



ALIMENTOS CONCENTRADOS PARA MASCOTAS

POSICIONAMIENTO DE MARCA
GATOS

Informe Tibet III

Marzo 2021

 Alimentos Polar

connecta



OBJETIVOS

Objetivo General

Determinar el mapa de posicionamiento de las marcas de alimento concentrado para Gatos.

Objetivos Específicos

Imagen y posicionamiento de alimento concentrado para

Conocimiento de marcas

- TOM
- Otras menciones
- Ayudado

Imagen y posicionamiento

- Ranking de importancia de los principales atributos de las categorías
- Entender el posicionamiento de las presentes marcas de la categoría
- Establecer el mapa de posicionamiento de atributos y marcas

 **GATO**





TÉCNICA

Cuantitativa a través de aplicación de cuestionario estructurado de aproximadamente 25 a 30 minutos de duración. El muestreo se realizó en hogares.



GRUPO OBJETIVO

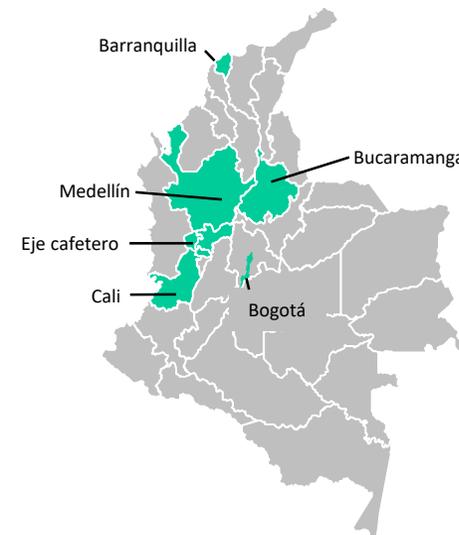
- Hombres y mujeres con gato, responsables de la compra del alimento concentrado para su mascota.
- NSE representado por estratos 2, 3 y 4
- Entre 25 y 55 años

Ficha técnica



COBERTURA

- Bogotá
- Medellín
- Cali
- Barranquilla
- Bucaramanga
- Eje Cafetero (Manizales y Pereira)





PONDERACIÓN



ALCANCE

2018:

Se realizaron 1058 encuestas distribuidas de la siguiente manera:

	Sin ponderar	% sin ponderar	Ponderada	% ponderado
Bogotá	300	28%	544	51%
Medellín	202	19%	170	16%
Cali	203	19%	164	16%
Barranquilla	152	14%	85	8%
Bucaramanga	101	10%	36	3%
Eje Cafetero	100	10%	59	6%

Estrato 2	350	33%	435	41%
Estrato 3	353	33%	445	42%
Estrato 4	355	34%	178	17%
TOTAL	1.058	100%	1.058	100%

No se consideraron cuotas por edad ni género.

2019:

Se realizaron 1060 encuestas distribuidas de la siguiente manera:

	Sin ponderar	% sin ponderar	Ponderada	% ponderado
Bogotá	301	28%	545	51%
Medellín	203	19%	171	16%
Cali	201	19%	164	16%
Barranquilla	150	14%	85	8%
Bucaramanga	105	10%	36	3%
Eje Cafetero	100	10%	59	6%

Estrato 2	352	33%	436	41%
Estrato 3	353	33%	446	42%
Estrato 4	355	34%	178	17%
TOTAL	1.060	100%	1.060	100%

Tenencia de gatos	23%
Penetración alimento gato	98%

2021:

Se realizaron 1057 encuestas distribuidas de la siguiente manera:

	Sin ponderar	% sin ponderar	Ponderada	% ponderado
Bogotá	300	28%	543	51%
Medellín	200	19%	170	16%
Cali	200	19%	164	16%
Barranquilla	150	14%	85	8%
Bucaramanga	101	10%	36	3%
Eje Cafetero	106	10%	59	6%

Estrato 2	352	33%	434	41%
Estrato 3	355	34%	445	42%
Estrato 4	350	33%	178	17%
TOTAL	1.057	100%	1.057	100%

Tenencia de gatos	36%
Penetración alimento gato	98%

DINÁMICA DE MARCAS

APRENDIZAJES:

- Mirringo continua siendo la marca líder en conocimiento y consumo manteniendo sus indicadores estables.
- Las otras dos marcas importantes, Cat Chow y Whiskas, decrecen en sus indicadores.
- Esta caída favorece a marcas como Ohmaicat, Donkat y Q-ida Cat
- Los detonantes de preferencia siguen siendo el cuidado de la mascota y su salud y el precio - rendimiento





CONOCIMIENTO DE MARCAS

	TOM			Total conocimiento Espontáneo			Total Conocimiento (incluye ayudado)		
	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3
Whiskas	14%	12%	7% ↓	51%	37%	33%	87%	78%	78%
Mirringo	28%	26%	26%	55%	51%	52%	78%	72%	76%
Cat Chow	20%	20%	14% ↓	53%	47%	42% ↓	72%	67%	68%
Chunky Cat	3%	7%	8%	11%	24%	24%	42%	53%	56%
Nutre Cat	3%	2%	3%	21%	18%	12% ↓	58%	52%	45%
Gatsy	5%	6%	4%	15%	17%	14%	39%	43%	37%
 Ohmaigat	4%	5%	5%	13%	15%	19% ↑	36%	38%	49% ↑
Donkat	2%	3%	7% ↑	7%	11%	18%	19%	25%	35%
Q-ida Cat	6%	6%	7%	13%	11%	15%	28%	24%	31%
Monello	3%	4%	7% ↑	7%	9%	17%	18%	24%	33%
Purina	-	1%	0%	-	5%	1% ↓	-	23%	1% ↓
Max Cat	2%	2%	2%	5%	6%	5%	13%	16%	18%
Hill's	1%	1%	1%	4%	4%	4%	14%	14%	14%
Nutra Nuggets	1%	1%	1%	1%	3%	1%	7%	10%	11%
Total Equilibrio	1%	1%	0%	3%	2%	2%	8%	7%	7%
Agility Gold	-	-	1% ↑	1%	2%	4% ↑	2%	7%	12% ↑
Select Cat's	1%	-	1%	2%	3%	2%	2%	3%	2%
Otros	5%	3%	3%	22%	6%	8%	98%**	6%	45%

Bogotá (A)	57% DEF
Medellín (B)	49% DEF
Cali (C)	47% DEF
Barranquilla (D)	29%
B/manga (E)	29%
Eje Cafetero (F)	22%

	B: 1.058	B: 1.060	B: 1.057
	B: 1.058	B: 1.060	B: 1.057
	RXP: 2,99	2,88	2,99
	B: 1.058	B: 1.060	B: 1.057
	RXP: 6,40	5,90	6,39

- Se dan cambios importantes en las marcas principales, pierde conocimiento Whiskas y Cat Chow y crece Chunky Cat. Mirringo mantiene su posición de liderazgo.
- En las marcas medianas y pequeñas se dan crecimientos.
- Omaigat crece en el indicador de conocimiento apalancado especialmente en las 3 ciudades principales.

**Incluye marcas que se mostraban en conocimiento ayudado que no se mostraron en esta ola: Felix, Proplan, Nutrion, Cipa Cat, Smart, marcas propias, Taste of the wild, Dali, Magic friends, Naturalis

↑ ↓ Dif. Significativas entre olas



RECORDACIÓN PUBLICITARIA

Recordación publicitaria

	Ola 1	Ola 2	Ola 3
Whiskas	32%	26%	23%
Cat Chow	21%	17%	16%
Mirringo	10%	15%	15%
 Ohmaigat	13%	12%	13%
Chunky Cat	4%	8%	7%
Nutre Cat	6%	6%	2% ↓
Gatsy	2%	3%	2%
Purina	-	3%	0%
Q-ida Cat	2%	2%	2%
Monello	1%	2%	6% ↑
Donkat	1%	1%	4%
Felix	4%	-	4%
Otros	4%	5%	5%
Ninguna	28%	27%	34%
No sabe / No contesta	7%	10%	4%
	B: 1.058 RPP: 1,35	B: 1.060 RPP: 1,38	B: 1.057 RPP: 1,36

La recordación publicitaria tiene algunas variaciones pero se mantiene el orden de las marcas, siendo las líderes en conocimiento las que logran mayores porcentajes.



↑ ↓ Dif. Significativas entre olas



PREFERENCIA

connecta



Mirringo mantiene sus indicadores y su liderazgo. Cat Chow y Whiskas le siguen pero han tenido una caída en preferencia. Los detonantes de preferencias se mantienen: calidad y mantener la salud del gato sumado a precio y rendimiento.

	TOM Preferida			Total Preferida		
	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3
MIRRINGO Mejor calidad a precio justo	26%	26%	23%	33%	33%	34%
Cat	16%	15%	10%	25%	25%	17%
Whiskas	10%	9%	5%	24%	20%	19%
Gatsy	5%	7%	4%	10%	11%	7%
Chunky Cat	4%	6%	6%	8%	10%	10%
Q-ida Cat	7%	7%	9%	10%	9%	12%
Oh mi gat	5%	5%	5%	7%	9%	9%
Donkat	3%	5%	9%	5%	7%	11%
Nutre Cat	3%	2%	3%	7%	6%	5%
Monello	4%	5%	9%	6%	6%	11%
Max Cat	3%	2%	2%	4%	2%	3%
Select Cat's	1%	2%	1%	1%	2%	1%
Nutra Nuggets	1%	1%	1%	1%	2%	1%
Purina	-	1%	0%	0%	2%	0,3%
Hill's	1%	1%	1%	3%	1%	1%
Otras	9%	5%	10%	15%	6%	14%
Ninguna	1%	1%	1%	45%	38%	49%
Ns/Nr	1%	-	-	6%	3%	4%

B: 1.058 B: 1.060 B: 1.057 B: 1.058 B: 1.060 B: 1.057
 RPP: 2,09 RPP: 1,94 RPP: 2,11

Razones de TOM preferida	MIRRINGO Mejor calidad a precio justo			PURINA Cat Chow		
	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3
Favorece la salud de mi gato	29%	47%	34%	39%	52%	43%
Por su calidad	31%	40%	41%	51%	46%	46%
Por su precio/es económica	46%	40%	49%	14%	20%	11%
Es una marca reconocida	25%	24%	30%	29%	36%	33%
Es rendidora/ rinde más	19%	24%	31%	18%	20%	14%
Mantiene brillante el pelaje del gato	15%	13%	14%	19%	13%	18%
Tiene variedad de sabores	13%	9%	5%	14%	20%	18%
Es de tradición	15%	16%	16%	12%	15%	15%
Mantiene excrementos consistentes/ sin mal olor	17%	11%	6%	21%	10%	8%
Por su olor agradable	9%	9%	12%	8%	9%	10%
Marca recomendada por opinión del veterinario	6%	5%	2%	11%	7%	18%
Tiene variedad de tamaños/ presentación	9%	3%	5%	9%	12%	7%
Marca recomendada por conocidos	6%	5%	5%	3%	4%	4%
Tiene un empaque atractivo	3%	5%	3%	4%	5%	3%
Tiene publicidad	3%	3%	4%	2%	6%	2%
Tiene promociones y ofertas	2%	3%	3%	3%	5%	2%

Base: 279 272 238 182 151 105
 RPP: 2,49 2,57 2,70 2,55 2,80 2,67

↑ ↓ Dif. Significativas entre olas

M1. Podría decirme cuál es la marca de concentrado/alimento para gatos que prefiere?
 M2. ¿Tiene alguna o algunas otras marcas de concentrado/alimento para gatos entre sus preferidas?
 M3. Por qué razón prefiere la marca?



DINÁMICA DE COMPRA

La compra de marcas sigue la misma tendencia de conocimiento y preferencia.

	Marca más comprada en el último mes			Otras marcas compradas en el último mes			Total marcas compradas		
	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3
Mirringo	27%	25%	25% ↑	8%	7%	10% ↑	35%	31%	35%
Cat Chow	15%	15%	9% ↓	5%	4%	5%	20%	19%	13% ↓
Whiskas	10%	10%	4%	10%	5%	9% ↑	20%	15%	13%
Gatsy	6%	7%	4% ↓	3%	2%	2%	8%	9%	6% ↓
Chunky Cat	4%	6%	7%	2%	2%	2%	6%	8%	9%
Ohmaigat	5%	5%	6%	2%	2%	3%	6%	6%	9%
Q-ida Cat	7%	7%	9%	2%	1%	3% ↑	9%	8%	12% ↑
Donkat	4%	5%	9% ↑	1%	2%	2%	5%	7%	11% ↑
Nutre Cat	3%	3%	3%	2%	1%	1%	6%	4%	4%
Monello	3%	4%	8% ↑	1%	1%	2%	4%	5%	10% ↑
Max Cat	3%	2%	2%	0%	-	1%	3%	2%	3%
Purina	0%	1%	0%	0%	-	0%	0%	1%	0%
Hill's	0%	1%	1%	1%	-	1%	1%	1%	1%
Nutra Nuggets	1%	1%	0%	0%	-	0%	1%	1%	1%
Total Equilibrio	1%	1%	1%	0%	-	0%	2%	1%	1%
Felix	0%	-	1%	2%	-	1%	3%	-	2%
Otros	9%	6%	10%	0%	1%	2% ↑	10%	5%	12%
Ninguna	0%	-	0%	60%	69%	60%	60%	69%	60%
No sabe / No contesta	1%	1%	0%	3%	3%	0%	4%	4%	1%
	B: 1.058	B: 1.060	B: 1.057	B: 1.059	B: 1.064	B: 1.057	B: 1.058	B: 1.060	B: 1.057
				RPP: 1,05	RPP: 1,02	RPP: 1,04	RPP: 3,08	RPP: 2,90	RPP: 1,39

H.1. ¿Cuál es la marca de concentrado/alimento para gatos que más ha comprado en el último mes?

H.2. ¿Qué otras marcas ha comprado en el último mes?

H.3. Y cuales otras marcas ha comprado alguna vez ?



LEALTAD DE MARCA

Es una categoría con un alto nivel de lealtad que es muy superior en el Eje Cafetero y menor en Cali y Barranquilla.

	Ola 1	Ola 2	Ola 3
Siempre compro la misma marca y no compro ninguna otra	54%	51%	46%
Siempre compro la misma marca, pero puedo comprar otras	31%	36%	39%
Tengo un grupo de marcas que prefiero comprar y no compro ninguna otra	9%	6%	7%
Tengo un grupo de marcas que prefiero comprar, pero puedo comprar cualquier otra marca	4%	4%	5%
Compro la marca que esté disponible	1%	2%	2%
Compro cualquier marca. Todas las marcas son iguales	1%	1%	1%

Base: 1.058 1.060 1.057

Bogotá (A)			Medellín (B)			Cali (C)			Barranquilla (D)			Bucaramanga (E)			Eje cafetero (F)		
Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3
47%	54%	CD 46%	64%	46%	CD 51%	70%	65%	36% ↓	37%	21%	29%	46%	38%	CD 49%	75%	66%	ABCDE 77%
32%	34%	F 35%	31%	40%	F 38%	25%	28%	ABEF 56% ↑	48%	51%	AF 48%	34%	54%	F 40%	19%	29%	18%
12%	6%	CD 10%	3%	9%	7%	4%	5%	3%	9%	5%	2%	16%	2%	CD 9% ↑	2%	2%	4%
7%	4%	F 7%	1%	5%	4%	0%	2%	4%	3%	8%	3% ↓	3%	4%	2%	3%	3%	1%
1%	2%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	2%	8%	ABCEF 12%	1%	0%	0%	0%	0%	0%
1%	0%	1%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	1%	7%	ABCEF 7%	0%	2%	0%	1%	0%	0%

