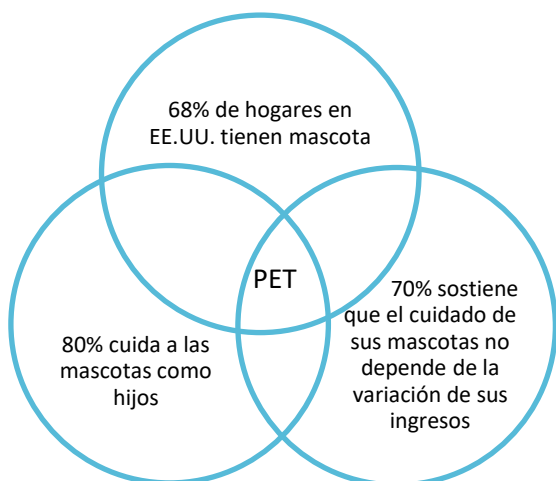


### Pet Care: Boom de la tenencia y cuidado de mascotas

#### ¿Por qué PET Care?



Fuente: National Pet Owners Survey, American Pet Products Association

Industria en crecimiento a nivel global

- > Aumento en el número de mascotas y humanización de éstas
- > Estados Unidos y Europa en etapa de maduración, Asia y Latam en expansión
- > Alta proporción del gasto en mascotas se destina a salud y alimentación → defensivo
- > E-commerce y Millennials claves para su desarrollo
- > Valorizaciones lucen altas, flujos se mantienen

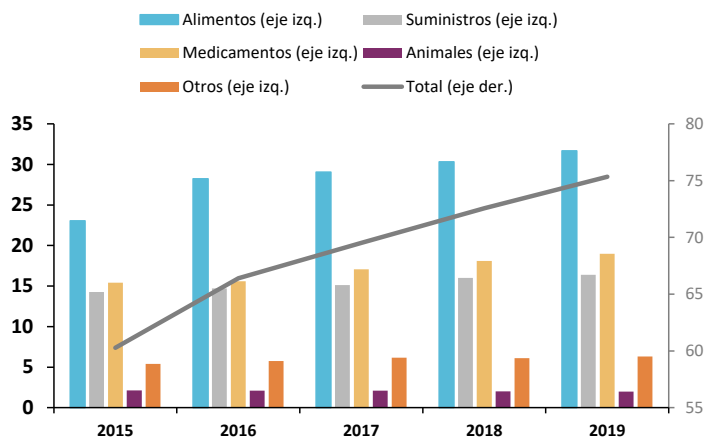
En las últimas décadas, la globalización, los avances de la ciencia y la revolución tecnológica han generado un cambio drástico en las características de los consumidores, lo que era atractivo hace 30 años atrás, no lo es en la actualidad, o quizás, es aún más atractivo hoy. Éste último es el caso de la industria de tenencia de mascotas; según la *American Pet Products Association*, en 1988 un 56% de los hogares estadounidenses tenían una mascota en su familia, hoy, ese porcentaje llega a 68%.

Además del mayor número de mascotas en los hogares estadounidenses, ha aumentado la humanización de éstas. La misma organización (*American Pet Products Association*) resalta en su encuesta nacional a dueños de mascotas que un 80% asegura cuidarlas igual que a sus niños, y un 79% cree que la calidad de la comida de sus mascotas debe ser similar a la suya.

La industria de mascotas se encuentra principalmente enfocada en alimentos y en servicios de salud. Lo anterior genera una mayor resiliencia de la industria a *shocks* económicos. Esto se reafirma con un 70% de los dueños de mascotas que aseguran que el consumo dedicado a sus mascotas no se ve afectado por su situación económica.

#### Gasto Anual en Mascotas en US

USD Billones



Fuente: eMarketer 2019.



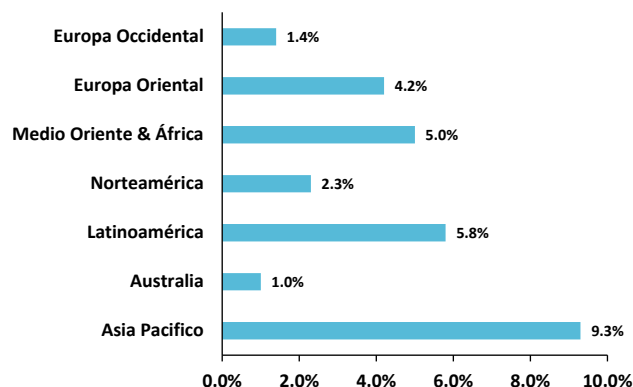
Según la compañía de *research Global Market Insights*, se espera que para los próximos 5 años la industria de mascotas crezca en el mundo un 5% anual, centrando la expansión en Asia Pacífico y Latinoamérica. En tanto, mercados como Norteamérica y Europa Occidental se encuentran en una etapa más avanzada en el desarrollo de la industria y se espera que tengan crecimientos más acotados.

A pesar de la mayor maduración en el mercado estadounidense, las expectativas de crecimiento continúan siendo positivas. Actualmente *IBIS World* espera que en los próximos 5 años los ingresos de la industria crezcan en torno a un 3% anual, el número de mascotas cerca de 0.5% y las tiendas de mascotas en torno a 2.5%.

