

IGNASI SOLANA VINYOLES, SECRETARIO GENERAL DE AEDPAC

“La Ley de Bienestar Animal ha sido un gran paso adelante, pero ha perjudicado a algunos comercios tradicionales”

EL SECTOR DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA ANIMALES DE COMPAÑÍA EN ESPAÑA SIGUE MOSTRANDO UN CRECIMIENTO SOSTENIDO, PERO TAMBIÉN ENFRENTA NUEVOS RETOS DEBIDO A LA MADURACIÓN DEL MERCADO Y LAS IMPLICACIONES DE LA LEY 7/2023.



El sector de productos y servicios para animales de compañía atraviesa una etapa de transformación, impulsada por la innovación, la sostenibilidad y los cambios regulatorios. A pesar de los retos económicos, como la inflación y la disminución del poder adquisitivo, el mercado sigue mostrando un crecimiento sostenido, con un enfoque creciente en la diversificación de servicios y la adaptación a las nuevas demandas.

La reciente Ley de Bienestar Animal ha sido un paso importante para la protección de los animales, pero también ha presentado desafíos para algunos comercios. **Ignasi Solana Vinyoles**, secretario general de la Asociación Española de la Industria y el Comercio del Sector del Animal de Compañía (AEDPAC), afirma que *“el sector de productos y servicios para animales de compañía continúa creciendo, pero enfrenta retos importantes derivados de la maduración del mercado y los cambios regulatorios”*.

Un sector en crecimiento con diversificación de servicios

El mercado de productos y servicios para animales de compañía en España sigue mostrando signos de crecimiento, aunque con matices. Así, según Solana Vinyoles, *“el sector sigue experimentando una dinámica de crecimiento sostenido. Sin embargo, en los productos y accesorios hay cierta contención debido a la maduración del mercado”*. Esta maduración implica una estabilización en la demanda de productos tradicionales, aunque se está registrando un notable auge en el segmento de los servicios. *“Por lo que respecta a estos últimos, estamos asistiendo a una diversificación de productos y servicios y a la creación de nuevas categorías por especialidades específicas”*, añade.

Estas nuevas categorías buscan satisfacer necesidades emergentes que tienen los responsables de animales de compañía, según detalla Solana Vinyoles, *“en ámbitos como la movilidad, la higiene o la alimentación”*

“La inflación y la disminución del poder adquisitivo han afectado al comportamiento de compra, con un consumidor más exigente que prioriza la relación calidad-precio”, explica, detallando que, a pesar de este cambio en el perfil del consumidor, *“el sector ha demostrado su capacidad de adaptación mediante el desarrollo de productos más accesibles y la implementación de estrategias promocionales para mantener la fidelidad de los clientes”*. Sin embargo, el secretario general de AEDPAC subraya la importancia de *“seguir impulsando la innovación para ofrecer soluciones económicas sin comprometer la calidad”*.

Un mercado sostenible y en expansión internacional

En cuanto a la situación actual del sector en España, considera que *“se encuentra en una posición favorable, con un crecimiento estable y una demanda que sigue en aumento gracias al papel cada vez más relevante de los animales de compañía en el contexto familiar y en los hogares”*. Esta tendencia se refleja en el aumento del número de hogares con mascotas y la creciente importancia de las mascotas en la vida cotidiana de las familias españolas. Una de las características más destacadas en los últimos años ha sido la internacionalización de las marcas españolas. Así, según Solana Vinyoles, *“desde hace unos años se observa una marcada tendencia de las marcas españolas en abrir nuevos mercados internacionales, y debo decir que en la mayoría de los casos con gran éxito y aceptación de la marca España, que se identifica con Europa, calidad e innovación”*. Este éxito en los mercados internacionales ha reforzado la imagen de España como un referente en calidad e innovación dentro de la industria de productos para animales de compañía.

“EL SECTOR SIGUE EXPERIMENTANDO UNA DINÁMICA DE CRECIMIENTO SOSTENIDO. SIN EMBARGO, EN LOS PRODUCTOS Y ACCESORIOS HAY CIERTA CONTENCIÓN DEBIDO A LA MADURACIÓN DEL MERCADO”

La Ley de Bienestar Animal, un paso adelante con desafíos en la implementación

En cuanto a la reciente Ley de Bienestar Animal, Solana Vinyoles opina que se trataba de *“una normativa y ha sido un gran paso adelante para garantizar las mejores condiciones de vida para los animales y sentar las bases futuras para su regulación”*. Sin embargo, también reconoce que la aplicación de la misma ha tenido efectos negativos en algunos comercios minoristas, especialmente aquellos cuya actividad estaba centrada en la venta de animales de compañía. *“Nos consta que ha habido minoristas que han tenido que cerrar sus puertas después de dos o tres generaciones abiertas al público. Otros comerciantes han tenido que adaptarse y buscar fórmulas para resarcirse de este impacto”*, sostiene cuando se refiere a los comercios tradicionales que se vieron afectados por las restricciones impuestas por la ley. A pesar de estos inconvenientes, reconoce la postura constructiva de la nueva Dirección General de Derechos de los Animales.