300 301 300 202 203 200 203 201 200 152 150 150 101 105 101 100 100 106

↑ ↓ Dif. Significativas entre olas

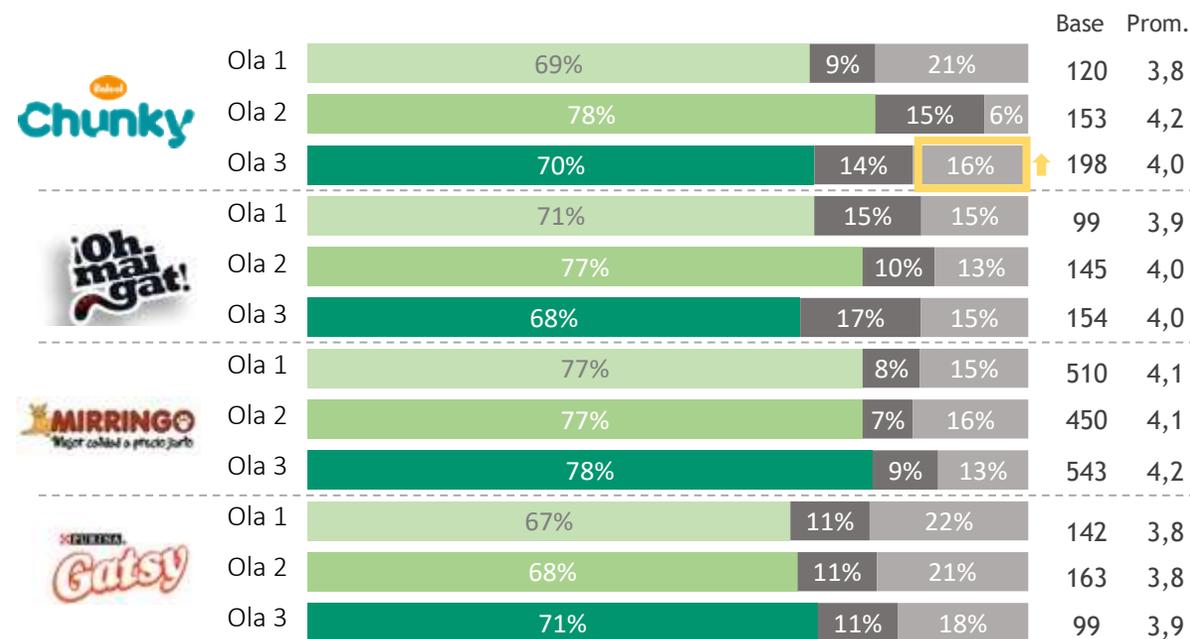
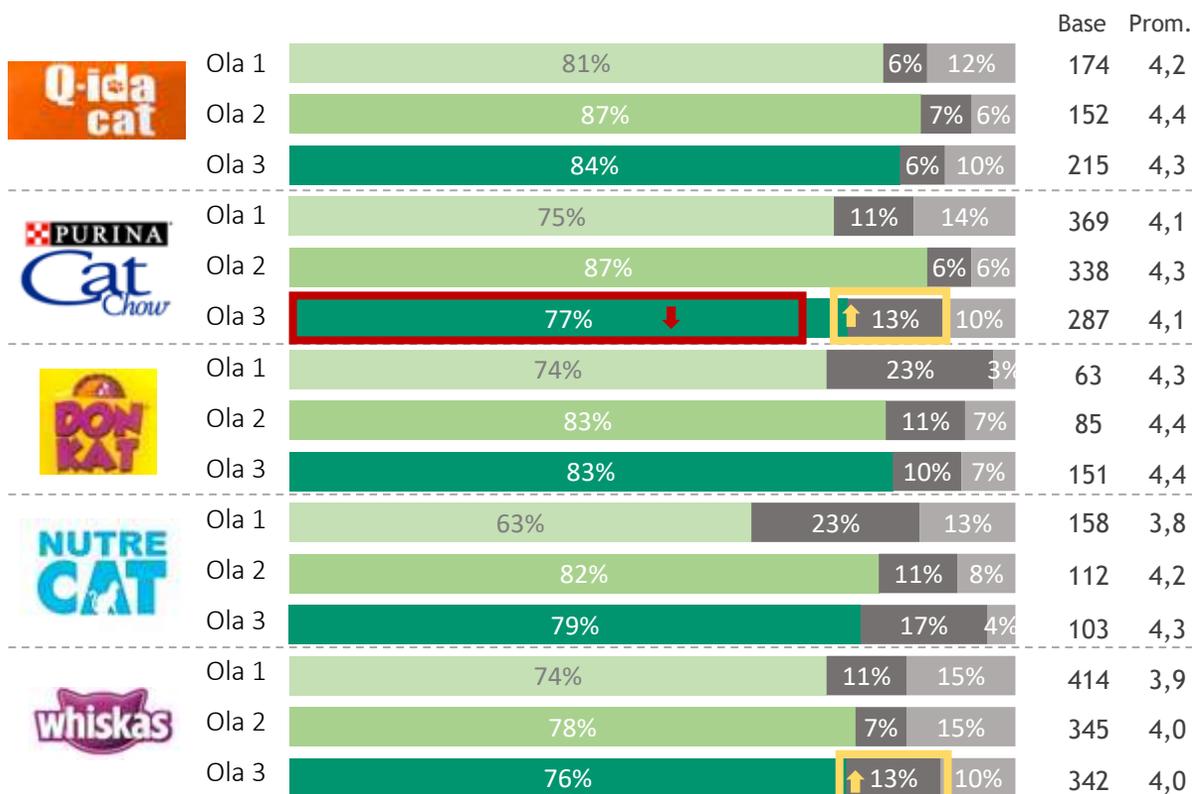
ABCDEF Diferencias significativas entre ciudades



INTENCIÓN DE COMPRA

La intención de compra se mantiene bastante estable excepto para Cat Chow que presenta una caída significativa

■ La compraría + Definitivamente la compraría ■ Podría comprarla o no ■ Definitivamente no lo compraría + No lo compraría



↓ [Red Box] ↑ [Yellow Box] Dif. Significativas entre olas

H6. Pensando en la próxima vez que tenga que hacer la compra de concentrado/alimento para gato, ¿qué tan dispuesto estaría usted a comprar la marca _____ de acuerdo a la siguiente escala...

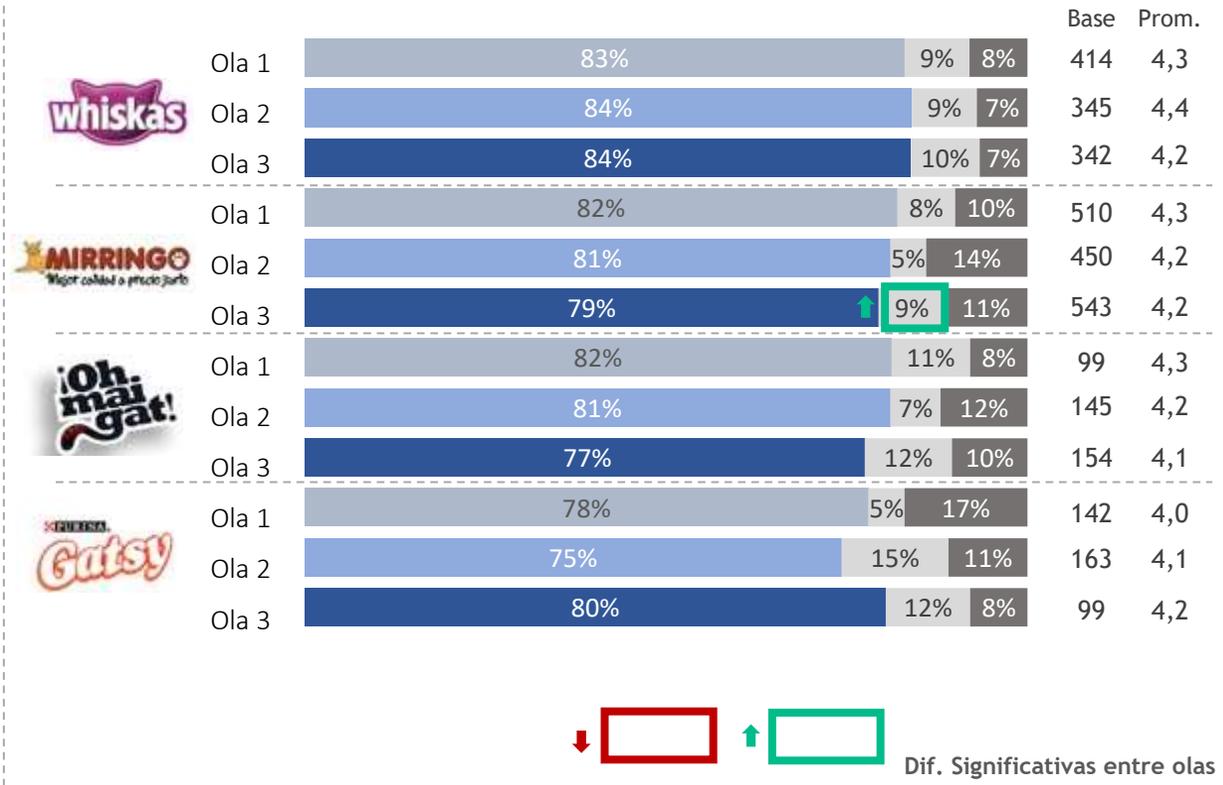
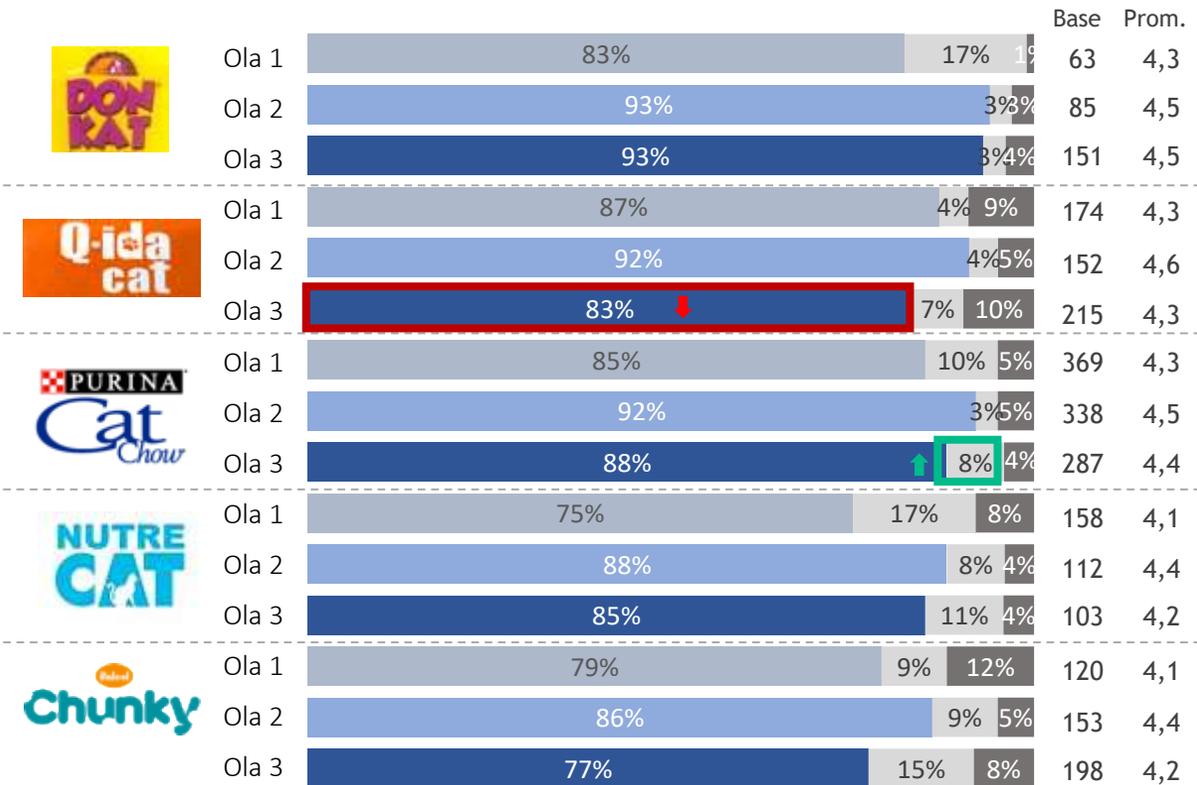
Nota metodológica: la base corresponde a persona que han comprado la marca alguna vez.



NIVEL DE RECOMENDACIÓN

La recomendación se mantiene estable con excepción de Q-ida Cat que decrece 10 puntos pero aumenta de forma importante su base de probadores.

■ Definitivamente la recomendaría + la recomendaria ■ No se si recomendarla o no ■ Definitivamente no la recomendaría + No la recomendaria



↓ [Red Box] ↑ [Green Box] Dif. Significativas entre olas

M4. En una escala de 1 a 5 donde 1 es Definitivamente no la recomendaría y 5 es Definitivamente la recomendaría ¿Qué tan dispuesto estaría usted a recomendar las marcas...?

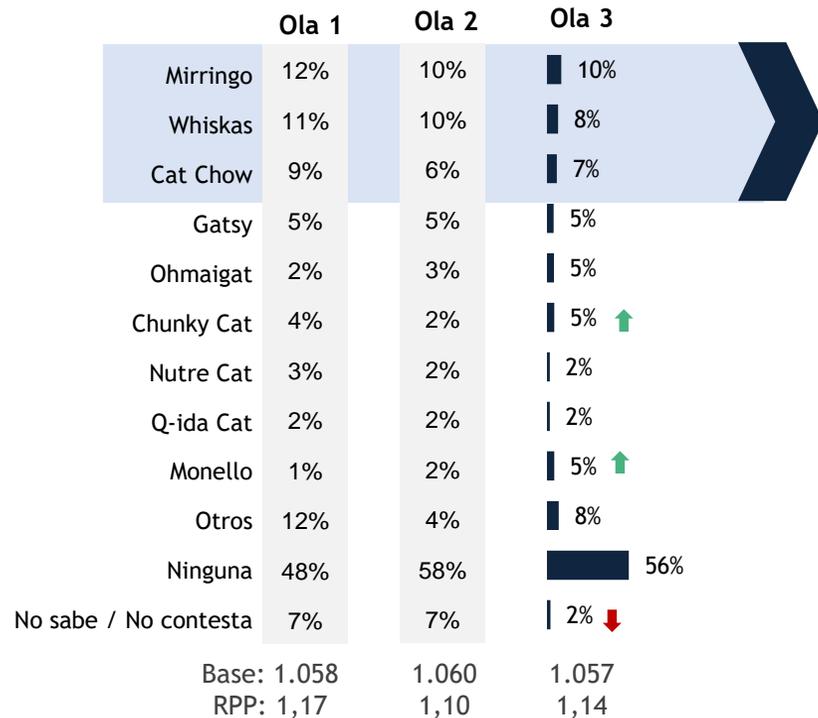
Nota metodológica: la base corresponde a persona que han comprado la marca alguna vez.



ABANDONO DE MARCAS

Hay muy poco abandono de marcas y está enfocado, como es de esperarse, en las líderes. Las razones están ligadas al gusto del gato o efectos nocivos en la mascota.

Marcas que ha dejado de comprar



Los principales detonantes de abandono son...

	MIRRINGO "Mejor calidad a precio justo"			whiskas			PURINA Cat Chow		
	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3
NO FAVORECE LA SALUD DE MI GATO	31%	68%	60%	22%	53%	53%	16%	48%	52%
No le gusta a mi gato	37%	38%	43%	24%	36%	28%	20%	30%	40%
Por mala calidad	18%	10%	19%	6%	8%	2%	6%	3%	13%
Hace que se le caiga el pelo a mi mascota	4%	9%	2%	3%	2%	0%	3%	0%	5%
Por opinión del veterinario	6%	6%	3%	3%	2%	0%	3%	10%	5%
Es costosa	4%	4%	6%	38%	27%	41%	51%	28%	29%
No satisface a la mascota	0%	4%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
No mantiene el pelaje suave y brillante	1%	3%	2%	0%	5%	0%	0%	3%	1%
Por su olor poco agradable	7%	3%	0%	3%	1%	0%	0%	0%	0%
No es una marca recomendada por conocidos	1%	2%	5%	5%	1%	0%	0%	0%	1%
No deja consistentes los excrementos	5%	0%	0%	6%	2%	0%	2%	1%	1%
No le aporta los nutrientes necesarios para su mascota	3%	2%	5%	2%	0%	1%	0%	1%	0%
Otros	34%	3%	13%	10%	8%	33%	15%	15%	26%
Base	111	85	99	90	84	83	78	56	58
RPP	1,36	1,57	1,85	1,21	1,55	1,62	1,22	1,42	1,78

↑ ↓ Dif. Significativas entre olas

ANÁLISIS DE IMAGEN

APRENDIZAJES:

- Se mantienen Mirringo, Whiskas y Cat Chow como las marcas más fuertes de la categoría
- Ohmaigat logra meterse en este grupo.
- Con menor conocimiento pero asociaciones importantes aparecen Q-ida Cat y Monello
- Las demás marcas quedan relegadas a un plano secundario





ATRIBUTOS DE PRODUCTO EVALUADOS

Tiene el sabor que le gusta a mi gato	Se mantuvieron en las tres mediciones
Es para todas las razas	
Tiene una textura adecuada	
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad del gato	
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios para el gato	
Favorece la salud del gato lo mantiene con vigor/ entusiasmo	
Mantiene brillante el pelaje del gato	
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	
Es rendidor	
Tiene un empaque práctico	
Tiene más proteína	
Ayuda con la digestión	
Tiene variedad de sabores	
Tiene un alimento para la personalidad de cada gato	
Previene a mi gato de problemas urinarios	
Ayuda a fortalecer sus defensas	
Ayuda en el control de las bolas de pelos	
Hace feliz a mi gato	
Tiene carne de verdad	Se unificó a Tiene carne/pescado/ pollo de verdad
Tiene pescado de verdad	Se unificó a Tiene pepitas de formas y colores diferentes
Tiene pepitas de formas diferentes	
Tiene pepitas de diferentes colores	
Tiene comida húmeda	No se incluyeron en esta medición
Tiene el mejor sabor	
Tiene un olor agradable	
Le gusta al gato cuando se mezcla con alimentos húmedos	
Su empaque indica la información nutricional	



RANKING DE ATRIBUTOS DE LA CATEGORÍA

	Ranking			Ola 3				
	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Primera posición	Segunda+ Tercera posición	Cuarta +Quinta posición	Sexta + Séptima posición	
Ayuda con la digestión	6%	7%	8%	10%	16%	18%	12%	
Ayuda a fortalecer sus defensas	6%	5%	8% ↑	11%	14%	15%	13%	
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios para el gato	11%	8%	8%	10%	16%	13%	11%	
Tiene el sabor que le gusta a mi gato	7%	13%	8% ↓	8%	16%	15%	14%	
Hace feliz a mi gato	6%	7%	8%	9%	17%	12%	13%	
Es rendidor	4%	6%	7%	6%	16%	14%	12%	
Mantiene brillante el pelaje del gato	7%	8%	7%	6%	17%	13%	11%	
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	7%	6%	6%	4%	14%	12%	13%	
Favorece la salud del gato lo mantiene con vigor/ entusiasmo	10%	8%	6%	6%	13%	10%	10%	
Tiene más proteína	4%	5%	6%	5%	11%	11%	13%	
Ayuda en el control de las bolas de pelos	0%	3%	4% ↑	3%	10%	8%	7%	
Es para todas las razas	3%	5%	4%	5%	7%	7%	9%	
Tiene una textura adecuada	3%	6%	4% ↓	3%	7%	8%	12%	
Tiene carne de verdad	1%	2%	3%	2%	5%	7%	7%	
Previene a mi gato de problemas urinarios	3%	2%	3%	4%	4%	5%	6%	
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad del gato	3%	3%	3%	2%	6%	6%	5%	
Tiene variedad de sabores	2%	2%	2%	2%	4%	6%	5%	
Tiene pepitas de formas y colores diferentes	1%	2%	2%	1%	3%	6%	5%	
Tiene un empaque práctico	0%	2%	2%	1%	3%	5%	5%	
Tiene un alimento para la personalidad de cada gato	2%	1%	1%	1%	3%	3%	4%	
Tiene comida húmeda	1%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	
Tiene el mejor sabor	4%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
	Base: 962*	1.060	1.057					

