

E.C.O.

ESTUDIOS COMERCIALES  
Y DE OPINION, S.A.

Alcalá, 96  
MADRID-9

Consejo de Ciento, 118  
BARCELONA-15

Copia azul



706

PROYECTO DE ESTUDIO SOBRE EL MERCADO  
NACIONAL DE PILAS ELECTRICAS: ANALI-  
SIS DE ESTRUCTURA Y CANALES DE DISTRI-  
BUCION, SITUACION ACTUAL Y EXPECTATI-  
VAS DE FUTURO.

150

Para:

[REDACTED]  
[REDACTED]

100 + 15

## I. PLANTEAMIENTO

Cuando un mercado es tan amplio y versátil como puede serlo el de pilas eléctricas, es prácticamente imposible intentar acometer su análisis desde el lado de la demanda, so pena de limitarnos a datos sobre niveles de notoriedad, usos más habituales, etc.

Para tratar de conocer la estructura del mercado el planteamiento ideal nos llevaría a un enfoque metodológico de aproximación a la cúspide, esto es, a los fabricantes e importadores más relevantes o, en su defecto, a aquellos distribuidores más importantes del producto; se trata en definitiva de una simple optimización de esfuerzos, de acudir al menor y mejor número de contactos precisos para conseguir la información deseada.

Obviamente, no podemos saber a priori cuál va a ser el nivel de transparencia que el mercado nos va a ofrecer en su segmento superior, cuál va a ser la predisposición de fabricantes, importadores y/o distribuidores principales a facilitar información sobre el tema, si nos van a abrir la fuente de sus conocimientos, se van a limitar a facilitar cuatro datos de carácter general o

simplemente mandarán a paseo a nuestros osados emisarios.

Para saberlo, no queda más remedio que intentarlo, en el buen entendido de que los resultados de nuestros esfuerzos dependerán de nosotros en menos del 50%. En muestras menos, el planificar una línea de acercamiento a nuestra muestra potencial que trate de producir en ella una actitud positiva de colaboración; independiente de nosotros, la actitud y predisposición de los sabios y señores del sector a que éste sea más y mejor conocido.

Veamos, por tanto, cuál va a ser nuestro enfoque para tratar de afrontar con éxito el desarrollo de la investigación que PHILIPS nos ha solicitado al respecto.

## II. OBJETIVOS

El objetivo del Estudio es, pues, tratar de conseguir la mayor y mejor información posible sobre la estructura del mercado de pilas eléctricas:

- El mercado actual de pilas: situación actual, evolución del mismo hasta ahora y tendencias previsibles a corto y medio plazo.
- La situación del mercado, según tipos de pilas: niveles de importancia relativa de cada uno de ellos y expectativas de evolución futura. Para ello, distinguimos los siguientes tipos:

<u>Según tamaño/voltaje</u>	<u>Según precio/calidad</u>	
	<u>Caras</u>	<u>Económicas</u>
Lápiz (1,5v.), R-6	SI	SI
Medianas (1,5v.), R-14	SI	SI
Grandes (1,5v.) R-20	SI	SI
De petaca { (4,5v.) 3R-12	SI	SI
(9v.) 6F-22	SI	—
Otras especiales (fotografía, aparatos especiales, etc.)		

- La situación del mercado según marcas: situación de oligopolio y/o atomización del mercado, ranking y estimación de participaciones de mercado. Para ello, según el briefing recibido de PHILIPS, consideramos inicialmente seis marcas fundamentales en el mercado:

Tres de ellas de fabricación nacional: TXIMIST, TUDOR y JUPITER.

Tres a nivel de importación: VARTA, BEREC y PHILIPS.

- Análisis del ciclo de distribución: las relaciones del fabricante/importador con la figura del mayorista y del detallista, a nivel global, diferencias existentes según tipos y marcas. Valoración de los distintos canales de distribución del producto y fijación de niveles de importancia; consideramos inicialmente:

- Las grandes superficies de venta { Los Grandes Almacenes  
Los Hipermercados
- Supermercados y autoservicios
- Droguerías
- Ferreterías
- Otras tiendas de tipo secundario (estancos, librerías, jugueterías, etc.)

### III. M E T O D O L O G I A

Decíamos ya a nivel de planteamiento cuál va a ser nuestro enfoque para la obtención de la información deseada, esto es, acudir en busca de ella a los principales fabricantes, importadores y distribuidores del sector.

