a la pregunta de antes sobre si crees que Alicante se encuentra preparada o no, has dicho que cada vez más y que es más admisible. Ahora bien, en referencia a las playas, que solo hay una oficial, la playa de Urbanova ¿consideras que puede hacer frente a todo el turismo que viene en verano?
Entrevistado	No, para nada. Para mí la verdad que Alicante, siendo destino turístico de sol y playa, que solo tenga una playa para perros y que sea ese tipo de playa, que ni siquiera tiene arena que es de piedra, me parece ridículo. La calidad de las playas de aquí de Alicante para perros, si te sales del municipio de Alicante te tienes que ir a pueblos que son calas de roca, ¿Por qué no puedo tener una playa, como por ejemplo cabo de gata que tienes playas de arena, para acudir con tu mascota? ¿Por qué no siendo alicante un referente turístico de sol y playa? No sé, creo que tendría que tener este tipo de cosas en cuenta. Entonces, para mí, por ejemplo, esta playa (Aguas Amargas) pues mira, menos mal que tiene una sino no sé dónde iríamos a parar.
Investigadora	Y, en referencia a los parques que tiene, porque claro en la Comunidad Valenciana no puedes ir con tu perro sin estar atado a ningún sitio, entonces, ¿crees que está preparado?
Entrevistado	No. Ahora, está empezando, por ejemplo, en las zonas nuevas que se están construyendo, sí que están teniendo en cuenta el ubicar estos pipi-canes o estos parques para perros, pero lo que es el centro de Alicante, no. Es muy difícil, es muy difícil acudir con tu mascota y, no, no creo que esté preparada Alicante, ya te digo que le falta mucho recorrido. Si, sobre todo, contamos con que alicante por ejemplo no tiene, sobre todo en el centro de Alicante, no tiene muchas zonas verdes, parques en sí, lo que tiene son plazas, pero parques de que pueda correr un niño o pueda correr un perro, poco tiene. A ver, tiene un pulmón verde que es el castillo de Alicante, pero es que, en el castillo de Alicante, no deja de ser el Castillo de Alicante. Puedes ir con tu perro, pero tiene procesionaria, porque no está cuidado, o sea, dependiendo en que época vayas tienes que tener en cuenta muchas cosas.
Investigadora	Y, claro también la parte de no tener zonas verdes también implica que no tienes árboles, que no tienes sombra, que hace que los perros se estén quemando las patas dependiendo a qué hora sales con el perro.
Entrevistado	Exacto.

