

TALLER CAMPAÑA AVANZADA

DUOC UC

ALIMENTO PARA MASCOTAS

INVESTIGACION DE MERCADO

LA EMPRESA.

Desde los años 70 en Chile Nestlé ha fortalecido su liderazgo como una empresa alimenticia confiable, contribuyendo al desarrollo del país y al mejoramiento de la calidad de vida de los chilenos, ya en 2001 esta empresa adquiere Ralston Purina, constituyéndose Nestlé Purina PetCare, la principal compañía petcare del mundo, entre los productos que lanza al mercado están dogchow, catchow pro plan, alpo y friskies.

- **La misión:** La misión de Nestlé Petcare es dar una mejor vida a los que nos hacen mejores personas, las mascotas, a través de una correcta nutrición y unos excelentes cuidados, innovación en productos, nuevas tecnologías y servicios, para mejorar relaciones entre propietario y su mascota. Nestlé Petcare se preocupa por conocer a fondo las necesidades tanto de las mascotas como de sus dueños, por ello realiza investigaciones tanto en centros especializados, en hogares con animales de compañía, así como en los lugares en los que se produce la compra de este tipo de productos. Realiza estudios de nutrición, crecimiento, hábitos, posesión, consumo y todo aquello que es relevante en la relación entre un dueño y su mascota. Nestlé PetCare por medio de su gama de productos friskies, la más completa para el cuidado de nuestras mascotas, cuenta con el respaldo de sus centro de investigación en Francia y Estados Unidos, los cuales están especializados en nutrición animal. Friskies garantiza en sus productos ingredientes naturales sales minerales y vitaminas.
- **La visión:** Nestlé PetCare, con su alimento friskies, compañía especializada en alimentación y cuidados para animales de compañía, integra claramente su negocio de petcare, pasando así a identificarse con el concepto de garantía de calidad que tiene por respaldo la industria Nestlé, lo que prueba su importancia estratégica dentro del mercado al cual está dirigido.

Nestlé desde que adquiere Ralston Purina, convirtiéndose en Nestlé PetCare, en el año 2001 en Chile, hasta el día de hoy

se ha posicionado como el cuarto negocio más importante dentro de la propia Nestlé. Por otro lado, la empresa se ha convertido en el líder mundial dentro del ámbito de cuidados para animales. PetCare, especialmente a través de su marca principal friskies, es la empresa que más mascotas cuida ya que no solo se preocupa de perros y gatos, sino también de pájaros, peces, tortugas y pequeños mamíferos como hámster y conejos, también se preocupa de su alimentación, higiene, salud, cuidados de la piel, confort, entretenimiento, juego y hábitat; es decir todo aquello que proporciona bienestar a las mascotas y a la relación con sus dueños.

DIAGNOSTICO.

Área del negocio: según la edición emitida por el diario ESTRATEGIA del 9 de agosto de 2004, se calcula que existen más de 100 marcas de alimentos para mascotas en Chile, entre nacionales e importadas, el liderazgo recae sobre 4 empresas que en conjunto alcanzan una participación de mercado de 76%.

Nestlé PetCare, con marcas Friskies, Alpo, Dog Chow, Cat Chow y Pro Plan tiene una participación en el mercado de un 21%, siendo el primero el más relevante con una tasa de crecimiento cercana a 50% en los

últimos años. Otra empresa que ha logrado posicionarse en Chile es Master Food con una participación en el mercado de un 19% con marcas estadounidense Pedigree y Whiskas.

En tanto, las firmas nacionales Champion, con su marca del mismo nombre y My Kat, junto a Nutripro con Master Dog (relacionada con la arrocería Tucapel) tienen una participación en el mercado ambas de un 18%.

