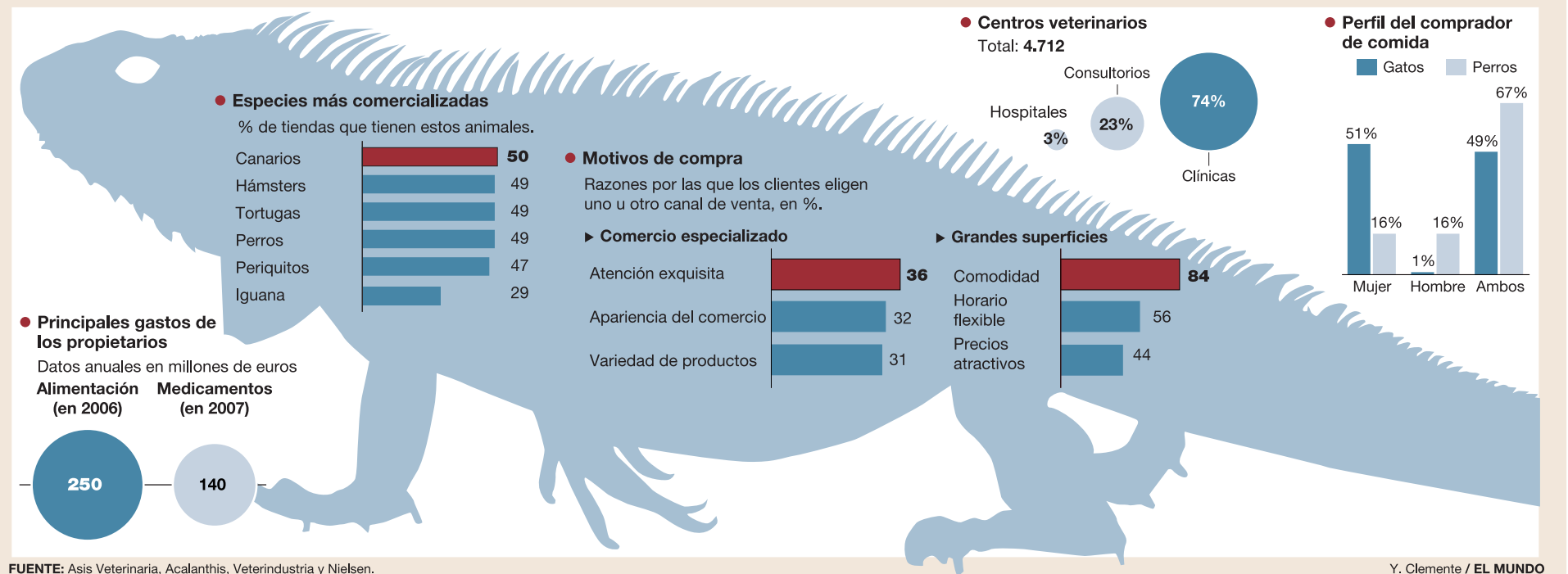


## &gt;&gt; ECONOMÍA Y EMPRESAS

## El negocio de las mascotas



## &gt; FERIA DEL ANIMAL DE COMPAÑÍA (PROPET)

# Mi perro también se estresa por la crisis

Las familias aprietan el cinturón de sus mascotas al escoger piensos más baratos y reducir las visitas al veterinario. Por **N. López y A. Romero**

Quién dice que la desaceleración económica sólo afecta a los humanos? Los animales domésticos también sufren los vaivenes de la economía. Y, con ellos, todos los sectores dedicados a su cuidado. Desde los productos de alimentación a las clínicas veterinarias, pasando por las tiendas especializadas... Todos los actores del negocio de las mascotas, que se reunirán desde el viernes en Madrid en la Feria para el Profesional del Animal de Compañía (Propet), hacen frente a la difícil coyuntura actual.

«Las situaciones que los animales viven en el ámbito familiar le influyen tanto positiva como negativamente», explica Maite Riesco, del Centro Médico Veterinario Delicias. Afirmación que refleja que si el dueño está estresado por sus problemas económicos, su animal de compañía también padecerá este estado de ánimo.

Así, la mascota se convierte en una carga y el siguiente paso es deshacerse de ella. En España, según la empresa Civican, se abandonaron 100.000 perros en 2008. Esta cifra ha aumentado de manera alarmante en los últimos años: en 2007 se produjo un incremento del 6,3% respecto al año 2006, como refleja el *Estudio de abandono de perros y gatos* elaborado por Affinity en 2008.

«La mayoría de los animales recogidos por protectoras y ayuntamientos son perros (76%), mientras que los gatos sólo representan el 24%», de acuerdo con el informe de la compañía de nutrición animal. La razón principal de este hecho podría achacarse al gasto que supone mantener la

mascota. Sin embargo, según Maite Riesco, «tener un animal es relativamente económico». La editorial Acalanthis —especializada en gestión veterinaria— maneja un gasto medio de 1.500 euros en mascotas por familia y año. Esta cantidad incluye comida, higiene, veterinario y seguro.

