

Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Turismo

Nuevas tendencias en turismo: Viajar con mascotas

Contexto y significado



Tesista: Fabiani, María Victoria

Legajo: 59343/8

Mail: victoriafabiani@gmail.com

Diciembre 2016

Director: Ferrari, Héctor Ricardo

Hasta que no hayas amado un animal,
parte de tu alma estará dormida.

Anatole France.

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer principalmente a mi familia quienes han sido mi sostén durante mi paso por esta Facultad.

A mis amigas: Paula, Marianela, Florencia y Ana, las que han sabido acompañarme en los momentos más difíciles y con las cuales compartí tan agradables experiencias.

A la Universidad Nacional de La Plata, en la cual tuve el privilegio de formarme desde la etapa pre-escolar y, a esta Alta Casa de Estudios por su excelencia académica para mi formación profesional. A los profesores por su dedicación durante toda la carrera.

Especialmente a mi director, Héctor Ricardo Ferrari, quien desinteresadamente supo guiarme para el desarrollo de este trabajo de investigación.

INDICE DE CONTENIDOS

AGRADECIMIENTOS.....	3
INDICE DE CONTENIDOS.....	4
CAPITULO 1:	6
INTRODUCCIÓN.....	6
1. INTRODUCCION:	7
1.1. FUNDAMENTACIÓN	8
1.2. METODOLOGIA	9
1.3. OBJETIVOS.....	10
CAPITULO 2:	11
MARCO TEÓRICO.....	11
2. MARCO TEORICO	12
2.1. Antecedentes del turismo	12
2.2. El sistema turístico	14
2.2.1. Los subsistemas del sistema turístico.....	15
CAPITULO 3:	20
RELACIÓN HUMANO-ANIMAL	20
3. RELACION HUMANO-ANIMAL.....	21
3.1. Efectos de la compañía de animales en los humanos:	22
CAPITULO 4:	25
MARCO LEGAL DE REFERENCIA	25
4. MARCO LEGAL DE REFERENCIA	26
4.1. Requisitos para el traslado de animales	26
4.2. Traslado de mascotas en avión.....	26
4.3. Traslado de mascotas en auto	27
4.4. Legislación vigente de zoonosis.....	29
CAPITULO 5:	30
ENCUESTAS	30
5. ENCUESTA DE VIAJES Y MASCOTAS.....	31
5.1. Análisis de las encuestas	31
5.2. Segmento que viaja acompañado por su mascota	38
5.4. Resultados de las encuestas (perfil de las personas)	45
CONCLUSIONES FINALES	46
RECOMENDACIONES.....	48
BIBLIOGRAFIA:	49

ANEXO 1	51
ENCUESTA DE VIAJES Y MASCOTAS	51
ANEXO 2	55
ANÉCDOTAS DEL VIAJE CON LA MASCOTA	55
ANEXO 3	59
ANÉCDOTAS DE REENCUENTRO LUEGO DEL VIAJE	59

CAPITULO 1:

INTRODUCCIÓN

1. INTRODUCCION:

Esta investigación, aborda el Turismo con mascotas, entendiéndolo como aquella tendencia turística cuya principal actividad gira alrededor del tiempo de ocio en compañía de mascotas, especialmente perros y gatos. El objetivo del trabajo es analizar esta tipología de turismo en nuestro país, buscando el porqué existe la necesidad de viajar en compañía de mascotas y cuál es su sentido. Suponiendo que existen distintos segmentos de personas a las cuales las mascotas les influyen el viaje, se distinguen al menos tres posibles situaciones.

Por un lado, aquellos que viajan acompañados por su animal doméstico porque les genera un sentimiento de culpa el dejar solo a su animal. El sentimiento de culpa está influido por factores sociales, culturales, religiosos, familiares y personales, y puede surgir por diferentes razones (Rojas Marco, 2010).

Por otro lado, los que viajan acompañados por su mascota porque son considerados como un miembro más del grupo familiar y, por lo tanto, merecedora/protagonista/necesitada del esparcimiento.

Por último, los que consideran la interacción con su mascota como parte del disfrute que desean para sí en esas vacaciones.

También se considerará a los que no viajan por no dejarla. En este caso se anticipan tres posibles sentidos: los que desean vacacionar, pero no tienen donde poder dejar, confiadamente, a sus animales; los que desean vacacionar, pero el comportamiento y/o la salud del animal dificultarían su viaje y, aquellos que desean vacacionar, pero los destinos preferidos no ofrecen facilidades para sus animales de compañía/mascota.

Este tipo de turismo, al que se llama "Pet Friendly", en español "amistoso con las mascotas", se ha incrementado a lo largo de los últimos años, debido a que la mascota es considerada como parte de la familia para los que la poseen. Como afirma Lis (1998), en la sociedad moderna, la actitud hacia los perros es de total humanización, hasta el punto de brindarles mayores cuidados que a los seres humanos, que se refleja en los productos que muchos dueños adquieren para sus perros. Lo que parece responder más a las necesidades de los dueños más que a las de los perros.

Las mascotas pueden ser una parte importante de la vida, y ocupar un sitio especial en el universo afectivo del propietario/tenedor. Una mascota puede ser vista como un compañero fiel, siendo una parte integral de la vida hogareña y del programa diario de su dueño/tenedor. Una mascota puede ser interpretada como generador de amor incondicional que muchas personas, no pueden obtener de nadie más. Por esto son reconocidos los sentimientos y emociones que las personas poseen para con los animales domésticos.

Las emociones pueden ser consideradas como la reacción inmediata del ser vivo a una situación que le es favorable o desfavorable; es inmediata en el sentido de que está condensada y, por así decirlo, resumida en la tonalidad sentimental, placentera o displacentera, la cual basta para poner en alarma al ser vivo y disponerlo para afrontar la situación con los medios a su alcance. Los sentimientos, en cambio, son la expresión mental de las emociones; es decir, se habla de sentimientos cuando la emoción es codificada en el cerebro y la persona es capaz de identificar la emoción

específica que experimenta: alegría, pena, rabia, soledad, tristeza, vergüenza (Yankovic, 2011). Es en esta esfera de lo emocional que se buscará, a partir de lo dicho por los entrevistados en este trabajo de investigación, dar explicación a las decisiones tomadas.

En general, el turista de hoy viaja en búsqueda de descanso, tranquilidad, relajación en contraposición al tiempo estresante del trabajo. Se busca el bienestar personal, percibiendo el viaje como una necesidad para la recuperación física de la persona. Es decir se puede ubicar al turista en la base de la pirámide de Maslow, al satisfacer la necesidad fisiológica del descanso (Wenge, 2007).

Además, se reconoce que el fenómeno de viajar es abordable desde distintas perspectivas o interpretaciones, una de ellas es la que toma Gorgone Pampín (2014): perspectiva antro-psicológica, donde se pueden revelar cuestiones del viaje que muchas veces no son conscientes.

A diferencia de países como Alemania y España, que tienen en su agenda de prioridades en materia de desarrollo turístico, la implementación de legislación y normativas con fines inclusivos de mascotas de compañía en las actividades turísticas (Soria Nuñez, 2014), Argentina en la actualidad no tiene leyes que reglamenten específicamente este tipo de turismo.

Por otro lado, cada vez son más los lugares turísticos de nuestro país donde se ajustan a este tipo de demanda y son aceptadas las mascotas (en su mayoría perros), en alojamientos, bares y restaurantes, distinguiéndose como ambientes "Pet Friendly". Los espacios Pet Friendly, ya es frecuentes observarlos en distintos países tales como Francia, uno de los más reconocidos al igual que Estados Unidos (Planificar las vacaciones con mascotas incluidas, 2012).

Para el análisis de la relación existente entre el turismo y las mascotas se toma como punto de partida el surgimiento de nuevos perfiles de viajeros, en especial, 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, nos interesa como condiciona el destino, el alojamiento elegido y el transporte (De la Rosa, Porras, Ramon Vilarasau, Hinojosa, Vargas y Canalis, 2014).

1.1. FUNDAMENTACIÓN

Cada vez son más las personas que poseen mascotas domésticas a su cuidado. Según la Encuesta Nacional de Mascotas (2011), el 78% de los argentinos tiene mascotas en su casa, en su mayoría perros (63%) y en menor medida gatos (26%), a los cuales se los considera miembros de la familia. Argentina es el país de América Latina con mayor penetración de mascotas en hogares, con 9 millones de perros y 3 millones de gatos. El perro es la mascota preferida de los argentinos: en 1 de cada 3 hogares donde hay perro, tienen más de uno. Los datos confirman que las mascotas argentinas son tan familiares y caseras como sus dueños: el 70% de los perros pasa la mayor parte del tiempo dentro de la casa, o vive exclusivamente en ella, mientras que en el caso de los gatos, los porcentajes son levemente más bajos, alcanzando un 46% de felinos que viven exclusivamente dentro del hogar. De esta manera, queda evidenciada la tendencia de humanización de las mascotas que comparten el techo y costumbres del hogar con sus dueños. Las mascotas son consideradas como "un integrante más de la familia", e incluso en algunos casos, hasta como "un hijo" (Millward Brown, 2011). Los dueños de perros valoran principalmente el cariño que brindan sus mascotas, pero también que cuiden a la

familia y que jueguen, agregando atributos de seguridad y entretenimiento a la relación con sus mascotas. Entre aquellas personas que tienen gatos, el vínculo emocional más fuerte se manifiesta con las mujeres y los más jóvenes.

Según estos datos cada vez hay más mascotas por lo que sus propietarios invierten mayor dinero en ellas. Ya no es suficiente brindarles una adecuada alimentación, también se interesan por una cobertura de salud ofrecida en una veterinaria, hasta por los adornos para lucir elegantes (según la mirada del propietario/tenedor) al momento de tomar un paseo.

Así, se puede afirmar que cada vez son más las personas que conviven con mascotas y el rol importante que cumplen en la vida de cada familia.

Teniendo en cuenta lo anterior y, considerando que vivimos en un mundo en donde la velocidad de los cambios en los hábitos y costumbres de los individuos es mayor cada año, la presente investigación propone un nuevo abordaje teórico para la tendencia de viajar con mascotas y la necesidad de los turistas para realizar este tipo de viajes.

A partir de esta nueva mirada, se proponen contribuciones con el sector turístico para comprender las nuevas necesidades y demandas de este grupo de clientes, contextualizar este fenómeno con tendencia en alza, mejorar el mercado en su oferta de productos y servicios innovadores para la inclusión de mascotas y, de esta manera, ayudar a aquellas empresas interesadas en explotar un segmento que aún, en la mayoría de los casos, no es considerado.

1.2. METODOLOGIA

Este trabajo se constituye como una investigación cualitativa de carácter exploratorio. Fundamentada en la documentación, el análisis y la revisión de la información recopilada relativa al tema objeto de estudio, es decir, el rol que juegan las emociones y los sentimientos de las personas al momento de decidir viajar acompañado por su mascota y no optar por dejarlo en guardería o al cuidado de un tercero, para establecer un marco conceptual y un marco teórico que contextualice el caso. El enfoque cualitativo utiliza la recolección de datos sin medición numérica, para descubrir o afinar preguntas de investigación. En la mayoría de los estudios cualitativos no se prueban hipótesis sino que se van generando durante el proceso. En este enfoque “la recolección de datos consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes (sus emociones, experiencias, significados y otros aspectos subjetivos)” (Hernández Sampieri ,2006).

Los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes. Este tipo de estudios nos sirven para aumentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto particular de la vida real, investigar problemas del comportamiento humano que consideren cruciales los profesionales de determinada área, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones posteriores o sugerir afirmaciones verificables (Dankhe, 1986).

Se realizó un muestreo intencionado de un grupo de aproximadamente 400 personas –observadas como potenciales viajeros acompañado por su mascota-, en parques públicos, plazas, y en grupos de viajeros por internet, mediante encuestas con

preguntas abiertas y cerradas, con el objetivo de recolectar datos acerca de las necesidades y motivaciones que llevan a viajar acompañado de un animal doméstico.

1.3. OBJETIVOS

Objetivo General:

- Comprender y conceptualizar el fenómeno actual de viajar con perros y gatos, en Argentina, como así también su sentido, entendiendo que estos animales son considerados integrantes del entorno familiar.

Objetivos Específicos:

- Definir las características del perfil del turista argentino que viaja con mascotas.
- Enumerar los motivos por los cuales, determinado tipo de turistas, deciden realizar o no viajes de turismo acompañados de sus mascotas.
- Analizar la legislación nacional vigente relacionada con las mascotas de familia y los viajes.
- Indagar la tendencia de viajar con mascotas a nivel nacional e internacional.
- Indagar a veterinarios sobre el número, tipo y resolución de consultas referidas a viajes con animales.

CAPITULO 2:
MARCO TEÓRICO

2. MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes del turismo

En los últimos años, nuestro país está viviendo un notable auge turístico. Para Bertoncello (2006) esto es observable tanto el incremento de la llegada de turistas internacionales como en la diversificación de los lugares de destino y en la variedad de los distintos productos turísticos. Esta situación ha llevado al creciente interés por estudiar el turismo, lo que se refleja además en cuestiones de análisis geopolítico, entre otras razones por la evidencia de profundos cambios que se reconocen en el mapa turístico argentino en las últimas décadas.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a destinos que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios o profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con las actividades que ellos realizan, alguna de las cuales implican un gasto. Esto tiene efectos en la economía, en el entorno natural, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. El turismo, genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados (y más allá de los mismos), fundamentalmente debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y prestarse. En el análisis económico del turismo, se debe distinguir entre la “contribución económica” del turismo -que se refiere al efecto directo del turismo y que se puede medir mediante la Cuenta Satélite de Turismo (CST)-, y el “impacto económico” del turismo, que es un concepto mucho más amplio que encapsula los efectos directos, indirectos e inducidos del turismo.

Refiriéndose al impacto visible que ha tenido la actividad turística en el último tiempo, Jafar Jafari (2005), expresa que los trabajos y perspectivas desarrolladas pueden clasificarse en cuatro grupos, cada uno de ellos indica una cierta posición teórica; el autor denomina estas perspectivas como “plataformas”. Éstas han ido apareciendo por orden cronológico y cada una en continuidad y oposición con la anterior pero sin reemplazarla. Actualmente cada una de estas plataformas continúa existiendo:

-Plataforma Apologética - Lo bueno del turismo: (1960). Esta primera plataforma apareció como resultado del esfuerzo de una serie de individuos e instituciones, interesadas en los aspectos económicos del turismo. Expresaron que el turismo es una industria intensiva en trabajo y que beneficia a muchos sectores económicos, que es una alternativa viable para muchas comunidades y países, generando divisas para mejorar su participación global. Destaca ciertos atributos del turismo: preserva el entorno natural y cultural, revive tradiciones, contribuye activamente a mantener espectáculos culturales, y facilita la comunicación intercultural y las expectativas de paz mundial.

-Plataforma Precautoria – Lo malo del turismo: (1970). Con el correr del tiempo, algunas observaciones puntuales comenzaron a cuestionar la plataforma apologética. Esta nueva visión se transformó durante la década de 1970 en la Plataforma Precautoria. Algunos miembros de la comunidad científica, algunas instituciones públicas y privadas preocupadas con la protección de las culturas y la naturaleza, contribuyeron a la difusión de esta plataforma precautoria o premonitoria. Su mensaje no se limitó a la falta de beneficios económicos, sino que se amplió a cosas como que la industria genera empleos mayoritariamente estacionales y de baja calificación; que

beneficia tan sólo a las grandes empresas y corporaciones; que destruye la naturaleza y sus recursos; que convierte en mercancías a personas y culturas; que desequilibra la estructura de las sociedades de acogida. Esta segunda posición abarca un terreno que va desde el total rechazo de la plataforma anterior hasta la toma de conciencia sobre las consecuencias no deseables de la actividad turística.

-Plataforma Adaptativa – El cómo del turismo: (1980). La mayoría de los debates entre las plataformas apologética y precautoria giraban alrededor de los impactos de la industria, por lo que se puede argumentar que algunas formas alternativas o tipos adaptativos de turismo podrían tener menores o más escasas repercusiones negativas que otras opciones. Por esta razón se comenzó a prestar atención a estas formas de desarrollo alternativo. Esta posición ayudó a la aparición de una tercera plataforma durante los ochenta, la Plataforma Adaptativa. Formada con los conocimientos de las dos plataformas anteriores, esta tercera posición favorece aquellas formas de turismo que son especialmente respetuosas con las comunidades locales y su entorno sociocultural, así como con el medio natural en que se mueven. Además, plantea proporcionar a los turistas nuevas opciones y experiencias gratificantes, estas experiencias fueron llamadas turismo alternativo: agroturismo, ecoturismo, turismo cultural, turismo verde, turismo rural, etc. En general, la Plataforma Adaptativa mantiene que esas modalidades giran en torno a las comunidades, emplean recursos locales, son sencillas de gestionar, no son destructivas, al contrario, benefician al turista y la comunidad local por igual e incluso mejoran la comunicación entre estos dos. El turismo adaptativo, se presenta como una alternativa al turismo de masas.