Participación de mercado / comida para mascotas

Fuente: diario ESTRATEGIA emitido 9 de agosto 2004

Tendencia: todo el mundo ya se ha dado cuenta que las mascotas ya son un integrante más dentro de cualquier familia. Años atrás las mascotas solo cumplían la función de guardián o compañía en el caso de perros y gatos, hoy en día a nuestras mascotas hay que entregarles cariño, sacarlos a pasear, preocuparse de su pelaje o comprarles implementos y juguetes, ropas y perfumes, entre otros. Pero sin duda la principal preocupación será siempre la alimentación, años atrás hasta el día de hoy, la alimentación ha experimentado importantes cambios, por esto mismo el mercado de alimentos para mascotas desde 1999 a la fecha ha sostenido un crecimiento entre un 17 y 20% anual. (revista Publismark), la norma, hasta pocos años atrás, era la preparación y elaboración casera de la dieta, utilizando solo pocos ingredientes, tales como, vísceras, en el caso de los gatos, y los huesos para perro a los que se le mezclaba con una fuente carbohidratada, como eran los fideos y tallarines quebrados o partidos, que eran suministrados cocidos. Actualmente, la dieta de fabricación industrial para mascotas, ya sean estas de tipo seco, o bien húmedas (enlatados), utilizan una gran diversidad de ingredientes, además de aditivos nutritivos y no nutritivos.

Por otro lado se estudió el comportamiento de las personas y en donde es que compran el alimento para sus gatos, cuanto es lo que gastan anualmente, quienes son las que compran el alimento y cuales son los sabores preferidos que se adquieren. Según un estudio de Latinpanel el 24.4% de la población compra alimento para sus gatos.

En Chile, una familia de clase media gasta anualmente unos \$18.938 en comida para gatos. En la distribución del gasto según la edad de la dueña de casa, se observa que de cada \$100 gastados durante el año, en las categorías alimentos para perros y alimentos para gatos, \$53,2 y \$60,7 respectivamente, fueron gastados por las de 50 años y más. Importante es destacar además, que son las dueñas de casa de 40 a 49 años las que destinan cerca de \$30 de los \$100 gastados, para la compra de comida para gatos.

Tanto en alimentos para gatos, los segmentos más altos (ABC1 y C2) se muestran como los más importantes en cuanto a la participación en la facturación total, En cuanto a los sabores para gatos, el surtido, es el que participa de mayor manera en la facturación final (62,1%).

Por último, cabe destacar que el canal Supermercado es el más importante para los alimentos de gatos. Lo siguen el Pet Shop con una gran participación en la facturación, con un 28,8%. El canal Almacén demuestra su importancia en la comida para gatos, con un 23,2% de participación.

Macro: internacionalmente el comportamiento de las mascotas está relacionada con la cultura en la cual están insertas sus dueños, por ejemplo hay lugares en donde a las mascotas para hacer más placenteras sus vidas se les dan comidas exclusivas, cortes de pelo, hidromasajes y hasta lujosos hoteles. En otros casos la alimentación de nuestras mascotas se ha convertido en parte de los gastos fijos dentro de un hogar. Pero en todo el mundo el fin único es que nuestras mascotas estén felices y sanas, activas y alertas, tengan sus ojos brillantes y su piel este saludable al igual que su pelaje, tengan un cuerpo sano y músculos fuertes, y por último tengan buena digestión y sistema inmunitario sano, cosa que Nestlé Petcare se preocupa en todos sus estudios para así entregar lo mejor en sus productos.

Competencia: antes de analizar la situación del mercado debemos analizar a nuestro producto en tanto

producto, precio plaza y promoción.

ANALISIS DE LAS 4P.

PRODUCTO: Friskies, alimento para gatos cachorros y adultos ricos en vitaminas, proteínas y carbohidratos, necesarios para una optima salud animal. Se presenta en una variada gama y distintos tamaños:

Secos (8kg, 1kg, 800 grs., 1.4 Kg.,) latas (340y 156gr)

Precio: el precio de los productos oscila de acuerdo al peso y la variedad:

- \$1.990 friskies gourmet 1kg
- \$10.500 friskies gourmet 8kg
- \$1.990 friskies ocean fish 1kg
- \$11.350 friskies ocean fish 8kg
- \$1.890 friskies pollo y pavo 1.4kg
- \$520 lata atún y sardina 340gr
- \$350 lata hígado y pavo 156gr
- \$350 lata carne hígado 156gr
- \$350 lata pescado atún 156gr
- \$520 lata friskies carne 340gr
- \$520 lata friskies pescado 340gr
- \$520 lata friskies pollo 340gr
- \$350 lata friskies salmón 156gr

Plaza: Friskies se encuentra en supermercados, mercados, Internet, también es vendido en cantidades menores (suelto) en consultas del veterinario, en los petshop (lugares especializados en el cuidado y alimentación para mascotas).