#### 1. Fabricantes e importadores

En principio vamos a acudir a las seis entidades que según nuestros datos de partida consideramos más importantes:

- CEGASA, situada en Vitoria, fabricante de TXIMIST, marca considerada líder en el sector; su colaboración es básica para el éxito de nuestro trabajo.
- TUDOR, situada en Madrid, con la que suponemos una mayor facilidad de entrada al existir ya contactos anteriores como cliente.

- JUPITER, situada en San Sebastián, cuya condición de fabricante o marquista de CEGASA parece estar en discusión.
- X - VARTA, importador ubicado en Barcelona, al parecer especialista en la venta de pilas especiales.
- BEPEC, de la que en estos momentos carecemos de todo tipo de información.
- PHILIPS, importador, que por la sencilla razón de ser nuestro cliente y potencial beneficiario del Estudio debe ser nuestro mejor guía y colaborador.

Es oportuno recoger aquí en forma expresa nuestro compromiso de ampliar el ámbito censal de nuestro muestreo a cualquier otras empresas que a partir de la misma realización del Estudio pueden ser detectadas como dignas de consideración en su calidad de generadores de oferta y concedores del mercado.

## 2. Distribuidores

En nuestro planteamiento no pensamos operar con una muestra estadísticamente representativa del canal distribución, a la que recabar cifras de ventas y stocks y de cuya elaboración ponderada tratar de inferir volúmenes de mercado. No es este nuestro enfoque.

Pensamos, en cambio, acudir a una muestra reducida y selectiva de distribuidores a los que, según el método de opinión informada, recabar datos sobre:

- La tendencia del mercado de pilas, su evolución e importancia cualitativa.
- La situación inter-tipos, ratios de mercado, tipos de mayor crecimiento y tipos en regresión, si los hay.
- La situación inter-marcas, ranking de importancia y ratios de mercado.
- La estructura de los flujos de distribución, rol del mayorista e importancia del mismo, análisis comparativo de los distintos canales de distribución final al público.

Para ello, pensamos entrevistar únicamente a 15 distribuidores, cuya selección previa se hará en forma dinámica a partir de la recopilación de datos del mismo Estudio, rechazando en cualquier caso a posteriori toda entrevista que no parezca corresponder a un distribuidor de primera magnitud en el mercado en pilas eléctricas.

### 3. Sistemática de la investigación

Hemos dicho y repetido continuamente hasta aquí que el éxito o fracaso en los datos obtenidos depende de que podamos conseguir una actitud positiva en colaboración por parte de un quorum mínimamente suficiente de nuestros potenciales entrevistados.

Debemos, pues, inventar un enfoque de aproximación a ellos que les pueda parecer mínimamente atractivo e interesante para estimularles a colaborar; es evidente que ningún fabricante se prestará a dar información (o, lo que es peor, lo hará en forma errónea) si puede pensar que ésta va destinada a orientar a un posible competidor.

Es preciso dar una orientación macro-económica a la fachada de la investigación, planteando el estudio del mercado de pilas como parte de un planteamiento mucho más amplio sobre la marcha de nuestra economía, preocupación actual de todo empresario que se precie (PHILIPS conoce por otros estudios actualmente en curso que estamos capacitados para ello).

Y es preciso, para ello, actuar de la forma siguiente:

- Elaborar a priori un esquema de indicadores económicos mínimamente coherente y en el que obviamente está incluido nuestro producto -las pilas- a investigar, explicando de forma somera cuál es el funcionamiento del modelo a los entrevistados.
- Elaborar a posteriori una "comunicación" sobre los resultantes del indicador -y el sector pilas dentro del mismo- que entregar a nuestros colaboradores entrevistados, con el fin de que éstos no puedan sentirse lisa y llanamente estafados y sí en alguna forma premiados por su actitud positiva hacia el tema.

Todo ello lo haremos, como único camino posible de conseguir alcanzar los objetivos que nuestro cliente -PHILIPS- nos ha fijado.

#### IV. PRESENTACION DE RESULTADOS: TIMING

No cabe duda de que el Estudio planteado entra mejor en una concepción artesanal de la investigación de mercados que en una acepción industrializada fruto del manejo de herramientas estadísticas.

Y el trabajo artesanal siempre es relativamente más lento, exigiendo muchas horas de gabinete en todas y cada una de las fases del Estudio; es bueno recordarlo al hablar ahora de plazos (y después de presupuestos).