-Plataforma Científico-Técnica – El porqué del turismo: (siglo XX). Surgió durante la última década del siglo XX. Formada por miembros de la comunidad académica e investigadora, trató de dotarse de una fundamentación científica y, al mismo tiempo, de mantener las vías de comunicación con las otras tres plataformas anteriores. Esta plataforma basada en la ciencia estudia sistemáticamente la propia estructura del turismo; lo coloca en continuidad con diversos campos de investigación o disciplinas; define su lugar en el contexto multidisciplinar amplio que la genera y la acomoda; examina sus funciones a escala personal, grupal, empresarial, gubernamental y sistémica; identifica los factores que influyen y son influidos por el turismo. Todo ello contribuye a un tratamiento global del turismo, no sólo de sus impactos. El objetivo de esta plataforma es “la formación de un cuerpo científico de conocimientos sobre el turismo” (Jafar Jafari, 2005). Con tales desarrollos procesuales casi simultáneos en su progreso, las definiciones iniciales del turismo, generalmente preocupadas con el número de kilómetros viajados, motivos de viaje y dinero gastado (una orientación típica de la Plataforma Apologética), han evolucionado continuamente. Este cambio ha favorecido definiciones más totalizadoras que deberían incluir, entre otras cosas, referencias a los sistemas generadores y receptores, su interdependencia y el texto y contexto totales que aseguran su vitalidad. Por ejemplo, el turismo puede ser definido como el estudio de las personas fuera de su hábitat habitual, del aparato y las redes turísticas y de los mundos ordinarios (cotidianos) y no ordinario (turísticos) en su relación. Estas otras definiciones semejantes se proponen abandonar las nociones anteriores más atentas a la medición del tráfico turístico o su magnitud económica, para pasar a considerarlo como un sistema total del que la economía no es más que una de las dimensiones significativas.

La presente investigación pretende basarse principalmente en esta última plataforma que presenta el autor Jafar Jafari (2005), tomando en cuenta todas las dimensiones de la actividad.

En torno a los viajes que se realizan como una de las formas de aprovechar el tiempo libre, se ha generado un importante número de actividades que, como muchas otras, no fueron programadas previamente, tal como lo expresa Boullón (2006). Su existencia se debe a un movimiento espontáneo por el cual la iniciativa privada, primero, y el poder público después, fue resolviendo las necesidades de los viajeros al incorporar cada vez un mayor número de servicios destinados a aumentar el confort del turista y a multiplicar sus oportunidades de diversión. Así, alrededor del turismo, se ha ido formando una trama de relaciones que caracterizan su funcionamiento. Esas relaciones forman un sistema. (OMT, 2005).

A partir de lo mencionado se va a tomar como supuesto que los segmentos del turismo cambian permanentemente, y se tendrá en cuenta el grupo de personas que viaja o está dispuesta a viajar acompañados de su mascota, para analizar si la mascota está realmente integrada en el sistema turístico. Considerando que este grupo de personas tienen necesidades nuevas y requieren de nuevas modalidades de turismo.

Por otro lado, Cammarata (2006) afirma que el turismo es un fenómeno socioeconómico, definiéndolo como la mercantilización del tiempo libre, y que se encuentra en constante transformación debido a la fuerte competitividad de los mercados y las exigencias de la demanda. Las empresas pasan de ser generalistas a ofrecer productos específicos a distintos segmentos de clientes. Por esta razón se analizara el segmento de los viajeros acompañados por sus mascotas para verificar si los mismos son atendidos con productos y servicios específicos atentos a satisfacer sus necesidades específicas.

2.2. El sistema turístico

Entendiendo al turismo como un sistema abierto que se relaciona con el medio ambiente, puede ser explicado como un conjunto amplio de actividades y actores. Para Varisco (2013), este sistema está conformado por cinco subsistemas: la oferta turística, la demanda turística, la infraestructura, la superestructura y la comunidad receptora. Para Boullón (2006), está formado por la demanda turística, la oferta turística, el proceso de venta, el producto turístico, la planta turística y los atractivos, la infraestructura, la superestructura y por último, el patrimonio turístico; coincidiendo en algunos elementos con Varisco (2013).

El sistema turístico es de tipo abierto, porque tiene fuerte relación con el ambiente. En términos generales, los insumos que ingresan al sistema desde el ambiente son energía, materiales e información. Estos insumos son procesados por el sistema turístico generando una exportación al ambiente que consiste en productos o servicios que satisfacen las necesidades y expectativas de la población. Dado que estos procesos están en permanente cambio, el sistema es dinámico (Molina, 1991 en Varisco, 2013).

El producto turístico es una combinación de elementos de la oferta que satisfacen la necesidad de la demanda, en respuesta a sus expectativas y motivaciones. Puede ser global, y caracterizar al destino turístico, o empresarial, y unir de manera vertical un subconjunto de servicios. El producto puede ser creado por el

cliente, los prestadores de servicios, los tour operadores o los entes públicos (Altés Machín, 1993 en García, 2012).

Para el caso del análisis de las personas que deciden emprender viajes con sus animales domésticos de compañía, se supone escasa oferta de productos y servicios direccionados a intentar satisfacer las necesidades de este segmento de mercado, no dando una total respuesta a sus demandas, lo que refuerza la postura de esta investigación al considerar un segmento del mercado que no está siendo atendido según sus exigencias específicas.

2.2.1. Los subsistemas del sistema turístico

Varisco (2013) considera cinco subsistemas dentro del considerado sistema abierto turístico. El primero de ellos es la demanda turística, integrado por el número de personas que viajan o desean viajar para utilizar instalaciones y servicios turísticos lejos de sus lugares de trabajo o residencia (Mathieson, 1990; en Varisco, 2013); la autora, incluye en esta definición tanto la demanda real o efectiva como también la demanda potencial (considerada como el segmento que estaría interesada en viajar a un determinado destino). También la autora incluye los cambios en la demanda y la manera en que surgen nuevos segmentos de mercado.

Boullón (2006), también considera al turismo como un sistema el cual se encuentra integrado de diferentes partes, concordando con la anterior autora, éste identifica a la demanda turística como el primero de ellos, definiéndola como la contabilización del total de turistas que concurren a una región, zona o país, y a los ingresos que esta genera. Expresa que al realizar un estudio completo hay que analizar la demanda real, o sea la cantidad de turistas que hay en un momento dado en un lugar dado, y la suma de bienes y servicios solicitados efectivamente por los consumidores en ese lugar durante el tiempo de su estadía; también se debe analizar el turista real-consumidor potencial, refiriéndose a los gastos adicionales que puede realizar durante su estadía; a la demanda histórica, definida como el registro estadístico de las demandas reales ocurridas en el pasado, y el análisis de sus variaciones y tendencias para deducir el ritmo de su evolución; la demanda futura, que es el cálculo para proyectar su probable crecimiento, estancamiento o decrecimiento durante un periodo de tiempo determinado a partir del presente; y por último la demanda potencial, es decir la que podría obtenerse desde una plaza de mercado emisor no conquistada, hacia otra plaza de mercado receptor, y también los incrementos adicionales que podrían conseguirse de la demanda.

Los viajeros acompañados por sus mascotas son un nuevo segmento con preferencias de consumo diferenciadas, al incluir a sus mascotas en sus prácticas turísticas, como restauración, alojamiento, transporte, recreación, etc. Se puede colocar a este grupo de personas dentro de lo que Boullón (2006) y Varisco (2013) denomina demanda potencial, considerada por los autores como una plaza de mercado aún no conquistada.

Otro de los subsistemas o partes que identifican los autores es la oferta turística, De la Torre (1980, en Varisco, 2013) la define como el conjunto de bienes y servicios puestos en el mercado y la clasifica en primaria y complementaria: la primera está integrada por los recursos turísticos y la segunda, por las empresas que componen el equipamiento turístico y los eslabones. Para Boullón (2006) la oferta turística es la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado y por un periodo dado, y destaca que para que un servicio turístico se convierta en oferta turística, es imprescindible que el consumidor potencial conozca su

existencia, sino no cumpliría el requisito de entrar al mercado consumidor por un período determinado.

Para el segmento de turistas estudiado, la oferta turística sería todos aquellos productos y servicios turísticos puestos a disposición del cliente y que sean de su claro conocimiento, la misma debería satisfacer las necesidades específicas de este segmento, por ejemplo los alojamientos o restaurantes conocidos como Pet Friendly.

Siguiendo el lineamiento de la oferta turística, Altes Machin (1993), identifica diferentes elementos componentes de la misma: recursos, servicios y equipamientos, producto turístico, precio y comercialización: los mismos se detallaran aparte para su mejor comprensión:

-Recurso: considera la materia prima del producto turístico, distingue los recursos vinculados a la naturaleza, la cultura, la historia, los recursos creados y otros. Coincidiendo con este lineamiento, Varisco (2013) expresa que los recursos o atractivos turísticos han sido considerados la materia prima de la actividad debido a que son los elementos de la cultura o la naturaleza con atributos para motivar a los visitantes que lo conozcan y generar la corriente turística.

-Servicios y Equipamiento: éstos permiten la explotación del recurso turístico y hacen posible que el visitante disfrute del destino y cubra sus necesidades básicas en el mismo. Pueden nombrarse a modo de ejemplo de servicios turísticos, los servicios de alojamiento, gastronómico, transporte, información turística, etc. Dentro de equipamientos se incluyen: señalética, caminos, etc. Para Varisco (2013) el equipamiento está conformado por el conjunto de establecimientos que brindan servicios básicos: alojamiento, gastronomía, transporte, agencias y operadores mayoristas de viajes, balnearios y actividades recreativas. También incluye aquí los servicios no característicos que satisfacen las necesidades de los residentes y son utilizados por los turistas como el comercio y otros servicios. La delimitación de estas clasificaciones no es estricta, dado que existen situaciones en que un servicio básico puede convertirse por sus características en un recurso, como algunos spa o restaurantes muy característicos; también un conjunto de comercios puede transformarse en un atractivo de tipo centro comercial. Boullon (2006) considera a éstos como la planta turística (y como un elemento más del sistema) y establece que el equipamiento incluye todos los establecimientos administrados por la actividad pública o privada que se dedican a prestar los servicios básicos y define a las instalaciones todas las construcciones especiales cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas.

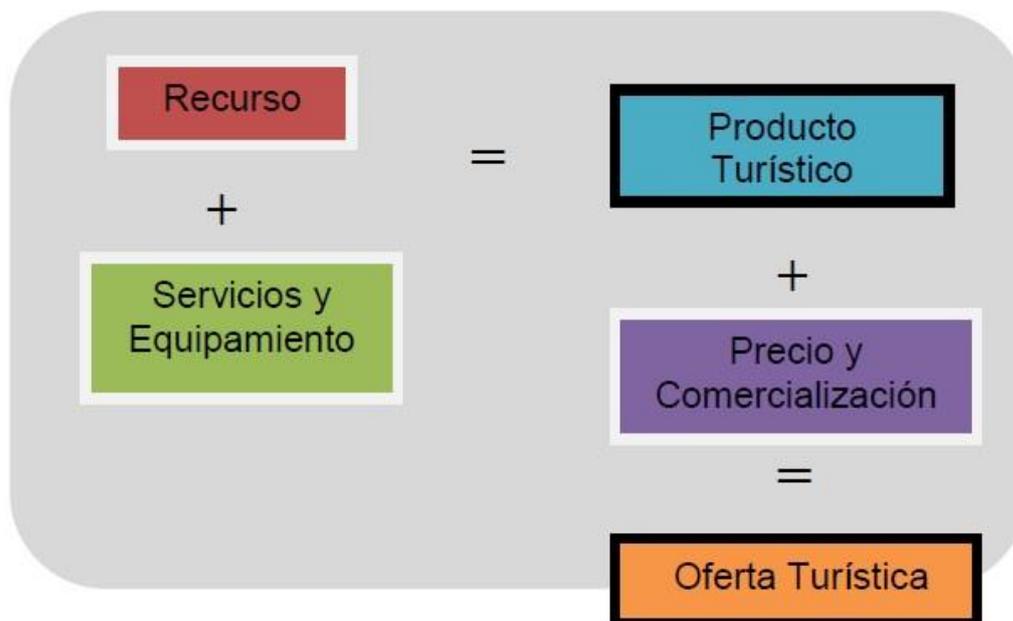
-Producto Turístico: definido como la combinación de recursos con servicios y equipamientos, satisface las motivaciones y expectativas de determinados segmentos de mercado.

-Comercialización: Considerando que el sector turismo pertenece al tercer sector de la economía, la comercialización en turismo es similar a la de cualquier servicio, que posee entre otras, la particularidad de su intangibilidad y de no poder acumular en un centro de almacenamiento su producción. Esta característica es compartida por todos los servicios, por lo que para la venta de esos servicios es sumamente importante tanto su comunicación como su distribución.

Boullon (2006), se refiere a la comercialización como un elemento más que integra el sistema turístico, llamándolo "proceso de venta" y define que es a través de este proceso de compraventa donde se realiza el encuentro de la oferta con la

demanda. Este proceso tiene la particularidad de que es el consumidor quien se desplaza al lugar geográfico en que se localiza la oferta y no al revés, como sucede generalmente con el resto de los productos, por eso es que el autor distingue plaza de mercado emisora y plaza de mercado receptora. Otra particularidad que destaca este autor es que en el turismo se comercializan servicios específicos y bienes que provienen de otros sectores.

Resumiendo lo anterior, la oferta turística es la conjugación de dos elementos: el producto turístico y su comercialización y, a su vez, el producto turístico se encuentra conformado por los recursos turísticos y los servicios y equipamientos. Viéndolo gráficamente:



Fuente: Altés Machín (1993), en García (2012).

Retomando los elementos que forman el sistema turístico, los autores reconocen como otro integrante a la infraestructura, Varisco (2013) la define como el conjunto de obras y servicios que sirven de base para el desarrollo de todas las actividades económicas, y en consecuencia, puede ser de uso específico del turismo, mencionando como ejemplo el transporte y la comunicación que han ejercido un rol fundamental en la historia del turismo. Si bien las empresas de transporte se incluyen dentro del equipamiento, este componente de la infraestructura sigue siendo determinante para el desarrollo turístico. Lo mismo ocurre con los medios de comunicación, dado que no solamente relacionan el centro emisor con el receptor, sino que construyen la imagen del destino.

Para Boullón (2006) la infraestructura es la dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas (incluyendo a la educación, los servicios de salud, la vivienda, los transportes, las comunicaciones y la energía). Coincidiendo con lo que Altés Machín (1993) llama equipamientos.

Por otro lado, estos autores mencionan como un elemento más del sistema turístico a la superestructura. Para Varisco (2013) está integrada por organismos públicos, privados y del tercer sector cuya finalidad es planificar, coordinar y controlar el funcionamiento del sistema turístico. La autora incluye en este apartado a los organismos gubernamentales vinculados de manera directa con la actividad turística,

como los Organismos Municipales de Turismo y demás organizaciones públicas de jurisdicciones provinciales y nacionales, y también organismos vinculados de manera indirecta como Secretarías de Cultura, Deportes o Producción.

Boullon (2006), indica que la superestructura se encuentra integrada por todos los organismos especializados, públicos y privados, encargados de optimizar el funcionamiento de cada uno de los elementos del sistema turístico, y modificarlo cuando sea necesario.

Se menciona, la importancia que tiene el sector público en el segmento de turistas estudiado en la presente investigación, se considera que cumplen un rol fundamental al estar bajo su responsabilidad la regulación de esta actividad para este segmento, para así evitar conflictos entre la parte oferente del servicio o producto turístico y la parte demandante del mismo.

Otro de los elementos que forman el sistema turístico para Varisco (2013), es la comunidad receptora, que puede considerarse el más reciente de los subsistemas en cuanto a su incorporación en los estudios del sistema turístico. La población local, que no participa de manera directa en el resto de los subsistemas, tiene fundamental importancia para el desarrollo local. Esta teoría, en su aplicación al turismo, se ocupa de analizar las condiciones en que el conjunto de la población puede mejorar su calidad de vida a partir de la actividad turística.

