

EL MERCADO CRECIENTE DE LAS MASCOTAS EN MÉXICO: BENEFICIOS Y OPORTUNIDAD DE NEGOCIOS

Hyun Sook Lee Kim¹

RESUMEN

Durante 2011, México ocupó el cuarto lugar a nivel mundial en tanto el número de mascotas; y para 2013 ya existía un incremento en los negocios relacionados con artículos para mascotas como alimentos, accesorios, ropa, servicio de peluquería, etc. Dicho fenómeno motivó a la autora para realizar este estudio con el fin de conocer que ventajas obtienen las personas al tener mascotas. Para realizarlo, se basó en fuentes secundarias como revistas, periódicos, páginas Web., etc., así mismo se realizó un estudio de campo como fuente primaria, por medio de la aplicación de 219 encuestas. De acuerdo con el resultado del estudio de campo realizado, el 68% de los encuestados contaban con perro(s) aunque algunos convivían con una combinación de dos, tres o mayor número de mascotas. Y llamó la atención que un 82% expresaron tener familias con un número mayor a tres miembros. Estos fenómenos permiten interpretar que en México la causa de la adopción de las mascotas no es solamente por soledad sino por compañía y llegan a ser considerados como un miembro más de la familia, para dar y recibir afecto independientemente al nivel socioeconómico de la vivienda, aunque algunos estudiosos expresaron que las mascotas benefician principalmente a los ancianos, los solitarios y los enfermos”.

Palabras clave: Mascotas, tendencia creciente, ventajas, negocios, México,

ABSTRACT

During 2011, Mexico occupied the fourth ranking world-wide in terms of the numbers of pets; and by 2013 there was an increase in pet-related businesses such as foods, accessories, clothes, hair grooming services etc. This phenomenon motivated the author to perform this study in order to understand the benefits for people to own pets. The collection of sup-

Artículo recibido el 10 de Abril de 2014 y aceptado el 21 de Noviembre de 2014

1 Profesora de asignatura en la División de Estudios de Posgrado de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores. E-mail: lee8unam@yahoo.com

porting information for the study included both secondary sources such as magazines, newspapers, Websites, etc., and a field study as a primary source, utilizing 219 questionnaires. The results of the conducted field study revealed that 68% of the respondents had dog(s), although some of them lived together with a combination of two, three or a greater number of pets. Moreover, it is interesting to note that 82% of respondents reported having large families, more than three members. These results indicate that in Mexico the cause of the adoption of the pets is not only solitude but also to provide company and those pets may be considered as an additional family member to give and receive affection. It applies independent of the socioeconomic level of the household, although some scholars have reported that pets have primarily been found to benefit the old, the lonely, and the sick.

Key words: Pets, growing trend, advantages, business, Mexico

Clasificación JEL: L84, M13, M31.

INTRODUCCIÓN

En algunos países avanzados como los europeos, el mercado de las mascotas ha sido significativo tanto en el número de mascotas como en la oportunidad de negocios para diversas empresas incluyendo las dedicadas a producir alimentos.

La tendencia en este mercado apunta a servicios y productos cada vez más especializados para las mascotas, en Estados Unidos, por ejemplo, hay hoteles, psicólogos y spas para perros y gatos, mientras que en España y Holanda ya se vende cerveza para perros, la cual no contiene alcohol y tiene un olor a carne que la diferencia de las bebidas para consumo humano (Rodríguez, 2013).

Según la Asociación Americana de Productos para Mascotas (*American Pet Products Association*, APPA, por sus siglas en inglés), los estadounidenses gastaron 45,000 millones de dólares estadounidenses en sus mascotas durante 2008, y el ramo de artículos de lujo era uno de los que tenían tendencias de crecimiento potencial en el sector (El nuevo negocio del lujo..., 2009). Durante 2011, ellos gastaron más que nunca en productos y servicios para sus animales caseros, superando los 50,000 millones de dólares estadounidenses.

Por otro lado, Estados Unidos y Brasil son los países líderes en el desarrollo de empresas que atienden las necesidades de perros y gatos; sin embargo, en México, dicha industria mostró un despegue importante desde el inicio del año 2000, particularmente en el ramo de alimentos balanceados, laboratorios médicos y el acceso al servicio de un médico veterinario (Reporta 'boom'..., 2005).

En tanto México, durante la crisis financiera 2009 – 2012, continuando hasta la fecha, la autora observó un crecimiento del número de mascotas, así mismo un incremento en los negocios relacionados con artículos para mascotas como alimentos, accesorios, ropa, servicio de peluquería, etc., cuyo fenómeno motivó a realizar este estudio con el fin de conocer algunos beneficios y servicios/productos requeridos por/para tenerlas, así mismo algunas causas influyentes en la decisión de tener mascotas que benefician a estos negocios. Para realizarlo, consultó las fuentes secundarias tales como revistas, periódicos, páginas de Web, etc., para la base teórica se realizó un estudio de campo por medio de la aplicación de las encuestas, como una fuente primaria, para afirmar la situación real para tener mascotas en México.

I. MARCO TEÓRICO

Los animales han acompañado la historia de los seres humanos desde la época de las cavernas. Las pinturas rupestres nos hacen comprender que la dependencia y cohabitación con ellos fue primordial para que la civilización humana se hiciera posible en los niveles que hoy conocemos (Rodríguez Regordosa, 2012). Sin embargo, es poco conocido cuánto tiempo las personas dedican a sus mascotas, por no hablar de las causas de esta conexión antigua y generalizada (Staats & Horner, 1999: 541-552).

Mientras tanto, la población del mundo industrializado pasa por una disminución y envejecimiento de la población: las tasas de natalidad en la mayoría de los países avanzados tales como Europa Occidental y Japón han disminuido desde principios o mediados de los años sesenta del siglo pasado, el mundo en desarrollo enfrenta un crecimiento rápido en la población, especialmente en África todavía crecen con rapidez. Cada vez más mujeres prefieren realizar estudios profesionales en lugar de tener hijos, y muchas parejas que tienen trabajos prefieren mantenerse sin hijos. Como resultado de éste y otros factores contemporáneos, el crecimiento de la población en muchos países ha caído por abajo de la tasa necesario para mantener los niveles actuales (Cateora & Grahams, 2006, p. 75; Marín,

1997, pp. 1207 - 1212; Núñez S. et al., 2004, p. 75; ONU: 'La población mundial... ', 2013).

