

El 'pet parenting' ya no es una moda, es una realidad en crecimiento

PARA EL 85,9 % DE LOS ESPAÑOLES SU ANIMAL DE COMPAÑÍA ES UN MIEMBRO MÁS DE LA FAMILIA (E INCLUSO MÁS FAMILIA QUE OTRAS PERSONAS), SEGÚN LA SEGUNDA EDICIÓN DEL 'BARÓMETRO DE HÁBITOS Y TENDENCIAS DE LOS PET PARENTS'. ESTA PERCEPCIÓN HA CRECIDO MÁS DE UN 5 % EN APENAS UN AÑO.

El censo de animales de compañía en España ha crecido exponencialmente en los últimos años. Los datos más actualizados de la Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos Para Animales de Compañía (ANFAAC), correspondientes a 2024, lo estiman en más de 20 millones de mascotas, casi la mitad (9,5) perros. Este dato ha llamado poderosamente la atención últimamente en los medios de comunicación, pues, según la Red Española de Identificación de Animales de Compañía (REIAC), ya hay más canes que menores de 15 años (6,7, aproximadamente). Y en Madrid, por ejemplo, el número de peludos duplica al de niños menores de tres años.

Las cifras ponen en evidencia el gran salto cuantitativo que ha experimentado la población de mascotas en España en cosa de una década, pero también el salto cualitativo asociado a este crecimiento del número de anima-





les de compañía. Y es que uno de los factores clave que lo ha impulsado tiene que ver una mayor sensibilidad social hacia el bienestar animal, algo que está estrechamente vinculado al perfil actual del *pet parent*.

En este contexto, la primera edición sobre el *Barómetro sobre los nuevos Hábitos y Perfiles de los Petparents en España 2024*, iniciativa promovida por la Asociación Española de Distribuidores de Productos para Animales de Compañía (AEDPAC) con la distribución técnica Hamilton, nació con el objetivo de examinar las tendencias emergentes en los hogares con animales de compañía y evaluar el impacto de la Ley de Bienestar Animal (LBA). El estudio confirmó que el 49 % de las familias vivía con animales de compañía, considerándolos un miembro más (80 %).

De esta forma, en la geografía española se han contabilizado un 39 % de *pet parents*. Es decir, 'padres de mascotas'. Incluso para algunos de ellos (7 %) son más importantes que otras personas, los incluyen en fotografías familiares (74 %) y le llaman hijo (7 %). En un contexto similar al de los otros grandes países europeos: Italia (40 %), Francia (44 %), Alemania (47 %) o el Reino Unido (56 %).

Además, el barómetro diferencia en España cinco tipos de *pet parents*: Enamorados (24 %), Leales y Cariñosos (24 %), Primerizos (22 %), Compañeros felices (18 %) y Responsables Conscientes (12 %). Estas tipologías se distinguen por el tipo de relación que los tutores establecen con sus animales de compañía, que se basa por una parte en qué motivación tienen para ser *pet parent* y, por la otra, las necesidades físicas y emocionales del animal.

Asimismo, el perfil de los responsables de animales de compañía se encontraba caracterizado por una composición del 50,9 % de mujeres y un 49,1 % de hombres, con una edad promedio de 45,8 años. La mayoría de ellos vivía en pareja y tenía hijos en el hogar, lo que reflejaba un grupo demográfico equilibrado y familiar.

Más de la mitad de los hogares convive con un animal

La segunda edición del estudio se presentó en el marco de Iberzoo Propet con una importante novedad: la comparativa detallada entre España y Portugal, permitiendo un análisis más profundo del comportamiento de los cuidadores de mascotas en ambos países. Se reafirma, en primer lugar, el cambio estructural en las familias en la Península Ibérica. Más hogares pequeños y la

maternidad tardía (la edad media del primer hijo ha ido retrasándose desde los 27 de antaño hasta los 32 de ahora) han impulsado el auge de los animales de compañía como parte de la familia. En 1991, solo un 13 % de los hogares españoles eran unifamiliares, cifra que ha crecido hasta un 28 % en 2024. Por otro lado, las familias con un hijo se han incrementado de 9 % a un 15 % durante ese periodo.