Tradicionalmente se ha estudiado la relación turistas y anfitriones, pero las investigaciones más recientes contemplan la importancia de la comunidad receptora para la planificación y gestión global del turismo (Monterrubio Cordero, 2009; en Varisco, 2013). Un indicador de esta creciente importancia, es la modalidad comunitaria, que caracteriza el turismo en pequeñas localidades con una fuerte implicancia de la comunidad local en todo el proceso de puesta en valor de recursos y prestaciones.

Siguiendo con estos dos lineamientos, se interpreta que en ningún momento es considerada la mascota de las personas que realizan turismo, es decir que los animales domésticos de compañía no se tienen en cuenta o no se incluyen dentro del Sistema Turístico. Sería de suma importancia incorporarlos a éste ya que las mascotas forman parte de la vida de las personas, quienes a su vez son consumidores de bienes y servicios turísticos, y a muchos de éstos no les gusta dejar solos o en residencias/guarderías a sus animales cuando se van de vacaciones, debiendo ser incluidos en la oferta.

Dado que existe una nueva demanda turística la cual no posee la oferta adecuada o, una oferta insuficiente para satisfacer sus necesidades al momento de realizar turismo acompañados por su mascota y, considerando que los animales domésticos son tratados cada vez más como otro miembro de la familia, lo que genera que cada vez sea mayor la demanda de una confección de viajes en la que se den facilidades y servicios exclusivos para ellos, se concluye que el mercado turístico con animales tiene una oportunidad única para el ingreso de capitales, por ser un mercado sin explotar, o explotado deficientemente, con escasez a la hora de atender la demanda de dichos servicios de viaje. Las únicas empresas que están teniendo en cuenta a esta demanda son las dedicadas al alojamiento.

Los dueños de animales que quieren viajar con ellos, estarían dispuestos a pagar lo necesario por los servicios, situación que debe ser tomada en cuenta en el sector turístico. La demanda crece, cada vez hay más mascotas en el país, según la Encuesta nacional de mascotas (2011), y es un nicho de mercado a tener en cuenta ya que las mascotas pueden convertirse en un punto con capacidad de influencia en las decisiones de compras de familiares. Se afirma que hoy, hacer viajes con animales fuera del país, supone varios inconvenientes debido a los estrictos controles y traslado, por lo que puede resultar más atractivo y factible viajar con la mascota por el propio país (Revista sociedad y tendencia, 2008).

CAPITULO 3:
RELACIÓN HUMANO-ANIMAL

3. RELACION HUMANO-ANIMAL

Partiremos del supuesto que los dueños de animales establecen fácilmente una relación de parentesco con sus mascotas; las consideran como parte de su familia, como un hijo o como un amigo muy especial. Frecuentemente las mascotas ocuparían un lugar muy importante en las vidas y actividades de sus dueños. Es por esta razón que analizaremos la evolución de la relación de los humanos con los animales.

Para los autores Gutiérrez, Granados y Piar (2007) las relaciones entre hombres y animales han sido variadas. En el transcurso de la historia los animales han sido utilizados como medio de trabajo, como fuente de alimento, como protección para el hogar, como modelos de investigación, como guía para personas discapacitadas y como fuente de afecto para sus dueños (Serpell, 2000 en Gutiérrez *et al*, 2007).

Inicialmente algunas investigaciones mostraron que las personas que convivían o tenían contacto con animales corrían riesgo de contraer de ellos diferentes tipos de enfermedades. Sin embargo distintos estudios demostraron que las zoonosis, todas aquellas enfermedades propias de los animales que incidentalmente pueden comunicarse a las personas, son prevenibles y que con las precauciones adecuadas tanto para las mascotas como para el dueño, estos riesgos se reducen a niveles de total seguridad (Hines y Fredrickson, 1998 en Gutiérrez *et al*, 2007). En la actualidad se reconoce que las mascotas representan un riesgo limitado para las personas con compromiso inmunitario, y que los beneficios que ofrecen a las personas son mayores que los peligros de zoonosis (Anderson, Reed, & Jennings, 1992).

Nuestras relaciones con los animales continúan estrechándose y evolucionando. Cambian con los tiempos en las diversas culturas. Son influenciadas por nuestra conveniencia, pero también el afecto que desarrollamos por ellos. Reflejan nuestra comprensión de una necesidad y obligación de protegerlos, pero también nuestra insensibilidad provocada por la conveniencia, ignorancia o ideología (Gutiérrez *et al*, 2007)

Los humanos con los animales creamos lazos, estas relaciones humano-animal no son de aparición reciente, su estudio científico sí lo es.

Los perros fueron los primeros animales domesticados, hace aproximadamente 14.000 años. Algunos investigadores sostienen que el perro fue domesticado inicialmente como mascota.

Un vínculo se caracteriza por una interacción afectiva especial y duradera con un individuo único, no intercambiable con otro (Ainsworth, 1991; Carrillo & Gutiérrez, 2000). Esa interacción muestra dos características: primero, mantener la proximidad con otro animal y restaurarla cuando ha sido interrumpida y, segundo, la especificidad del otro individuo, que supone su reconocimiento (Bowlby, 1969; Carter, 2005).

Aunque la mayor parte de los vínculos afectivos se desarrollan entre miembros de la misma especie, es posible su formación entre especies. Los perros desarrollan fuertes vínculos adultos, al igual que los lobos, su ancestro. En los perros, sin embargo, se ha observado una capacidad nueva, no común a muchas especies domésticas, la posibilidad de crear un fuerte vínculo afectivo con el hombre similar, o en ocasiones mayor, que con sus coespecíficos (Serpell, 2005; en Gutiérrez *et al*, 2007).

Es por este fuerte vínculo que las personas generan con los animales domésticos de compañía que se va a suponer que existe la necesidad de viajar junto a sus mascotas, para no cortar el vínculo generado y no tener un sentimiento de culpa por dejarlo. Además se supone que, debido a las relaciones que se forman entre humanos y animales, muchas mascotas disfrutan de beneficios muchas veces mayores de los que disfrutaban varios humanos.

3.1. Efectos de la compañía de animales en los humanos:

Para Gómez, Atehortua & Orozco, (2007), existen beneficios comprobados en el ser humano de estar en compañía con animales, las mascotas influyen de manera positiva en la salud y en el bienestar humano. Distintas investigaciones científicas han clasificado estos efectos en cuatro áreas específicas: terapéuticos, fisiológicos, psicológicos y psicosociales:

Efectos terapéuticos: Los animales, considerado por el autor como recurso terapéutico, pueden ser incluidos en los tratamientos como terapia asistida motivacional o como terapia física. La primera tiene como objetivo introducir a un animal de forma permanente o con una regularidad específica en el entorno de una persona, con el fin de permitir que se establezca una unión afectiva, utilizada en pacientes con síndrome de inmunodeficiencia adquirida (SIDA), enfermedad de Alzheimer y diversos trastornos psicológicos, también se ha implantado en hogares de tercera edad, cárceles, hospitales e instituciones psiquiátricas. Este tipo de terapias ha incrementado el porcentaje de supervivencia en enfermedades coronarias y pacientes con afecciones cardíacas. La terapia física es otra forma de obtener efectos terapéuticos a través de los animales, la forma más conocida es la equino terapia, la cual inició en Europa hace aproximadamente 50 años y rápidamente se ha ido extendiendo a innumerables países.

Efectos fisiológicos: La tenencia de mascotas es un factor protector para las enfermedades cardiovasculares, pueden modificar varios factores de riesgo: disminuye la presión arterial, reduce la frecuencia cardíaca, reduce la ansiedad y el estrés por la soledad, y se liberan endorfinas al acariciar la mascota. Los dueños de perros tienen una mayor actividad física en comparación con aquellos que no los poseen, y como consecuencia tienen en general una mejor salud.

Además, se han realizado estudios para determinar si la tenencia de gatos y perros (Meer, Toelle, Tovey y Marks, 2004; Hesselmar, Aberg, Eriksson y Bjorksten, 2000) puede influir sobre el desarrollo de enfermedades alérgicas. Los autores Meer *et al* (2004) concluyeron que tener un perro o un gato como mascota desde muy temprana edad y durante los primeros años de vida, es un factor protector contra las enfermedades alérgicas. Justificando en este punto que no solo es beneficiosa la tenencia de animales para las personas adultas, sino además también se encuentran beneficios para los más chicos.

Efectos psicológicos: también se ha evaluado la relación que las personas generamos con los animales con la salud mental, concluyendo que las mascotas ayudan a disminuir las alteraciones psicológicas, reducen la sensación de soledad e incrementan el sentimiento de intimidad, conduciendo a la búsqueda de la conservación de la vida en personas enfermas. En estados de depresión, estrés, duelo y aislamiento social, las mascotas se convierten en un acompañamiento incondicional, aumentando la autoestima y el sentido de responsabilidad. Las mascotas permiten que se desarrolle el sentimiento de apego en los niños. En un estudio realizado por Wood *et al* los autores encontraron que los dueños de las mascotas rara vez o nunca se

sentían solos, les era fácil entablar nuevas amistades y tenían un mayor número de personas a quien recurrir ante una eventualidad o crisis, en comparación con personas sin mascotas.

Efectos psicosociales: Un estudio realizado por Wood, Giles-Corti & Bulsara (2005), demostró que los propietarios de animales tienen una mayor facilidad de socialización para con terceros, de establecer el vínculo de la confianza en las relaciones interpersonales y de tener una mayor participación en eventos comunitarios y apropiación de parques y otras áreas recreativas con su mascota. Los vecinos frecuentemente se solicitan favores que giran en torno a la mascota, creándose un lazo de alta confianza, solidaridad y gratitud entre ellos.

Si existen relaciones con las mascotas y se generan vínculos, y a su vez, estos vinculo generan efectos positivos de distinta índole en los humanos, se plantea el interrogante de porque no incluir a la mascota en el viaje, si esto le generaría un corte en el vinculo/relación por parte de ambas partes.

En relación a lo planteado del segmento que no viaja acompañado por su mascota, por causa de sentirse invadidos de un sentimiento de culpa por este motivo, se plantea que si estas personas encontraran una oferta de mercado dispuestas a brindar servicios turísticos petfriendly e incluir dentro del viaje a la mascota de la persona, podrían planificar viajar con ellas y evitar el sentimiento mencionado anteriormente.

Por otro lado, los autores Gutiérrez *et al* (2007), coincidiendo con el autor anterior, presentan los principales beneficios documentados, en los que se evalúa la interacción humano-animal como variable asociada o causal de cambios a nivel de la salud física, a nivel psicológico y a nivel social. Expresan que la interacción con una mascota puede proveer diferentes beneficios para la salud:

Beneficios físicos: El contacto físico con la mascota tiene un importante efecto en personas en proceso de rehabilitación física. Se encontró que personas mayores que acarician a su mascota encuentran disminuidos los síntomas de artritis, dolores reumáticos y perciben una mejora en otros indicadores de salud física. La posesión de una mascota le implica al dueño mayor movimiento, realizar caminatas, promueve diferentes comportamientos constructivos para sí mismo, para con otras personas y para la mascota. El juego a pesar de ser la actividad más frecuente que realizan las personas con sus mascotas, no es la única ni la más importante. Muchas personas expresan que su mascota es el pretexto perfecto para salir a pasear o para realizar ejercicio (Beck, 1997; en Gutiérrez *et al*, 2007).

Beneficios psicológicos: La interacción con animales promueve la actividad física, ayuda a centrar la atención, estimula la interacción social, mejora el sentido del humor, favorece el contacto físico, el juego y las demostraciones de afecto tanto con la mascota como con otras personas. En consecuencia, parece servir como protector de las personas contra la soledad y la depresión. También favorece la independencia, el sentido de valor y utilidad para otros, y la motivación. Finalmente, incentiva un estado afectivo positivo, un aumento de la autoestima y un sentido de logro (Beck, 1997; Cusack, 1991; en Gutiérrez *et al*, 2007). Cabe aclarar que estos efectos no son automáticos y no son observados en todas las personas. Dichos efectos son modulados por la edad, la actitud hacia las mascotas, el grado y fuentes de soporte social y otras variables psicológicas. Incluso, algunos grupos pueden no beneficiarse de contar con una mascota en sus vidas.

Beneficios sociales: Los autores expresan que las mascotas fomentan en sus dueños contactos sociales con personas conocidas y extrañas. Esto es observable cuando una mascota facilita al dueño el acercamiento a otras personas generando de esta manera nuevas amistades y promoviendo interacciones sociales positivas y afectivas.

Resumiendo, se afirma que la interacción de los humanos con animales ha sido variada a lo largo de la historia. De una relación basada en elementos utilitarios como la caza y la protección del hogar, ha pasado a ocupar distintos escenarios en la vida de los humanos, siendo uno de los más importantes la interacción afectiva (Gutiérrez *et al*, 2007). Las mascotas en este aspecto han tomado un papel importante y han hecho que cambie la forma en que nos relacionamos con ellas.

Todo lo mencionado anteriormente sirve como explicación del vínculo que genera el ser humano con sus mascotas y el volumen de esas relaciones. Confirma que los propietarios de mascotas van a tener una serie de comportamientos con su animal, los mismos deberán ser tenidos en cuenta.

Por otro lado, si está comprobado que las relaciones con los animales son beneficiosas al punto de crear un vínculo, se cuestiona el porqué de cortar con este vínculo durante las vacaciones en vez de incluirlo para un completo disfrute de las personas tenedoras de animales domésticos de compañía.

CAPITULO 4:

MARCO LEGAL DE REFERENCIA

4. MARCO LEGAL DE REFERENCIA

En este apartado se establecerá si existe un marco legal que legisle el viaje acompañado por animales domésticos de compañía.

No se encontró ninguna ley específica pero sí ciertos requisitos relacionados con el tema de estudio. Los mismos se detallan a continuación:

4.1. Requisitos para el traslado de animales

El Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria, SENASA por sus siglas, es el organismo de la República Argentina que entre otras actividades se ocupa de controlar el tráfico federal de mascotas (perros, gatos y hurones), cuando viajen como carga o por separado del propietario, por intermedio de empresas de transporte aéreo y deban ser trasladadas hacia el interior del país. Los requisitos para el viaje son:

-Certificado de salud del animal transportado: se debe tener el original y su respectiva fotocopia, en él debe constar la condición sanitaria satisfactoria del animal. Debe ser expedido por un profesional veterinario privado con matriculación nacional y/o provincial, antes las respectivas jurisdicciones geográficas del país y habilitados por las entidades colegiadas de la profesión veterinaria en la República Argentina. Para el caso de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, ante el Consejo Profesional de Médicos Veterinarios y para la provincia de Buenos Aires ante el colegio de Veterinarios de la provincia de Buenos Aires. Este certificado tiene una validez de 10 días.

-Certificado de vacunación del animal: también debe tenerse el original y su fotocopia para todo ejemplar canino o felino mayor a los 3 meses de edad, (ley nacional 22.953) y tiene una validez de 1 año. Solo se admiten los formularios de constancia de vacunación antirrábica que estén avalados por los correspondientes consejos o colegios profesionales. Los profesionales veterinarios privados deberán administrar vacunas antirrábicas en perros y gatos que cuenten con la aprobación de la Dirección de Laboratorios y Control Técnico (Dilacot) del Senasa.

4.2. Traslado de mascotas en avión

Más allá que siempre se pudo trasladar a las mascotas en avión, esto se realizó a manera de equipaje acompañado, en la bodega del avión. Recientemente, respondiendo a necesidades de los pasajeros, la empresa Aerolíneas Argentinas permite viajar con mascotas en cabina, es decir, es posible que un pasajero pueda viajar sin separarse de sus mascotas. Este servicio es llamado "servicio de transporte de mascotas en cabina (PETC)".

Este servicio es ofrecido sólo para perros y gatos, arancelado dependiendo del destino del viaje, y es exclusivo en tramos de cabotaje y regional. Debe cumplir ciertos requisitos: los animales transportados deben tener más de 45 días de vida y deben trasladarse en un contenedor o jaula adecuada, la cual debe ubicarse debajo del asiento delantero del pasajero. El peso máximo permitido a transportar por animal con contenedor es de 9 kilos.

Sólo se acepta un animal (perro o gato) por pasajero, y hasta un límite de cuatro animales por vuelo (tres en "clase turista" y una en "club economy").

La reserva y venta del servicio de transporte de Mascotas en Cabina (PETC) puede realizarse a través de un call center y el servicio debe ser solicitado con 72 horas previas al vuelo, o bien en los Aeropuertos (sin reserva previa), siempre y

cuando se cumplan todos los requisitos establecidos y el vuelo se encuentre con disponibilidad para el transporte de mascotas.