Investigadora	Y, después ¿hay algunos servicios que destacarías positivamente de Alicante que son considerados <i>pet-friendly</i> o <i>dog-friendly</i> en este caso? Algún museo o cafeterías
Entrevistado	En cuanto a tema de museos, es que no. A ver, por ejemplo, a mí me hace mucha gracia el Museo Arqueológico de Alicante, que a la cafetería del Museo Arqueológico puedes acceder con tu perro si entras por la puerta de la cafetería, pero si entras por la puerta del museo, no. O sea, si entras por la puerta del museo, que está al lado una puerta de la otra, si por el museo no puedes entrar con perro, pero si entras por la puerta corredera que tiene la cafetería, entonces no pasa nada y están compartiendo mismo espacio. En cuanto a cafeterías, por ejemplo, en el centro de Alicante, de nueva apertura, hay muchas donde puedes acceder con mascota y no tienen ningún tipo de problema. La verdad que me he sentido cómodo en muchas y, sobre todo por Raquel (cuenta @alicante_petfriendly) he conocido muchas y por suerte cada vez más cuentas que promocionan lo que es Alicante en referencia a cafeterías y demás, te descubren nuevas cafeterías, entonces yo siempre suelo acudir a este tipo de cafeterías y la verdad que el servicio muy bueno en todas. O sea, no me he visto en ninguna situación extraña. La verdad que, Son de admirar, y que acudas y que pidas algo y que vengan con algún detallito o premio para el perro, la verdad es que con eso ya te hacen sentir super cómodo [...].
Investigadora	Vale, perfecto. Y, después, ¿hay alguna experiencia negativa que haya tenido en Alicante cuando hayas estado fuera con tu perra? Sobre todo, si has estado en alguna zona verde o en la playa o incluso en algún restaurante.
Entrevistado	A ver, en la playa he tenido muchas experiencias negativas, por ejemplo, de Urbanova he tenido experiencias negativas de que el pipi-can no está nada cuidado, está súper sucio, la basura, por ejemplo, pretenden que la playa esté limpia, pero las basuras te las ponen súper lejos para poder tirar cualquier cosa. La limpieza de las playas, por ejemplo, es que no sé, es que tampoco te puedes fiar, supuestamente es un lugar seguro para estar con la mascota, pero es que hay absolutamente todo en esas playas y, es que no te puedes fiar, tienes que estar con cinco mil ojos. Experiencia negativa, también en calas, por ejemplo, bueno no de Alicante, ya sería de Campello. En Campello también hay una cala para perros y he tenido experiencias negativas, también con la perra. Y, en el centro de Alicante, por mi barrio mismo, también he tenido experiencias negativas, de que todavía se está utilizando en diferentes edificios productos que son dañinos para los perros [...] para evitar que los perros hagan pipí en las fachadas y demás. Pero es que esos productos dañan por ejemplo las patitas porque luego se lame y luego se irritan o es veneno para los perros. Entonces experiencias negativas hay muchas, pero en cuanto a sitios cerrados y demás, ninguna, la verdad. También, por ejemplo, a destacar lo positivo, por ejemplo, que los centros comerciales ya incluyen, o sea, que puedas acceder con tu con tu mascota, no a todas las tiendas, pero si a lo que es el centro comercial en sí. [...].
Investigadora	Claro. Y, ¿conoces alguna iniciativa implantada en Alicante para ayudar al turismo canino en general?
Entrevistado	Las únicas iniciativas que hoy por parte del Ayuntamiento de Alicante hasta hace poco, que yo recuerde, son las de tema de limpieza, que te ponen puestecitos por todo el centro de Alicante y te regalan lo que es la botella plegable para que para que limpies, que me parece súper bien para concienciar a la gente y te regalan bolsitas. Esa es la única iniciativa de que están promoviendo lo que es la limpieza para el tema de los dueños y demás, eso es lo único de iniciativa que he visto por parte de El Ayuntamiento. Luego hay organizaciones, por ejemplo, carreras y demás, pero eso no tiene nada que ver con el Ayuntamiento, sí que hay veces que colaboran el Ayuntamiento o la Diputación de Alicante. Sí que hay actividades que incluyan a las a las mascotas, pero ya te digo, o sea, pocas iniciativas he visto.
Investigadora	Vale perfecto. Y, ¿Alguna propuesta de mejora que consideras importante para mejorar el turismo <i>dog-friendly</i> en Alicante?
Entrevistado	Yo me centraría lo que es el tema de playa. Yo creo que debería haber más zonas, o sea, por ejemplo, tenemos una playa de San Juan enorme que pertenece a Alicante y yo creo que tantos kilómetros de playa, pues alguna de las se debería para perros. Luego, por ejemplo, parques, o sea, yo creo que debería haber parques grandes de perros hoy, y es que no los hay, o sea, es que son ridículos los parques que son para perros y te tienes que ir a la periferia de la ciudad. Yo me centraría principalmente en eso, en zonas verdes, zonas donde puedas ir con tu mascota y que la mascota esté segura y que estén cuidadas. esas zonas. Y, luego en el tema de playas, más que nada porque se está defendiendo un turismo de sol y playa y yo creo que tendría un potencial importante.
Investigadora	Vale. Y, en el tema de playas, te refieres para verano, ¿no? [...].
Entrevistado	En invierno puedes ir con tu mascota siempre y cuando vaya atada. No puedes estar con tu perro suelto, ¿sabes?
Investigadora	Si, claro.

Entrevistado	A mí me encanta, o sea yo tengo el Postiguet cerca de casa y me encanta ir en invierno, me encanta ir en los meses que puedo disfrutar con mi mascota. Pero claro, ir por la orilla y que tenga que estar atada, que no pueda pegarse una carrera normal o que le pueda tirar la pelota, a mi eso por ejemplo me puede. Y, he tenido ocasiones que a lo mejor la he soltado y viene enseguida la policía porque está pasando por el paseo y va y te dice que tiene que estar atada, sobre todo porque también está acudiendo a esa playa gente que no es muy asidua a ver mascotas en ella. Entonces, a ver, hemos dado un pasito de hace dos años a ahora ese tipo de playas, como por ejemplo la del Postiguet y demás, no podías ni incluso tocar la arena con el perro, pero creo que se debería dar un paso más grande [...]. Tenemos mucho que mejorar.
Investigadora	Sí, o sea, lo que has dicho tu antes, si que puede abastecer el turismo a cierto nivel, pero para poder considerarse como un destino para el turismo canino tiene muchos pasos que dar.
Entrevistado	Sí.
Investigadora	Vale, pues ya tenemos todas las preguntas. Y, ¿quería preguntarte si podría utilizar tu nombre? O, ¿prefieres que te mantenga anónimo?
Entrevistado	No, sin problema, puedes utilizar mi nombre.
Investigadora	¡Vale, muchas gracias!