Promoción: Friskies se da a conocer de muchas maneras, con muestras gratis en supermercados, en Internet en donde uno puede ver las características de cada producto. En el merchandising (collares, latos, ropa, etc.) en las visitas al veterinario en donde el hace promoción del producto, en el punto de venta, entre otros.

Después de analizar la situación del mercado y de nuestro producto podemos definir los productos de Nestlé PetCare y su competencia directa e indirecta. Como competencia directa se encuentran todos los alimentos para gatos pero entre ellas podemos encontrar 3 que son las más directas.

En el caso de Nestlé PetCare con su producto Friskies, el cual se divide en variadas categorías, para los gatitos están los alimentos secos (croqueta) y los húmedos (latas) para cachorros y adultos. Para los gatos cachorros Friskies ofrece croquetas acorde a su tamaño para facilitar la masticación y el desarrollo de sus dientes conteniendo formulas enriquecidas con todas las proteínas, vitaminas, carbohidratos y minerales para un sano crecimiento y desarrollo, todo esto bajo el nombre ocean fish sabor pescado (se encuentra en 1kg y 800gr). Además para consentir el paladar de los gatitos se encuentra este mismo producto en lata, sabor pescado y pavo (en 156 y 340gr).

Para los adultos, Friskies cuenta con croquetas de una formula 100% completa y balanceada elaborada con una sabrosa mezcla de ingredientes, en deliciosas y crujientes croquetas que contienen todas las proteínas, carbohidratos, vitaminas, minerales, y otros nutrientes esenciales que los gatos adultos recitan para mantenerse sanos. Además, contiene Taurina, componente esencial para una visión correcta y un corazón saludable, todo esto se encuentra disponible en 3 sabores; pescado (ocean fish), pollo y pavo (poultry plater), pollo-carne e hígado (gourmet).

Para quienes quieren consentir a su gato, Friskies cuenta con una línea de croquetas llamada friskies 4 sabores (chef's blend), deliciosa combinación de croquetas tostadas y bañadas en su jugo con los 4 sabores que más fascinan a los gatos: salmón, carne de res, pollo y atún. En la gama de los alimentos húmedos, Friskies ofrece toda una variedad de productos en lata, que además de su alto valor nutricional, están hechos con los mas deliciosos y finos sabores, se presentan en 6 deliciosos sabores: salmón (salmón dinner), pescado y atún (ocean white fish & tuna), hígado y pavo (turkey & giblets), hígado y pollo (liver & chicken dinner), rodajas de carne en salsa (slice with beef in gravy) y carne e hígado (beef & liver).

Su competencia más directa es Whiskas, que cuenta también con una variada gama de productos presentes en el mercado:

- Whiskas adulto delicias de pescado.
- Whiskas adulto original
- Whiskas adulto pollo y vegetales
- Whiskas carne pollo-leche
- Whiskas en lata pollo y vegetales
- Whiskas en lata carne y pollo
- Whiskas en lata ganado vacuno
- Whiskas en lata trozos
- Whiskas en lata atún
- Whiskas en lata salmón
- Whiskas en lata ternera
- Whiskas en lata estofado
- Whiskas en lata pollo-atún
- Whiskas en lata pavo aves silvestres
- Whiskas en lata pollo-hígado.

Por ultimo como competencia directa se encuentra Champion con su producto My Kat, el cual ha sido formulado por expertos en nutrición, para asegurar la dosis óptima de nutrientes: proteína, grasa, carbohidratos, vitaminas y minerales, que su gato necesita diariamente para estar sano, fuerte, de buen ánimo y con un pelaje brillante.

My Kat esta compuesto por Harina de maíz, harina de pollo, carne fresca de pollo, harina de trigo, gluten meal, soya full fat, aceite de pollo, hidrolizado de pollo, sal, sangre deshidratada, metionina, calcio, fósforo, magnesio, potasio, sodio, zinc, cobre, manganeso, hierro, yodo, selenio, cobalto, vitaminas: A, D3, E, B1, B6, B2, K, B12, cloruro de colina, niacina, pantotenato de calcio, ácido fólico, biotina, taurina.