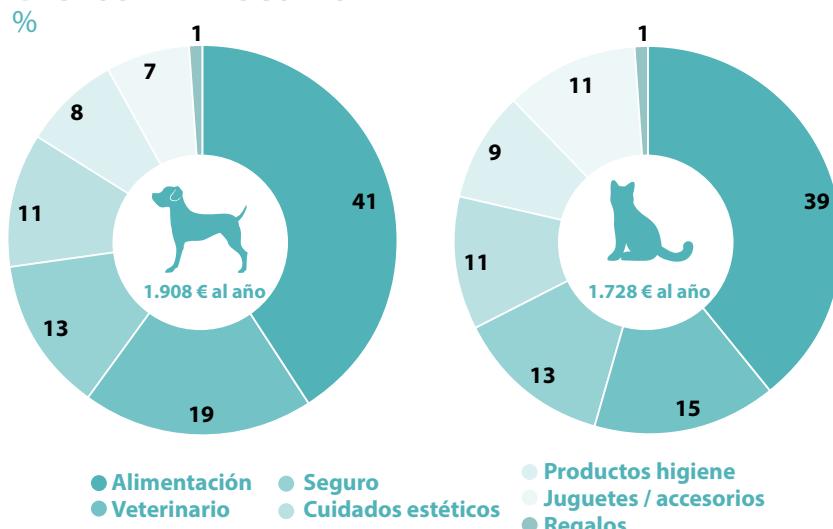
En cuanto a la cantidad de hogares con mascota, el informe manifiesta una vez más que España y Portugal son países *petfriendly*. Más de la mitad de los hogares conviven con un animal de compañía, pero también es significativo el ritmo en el que aumenta la población en ambos países. En el curso de un año, en territorio español el porcentaje de familias con mascota se ha incrementado un 3 %, hasta alcanzar una penetración del 52 %. De ellas, el 54,8 % son perros, el 24,1 % se corresponde con gatos, y el 20,5 % a otras especies. En Portugal el censo es mayor, dado que el 57 % convive con un animal. E igualmente, la diferencia entre perros y gatos se encuentra más equilibrada, 44% y 35,1%, respectivamente. La comparativa también deduce que España se encuentra a la estela de Portugal en cuanto a adopciones. En nuestro país, seis de cada 10 perros y siete de cada 10 gatos son adoptados, frente a los siete de cada 10 y nueve de cada 10 del país luso.

De hecho, Portugal lidera la adopción y esterilización. Según el barómetro, el 57,2 % de las personas que convive con un animal intenta acogerlos en lugar de comprarlos, mientras que en España esa cifra anda rozando la mitad, pero sin superarla (49,9 %). Respecto al segundo punto, el 55,7 % de los padres portugueses de mascotas asegura esterilizar a sus animales de compañía frente al 47,2 % de los españoles.

Sin embargo, España está por delante en materia de concienciación animal. El 42,7 % de los participantes en el barómetro aseguraron promover la adopción y la tenencia responsable entre su círculo cercano; en el país vecino el porcentaje es de 33,5 %. También los tutores españoles están más concienciados en el uso de productos y servicios éticos libre de crueldad animal, siendo alrededor de un tercio (34,5 %), versus el apenas 23,3 % de lusos que le dan importancia.

En cambio, ambos países van más o menos a la par en cuanto a denunciar casos de abandono o maltrato animal (31,9 % España y 32,6 % Portugal); en colaborar con asociaciones de rescate y protectoras de animales (18,5 % y 18,9 %, respectivamente); y en participar en campañas de concienciación sobre bienestar animal, con 15,7 % y 12,8 % de la representación de los hogares con mascotas.