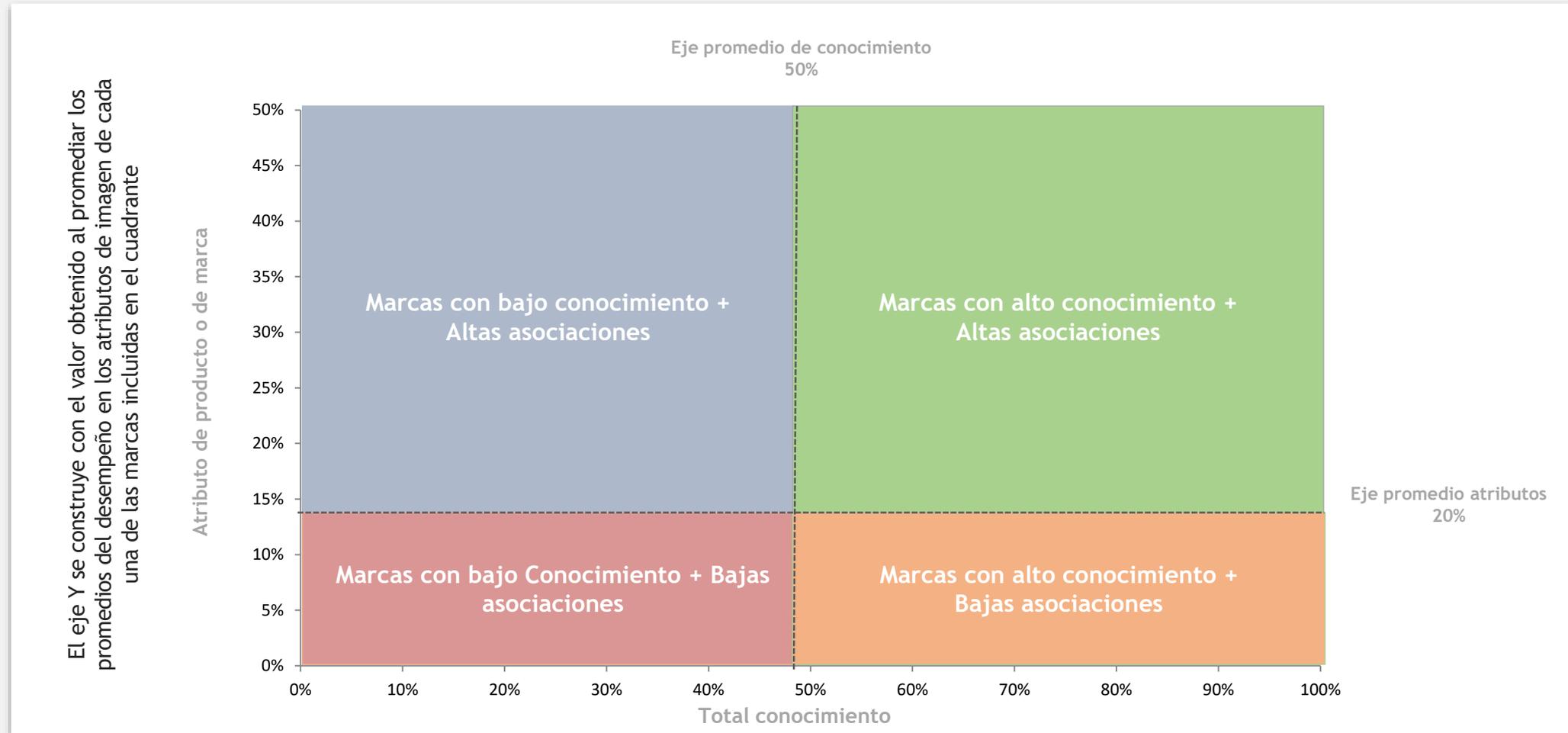
↓↑ Dif. Significativas entre olas

*Para ola 1 la base diferente a la total porque se solicitó cambio en la forma de capturar la información

R1. Ahora le voy leer unos atributos, por favor ponga mucha atención y vaya pensando cuáles son los más importantes para usted. Después de haber escuchado todos los atributos podría decirme cuál es el MÁS importante para usted al momento de preferir un concentrado/alimento para su mascota? Ahora de los atributos que quedan, cuál es el más importante?



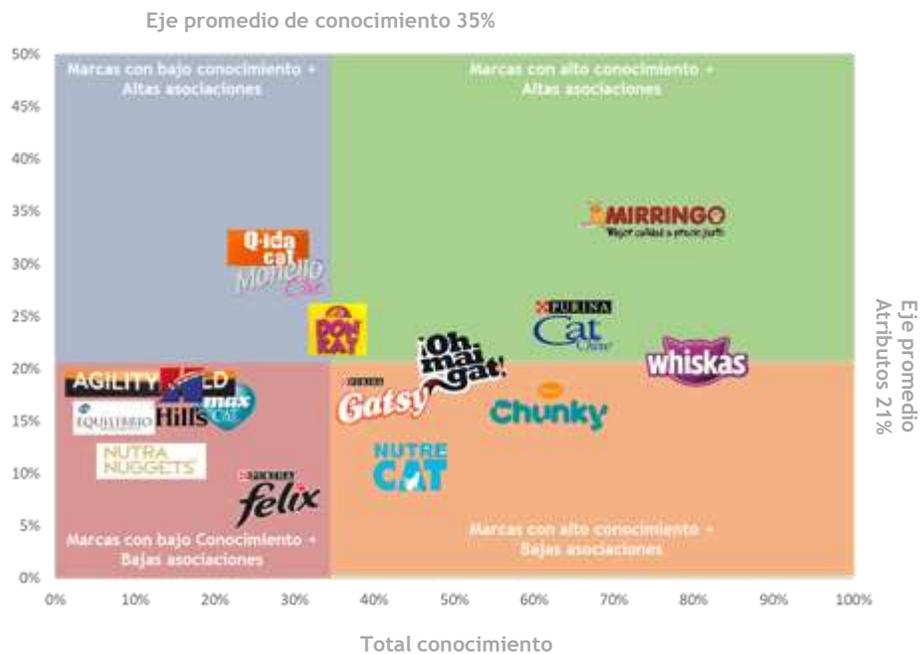
El eje X se construye con el promedio de los valores obtenidos para el total conocimiento de cada una las marcas:



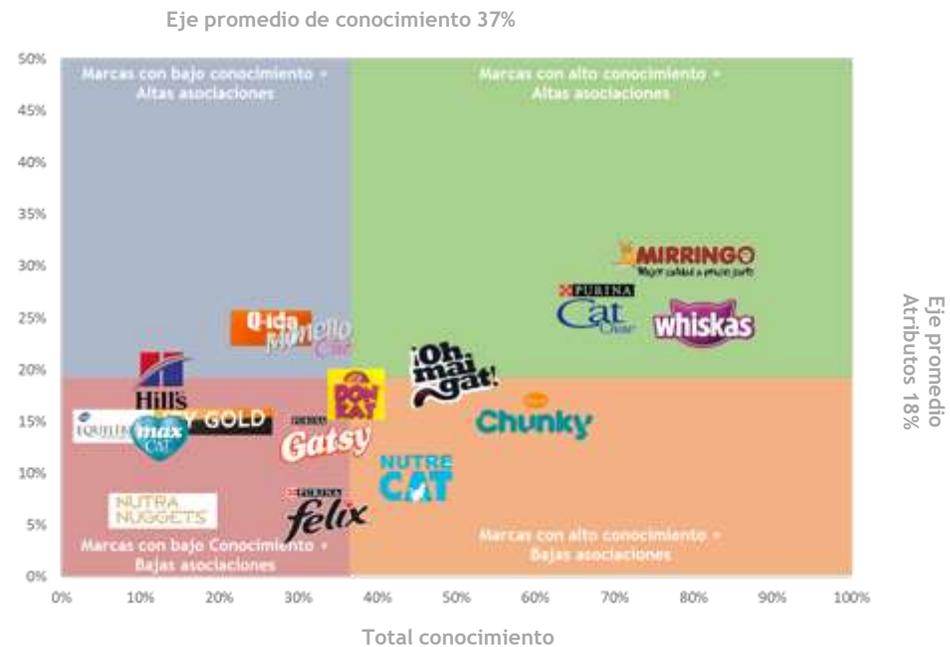


ANÁLISIS DE CONOCIMIENTO E IMAGEN

Análisis atributos de producto



Análisis atributos de marca



ANÁLISIS DE MARCAS LÍDERES



APRENDIZAJES:

- Tanto a nivel de marca como de producto Mirringo y Ohmaigat mantienen sus porcentajes absolutos mientras que Whiskas pierde en algunas de las variables y Cat Chow disminuye en todas.
- Los diferenciales a nivel de producto son pocos: Mirringo se destaca por sus pepitas de formas y colores y el rendimiento, Whiskas por tener proteína de verdad y Ohmaigat por tener variedades por personalidad
- Los diferenciales a nivel de marca son más evidentes
 - ✓ Mirringo se destaca en precio y distribución
 - ✓ Ohmaigat por su publicidad, atributo que comparte con Cat Chow
 - ✓ La tradición la comparten Cat Chow, Mirringo y Whiskas

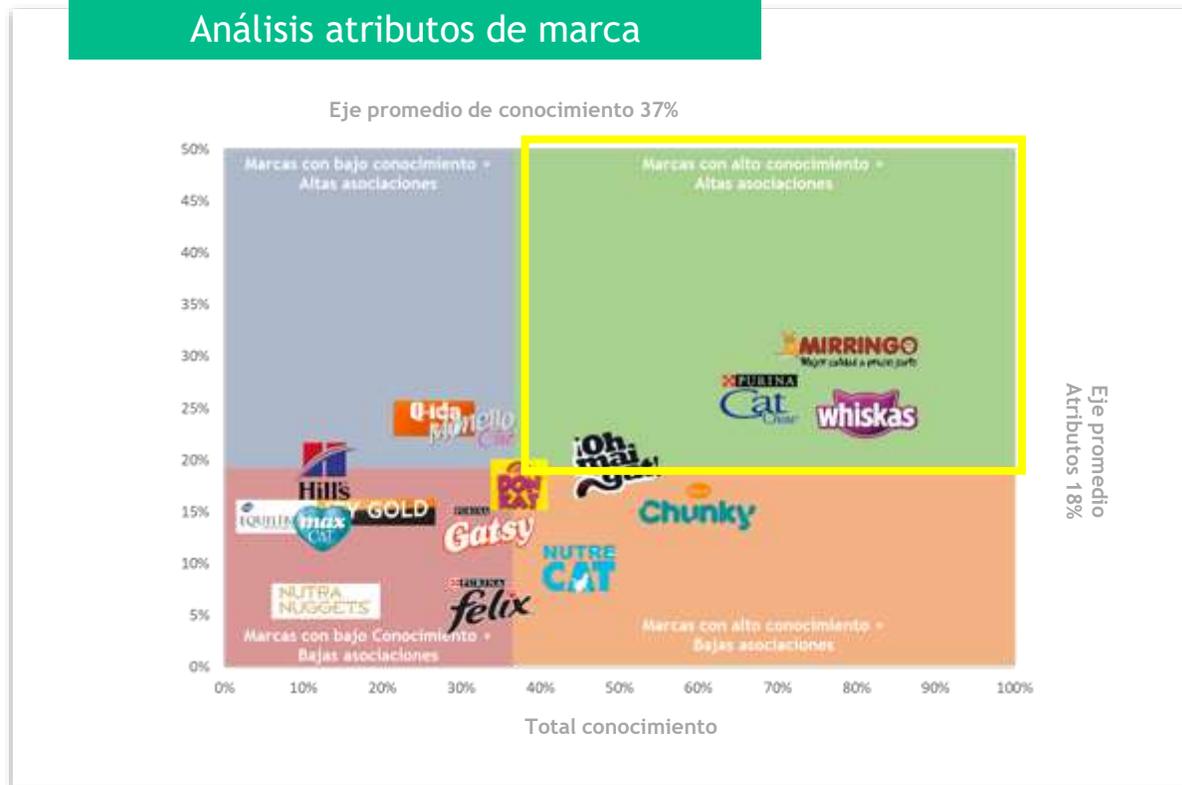


ANÁLISIS DE CONOCIMIENTO E IMAGEN

Análisis atributos de producto



Análisis atributos de marca





Ilustrativo



	Ola 1	Ola 2	Ola 3
Es para todas las razas	4	1	6
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad	4	3	7
Tiene variedad de sabores	11	6	8
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios	-7	-4	0
Tiene una textura adecuada	-7	-3	-1
Mantiene brillante el pelaje del gato	-4	0	-1
Tiene más proteína	-4	-4	0
Ayuda con la digestión	-3	1	0
Tiene pepitas de formas y colores diferentes	N/A	N/A	1
Tiene el sabor que le gusta a mi gato	-5	1	-1
Favorece la salud del gato lo mantiene con vigor	-6	-3	-4
Ayuda a fortalecer sus defensas	-2	-1	-3
Hace feliz a mi gato	-6	1	1
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	-1	0	-2
Tiene un empaque práctico	N/A	N/A	-4
Tiene comida húmeda	12	-1	4
Tiene carne/pescado/ pollo de verdad	N/A	N/A	1
Tiene un alimento para la personalidad de cada gato	4	15	1
Es rendidor	-4	0	-4
Ayuda en el control de las bolas de pelos	N/A	N/A	-3
Previene a mi gato de problemas urinarios	-3	-1	-4
Base	687	697	749

¿Por qué utilizamos Bip's?

Marcas grandes, bien conocidas, tienden a recibir más respaldos de atributos positivos. Los BIP's remueven el efecto del tamaño de marcas incorporando tanto filas como columnas en el análisis. Los perfiles son relativos, es decir que para conocer cómo se comporta una marca en un atributo es necesario tomar en cuenta cómo se comportan todas las marcas y todos los atributos.

El paso a paso:

1. Se calculan los valores esperados por marca, por atributo (PV): ¿Cómo esperamos que se comporte la marca para el atributo dado?
2. Calculamos la desviación de los valores observados vs los valores esperados: es decir la diferencia entre el valor observado en la tabla y el PV que se calculó. Esta diferencia nos dice cómo se está desempeñando la marca comparado con lo se espera de ella.

Son importantes porque revelan las fortalezas y debilidades relativas de una marca.



ASOCIACIONES ATRIBUTOS DE PRODUCTO POR CONOCEDORES

connecta

Mirringo y Ohmaigat mantienen sus atribuciones mientras Whiskas tiene unas pérdidas en atributos puntuales y Cat Chow cae en todos los atributos

												
	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3
Es para todas las razas	43%	45%	42%	41%	48%	29%	31%	31%	23%	20%	24%	20%
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad	34%	35%	34%	38%	47%	29%	31%	31%	25%	20%	26%	25%
Tiene variedad de sabores	29%	32%	28%	39%	45%	27%	33%	32%	29%	19%	24%	21%
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios	37%	40%	39%	31%	39%	26%	26%	27%	23%	16%	21%	20%
Tiene una textura adecuada	39%	40%	39%	31%	38%	24%	26%	24%	22%	17%	22%	20%
Mantiene brillante el pelaje del gato	35%	38%	36%	30%	37%	22%	21%	24%	18%	17%	19%	18%
Tiene más proteína	30%	35%	32%	28%	37%	24%	25%	27%	23%	12%	19%	19%
Ayuda con la digestión	37%	40%	39%	30%	37%	23%	23%	22%	18%	17%	17%	18%
Tiene pepitas de formas y colores diferentes	32%	40%	43%	36%	37%	25%	23%	27%	20%	14%	21%	18%
Tiene el sabor que le gusta a mi gato	39%	41%	39%	27%	35%	21%	23%	22%	19%	17%	19%	16%
Favorece la salud del gato lo mantiene con vigor	37%	39%	36%	30%	35%	23%	24%	25%	19%	15%	18%	18%
Ayuda a fortalecer sus defensas	37%	38%	35%	32%	35%	24%	25%	26%	20%	16%	19%	16%
Hace feliz a mi gato	38%	39%	39%	26%	35%	21%	21%	22%	20%	17%	17%	17%
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	36%	39%	34%	30%	34%	21%	21%	24%	18%	15%	17%	19%
Tiene un empaque práctico	N/A	38%	41%	N/A	34%	26%	N/A	28%	25%	N/A	23%	25%
Tiene comida húmeda	14%	12%	N/A	27%	34%	N/A	51%	53%	N/A	6%	10%	N/A
Tiene carne/pescado/ pollo de verdad	18%	26%	22%	20%	33%	22%	23%	31%	28%	4%	14%	14%
Tiene un alimento para la personalidad de cada gato	26%	29%	25%	27%	33%	21%	22%	25%	18%	26%	32%	27%
Es rendidor	38%	45%	40%	25%	29%	18%	16%	20%	13%	14%	15%	16%
Ayuda en el control de las bolas de pelos	N/A	30%	29%	N/A	28%	19%	N/A	19%	14%	N/A	16%	16%
Previene a mi gato de problemas urinarios	24%	31%	23%	21%	27%	15%	15%	19%	12%	10%	12%	15%
	Base 749	733	826	687	697	689	836	800	784	298	372	475
	Promedio atributos 33%	36%	35%	30%	36%	23%	25%	27%	20%	15%	19%	19%

* Base conocedores

↓ ↑ Dif. Significativas entre olas

L.1. Hablando de la categoría de concentrado/alimento para gatos ¿Cuál o cuáles marcas de las que usted conoce, responde mejor a las siguientes características de producto? ¿Algún otro?