Cabe destacar, que los perros lazarillos (aquellos que acompañan a una persona con discapacidad), como es usual, pueden viajar a los pies del pasajero, ya que se considera que el animal está prestando su labor.

4.3. Traslado de mascotas en auto

Aquí mencionaremos cierta legislación vigente que no está directamente relacionada con el turismo y con viajes, pero sí con el traslado de animales:

La ley de tránsito de orden nacional N° 24.449, en su artículo 40, referido a los requisitos para circular, inciso c, expresa que: "el número de ocupantes guarde relación con la capacidad para la que fue construido y no estorben al conductor", refiriéndose a la construcción del vehículo.

Ley de tránsito provincial de Córdoba N° 8.560, en su artículo 39, expresa que el conductor "debe procurar la adecuada colocación de los objetos o animales transportados para que no haya interferencia entre el conductor y cualquiera de ellos, ya sea, mientras se desarrolle una conducción normal o deba realizar una maniobra imprevista de emergencia".

Ley de la Provincia de Buenos Aires N° 13.637, la cual modifica el artículo 64 de la Ley 11.430 y sus modificaciones, inciso 4, refiere que "ningún conductor podrá llevar animales en el asiento delantero, éstos deberán ser transportados en el asiento trasero y atados con correas de modo que no puedan saltar al asiento delantero".

Para evitar riesgos durante un viaje, cuando se transporta un perro en un vehículo, el mercado ofrece cinturones de seguridad que sujetan a la mascota sin lastimarla y permiten que, tanto los pasajeros como el animal tengan un recorrido confortable. Estos cinturones se ofrecen en talles para perros desde un kilo hasta los que superan los 50 –con diferentes maneras de instalación-, y se adaptan según su tamaño para que, en caso de una acción muy brusca realizada por el conductor el animal quede estable, sin tener desplazamientos peligrosos, no salga despedido, sufra lesiones graves, o las produzca a los otros ocupantes del rodado (Osuna Gutiérrez, 2010).

Ley de la Provincia de Buenos Aires N° 14.107 que establece la normativa aplicable para la tenencia de perros potencialmente peligrosos –no se encuentra reglamentada-, incluye aquellos animales que por su tipología racial, su naturaleza agresiva, tamaño y potencia de mandíbula, tengan capacidad de causar la muerte o lesiones graves a las personas y a otros animales. Contempla razas como Doberman, Dogo Argentino, Fila Brasileño, Mastín Napolitano, Pit Bull Terrier, Rottweiler, entre otras.

Asimismo, con esta ley, se crea un Registro de Propietarios de Perros Potencialmente Peligrosos que tiene una delegación en cada municipio. Se deberán inscribir a los animales antes de los seis meses de vida e identificarlos con la colocación de un chip o tatuaje. Además los dueños de estos animales deben pasearlos en espacios públicos con correa, collar y bozal adecuados para su raza y adoptar medidas de prevención y seguridad en el inmueble donde se aloja el perro.

El Ministerio de Salud de la Presidencia de la Nación entiende por *tenencia responsable de animales* a: "la condición por la cual una persona tenedora de un

animal, asume la obligación de procurarle una adecuada provisión de alimentos, vivienda, contención, atención de la salud y buen trato durante toda la vida, evitando asimismo el riesgo que pudiere generar como potencial agresor o transmisor de enfermedades a la población humana, animal y al medio ambiente". Esto se encuentra reglamentado a través del Decreto N° 1088/11, llamado "Programa Nacional de tenencia Responsable y Sanidad de perros y gatos".

Por lo tanto, un dueño responsable de su mascota es aquel que se preocupa por:

- Vacunar anualmente al animal y desparasitarlo cada 6 meses con antiparasitarios de amplio espectro, de esta manera se previenen enfermedades propias de las mascotas, así como las transmitidas a las personas (zoonosis). La vacunación antirrábica es obligatoria por ley.
- Brindarle una alimentación adecuada: el alimento balanceado es lo más recomendable ya que equilibra todos los nutrientes necesarios.
- Es importante entregarle afecto y un espacio de desarrollo adecuado. Compartir espacios de juego, afectos y hábitos familiares. De esta manera se fomenta la confianza de las animales.
- Mantener limpia a la mascota, tanto como el lugar donde habita y los recipientes que utiliza para alimentarse. Recoger sus deposiciones. No olvidar suministrarle agua en abundancia. Se deben higienizar como mucho una vez al mes, ya que su piel presenta secreciones necesarias para la salud de su cuerpo.
- Llevarla en forma periódica al veterinario para mantener un adecuado estado de salud.
- Aplicarle productos para la prevención de pulgas y garrapatas cada 30-45 días. No sólo evita estas patologías sino también la transmisión de parásitos internos.
- No permitir que sus mascotas deambulen sueltas. Éstas siempre deben estar acompañadas por su dueño y éste lo debe llevar sujeto con correa, y bozal en el caso de perros agresivos.
- En el caso de las hembras en celo, evitar que salgan de sus hogares.

Ley Nacional N° 26.858: Asegura el acceso, deambulación y permanencia en lugares públicos y privados y el transporte público en sus diversas modalidades, de toda persona con discapacidad acompañada por un perro guía o de asistencia.

4.4. Legislación vigente de zoonosis

Por zoonosis se entiende a cualquier enfermedad propia de los animales que incidentalmente puede comunicarse a las personas. Existe cierta legislación que regula en especial la rabia, propia de perros y gatos. A modo de ejemplo se nombra:

Ley de orden Nacional N° 14.039 de rabia urbana: aprueba acuerdos sanitarios con países limítrofes en materia de rabia y otras enfermedades (especialmente en áreas de frontera común)

Ley Nacional Antirrábica N° 22.953: reglamenta en todo el territorio nacional la lucha contra la rabia transmitida por perros y gatos.

Luego del análisis de la legislación consultada, se concluye que la legislación respecto a viajes acompañados por animales domésticos de compañía, se encuentra fragmentada e incompleta. Se considera fragmentado el marco legal ya que no existe ninguna ley que regule en su totalidad la actividad de viajar acompañado de animales, e incompleto porque aunque se unan todas las leyes que se encontraron relacionadas con el tema de estudio, las mismas no completarían toda la actividad.

CAPITULO 5:

ENCUESTAS

5. ENCUESTA DE VIAJES Y MASCOTAS

Para verificar si existe un segmento de mercado no atendido completamente o, un potencial segmento de la demanda como se fue encuadrando en los capítulos anteriores, se realizó una encuesta.

También se investigó si las personas crean una relación con los animales y los consideran como un miembro más de la familia.

Se realizaron encuestas a personas físicas, viajeros y potenciales viajeros acompañados por sus mascotas durante los meses de Junio y Julio del año 2016, en distintos foros virtuales de amantes y fanáticos de animales/mascotas y en grupos de viajeros. Estos grupos se autodenominaban “amo a los animales con locura”, “amantes de todos los animales”, entre otros. También se realizaron personalmente en distintas plazas y parques públicos de la ciudad de La Plata y alrededores. Este grupo de encuestados serán denominados más adelante como “Tenedores de Animales”, para identificarlos con mayor facilidad. Para este segmento de personas fueron un total de 72 encuestas realizadas.

Asimismo se realizaron las encuestas en foros y grupos virtuales de Licenciados y Profesionales en turismo, y grupos virtuales de Estudiantes de turismo. Los mismos serán denominados más adelante como “Profesionales y Estudiantes de Turismo”. Para este grupo de personas fueron un total de 358 encuestas realizadas.

5.1. Análisis de las encuestas

El total de las encuestas realizadas fueron 430. Poseían preguntas abiertas y cerradas con el objetivo de recolectar datos acerca de las vacaciones/viajes de las personas con las mascotas (ver Anexo 1) e intentar definir al segmento de personas potencialmente viajeras acompañadas por sus mascotas. A continuación se muestran los resultados de las mismas discriminando los dos grupos encuestados (“Profesionales y estudiantes de Turismo” por un lado y “Tenedores de Animales” por otro lado):

	SEXO			
	Profesionales y Estudiantes de Turismo	%	Tenedores de Animales	%
Femenino	294	82%	55	76%
Masculino	64	18%	17	24%
TOTALES	358	100%	72	100%

	EDAD			
	Profesionales y Estudiantes de Turismo	%	Tenedores de Animales	%
menos de 18	0	0%	1	1%
entre 18 y 30	258	72%	26	36%
entre 31 y 40	52	15%	34	47%
entre 41 y 50	25	7%	4	6%
entre 51 y 65	23	6%	5	7%
más de 65	0	0%	2	3%
TOTALES	358	100%	72	100%

	ESTADO CIVIL			
	Profesionales y Estudiantes de Turismo	%	Tenedores de Animales	%
Casado	60	17%	23	32%
Soltero	284	79%	46	64%
Divorciado	12	4%	2	3%
Viudo	1	0%	1	1%
Ns/Nc	1	0%	0	0%
TOTALES	358	100%	72	100%

	CANTIDAD DE HIJOS			
	Profesionales y Estudiantes de Turismo	%	Tenedores de Animales	%
0	308	86%	40	63%
1	19	5%	17	27%
2	23	7%	3	5%
3	5	1%	2	3%
más de 3	3	1%	1	2%
TOTALES	358	100%	72	100%

	¿TENES MASCOTAS?			
	Profesionales y Estudiantes de Turismo	%	Tenedores de Animales	%
Si	305	85%	61	85%
No	53	15%	11	15%
TOTALES	358	100%	72	100%

A partir de esta pregunta, la muestra de personas se reduce debido a que para las personas que no tenían mascotas la encuesta llegaba a su fin, quedándonos sólo con el segmento propietario de mascotas:

¿QUÉ MASCOTA TENÉS?				
	Profesionales y Estudiantes de Turismo	%	Tenedores de Animales	%
Perro	225	74%	46	76%
Gato	54	18%	10	16%
Otro	26	8%	5	8%
TOTALES	305	100%	61	100%

¿SALIS DE VACACIONES CON TU MASCOTA?				
	Profesionales y Estudiantes de Turismo	%	Tenedores de Animales	%
Si	92	30%	21	34%
No	213	70%	40	66%
TOTALES	305	100%	61	100%

Se analiza primero las personas que sí salen de vacaciones acompañados por sus mascotas; sus motivos con opción múltiple fueron:

	¿PORQUÉ SALIS DE VACACIONES CON TU MASCOTA?			
	Profesionales y Estudiantes de Turismo	%	Tenedores de Animales	%
Es uno más de la familia	77	71%	19	73%
Es compañía importante de un miembro de la familia	7	6%	2	8%
Las mascotas necesitan vacaciones/se divierten	7	6%	3	11%
No tengo donde dejarla	16	15%	2	8%
Otro	2	2%	0	0%
TOTALES	109	100%	26	100%

¿CONSULTAS PREVIAMENTE AL VETERINARIO?				
	Profesionales y Estudiantes de Turismo	%	Tenedores de Animales	%
Si	47	51%	10	48%
No	45	49%	11	52%
TOTALES	92	100%	21	100%

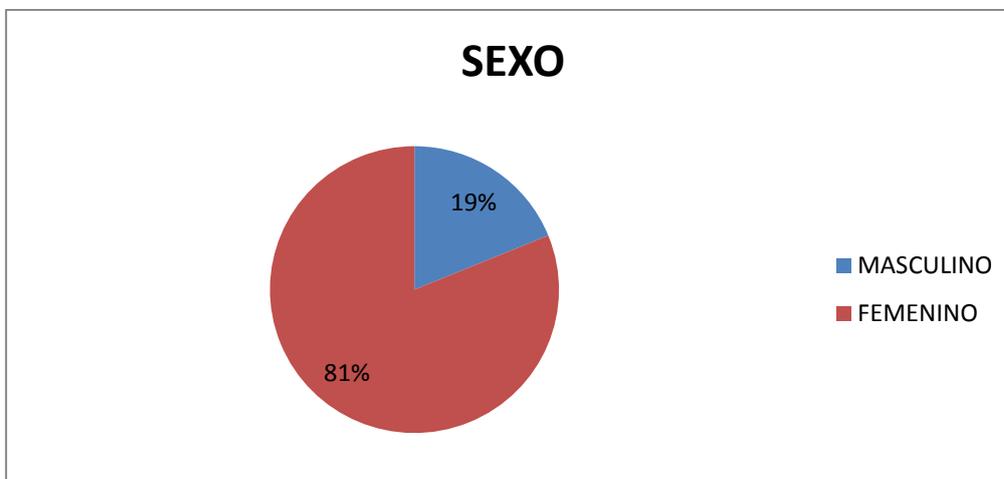
Se analizan los motivos de las personas encuestadas que manifestaron no salir de vacaciones con sus mascotas, con opción múltiple:

	¿POR QUÉ NO SALIS DE VACACIONES CON TU MASCOTA?			
	Profesionales y Estudiantes de Turismo	%	Tenedores de Animales	%
Tengo donde dejarla	77	30%	15	31%
No la reciben en el destino	70	27%	14	29%
Por el costo	19	8%	3	6%
No quiero llevarla	62	24%	10	21%
Otro	29	11%	6	13%
TOTALES	257	100%	48	100%

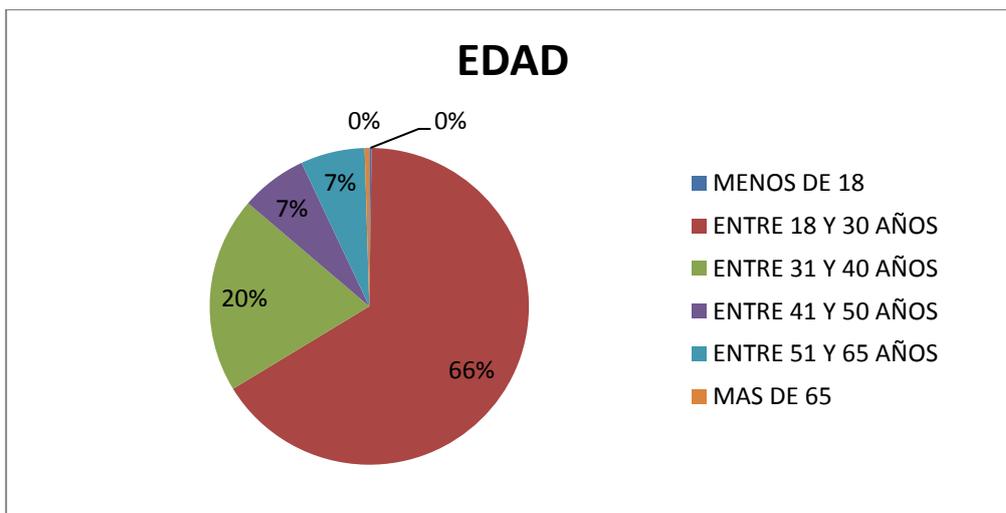
	¿BAJO QUÉ CIRCUNSTANCIAS LA LLEVARÍAS?			
	Profesionales y Estudiantes de Turismo	%	Tenedores de Animales	%
Si no tuviera con quien dejarla	34	16%	4	10%
Si hubiera alojamiento que aceptara mascotas	58	27%	13	32%
Si no significaría un costo mayor	20	9%	3	7%
Si hubiera atracciones para mascotas (Playa Petfriendly)	16	8%	3	7%
Si se portara bien en lugares públicos	37	17%	3	8%
Bajo ninguna circunstancia la llevaría	40	19%	9	23%
Otro	8	4%	5	13%
TOTALES	213	100%	40	100%

Debido a que ambos grupos encuestados arrojaron resultados similares, se decidió juntar las dos muestras y analizarlas conjuntamente, ya que las variaciones más relevantes fueron en la edad de los encuestados, no afectando a los resultados relevantes para esta investigación, es decir, respecto a los viajes o vacaciones acompañados o no por sus mascotas.