1.1 Cambio de actitud hacia las mascotas

1) A nivel mundial

Debido a los nuevos estilos de vida, el aumento de las “familias unipersonales” y la disminución de la tasa de natalidad, las mascotas se están considerando como miembros de la familia y compañeros más que como animales (Los alimentos para mascotas ..., 2012).

Factores como el cambio de actitud hacia las mascotas combinados con la creciente urbanización, y el aumento de los ingresos disponibles han contribuido significativamente al aumento en el número de hogares que poseen mascotas, que a su vez, impulsa la demanda de alimentos para mascotas (Ibíd.).

2) En México

En los últimos 14 años, el número de nacimientos de bebés disminuyó 17%, mientras que el de perros aumentó 20%, según datos del INEGI y de Euromonitor, una firma de investigación de mercados de consumo (Barragán Lomelí, 2014).

Se considera que algunas de las causas de este aumento son:

a) Los hogares de parejas sin hijos

Los hogares de parejas sin hijos, según el Consejo Nacional de Población, aumentaron de 7.7 a 8.6% entre 2000 y 2005. Muchas de estas parejas deciden tener una mascota en lugar de hijos (Mascotas, negocio millonario, 2011).

b) Concepto de los 'Perrhijos'

Los matrimonios jóvenes postergan los hijos para después de los 30 años y cada vez más padres sufren el síndrome del nido vacío. Este cambio social ha traído un concepto: los 'perrhijos', que a su vez ha generado un mercado en auge cuyas ventas alcanzaron unos 2,127 millones de dólares estadounidenses en 2013 (Barragán Lomelí, 2014).

c) Las personas que viven en cierta soledad

Los cambios demográficos y sociales están provocando que las personas que viven en cierta soledad, tengan mascotas a las cuáles cuidan como si fuera sus hijos (Rodríguez Regordosa, 2012).

d) Reducir el nivel de estrés y la presión arterial

Convivir con una mascota ayuda a reducir el nivel de estrés y la presión arterial, potencia la autoestima y la habilidad social de los dueños, y mejora

la comunicación y la afectividad dentro del hogar. El 80% de las familias españolas son propietarias de un perro o un gato (Mascotas, negocio millonario, 2011).

e) Zooterapias

La zooterapia o terapia asistida con animales (TAA) (*Animal assisted therapy*, AAT, por sus siglas en inglés) es una actividad donde la misión es seleccionar, entrenar y certificar animales, que sean de apoyo en tratamientos y terapias para pacientes de todas las edades, con enfermedades que los debilitan y los afectan en el plano social, emocional y cognitivo (Zooterapia, 2013).

1.2 Ventajas y desventajas de las mascotas

1) Ventajas

Basándose en Arias (2010), el apoyo psicológico que estos animales dan es muy valioso a las personas que están en los grupos que se mencionan, como sigue:

- Los niños y los adolescentes
- Los adultos solteros
- Las parejas sin hijos
- Los ancianos
- Las personas incapacitadas

Las mascotas constituyen una muy válida alternativa a la presencia humana, en aquellas situaciones donde la persona vive sola. Además, se ha demostrado que las mascotas contribuyen a disminuir el estrés de sus dueños, les reducen la presión arterial y les ayudan disminuir su nivel de triglicéridos en sangre (Los animales..., 2013).

2) Desventajas

En primer lugar, los animales son un problema para aquellas personas con alergia o asma, porque les agravan su dolencia con la exposición al pelo o a las plumas de su animal (Ibíd.).

Además, las mascotas son una fuente de contagio de parásitos y enfermedades cuando no son mantenidos en buenas condiciones. Por otra parte, en ciertas ocasiones, estos animales pueden suponer un peligro directo debido a que pueden atacar a sus dueños y el aumento de reportes por agresiones se ha extendido al total de la población (Salamanca et al., 2011; Los animales..., 2013).

II. LA TENDENCIAS DE MASCOTAS EN MÉXICO

2.1 Breve estadística sobre mascotas en México

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, durante 2011, en México existieron 18 millones de perros, número que supera la población de niños menores de nueve años, pero sólo 5.4 millones de canes habitan en una casa. Muchos de éstos habían sido adoptados por parejas jóvenes que han decidido no tener hijos o bien, aplazar su llegada (Santa Rita, 2011; Mascotas, negocio millonario, 2011).

Por ejemplo, en casi 6 de cada 10 viviendas (58%) de México reportaron la existencia de al menos una mascota, cualquiera que ésta sea. La presencia de mascotas en el hogar parece no correlacionarse con el nivel socioeconómico de la vivienda, ya que los tres niveles que desglosamos poseen una proporción parecida. Por regiones, destaca la presencia de mascotas en el centro del país donde llega al 63% (Campos, 2011; MÉXICO: 58% DE LOS HOGARES..., 2011).

Por mucho, la mascota más presente en los hogares mexicanos era el perro, 84% de los hogares que tienen mascotas (lo que significa el 48% de todos los hogares) dicen tener un perro, muy por arriba del 30% de gatos y 27% de algún tipo de ave (Ibíd.).

La convivencia de perros y gatos en la misma casa no es un caso extraño, el 22% de los hogares que reportan mascota (13% del total de hogares) dicen tener a los dos tipos de mascotas (Ibíd.).

Durante 2013, en México se estimó que había una mascota por cada cuatro habitantes, lo que equivale aproximadamente a 29 millones de animales domésticos, incluyendo perros, gatos y pericos (Mascotas, un negocio 'Gigante'..., 2013).

2.2 Negocios crecientes para las mascotas

Durante 2011, México ocupó el cuarto lugar a nivel mundial por su población de mascotas. En este segmento, la farmacéutica Pfizer registró ventas por 84.8 millones de pesos con una participación de 18%. Se calculó que el mercado total, de acuerdo con la farmacéutica, tiene un valor de entre 70 y 80 millones de dólares con una tendencia creciente. La crisis financiera, hasta 2011, no había impactado el gasto asociado al cuidado de mascotas (Mascotas, negocio millonario, 2011).