BIP'S DE PRODUCTO



Pocos diferenciales entre las marcas a nivel de producto, Mirringo por sus pepitas, Whiskas por tener proteína de verdad y Ojmaigat en tener un producto para cada personalidad

	MIRRINGO			Cat			whiskas			Ojmaigat		
	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3
Es para todas las razas	3	3	4	4	6	3	-1	-1	0	1	1	-1
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad	-3	-4	-4	4	7	3	2	2	2	3	5	3
Tiene variedad de sabores	-2	-5	-6	11	8	4	9	4	9	6	4	3
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios	-4	1	0	-7	0	-1	-7	-2	-1	-4	0	-2
Tiene una textura adecuada	-2	2	0	-7	-1	-2	-7	-5	-2	-3	1	-1
Mantiene brillante el pelaje del gato	-2	1	1	-4	-1	-1	-9	-4	-2	0	-1	-1
Tiene más proteína	-5	-2	-3	-4	0	2	-3	-1	3	-4	-1	0
Ayuda con la digestión	1	4	4	-3	0	0	-5	-5	-2	1	-3	-1
Tiene pepitas de formas y colores diferentes	N/A	5	11	N/A	1	4	N/A	1	2	N/A	2	1
Tiene el sabor que le gusta a mi gato	4	6	5	-5	-1	-1	-5	-4	0	1	0	-2
Favorece la salud del gato lo mantiene con vigor	-2	0	0	-6	-4	-1	-7	-4	-2	-3	-3	-2
Ayuda a fortalecer sus defensas	0	1	-3	-2	-3	-1	-5	-2	-2	-1	-1	-4
Hace feliz a mi gato	3	5	5	-6	1	-1	-6	-3	0	1	-1	-1
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	2	4	0	-1	-2	-2	-6	-2	-2	0	-2	0
Tiene un empaque práctico	N/A	0	1	N/A	-4	-1	N/A	0	1	N/A	3	2
Tiene comida húmeda	-3	-17	N/A	12	4	N/A	38	32	N/A	-1	-5	N/A
Tiene carne/pescado/ pollo de verdad	N/A	-6	-8	N/A	1	3	N/A	8	11	N/A	-2	-2
Tiene un alimento para la personalidad de cada gato	1	-2	-4	4	1	2	2	2	2	15	16	12
Es rendidor	7	13	9	-4	-4	-2	-9	-4	-5	0	-2	-1
Ayuda en el control de las bolas de pelos	N/A	-1	-1	N/A	-3	0	N/A	-3	-2	N/A	0	0
Previene a mi gato de problemas urinarios	-2	0	-7	-3	-4	-4	-5	-3	-5	-1	-4	-1
Base	749	733	826	687	697	689	836	800	784	298	372	475

* Base conocedores

↓ ↑ Dif. Significativas entre olas

L.1. Hablando de la categoría de concentrado/alimento para gatos ¿Cuál o cuáles marcas de las que usted conoce, responde mejor a las siguientes características de producto? ¿Algún otro?



ASOCIACIONES ATRIBUTOS DE MARCA POR CONOCEDORES

connecta

A nivel de imagen, en porcentajes absolutos los resultados son similares, siendo Whiskas y Cat Chow las marcas impactadas de forma negativa

	MIRRINGO			Cat Chow			whiskas			Oh my Cat		
	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3
Es reconocida/de prestigio	29%	33%	32%	49%	51%	42% ↓	49%	51%	46%	20%	26%	23%
Es de tradición/tiene años en el mercado	36%	40%	44%	51%	50%	50%	44%	43%	38%	5%	12%	15%
Es una marca de calidad	33%	35%	37%	41%	47%	40% ↓	41%	44%	38% ↓	18%	31%	22%
Se consigue en tiendas	64%	62%	64%	46%	47%	42%	37%	41%	38%	23%	30%	31%
Tiene variedad de productos y tamaños	32%	36%	34%	47%	46%	36% ↓	41%	43%	38%	17%	31%	25%
Se consigue en todas partes	64%	60%	64%	50%	46%	42%	39%	41%	36%	20%	29%	27%
Es la marca más vendida	34%	35%	41% ↑	44%	41%	30% ↓	34%	38%	28%	10%	13%	17%
Es una marca que da confianza	37%	41%	39%	39%	41%	31%	31%	35%	27%	17%	25%	19% ↓
Es innovadora	22%	21%	22%	28%	36%	21% ↓	29%	33%	25%	22%	25%	21%
Son marcas Premium	15%	15%	13%	39%	35%	33%	37%	41%	35%	19%	25%	19%
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	17%	21%	20%	46%	34%	32%	44%	43%	29%	33%	33%	27%
Es la que recomienda el veterinario	20%	19%	19%	33%	33%	23% ↓	23%	26%	21%	13%	16%	13%
Tiene la mejor relación precio/calidad	37%	37%	34%	29%	33%	20% ↓	22%	23%	16%	13%	17%	16%
Tiene el precio justo	44%	43%	42%	26%	30%	17% ↓	17%	20%	12%	11%	17%	14%
Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios	17%	22%	17%	23%	29%	23% ↓	22%	28%	24%	11%	17%	17%
Hace ofertas y promociones	14%	21%	12% ↓	22%	25%	12% ↓	18%	19%	10%	7%	11%	8%
Tiene la publicidad que me gusta	14%	18%	17%	25%	24%	21%	27%	29%	20%	29%	26%	24%
Tiene publicidad en internet (Youtube, Banners)	N/A	13%	13%	N/A	23%	23%	N/A	24%	23%	N/A	17%	14%
Tiene presencia en redes sociales	9%	13%	15%	30%	22%	24%	29%	29%	24%	15%	16%	16%
Tiene información de interés en internet	9%	11%	10%	22%	19%	14% ↓	20%	20%	13%	7%	12%	8%
Su precio es económico	60%	57%	55%	15%	16%	13%	13%	14%	9%	15%	12%	11%
Base	749	733	826	687	697	689	836	800	784	298	372	475
Promedio atributos	30%	31%	31%	35%	35%	28%	31%	33%	26%	16%	21%	19%

* Base conocedores

Q.1. Ahora me gustaría que por favor me indicara ¿cuál o cuáles marcas de la categoría de concentrado/alimento para gatos que usted conoce diría que mejor responde a las siguientes características? ¿Algún otro?

↑ ↓ Dif. Significativas entre olas



BIP'S DE MARCA

Hay algunos diferenciales a nivel de imagen especialmente Mirringo que tiene atributos de precio y distribución y Cat Chow y Ohmaigat a nivel de publicidad

	MIRRINGO Mayor calidad a precio justo			PUEINA Cat Chow			whiskas			Oh maigat		
	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3
Es reconocida/de prestigio	-18	-9	-11	-5	4	0	0	6	7	-8	-4	-7
Es de tradición/tiene años en el mercado	13	10	16	22	15	23	20	10	13	-7	-9	-2
Es una marca de calidad	-19	-10	-9	-18	-3	-5	-13	-4	-4	-15	-2	-10
Se consigue en tiendas	27	25	23	2	5	2	-2	1	1	2	4	3
Tiene variedad de productos y tamaños	-5	-4	-7	3	1	-3	2	0	2	-4	2	-3
Se consigue en todas partes	31	21	25	10	2	4	4	-1	1	2	1	1
Es la marca más vendida	18	7	18	24	8	8	17	7	7	2	-6	2
Es una marca que da confianza	-6	2	-3	-11	-3	-8	-14	-7	-9	-8	-3	-9
Es innovadora	-5	-9	-6	-5	1	-6	0	0	0	8	4	4
Son marcas Premium	-34	-23	-28	-17	-9	-6	-14	0	-2	-11	-3	-8
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	3	-2	-4	28	7	10	29	18	9	26	18	13
Es la que recomienda el veterinario	-16	-13	-13	-10	-4	-8	-15	-9	-7	-7	-7	-8
Tiene la mejor relación precio/calidad	4	6	3	-10	-3	-9	-13	-11	-11	-5	-5	-3
Tiene el precio justo	13	14	15	-12	-4	-8	-16	-12	-12	-6	-3	-2
Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios	-13	-9	-14	-13	-7	-6	-10	-6	-3	-5	-5	-3
Hace ofertas y promociones	2	3	1	7	3	2	6	-1	1	1	-1	2
Tiene la publicidad que me gusta	-2	-3	-1	5	0	4	10	6	5	21	12	13
Tiene publicidad en internet (Youtube, Banners)	N/A	-4	-6	N/A	3	5	N/A	5	7	N/A	6	2
Tiene presencia en redes sociales	-7	-5	-8	10	1	2	12	9	4	7	4	2
Tiene información de interés en internet	-5	-6	-2	5	-2	2	5	1	3	0	1	1
Su precio es económico	37	35	37	-14	10	-5	-11	-10	-7	3	-3	0
Base	749	733	826	687	697	689	836	800	784	298	372	475

* Base conocedores

Q.1. Ahora me gustaría que por favor me indicara ¿cuál o cuáles marcas de la categoría de concentrado/alimento para gatos que usted conoce diría que mejor responde a las siguientes características? ¿Algún otro?

ANÁLISIS DE MARCAS ~~SEGUIDORAS~~

APRENDIZAJES:

- Q-ida Cat crece en tener pepitas de formas y colores y conseguirse en tiendas convirtiéndose en diferenciales de la marca. Adicionalmente mantiene sus atributos diferenciales de precio y buena relación costo-beneficio
- Las variaciones en Monello son pocas, crece en un par de atributos sin que estos se conviertan en diferencial para la marca



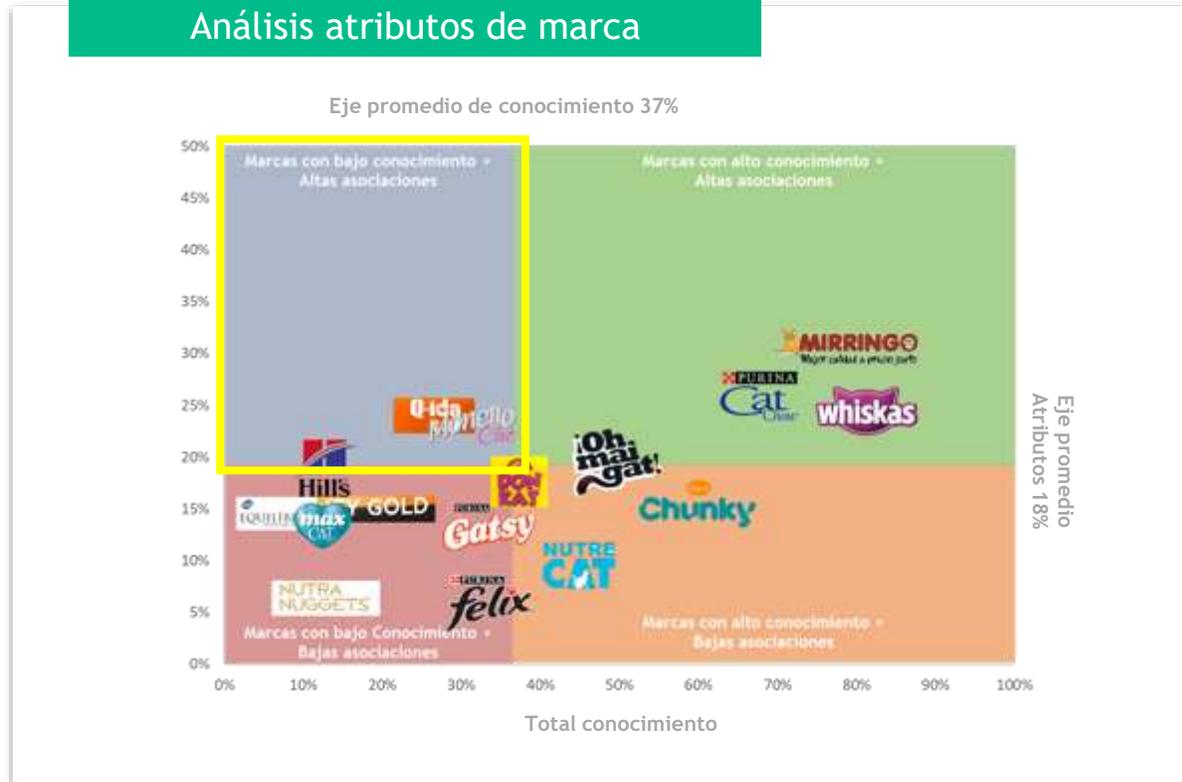


ANÁLISIS DE CONOCIMIENTO E IMAGEN

Análisis atributos de producto



Análisis atributos de marca





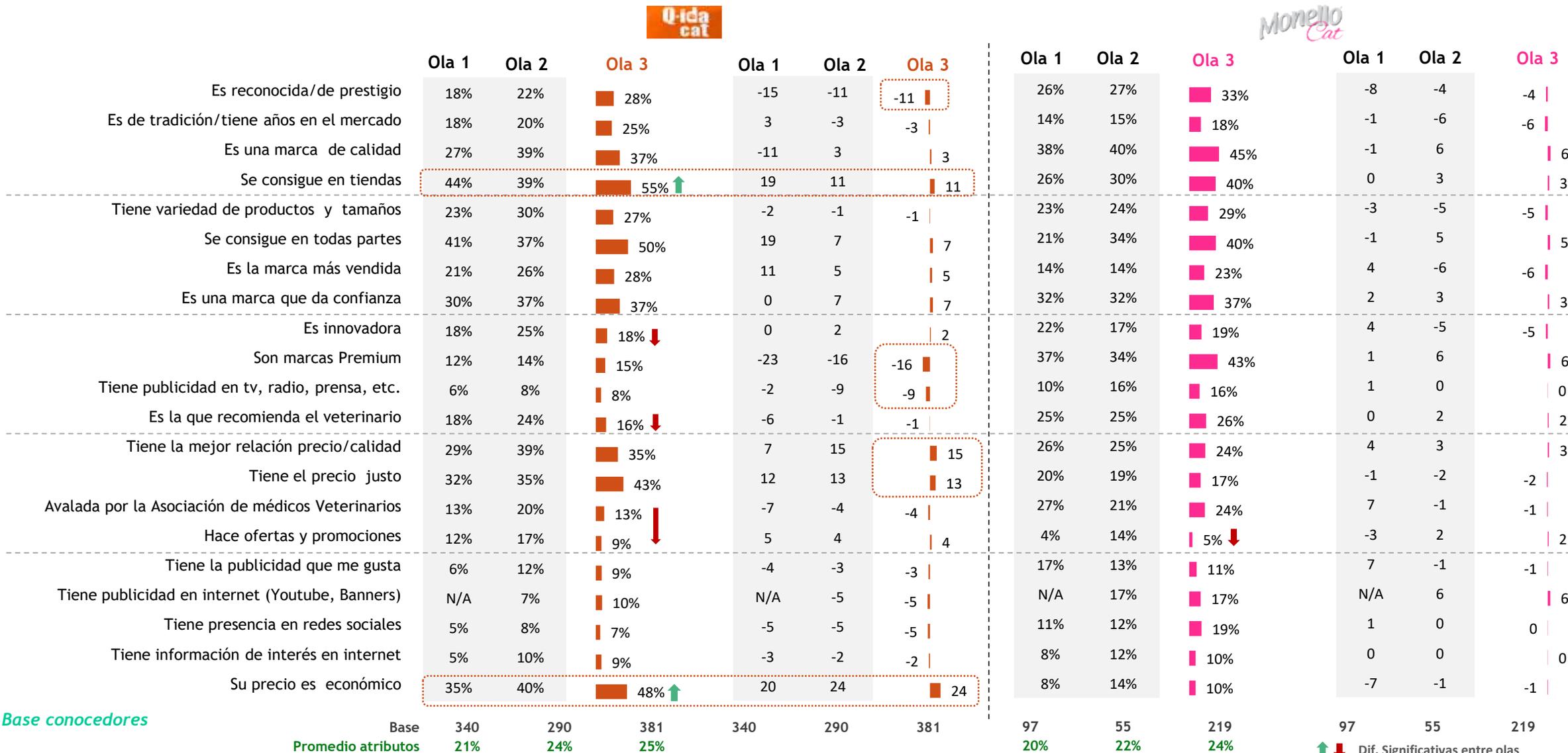
ASOCIACIONES ATRIBUTOS DE PRODUCTO POR CONOCEDORES

	O-ida cat			MOMIJO Cat			MOMIJO Cat			MOMIJO Cat		
	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3
Es para todas las razas	33%	35%	36%	0	-3	0	31%	25%	35%↑	5	-6	2
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad	29%	28%	28%	-1	-7	-9	26%	28%	32%	2	0	-2
Tiene variedad de sabores	16%	27%	28%	-9	-6	-5	19%	25%	29%	0	-1	-1
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios	29%	38%	38%	-5	3	0	29%	32%	35%	2	4	1
Tiene una textura adecuada	32%	36%	37%	-2	2	0	33%	26%	34%↑	6	-1	0
Mantiene brillante el pelaje del gato	31%	37%	34%	0	4	1	30%	28%	33%	6	2	3
Tiene más proteína	28%	33%	30%	0	0	-2	26%	26%	31%	4	0	1
Ayuda con la digestión	31%	36%	36%	2	4	3	25%	27%	33%	2	1	2
Tiene pepitas de formas y colores diferentes	27%	28%	38%↑	N/A	-3	8	21%	25%	31%	N/A	0	4
Tiene el sabor que le gusta a mi gato	31%	37%	36%	3	6	3	24%	28%	31%	2	3	2
Favorece la salud del gato lo mantiene con vigor	34%	37%	34%	2	2	0	25%	30%	36%	0	2	5
Ayuda a fortalecer sus defensas	31%	35%	36%	0	2	1	21%	31%	32%	-3	5	0
Hace feliz a mi gato	30%	35%	35%	2	5	3	24%	27%	31%	2	3	1
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	31%	35%	37%	4	4	5	25%	23%	33%↑	4	-2	3
Tiene un empaque práctico	N/A	34%	40%↑	N/A	0	2	N/A	26%	26%	N/A	-1	-10
Tiene comida húmeda	9%	15%		-4	-11		8%	15%		-2	-5	
Tiene carne/pescado/ pollo de verdad	12%	23%	22%	N/A	-5	-6	7%	20%	22%	N/A	-2	-4
Tiene un alimento para la personalidad de cada gato	23%	26%	25%	3	-2	-2	13%	20%	26%	-2	-2	1
Es rendidor	31%	35%	35%	6	6	6	20%	24%	24%	0	1	-3
Ayuda en el control de las bolas de pelos	N/A	28%	27%	N/A	1	-1	N/A	22%	24%	N/A	1	-1
Previene a mi gato de problemas urinarios	18%	29%	25%	-3	2	-3	17%	22%	24%	1	1	-2
Base	340	290	381	340	290	381	97	155	219	97	155	219
Promedio atributos	27%	32%	33%				22%	25%	30%			



ASOCIACIONES ATRIBUTOS DE MARCA POR CONOCEDORES

connecta



* Base conocedores

↑ ↓ Dif. Significativas entre olas

ANÁLISIS DE MARCAS BAJO ~~CONOCIMIENTO~~

APRENDIZAJES:

- Varias marcas aparecen en el cuadrante de bajo conocimiento y bajas asociaciones.
- A nivel de producto, en general no presentan diferenciales ni variaciones frente a la medición de 2019.
- La excepción es Don Kat que presenta aumentos en algunos atributos.
- A nivel de imagen se mantienen los diferenciales claros por marca, especialmente Equilibrio, Hills y Agility Gold en el territorio premium y de calidad.