GASTOS EN MASCOTAS

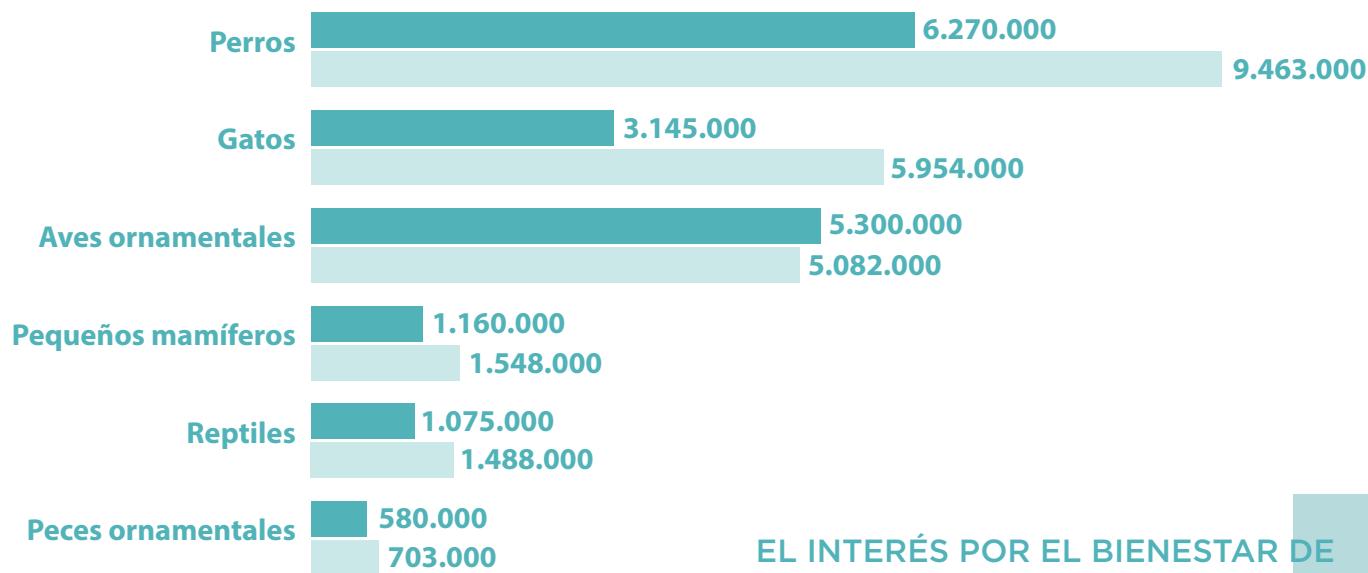


Fuente: 2º Barómetro hábitos y tendencias del petparent en España y Portugal - Aedpac y Hamilton. Elaboración: IM Veterinaria

ANIMALES DE COMPAÑÍA POR TIPO EN ESPAÑA

2018

2024



Fuente: Fediaf. Elaboración: IM Veterinaria

EL INTERÉS POR EL BIENESTAR DE LAS MASCOTAS HA ALCANZADO ESTATUS DE CUESTIÓN DE ESTADO

El 'pet parenting' sigue penetrando en los hogares: cómo influye en el gasto

Del primer barómetro de AEDPAC se extrajo que el 39 % de los tutores de mascotas eran considerados *pet parents*. Pues bien, en cosa de un año esa percepción se ha impulsado hasta el 45 %, solo un punto porcentual menos que en la vecina Portugal. Que en el 85,9 % de los núcleos familiares españoles (79,2 % en el caso de los lusos) los peludos tengan estatus de un miembro más de la familia, o más miembro que otras personas, confirma de nuevo cómo ha cambiado el modo en el que los tutores interactúan con sus animales de compañía, tratando como si fuese un integrante humano. Es más, solo un 13 % no pone a su perro o gato al mismo nivel que a una persona.

Así las cosas, los datos constatan que el perfil del consumidor de mascotas ha evolucionado hacia un tutor consciente, pasando de ser un dueño de mascotas a un 'padre/madre' que considera a su animal un miembro de la familia. En consecuencia, ahora buscan activamente productos y servicios que reflejen sus propios valores, priorizando la salud y el bienestar de su amigo peludo, lo que ha disparado el consumo en productos y servicios específicos.

Esto lo ha comprobado el Instituto Nacional de Estadística (INE) en su última Encuesta de Presupuestos Familiares, correspondientes a 2024, donde se muestra que el gasto medio por hogar aumentó un 4,4 % en 2024, hasta 34.044 euros. El estudio del INE incluye un apartado específico

para el gasto en mascotas y artículos y servicios relacionados, que incluye todo tipo de comida, productos veterinarios: de limpieza, de salud (fármacos y otras medicinas), cuidado y belleza para animales y otros artículos. De acuerdo a estas cifras, el gasto medio de los hogares españoles en este apartado se incrementó un 6,72 % respecto al año anterior. En cuanto a la inversión en servicios veterinarios y otro tipo de servicios para mascotas (como peluquería o alojamiento); alcanzó un 9 % más.

El informe de AEDPAC arroja más información en este sentido. El 40 % del gasto mensual del animal se destina a comida, 66 euros mensuales de media en España en el caso de los perros, y 56 en felinos. Los portugueses, por su parte, gastan 53 euros al mes en la alimentación de sus canes y 44 euros para sus gatos. Sumándole servicios veterinarios, seguros, cuidados estéticos, productos de higiene, etc., cada tutor destina de media unos 159 euros al mes (1.900 euros al año) en el caso de los españoles, y 143 euros al mes, es decir, 1.716 euros al año, para los vecinos portugueses que conviven con un perro. Tener un gato es algo más barato. En España cuestan unos 144 euros al mes (1.728 euros al año), en tanto que en Portugal destinan 109 euros al mes, 1.308 euros anuales. Por ello, la industria española de alimentos para animales de compañía sigue al alza: facturó en 2024 2.053 millones de euros, un 5 % más que en 2023 (1.995 millones), según los datos publicados por la Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos para Animales de Compañía (ANFAAC). En este crecimiento ha jugado un papel destacado la alimentación para gatos, cuya facturación se ha visto disparada un +11,7 %, hasta los 926 millones de euros, mientras que la alimentación para perros se ha mantenido estable (+0,1 %, 1.127 millones de euros).