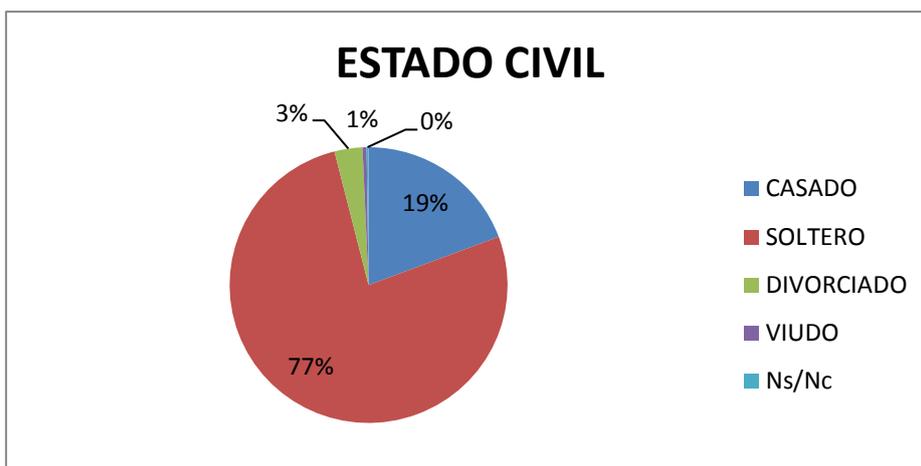
Luego de unir ambas muestras, con un total de 430 personas, se obtuvo que el 81% de las personas encuestadas fueron mujeres y el 19% hombres. Desprendiéndose de esto, que las mujeres son las que más accedieron a la respuesta de la encuesta.



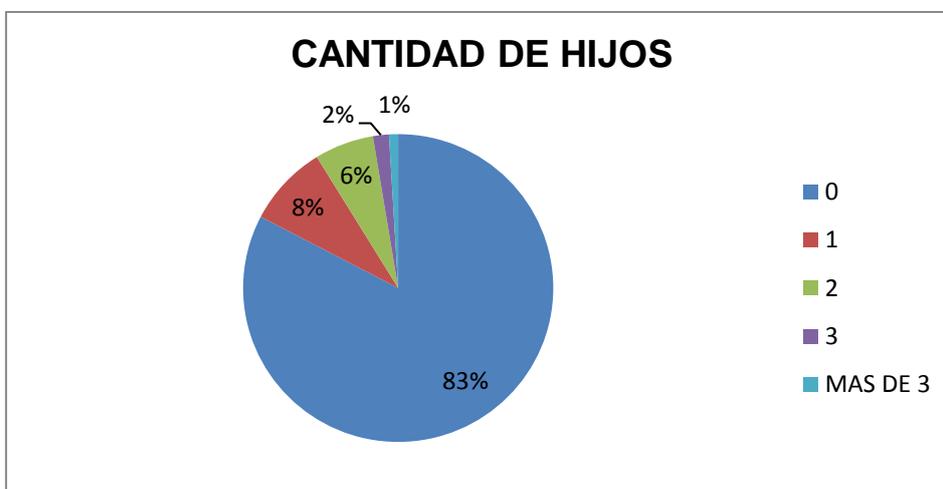
El 66% de los encuestados, que representa a más de la mitad de las personas que accedieron a responder la encuesta, tienen entre 18 y 30 años.



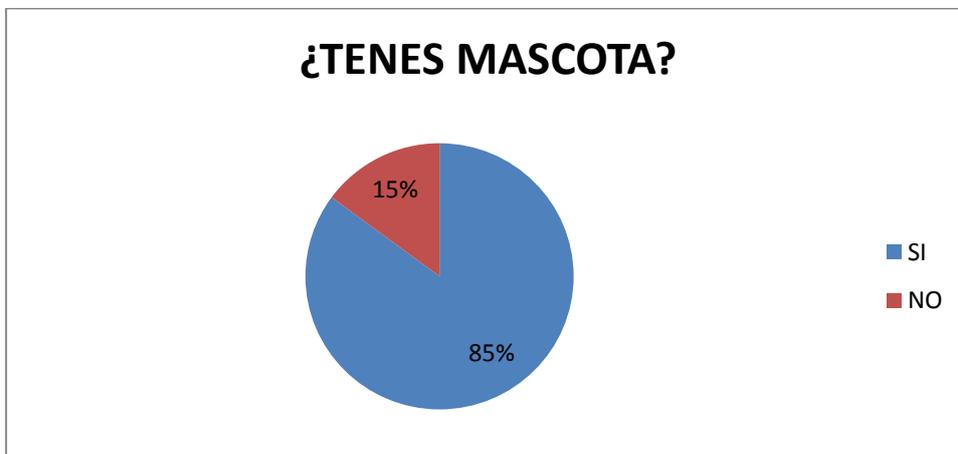
En su mayoría las personas encuestadas son solteras y residen en la provincia de Buenos Aires:



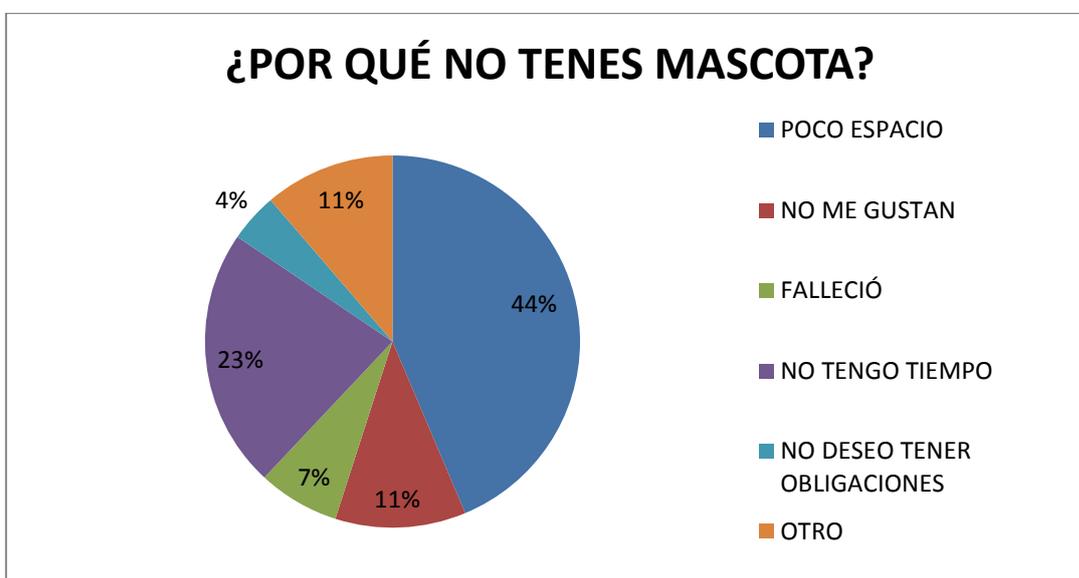
La mayor parte de las personas encuestadas son solteras y sin hijos. Cantidad de hijos de las personas encuestadas:



Del total de las personas que respondieron la encuesta, nos encontramos que el 85% tiene mascota. Cabe destacar que el 15% (64 personas de 430 del total encuestado) que no tiene mascota, igualmente accedió a responderla a pesar de que el título de la encuesta era “Viajes y mascotas”. En este punto cabe destacar que la población que realizó la encuesta, son personas a las que les importan los animales.

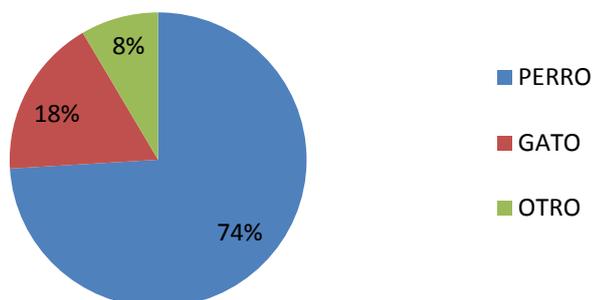


Las razones que expresan por las cuales no tienen mascotas son variadas, pero en su mayoría es por la falta de lugar para el animal doméstico (31 encuestados del 15% que no tienen mascotas, expresaron la falta de lugar físico en sus viviendas para acceder a tener un animal de mascota), le sigue la falta de tiempo para el cuidado de la misma y no querer asumir la obligación del cuidado de un animal. En menor medida se expresó que no gustan de animales, o no interesa tener, por no tener casa propia, porque su anterior mascota falleció y fue tan grande la tristeza por la pérdida, que no volvieron a tener una para evitar ese sufrimiento y tristeza.



Cuando se preguntó a las personas que tenían mascota, qué mascota tenían, la mayoría mencionó al perro, en un 74%. Solo gato tiene un 18% de los encuestados con mascotas. Resultando que el perro parece ser la mascota preferida.

¿QUÉ MASCOTA TENES?

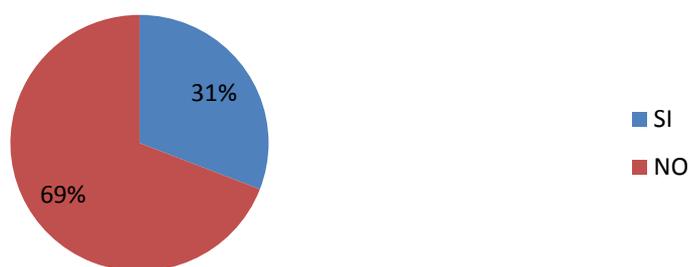


El 8% de los encuestados con mascotas eligieron la opción “otra mascota” (31 personas en total). En este porcentaje encontramos que 26 personas tienen perro y gato como mascota a la vez, una sola persona tiene perro, gato y conejo, otra más posee solo aves, una perro, gato y aves. Además encontramos una sola persona con un hurón de mascota y una con solo un conejo.

A los propietarios de mascotas se les preguntó si salían de vacaciones con ella: el 69% (253 personas) de los encuestados no salen de vacaciones con la mascota, y el 31% sí lo hacen (representados por 113 encuestados). En esta parte de la encuesta se decidió no consultar acerca de donde viajaban, si dentro del país o fuera del mismo, ya que se consideró como una pregunta delicada por influir en producir en la persona la sospecha de una segunda intención.

Se supone que el segmento que viaja fuera del país se encuentra presente, pero no fue detectado en el esquema.

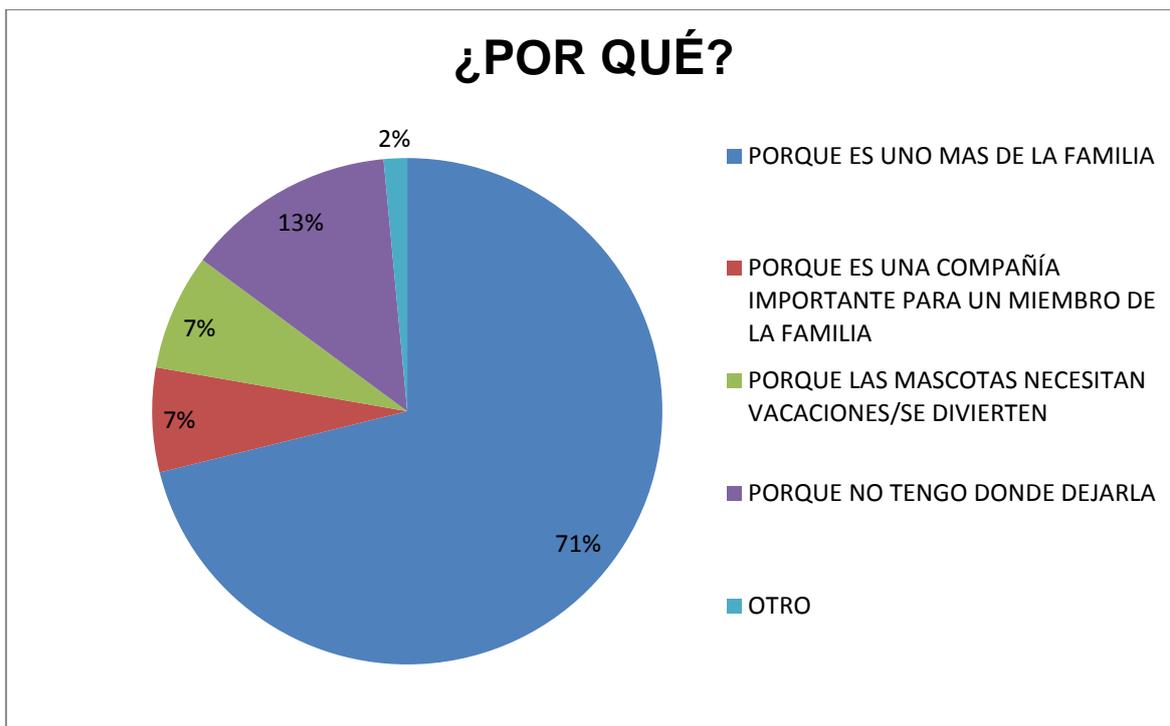
¿SALIS DE VACACIONES CON TU MASCOTA?



A partir de este punto la encuesta se dividió en dos, unas preguntas a los que sí viajaban con mascotas y otras a los que no lo hacían. Se analizará primero las respuestas de los que sí viajan con ella.

5.2. Segmento que viaja acompañado por su mascota

Se les consultó a este grupo porqué viajaban acompañados por su mascota.

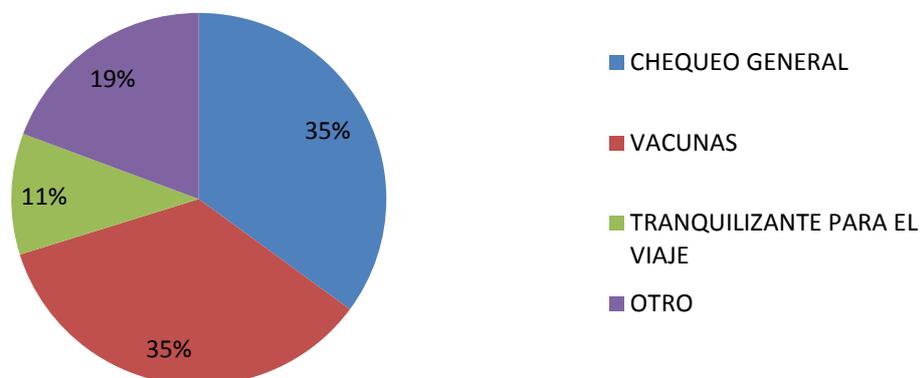


Como muestra el gráfico, el 71% de las personas que viajan con su mascota, la consideran como un miembro parte de la familia, y el 7% la considera como una compañía importante para un miembro de la familia; se entiende que estas dos opciones habilitan la misma decisión: llevar al animal doméstico de compañía a las vacaciones familiares. Y si se contempla que el 77% es soltero, y el 83% no tienen hijos, se puede proponer la hipótesis de que el animal reemplaza a personas o miembros de la familia.



Como muestra el último gráfico, se ve que la mitad de las personas que salen de vacaciones acompañados por sus mascotas, consultan previamente al médico veterinario. Estas consultas se relacionan con:

¿QUÉ CONSULTÁS?



Como lo muestra el gráfico anterior, son muy pocas las consultas referidas al viaje que las personas realizan al médico veterinario. Solo se refleja en consultas referidas a tranquilizantes para viajar con el animal. Por esta razón se decidió no indagar a los veterinarios acerca del número, tipo y resolución de consultas referidas a viajes con animales domésticos de compañía, al no resultar relevante.

Dentro de la opción “otros” encontramos consultas relacionadas al lugar que va a ser visitado o recomendaciones al respecto, por ejemplo cuáles son los mejores lugares para ir de vacaciones para la salud del animal, y los cuidados a tener en cuenta. Por otro lado, cual es la mejor forma que soporten el viaje las mascotas y no sea estresante para ellos, cantidad de paradas necesarias, etc.

Anécdota del viaje en compañía de la mascota: Por último se les pidió a las personas que viajan con sus mascotas que relaten una anécdota relacionada a alguno de los viajes y su animal doméstico de compañía (ver anexo 2).

Se obtuvo la confirmación de que consideran a la mascota, un miembro más de la familia y hasta como un hijo, para ellos no es un animal. A modo de ejemplo se muestran algunas de estas anécdotas que confirman lo dicho anteriormente:

- *“Casi siempre que viajo me llevo a mis dos perras salchichas. Son parte de la familia y una gran compañía. Se portan muy bien... hacen caso. Y les encanta pasear”.*
- *“Se comportó como un miembro más de la familia durante todo el viaje: ruta, alojamiento, playa, sin embargo hay lugares que no admiten mascotas por lo que debimos dejarla sola (en una casa que ella no conocía por lo que cavó las plantas que encontró, cosa que ella generalmente no hace)”.*

Por otro lado, se considera la construcción de un sentido en la relación propietario-animal de compañía, donde se produce una transferencia de los sentimientos, es decir, da como resultado una antropomorfización, entendida como el intento de personificación o atribución de características humanas al animal.

A continuación se exponen anécdotas de viaje con la mascota, que hacen referencia a la transferencia de sentimientos que hacen las personas a las mismas, suponiendo que entienden lo que les sucede y lo que sienten sus animales.