El mercado de productos y servicios para mascotas en México mantiene una tendencia al alza debido a la creciente aparición de negocios

que ofrecen alimento, ropa, juguetes, medicinas, servicios veterinarios y especializados entre otros, y cuyas ventas totales alcanzan un valor de entre 500 y mil millones de pesos anuales (Moreno, 2013; MÉXICO: 58% DE LOS HOGARES ..., 2011).

III. ESTUDIOS DE CAMPO PARA CONOCER LA TENDENCIA A TENER MASCOTAS EN MÉXICO

Del 29 de octubre al 28 de diciembre de 2013, se aplicaron 219 encuestas masivas con la colaboración voluntaria de los 31 alumnos de la autora (29 del nivel de la Licenciatura y 2 del Doctorado) y 20 encuestas por la propia autora.

Como el método de la aplicación de dichas encuestas, las han dirigido solamente a los dueños de mascotas. En tanto los alumnos del nivel de la Licenciatura, aplicaron a sus parientes, amigos, vecinos, conocidos y/o no conocidos, además aprovecharon aplicarlas en otros estados de la República Mexicana durante la época de los días feriados por el Día de Muertos (Del 1 al 3 de noviembre de 2013).

Cabe señalar que los encuestadores demostraron un alto nivel de entusiasmo, aplicando las encuestas de forma muy creativa. Por ejemplo, entrevistas personales, utilizando el e-mail/teléfono, el servicio de Skype y las Redes sociales. Los dos alumnos doctorales que residen en los estados de Chihuahua y Yucatán, recurrieron a sus compañeros de trabajo, alumnos, amigos y/o familiares.

El resultado permitió extender el alcance geográfico a 13 Estados de la República Mexicana: 8 Chihuahua, 60 Estado de México, 2 Guanajuato, 1 Guerrero, 7 Jalisco, 2 León, 10 Oaxaca, 4 Puebla, 7 Querétaro, 1 Tabasco, 1 Tamaulipas, 1 Veracruz y 11 Yucatán y 99 del Distrito Federal. De esta forma, son 14 entidades federativas donde se aplicaron 214 encuestas.

Por otro lado, una alumna del nivel de Licenciatura había aplicado cinco encuestas a sus amigos en el extranjero (Turquía, Costa Rica, España, Chile y Perú) por medio de Skype. Dichas encuestas fueron lamentablemente eliminadas para este análisis, debido al enfoque de este proyecto que está enfocado solamente al mercado mexicano.

El resultado del análisis estadístico por cada pregunta realizada por medio de Excel es, como sigue:

Pregunta 1.

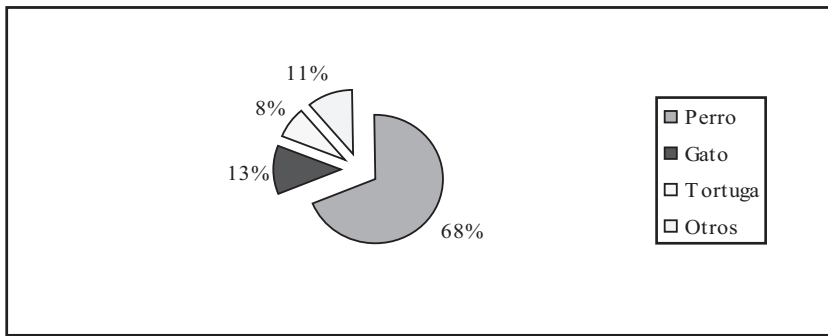
¿Con qué tipo de mascotas cuenta?

(Puede marcar varias opciones, si lo requiere)

***Por favor de indicar el número de cada mascota.**

1) Perro (#) 2) Gato (#) 3) Tortuga (#) 4) Otros: Especifique ____; #)

Figura 1. Tipo de mascotas.



Fuente: Autora (2014). Elaboración propia basando al resultado de las encuestas aplicadas

Basándose en las respuestas a la pregunta 1, se muestra al perro con 68%, seguido por gato con 13%, tortuga con 8% y otros con 11%, como se muestra en la figura 1. Algunos encuestados contaban con una combinación de dos, tres o mayor número de mascotas, cuyo ejemplo es perro y gato; perro(s) y tortuga(s); tortugas(s) y pez(ces); perro(s) y tortuga; perro, gato, tortugas y/o cotorro; etc.

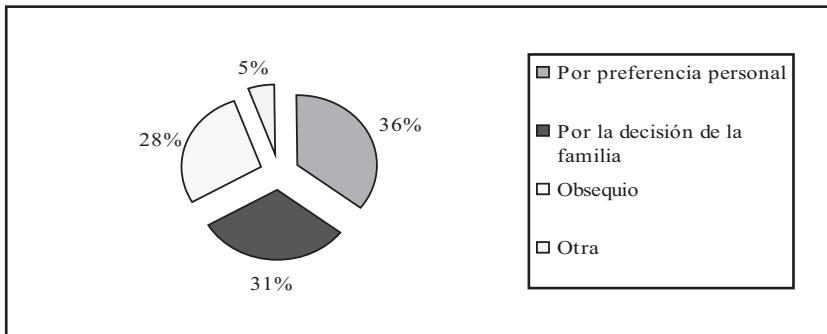
La tendencia de dichas cifras coincide con el inciso 2.1 (Campos, 2011; MÉXICO: 58% DE LOS HOGARES..., 2011), aunque difieren las cifras mencionadas en ese año.

Pregunta 2.

¿Por qué decidió adoptar la(s) mascota(s) mencionada(s) en #1 anterior?

- 1) Por preferencia personal
- 2) Por la decisión de la familia
- 3) Obsequio
- 4) Otra: Especifique _____

Figura 2. Motivo de adoptar la(s) mascota(s).



