Análisis del sector industrial

Introducción

En los últimos años, el sector industrial dedicado a la producción de artículos para mascotas ha crecido considerablemente. Esto se debe a que, entre otras cosas, las mascotas se han convertido en un miembro más de la familia por lo que las personas invierten en una alimentación especial, hogares, compran “premios” para jugar, y hasta algunos les ponen zapatos. Como correlato, el mercado de alimentos balanceados y accesorios para perros y gatos crece al calor de la demanda.

Sector industrial en Argentina

“El país es muy “mascotero”: según la CAENA (Cámara Argentina de Empresas de Nutrición Animal) es una industria de **820 millones** de dólares anuales”, explica Julieta Masino, ex-gerente de marca de la empresa Mars (propietaria de firmas de como Pedigree, Whiskas y Royal Canin). Para comenzar, esto nos da un pantallazo general de donde está ubicado y la importancia que tiene este sector industrial en nuestro país.

Continuando con esto, una encuesta realizada por Mars para analizar el mercado, dio como resultado, entre otros datos de interés, que en Argentina, casi el **80% de los argentinos tiene mascotas en su casa, y muchas veces más de una**, lo que la coloca por encima de países como Chile, México, Brasil y Colombia. Esto no solo pone en evidencia el gran futuro de este sector industrial, sino también la gran oportunidad para invertir en él.

Por otro lado, se puede observar la expansión de este mercado en un segmento más específico, para verificar que realmente los argentinos están dispuestos a invertir en productos para el cuidado y bienestar de sus mascotas. La industria de los alimentos para mascotas se acrecienta firmemente año tras año en el país. El negocio del Pet Food creció de tal modo que hoy mueve alrededor de $6.000 millones anuales (aproximadamente 400 millones de dólares solo en alimentos), según estimaciones del sector. El nivel de producción de alimentos para mascotas en Argentina aumentó un 170% en los últimos 10 años. En CAENA, aseguran que el consumo de comida balanceada ronda las 570.000 toneladas anuales, cuyos responsables son los **14,5 millones de perros y gatos** que tienen los argentinos. Y según datos reportados en el año 2014 por el mismo organismo, “en el período 2012-2013, la industria (empresas nacionales y también multinacionales como Nestlé y Mars) realizó inversiones en bienes de capital por un valor superior a los 375 millones de pesos y para el trienio 2014-2016 tiene proyectos de inversión por otros 500 millones”, lo que asegura el futuro próspero del sector industrial en el país.

Para finalizar y reafirmar la fortaleza del sector en nuestro país. **¿Cuánto cuesta mantener una mascota?**

**Presupuesto:** Perros y gatos conllevan, además de cuidados especiales, un presupuesto económico importante en materia de alimentos y accesorios. Según un estudio realizado por Pedigree y Whiskas, por acto de compra, un dueño destina aproximadamente de 40 a 45 dólares en alimento balanceado. Si a eso le sumamos otros gastos como salud, higiene, accesorios, juguetes, ropa y golosinas, el presupuesto asciende aproximadamente a **100 dólares** en total.

* **Accesorios:** Son un complemento importante. **Abrigos, correas y cuchas son los más solicitados** en veterinarias, pet shops e importantes cadenas como Jumbo, Carrefour y Sodimac, entre otras, que aprovechan el auge de la humanización de las mascotas para ofrecer todo tipo de productos. Además, del total de personas que compran alimento para sus mascotas, el 20 % agrega también un accesorio.
* **Alimento:** el alimento balanceado es un producto totalmente involucrado en la vida de las mascotas. Las personas tienen claro que es más fácil, práctico, rendidor e incluso saludable para su perro o gato.

<http://www.lavoz.com.ar/suplementos/negocios/empresas/alimentos-accesorios-para-mascotas-mercado-que-crece-argentina>

<http://www.telam.com.ar/notas/201410/82174-produccion-alimento-mascotas.html>

<http://www.veterinariargentina.com/revista/2013/06/alimentos-para-mascotas-estadisticas-argentina/>

<http://dogrun.com.ar/mascotacasi-costumbre-argentina/>

Sector industrial en el mundo

A nivel global, el panorama no cambia, este sector industrial es uno de los que más crece y distintas oportunidades se presentan constantemente.

El sector mueve la exorbitante cifra de más de **US$102.000 millones** mundialmente y este buen momento que vive el mercado de las mascotas es aprovechado por empresas de distinto tamaño, lo que demuestra la **competitividad** en la industria.

El negocio en torno a los animales domésticos se afianza en la Latinoamérica y Brasil disputa con Japón el segundo lugar como principal mercado a nivel mundial. En Estados Unidos, quien ocupa el primer lugar, aseguran que la unión de los dueños con sus animales, junto con la voluntad de los adultos a gastar su dinero para mantener a las mascotas saludables y felices son los principales factores en estos incrementos de ventas.

Según Euromonitor International, los gastos en mascotas en Latinoamérica han aumentado casi un 50% en los últimos cinco años, reflejado en una cifra aproximada a los **US$11.000 millones**.

Brasil es el mercado de productos para mascotas más grande de Latinoamérica. En el año 2013, según la Asociación Brasileña de Productos para Mascotas (Abinpet), las ventas de este sector llegaron a US$7.500 millones y continúa en expansión. En este país, hay 106,2 millones de mascotas y se espera que la población crezca entre el 7% y el 8% para 2017, lo que representa una clara oportunidad.

