

# Por qué crece la preferencia por el gato al momento de elegir mascota

22/05/2024



Es por la facilidad de tenerlo en departamento y que no requiera otra atención que ponerle comida, agua y piedritas. En Argentina, 8 de cada 10 personas tienen perro o gato.

Una encuesta de Kantar mostró que en 2023 de cada 10 argentinos 8 poseen una mascota. Y que el 80% de estos tienen perro y 53% gato, aunque la tendencia de elegir felinos viene en constante crecimiento desde 2017 y la de caninos está en declinación.

Los números dan que la tenencia de perros baja de 84% en 2017 a 81% en 2022) mientras sube la de gatos de 47% en 2017 a 52% en 2022.

Se trata de un fenómeno global, de acuerdo con una investigación Budget Direct Pet Insurance, que indica que en 91 países se prefieren a los gatos. Los perros prevalecen en 76 países.

Tomando América del Sur, Argentina (51,6%) viene cuarta, detrás de Guayana Francesa (100%), Paraguay (66,6%), Venezuela (58,1%), como país donde los «bicheros» se están inclinando por los gatos en los últimos años.

Los perros, en cambio, ganan en Bolivia (81,9%), Surinam (75,1%), Perú (66,8%), Brasil (64,8%), Uruguay (58,1%) y Ecuador (55,1%), en tanto en Colombia y Chile se registra un empate técnico.

La interpretación más común que se le da a la tenencia de mascotas es el deseo de que haya alguien al lado, compañía, que no sólo anhelan personas que viven solas, sino también aquellas que sienten carencias afectivas aunque cohabiten con otras.

En general, el ser humano necesita compañía de otros seres vivos, lo cual lo hace sentir mejor, menos solo. Y hasta menos triste.

También la mascota se presenta como alguien a quien cuidar y querer, porque siempre está allí a la espera de recibir amor, protección y caricias. Tal necesidad se vincula más a las mujeres que a los varones, porque les aviva su instinto maternal y la mascota es capaz de asumir el rol del bebé; lo que muchas veces sucede en «nidos vacíos», sea porque los hijos se fueron o porque no pudieron o quisieron tenerlos

## **Perro o gato**

Tienen diferentes características que se ponderan al momento de optar por uno u otro: en tanto los perros son leales, juguetones y cariñosos, pero también necesitan mucha atención y cuidados, los gatos son independientes, limpios y elegantes

si bien hacen respetar su espacio.

Otra indagación de Budget Direct Pet Insurance efectuada en Instagram a nivel de país, estado y ciudad a través de hashtags específicos (#ilovecats, #catloversclub, #catlovers, #ilovedogs, #dogloversclub y #doglovers) y datos de geolocalización, ratificó la hegemonía gatuna.

El dominio de los gatos incluye enormes territorios como Canadá (el 52,3% de las fotos de ambas mascotas son gatos), China (88,2% de gatos) y Rusia (64% de gatos).

Sin embargo, los perros toman más continentes. Sus publicaciones alusivas superan a las de gatos en América del Norte y América del Sur, Oceanía y África, mientras que los gatos lo hacen en Europa y Asia.

La ciudad que más fervientemente adora a los perros es Morpeth (Reino Unido), pues tiene el mayor número de posts de perros entre las 58 ciudades que son 100% properro.

En cambio, Hoofddorp, en los Países Bajos, es la ciudad por excelencia de los amantes de los gatos.

El país más perruno es Andorra (85,8%), seguido de Serbia (77,4%), Mónaco (77,2%), Eslovenia (69,3%), Albania (62%), Reino Unido (61,2%), Eslovaquia (60,9%), Montenegro (60,1%) e Irlanda (59,6%).

Los países más amantes de los felinos son: Islandia (91,4%), Turquía (84,2%), Estonia (79,9%), Rumania (74,2%) y Finlandia (72,7%). Completan el top 10: Italia (72,5%), Polonia (72,2%), Austria (70,4%), Suecia (67,9%) y Países Bajos (65,9%).