Como competencia indirecta se encuentran toda la gama de comida para mascotas, incluyendo las restantes comidas para gatos pero en este caso están presentes las comidas para perros, aves, peces, entre otros.

Ya que tenemos definida nuestra competencia más directa podemos pasar al FODA.

ANALISIS FODA

	FRISKIES	WHISKAS	MY KAT
F	- AVALUADO POR CENTROS DE INVESTIGACION QUE GARANTIZAN LA SALUD DE LA MASCOTA. -SU GAMA DE PRODUCTOS. - ALTO CONTENIDO ALIMENTICIO	- PRODUCTO EFICIENTE Y PRACTICO EVITA MALOS OLORES, LARGA DURABILIDAD Y AHORRA EN TIEMPO Y GASTOS - ES MAS CONOCIDO QUE LA COMPETENCIA EN EL MERCADO ALIMENTICIO FELINO PO ASU NOMBRE	-ALTO CONTENIDO ALIMENTICIO - SU NOMBRE SE RELACIONA ESTRECHAMENTE CON EL PRODUCTO
O	- MUCHAS RAZAS, POR ENDE ES UN MERCADO AMPLIO - ABARCA TODAS LAS NECESIDADES DEL CONSUMIDOR Y TAMBIEN DEL DUEÑO	FACIL RECORDACION DE MARCA POR EL HECHO DE ESTAR PRESENTE EN CASI TODOS LOS P.O.P	LOS ALIMENTOS ESTAN DE MODA Y EL MERCADO ES MUY AMPLIO.
D	NO GENERA FIDELIDAD, SI EL PRODUCTO NO SATISFACE EN UN 100% AL CONSUMIDOR, ESTE SIMPLEMENTE SE CAMBIA. - EL PRODUCTO SE ASOCIA CON COMIDA PARA PERROS-	ESTA DIRIJIRO AL MERCADO DE LOS GATOS ADULTOS	TRATAR DE SER UNA MARCA EXITOSA REQUIERE INVERTIR EN MAYORES GAMAS DE ALIMENTOS
A	MUCHA COMPETENCIA CADA DIA LOS OTROS SACAN MAS VARIEDAD DE ALIMENTOS	COMIDA CASERA	EL PRODUCTO CHILENO SE CATALOGA DE MALA CALIDAD LA COMPETENCIA CON LOS PRODUCTOS EXTRANJEROS EN ESPECIAL EL ESTADOUNIDENSE

Segmento: nuestro mercado, al cual Friskies está dirigido se constituye los gatos de todas las edades que integran una familia, éstas familias básicamente se encuentran entre los grupos socioeconómicos AB, C1, C2, C3. Podemos decir que estas familias abarcan un segmento muy amplio ya que se cuentan las que recién se están formando y que desean tener una mascota, familias ya constituidas que cuentan con hijos y parejas de la tercera edad que les sirve de compañía. Por otro lado existen personas solas que tienen más de un gato y son estos quienes dan mayores lujos a sus mascotas ya que los ven como sus propios hijos.

Para poder sacar todas estas conclusiones tuve que hacer un estudio del mercado para poder definirlo y así con la ayuda del FODA poder sacar las conclusiones finales.

Se realizó una encuesta a 50 personas, padres de familia de distintas edades y grupos socioeconómicos que tienen un o mas de un gato dentro de su familia La encuesta se basó en preguntas puerta a puerta y por Internet (por correo electrónico), la encuesta está constituida por 5preguntas las cuales son:

- ¿Por qué tiene gato?
- ¿Con qué alimenta a su gato? Con comida casera o envasada

¿Porqué?

- ¿ Conoce la marca Friskies?
- ¿Con qué relaciona la marca Friskies?
- ¿Sabe de sus beneficios?

Los resultados de las encuestas dieron que las razones de tener un gato dentro de su familia son de un 42% por la compañía, un 28% por amor que sienten los dueños por sus mascotas, 18% por entretenición y un 12% de los entrevistados dijo que es para que sus hijos los cuiden.