En el país limítrofe occidental, el mercado también se encuentra en expansión y, al igual que en los otros países latinoamericanos, con grandes picos de ventas en los últimos diez años. Para dar un ejemplo, según Euromonitor International, el negocio (que considera alimentos y productos de cuidado) creció 37% entre 2008 y 2012, pasando de los US$416 millones a los US$572 millones. Un analista de la consultora explica que este crecimiento, se debe a una tendencia a la "humanización" de las mascotas por parte de sus dueños. De hecho, los productos para mascotas, han experimentado el mayor crecimiento del mercado en ese periodo con un alza del 63% y se espera que para 2017 este mercado alcance una facturación de US$650 millones anuales, impulsado por una mayor demanda de productos para animales domésticos no tradicionales.

Se puede poner algo de Colombia: <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/gastos-por-el-cuidado-de-animales/14533603>

<http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=107054> Si

<http://es.alltech.com/animal-nutrition/pet/health>

<http://www.romerlabs.com/es/industries/petfood/>

<http://www.manufactura.mx/industria/2015/07/06/crecera-el-mercado-de-alimento-para-mascotas-en-2016>

<http://pyme.lavoztx.com/cmo-venderle-tu-producto-la-industria-de-las-mascotas-8417.html> si

<http://www.t13.cl/videos/tendencias/el-creciente-mercado-cuidado-y-accesorios-perros>

<http://www.soyentrepreneur.com/100ideas/2011/01/ropa-para-mascotas/>

<http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/enterese-de-los-negocios-en-torno-las-mascotas-en-la-region> si

Evolución histórica de la actividad

Antiguamente el perro tenía su collar y, con suerte, su casa, hecha por sus propios dueños en sus tiempos libres del domingo y; el gato era acreedor de una pelota de lana y de una cucha, hecha con restos de ropa de sus mismos amos.

La historia del alimento comercial para mascotas es similar, corta en comparación con la cantidad del tiempo que los perros han sido animales de compañía. Las mascotas dependían de las sobras de la mesa de sus dueños, asaduras, cortes baratos de carne cruda procedentes del carnicero local y de comidas no muy elaboradas, generalmente a base de cereales y/o granos, que cocinaban sus dueños especialmente para ellos.

La “humanización” de las mascotas comienza con el producto nombrado anteriormente, el uso de comida enlatada y empacada se volvió muy popular en Estados Unidos, los primeros registros son de los años ’50. La venta de comida seca para perros se disparó considerablemente cuando los operadores de molinos y comerciantes de granos encontraron una buena salida para sus subproductos dentro de la industria de comidas para perros. Los mataderos también les vendían a los fabricantes de comida carne dañada, partes inutilizables y subproductos de carne. Esto creo un mercado para productos que anteriormente eran descartados. Lo que se hacía era mezclar ese tipo de carne con los granos y cocinarlos por horas para matar las bacterias y otros patógenos. La mezcla final se convertía en pequeñas bolas que eran fácilmente empacadas para la conveniencia de los dueños a la hora de alimentar.

Este mercado se fue expandiendo rápidamente (hasta el día de hoy) y globalizando, acompañado por innovaciones y mejoras que solicitaban los clientes y exigían los organismos que fueron surgiendo de la mano de esta industria.

Sumado a esto, hace aproximadamente 20 años, empezaron a cobrar relativa importancia en el sector industrial los distintos tipos de accesorios y variados servicios para mascotas.

Durante el último tiempo, el mercado de productos y accesorios para mascotas ha aumentado en un gran porcentaje, cada año mayor y, según los estudiosos del mercado, da para mucho más.

Lo que sucedió fue que la gente se fue dando cuenta que los animales también requerían de otras cosas, no sólo para “mimarlos”, sino también por necesidad. Se fue diversificando el mercado y comenzaron a aparecer distintos tipos de juguetes, camas, jaulas de transporte, hogares, premios, etc.

Los accesorios de vanguardia fueron los collares, arneses y collares. Luego surgieron algunos abrigos para el invierno, placas identificatorias, las camas y algunas cuchas.

Lo que sucede hoy, es que los productos nombrados anteriormente pasaron a ser totalmente básico y hasta obsoletos. Desde los años ’90, la industria de las mascotas no ha parado de crecer. Las personas “humanizaron” a sus canes y gatos y desde entonces el mercado se expandió y continúa hasta el día de hoy, con muy buen futuro.

Esto llevo a que grandes cadenas de supermercados, hipermercados y otros, como por ejemplo Carrefour, Sodimac, Easy y Jumbo le concedan un sector a este rubro dentro de sus locales.

También, muchos emprendedores vieron esta oportunidad y decidieron insertarse en este rubro tan amplio que abarca desde un “pet shop”, locales muy comunes en las ciudades a nivel global, hasta servicios sorprendentes. Algunos de ellos son prepagas para mascotas, seguros, registros civiles y hasta crematorios. Además, pueden encontrarse productos innovadores como ¡cerveza para perros! (Elaborada por el empresario Marco Melo, la Dog Beer es una cerveza sin alcohol ni gas carbónico, que según Melo se fabrica siguiendo el mismo procedimiento que la cerveza humana) y servicios de organización de “pet parties”, eventos para mascotas como: cumpleaños, navidades, caminatas e incluso matrimonios. Estas son algunos de los impensados productos que se pueden adquirir o contratar en hoy en día y que demuestran lo que las personas están dispuestas a hacer por sus mascotas.

<http://www.guioteca.com/mascotas/accesorios-para-mascotas-un-mundo-entero-por-descubrir/>

<http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=121206>

<http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/enterese-de-los-negocios-en-torno-las-mascotas-en-la-region>

<http://elperrunodigital.blogspot.com.ar/2006/11/historia-de-la-comida-para-perros.html>