Fuente: Autora (2014). Elaboración propia basando al resultado de las encuestas aplicadas

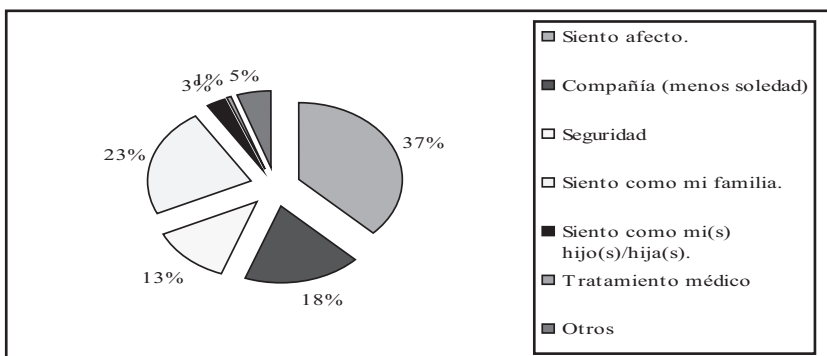
Para esta pregunta, el 36% de los encuestados respondieron a “Por preferencia personal”; siguiendo la opción “Por decisión de la familia” con 31%; “Obsequio” con 28%; “Otra” con 5%, como se muestra en la figura 2.

Pregunta 3.

¿Qué beneficio(s) tiene para usted tener mascota(s)?

- 1) Siento afecto.
- 2) Compañía (menos soledad)
- 3) Seguridad
- 4) Siento como mi familia.
- 5) Siento como mi(s) hijo(s)/hija(s).
- 6) Tratamiento médico
- 7) Otros. Especifique _____

Figura 3. Beneficio de tener mascotas



Fuente: Autora (2014). Elaboración propia basando al resultado de las encuestas aplicadas

Como beneficio por tener mascotas, el 37% de los encuestados respondieron a “Siento afecto”, seguido por “Siento como mi familia”

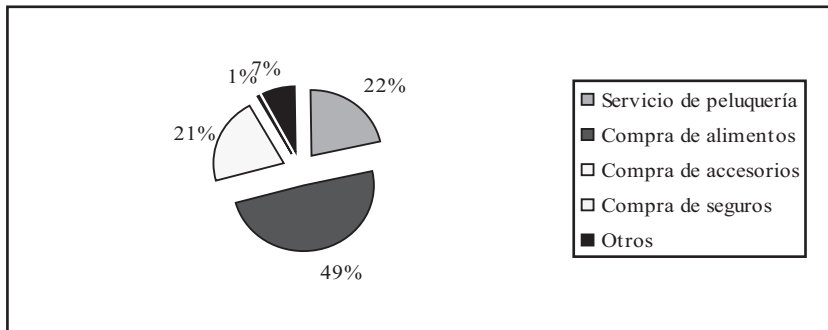
con 23%, “Compañía (menos soledad)” con 18%, “Seguridad” con 13%, “Otros” con 5%, “Siento como mi(s) hijo(s)/hija(s) con 3%, y “Tratamiento médico” con 1%, como la figura 3 lo muestra.

Pregunta 4.

¿Qué tipo de servicios/productos requiere para tener a su(s) mascota(s)?

- 1) Servicio de peluquería
- 2) Compra de alimentos
- 3) Compra de accesorios
- 4) Compra de seguros
- 5) Otros. Especifique _____

Figura 4. Tipo de servicios/productos para tener mascota.



Fuente: Autora (2014). Elaboración propia basando al resultado de las encuestas aplicadas

De acuerdo con las respuestas obtenidas, en “Compra de alimentos” fue respondida con 49%, como casi mitad de encuestados, seguido por “Servicio de peluquería” con un 22%; “Compra de accesorios” con un 21%; “Otros” con un 7%; y “Compra de seguros” con un 1%, como la figura 4 muestra.

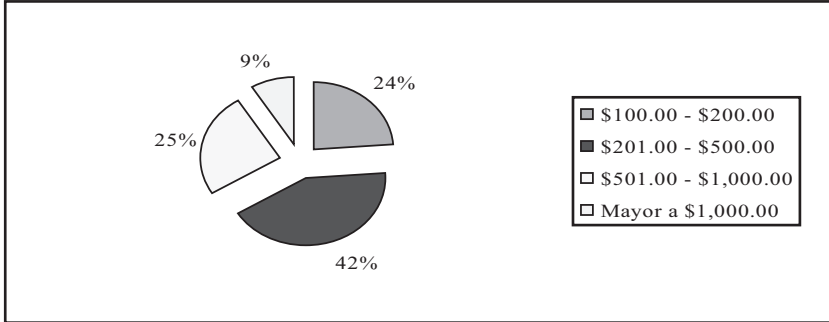
Dichas respuestas afirman un negocio potencial para el área de alimentos, servicios de peluquería y accesorios para mascotas. En México, ya existen numerosas compañías de alimentos y accesorios para mascotas, así mismo servicios de veterinarias (Se espera..., 2012; Mascotas, un negocio ‘Gigante’..., 2013), como se mencionó en el inciso 2.2 anterior.

Pregunta 5.

¿Cuánto gasta mensualmente para conservar a su(s) mascota(s)?

- 1) \$100.00 - \$200.00
- 2) \$201.00 - \$500.00
- 3) \$501.00 - \$1,000.00
- 4) Mayor a \$1,000.00

Figura 5. Gastos mensuales para conservar la mascota(s).



Fuente: Autora (2014). Elaboración propia basando al resultado de las encuestas aplicadas

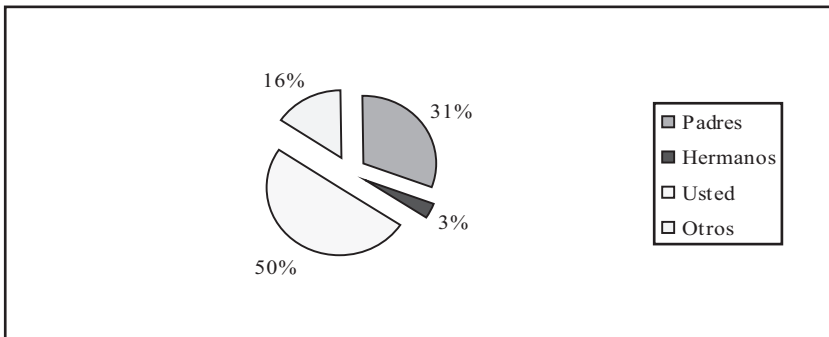
Para esta pregunta, el rango de “\$201.00 - \$500.00” fueron respondidos con un 42%, seguido por el rango de “\$501.00 - \$1,000.00” con un 25%; el rango de “\$100.00 - \$200.00” con 24% que fue solamente con un 1% menos que el rango anterior; y “Mayor a \$1,000.00” con un 9%, como la figura 5 muestra.