Así, estimamos oportuno fijar un plazo mínimo de siete semanas para el desarrollo integral del Estudio, comprendiendo la fase de diseño y elaboración del material necesario, desarrollo de entrevistas y posterior fase de análisis y manejo de los datos obtenidos.

El informe que presentaremos será el fruto de un trabajo técnico que no tendrá nada de fácil ni rutinario; no habrá tablas estadísticas de ordenador, porque no habrá grandes series numéricas que manejar. Cada dato deberá ser contrastado y debatido antes de aceptarse su validez y aporte.



ción positiva al cómputo global de la investigación.

Esta es la labor que nos espera de llevarse a cabo el Estudio y este es el compromiso que asumimos.

## ESTUDIO INDICADORES ECONOMICOS

Producto : PILAS ELECTRICAS

Nivel : MAYORISTAS

Estamos realizando un amplio estudio sobre el papel que juegan las pilas eléctricas en la economía española y en la vida cotidiana de los españoles. Realizamos, para ello, una serie de entrevistas al público en general, a los detallistas, mayoristas, fabricantes de pilas eléctricas, fabricantes de aparatos que incorporen pilas, etc. Le agradeceríamos mucho su colaboración contestando, desde su experiencia y conocimiento especializado del tema, a una serie de preguntas.

1.- ¿Cuál cree que ha sido la evolución del consumo de pilas eléctricas en nuestro país durante los últimos cinco años?

---

---

---

---

---

---

2.- ¿Cree Vd. que el consumo de pilas eléctricas en nuestro país ha alcanzado ya techo, o que debe crecer aún en posibilidades y expectativas de consumo?

---

---

---

---

---

---

2a.- ¿Cual cree Vd. que será entonces la evolución del consumo de pilas en nuestro país dentro de los próximos años?

3.- Las pilas eléctricas que se consumen en nuestro país, responden a una fabricación nacional, o existe una parcela importante de importación?. ¿De donde proviene la importación? ¿En qué proporción pueden ser importación y en qué proporción producción nacional?

---

---

---

---

---

---

---

3a.- ¿Hay algunos importadores especialmente importantes? ¿Cuales son?

---

---

---

---

---

---

---

4.- ¿En qué zonas de nuestro país se ubican los principales fabricantes de pilas eléctricas?

---

---

---

---

---

---

---

5.- ¿Existe un proceso racional en la producción de pilas eléctricas, es decir, nos encontramos con un número relativamente limitado de fabricantes con grandes series de producción, o estamos ante una oferta muy artesanal y atomizada?

---

---

---

---

---

---

---

5a.- ¿Quiénes pueden ser en nuestro país los principales fabricantes de pilas? ¿Qué porcentajes de la oferta total pueden suponer?

---

6.- Por su tamaño, precio y voltaje, nosotros hemos clasificado el consumo de pilas eléctricas en estas categorías (ENSEÑAR CARTON 1). ¿Es correcta esta clasificación?

A nivel de porcentaje, ¿cual diría que puede ser el consumo anual en nuestro país para cada uno de estos tipos?

TIPOS :	PRECIO :	
	CARAS	ECÓNICAS
Pequeñas (1,5 V)		
Medianas (1,5 V)		
Grandes (1,5 V)		
Petaca		
	(4,5 V)	
	(9 V)	

7.- Entendemos que cada tipo de pilas responde a un tipo distinto de utilidad y demanda. En base a ello, ¿cuales son las expectativas de evolución que prevee Vd. para cada uno de estos tipos de pilas eléctricas?

---

---

---

---

---

---

---

---

8.- ¿Hasta qué punto canalizan Vds., los mayoristas, la distribución del producto desde el fabricante al detallistas? ¿Qué porcentaje de mercado se escapa a este circuito fabricante-mayorista-detallista?

9.- Por último, ¿cuales son los canales finales por los que acude el público a adquirir pilas eléctricas? ¿Qué importancia relativa tiene cada uno de ellos?

Grandes superficies de venta ..... \_\_\_\_\_

---

---

---

---

Supermercado y autoservicios ..... \_\_\_\_\_

---

---

---

---

Droguerías ..... \_\_\_\_\_

---

---

---

---

Ferretería ..... \_\_\_\_\_

---

---

---

---

Otras tiendas ..... \_\_\_\_\_

---

---

---

---

10.- Ya para terminar, ¿cuales son las principales áreas de utilización actual donde se sitúa actualmente el consumo de pilas en nuestro país? ¿Hacia que otras áreas piensa Vd. que evolucionará en el futuro?