El consenso no es unánime. Para José Luis Villaluenga, presidente del club de *marketing* farmacéutico Sepromark, la crisis no está detrás del aumento de los abandonos. «Donde sí se ha notado», explica, «es en el descenso brusco de las visitas al veterinario».

«Los clientes son más selectivos a la hora de decidir qué tratamientos realizan y cuáles pueden espe-

rar. Además, en los últimos meses estamos detectando un aumento de impagados y de aplazamientos», señalan desde el Centro Médico Veterinario Delicias.

Cuando hay que apretarse el cinturón, las primeras víctimas son los caprichos de la mascota. En este sentido, los responsables de Sepromark confirman que este año se está detectando una bajada del consumo de la gama Premium de la alimentación de animales domésticos. «Y esto, en última instancia, está beneficiando a las grandes superficies y las cadenas de distribución masiva», aseguran desde el club de *marketing*. «Es allí donde se pueden adquirir productos menos nutritivos pero más baratos».

Pero lejos de ser una carga, el animal doméstico puede llegar a ser muy beneficioso para sus amos. La encuesta *Animales de compañía y salud familiar*, realizada por Bayer HealthCare, lo confirma: el 93% de las familias españolas consideran que la relación que establecen con sus mascotas en el hogar es beneficiosa para todos sus miembros.

«Los animales son muy perceptivos y, por esto mismo, suponen la mejor terapia en situaciones de estrés y en muchas otras circunstancias», explica Ana Belén Muñoz, del Grupo Arppe, fabricante y distribuidor de accesorios para mascotas.

La socióloga Alicia Aradilla habla, incluso, de que algunos animales de compañía «son capaces de detectar ataques de epilepsia hasta 20 minutos antes de que se produzca y poner en aviso al enfermo».

A pesar de la crisis, algunas empresas de este ámbito encuentran en la actualidad una oportunidad de negocio. «La desaceleración actual nos puede brindar muchas posibilidades a medio plazo, ya que los cambios en los hábitos del consumo en ocio tienden al ahorro y favorecen el hecho de tener mascota», comenta Ana Belén Muñoz. Ante opciones caras como viajar o acudir regularmente al gimnasio, se puede disfrutar del tiempo libre y practicar ejercicio en compañía de un animal.

El mercado de las mascotas oscila entre los 1.250 y los 1.500 millones de euros de negocio en España, según Acalanthis. Esta misma fuente señala que en nuestro país hay unos 11 millones de animales de compañía, atendidos en los 4.712 centros veterinarios que dan trabajo a un total de 9.000 profesionales.

Los laboratorios, las firmas de alimentación y las compañías que fabrican complementos son tres de los ejes principales que conforman este negocio

y que, además, acudirán a la Feria de Madrid. Sólo los dos primeros suponen una cifra de negocio que ronda los 400 millones de euros, según las consultoras especializadas Alimarket y Nielsen.

Por su parte, la industria farmacéutica veterinaria «se está desacelerando, incluso en categorías donde se han lanzado novedades y en aquellas en las que han apare-

## EL SECTOR EN CIFRAS

**1.250** millones de euros fue el volumen del negocio veterinario español en 2008, según la editorial Acalanthis. A nivel mundial, esta cifra ascendió a 14.026 millones de euros en 2007, según Veterindustria, patronal del sector.

**1.500** euros es el gasto medio en mascotas por familia y año. Dato que depende de la especie y que incluye comida, higiene, veterinario y seguro.

**11** millones de animales domésticos entre perros, gatos y especies exóticas inundan los hogares españoles.

**250** mil euros es la facturación media de una clínica veterinaria, de los que el 30% procede de la venta de productos y alimentos.

**27** mil veterinarios españoles están colegiados, de los cuales 9.000 están especializados en pequeños animales.

**5.015** millones de euros fue la cifra de negocio del sector en Europa en 2007, según Veterindustria. Mientras, en Asia fue de 2.116 millones de euros.

cido productos sustitutivos a un precio más alto», señalan los responsables de Sepromark.

A pesar de la tormenta, el mercado se profesionaliza y se diversifica cada vez más. A las necesidades básicas del animal, se unen ahora cientos de negocios de ropa y accesorios, residencias, estética canina... y mucho más. Todos estos segmentos de negocio estarán representados en Propet, que se celebra hasta el próximo domingo. Porque, tal y como se encarga de matizar su directora, María José Sánchez, «nuestro objetivo es abrir el abanico a todos los colectivos profesionales del sector, no sólo a los veterinarios».