Pregunta 6.

¿Quién se encarga del gasto para mantener a su(s) mascota(s)?

- 1) Padres
- 2) Hermanos
- 3) Usted
- 4) Otros: Especifique _____

Figura 6. Encargado del gasto para mantener mascota(s)



Fuente: Autora (2014). Elaboración propia basando al resultado de las encuestas aplicadas

La opción “Usted” fue respondida con 50%, seguido por “Padres” con 31%; Otros (incluye toda la familia) con 16%; y “Hermanos” con 3%, como la figura 6 muestra.

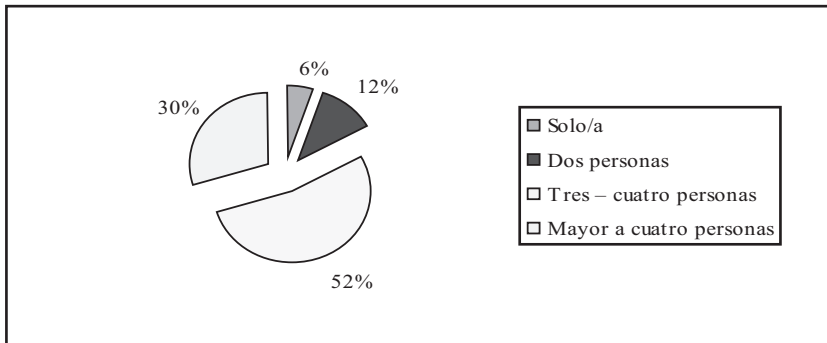
Basándose en las respuestas, se puede interpretar que algunos dueños de mascotas contaban con la cooperación de otros miembros de la familia tales como los padres, hermanos u otros miembros familiares. Además, algunos encuestados respondieron que comparten los gastos entre toda la familia.

Pregunta 7.

¿Cuántos miembros viven en su hogar?

- | | |
|---------------------------|----------------------------|
| 1) Solo/a | 2) Dos personas |
| 3) Tres – cuatro personas | 4) Mayor a cuatro personas |

Figura 7. ¿Cuántos miembros viven en su hogar?



Fuente: Autora (2014). Elaboración propia basando al resultado de las encuestas aplicadas

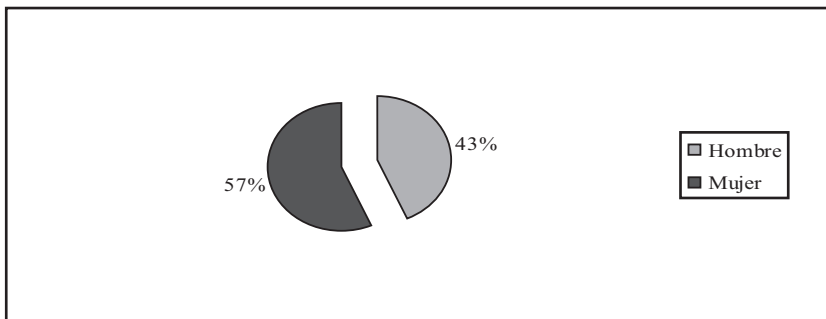
La opción de “Tres – cuatro personas” fueron respondida con un 52%, seguido por “Mayor a cuatro personas” con un 30%; “Dos personas” con un 12%; y “Solo/a” con un 6%, como la figura 7 muestra.

Los hogares en donde viven desde tres a más de cuatro personas, sumaron el 82%, cuyo resultado permite interpretar que la causa social de México para tener mascotas coincide más con Spencer et al. (2006: 17 - 25), Holbrook et al. (2001: 1); y McConnel et al. (2011: 1239) como compañía y un conducto para dar y recibir afecto, que “Las mascotas benefician principalmente a los ancianos, los solitarios y los enfermos” (Garrity et al., 1989: 35-44; Staats & Horner; 1999: 541-552; Buendía; 1994: 68-69; Núñez S. et al., 2004: 76; y McConnel et al.; 2011: 1239).

El perfil de los encuestados fue como sigue:

Sexo: 1) Hombre 2) Mujer

Figura 8. Sexo de encuestados.



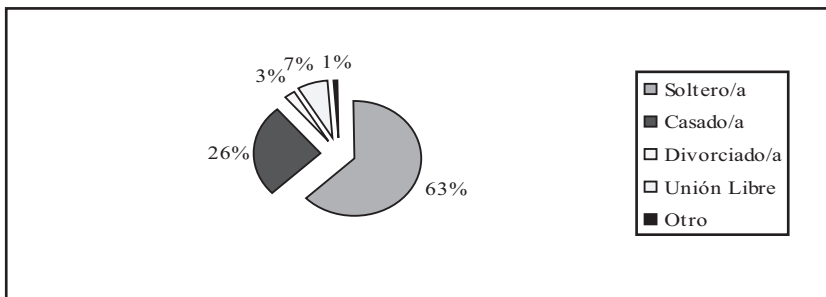
Fuente: Autora (2014). Elaboración propia basando al resultado de las encuestas aplicadas

Los encuestados fueron compuestos por mujeres con 57% y hombres con 43%, como lo muestra la figura 8.

Para la aplicación de las encuestas, no hubo una discriminación de sexos sino que se aplicaron a las personas quienes contestaron que contaban con algunas mascotas en sus hogares, siendo sus dueños.

Estado civil: 1) Soltero/a 2) Casado/a 3) Divorciado/a
4) Unión Libre 5) Otro: Especifique _____

Figura 9. Estado civil de encuestados.