7.2. INVENTARIO

NOMBRE	Hospes Amérigo Alicante	*****
LOCALIZACIÓN	C. Rafael Altamira 7, 03002 Alicante	
VALORACIÓN BOOKING.COM	8.8	
DESCRIPCIÓN		
El hotel Hospes Amérigo, es un antiguo convento de los dominicos que ha sido rehabilitado. Se encuentra en el centro histórico de Alicante, hoy a pocas calles de la explanada de España y destaca por ser el único hotel de 5 estrellas en la ciudad de Alicante que admite mascotas.		
REGULACIONES PARA PERROS		
<ul style="list-style-type: none"> • Limitación de peso – 35kg • Restricciones dentro del hotel <ul style="list-style-type: none"> ○ No se permite dejar a los canes solos en las habitaciones. ○ No pueden acceder a las áreas de restauración. ○ No deben ir nunca sueltos. 		

NOMBRE	Casa Alberola Alicante, Curio Collection by Hilton.	****
LOCALIZACIÓN	C. Canalejas 1, 03001 Alicante	
VALORACIÓN BOOKING.COM	8.9	
DESCRIPCIÓN		
El Hotel Casa Alberola se sitúa en un edificio neoclásico decorado de forma sencilla y minimalista, cerca del puerto de Alicante y su respectiva explanada de España. Se debe tener en cuenta, que en el establecimiento solo permite el acceso a aquellas personas mayores de 16 años.		

REGULACIONES PARA PERROS	
<ul style="list-style-type: none"> • Suplemento de 30€ por limpieza adicional • Límite de tiempo para dejar el perro en la habitación sin supervisión. • Momento de liberación, limpieza inmediata • Recomendación de tamaño del perro dependiendo de la habitación elegida. 	

NOMBRE	NH Alicante	****
LOCALIZACIÓN	C. De México 18, 03002 Alicante	
VALORACIÓN BOOKING.COM	8.4	
DESCRIPCIÓN		
<p>el hotel NH Alicante se encuentra en un edificio moderno dentro del polígono Babel, cerca de Benalúa y a 30 minutos a pie del centro histórico y a 10 minutos en coche, es decir, un poco apartado del centro de alicante.</p>		
REGULACIONES PARA PERROS		
<ul style="list-style-type: none"> • Sin información. 		

NOMBRE	Hotel Almirante	***
LOCALIZACIÓN	C. Rafael Altamira 7, 03002 Alicante	
VALORACIÓN BOOKING.COM	8.5	
DESCRIPCIÓN		
<p>El Hotel Almirante, situado en un edificio modernos, localizado cerca de la playa de San Juan, cuenta con habitaciones diseñadas de forma individual, entre ellas, la habitación denominada panorama, el grand loft y la premium, entre otros.</p>		
REGULACIONES PARA PERROS		
<ul style="list-style-type: none"> • Recargo diario • No pueden quedarse solos en las habitaciones • No se permiten en las áreas de restauración • Siempre acompañados y atados con correa • Cartilla veterinaria al día • Habitaciones específicas para perros • Razas pequeñas o medianas 		

NOMBRE	Hotel Boutique Calas de Alicante	***
LOCALIZACIÓN	Avenida de la Costa, 22ª, 03540, Alicante	
VALORACIÓN BOOKING.COM	8.5	
DESCRIPCIÓN		
<p>El Hotel Boutique Calas de Alicante se sitúa en el Cabo de la Huerta de Alicante y se caracteriza por tener una temática medieval, estando las habitaciones reformadas en un estilo vanguardista.</p>		

REGULACIONES PARA PERROS

- Atados en el recinto hotelero y restaurante
- Suplemento de 15€
- No deben estar solos en las habitaciones cuando se realiza la limpieza, razonamiento de dicha norma es para que no puedan escaparse.
- Un pasillo específico para las habitaciones aptas para perros

NOMBRE	Hotel Maya Alicante	***
LOCALIZACIÓN	C. Canónigo Manuel L.Penalva, 2, 03002, Alicante.	
VALORACIÓN BOOKING.COM	8.2	
DESCRIPCIÓN		
El Hotel Maya situado cerca de la playa del Postiguet y, también, del museo Arqueológico de Alicante (MARQ), tiene buena accesibilidad para llegar al Casco Antiguo de Alicante y unas increíbles vistas al Castillo de Santa Bárbara.		
REGULACIONES PARA PERROS		
<ul style="list-style-type: none"> • Recargo por limpieza • Limitación de peso 		

NOMBRE	B&B Hotel Alicante	***
LOCALIZACIÓN	C. Bélgica, 1, 03008 Alicante	
VALORACIÓN BOOKING.COM	7.7	
DESCRIPCIÓN		
Situado en un moderno y gran edificio, encontramos en Hotel B&B de Alicante, siendo esto una cadena que se caracteriza por ser de bajo coste, ofreciendo una buena oferta calidad-precio, comodidad y simplicidad en las habitaciones y funcionalidad gracias a su localización cerca del aeropuerto de Alicante-Elche.		
REGULACIONES PARA PERROS		
<ul style="list-style-type: none"> • Firma de la política de mascotas, aceptando su cargo extra por limpieza. 		