En este sentido, Solana Vinyoles aclara que, *“en AEDPAC, seguimos trabajando para apoyar a nuestros asociados en el cumplimiento normativo y para garantizar que las leyes sean equilibradas y realistas para el sector”* y muestra optimismo sobre la posibilidad de ajustar algunos aspectos de la ley a las necesidades del sector, en colaboración con las autoridades.

Los retos regulatorios y el apoyo de AEDPAC

El secretario general de la asociación manifiesta que uno de los principales retos regulatorios que enfrenta la industria es la implementación de la Ley de Bienestar Animal, junto con *“la adaptación a las normativas europeas sobre sos-*

tenibilidad, y la regulación de aspectos vinculados a la profesión veterinaria". En este contexto, la labor de AEDPAC es fundamental para proporcionar apoyo a las empresas del sector, facilitando el cumplimiento de las normativas y fomentando el diálogo con las instituciones. "Estamos concentrando esfuerzos en la formación, la internacionalización y asesoría a las empresas, y estableciendo un diálogo constante con las autoridades nacionales, autonómicas o locales para representar los intereses del sector de la manera más efectiva posible", declara el directivo de la asociación. Además, pone el foco en las iniciativas de colaboración con asociaciones como AMVAC y CEVE, que buscan impulsar proyectos conjuntos en el marco de eventos sectoriales como IberzooPropet.

Comprometidos con la sostenibilidad

La sostenibilidad es otro de los grandes pilares de la estrategia de AEDPAC. De hecho, la asociación está trabajando activamente para promover prácticas sostenibles en el sector: "Estamos en conversaciones con empresas y consultores que promueven la economía circular, la certificación de sellos de calidad o el uso de materiales biodegradables, como el embalaje de los productos". Este enfoque busca asegurar que los productos para animales de compañía sean cada vez más respetuosos con el medio ambiente. Asimismo, otro de los objetivos de AEDPAC es, tal y como indica el secretario general de la organización, "promover el intercambio de buenas prácticas entre nuestros asociados, lo que les permite aprender unos de otros y mejorar sus prácticas empresariales, especialmente en lo que respecta a la sostenibilidad".

Innovación y nuevas oportunidades de negocio

Para el experto, el futuro del sector pasa, sin ningún tipo de duda, por la innovación: "Entre las tendencias destacadas están la personalización de productos, como dietas específicas, y el uso de tecnología, como los dispositivos conectados wearables. Estas tecnologías están generando importantes oportunidades de negocio", revela.

A la par, señala, "estamos asistiendo a una eclosión de servicios vinculados a lo que podríamos denominar la nueva sociedad 'pet friendly': seguros, transpor-

te, guarderías, autolavado, cuidadores o cursos de comportamiento, entre otros. El potencial de crecimiento es enorme", indica, destacando que estos nuevos servicios ofrecen amplias oportunidades de negocio para el sector.

AEDPAC también pone énfasis particular en la formación y la colaboración entre sus miembros. "Cuando una empresa nos pregunta por qué debería asociarse, siempre le decimos que tiene a su disposición múltiples servicios al uso: acceso a información sectorial, estudios de mercado, asesoría jurídica, descuentos en eventos, etc.", recalca el experto. Sin embargo, subraya que lo más valioso de ser miembro de AEDPAC no son solo estos servicios, sino las oportunidades de networking que ofrece: "Lo más importante es que perteneces a un club y que el resto de socios son potenciales contactos que quizá han pasado por aquella situación en la que tú necesitas ayuda y precisamente compartir cómo resolvió su misma experiencia te ahorra mucho tiempo y dinero".

Enfrentando el futuro: sostenibilidad, digitalización y globalización

Mirando hacia el futuro, los mayores desafíos para las empresas del sector, según el experto, "incluyen la necesidad de avanzar hacia modelos sostenibles, la adaptación a la digitalización y la globalización de los mercados, entre otros".

En este contexto, AEDPAC está tomando medidas proactivas para ayudar a sus asociados a estar preparados para estos desafíos. Para ello, como explica Solana Vinyoles, en la asociación "estamos invirtiendo en iniciativas de investigación, estableciendo alianzas estratégicas y promoviendo políticas que favorezcan la innovación, para contribuir a que nuestras empresas asociadas estén preparadas para enfrentarse a estos desafíos".

Finalmente, el secretario general de AEDPAC resalta la importancia de la colaboración y el trabajo conjunto entre todos los actores del sector para garantizar un crecimiento sostenible y responsable. "La colaboración y la generación de complicitad y conocimiento entre todos los actores del sector, desde las empresas hasta los organismos reguladores y los propios consumidores, son esenciales para garantizar un futuro próspero para el sector", considera.

Con un enfoque en la sostenibilidad, la innovación y la adaptación a los nuevos desafíos regulatorios, el sector de productos y servicios para animales de compañía está bien posicionado para enfrentar los retos del futuro y continuar su camino de crecimiento. 🐾