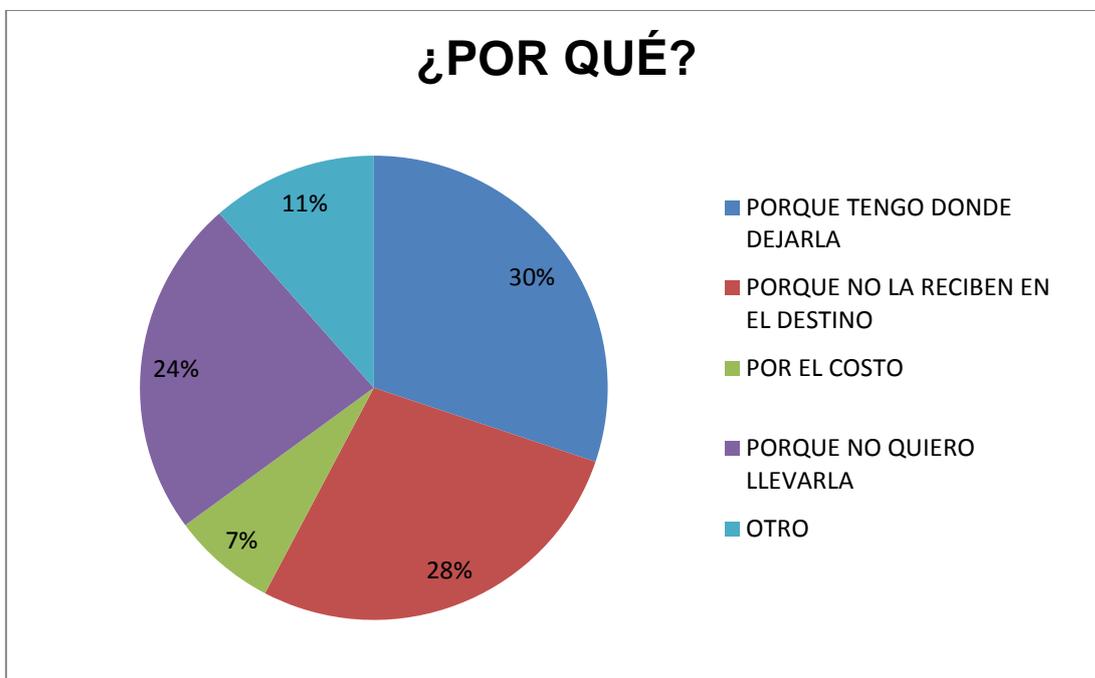
- *“Cuatro días de travesía recorriendo el sur... lo pasamos muy bien los 4”.*
- *“La felicidad que veo en ella y como persigue a todo pájaro que se le cruza”.*
- *“Se desesperan por subir al auto, pasan momentos de mucha ansiedad pero luego... Ver a mis perros correr en la playa representa una alegría enorme, tanto para ellos como para mí”.*
- *“Era muy chiquito, y era su primer viaje a Rio Negro. Yo vivo en La Plata con él, y me lo llevaba a casa. Viajamos en auto, en cada parada que hacíamos lo bajaba le daba agua y un poco de comida. En algunas de estas paradas se bajó y había una especie de campo al costado de la ruta cerca de La Pampa, como vio el espacio verde se largó a correr y lo hacía en círculos sin parar. Estuvo todo un rato girando y nos matábamos de risa. Debe haber pensado "me voy a cansar un poco que todavía queda viaje”.*
- *“Se hizo amiga de una perra negra mucho más grande de tamaño que ella, y jugaban todo el día, no las podíamos separar”.*
- *“Ni bien llegamos a la playa busca el mar y se mete ladrando de alegría. Si vamos a la montaña disfruta de las caminatas largas y el.trekking”.*
- *“Se súper divierte ya sea nadando en el mar o en el rio”.*
- *“Feliz de viajar en el auto con nosotros y se porta excelente”.*
- *“Cada vez que viajamos se da cuenta y es la primera en subirse al auto”.*
- *“Aman descubrir lugares nuevos. Les encanta descubrir junto a nosotros nuevas aventuras”.*
- *“En la playa odia meterse al mar y tocar la arena, siempre está en su carpita”.*
- *“Me sorprende mucho porque en los parques nacionales del sur (Neuquén) no dejan ingresar con mascota en ningún lado, qué daño podría causar, no son acaso parte de la propia naturaleza?. A mi perra le encanta recorrer todo con nosotros lo disfruta mucho, pero en estos lugares estamos limitados para ingresar a todos lados”.*
- *“Le encanta la playa, jugar con los chicos”.*

Se observa que no hay un ningún indicador claro, ninguna evidencia de la transferencia de sentimientos, sino que el propietario o tenedor de mascotas “ve” sin dudas lo que el animal siente.

Como se observa en lo expuesto, los propietarios de animales transfieren sentimientos a sus mascotas. Esto se ve cuando expresan cosas tales como: “la pasamos muy bien los 4”, “la felicidad que veo en ella”, “representa una alegría enorme correr por la playa”, “aman descubrir nuevos lugares”, “odia meterse al mar”, “le encanta la playa y jugar con los chicos”.

5.3. Segmento que no viaja acompañado de su mascota

Por último resta analizar el segmento de la muestra que no viaja acompañado por su mascota, a este grupo se les consultó las razones por las que no lo hacían, y los resultados obtenidos fueron:

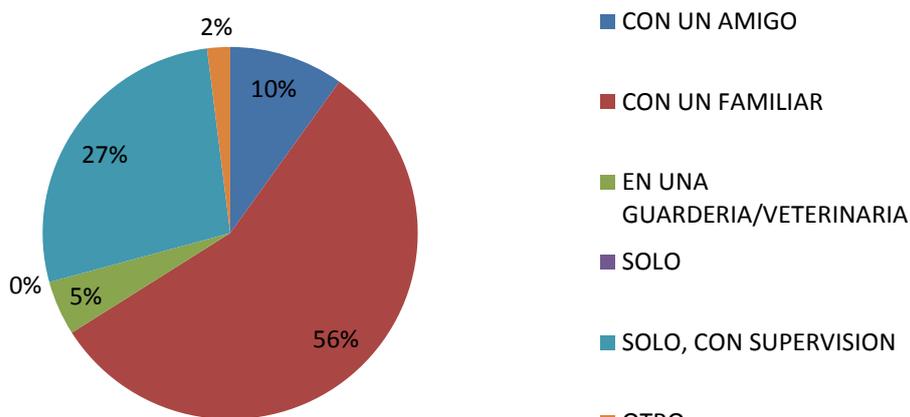


El 30% no viaja con la mascota porque tiene donde dejarla y el 28% porque no la reciben en el destino, lo que significa que si esto no sucedería, posiblemente viajarían con ella, representando el 58% del total de las personas que no viajan con la mascota.

Como opción “otros” las respuestas fueron variadas. Dentro de ellas, se encuentran la dificultad que existe para el traslado de las mascotas (ya sea por la burocracia existente o la falta de servicios dedicados a tal fin), especialmente cuando son de gran tamaño.

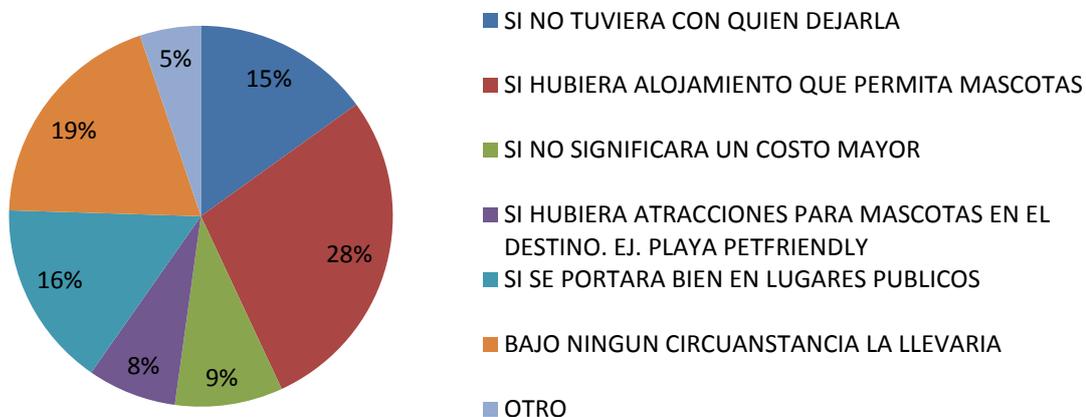
Por otro lado también se expresa la tenencia de gatos como mascotas y consideran que es más estresante el viaje para estos animales, es decir, que no lo disfrutan, en comparación con los perros.

¿CON QUIEN LA DEJA?



Más de la mitad de los encuestados deja la mascota acompañado por una persona, ya sea familiar o amigo, son muy pocas las personas que lo dejan en una guardería canina/felina o veterinaria. La mayoría opta por dejar a su mascota con una persona física o con supervisión de ésta. Ninguna persona del total de la muestra expresó que deja sola a su mascota.

¿BAJO QUE CIRCUNSTANCIAS LA LLEVARIAS?



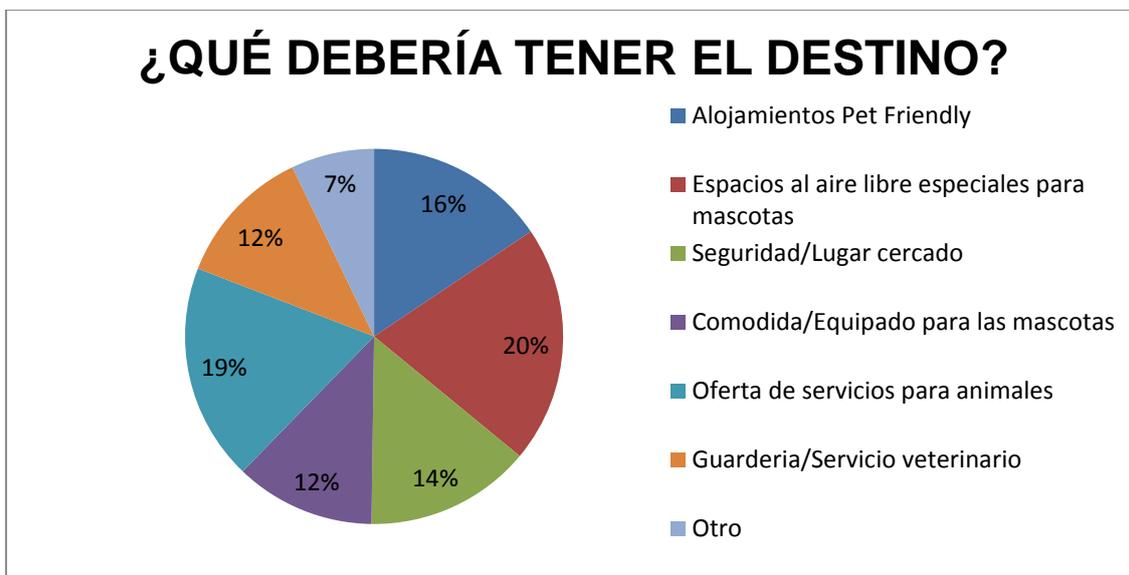
De esto se desprende que, la decisión sería otra si el destino estaría preparado para aceptar mascotas y hubiera oferta acorde a este tipo de viajeros, es decir, si hubiera comodidades para las mascotas, como por ejemplo la existencia de playas que las acepten o si hubiera alojamientos Pet Friendly y el traslado no fuera un impedimento; el 60% de las personas que no viajan con la mascota posiblemente, sí lo harían.

Dentro de la opción "otros", se desprende que viajeros potenciales acompañados por sus mascotas lo harían, si tuvieran más lugar en el vehículo de traslado, o si existiera la posibilidad de que el traslado de la mascota no sea tan

costoso o con tantas restricciones. Muchos manifiestan el sufrimiento del animal al momento del traslado al destino.

La minoría expresa que tienen gatos como mascotas y no consideran que sea un animal para compañía de viaje, que ellos disfrutan más quedándose en su casa al cuidado de algún familiar o amigo.

Por último se les consultó lo que considerarían necesario que tenga el destino para viajar con la misma, obteniendo los siguientes resultados:



Como opción “otros”, los encuestados expresaron la necesidad que los destinos tengan la infraestructura necesaria para convivir con sus mascotas, sin molestar o perjudicar a otros viajeros que no viajen en compañía de sus animales o no gusten de ellos. También expresaron la necesidad de poseer elementos necesarios para la limpieza de las necesidades de los animales, notando en este punto la preocupación y la responsabilidad de los propietarios de mascotas en el tema de limpieza e higiene.

Anécdotas de reencuentro con la mascota luego del viaje: Como última pregunta se les pidió a las personas que no viajan con las mascotas que comenten una anécdota del reencuentro con su mascota luego del viaje (ver anexo 3).

Uno de los resultados obtenidos, es la condición que las personas le ponen a sus mascotas, nuevamente este segmento considera a su mascota como miembro del grupo familiar. A modo de ejemplo se muestran algunas de estas anécdotas que reflejan esta condición:

- *“Mis mascotas son parte de mi familia. Cada vez que nos reciben, hacen una “fiesta” ladran, saltan, aúllan. Reconocen a distancia que estamos llegando”.*
- *“Suele exaltarse mucho al verme de regreso y se apega mucho a mí, me sigue para todos lados, ya que para nosotros es una más de la familia y la tratamos como tal. No es una mascota”.*

Coincidiendo con el caso de las personas que sí viajan con mascotas, se vuelve a encontrar la transferencia de sentimientos por parte de los tenedores de mascotas a estas últimas. Esto se ve reflejado en las siguientes expresiones:

- *“La última vez lo encontré tres veces más grande y todavía está en etapa de crecimiento. Y como de costumbre, saltos, coletazos de alegría, ladridos y aullidos como con ‘sufrimiento’”.*
- *“Llora de la alegría”.*
- *“Me fui 4 meses de viaje, y cuando llegue mi perra no me hacía fiesta ni nada, solamente me daba besos, y cuando desarme la valija se acostó adentro y no se iba. (No quería que me vuelva a ir)”.*
- *“Se emocionan y enloquecen de felicidad”.*
- *“Las ganas que tenía de verla y llamar todos los días para ver como estaba, si había comido, si jugaba. La busque a penas me baje del colectivo y me llenó de nuevo la vida, el alma. Besos, mimos, todo mutuamente”.*

Además es notorio como la mayoría expresa el amor incondicional que tienen sus mascotas y la felicidad que expresan al momento del reencuentro:

- *“Al regreso, la perra ni bien sintió mi olor, me vio y reconoció me esperó a los saltos, moviendo su cola, y corriendo hacia mí para jugar. Es muestra de cariño incondicional”.*
- *“Parece que bailara de como mueve la cola. Es incondicional con su amor no importa qué”.*
- *“Hermosa! Mucha alegría, me dan ganas de volver a casa solo para estar con mi perra”.*

Cabe destacar la ausencia de manifestaciones de culpa por parte del propietario en dejar excluido del viaje a su mascota. Algunas frases podrían indicar que comprenden que el animal no estuvo bien, pero ninguna refleja claramente culpa:

- *“Después de un mes afuera, estuvo una semana ignorándome. (Se quedó con mis padres)”.*
- *“La gata que tengo ahora siempre que me voy por un largo rato cuando me voy me espía por la ventana y cuando vuelvo me espera en la puerta maullando desesperada. Cuando tenía perros y me iba de vacaciones volvía y después del festejo del primer momento se pasaba una noche entera acostada al lado nuestro emitiendo como un quejido”.*
- *“Después de vivir 6 meses fuera del país, volví a casa; era de madrugada y entré sin avisar, el perro y las perras bajaron las escaleras a las corridas como para atacarme pero cuando se dieron cuenta de que era yo, empezaron a saltar y a aullar como un llanto. Son esos momentos en los que realmente uno se siente en casa. Y la verdad me recibió mejor el perro y las perras que mi familia”.*
- *“Me fueron a buscar al aeropuerto y me largue a llorar cuando los vi, pero con mi familia no se me cayó una lagrima. Además te reciben ofendidos, y te*

ignoran un poco para que sepas que no les gusto que los dejaras pero ya al rato vuelve todo a la normalidad”.

- *“Luego de un viaje largo, empezó a llorar de emoción casi todo el día. A partir de ahí decidimos no dejarla sola por tantos días”.*

5.4. Resultados de las encuestas (perfil de las personas)

Luego de haber realizado el análisis de las encuestas, se puede llegar a la conclusión de que existe un nicho de mercado explotado deficientemente, confirmando el supuesto de esta investigación, ya que existe un porcentaje de personas que no viaja acompañado de su mascota porque no tiene la oferta necesaria para poder hacerlo. Más allá que es probable, que la muestra del total de encuestados no represente la realidad, nos encontramos ante un grupo de personas que manifiesta esta situación.