También son amantes empedernidos de los gatos en: Suiza (64,6%), Rusia (64%), Bélgica (63,6%), Dinamarca (63,3%), Grecia (62,9%), Ucrania (62,8%), Noruega (62,3%), Lituania (61,9%), Hungría (61,5%), Alemania (60,9%), Letonia (58,6%), Chipre (55,5%), Portugal (54,7%) y Bulgaria (52,2%).

En cuanto a las ciudades europeas en las que el gato es el rey, se destacan: Hoofddorp, Brielle, Gorinchem y Vries (Países Bajos); Camborne (Reino Unido); Nizhnevartovsk (Rusia); Ramatuelle y Mouzillon (Francia); Ürgüp y Ayvalık (Turquía); Balerna (Suiza); (Bodø (Noruega); Latina (Italia) y Varaždin (Croacia).

El perro es la estrella en Reino Unido, con una puntuación del 100% en ciudades como Morpeth, Chapel-en-le-Frith, Milton Keynes, Swindon, Scarborough, Marlow, Epping y Worksop. Londres, por el contrario, prefiere los gatos.

En la vida moderna, y sobre todo a partir de la pandemia, las mascotas se acreditaron como parte de la familia, lo que lleva a concluir que los dueños de mascotas crean una conexión emocional y les dan calidad, en lugar de las sobras, como era antes.

### **Pet influencers**

Los marketineros actualmente trabajan el tema sobre la base de una vinculación de los animales con las emociones, lo que da lugar a que algunas marcas apuesten por los denominados 'pet influencers', es decir, animales con perfiles en redes sociales que se convirtieron en generadores de contenido y que ganaron grandes comunidades de seguidores.

El comentario pertenece a Francisco Martín Delgado, director de The Content Land, agencia de comunicación y producción audiovisual.

La expansión se da en cadena. Cada vez hay más gente que tiene mascotas en la casa. Cada vez hay más tiendas para perros o gatos. Cada vez hay más productos dirigidos a dueños de animales. Y cada vez más las marcas ponen a las mascotas en el foco de sus campañas.

“Una mascota exige cuidados y gastos que el dueño está dispuesto a asumir por su bienestar. Y tener la capacidad de

desarrollar una estrategia que alcance el corazón del dueño de una mascota puede generar muy altos beneficios a las empresas y marcas destinadas a los animales”, agrega Delgado.

Es el caso de la campaña “Adivina Adivinador”, en la que se busca empatizar y generar conciencia en los dueños acerca del estrés que pueden vivir los amigos de cuatro patas y cómo ayudarlos de una manera más amigable.

«Durante los últimos años, y sobre todo a partir de la pandemia, las personas destinaron mayor esfuerzo al cuidado de sus mascotas que también se han visto afectadas. De estar solos todo el día pasaron a estar rodeados de toda la familia y luego nuevamente solos. Todas estas más otras situaciones cotidianas como visitas en casa, viajes o traslados a la veterinaria pusieron en evidencia para los tutores muchos episodios de estrés que atraviesan las mascotas, y es el mensaje publicitario que se transmitió. En un mundo de estrés y caos, las mascotas son más importantes que nunca”, explica Gisela Carricaburu, gerenta de Marketing de König, laboratorio que desarrolló la línea de feromonas líder del mercado que ofrece un tratamiento ambiental y 100% libre de fármacos para disminuir el estrés y la ansiedad de perros y gatos.

“A través de distintas escenas cotidianas de animales en situación de estrés, Serenex invita a los tutores a sentirse reflejados al encontrarse muchas veces intentando interpretar los actos de sus animalitos y la frustración que se produce cuando esto no sucede, tanto en humanos como en los propios animales y es ahí donde brindamos la solución de manera creativa, no para entenderlos, pero sí para traerles serenidad”, agrega la ejecutiva.

“A las personas les gusta las mascotas. Y a las redes sociales y plataformas también. El contenido con mascotas abunda en todos los rincones de la red a consecuencia del interés y simpatía que despiertan entre la gran mayoría de gente», finaliza.

Fuente: Telefe Noticias