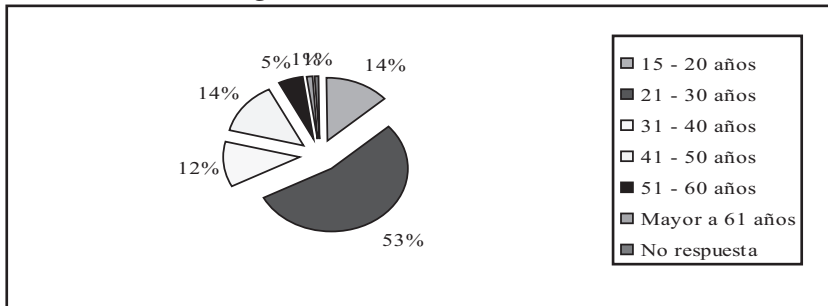


Fuente: Autora (2014). Elaboración propia basando al resultado de las encuestas aplicadas

Los encuestados fueron compuestos por “Soltero/a” con un 63%, seguido por “Casado/a” con un 26%; “Unión Libre” con 7%; “Divorciado/a” con 3%; y “Otro” (viuda) con un 1%, como la figura 9 muestra.

Edad: 1) 15 – 20 años 2) 21 – 30 años 3) 31 – 40 años
4) 41 – 50 años 5) 51 – 60 años 6) Mayor a 61 años

Figura 10. Edad de encuestados.

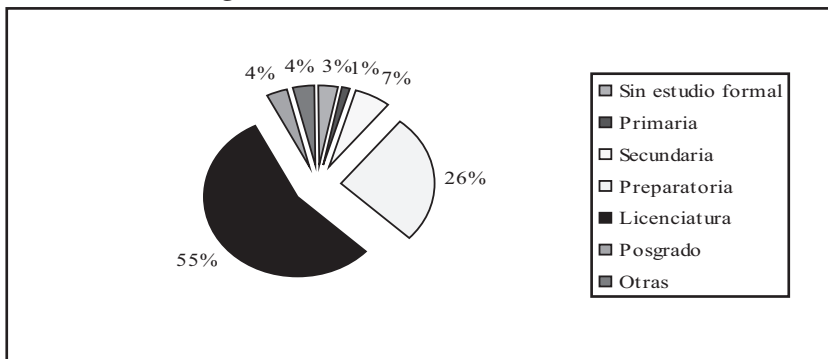


Fuente: Autora (2014). Elaboración propia basando al resultado de las encuestas aplicadas

En tanto la edad de los encuestados encontramos un rango amplio: de “21 – 30 años” el 53% como el mayor número de encuestados; seguido de “15 – 20 años” y “41 – 50 años” con 14% respectivamente; de “31 – 40 años” con 12%; de “51 – 60 años” con 5%; “Mayor a 61 años” y “No respuestas” con 1% respectivamente, como la figura 10 muestra.

Educación: 1) Sin estudio formal 2) Primaria 3) Secundaria
4) Preparatoria 5) Licenciatura 6) Posgrado
7) Otros: Especifique _____

Figura 11. Educación de encuestados.



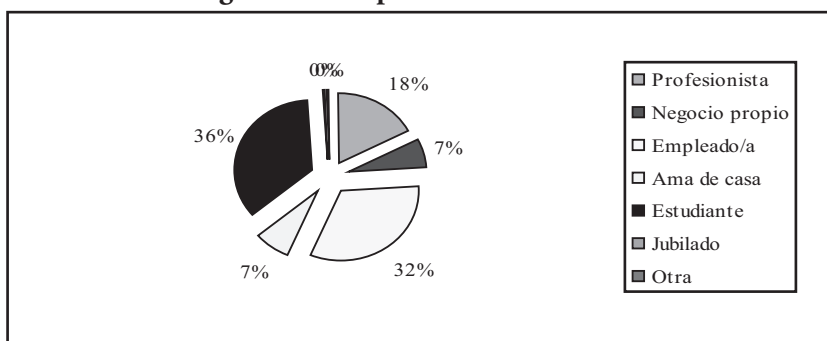
Fuente: Autora (2014). Elaboración propia basando al resultado de las encuestas aplicadas

Los encuestados contaban con diversos niveles de educación: “Licenciatura” con un 55%, seguido por “Preparatoria” con 26%; “Secundaria” con 7%; “Posgrado” y “Otras” (carrera técnica, magisterio y comercio), con un 4% respectivamente; “Sin estudio formal” con 3%; y Primaria con 1%, como la figura 11 muestra.

Ocupación: (Marcar solamente su principal actividad, por favor.)

- 1) Profesionista 2) Negocio propio 3) Empleado/a 4) Ama de casa
5) Estudiante 6) Jubilado 7) Otro: Especifique _____

Figura 12. Ocupación de encuestados.

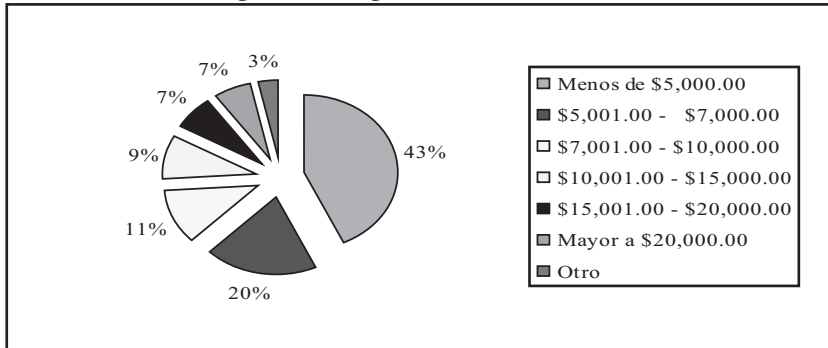


Fuente: Autora (2014). Elaboración propia basando al resultado de las encuestas aplicadas

Las ocupaciones de los encuestados fueron compuestas por la opción de “Estudiante” con 36%, seguido por “Empleado/a” con 32%; “Profesionista” con 18%; “Negocio propio” y “Ama de casa” con 7% respectivamente; “Jubilado” y “Otra” con 0% aunque habían respondidos 1 para cada opción, como la figura 12 muestra.

Cabe señalar que algunos encuestados contaban con más de una ocupación pero tuvieron que elegir solamente la que consideraban como la principal actividad de acuerdo con la indicación de esta encuesta.

- Ingreso:** 1) Menos de \$5,000.00 2) \$5,001.00 - \$7,000.00
3) \$7,001.00 - \$10,000.00 4) \$10,001.00 - \$15,000.00
5) \$15,001.00 - \$20,000.00 6) Mayor a \$20,000.00
7) Otro: Especifique _____

Figura 13. Ingreso de encuestados .

