

Nestlé amplía planta de alimentos para mascotas ante el boom de tenencia de animales en Chile

■ La multinacional invirtió US\$ 30 millones para duplicar la superficie de la planta de Purina en Teno. Ejecutivo de la suiza afirma que hay una correlación directa con la baja natalidad.

POR MARTÍN BAEZA

La multinacional suiza Nestlé concretó la ampliación del centro de distribución de su marca de alimentación para mascotas, Purina, ubicado en la comuna de Teno, Región del Maule. La infraestructura ahora contará con una superficie total de 25.000 m², más del doble de los 10.000 m² que tenía originalmente, crecimiento que implicó una inversión de US\$ 30 millones. Asimismo, la capacidad de procesamiento del nuevo centro incrementó en un 60% la red logística nacional de Purina.

¿Qué fundamentos hay detrás de esta inversión? De acuerdo al vicepresidente de *supply chain* -cadena logística- de Nestlé Purina para América Latina y el Caribe, Marcelo Filippo, la categoría de alimentos para mascotas viene creciendo de forma sostenida en Chile y la región.

“Hoy, más del 70% de los hogares chilenos tiene al menos una mascota, y el vínculo emocional entre tutores y animales se ha profundizado significativamente. Esta tendencia impulsa una mayor demanda por productos de alta calidad, especializados y con beneficios nutricionales concretos”, planteó el ejecutivo, y señaló que por eso debían fortalecer la capacidad de respuesta del centro.

La inversión de Nestlé apunta a mejorar la disponibilidad de productos en supermercados, *e-commerce* y el canal tradicional, pero también tiene entre sus objetivos exportar desde ahí a otros mercados como Perú.

Filippo dijo que Chile se ha posicionado como uno de los mercados más dinámicos de América Latina en esta categoría, con una tasa de crecimiento que se espera ascienda a entre un 5% y 7% anual para los próximos cinco años.

Cambio en la sociedad

En ese sentido, afirmó que hay un cambio cultural detrás de esta tendencia: “Existe una correlación entre la baja natalidad -que ha caído a la mitad en



los últimos 30 años- y el aumento en la tenencia de mascotas. Las nuevas generaciones han postergado o redefinido la idea de familia, y las mascotas han pasado a ocupar un rol cada vez más importante en los hogares, como fuente de compañía, bienestar emocional y conexión afectiva”.

Específicamente, detalló que los perros siguen liderando con un 65% de presencia, pero que los gatos han ganado cada vez más protagonismo, sobre todo en los entornos urbanos. De hecho, según los datos que maneja Filippo, el 30% de los hogares con mascotas conviven con ambas especies.

De acuerdo a un estudio realizado en conjunto por la Escuela de Medicina Veterinaria de la UC junto a la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo (Subdere), en Chile hay unos 8,3 millones de perros y 4,2 millones de gatos con dueños, que se

suman a otros 4 millones de animales sin supervisión.

Todo este proceso cultural ha tenido un correlato casi inmediato en el mercado, que se ha visto en un *boom* de las tiendas para mascotas, pero también en las inversiones de las compañías de alimentos para animales, como Nestlé Purina.

Y no solo es un tema de volumen. Los dueños de las mascotas, en línea con ese cambio cultural, cada vez se preocupan más por la alimentación de éstas y es por ello que la demanda se ha complejizado.

“Los tutores buscan cada vez más productos especializados que respondan a necesidades específicas: desde fórmulas para razas pequeñas o animales esterilizados, hasta soluciones para alergias o condiciones digestivas. Además, se ha consolidado una tendencia de complementar la alimentación seca con productos húmedos y *snacks* funcionales, que permiten momentos de indulgencia y refuerzan el vínculo emocional con la mascota. Más de la mitad de quienes compran croquetas también adquieren productos complementarios”, contó Filippo.

El ejecutivo, respecto a las inversiones de la multinacional en el país, agregó que “la inauguración de este centro de distribución es parte de un plan mayor que está alineado con nuestra visión de largo plazo que busca seguir fortaleciendo nuestra posición en el mercado, reafirmando el compromiso de Nestlé Purina con el desarrollo continuo de esta categoría en Chile”.

“Este centro de distribución es parte de un plan mayor que está alineado con nuestra visión de largo plazo (...) con el desarrollo continuo de esta categoría en Chile”, dijo Nestlé.