

## **Aristopet, e-commerce especializado en mascotas multiplica por 5 la venta de productos de lujo**

**Aristopet, el e-commerce especializado en mascotas confirma un cambio de hábitos en los españoles. La venta de productos de lujo para mascotas se multiplica por 5 durante el confinamiento. El periodo en casa ha disparado las compras de un segmento que aún a la necesidad y la parte más emocional de los consumidores. Aumento de un perfil más interesado en productos premium**

El confinamiento vivido en España ha generado un incremento medio del 60% en el sector especializado en mascotas y sus e-commerce. En este periodo, además la firma ARISTOPET ha multiplicado por 5 sus ventas de productos de lujo para mascotas. El ticket medio de los usuarios de la marca es de 63€ de media. Mujer (75% de los clientes) y menor de 45 años es el perfil más interesado por los productos premium para mascotas. Aixa Poisneuf CEO y fundadora de ARISTOPET, confirma que “la cesta de la compra de los españoles ya incorpora nuevos productos como camas premium, juguetes interactivos y de estimulación para cachorros, libros sobre educación canina, areneros para gatos, etc.”

ARISTOPET, e-commerce de referencia en el segmento de mascotas por su propuesta lifestyle, lo explica de esta forma: “nuestra comunidad está formada por personas que son amantes de sus mascotas, a las que consideran un integrante más de la familia. Lo que hemos notado durante la pandemia es que multiplicado las ventas x 5 en parte gracias a los nuevos clientes que no tenían el hábito de comprar online y han descubierto la comodidad de elegir productos desde casa, tranquilamente y sin agobios. Durante el confinamiento más severo, los perros han sido aliados de sus amos en los paseos permitidos pero, además, acompañantes que alejaban de la soledad y se convertían en un apoyo emocional para sus dueños.”

Entre los productos que más han elegido los compradores durante este periodo, Poisneuf destacada dos etapas claras: “en el inicio del confinamiento los pedidos se centraron de forma especial en la comida mientras que ahora, con la llegada del buen tiempo, hay un foco en los antiparasitarios o los productos refrescantes para el verano (collares, colchonetas). También ha sido una constante el aumento de equipamiento para cachorros, tanto en el caso de perros como de gatos, así como el incremento del ticket medio, que denota cómo muchos clientes se han decantado por los productos más Premium, como consecuencia del lugar prioritario adquirido por las mascotas”.

ARISTOPET que cuenta con una comunidad superior a los 30.000 usuarios se ha visto motivado a crear un espacio de directos con celebrities e influencers que aportan a la comunidad mucha información sobre el vínculo con sus mascotas y la actualidad del sector. Las redes sociales se han convertido de manera clara en una nueva forma de consumo de contenido también para el sector de las mascotas.

**Datos de contacto:**

LORENA GOMEZ

606939349

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Sociedad Mascotas E-Commerce Consumo](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>