

**Tekst 3****La *mascotamanía*, una industria imparable**

La fiebre por los animales de compañía se extiende por el planeta. Mueve una industria que el año pasado facturó casi 100 000 millones de euros solo en Estados Unidos, Europa y América Latina. Este sector es un termómetro de la economía global. Un tercio de los españoles considera a su perro o a su gato más importante que a sus amigos. La *mascotamanía* despierta el debate sobre las relaciones entre los humanos y otras especies.



- (1) Mar Ribé, diseñadora gráfica de 35 años, se dirige al altar. Lleva un vestido rosado y camina del brazo de su padre, Joan. En la mano izquierda, él sostiene a una pequeña *cocker* con un vestido idéntico al de la novia. El mismo color, las mismas telas, el mismo diseño. Ribé siempre  
5 soñó con que, el día de su boda, su perra Sheera llevaría los anillos. La escena supera todas las expectativas. “La gente alucinó. ¡Apuntaron con sus cámaras y teléfonos al suelo para fotografiar a Sheera en vez de a mí!”, recuerda hoy Ribé mientras enseña el álbum de su boda, celebrada en septiembre.
- 10 (2) En realidad, 6 las mascotas no es solo cosa de ricos o cosa de los famosos de Hollywood. “Si tenemos en cuenta esta tendencia a tratar a las mascotas como hijos, se entiende que en las actuales sociedades desarrolladas se gaste cada vez más dinero en productos y servicios para mimarlas”, explica el psicólogo y experto en comportamiento animal  
15 Stanley Coren. La explosión de la industria de los animales de compañía se ha convertido en un indicador del crecimiento de las clases medias en el mundo, en particular en América Latina y Asia. Solo en comida, el sector mueve más de 51 000 millones de euros al año.

(3) El vestido de Sheera para acompañar a  
20 Mar Ribé al altar costó 95 euros y fue diseñado  
a medida en Caninetto, una sastrería para  
mascotas del barrio del Raval (Barcelona).  
Hace ya tres años que Edgard Gil y su pareja,  
Haritz Aramendi, montaron su pequeña tienda  
25 taller. Decenas de diminutos abrigos y  
camisetas de colores cuelgan de sus  
estanterías. Para la sastrería de Gil y  
Aramendi los dos primeros años fueron duros.  
“Pero sabíamos que el sector no paraba de  
30 crecer. Nuestra capacidad de evolucionar no  
depende de que crezca el sector en España,  
sino de que lo haga internacionalmente”, dice  
la pareja, que acaba de cerrar un acuerdo para  
comercializar su firma en Nueva York. A largo  
35 plazo, sus ojos están puestos en América  
Latina, donde el sector crece imparable.



(4) La alimentación es el sector que más dinero mueve en esta industria.  
En el madrileño barrio de Malasaña hay una tienda de repostería para  
mascotas: Miguitas. Todo está elaborado con productos naturales. Los  
40 *brownies* de hígado de pollo y las tartas de salmón son su especialidad.  
“El animal los saborea y son un complemento nutricional para los  
piensos<sup>1)</sup> procesados, que tienen muchas carencias”. Una cliente de  
Miguitas, Sonia Serra, compra menús especiales para su perro Buppy,  
que tiene alergias alimentarias. “Vale cuatro veces más que un pienso de  
45 marca blanca<sup>2)</sup>, pero me compensa por lo que me ahorro en veterinarios”.

(5) Excentricidad para unos, evolución para otros. Las mascotas se han  
convertido para muchas personas en el eje de sus vidas. Basta con ver el  
nuevo programa televisivo *Amores perros*, en el que los concursantes  
buscan el amor a través de sus mascotas. Los participantes se conocen  
50 en compañía de sus perros. La conexión humana queda en un segundo  
plano. 11 depende de la afinidad que surja entre los animales si los  
concurantes quieren conocerse mejor el uno al otro. Un ejemplo más de  
la *mascotamanía*...

*adaptado de: elpaissemanal.elpais.com, 04-12-2016*

noot 1 el pienso = het diervoer

noot 2 la marca blanca = het huismerk, een onbekend merk

**Tekst 3**

---

- 1p 4 ¿Qué cuenta la introducción?  
Cuenta que  
A el coste del mantenimiento de mascotas está subiendo.  
B el número de tiendas de mascotas está creciendo.  
C la pasión por los animales domésticos está aumentando.  
D la relación entre una persona y un animal beneficia la salud de ambos.
- 1p 5 ¿Qué contiene el párrafo 1?  
Contiene  
A un aviso de que los perros requieren mucha atención.  
B un ejemplo de la cantidad del dinero involucrado en el negocio de las mascotas.  
C una anécdota sobre el lugar prominente que pueden ocupar las mascotas.  
D una escena de una telenovela sobre la boda de dos perros.
- Lee el párrafo 2.
- 1p 6 ¿Qué palabras faltan en la línea 10?  
A el miedo a  
B el problema de  
C la devoción por  
D la ignorancia sobre
- 1p 7 ¿Cómo se puede resumir el párrafo 2?  
A El aumento del negocio de las mascotas es una señal de prosperidad.  
B La producción de alimento de mascotas es un negocio poco rentable.  
C Las celebridades prefieren los perros y gatos a los niños.  
D Los accesorios para perros son productos muy caros.
- 1p 8 ¿Qué cuenta el párrafo 3 acerca de Gil y Aramendi?  
A Están extendiendo su negocio internacionalmente.  
B Son dueños de una tienda de éxito inmediato.  
C Van de tiendas para comprar ropa para sus perros.  
D Venden ropa de perro importada de Sudamérica.
- Lee el párrafo 4.
- 1p 9 ¿Qué frase resume lo que dice Sonia Serra acerca de los menús especiales de Miguitas (líneas 42-45)?  
A “A mi perro solo le gustan los menús especiales de Miguitas”.  
B “Los veterinarios me han recomendado los menús especiales de Miguitas”.  
C “Son caros los menús especiales de Miguitas, pero merecen la pena”.

Lees alinea 5.

1p **10** Waarbij helpen de honden hun baasje in het televisieprogramma *Amores perros*?

1p **11** ¿Qué palabra(s) falta(n) en la línea 51?

**A** Aunque

**B** Desafortunadamente,

**C** Es decir,