Entre los aspectos fundamentales que apoyan el crecimiento de la industria, se encuentra el desarrollo del *e-commerce*. Si bien al cierre del 2018 las ventas por este canal representaban un 13% del total, se estima que durante el 2019 superaron el 20% y para el 2020, debido al confinamiento, esta tendencia se aceleraría aún más. Además de lo anterior, los productos de alimentos y suministros (accesorios, medicamentos) se ubican en el 2° y 3er lugar de los productos envasados más comercializados a través de este canal. El *e-commerce* y el desarrollo de la industria de las mascotas se han estado complementando en los últimos años y se espera que creen aún más sinergias.

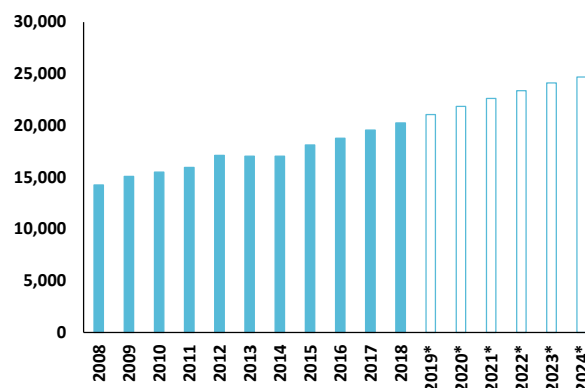
Otro aspecto relevante es identificar las características claves de los consumidores de la industria. Actualmente, la mayor proporción de éstos se ubica en el rango etario de 45-65 años. No obstante, al desglosar por generación, los *Millennials* (nacidos entre 1981 y 1993) representan un 35% del total y se espera que a medida que aumenten los ingresos de éstos, también lo haga su participación en el mercado.

**Crecimiento anual de la industria del 2019 al 2022 por región**



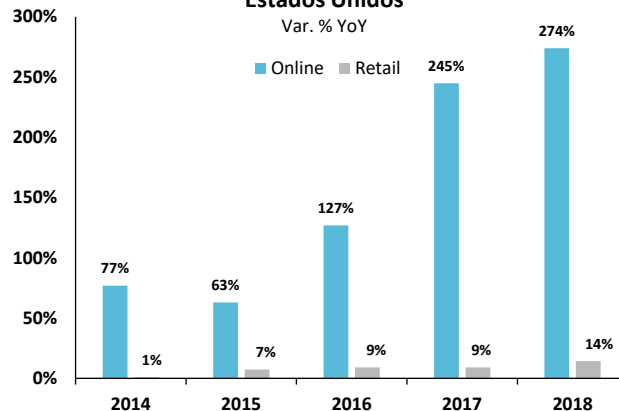
Fuente: Global Market Insights

**Ingresos Tiendas de Mascota en Estados Unidos**  
USD Millones



Fuente: IBIS World / \*Estimaciones

**Crecimiento anual del canal de compra en Estados Unidos**  
Var. % YoY



Fuente: Statista



Dado que los *Millennials* pasarán a ser el principal consumidor de la industria en el futuro, comprenderlos resulta clave. Según diversos estudios, un 60% de los *Millennials* compra productos no esenciales para mascotas una vez por semana (v/s 28% Gen X y 8% de los *Baby Boomers*), 68% de los *Millennials* cree que criar mascotas es una excelente preparación para llegar a tener hijos y más del 50% de los *Millennials* prefiere gastar en su perro antes que en ellos mismos. Lo anterior genera un señalamiento claro en torno al mayor compromiso de este segmento con sus mascotas.

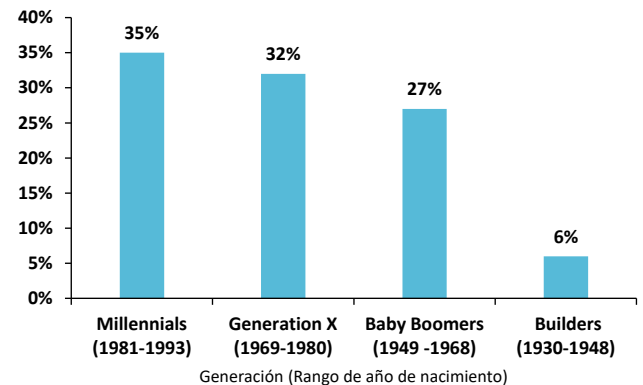
### Mercado bursátil

El índice bursátil que representa este sector es el *FactSet Pet Care*, el cual fue creado en mayo del 2014 e incorpora empresas internacionales que están principalmente ubicadas en Estados Unidos (71%), beneficiándose del interés y el aumento de recursos destinados a la tenencia de mascotas. El índice posee un 82.5% del total en compañías cuya principal fuente de ingresos proviene de productos o servicios relacionados a las mascotas y un 17.5% en empresas que estos productos no son las ventas principales, pero que se beneficiarían de la expansión de la industria.