Fuente: Autora (2014). Elaboración propia basando al resultado de las encuestas aplicadas

Los encuestados contaban con diferentes rangos de ingresos: Rango de “Menos de \$5,000.00” con un 43%, siguiendo por el rango de “\$5,001.00 - \$7,000.00” con un 20%; el rango de “\$7,001.00 - \$10,000.00” con un 11%; “\$15,001.00 - \$20,000.00; el rango de “\$10,001.00 - \$15,000.00” con un 9%; los rangos de “15,001.00 - \$20,000.00” y “Mayor a \$20,000.00”, con 7% respectivamente; y “Otro” (“No ingreso” o “Declinaron a responder”) con 3%, como la figura 13 muestra.

Basándose en dicho resultado, llamó la atención que casi la mitad de los encuestados en general percibían menos de \$5,000.00, pero contaban con mascotas que requerían ciertos gastos fijos. Sin embargo, la figura 6 anterior nos permite aclarar que la mitad de los encuestados contaban con la cooperación de otros miembros de la familia para los gastos de sus mascotas. Como se mencionó en el inciso 2.1 anterior, la presencia de mascotas en el hogar parece no correlacionarse con el nivel socioeconómico de la vivienda (Campos, 2011; MÉXICO: 58% DE LOS HOGARES..., 2011).

Mientras tanto, el acuerdo de incremento salarial firmado entre los representantes obreros, patronales y de gobierno, los salarios mínimos legales a partir del primero de enero de 2013 eran los siguientes: área geográfica “A”, 64.76 pesos diarios (1 mil 942 pesos mensuales); área geográfica “B”, 61.38 pesos diarios (1 mil 841 pesos mensuales) (Salario Mínimo en México..., 2012; NUEVOS SALARIOS MÍNIMOS..., 2013).

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Con una tendencia similar a otros países del mundo, México también cuenta con una tendencia de la población decreciente pero tendencia creciente a tener mascotas, lo que resulta en una oportunidad a los negocios del área, ya que los dueños de las mascotas están gastando de sus recursos, para la compra de alimentos (49%) servicio de peluquería (22%) y compra de accesorios (21%), entre otros requeridos, basado en el estudio de campo realizado por la autora.

Mientras tanto, el 68% de los encuestados contaban con perro(s) y algunos convivían con una combinación de dos, tres o mayor número de mascotas; un 82% expresaron tener familias con un número mayor a tres miembros. Respecto al beneficio de tenerlas, el 37% respondieron a la opción de “Siento afecto” y el 23% “Siento como mi familia”, etc., complementando que el motivo de adoptarlas fue el 36% con “Preferencia personal, seguido por el 31% “Por la decisión de la familia” etc., así mismo muchos dueños de mascotas cuentan con la cooperación para gastos por otros miembros de la familia o son absorbidos entre toda la familia.

Estos fenómenos permiten interpretar que en México la causa de la adopción de las mascotas no es solamente por soledad sino por compañía y llegan a ser considerados como un miembro más de la familia, para dar y recibir afecto (Spencer et al., 2006: 17-15; Holbrook et al., 2001: 1; McConnel et al., 2011: 1239) independientemente al nivel socioeconómico de la vivienda (Campos, 2011; MÉXICO: 58% DE LOS HOGARES ..., 2011), aunque algunos estudiosos expresaron que las mascotas benefician principalmente a los ancianos, los solitarios y los enfermos (Garrity et al., 1989: 35-44; Staats & Horner, 1999: 541-552; Buendía, 1994: 68-69; Núñez S. et al., 2004: 76; McConnel et al., 2011: 1239).

El resultado obtenido de este estudio podrá ser útil para enriquecer la planeación estratégica de las empresas del área, así mismo para buscar una oportunidad de nuevos negocios.

Para futuros estudios, será interesante analizar una posible correlación entre la tendencia poblacional y el número creciente de las mascotas, ya que a nivel mundial, existe un fenómeno decreciente de la natalidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Libros

- Buendía, J. (1994). *Jubilación, salud y envejecimiento*. En: *Envejecimiento y Psicología de la Salud*, Madrid: Siglo Veintiuno, pp. 68–69.
- Cateora, Philip R. y Graham., John L. (2006). *Marketing Internacional*, Duodécima edición, McGraw-Hill Interamericana, Ciudad de México, p. 75.

Revistas

- Garrity, T., Stallones, L., Marx, M. B. y Johnson, T. P. (1989). Pet ownership and attachment as supportive factors in the health of the elderly, *Anthrozoos*, 3, pp. 35-44.
- Holbrook, Morris B.; Stephens, Debra Lynn; Day, Ellen; Holbrook, Sarah M.; y Strazar, Greger (2001). A Collective Stereographic Photo Essay on Key Aspects of Animal Companionship: The Truth About Dogs and Cats, *Academy of Marketing Science Review*, p.1.
- Marín, P. (1997). La situación del adulto mayor en Chile, *Médica de Chile*, 125 (10), pp. 1207 – 1212. Mascotas, un negocio ‘Gigante’ en México (2013). Ciudad de México: *Expansión*, 1 de enero, s/p. (, consultado por medio de publicación del Proquest).
- McConnell, Allen R.; Brown, Christina M.; Shoda, Tonya M.; Stayton, Laura E.; y Martin, Colleen E. (2011). Friends With Benefits: On the Positive Consequences of Pet Ownership, *Journal of Personality and Social Psychology*, 101 (6), Diciembre, p. 1239.
- Núñez S. Fernando; León K., Marcela; Morales M., María A.; Roa C., Makarena (2004). La relación del adulto mayor con los animales compañía en una comuna de Santiago, *Avances en Ciencias Veterinarias*, 19 (1 y 2), Enero – diciembre, pp. 75, 76 y 79. Disponible en <http://www.avancesveterinaria.uchile.cl/index.php/ACV/article/viewFile/9156/9156>, consultado el 17 de marzo de 2013.
- Salamanca, C.A.; Polo, L.J.; y Vargas J. (2011). SOBREPoblación CANINA Y FELINA: TENDENCIAS Y NUEVAS PERSPECTIVAS, *Revista de la Facultad de Medicina Veterinaria y de Zootecnia*, Universidad Nacional de Colombia, 58 (1) Bogotá, Enero/Abril. Disponible en: <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/remevez/article/view/21602/23323>, consultado el 17 de marzo de 2013; y Disponible en: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pi

d=S0120-29522011000100005, consulado el 25 de abril de 2013 y el 29 de septiembre de 2014.