Por otro lado, un 24% de los entrevistados alimenta a sus gatos con comida casera y el restante 76% lo hace con comidas envasadas, las causas de estos porcentajes se deben a que el 24% de los entrevistados que alimentan a sus gatos con comida casera lo hace principalmente por una causa económica (no cuentan con el dinero para comprar comidas envasadas) y por costumbre, el 76% restante lo hace por sus beneficios alimenticios que trae alimentar a sus mascotas con alimentos envasados.

En relación a la 3ª pregunta un 68% de los entrevistados dice conocer la marca, dentro de este 68% que dice conocer la marca, un 70.5% la relaciona principalmente con alimento para perro, quedando muy en claro que la publicidad de esta línea de producto es muy mala ya que no hay relación entre Friskies y los gatos, es más, la competencia Whiskas es mas conocida y los entrevistados lo relacionan mucho mas con los gatos. Por ultimo, de los beneficios, todos los entrevistados dicen conocer claramente las ventajas que conlleva alimentar a sus mascotas con alimentos envasados, dicen saber que cuentan con vitaminas, carbohidratos y minerales que ayudan a una buena vida de sus mascotas.

Por ultimo, de los beneficios, todos los entrevistados dicen conocer claramente las ventajas que conlleva alimentar a sus mascotas con alimentos envasados, dicen saber que cuentan con vitaminas, carbohidratos y minerales que ayudan a una buena vida de sus mascotas.

Posicionamiento de la marca en el mercado.

Según un estudio realizado por ACNielsen, Whiskas lidera el mercado con un 18.3%, Friskies 15.6% y las otras marcas están dentro del 66.1% en el mercado de las comidas para gatos.

¿Por qué?

Principalmente por el hecho de que Whiskas para los consumidores tiene mucha más relación con alimento para gatos, la publicidad que ha realizado esta marca lo a llevado a estar en el top of mind de los consumidores, quienes ven esta marca seguridad en la alimentación de sus gatos.

Pero, Friskies por su parte tiene una gran gama de productos dirigidos a los gatos que lo hace tener grandes oportunidades de quitarle mercado a su principal competencia. Los consumidores quienes no son fieles a las marcas por el hecho de que si a sus gatos no les gustan los productos simplemente se cambian, esto a llevado a Friskies a crecer su gama y a ganar mercado.

Al público se le hizo una pregunta, ¿para usted que es friskies? Muchos de los entrevistados dijo que es una

marca nueva pero que si tiene presencia ya que en los supermercados, en donde se vende la mayor cantidad de productos, los productos aparecen en mucha variedad y su distribución en el stand es muy buena.

CONCLUSIONES FINALES

Después de analizar el FODA y los resultados de la encuesta podemos decir que una de las grandes causas que porqué Friskies no es aún mayor es por el hecho de que Whiskas tiene mayor recordación por los que compran comida para gato ya que la marca se relaciona mucho con el producto. Un punto que es muy importante señalar es que en la encuesta realizada no todo el mundo conoce la marca y quienes la conocen la relacionan con alimento para perros, es por esto que nuestra marca debe hacer algo para poder ganar territorio en el mercado de los alimentos para gatos (una mayor y mejor publicidad para decirles a los consumidores que existe Friskies alimento para gatos en muchas variedades sabores y para todas las edades). En tanto al estudio de Latinpanel queda en claro que las dueñas de casa son quienes compran los alimentos para gatos e invierten una considerable suma de dinero, otro punto que es importante señalar es que los almacenes también entran dentro de los canales de distribución del producto y que la venta por granel está cada día teniendo más fuerza.

Por otro lado, queda muy claro que Friskies es la marca con mayor variedad en productos ya que se dirige tanto a cachorros como a gatos adultos y que cuenta con una variedad de alimentos que son denominados gustos o exquisiteces que los dueños dan a sus gatos.

Para terminar podemos decir que Friskies es la marca que tiene mayor respaldo científico para demostrar su calidad, cosa que las otras marcas no lo tienen o no lo demuestran ya que en toda la investigación realizada no se encontró ningún dato referente al tema.