Como se ve reflejado en las anécdotas de viaje, existe un grupo de personas que le atribuye sentimientos a sus mascotas, expresando sobre el animal diferentes sentimientos en relación al viaje. Personas que no consideran que su mascota sea un animal, y por lo tanto, no la trata como tal, adjudicándole ciertos beneficios.

CONCLUSIONES FINALES

Se entiende al Turismo con Mascotas como aquella tendencia turística cuya principal actividad gira alrededor del tiempo de ocio en compañía de mascotas, especialmente perros y gatos. Se partió de la hipótesis que existen distintos segmentos de personas a las cuales las mascotas les influyen el viaje, distinguiéndose al menos dos posibles situaciones:

Por un lado, aquellos que viajan acompañados por su animal doméstico porque les genera un sentimiento de culpa el dejar solo a su animal. Según los resultados de las encuestas realizadas para esta investigación, se aprecia la ausencia de manifestaciones de culpa por parte del propietario en dejar excluido del viaje a su mascota. Algunas frases expresadas ellos, al comentar como fue el reencuentro con su mascota, se puede notar que comprenden que el animal no estuvo bien en su ausencia, pero ninguna refleja claramente culpa: este sentimiento no se vio reflejado.

Por otro lado, los que viajan acompañados por su mascota porque son considerados como un miembro más del grupo familiar y, por lo tanto, merecedora de esparcimiento, se observó que el 80% de las personas encuestadas que viajan con su mascota, la consideran como un miembro parte de la familia o importante compañía para uno de sus miembros.

También se consideró a los que no viajan por no dejarla. En este caso se anticiparon tres posibles sentidos: los que desean vacacionar, pero no tienen donde poder dejar, confiadamente, a sus animales (30% de las personas encuestadas); los que desean vacacionar, pero el comportamiento y/o la salud del animal dificultarían su viaje (16% del total) y por último, aquellos que desean vacacionar, pero los destinos preferidos no ofrecen facilidades para sus animales de compañía/mascota, destacándose el 45% de las personas encuestadas.

Luego del análisis de la información recopilada de las encuestas, podemos afirmar la existencia de un mercado distintivo: personas dispuestas a viajar acompañadas por sus mascotas, considerándolo un potencial nicho de mercado. Cabe destacar que este segmento de personas, tienen características que las diferencian de otros segmentos de mercado: consideran a sus mascotas como un miembro más de la familia (71%), o la consideran importante para un miembro del grupo familiar (7%). Estas elecciones habilitan la misma decisión: contemplar a la mascota al momento de viajar, y al mismo tiempo tratan a la mascota como persona, atribuyéndole características y sentimientos humanos. Es por esta razón que las personas que reciban a un viajero con mascota, deben contemplar la característica que poseen estas personas y el trato que deben tener tanto para la persona como para el animal.

Es por esta razón, que se observa que la oferta de servicios turísticos debe estar atenta ante la presencia de este colectivo, y tratar de satisfacer estas nuevas necesidades de este segmento de personas dispuestas a viajar con sus animales, ofreciéndoles productos y servicios atentos a incluir su animal domestico de compañía a sus actividades turísticas. Estos productos y servicios deben ser diseñados con especial atención no sólo al animal, sino a la construcción simbólica que el dueño hace de él: un miembro no humano de su familia.

Si bien en nuestro país cada vez son más los alojamientos, bares y restaurantes distinguidos como ambientes Pet Friendly, todavía se considera necesario que el

destino sea en su totalidad amigable con las mascotas, es decir, que las atracciones turísticas estén direccionadas al disfrute del turista con la mascota.

Se concluye que el mercado turístico con animales tiene una oportunidad única para el ingreso de capitales, por ser un mercado sin explotar, o explotado deficientemente, con escasez a la hora de atender la demanda de dichos servicios de viaje.

RECOMENDACIONES

Con la presente investigación se sientan bases para contribuir con el sector turístico, para la comprensión de las nuevas necesidades y demandas de este grupo de clientes. Sirviendo como antecedente para futuras investigaciones.

Al mismo tiempo, contribuir con el sector privado a mejorar el mercado en su oferta de productos y servicios innovadores para la inclusión de mascotas y, ayudando a aquellas empresas interesadas en explotar un segmento que aún, en la mayoría de los casos, no es considerado. Brindando información sobre las necesidades y preferencias de los turistas a la hora de elegir un destino Pet Friendly.

Debido a que la legislación respecto a viajes acompañados por animales domésticos de compañía se encuentra fragmentada e incompleta, se recomienda la confección de un reglamento por parte de los responsables en ofrecer servicios y productos conocidos como “Pet Friendly”, ya sean referidos a alojamiento, restauración, etc., para evitar problemas entre el oferente del producto/servicio y los demandantes de los mismos.

BIBLIOGRAFIA:

- Acerenza, M. A. (2005). *Promoción turística: un enfoque metodológico*. Trillas.
- Ainsworth, M. D. S. (1991). Attachments and other affectional bonds across the life cycle. *Attachment across the life cycle*, 33-51.
- Anderson, W. P., Reid, C. M., & Jennings, G. L. (1992). Pet ownership and risk factors for cardiovascular disease. *The Medical Journal of Australia*, 157(5), 298-301.
- Bertoncello, R. (2002). Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas. *Aportes y transferencias*, 6(2), 29-50.
- Bertoncello, R. (2006). Turismo, territorio y sociedad. El mapa turístico de la Argentina.
- Blasco, A., & Mateu, A. B. (2011). Ética y bienestar animal. Ediciones AKAL. Disponible en: <http://dca.webs.upv.es/dcia/ablasco/Unpublished/U8-%20ETICA%20Y%20BIENESTAR%20ANIMAL.pdf> [Consultado el 18-06-2015].
- Boullón, R. C. (2006). PLANIFICACION DEL SISTEMA TURISTICO.
- Carter, C. S. (2005). Biological perspectives on social attachment and bonding. *Attachment and bonding: A new synthesis*, 85-100.
- Dankhe, G. (1986) Investigación y comunicación. Editorial McGraw Hill.
- De la Rosa, J.; Porras, C.; Ramon Vilarasau, D.; Hinojosa, V.; Vargas, A.; Canalis, X. (2014, 2 de Julio). Los 10 nuevos perfiles de turistas que el sector deberá satisfacer. *Hosteltur*.
- Ferrari, H. R., Cultura y bienestar animal. (2010). XXII-PANVET-2010-C01-ARG-C- Publicación electrónica.
- García, A. (2012). "Algunas consideraciones sobre la actividad turística. Conceptos y definiciones de turismo". *Revista Notas en Turismo y Economía*, N° 4, 7-43.
- Gómez, L. F., Atehortua, C. G., & Orozco, S. C. (2007). La influencia de las mascotas en la vida humana. *Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias*, 20(3), 377-386.
- Gorgone Pampín, A. (2014). El viaje turístico como viaje sagrado. Análisis de experiencias turísticas de europeos en la Patagonia desde la mitología, similitudes y función psicológica del mito. Disponible en: <http://170.210.83.98:8080/jspui/bitstream/123456789/418/1/46%20Gorgone.pdf> [Consultado el 7-03-2016].
- Gutiérrez, G., Granados, D., & Piar, N. (2007). Interacciones humano-animal: características e implicaciones para el bienestar de los humanos. *Revista colombiana de psicología*, 16, 163.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). Recolección y análisis de los datos cualitativos. *Hernández Sampieri R, Fernández Collado C, Baptista Lucio P. Metodología de la investigación. 4ª ed. México: McGraw-Hill Interamericana*, 581-583.
- Hesselmar, B., Aberg, N., Aberg, B., Eriksson, B., & Bjorksten, B. (1999). Does early exposure to cat or dog protect against later allergy development?. *Clinical and experimental allergy*, 29(5), 611-617.

- Jafari, J. (2005). "El Turismo como Disciplina Científica". Política y Sociedad. Department of Hospitality and Tourism. University of Wisconsin-Stout, Vol. 42, N°1
- Lis, C. G. (1998). *Nuestro perro: uno más en la familia*. Planeta.
- Machín, C. A. (1993). *Marketing y turismo: introducción al marketing de empresas y destinos turísticos*. Síntesis.
- Martínez, C. A. C., Garaviño, S. M. H., Martínez, D. I. J., & Restrepo, M. T. (2011). Estudio descriptivo de los efectos que ejerce el perro como mascota en el desarrollo de la motricidad gruesa de infantes sanos de cinco años de edad. *Revista Lasallista de Investigación*, 8(1).
- Maslow, A. (1987). Teorías de la motivación. *Carlos Lopez*, 7.
- Meer, G., Toelle, B. G., Ng, K., Tovey, E., & Marks, G. B. (2004). Presence and timing of cat ownership by age 18 and the effect on atopy and asthma at age 28. *Journal of allergy and clinical immunology*, 113(3), 433-438.
- Millward Brown Consultora. (2011). Encuesta Nacional de Mascotas.
- OMT, O. (2005). Entender el turismo: Glosario básico.
- Osuna Gutierrez, P. (9 de Abril de 2010). Para que nuestras mascotas también viajen protegidas. *La Nación*. Recuperado de: <http://www.lanacion.com.ar/>
- Planificar las vacaciones con mascotas incluidas (27 de Mayo de 2012). *La Nación*. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/>
- Rojas-Marcos, L. (2010). *El sentimiento de culpa*. Aguilar.
- Serpell, J. (2000). *The domestic dog*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sautu, R., Boniolo, P., Dalle, P., & Elbert, R. (2005). La construcción del marco teórico en la investigación social. *MANUAL de metodología: construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. Buenos Aires, Argentina: CLACSO, 29-81.
- Sociedad Tendencias, Revista. (2008). El turismo que viene. Nuevos hábitos de viaje. *Savia* Enero 2008.
- Soria Nuñez, A. N. A. (2014). *Fomento del turismo con la mejora del sistema de admisión de animales domésticos en espacios públicos. Análisis del modelo alemán* (Doctoral dissertation).
- Varisco, C. (2013). Sistema turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios.
- Wenge, C. O. (2007). Razones para Viajar. *Factótum. Revista de Filosofía*, (5), 88-91.
- Wood, L., Giles-Corti, B., & Bulsara, M. (2005). The pet connection: pets as a conduit for social capital?. *Social science & medicine*, 61(6), 1159-1173.
- Yankovic, B. (2011). Emociones, sentimientos, afecto. El desarrollo emocional. *Yankovic B. El desarrollo social y afectivo en los niños de primer ciclo básico. Seminario de Tesis Facultad de Educación.[Internet]. Santiago: Universidad Mayor*.

ANEXO 1

ENCUESTA DE VIAJES Y MASCOTAS

Viajar con mascotas.

- **SEXO:**

-Masculino.

-Femenino.

- **EDAD:**

-Menos de 18 años.

-Entre 18 y 30 años.

-Entre 31 y 40 años.

-Entre 41 y 50 años.

-Entre 51 y 65 años.

-Más de 65 años.

- **ESTADO CIVIL:**

-Casado.

-Soltero.

-Divorciado.

-Viudo

-No sabe/No contesta.

- **LUGAR DE RESIDENCIA:**

-Buenos Aires.

-Catamarca.

-Chaco.

-Chubut.

-Córdoba.

-Corrientes.

-Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA).

-Entre Ríos.

-Formosa.

-Jujuy.

-La Pampa.

-La Rioja.

- Mendoza.
- Misiones.
- Neuquén.
- Río Negro.
- Salta.
- San Juan.
- San Luis.
- Santa Cruz.
- Santa Fé.
- Tierra del Fuego.
- Tucumán.

- **¿CUÁNTOS HIJOS TENÉS?**

- 0
- 1
- 2
- 3
- Más de 3.

- **¿TENÉS MASCOTAS?**

- Sí.
- No.

PARA LOS QUE RESPONDEN QUE NO TIENEN MASCOTA:

- **¿POR QUÉ NO TENES MASCOTA?**

(Texto de respuesta corta)

(FIN DE LA ENCUESTA PARA ESTE SEGMENTO)

PARA LOS QUE RESPONDEN QUE SI TIENEN MASCOTA:

- **¿QUÉ MASCOTA TENÉS?**

- Perro.
- Gato.
- Otro: _____

- **¿SALÍS DE VACACIONES CON TU MASCOTA?**

- Sí.

-No.

PARA LOS QUE RESPONDEN QUE SALEN DE VACACIONES CON SU MASCOTA:

- **¿POR QUÉ?**

-Porque es un miembro más de la familia.

-Porque es una compañía importante para un miembro de la familia.

-Porque las mascotas necesitan vacaciones / se divierten.

-Porque no tengo donde dejarla.

-Otro: _____

- **¿CONSULTÁS PREVIAMENTE AL VETERINARIO?**

-Sí.

-No.

PARA LOS QUE RESPONDEN QUE CONSULTAN AL VETERINARIO:

- **¿QUÉ CONSULTÁS?**

(Texto de respuesta corta)

- **COMENTÁ UNA ANÉCDOTA DE LAS VACACIONES CON TU MASCOTA**

(Texto de respuesta larga)

(FIN DE LA ENCUESTA PARA EL SEGMENTO QUE VIAJA CON MASCOTA)

PARA LOS QUE RESPONDEN QUE NO SALEN DE VACACIONES CON SU MASCOTA:

- **¿POR QUÉ?**

-Porque tengo donde dejarla.

-Porque no la reciben en el destino.

-Por el costo.

-Porque no quiero llevarla.

-Otro: _____

- **¿CON QUIÉN LA DEJA?**

-Con un amigo.

-Con un familiar.

-En una guardería / Veterinaria.

-Solo.

-Solo, con supervisión.

-Otro: _____

- **¿BAJO QUÉ CIRCUNSTANCIA LA LLEVARÍAS?**

-Si no tuviera con quien dejarla.

-Si hubiera alojamientos que permitan mascotas.

-Si no significara un costo mayor.

-Si hubiera atracciones para mascotas en el destino. Ejemplo: playa petfriendly.

-Si se portara bien en lugares públicos.

-Otro: _____

- **¿QUÉ DEBERÍA TENER EL DESTINO PARA IR CON LA MASCOTA?**

(Texto de respuesta corta)

- **COMENTA UNA ANÉCDOTA DE REENCUENTRO CON TU MASCOTA AL REGRESO DE LAS VACACIONES.**

(Texto de respuesta larga)

FIN DE LA ENCUESTA

ANEXO 2

ANÉCDOTAS DEL VIAJE CON LA MASCOTA

- “Fuimos a la playa y uno de los perros se metió desesperado al mar”.*
- “Cuatro días de travesía recorriendo el sur... lo pasamos muy bien los 4”.*
- “La mayor de ellas vino en auto con la familia desde Ushuaia y se comportó muy bien”.*
- “Una anécdota de hace poco fue que en el hotel me dejaron dejar a mi perra en la cochera con su camita ya que no sabe dormir adentro”.*
- “Que se revuelque sobre un pescado podrido y tuve que lavarlo un poco en el mar... Él lo disfruto mucho”.*
- “Estábamos en Salta yo me metí al río y ella se metió atrás mío , cuando la miro nadaba enloquecida porque se la llevaba la corriente, la levanté y seguía moviendo las patas desesperada”.*
- “Nos fuimos a la playa y se canso tanto que al otro día durmió hasta la tarde”.*
- “Nos íbamos a la playa y él se quedaba afuera de la casa jugando con otros perros y cuando escuchaba el ruido del auto que volvíamos; venía corriendo y se sentaba al lado de la puerta de la casa; como si siempre había estado ahí”.*
- “La felicidad que veo en ella y como persigue a todo pájaro que se le cruza”.*
- “Llevo la mascota siempre que sea cerca, una de las anécdotas es que al repartir sándwich en la carpa, ella se sentó para que le dieran uno”.*
- “Una vez en Bariloche, se nos escapó y tuvimos que perseguirlo por un peñón, por suerte el lago impidió que continuara huyendo, y volvió con nosotros a la cabaña”.*
- “La primera vez que pisó la arena... sigilosa... ya sabe dónde está la sombra para no quemarse las patitas”.*
- “Ha dormido en la carpa con nosotros”.*
- “En la playa pincha las pelotas de los chicos”*
- “Se desesperan por subir al auto, pasan momentos de mucha ansiedad pero luego... Ver a mis perros correr en la playa representa una alegría enorme, tanto para ellos como para mí”.*
- “Nos íbamos a vivir a Perú y tuvimos que llevarla con una agencia de carga de animales porque las aerolíneas no aceptaban animales y fue muy engorroso todo en argentina y Perú”.*
- “En diciembre vamos a pasar las fiestas a las frutas, Río Negro y en el auto van dos caniches toy, dos perros grandes de la calle, y 3 gatos, más mi mamá, mi papá, mi hermana, yo, los bolsos”.*
- “Si es viaje nacional la llevo conmigo, si me voy al exterior tengo que pensar donde dejarla”.*
- “Les gusta meterse en el mar”.*

-“Casi siempre que viajo me llevo a mis dos perras salchichas. Son parte de la familia y una gran compañía. Se portan muy bien... hacen caso. Y les encanta pasear”.