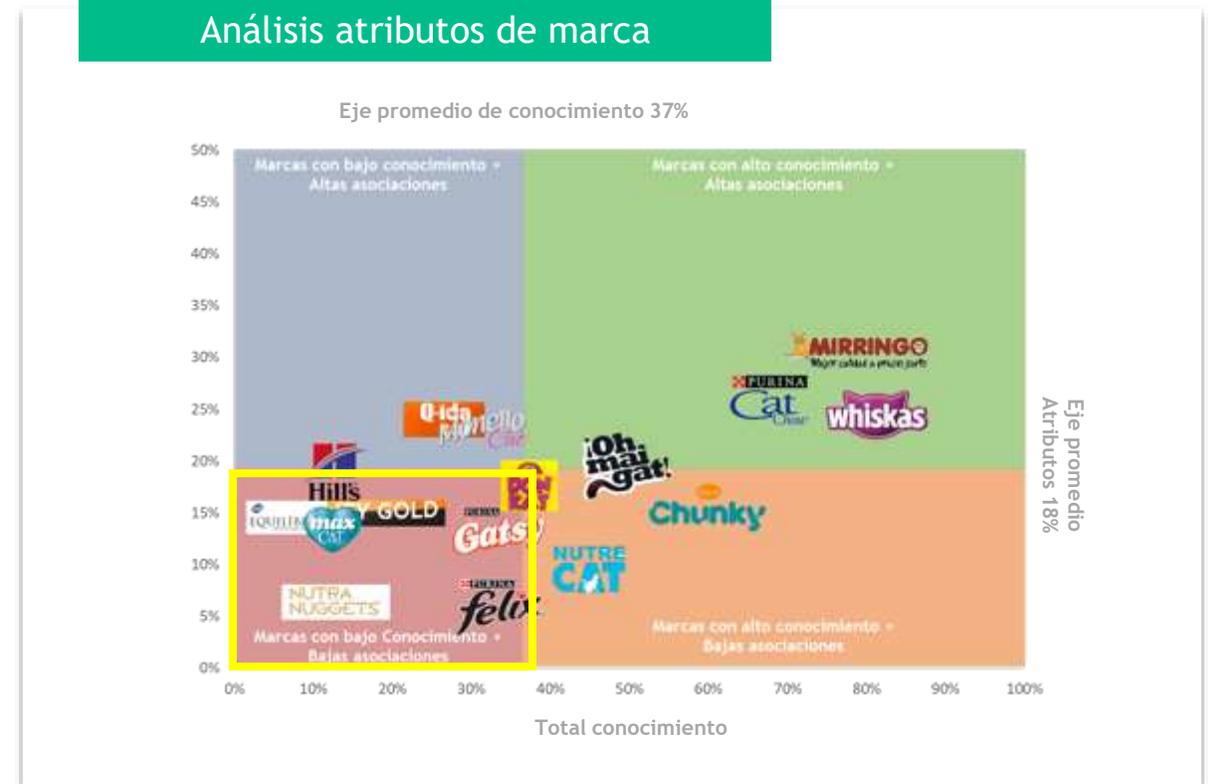


ANÁLISIS DE CONOCIMIENTO E IMAGEN

Análisis atributos de producto



Análisis atributos de marca





ASOCIACIONES ATRIBUTOS DE PRODUCTO POR CONOCEDORES

Sin variaciones importantes entre mediciones, a excepción de DonKat que presenta un aumento significativo en contener vitaminas y nutrientes, proteína, ayudar a fortalecer defensas y practicidad del empaque.

	EQUILIBRIO			NUTRA NUGGETS			Hills			max			AGILITY GOLD			felix					
	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3			
Es para todas las razas	25%	23%	15%	23%	26%	29%	18%	19%	18%	14%	17%	10%	29%	18%	18%	25%	12%	18%	5%	8%	
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad	22%	21%	28%	17%	24%	26%	19%	19%	20%	13%	18%	11%	30%	13%	23%	10%	12%	20%	7%	7%	
Tiene variedad de sabores	13%	14%	24%	13%	15%	19%	12%	18%	18%	9%	10%	9%	26%	16%	13%	4%	14%	8%	8%	10%	
Contiene vitaminas y los nutrientes necesarios	39%	24%	23%	22%	15%	25%	34%	18%	28%	17%	19%	17%	27%	15%	22%	34%	13%	20%	7%	7%	
Tiene una textura adecuada	24%	23%	24%	21%	22%	28%	17%	20%	18%	19%	17%	12%	28%	15%	21%	8%	9%	23%	10%	9%	
Mantiene brillante el pelaje del gato	22%	22%	15%	24%	22%	25%	23%	19%	22%	20%	16%	13%	26%	14%	13%	13%	11%	18%	5%	7%	
Tiene más proteína	25%	16%	14%	18%	18%	26%	24%	23%	20%	9%	19%	10%	30%	16%	18%	21%	14%	18%	6%	6%	
Ayuda con la digestión	24%	19%	17%	21%	22%	27%	21%	25%	20%	15%	14%	11%	27%	24%	16%	15%	8%	19%	5%	7%	
Tiene pepitas de formas y colores diferentes	8%	23%	12%	11%	13%	16%	6%	13%	9%	8%	12%	6%	30%	20%	13%	4%	6%	10%	5%	6%	
Tiene el sabor que le gusta a mi gato	20%	14%	17%	26%	25%	31%	16%	12%	13%	13%	13%	11%	27%	15%	17%	18%	8%	14%	9%	7%	
Favorece la salud del gato lo mantiene con vigor	29%	17%	21%	19%	26%	27%	29%	25%	23%	16%	19%	12%	30%	15%	17%	34%	15%	17%	8%	7%	
Ayuda a fortalecer sus defensas	24%	21%	22%	24%	16%	26%	28%	24%	23%	22%	13%	16%	28%	15%	19%	19%	16%	21%	5%	6%	
Hace feliz a mi gato	18%	16%	16%	23%	24%	31%	13%	10%	13%	19%	13%	10%	24%	13%	15%	13%	9%	16%	9%	7%	
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	15%	19%	14%	20%	20%	23%	22%	14%	16%	16%	16%	12%	28%	16%	16%	4%	9%	18%	6%	7%	
Tiene un empaque práctico	N/A	21%	24%	N/A	24%	31%	N/A	18%	20%	N/A	14%	8%	N/A	16%	16%	N/A	9%	20%	0%	11%	
Tiene comida húmeda	4%	17%		5%	9%	0%	12%	21%		6%	11%		9%	8%		0%	7%		0%		
Tiene carne/pescado/ pollo de verdad	10%	20%	14%	10%	10%	15%	13%	20%	20%	3%	12%	7%	8%	8%	12%	4%	12%	12%	7%	11%	
Tiene un alimento para la personalidad de cada gato	19%	18%	8%	13%	15%	16%	14%	17%	15%	3%	10%	7%	22%	8%	14%	2%	9%	13%	7%	5%	
Es rendidor	20%	15%	18%	21%	23%	25%	14%	10%	14%	14%	14%	11%	16%	13%	13%	4%	6%	14%	6%	4%	
Ayuda en el control de las bolas de pelos	N/A	18%	14%	N/A	13%	18%	N/A	19%	19%	N/A	11%	12%	N/A	11%	10%	N/A	13%	16%	0%	4%	
Previene a mi gato de problemas urinarios	25%	20%	22%	11%	13%	17%	26%	24%	25%	12%	12%	12%	15%	12%	16%	4%	9%	15%	3%	6%	
	Base	52	77	83	206	251	348	125	134	139	62	110	104	101	155	168	18	85	143	288	304
	Promedio atributos	20%	19%	18%	18%	19%	24%	19%	18%	19%	13%	14%	11%	24%	14%	16%	12%	11%	16%	12%	7%

* Base conocedores

Promedio atributos

↑ Dif. Significativas entre olas



BIP'S DE PRODUCTO

Son marcas que no logran generar diferenciales en la categoría a nivel de producto

	EQUILIBRIO			[Logo]			Hills			NUTRA NUGGETS			max CAT			AGILITY GOLD			felix		
	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3
Es para todas las razas	3	-1	-5	0	3	2	-5	-3	-3	-2	-1	-2	0	1	0	14	-1	-1	14		0
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad	2	0	8	-3	3	-1	-2	-1	0	-1	2	-1	4	-3	4	0	0	2	0		-1
Tiene variedad de sabores	-3	-6	7	-3	-4	-5	-4	-1	-1	-2	-5	-1	5	2	-3	-4	3	-8	-4		3
Contiene vitaminas y los nutrientes necesarios	16	3	2	-2	-5	-3	10	-2	6	0	3	4	-3	0	3	22	1	0	22		-1
Tiene una textura adecuada	1	2	3	-3	2	1	-7	0	-3	2	1	-1	-2	0	2	-4	-2	4	-4		1
Mantiene brillante el pelaje del gato	2	2	-3	3	3	1	2	0	3	6	1	3	-1	0	-3	3	0	2	3		0
Tiene más proteína	7	-4	-3	-1	-1	3	5	4	2	-4	4	-1	5	2	2	12	3	2	12		-1
Ayuda con la digestión	5	-1	-1	1	3	3	1	6	1	1	-1	0	1	0	0	5	-3	2	5		0
Tiene pepitas de formas y colores diferentes	N/A	4	-4	N/A	-5	-6	N/A	-5	-7	N/A	-2	-4	N/A	6	-2	N/A	-4	-5	N/A		0
Tiene el sabor que le gusta a mi gato	1	-5	0	7	7	7	-3	-6	-5	0	-1	0	2	2	1	9	-2	-2	9	NA	0
Favorece la salud del gato lo mantiene con vigor	8	-4	3	-3	6	2	7	5	4	1	3	1	2	0	0	23	3	0	23		-1
Ayuda a fortalecer sus defensas	4	1	2	3	-3	0	7	5	3	8	-2	4	1	1	2	9	5	3	9		-2
Hace feliz a mi gato	0	-2	-2	4	7	8	-6	-7	-5	6	0	0	-1	0	0	4	0	1	4		1
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	-3	0	-4	2	2	0	4	-4	-2	3	2	2	4	3	1	-5	-1	2	-5		0
Tiene un empaque práctico	N/A	1	3	N/A	4	3	N/A	-1	-2	N/A	-1	-5	N/A	1	-4	N/A	-2	0	N/A		2
Tiene comida húmeda	-4	2		-3	-5		4	7		1	0		-2	-3		-3	-1		-3		
Tiene carne/pescado/ pollo de verdad	N/A	4	-1	N/A	-6	-5	N/A	4	5	N/A	0	-2	N/A	-4	-1	N/A	3	-2	N/A		6
Tiene un alimento para la personalidad de cada gato	6	2	-6	0	-1	-3	1	1	0	-6	-2	-1	4	-4	1	-4	0	1	-4		0
Es rendidor	4	-2	3	4	7	4	-3	-6	-2	2	1	2	-6	1	-1	-4	-3	0	-4		-2
Ayuda en el control de las bolas de pelos	N/A	2	0	N/A	-2	-1	N/A	4	4	N/A	-1	4	N/A	0	-2	N/A	5	3	N/A		-2
Previene a mi gato de problemas urinarios	12	4	7	-2	-2	-3	12	9	10	3	0	3	-3	1	2	-2	1	1	-2		0
Base	52	77	83	206	251	348	125	134	139	62	110	104	101	155	168	18	85	143	288		304

* Base conocedores

L.1. Hablando de la categoría de concentrado/alimento para gatos ¿Cuál o cuáles marcas de las que usted conoce, responde mejor a las siguientes características de producto? ¿Algún otro?



ASOCIACIONES ATRIBUTOS DE MARCA POR CONOCEDORES

Las variaciones en imagen impactan de forma negativa algunas marcas y favorecen a Agility Gold y Don Kat.

	EQUILIBRIO			DON KAT			HILLS			NUTRA NUGGETS			max CAT			AGILITY-GOLD			felix		
	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3
Es reconocida/de prestigio	31%	33%	34%	16%	14%	22%	48%	43%	41%	16%	18%	16%	26%	15%	15%	15%	26%	31%	11%		12%
Es de tradición/tiene años en el mercado	2%	10%	3%	8%	11%	15%	16%	18%	18%	10%	14%	2%	9%	7%	8%	0%	6%	6%	4%		8%
Es una marca de calidad	37%	36%	30%	22%	21%	26%	46%	42%	38%	27%	23%	17%	40%	20%	23%	30%	23%	32%	7%		12%
Se consigue en tiendas	12%	8%	3%	31%	29%	36%	8%	9%	10%	5%	9%	5%	17%	12%	20%	11%	5%	11%	12%		12%
Tiene variedad de productos y tamaños	20%	31%	30%	16%	17%	23%	20%	20%	22%	14%	20%	8%	26%	17%	22%	15%	14%	19%	11%		15%
Se consigue en todas partes	5%	11%	2%	27%	30%	37%	6%	13%	11%	5%	10%	5%	19%	10%	22%	0%	8%	5%	10%		12%
Es la marca más vendida	1%	15%	3%	12%	13%	19%	2%	10%	8%	2%	11%	1%	11%	7%	5%	0%	10%	8%	4%		4%
Es una marca que da confianza	13%	22%	22%	21%	25%	28%	36%	30%	31%	21%	16%	14%	29%	17%	23%	23%	14%	25%	5%		12%
Es innovadora	6%	25%	20%	9%	12%	14%	13%	15%	18%	9%	13%	7%	21%	12%	10%	2%	15%	14%	7%		7%
Son marcas Premium	51%	53%	51%	10%	9%	14%	64%	60%	51%	28%	24%	18%	29%	22%	21%	21%	29%	43%	9%	NA	10%
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	1%	17%	3%	6%	8%	10%	4%	6%	15%	5%	5%	4%	4%	7%	12%	0%	4%	8%	11%		11%
Es la que recomienda el veterinario	21%	23%	33%	14%	15%	12%	37%	28%	36%	15%	23%	11%	27%	17%	20%	7%	16%	29%	3%		7%
Tiene la mejor relación precio/calidad	12%	20%	15%	19%	22%	27%	9%	11%	10%	12%	16%	8%	30%	11%	16%	4%	9%	12%	4%		6%
Tiene el precio justo	10%	14%	7%	25%	23%	27%	4%	7%	9%	13%	10%	3%	18%	15%	15%	8%	9%	7%	5%		6%
Avalada por la ACOVEZ	13%	26%	35%	11%	10%	11%	26%	29%	23%	5%	25%	12%	23%	14%	12%	6%	15%	25%	3%		6%
Hace ofertas y promociones	6%	9%	2%	5%	7%	7%	3%	3%	3%	0%	6%	2%	11%	7%	6%	0%	6%	2%	2%		3%
Tiene la publicidad que me gusta	3%	14%	7%	6%	7%	9%	6%	12%	12%	4%	8%	2%	13%	5%	9%	0%	8%	7%	7%		7%
Tiene publicidad en internet (Youtube, Banners)	N/A	15%	10%	N/A	6%	8%	N/A	13%	16%	N/A	2%	6%	N/A	3%	13%	N/A	9%	10%	0%		0%
Tiene presencia en redes sociales	3%	15%	9%	5%	8%	8%	13%	7%	20%	4%	5%	5%	12%	4%	13%	0%	5%	10%	6%		9%
Tiene información de interés en internet	3%	17%	5%	3%	8%	4%	6%	7%	9%	4%	7%	1%	16%	6%	6%	0%	5%	4%	4%		3%
Su precio es económico	1%	6%	1%	24%	26%	29%	1%	2%	3%	0%	5%	2%	9%	6%	7%	0%	2%	1%	4%		3%
Base	52	77	83	206	251	348	125	134	139	62	110	104	101	155	168	18	85	143	18		304
Promedio atributos	13%	20%	15%	15%	15%	18%	18%	18%	19%	10%	13%	7%	20%	11%	14%	7%	11%	12%	7%		8%

