

La *mascotamanía*, una industria imparable

La fiebre por los animales de compañía se extiende por el planeta. Mueve una industria que el año pasado facturó casi 100 000 millones de euros solo en Estados Unidos, Europa y América Latina. Este sector es un termómetro de la economía global. Un tercio de los españoles considera a su perro o a su gato más importante que a sus amigos. La *mascotamanía* despierta el debate sobre las relaciones entre los humanos y otras especies.



- (1) Mar Ribé, diseñadora gráfica de 35 años, se dirige al altar. Lleva un vestido rosado y camina del brazo de su padre, Joan. En la mano izquierda, él sostiene a una pequeña *cocker* con un vestido idéntico al de la novia. El mismo color, las mismas telas, el mismo diseño. Ribé siempre
- 5 soñó con que, el día de su boda, su perra Sheera llevaría los anillos. La escena supera todas las expectativas. “La gente alucinó. ¡Apuntaron con sus cámaras y teléfonos al suelo para fotografiar a Sheera en vez de a mí!”, recuerda hoy Ribé mientras enseña el álbum de su boda, celebrada en septiembre.
- 10 (2) En realidad, 6 las mascotas no es solo cosa de ricos o cosa de los famosos de Hollywood. “Si tenemos en cuenta esta tendencia a tratar a las mascotas como hijos, se entiende que en las actuales sociedades desarrolladas se gaste cada vez más dinero en productos y servicios para mimarlas”, explica el psicólogo y experto en comportamiento animal
- 15 Stanley Coren. La explosión de la industria de los animales de compañía se ha convertido en un indicador del crecimiento de las clases medias en el mundo, en particular en América Latina y Asia. Solo en comida, el sector mueve más de 51 000 millones de euros al año.

(3) El vestido de Sheera para acompañar a
20 Mar Ribé al altar costó 95 euros y fue diseñado
a medida en Caninetto, una sastrería para
mascotas del barrio del Raval (Barcelona).
Hace ya tres años que Edgard Gil y su pareja,
Haritz Aramendi, montaron su pequeña tienda
25 taller. Decenas de diminutos abrigos y
camisetas de colores cuelgan de sus
estanterías. Para la sastrería de Gil y
Aramendi los dos primeros años fueron duros.
“Pero sabíamos que el sector no paraba de
30 crecer. Nuestra capacidad de evolucionar no
depende de que crezca el sector en España,
sino de que lo haga internacionalmente”, dice
la pareja, que acaba de cerrar un acuerdo para
comercializar su firma en Nueva York. A largo
35 plazo, sus ojos están puestos en América
Latina, donde el sector crece imparable.



(4) La alimentación es el sector que más dinero mueve en esta industria.
En el madrileño barrio de Malasaña hay una tienda de repostería para
mascotas: Miguitas. Todo está elaborado con productos naturales. Los
40 *brownies* de hígado de pollo y las tartas de salmón son su especialidad.
“El animal los saborea y son un complemento nutricional para los
piensos¹⁾ procesados, que tienen muchas carencias”. Una cliente de
Miguitas, Sonia Serra, compra menús especiales para su perro Buppy,
que tiene alergias alimentarias. “Vale cuatro veces más que un pienso de
45 marca blanca²⁾, pero me compensa por lo que me ahorro en veterinarios”.

(5) Excentricidad para unos, evolución para otros. Las mascotas se han
convertido para muchas personas en el eje de sus vidas. Basta con ver el
nuevo programa televisivo *Amores perros*, en el que los concursantes
buscan el amor a través de sus mascotas. Los participantes se conocen
50 en compañía de sus perros. La conexión humana queda en un segundo
plano. 11 depende de la afinidad que surja entre los animales si los
concurantes quieren conocerse mejor el uno al otro. Un ejemplo más de
la *mascotamanía*...

adaptado de: elpaissemanal.elpais.com, 04-12-2016

noot 1 el pienso = het diervoer

noot 2 la marca blanca = het huismerk, een onbekend merk