-“Un viaje a unas cabañas en Tandil donde admiten mascotas! Hermoso lugar!”.

-“En Villa Gesell, disfrutaban mucho de la naturaleza, no tanto el viaje pero después son más libres aun, por ejemplo en la playa”.

-“Era muy chiquito, y era su primer viaje a Rio Negro. Yo vivo en La Plata con él, y me lo llevaba a casa. Viajamos en auto, en cada parada que hacíamos lo bajaba le daba agua y un poco de comida. En algunas de estas paradas se bajó y había una especie de campo al costado de la ruta cerca de La Pampa, como vio el espacio verde se largó a correr y lo hacía en círculos sin parar. Estuvo todo un rato girando y nos matábamos de risa. Debe haber pensado "me voy a cansar un poco que todavía queda viaje”.

-“Mi perra se mete al agua solo cuando lo ve a uno dentro y sumergido, te va a buscar con locura”.

-“Una vez le dimos unas gotas para dormir durante el viaje, nos pasamos de dosis y el perro no podía levantarse para poder hacer pis, tuvimos que levantarlo nosotros. Era un boxer y pesaba mucho”.

-“Hizo caca en la playa”.

-“Piky, una perrita que realizo mas de 3.000km en camioneta en un viaje familiar. Impresionante el aguante y la energía cuando bajaba del auto! Inolvidable”.

-“Fuimos a la playa le tiramos unos de sus juguetes de plástico y la ola se lo llevaba y cada vez se metía más hondo y lo tuvimos que ir a buscar jaja no quería volver sin su muñeco”.

-“Siempre le tiramos una botella o pelotita al mar y se mete a buscarla!”.

-“Se hizo amiga de una perra negra mucho más grande de tamaño que ella, y jugaban todo el día, no las podíamos separar”.

-“No permitían mascotas en el hotel y la escondimos, el de las dos habitaciones lindantes también tenían mascotas escondidas y empezaron a ladrar y nos multaron a todos”.

-“Puerto Madryn tiene hotel que acepta mascotas de todo tipo y tamaño, gran sorpresa se llevo mi perra Greta al encontrarse en el pasillo del hotel con un gigantesco san bernardo, para ella era un oso porque era de raza pequeña y su reacción fue muy graciosa ya que quiso pelearlo y la cabeza del perro era más grande que todo mi perro. Por supuesto que el perro ni la registró”.

-“Cuando la perrita comió las patas de la cama en un hotel”.

-“Ir sentado con el cinturón de seguridad como una persona en camino de montaña”.

-“Le encantó la playa , la arena, el mar, tengo cuatro mascotas”.

-“Vamos con mi compañero a acampar a Bolsón y cuando llegamos había una tormenta muy fuerte por lo cual tuvimos que buscar cabañas y se nos hizo muy difícil porque no aceptaban mascotas”.

-“Llevarla a la playa y no sentirse cómoda, pero feliz y tranquila cuando llegábamos a la casa y compartíamos tiempo de juegos con ella”.

-“Ni bien llegamos a la playa busca el mar y se mete ladrando de alegría. Si vamos a la montaña disfruta de las caminatas largas y el trekking”.

-“Se súper divierte ya sea nadando en el mar o en el río”.

-“Hacer pis en la carpa de al lado”.

-“Feliz de viajar en el auto con nosotros y se porta excelente”.

-“La pasamos genial disfrutan más que nosotros. El tema es que hay que organizar el viaje con tiempo para reservar alojamiento, ya que hay poca disponibilidad de alojamientos petfriendly. Los alojamientos todavía no comprenden que los que viajamos con mascotas (en mi caso 2) somos muy responsables y más si tenemos que pasar 4 pasos fronterizos”.

-“Lo teníamos que entrar a escondidas a algunos hoteles, ya que no permitían, pero no había otro lugar a donde ir o dejarlo”.

-“Cada vez que viajamos se da cuenta y es la primera en subirse al auto”.

-“La pasamos genial. Consejo: reservar alojamiento con tiempo, pocos establecimientos aceptan mascotas. Todavía los hoteleros no consideran responsables a los viajeros mascoteros”.

-“Aman descubrir lugares nuevos. Les encanta descubrir junto a nosotros nuevas aventuras”.

-“Mi perra jugando con un zorrillo”.

-“Ninguna”.

-“Fuimos a la playa con Rocco, labrador, jugaban niños en el agua y el quiso sacarlos agarrándolos del brazo. Creemos que quería socorrerlos por las olas”.

-“Se comportó como un miembro más de la familia durante todo el viaje: ruta, alojamiento, playa, sin embargo hay lugares que no admiten mascotas por lo que debimos dejarla sola (en una casa que ella no conocía por lo que cavó las plantas que encontró, cosa que ella generalmente no hace)”.

-“En la playa odia meterse al mar y tocar la arena, siempre está en su carpita”.

-“Se lanzó al río en pleno invierno cuando hacía un mes de tenerla!!!”.

-“Disfrutamos todos de su compañía. Importante organizar con tiempo las ciudades donde pernoctar por el tema de alojamiento e ingresos a Parques nacionales, en algunos se permite, en otros no. A mis perritas les encanta el agua. Todavía hay un falso concepto que los animales pueden romper algo o portarse mal en un alojamiento.”

-“Me sorprende mucho porqué en los parques nacionales del sur (Neuquén) no dejan ingresar con mascota en ningún lado, qué daño podría causar, no son acaso parte de la propia naturaleza? A mi perra le encanta recorrer todo con nosotros lo disfruta mucho, pero en estos lugares estamos limitados para ingresar a todos lados”.

-“Salimos a viajar nómadas por Latinoamérica por más de dos años, todo nuestro viaje estuvo pensado en que nuestra perrita pudiera ser recibida a los lugares que íbamos. Tenemos muchísimas anécdotas, animamos que otros viajen con sus 4 patas, hasta impulsamos un grupo porque somos muchos viajeros con peludos. No nos gusta

llamarles mascotas. Pensamos que se puede viajar de vacaciones, hacer turismo, con perros y gatos”.

-“Parar cada rato para que haga pis!!”.

-“La enterré en la arena y no quiso salir”.

-“Le encanta la playa, jugar con los chicos”.

-“No he podido llevarlas al no tener dónde hospedarme con ellas”.

ANEXO 3

ANÉCDOTAS DE REENCUENTRO LUEGO DEL VIAJE

-“Mucha desesperación y necesidad de mimos.”

-“La gata que tengo ahora siempre que me voy por un largo rato cuando me voy me espía por la ventana y cuando vuelvo me espera en la puerta maullando desesperada. Cuando tenía perros y me iba de vacaciones volvía y después del festejo del primer momento se pasaba una noche entera acostada al lado nuestro emitiendo como un quejido.”

-“Cuando volvemos de las vacaciones empieza como a llorar y se hace pis y se pone como loco.”

-“Después de un mes afuera, estuvo una semana ignorándome. (Se quedó con mis padres).”

-“Verla abajo de la cama y mucha necesidad de mimos.”

-“Parece que bailara de como mueve la cola. Es incondicional con su amor no importa qué.”

-“Siempre me recibe muy contenta y me llena de lengüetazos”.

-“Felicidad”.

-“Se escapo, se metió en la casa de un vecino y no quería volver”.

-“Saltos, lamidas, alegría...”

-“Cuando vuelvo de las vacaciones me ignora por 2 o 3 días y después es más apegado que antes”.

-“Me exige mimos hasta cuando voy al baño”

-“Tengo dos cockers y una caniche, y son muy emocionadas al regreso de cada viaje porque son muy demostrativas de cariño”

-“Se hace pis encima de la emoción siempre que volvemos.”

-“Mis mascotas son parte de mi familia. Cada vez que nos reciben, hacen una "fiesta" ladran, saltan, aúllan, hasta de la emoción se hacen pis!! Reconocen a distancia que estamos llegando.”

-“Se hace la ofendida, hasta que se le pasa y viene a recibirnos con su cariño”

-“Mi hermano (que se quedaba cuidando a mi perra) la mandó a cortar el pelo para que no tenga tanto calor (es una siberiana). Cuando llegamos de la costa y la vimos, nos causaba mucha gracia el corte. La pobre, ofendida, se escondía durante el día y salía solo a la noche de su escondite.”

-“Al regreso, la perra ni bien sintió mi olor, me vio y reconoció me esperó a los saltos, moviendo su cola, y corriendo hacia mí para jugar. Es muestra de cariño incondicional.”

-“Suele exaltarse mucho al verme de regreso y se pega mucho a mí, me sigue para todos lados, ya que para nosotros es una más de la familia y la tratamos como tal. No es una mascota”

-“Mis perras se dieron cuenta de que estaba volviendo cuando estaba a dos cuadras de distancia”

-“Al llegar de vacaciones la perra festeja, salta y se pone a correr de alegría y mis gatas de lo contrario están por un tiempo enojadas y ofendidas porque nos fuimos pero después de dos días se les pasa y están más mimosas.”

-“Amor incondicional.”

-“Siempre me recibe muy contenta por mi regreso”

-“Lo mejor.”

-“Siempre que nos ausentamos más de dos días llora cuando nos escucha llegar”

-“No tengo ninguna en especial, pero cuando se quedan en casa, esta re sucia y desordenada”.

-“Cada vez que vuelvo a casa, mis perras me reciben saltando y toreando, se alegran de que vuelva.”

-“Después de vivir 6 meses fuera del país, volví a casa; era de madrugada y entré sin avisar, el perro y las perras bajaron las escaleras a las corridas como para atacarme pero cuando se dieron cuenta de que era yo, empezaron a saltar y a aullar como un llanto. Son esos momentos en los que realmente uno se siente en casa. Y la verdad me recibió mejor el perro y las perras que mi familia.”

-“La forma de recibirnos es la mejor”.

-“La última vez lo encontré tres veces más grande y todavía está en etapa de crecimiento. Y como de costumbre, saltos, coletazos de alegría, ladridos y aullidos como con "sufrimiento" (¿a dónde te fuiste? Me dejaste solo)”

-“Cuando volvemos y nos reencontramos, no para de saltar y lamernos la cara, y se hace pis encima de la emoción”.

-“Hermosa! Mucha alegría, me dan ganas de volver a casa solo para estar con mi perra.”

-“Ágatha es una gata. La dejamos en casa de mis abuelos y nos fuimos dos semanas en verano a Brasil, Santa Catarina. Cuando volvimos estaba muy enojada y costó mucho que nos vuelva a dar bola!. Igual era gracioso, nos ignoraba de vez en cuando pero también quería mimos.”

-“Fiesta y afecto incondicional”

-“Felicidad de ambos”

-“Vuelvo y está enojado. Le cuesta tomar confianza conmigo.”

-“Siempre que vuelvo se enloquece de la alegría!!”

-“Se la notaba más contenta que nunca.”

-“Mucha felicidad”.

-“Me fui 4 meses de viaje, y cuando llegue mi perra no me hacía fiesta ni nada, solamente me daba besos, y cuando desarme la valija se acostó adentro y no se iba. (No quería que me vuelva a ir)”.

- “Tenía una perrita que cuando uno llegaba se hacía pis de la emoción”.
- “Mi perra es chiquita, una caniche toy, pero se alegró TANTO de vernos que me saltó casi hasta la cara para llenarme a besos (mido 1,70)”.
- “No paran de lamerme y ladrar de contentos.”.
- “Se hizo pis la primera vez que me fui de viaje por más de 15 días”.
- “Me fueron a buscar al aeropuerto y me largue a llorar cuando los vi, pero con mi familia no se me cayó una lagrima. Además te reciben ofendidos, y te ignoran un poco para que sepas que no les gusto que los dejaras pero ya al rato vuelve todo a la normalidad.”
- “No despegarme un segundo.”
- “Fue como si nunca me hubiese ido, no me extraño ni un poco”.
- “Que se haga pis al verme”.
- “Mucha felicidad”.
- “Cuando volvemos es una fiesta”.
- “Luego de un viaje largo, empezó a llorar de emoción casi todo el día. A partir de ahí decidimos no dejarla sola por tantos días.”
- “Se ponen súper felices, se nota la falta que le haces cuando te vas más de una día.”
- “Mi amiga no había ido a darle de comer, y encontré todo tirado.”
- “Corren por toda la casa felices y nos saltan encima y no paran hasta cansarse”.
- “Alegría por ambas partes”.
- “Una vez deje mi gato en la veterinaria y me partió el corazón volver y verlo triste en la jaula chica y todo sucio”.
- “Se enloquece, es muy dulce, cariñosa y compañera. Es una pena viajar y no poder llevarla”.
- “Mi perra al volver se pone muy contenta y ansiosa. Mis gatos cuando me voy por mucho tiempo, al volver se muestran enojados por varios días”.
- “Siempre nos espera muy alegre, el verano pasado vacacionamos un mes y al regresar se le caían las lágrimas!! Hermoso recuerdo”.
- “El patio lleno de pozos!”.
- “No es una anécdota de reencuentro, sino que al dejar la casa que alquilábamos en vacaciones, la olvidamos debajo de una cama, y nos dimos cuenta cuando habíamos hecho una cuadra”.
- “Se vuelve loca”.
- “Me mira y sigue comiendo”.
- “Esperaba ansioso y feliz”.

-“El reencuentro siempre es similar, mi perro salta sobre mi y al día siguiente despierta a mi lado. Amo a mi perro, pero es muy revoltoso y al convivir tantos años solo, no sabe de la convivencia con otros perros”.

-“Con mucha alegría”.

-“Se emocionan y enloquecen de felicidad”.

-“Las ganas que tenía de verla y llamar todos los días para ver como estaba, si había comido, si jugaba, todo. La busque a penas me baje del colectivo y me llenó de nuevo la vida, él alma. Besos, mimos, todo mutuamente”.

-“Viajo mucho por trabajo, se porta con total indiferencia por unos tres días después de mi llegada”.

-“Un cariño indescriptible. Se pone verdaderamente feliz!”.

-“Me fui 16 días y al volver...se estaba quedando pelado!”.

-“Se puso muy feliz al verme, porque no estaba comiendo”.

-“Mucha alegría”.

-“Indiferencia”.

-“Se emociona mucho, se hace pis de la emoción”.

-“Noir, mi perro, se pone muy feliz. Hermes mi gato que queda en casa al cuidado de una amiga, cuando regresamos se hace el ofendido”.

-“Siempre está muy feliz de vernos llegar y con una mirada de: que me trajiste?”.

-“Me esperan en la puerta de mi hogar”.

-“Se pone muy feliz y por lo general empieza a romper cosas de la emoción”.

-“Cada vez que regresamos de viaje y nos ve llegar corre por toda la casa y se nos abalanza para jugar”.

-“Generalmente cuando volvemos de las vacaciones ella está como ofendida por un rato pero, después de mimarla y saludarla muchas veces, empieza a correr de alegría por toda la casa”.

-“Me miraba fijo. Y me seguía hasta al baño”.

-“Llora de la alegría.”

-“FELICIDAD.”

-“Una alegría inmensa, mucho más demostrada por parte de mi perro.”

-“Al regresar de mis vacaciones, el reencuentro fue emocionante. Mi mascota se alegró muchísimo de verme de vuelta, estaba muy exaltado, lleno de felicidad.”

-“Alegría y emoción”.

-“No tengo, solo que cuando volvíamos, estaba tan feliz mi perra que se hacía pis de la emoción.”

-“Cuando nos ven llegar (a mí y a mi familia), empiezan a comer desesperadamente y a demostrar la felicidad que sienten. Les cuesta mucho comer cuando no estamos, y quedan muy tristes.”

-“Mi primer perro saltaba 2 metros cada vez que volvíamos de vacaciones, mucha alegría.”

-“No son animales demostrativos (hurón). No se dan cuenta si falta el dueño o no, sólo cuando los cambias de su lugar habitual.”

-“Varios días después muchos besos a toda hora..”