NOMBRE	Campanile Alicante	***
LOCALIZACIÓN	C. Nadadora Carmen Soto 1, 03008 Alicante	
VALORACIÓN BOOKING.COM	7.6	
DESCRIPCIÓN		
El hotel Campanile Alicante, se encuentra entre el barrio de Benalúa y el polígono Babel, es decir, cerca del aeropuerto de Alicante, haciéndolo muy accesible para el turismo de negocios. Además, se caracterizan por ser un establecimiento moderno y cómodo, para familias.		
REGULACIONES PARA PERROS		
<ul style="list-style-type: none"> • Recargo de limpieza por 10€ por limpieza especial • No tiene permitido entrar al restaurante 		

NOMBRE	Daniya Alicante	***
LOCALIZACIÓN	Avenida de Dénia, 133, 03015, Alicante.	
VALORACIÓN BOOKING.COM	7.5	
DESCRIPCIÓN		
Situado en el distrito de Vistahermosa, cerca de una de las entrada de Alicante, y en un edificio moderno, el Hotel Daniya Alicante, se especializa en la recepción de familias, ofreciendo un precio bajo y la posibilidad de media pensión o pensión completa.		
REGULACIONES PARA PERROS		
<ul style="list-style-type: none"> Sin información. 		

NOMBRE	Wayteko Boutique Hotel	**
LOCALIZACIÓN	Av. Catedrático Soler, 28, 03008 Alicante	
VALORACIÓN BOOKING.COM	8.4	
DESCRIPCIÓN		
Este establecimiento cuenta con 10 habitaciones, caracterizándose como un establecimiento pequeño. Ahora bien, al estar situado en Benalúa, tiene una buena conectividad y permite acceder a todo, teniendo la playa más cercana a 20 minutos andando.		
REGULACIONES PARA PERROS		
<ul style="list-style-type: none"> Recargo por noche Permiso de todo tipo de perros 		

NOMBRE	Estudiotel Alicante	**
LOCALIZACIÓN	C. Poeta Vila Blanco, 4, 03003 Alicante	
VALORACIÓN BOOKING.COM	8.2	
DESCRIPCIÓN		
Este alojamiento se encuentra en el centro de Alicante, cerca de la Avenida Maisonnave y del Corte Inglés, permitiendo esto una buena conectividad tanto con bus o tren para ir a las afueras de Alicante como la posibilidad de ir andando de compras y a la playa.		
REGULACIONES PARA PERROS		
<ul style="list-style-type: none"> Sin información. 		

NOMBRE	Hotel Cervantes	**
LOCALIZACIÓN	C. del Médico Pascual Pérez, 19, 03001 Alicante	
VALORACIÓN BOOKING.COM	7.9	
DESCRIPCIÓN		
El Hotel Cervantes, situado en un edificio en el centro de Alicante, se encuentra a poca distancia del Teatro Principal de Alicante, estando un poco más lejos la explanada de España y la playa del Postiquet.		

REGULACIONES PARA PERROS

- Sin información.

NOMBRE	Hotel Alamo	**
LOCALIZACIÓN		
VALORACIÓN BOOKING.COM	7.3	
DESCRIPCIÓN		
Dicho hotel, que obtuvo su licencia como hotel en el año 1947, ha trabajado durante generaciones para proporcionar unas instalaciones bajo la metodología Feng Shuei y con un carácter oriental. Este se sitúa en el centro de Alicante, cerca del puerto y de la playa del Postiguet.		
REGULACIONES PARA PERROS		
• Sin información.		

NOMBRE	Hotel Torre San Juan	**
LOCALIZACIÓN	Calle l'Horta, 1, 03550 San Juan de Alicante, Alicante.	
VALORACIÓN BOOKING.COM	6.7	
DESCRIPCIÓN		
El Hotel Torre San Juan, se encuentra en una antigua finca alicantina y al contar únicamente con 26 habitaciones, se caracteriza por dar importancia y prioridad al cliente que se hospeda en el. Este se ve rodeado de jardines y tranquilidad, para poder disfrutar de una calmada estancia.		
REGULACIONES PARA PERROS		
• Sin información.		

NOMBRE	Ibis Hotel Alicante	*
LOCALIZACIÓN	C. Bélgica, 3A, 03008 Alicante	
VALORACIÓN BOOKING.COM	7.8	
DESCRIPCIÓN		
Este se caracteriza por ser un hotel económico y el único de 1 estrella que admite mascotas en su establecimiento. Asimismo, se encuentra en el paseo marítimo, cerca del parque El Palmeral y del aeropuerto de Alicante-Elche.		
REGULACIONES PARA PERROS		
• Sin información.		