* Base conocedores



BIP'S de marca



Las marcas si presentan diferenciales claros en imagen



	EQUILIBRIO			DON KAT			Hill's			NUTRA NUGGETS			max CAT			AGILITY-GOLD			felix		
	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3
Es reconocida/de prestigio	16	5	17	-8	-8	-5	25	21	13	2	0	7	-7	-1	-8	9	11	12	N/A	N/A	0
Es de tradición/tiene años en el mercado	-4	-9	-6	-2	-3	-1	7	3	2	5	3	-3	-5	-3	-5	-2	-4	-5	N/A	N/A	1
Es una marca de calidad	19	6	11	-6	-3	-4	20	17	9	10	3	7	2	2	-1	23	6	10	N/A	N/A	-2
Se consigue en tiendas	1	-16	-13	13	11	10	-9	-10	-15	-5	-6	-4	-8	-1	-1	7	-8	-7	N/A	N/A	1
Tiene variedad de productos y tamaños	9	5	14	-2	-3	-2	4	-1	-3	4	4	-1	1	2	1	11	0	2	N/A	N/A	4
Se consigue en todas partes	-4	-15	-4	12	10	6	-8	-8	-5	-3	-6	-3	-3	-5	-6	-3	-6	-1	N/A	N/A	-1
Es la marca más vendida	-3	-3	-12	6	0	13	-4	-4	-12	-1	0	-3	2	-3	3	-1	1	-12	N/A	N/A	2
Es una marca que da confianza	0	-4	6	0	5	2	16	10	6	9	0	6	0	2	2	18	0	7	N/A	N/A	0
Es innovadora	-1	6	11	-3	-2	-2	2	0	3	3	1	2	4	2	-3	-1	5	3	N/A	N/A	1
Son marcas Premium	35	28	35	-16	-11	-11	40	40	26	13	8	9	-6	8	0	15	15	25	N/A	N/A	-1
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	-2	3	-5	1	-2	-3	-1	-5	3	2	-3	0	-4	0	2	-1	-3	0	N/A	N/A	6
Es la que recomienda el veterinario	11	3	21	-3	-1	-7	21	12	17	5	10	5	3	6	5	3	5	16	N/A	N/A	-1
Tiene la mejor relación precio/calidad	3	1	4	4	7	9	-5	-4	-7	4	4	2	9	0	2	1	-1	0	N/A	N/A	-2
Tiene el precio justo	2	-4	-2	11	9	12	-9	-7	-6	5	-1	-2	-2	5	2	5	-1	-4	N/A	N/A	0
Avalada por la ACOVEZ	5	6	24	-2	-5	-7	14	13	6	-2	13	6	4	3	-2	3	5	13	N/A	N/A	-1
Hace ofertas y promociones	3	-2	-1	0	-1	1	-1	-5	-2	-2	0	0	4	1	2	-1	1	-2	N/A	N/A	1
Tiene la publicidad que me gusta	-1	2	1	0	-2	-1	0	3	2	1	1	-1	4	-1	2	-1	2	0	N/A	N/A	3
Tiene publicidad en internet (Youtube, Banners)	N/A	5	4	N/A	-1	-3	N/A	5	6	N/A	-4	2	N/A	-2	5	N/A	4	3	N/A	N/A	-4
Tiene presencia en redes sociales	-1	5	2	-1	0	-5	7	-1	8	1	-1	1	3	-1	3	-1	0	2	N/A	N/A	4
Tiene información de interés en internet	0	7	1	-2	1	-2	1	-1	3	1	1	-1	8	1	1	-1	0	0	N/A	N/A	1
Su precio es económico	-5	-7	-5	14	16	19	-8	-8	-7	-5	-3	-1	-5	-1	-1	-2	-5	-5	N/A	N/A	-1
Base	52	77	73	206	251	371	125	134	146	62	110	113	101	155	185	18	85	127	18	85	127

* Base conocedores

Q.1. Ahora me gustaría que por favor me indicara ¿cuál o cuáles marcas de la categoría de concentrado/alimento para gatos que usted conoce diría que mejor responde a las siguientes características? ¿Algún otro?

ANÁLISIS DE MARCAS BAJAS

~~ASOCIACIONES~~

APRENDIZAJES:

- Las variaciones en este segmento están enfocadas en Nutre Cat que cae en varios atributos de imagen.
- Se mantienen los diferenciales a nivel de imagen enfocadas en precio y distribución.





ANÁLISIS DE CONOCIMIENTO E IMAGEN

Análisis atributos de producto



Análisis atributos de marca





ASOCIACIONES ATRIBUTOS DE PRODUCTO POR CONOCEDORES

	Chunky			Gatsy			NUTRE CAT		
	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3
Es para todas las razas	6%	22%	19%	24%	21%	23%	20%	19%	13% ↓
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad	5%	21%	19%	16%	18%	17%	15%	13%	11%
Tiene variedad de sabores	6%	23%	20%	19%	21%	19%	12%	14%	12%
Contiene vitaminas y los nutrientes necesarios	7%	20%	18%	18%	19%	18%	14%	12%	10%
Tiene una textura adecuada	7%	20%	18%	21%	23%	19%	14%	11%	13%
Mantiene brillante el pelaje del gato	7%	18%	16%	17%	22%	16% ↓	12%	10%	10%
Tiene más proteína	6%	19%	16%	14%	14%	15%	10%	12%	9%
Ayuda con la digestión	7%	17%	15%	17%	19%	15%	13%	12%	9%
Tiene pepitas de formas y colores diferentes	6%	22%	22%	19%	22%	21%	14%	12%	12%
Tiene el sabor que le gusta a mi gato	7%	18%	14%	17%	22%	15% ↓	11%	10%	11%
Favorece la salud del gato lo mantiene con vigor	6%	18%	15%	18%	20%	16%	11%	11%	10%
Ayuda a fortalecer sus defensas	6%	19%	16%	18%	18%	18%	14%	11%	11%
Hace feliz a mi gato	6%	18%	16%	17%	21%	15% ↓	10%	8%	8%
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	6%	17%	16%	20%	19%	17%	12%	11%	9%
Tiene un empaque práctico	N/A	21%	21%	N/A	21%	24%	N/A	11%	16%
Tiene comida húmeda	3%	19%	0%	6%	9%	0%	8%	17%	0%
Tiene carne/pescado/ pollo de verdad	4%	18%	18%	7%	18%	17%	6%	12%	9%
Tiene un alimento para la personalidad de cada gato	4%	14%	13%	10%	13%	14%	10%	9%	8%
Es rendidor	7%	17%	14%	18%	20%	14% ↓	14%	9%	10%
Ayuda en el control de las bolas de pelos	N/A	16%	14%	N/A	14%	12%	N/A	10%	8%
Previene a mi gato de problemas urinarios	5%	16%	13%	10%	13%	12%	7%	10%	8%
Base	364	533	584	360	407	342	605	539	437
Promedio atributos	6%	19%	17%	16%	18%	17%	12%	12%	10%

Marcas de este segmento presentan muy pocas variaciones a nivel de producto.
Solo Gatsy disminuye en algunos atributos.

* Base conocedores



BIP'S de producto

A nivel de diferenciales no hay variaciones significativas ni se perciben diferenciales relevantes

	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3
Es para todas las razas	-2	-1	0	3	-2	4	4	4	1
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad	-2	0	0	-3	-3	-3	1	0	-1
Tiene variedad de sabores	1	3	4	4	2	2	1	2	1
Contiene vitaminas y los nutrientes necesarios	-1	-1	-1	-4	-1	-2	-2	-1	-3
Tiene una textura adecuada	-1	0	-1	-1	3	-1	-2	-2	1
Mantiene brillante el pelaje del gato	0	-2	-1	-2	3	-1	-2	-2	-1
Tiene más proteína	0	-1	-1	-3	-5	-1	-3	0	-1
Ayuda con la digestión	0	-2	-2	-1	0	-2	-1	0	-2
Tiene pepitas de formas y colores diferentes	N/A	3	7	N/A	4	6	N/A	1	3
Tiene el sabor que le gusta a mi gato	1	0	-2	-1	4	-1	-2	-1	1
Favorece la salud del gato lo mantiene con vigor	-1	-3	-3	-2	0	-1	-4	-2	-1
Ayuda a fortalecer sus defensas	-1	-1	-2	-1	-1	0	0	-1	0
Hace feliz a mi gato	0	1	0	0	4	-1	-3	-3	-2
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	0	-1	0	3	1	0	-1	0	-1
Tiene un empaque práctico	N/A	1	1	N/A	1	4	N/A	-1	3
Tiene comida húmeda	1	4		-1	-5		3	8	
Tiene carne/pescado/ pollo de verdad	N/A	2	4	N/A	2	2	N/A	2	0
Tiene un alimento para la personalidad de cada gato	0	-2	0	-2	-3	1	1	-1	0
Es rendidor	2	0	-1	3	4	0	3	-1	1
Ayuda en el control de las bolas de pelos	N/A	0	1	N/A	-1	-1	N/A	1	0
Previene a mi gato de problemas urinarios	1	0	-1	-2	-2	-2	-2	1	0
Base	364	533	592	360	407	389	605	539	471

* Base conocedores

L.1. Hablando de la categoría de concentrado/alimento para gatos ¿Cuál o cuáles marcas de las que usted conoce, responde mejor a las siguientes características de producto? ¿Algún otro?



ASOCIACIONES ATRIBUTOS DE MARCA POR CONOCEDORES

connecta

En atributos de imagen Nutre Cat tiene caídas importantes en todos los atributos

									
	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3
Es reconocida/de prestigio	4%	24%	21%	12%	13%	14%	22%	23%	12%
Es de tradición/tiene años en el mercado	6%	17%	18%	9%	10%	12%	22%	25%	13%
Es una marca de calidad	6%	20%	21%	17%	18%	17%	19%	19%	14%
Se consigue en tiendas	7%	28%	30%	25%	32%	30%	27%	25%	20%
Tiene variedad de productos y tamaños	5%	25%	24%	14%	19%	18%	17%	20%	12%
Se consigue en todas partes	6%	30%	28%	26%	31%	29%	27%	23%	17%
Es la marca más vendida	3%	15%	15%	8%	13%	9%	13%	16%	9%
Es una marca que da confianza	7%	20%	16%	17%	22%	16%	13%	15%	10%
Es innovadora	4%	15%	13%	6%	13%	11%	10%	13%	6%
Son marcas Premium	3%	19%	17%	6%	9%	12%	15%	13%	12%
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	2%	13%	12%	6%	10%	5%	12%	15%	8%
Es la que recomienda el veterinario	5%	16%	15%	7%	11%	11%	13%	13%	7%
Tiene la mejor relación precio/calidad	6%	17%	15%	17%	19%	16%	14%	11%	8%
Tiene el precio justo	7%	19%	14%	20%	23%	19%	14%	11%	9%
Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios	2%	14%	13%	8%	14%	11%	11%	13%	8%
Hace ofertas y promociones	2%	11%	7%	7%	8%	4%	8%	10%	3%
Tiene la publicidad que me gusta	2%	8%	8%	6%	8%	3%	8%	7%	3%
Tiene publicidad en internet (Youtube, Banners)	N/A	7%	8%	N/A	5%	6%	N/A	9%	7%
Tiene presencia en redes sociales	2%	11%	8%	3%	8%	7%	7%	8%	6%
Tiene información de interés en internet	2%	8%	6%	3%	6%	3%	7%	8%	3%
Su precio es económico	5%	20%	17%	28%	30%	22%	11%	10%	9%
Base	364	533	592	360	407	389	605	539	471
Promedio atributos	4%	17%	15%	12%	15%	13%	15%	15%	9%

* Base conocedores

↓ ↑ Dif. Significativas entre olas

Q.1. Ahora me gustaría que por favor me indicara ¿cuál o cuáles marcas de la categoría de concentrado/alimento para gatos que usted conoce diría que mejor responde a las siguientes características? ¿Algún otro?



BIP'S de marca

Gatsy mantiene sus diferenciales a nivel de imagen

	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3
Es reconocida/de prestigio	-4	-1	-4	-9	-9	-6	-5	1	-3
Es de tradición/tiene años en el mercado	3	0	4	1	-4	1	11	11	5
Es una marca de calidad	-4	-8	-6	-8	-6	-4	-12	-5	-3
Se consigue en tiendas	1	7	7	10	14	12	7	7	6
Tiene variedad de productos y tamaños	-1	2	1	-1	-1	0	-3	0	-2
Se consigue en todas partes	1	7	4	13	11	0	10	3	2
Es la marca más vendida	1	-1	6	3	0	12	6	3	4
Es una marca que da confianza	0	-3	-7	-1	2	-2	-11	-5	-4
Es innovadora	0	-2	-1	-4	-1	0	-3	-1	-2
Son marcas Premium	-6	-4	-6	-16	-10	-6	-13	-7	-2
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	0	1	0	1	0	-4	6	5	1
Es la que recomienda el veterinario	-1	-2	-2	-8	-5	-3	-6	-3	-3
Tiene la mejor relación precio/calidad	1	0	-1	4	4	4	-3	-4	-1
Tiene el precio justo	2	3	0	8	9	9	-2	-3	1
Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios	-2	-4	-2	-4	-1	-1	-4	-2	-1
Hace ofertas y promociones	1	2	2	3	0	0	3	2	0
Tiene la publicidad que me gusta	0	-3	-1	1	-1	-3	1	-2	-2
Tiene publicidad en internet (Youtube, Banners)	N/A	-2	-1	N/A	-2	-1	N/A	2	2
Tiene presencia en redes sociales	0	2	-3	-2	0	-2	0	0	0
Tiene información de interés en internet	0	-1	0	-2	-1	-1	1	1	0
Su precio es económico	2	9	8	20	20	16	0	0	4
Base	364	533	592	360	407	389	605	539	471

* Base conocedores

Q.1. Ahora me gustaría que por favor me indicara ¿cuál o cuáles marcas de la categoría de concentrado/alimento para gatos que usted conoce diría que mejor responde a las siguientes características? ¿Algún otro?

ANÁLISIS DE ~~POSICIONAMIENTO~~

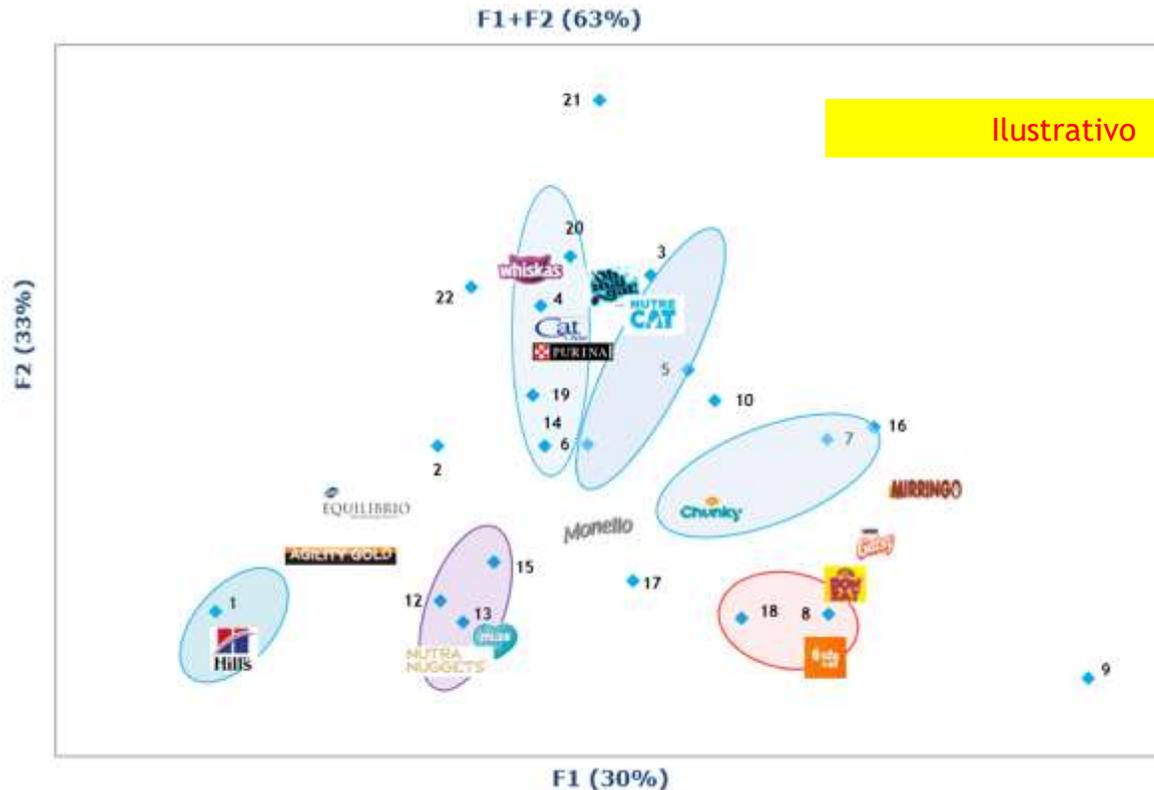
APRENDIZAJES:

- En términos de imagen hay 3 territorios diferenciados en posicionamiento:
 - Hay un territorio de marcas premium y prestigiosas
 - Uno de marcas más económicas (donde está Don Kat)
 - El territorio Mirringo de tradición, venta y distribución
- En términos de producto la diferenciación es menos clara
 - Las marcas del territorio Premium se asocian con beneficios (digestión, defesas, vitaminas y nutrientes)
 - Las marcas del económico se asocian con rendimiento.





Un análisis de correspondencias es una técnica de mapeo geométrico donde se muestra cómo las marcas son percibidas en el mercado y se despliega en un mapa de coordenadas x,y, de marcas y de atributos para representar esa percepción.



Se utiliza principalmente para:

- Detectar fortalezas y debilidades relativas de las marcas a través de los atributos
- Identificar atributos que sirven para discriminar dentro del set de marcas
- Entender las relaciones entre los atributos
- Identificar el “perfil” de las marcas dado el set competitivo
- Detectar marcas con similares y diferentes posicionamientos de mercado aún no cubiertos.

