

DOSSIER EMPRESARIAL

Nacional Economía
Semanal

Tirada: **50.000**
Difusión: **35.000**
Audiencia: **122.500**
16/05/2008

Sección: -
Espacio (Cm_2): **341**
Ocupación (%): **31%**
Valor (€): **2.275,70**
Valor Pág. (€): **7.179,00**
Página: **13**

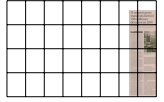


Imagen: **Si**

El negocio para mascotas facturó 700 millones de euros en 2007

ESTABLECIMIENTOS. EXISTEN MÁS DE 5.700 TIENDAS ESPECIALIZADAS EN PRODUCTOS PARA MASCOTAS

T. JIMÉNEZ
MADRID

Cada familia se gasta una media de 1.500 euros anuales en su mascota. Y, si se tiene en cuenta que seis de cada diez hogares tienen una mascota, éstas han pasado de ser un simple animal de compañía para convertirse en un negocio muy rentable. Según datos de la Asociación Española de Distribuidores de Productos para Animales de Compañía, el negocio de las mascotas facturó 700 millones de euros en 2007, un 6% más que el año anterior, y con previsiones de seguir creciendo.

Esta tendencia ha llevado a la proliferación de establecimientos dedicados a las mascotas, e incluso, varias marcas han decidido franquiciar sus negocios para llevar a cabo un plan de expansión territorial.

Yorky's ha sido la última en apuntarse al modelo de franquicias. La empresa, que se creó en 1990 en Barcelona, ha iniciado recientemente un proceso de expansión que le llevará a terminar 2008 con 6 nuevas tiendas, que se sumarán a los 3 establecimientos propios.

En sus tiendas, los clientes pueden encontrar toda clase de productos para los animales de compañía, como cosmética canina, collares, bolsos, camas, trajes, juguetes. «Las mascotas son uno más dentro de las familias y, por ello, sus propietarios les ofrecen todos los cuidados y mimos necesarios para su bienestar», explica Roger Freixenet, director general de Yorky's.

La empresa, que obtuvo una facturación cercana a los 160.000 euros en cada uno de sus centros el año pasado, prevé incrementar sus ventas un 15% este año. «Yorky's no es una tienda de mascotas, es la boutique canina por excelencia, donde la exclusividad y la atención profesional son los pilares del negocio». Por ello, sus diferentes tiendas ofrecen servicios de asesoramiento canino y estilismo para las mascotas, en



ESTABLECIMIENTOS. Interior de una de las tiendas de Yorky's

los que incluye hasta unas escaleras especiales, «para que suba a camas o sofás sin lastimarse».

Otra de las marcas que ha decidido expandir su negocio es Interzoo, que nació en los años 50 dedicada a la venta de cereales y

LAS MASCOTAS CUENTAN, INCLUSO, CON SU PROPIA WEB DE CONTACTOS

harinas para animales de granja, bajo el nombre de Piensos Marí. «En 2007, se crea el modelo de negocio basado en franquicias, que es la línea de negocio que se ha elegido para crecer», explica Gema Marí, responsable de la empresa.

Interzoo, que ofrece productos que van desde alimentación hasta «exclusivas vestimentas para perros importadas directamente de Francia. ¡Para estar a la última!», tiene 6 tiendas, y prevé doblar el número de establecimientos en 2008.

A estos servicios hay que incluir los de peluquería o la original propuesta de Spatas.com, que ofrece encontrar la media naranja de su mascota. ■