Para ANFAAC entre las causas que explican el aumento de la facturación destaca una mayor concienciación de los españoles sobre las ventajas que comporta la tenencia de animales de compañía. *"Múltiples estudios científicos demuestran los beneficios emocionales, para la salud, para personas con necesidades especiales e incluso económicos de compartir el día a día con mascotas. Son considerados miembros de pleno derecho de nuestras familias"*, subrayan.

HOGARES CON AL MENOS UN PERRO O UN GATO EN ESPAÑA

%

2018 2024



24

27



11

17

Fuente: Fediaf

Elaboración: IM Veterinaria

El alto grado de tecnicificación de los alimentos también juega un papel importante el crecimiento del sector. Los tutores son más exigentes con los productos que adquieren para su animal, de manera que las empresas que forman parte de la industria están continuamente desarrollando alimentos sanos y seguros para las mascotas, introduciendo en sus procesos productivos los últimos avances científicos en materia de nutrición animal y aquellos ingredientes que pueden ayudar a su salud.

Otro de los motores es, como ya hemos mencionado, humanización de las mascotas. Segmentos del mercado como los productos de indulgencia (aquellos que se disfrutan como un placer o capricho), o snacks han registrado de nuevo crecimientos exponencialmente eleva-

EL 40 % DEL GASTO MENSUAL DEL ANIMAL SE DESTINA A COMIDA, 66 EUROS MENSUALES DE MEDIA EN ESPAÑA EN EL CASO DE LOS PERROS, Y 56 EN FELINOS

dos. Las familias buscan estímulos emocionales que actúen como puente para la generación de vínculos con sus mascotas, y la alimentación es uno de los más potentes.

Aunque cabe especificar que son las generaciones más jóvenes, como los *millennials* (nacidos entre 1981 y 1996) y la generación Z (nacidos entre 1997 y 2012) quienes adoptan un compromiso más fuerte con el bienestar de sus mascotas, algo que se traduce en la inversión destinada a su cuidado. Un estudio de la aseguradora digital *Lemonade* apunta que la generación Z gasta de media 165 euros al mes en sus animales, mientras que los *millennials* destinan 135 euros, la generación X invierte 107 euros y los *baby boomers*, 83 euros.

Un dato curioso que demuestra hasta qué punto las mascotas forman parte de las familias es que un 73 % de los tutores españoles les compra un regalo de Navidad, como recoge el barómetro de 2024. De hecho, se gastan un 44 % más en sus animales que los portugueses, una media de 23 euros para los perros y de 20 euros los que conviven con gatos. Además, los animales son compañeros inseparables de relax y *shopping* de sus amigos humanos: un 44 % de los encuestados se los lleva a la playa, un 41 % a cafeterías y terrazas, un 33 % a centros comerciales o tiendas y un 29 % a campings y zonas de ocio al aire libre. Solo un 19 % afirma dejarlos en casa, mientras que en Portugal el 40% son más de hogar.

En este sentido, los españoles demandan un mundo más *petfriendly*. El 57,4 % considera que faltan espacios donde las mascotas sean bienvenidas, frente al 72,5 % de portugueses que piensan que hay suficientes.

Por todo ello, el interés por el bienestar de las mascotas ha alcanzado estatus de cuestión de estado. El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) logró la adhesión del Colegio General de Colegios Veterinarios de España (OCV), de la empresa ALSA, de la asociación Veterindustria y de ANFAAC al protocolo de adhesión al Plan de actuaciones para la tenencia responsable de animales de compañía con el objetivo de divulgar y reforzar las actuaciones del Ministerio en materia de bienestar animal. La campaña #EresResponsable contempla distintas actuaciones para sensibilizar todavía más si cabe sobre la responsabilidad y el compromiso que supone compartir la vida con un animal de compañía. 🐾

INFLUENCIA EN LA COMPRA DE ALIMENTACIÓN

%

Veterinarios o profesionales de la salud animal

61,1

Tiendas especializadas en animales

44,6

Sitios webs especializados

28,8

Amigos, familiares o conocidos con animales

23,4

Fuente: 2º Barómetro hábitos y tendencias del pet parent en España y Portugal- Aedpac y Hamilton
Elaboración: IM Veterinaria