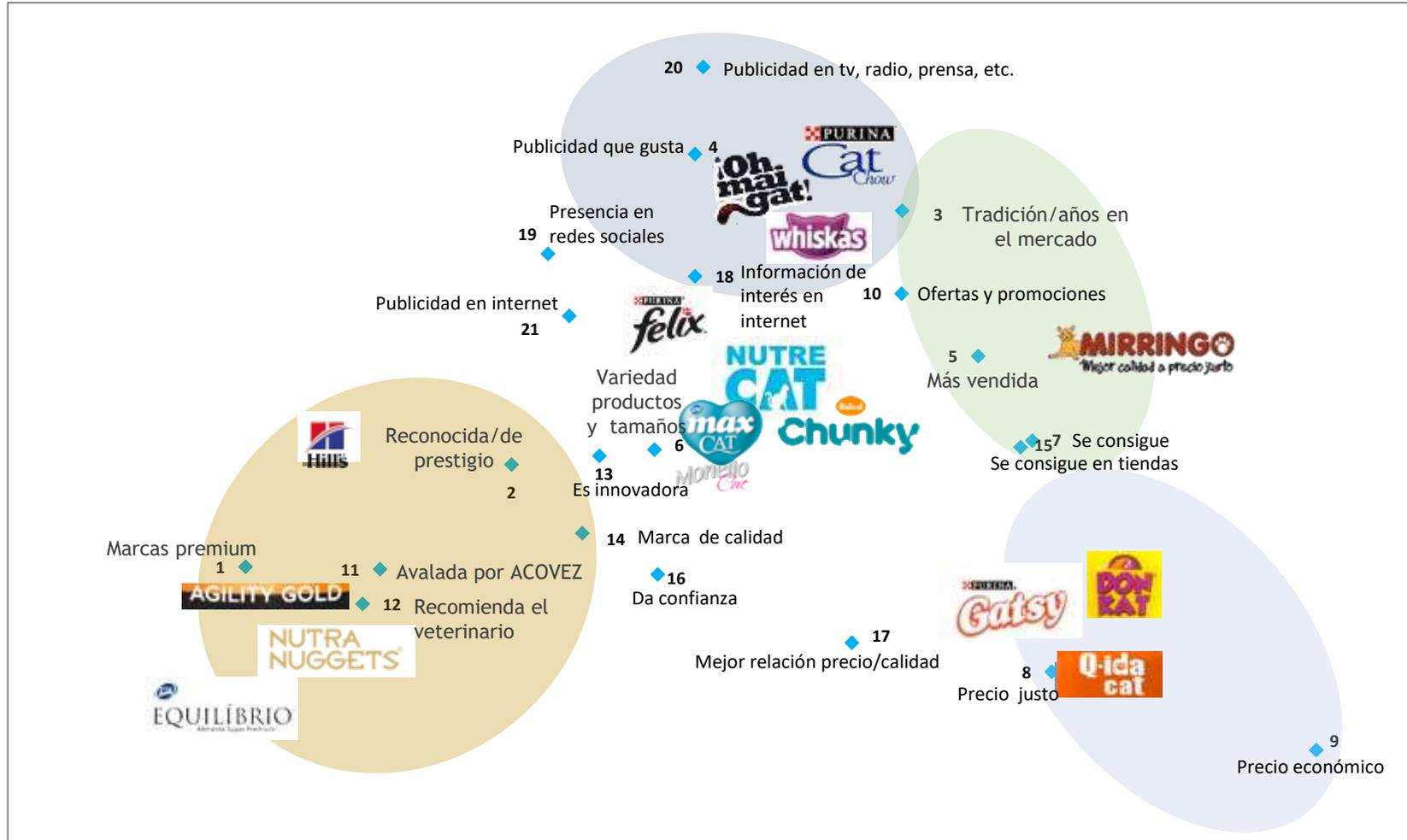


MAPA DE POSICIONAMIENTO IMAGEN - 2021

F1+F2 (70%)

F2 (50%)

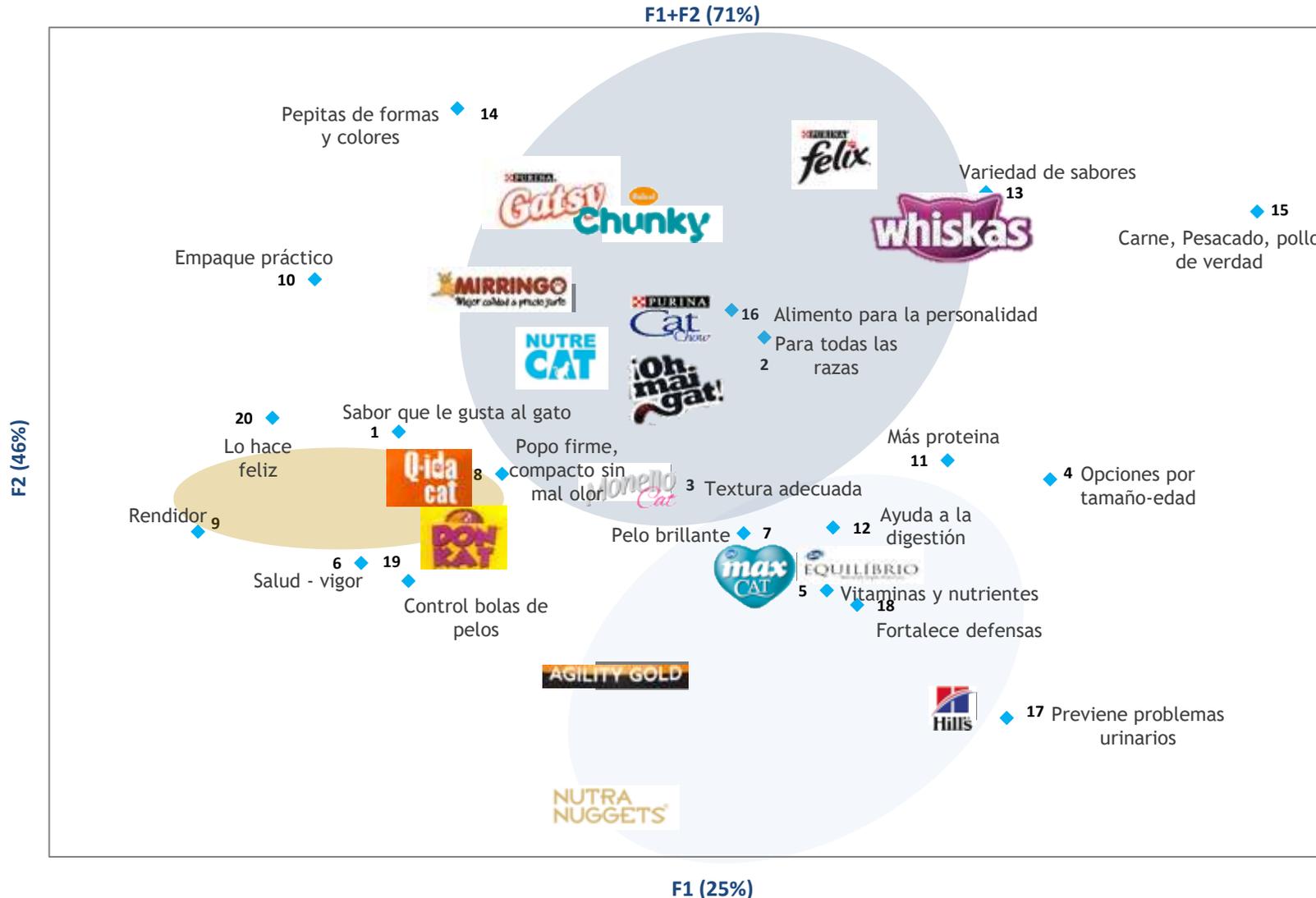
F1 (20%)



1. Son marcas Premium
2. Es reconocida/de prestigio
3. Es de tradición/tiene años en el mercado
4. Tiene la publicidad que me gusta
5. Es la marca más vendida
6. Tiene variedad de productos y tamaños
7. Se consigue en todas partes
8. Tiene el precio justo
9. Su precio es económico
10. Hace ofertas y promociones
11. Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios (ACOVEZ)
12. Es la que recomienda el veterinario
13. Es innovadora
14. Es una marca de calidad
15. Se consigue en tiendas
16. Es una marca que da confianza
17. Tiene la mejor relación precio/calidad
18. Tiene información de interés en internet
19. Tiene presencia en redes sociales
20. Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.
21. Tiene publicidad en internet (Youtube, Banners. etc)



MAPA DE POSICIONAMIENTO - 2021



1. Tiene el sabor que le gusta a mi gato
2. Es para todas las razas
3. Tiene una textura adecuada
4. Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad del gato
5. Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios para el gato
6. Favorece la salud del gato lo mantiene con vigor/ entusiasmo
7. Mantiene brillante el pelaje del gato
8. Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor
9. Es rendidor
10. Tiene un empaque práctico
11. Tiene más proteína
12. Ayuda con la digestión
13. Tiene variedad de sabores
14. Tiene pepitas de formas y colores diferentes
15. Tiene carne/pescado/ pollo de verdad
16. Tiene un alimento para la personalidad de cada gato
17. Previene a mi gato de problemas urinarios
18. Ayuda a fortalecer sus defensas
19. Ayuda en el control de las bolas de pelos
20. Hace feliz a mi gato

CONCLUSIONES





CONCLUSIONES



Ohmaigat presenta variaciones positivas en términos de conocimiento en esta medición, tanto en espontáneo como en ayudado. Sus fortalezas están en las ciudades más grandes: Bogotá, Medellín y Cali.
 En términos de imagen se mantiene frente a la medición de 2019

	TOM			Total conocimiento espontáneo			Total Conocimiento (incluye ayudado)			Ola 3					
	Ola1	Ola2	Ola3	Ola1	Ola2	Ola3	Ola1	Ola2	Ola3	Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Eje Cafetero
	A	B	C	D	E	F	A	B	C	D	E	F	D	E	F
	4%	5%	5%	13%	15%	19% ↑	36%	38%	49% ↑	57% DEF	49% DEF	47% DEF	29%	29%	29%

La categoría presenta unos cambios que pueden favorecer a la marca: aunque Mirringo mantiene su posición de liderazgo, las dos marcas que le siguen presentan variaciones negativas, especialmente Cat Chow tanto en variables de conocimiento y consumo como en las de imagen y posicionamiento. Las variaciones negativas de Whiskas están más en sus atributos de imagen y producto que en conocimiento y consumo.



CONCLUSIONES



Don Kat presenta aumentos en conocimiento espontáneo y ayudado y también variaciones positivas en sus atributos de imagen y de producto.

Compite con Q-ida Cat en el segmento de economía con unos números bastante similares a esta marca en las variables de conocimiento y consumo. En atributos de imagen y producto Q-ida Cat está levemente por encima de Don Kat.

	TOM			Total conocimiento espontáneo			Total Conocimiento (incluye ayudado)			Ola 3							
	Ola1	Ola2	Ola3	Ola1	Ola2	Ola3	Ola1	Ola2	Ola3	Bogotá	Medellin	Cali	B/quilla	B/manga	Eje Cafetero		
	A	B	C	D	E	F	A	B	C	D	E	F	A	B	C	D	E
	2%	3%	7%	7%	11%	18% ↑	19%	25%	35% ↑	39% CF	35% F	27%	40% CF	33%	21%		

		ASOCIACIONES ATRIBUTOS DE PRODUCTO POR CONOCEDORES		
		Ola1	Ola2	Ola3
	Tiene un empaque práctico	-	24%	31% ↑
	Ayuda a fortalecer sus defensas	24%	16%	26% ↑
	Tiene más proteína	18%	18%	26% ↑
	Contiene vitaminas y los nutrientes necesarios	22%	15%	25% ↑
	Base	206	251	348

		ASOCIACIONES ATRIBUTOS DE MARCA POR CONOCEDORES		
		Ola1	Ola2	Ola3
	Es reconocida, de prestigio	16%	14%	22% ↑
	Son marcas premium	10%	9%	14% ↑
	Base	206	251	348

PREFERENCIA (TOTAL)			
	Ola1	Ola2	Ola3
	5%	7%	11% ↑
Base	1058	1060	1057

TOTAL MARCAS COMPRADAS (TOTAL)			
	Ola1	Ola2	Ola3
	5%	6%	11% ↑
Base	1058	1060	1057

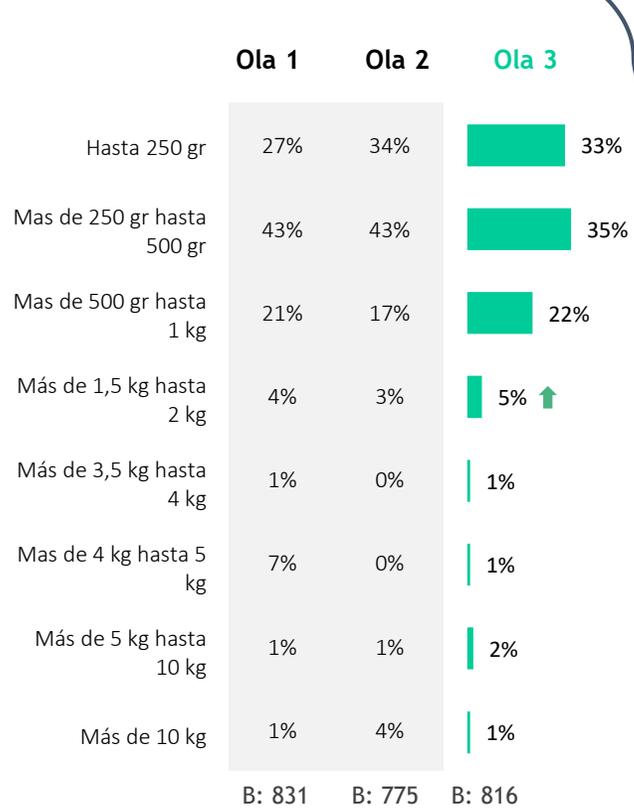


ANEXOS

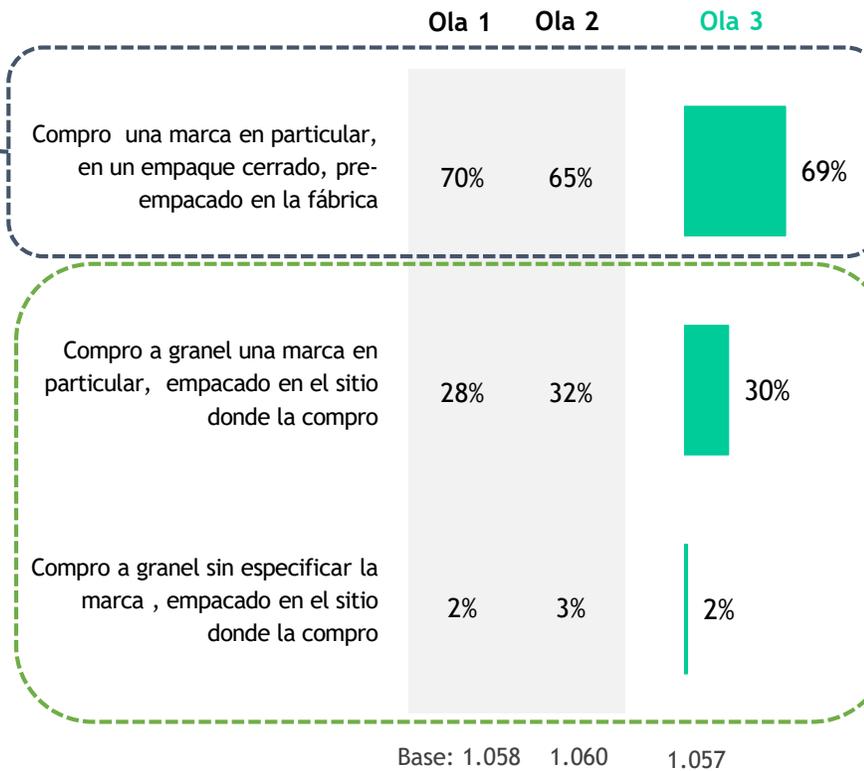


HÁBITOS DE COMPRA

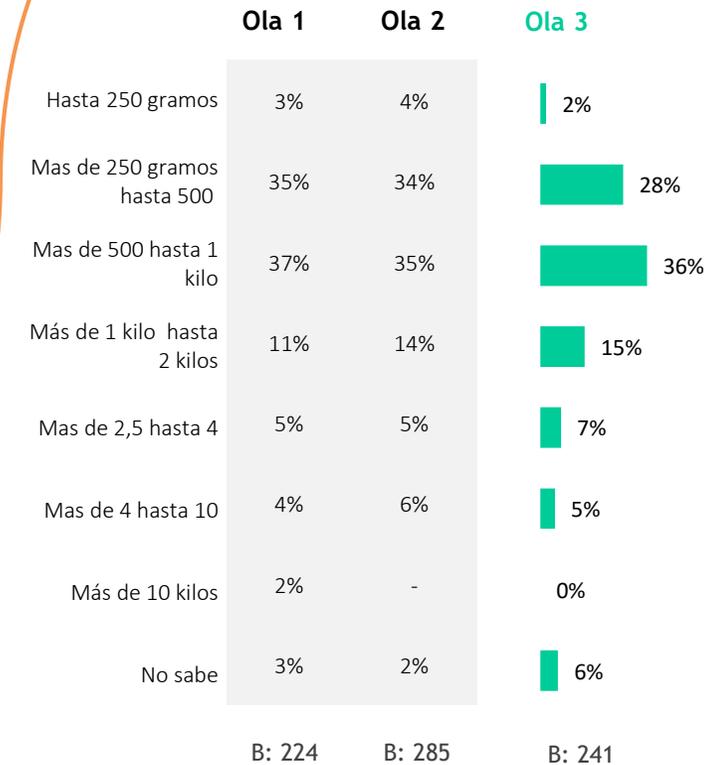
Tamaño que compra en empaque



Forma habitual de comprar concentrado



Tamaño que compra en empaque



H8. Y con relación a estas opciones ¿cómo diría usted que es su manera habitual de comprar concentrado/alimento para su gato?