En cuanto a la composición del índice, está diversificado con las mayores exposiciones en productos farmacéuticos (24%), ventas minoristas *online* (14%), diagnóstico de veterinario (12%) y alimentos (9.5%). En base a una composición más tradicional, el índice posee 51% en el sector de salud y 25% en consumo básico o no cíclico.

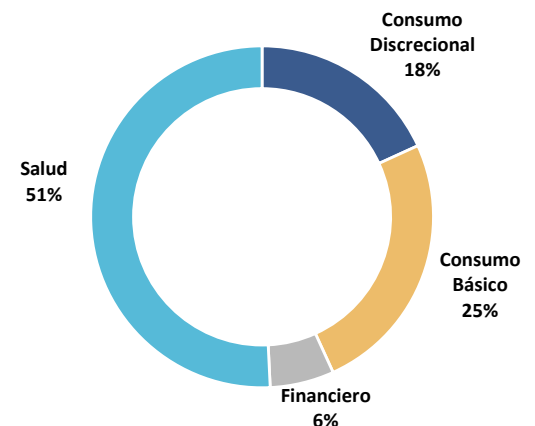
En línea con la mayor exposición a servicios de salud y consumo básico (sectores ganadores post-covid 19), el índice ha rentado en lo que va del año de 17.1%, mejor que el -0.5% del S&P 500. En tanto, en los últimos 5 años, ha registrado un retorno anualizado de 13.8% vs. 8.6% del S&P 500. Al mismo tiempo, el índice de mascotas presenta una menor volatilidad que el S&P 500.

Estados Unidos: Distribución de ventas por generación



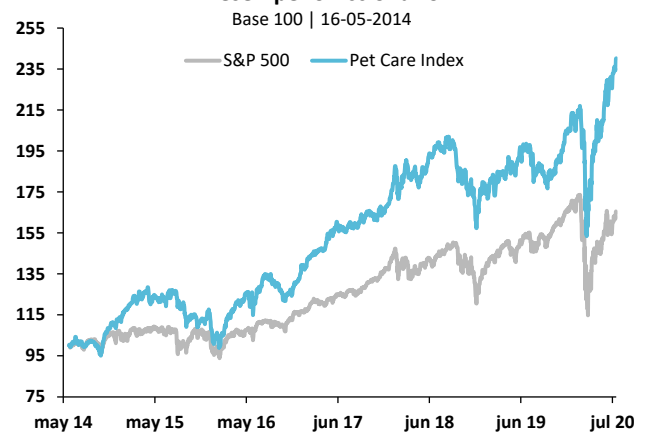
Fuente: eMarketer 2019.

Composición sectorial Índice de Mascotas  
Factset Pet Care Index | %



Fuente: Bloomberg, datos a junio 2020.

Desempeño Accionario



Fuente: Bloomberg, datos a julio 2020.



En tanto, las valorizaciones lucen caras, con la razón P/U cotizando en 31.5 veces y la razón P/VL en 4.9 veces. No obstante, los flujos a los instrumentos que representan la idea han sido positivos en lo que va del año, acumulando entradas por 18% de los activos bajo administración (AUM) y por más de 46% del AUM durante los últimos 12 meses.

### Desempeño Bursátil

índice	Retornos - Var. % USD						Volatilidad 3Y*	Sharpe 3Y*	
	MTD	Junio	3m	YTD	1Y	3Y*			
<b>S&amp;P 500</b>	3.7	1.8	14.9	-0.5	7.0	9.3	8.6	22.5	0.4
PETCARE Index	5.1	4.4	22.8	17.1	21.8	15.2	13.8	20.0	0.8
Consumo Básico (S&P Index)	4.6	-0.7	2.6	-2.8	1.9	3.7	4.1	18.8	0.2
Health Care (S&P Index)	6.3	-4.3	8.3	2.9	13.7	9.6	6.6	21.1	0.5

Fuente: Bloomberg, datos a julio 2020. / \*Anualizado

Las opiniones contenidas en el presente informe no deben considerarse como una oferta o una solicitud de compra o de venta, de suscripción o rescate, de aporte o retiro de ningún tipo de valores, sino que se publican con un propósito meramente informativo para nuestros clientes. Las proyecciones y estimaciones que se presentan han sido elaboradas por nuestro equipo de trabajo, apoyado en las mejores herramientas disponibles, no obstante, esto no garantiza que ellas se cumplan. La información contenida en este informe no corresponde a objetivos de inversión específicos, situación financiera o necesidades particulares de ningún receptor del mismo. Antes de realizar cualquier transacción de valores, los inversionistas deberán informarse sobre las condiciones de la operación, así como de los derechos, riesgos y responsabilidades implícitos en ella, por lo cual las sociedades de Compass Group y/o personas relacionadas ("Compass Group"), no asumen responsabilidad alguna, ya sea directa o indirecta, derivada del uso de las opiniones contenidas en este informe. Cualquier opinión expresada en este material, está sujeta a cambios sin previo aviso de Compass Group, quienes no asumen la obligación de actualizar la información contenida en él. Compass Group, sus personas relacionadas, ejecutivos u otros empleados, podrán hacer comentarios de mercado, orales o escritos, o transacciones que reflejen una opinión distinta a aquéllas expresadas en el presente informe.