Spencer, Stuart; Decuyper, Eddy; Aerts, Stefan; y De Tavernier, Johan (2006). HISTORY AND ETHICS OF KEEPING PETS: COMPARISON WITH FARM ANIMALS, *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 19 (1), pp. 17-25.

Staats, Sara y Horner, Karen (1999). Allocating time to people and pets: Correlates with income and well-being in a Midwest community sample, *The Journal of Psychology*, 133 (5), Septiembre, pp. 541-552.

Periódicos y revistas electrónicos

Barragán Lomelí, María Antonieta (2014, 16 de septiembre). “Tus ‘perrhijos’ son un negocio colmilludo”, *CNNEXPANSIÓN*. Disponible en: <http://www.cnnexpansion.com/especiales/2014/09/08/los-perrhijos-son-ahora-el-nuevo-negocio>, consultado el 16 de septiembre de 2014.

“El nuevo negocio del lujo: las mascotas” (2009, 17 de marzo). *CNNEXPANSIÓN*. Disponible en: <http://www.cnnexpansion.com/economia-insolita/2009/03/17/el-nuevo-negocio-del-lujo-las-mascotas>, consultado el 26 de septiembre de 2012.

“Mascotas, negocio millonario” (2011, 13 de enero). *Fortuna*. Disponible en: <http://revistafortuna.com.mx/contenido/2011/01/13/mascotas-negocio-millonario/>, consultado el 26 de septiembre de 2012.

Rodríguez Regordosa, Herberto (2012, 26 de septiembre). “El mercado de las mascotas en México”, *Milenio*. Disponible en: <http://www.milenio.com/cdb/doc/impreso/9112876>, consultado el 26 de septiembre de 2012.

“Salario Mínimo en México con incremento del 3.9% en 2013” (2012, 19 de diciembre). Economía, *International Business Times*. Disponible en: <http://mx.ibtimes.com/articulos/30154/20121219/salario-minimo-mexico-incremento.htm>, consultado el 30 de junio de 2013.

Santa Rita, Ilse (2011, 3 de marzo). “Seguros para mascotas”, *EL ECONOMISTA.mx*. Disponible en: <http://economista.com.mx/finanzas-personales/2011/03/03/seguros-mascotas>, consultado el 3 de octubre de 2012.

Páginas Web

Arias, Sonia B.F. (2010, 11 de septiembre). “Las mascotas, desde el punto de vista psicológico”, Psicológicamente hablando. Disponible en: <http://www.psicologicamentehablando.com/las-mascotas-desde-el-punto-de-vista-psicologico/>, consultado el 21 de agosto de 2014.

- Campos, Roy (2011, 26 de septiembre). “En México 58% de los hogares tienen mascotas”, CrisolDesanFelipe.com. Disponible en: http://elcrisoldesanfelipecom/index.php?option=com_content&view=article&id=160:en-mexico-58-de-los-hogares-tienen-mascotas&catid=37:misc&Itemid=41, consultado el 19 de octubre de 2013.
- “Los animales de compañía” (2013). El mundo de la Naturaleza, Botanical-online. Disponible en: http://www.botanical-online.com/animales/animales_compania.htm, consultado el 10 de marzo de 2013.
- “Los alimentos para mascotas alcanzarán US\$ 95,700 millones en 2017” (2012, 29 de noviembre). ClubDarwin.net. Disponible en: <http://www.clubdarwin.net/seccion/negocios/los-alimentos-para-mascotas-alcanzaran-us-95700-millones-en-2017>, consultado el 29 de noviembre de 2012.
- “MÉXICO: 58% DE LOS HOGARES TIENE MASCOTAS” (2011, 19 de octubre). Estudios e Investigaciones, CONSULTA MITOFSKY. Disponible en: <http://consulta.mx/web/index.php/estudios/mexico-opina/389-mexico-58-de-los-hogares-tiene-mascotas>, consultado el 3 de octubre de 2012.
- Moreno, Luis (2013, 13 de enero). “Según Consulta Mitofsky actualmente 58 por ciento de los hogares del país tienen alguna mascota, es decir, casi seis de cada 10 familias”, Milenio. Disponible en: www.milenio.com/cdb/doc/.../fcd1c695e4a21d7edcae432c9fdec744 y <http://www.pressdisplay.com/pressdisplay/es/viewer.aspx>, consultado el 25 de enero de 2013.
- “NUEVOS SALARIOS MÍNIMOS 2013, POR ÁREA GEOGRÁFICA GENERALES Y PROFESIONALES” (2013, 28 de junio). Comisión Nacional de los Salarios Mínimos. Disponible en: http://www.conasami.gob.mx/nvos_sal_2013.html, consultado el 30 de junio de 2013.
- “ONU: ‘La población mundial alcanzará los 9.600 millones en 40 años’” (2013, 14 de junio). Actualidad. Disponible en: <http://actualidad.rt.com/actualidad/view/97314-poblacion-mundial-crecimiento-onu>, consultado el 2 de septiembre de 2014.
- “Reporta ‘boom’ mercado de mascotas” (2005, 5 de mayo). Finanzas, El Siglo de Torreon.com.mx. Disponible en: <http://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/147259.reporta-boom-mercado-de-mascotas.html>, consultado el 26 de septiembre de 2012.
- “Se espera que el mercado mundial de alimentos para mascotas alcance los 74800 millones de dólares para el año 2017” (2012, 21 de septiembre). Economía, Globedia. Disponible en: <http://globedia.com/>

espera-mercado-mundial-alimentos-mascotas-alcance-74800-dolares-ano-2017, consultado el 25 de enero de 2013.

“Zoo terapia”, Wikipedia. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Zooterapia>, consultado el 17 de marzo de 2013.

Otra

Rodríguez, Ivet (2013, 21 de febrero). “Mascotas: prometedor mercado nacional”, MANUFACTURA. Disponible en: <http://www.manufactura.mx/industria/2013/02/21/mascotasmercadoenexpansionenmexico>, consultado el 30 de junio de 2013.