11 .- Es nuestra intención seguir nuestro Estudio acudiendo también a otros mayoristas para conocer su punto de vista sobre este producto. ¿Podría citarme algunos de ellos que le parezcan especialmente conocedores de este tema?

## ESTUDIO INDICADORES ECONOMICOS

Producto : PILAS ELECTRICAS

Nivel : FABRICANTES

Estamos realizando un amplio estudio sobre el papel que juegan las pilas eléctricas en la economía española y en la vida cotidiana de los españoles. Realizamos, para ello, una serie de entrevistas al público en general, a los detallistas, mayoristas, fabricantes de pilas eléctricas, fabricantes de aparatos que incorporen pilas, etc. Le agradeceríamos mucho su colaboración contestando, desde su experiencia y conocimiento especializado del tema, a una serie de preguntas.

1.- ¿Cuál cree que ha sido la evolución del consumo de pilas eléctricas en nuestro país durante los últimos cinco años?

---

---

---

---

---

---

---

2.- ¿Cree Vd. que el consumo de pilas eléctricas en nuestro país ha alcanzado ya techo, o que debe crecer aún en posibilidades y expectativas de consumo?

---

---

---

---

---

---

---

2a.- ¿Cual cree Vd. que será entonces la evolución del consumo de pilas en nuestro país dentro de los próximos años?

3.- Las pilas eléctricas que se consumen en nuestro país, responden a una fabricación nacional, o existe una parcela importante de importación?. ¿De donde proviene la importación? ¿En qué proporción pueden ser importación y en qué proporción producción nacional?

---

---

---

---

---

---

---

3a.- ¿Hay algunos importadores especialmente importantes? ¿Cuales son?

---

---

---

---

---

---

---

4.- ¿En qué zonas de nuestro país se ubican los principales fabricantes de pilas eléctricas?

---

---

---

---

---

---

---

5.- ¿Existe un proceso racional en la producción de pilas eléctricas, es decir, nos encontramos con un número relativamente limitado de fabricantes con grandes series de producción, o estamos ante una oferta muy artesanal y atomizada?

---

---

---

---

---

---

---

5a.- ¿Quiénes pueden ser en nuestro país los principales fabricantes de pilas? ¿Qué porcentajes de la oferta total pueden suponer?

6.- ¿Cual viene a ser la cifra media, aproximadamente, que vienen a producir anualmente un fabricante de pilas eléctricas de una cierta entidad?

---



---



---

7.- Por su tamaño, precio y voltaje, nosotros hemos clasificado el consumo de pilas eléctricas en estas categorías (ENSEÑAR CARTON 1). ¿Es correcta esta clasificación?

A groso modo, ¿cual diría que puede ser el consumo anual en nuestro país para cada uno de estos tipos?

TIPOS :		PRECIO :	
		CARAS	ECONOMICAS
Pequeñas	(1,5 V)		
Medianas	(1,5 V)		
Grandes	(1,5 V)		
Petaca	(4,5 V)		
	(9 V)		

8.- Entendemos que cada tipo de pilas responde a un tipo distinto de utilidad y demanda. En base a ello, ¿cuales son las expectativas de evolución que prevee Vd. para cada uno de estos tipos de pilas eléctricas?

---



---



---



---



---

9.- ¿Cómo llega al público el producto, desde el fabricante? ¿Tiene importancia la figura del mayorista en este campo?

10.- Por último, ¿cuales son los canales finales por los que acude el público a adquirir pilas eléctricas? ¿Qué importancia relativa tiene cada uno de ellos?

Grandes superficies  
de venta .....

\_\_\_\_\_

---

---

---

---

Supermercado y  
autoservicios .....

\_\_\_\_\_

---

---

---

---

Droguerías .....

\_\_\_\_\_

---

---

---

---

Ferretería .....

\_\_\_\_\_

---

---

---

---

Otras tiendas .....

\_\_\_\_\_

---

---

---

---

11.- Ya para terminar, ¿cuales son las principales áreas de utilización actual donde se sitúa actualmente el consumo de pilas en nuestro país? ¿Hacia que otras áreas piensa Vd. que evolucionará en el futuro?



12.- Es nuestra intención seguir nuestro Estudio acudiendo también a algunos mayoristas para conocer su punto de vista sobre este producto. ¿Podría citarme algunos de ellos que le parezcan especialmente conocedores de este tema?