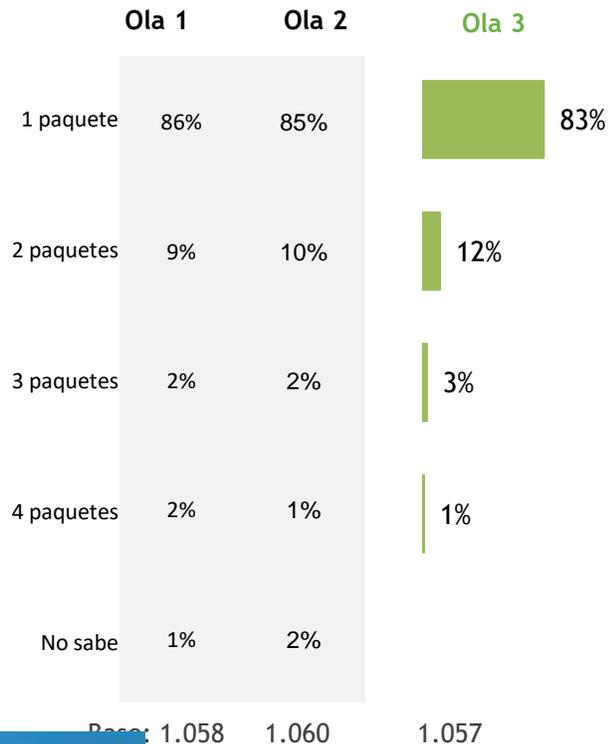
H.9. ¿Cuál es la presentación (tamaño) que más compra de concentrado/alimento para su gato?

H.10. ¿Cuántos gramos compra de concentrado/alimento empacado para gato, cada vez que compra?

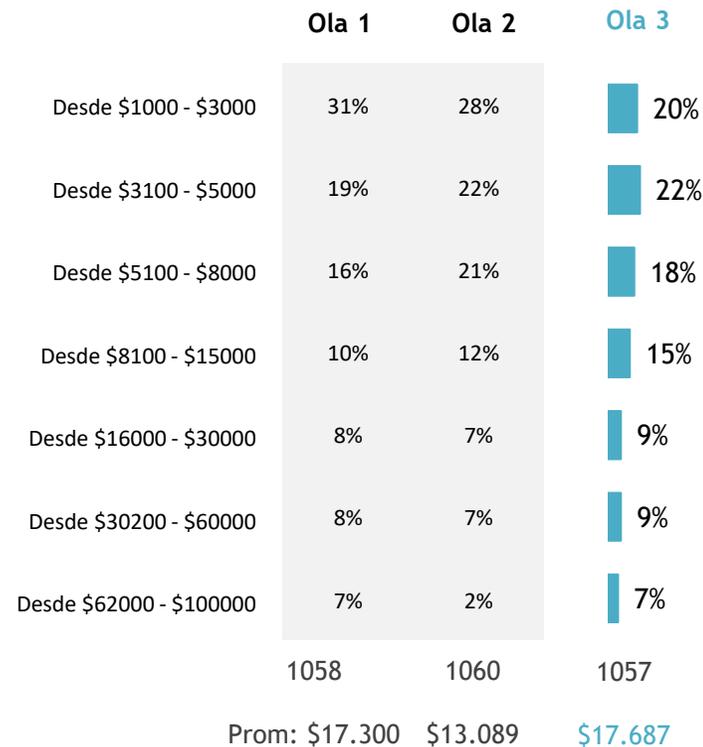


HÁBITOS DE COMPRA Y CONSUMO

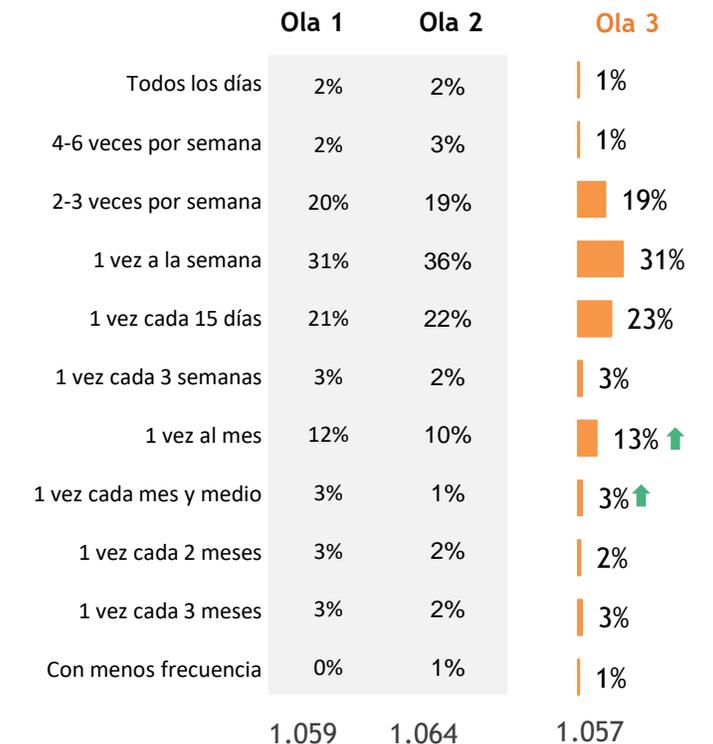
Cantidad de paquetes comprados



Precio pagado por cada paquete



Frecuencia de compra



H11. ¿Y qué cantidad en (paquetes) de concentrado/alimento para gato compra cada vez que efectúa la compra?

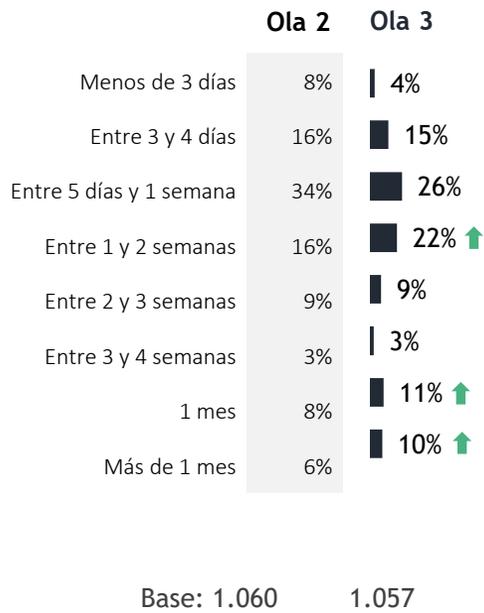
H11.1. ¿Cuánto paga por cada paquete de concentrado/alimento para gato, cada vez que realiza la compra?

H12. En general, ¿cada cuánto compra usted concentrado/alimento para su gato?

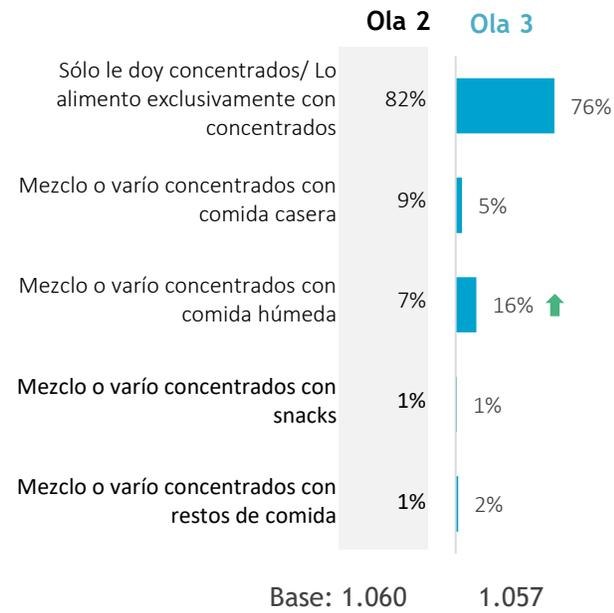


HÁBITOS DE COMPRA Y CONSUMO

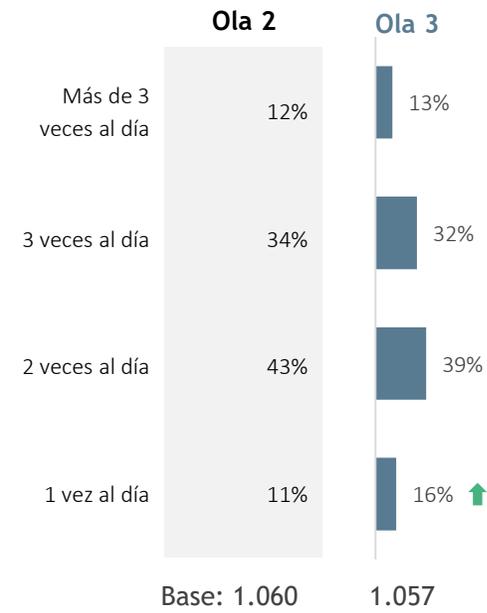
Duración del paquete



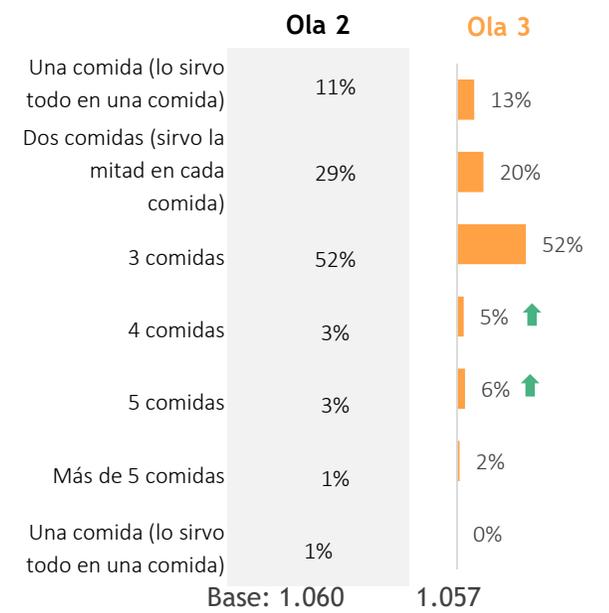
Forma de alimentar al gato



Frecuencia de suministro concentrado



Cantidad de concentrado suministrado



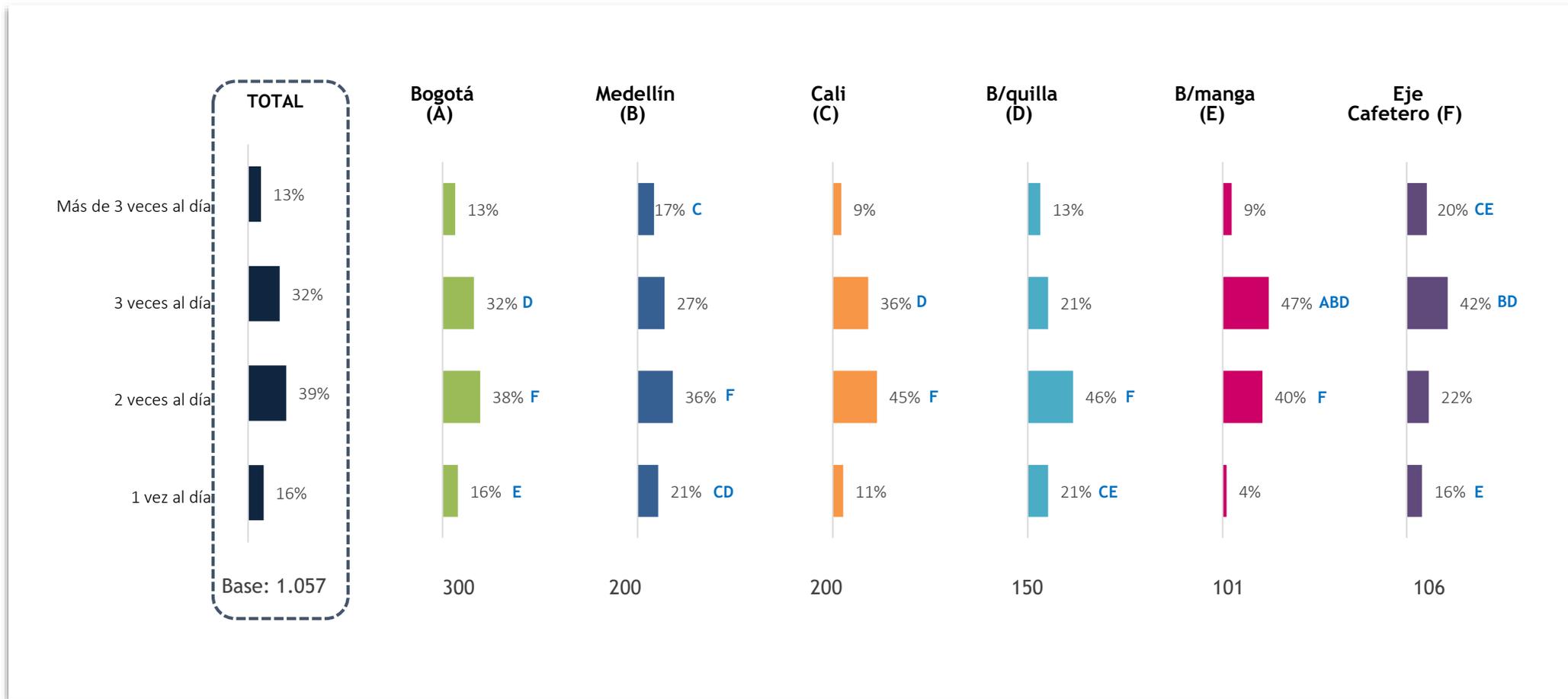
H13. ¿Cuánto le dura/rinde ese empaque que acostumbra comprar?

Q.2 ¿Cuál es la forma como usted usualmente alimenta a su gato? / Q3. Y según esta tarjeta ¿Usualmente con qué frecuencia le suministra alimento concentrado a su gato? /

Q4. ¿Aproximadamente cuántas TAZAS de alimento concentrado le da a su gato en cada comida?



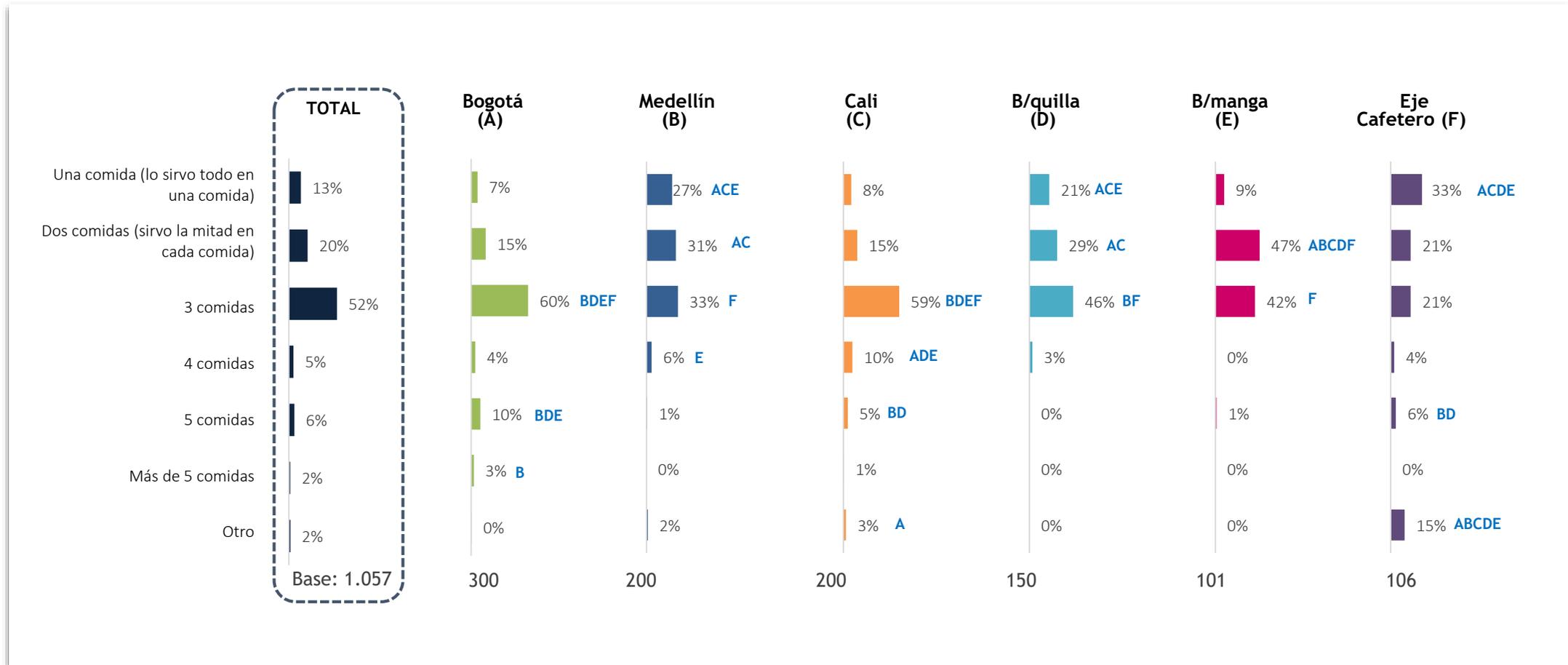
FRECUENCIA SUMINISTRO CONCENTRADO



ABCDEF Diferencias significativas entre ciudades



CANTIDAD DE CONCENTRADO SUMINISTRADO



ABCDEF Diferencias significativas entre ciudades



ANÁLISIS DE TOP OF MIND

Ciudades

Bogotá (A)

Medellín (B)

Cali (C)

Barranquilla (D)

Bucaramanga (E)

Eje Cafetero (F)

	Bogotá (A)			Medellín (B)			Cali (C)			Barranquilla (D)			Bucaramanga (E)			Eje Cafetero (F)		
	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3
Whiskas	14%	12%	7% ↓	11%	10%	7% ↓	16%	14%	7% ↓	16%	11%	11% ↓	12%	14%	3% ↓	15%	8%	4%
Mirringo	18%	23%	21%	52%	43%	41%	21%	11%	18%	35%	27%	42% ↑	40%	38%	40%	52%	34%	22%
Cat Chow	26%	23%	17%	8%	12%	9%	18%	22%	13% ↓	27%	24%	8% ↓	6%	3%	6%	8%	18%	11% ↓
Chunky Cat	3%	7%	6%	1%	7%	10%	7%	9%	6%	-	7%	6%	3%	2%	7%	2%	5%	25% ↑
Nutre Cat	2%	2%	2%	5%	2%	3%	4%	4%	6%	4%	2%		3%	8%	5%	4%	2%	6%
Gatsy	6%	6%	4%	6%	7%	9%	4%	9%	3% ↓	7%	4%	2%	1%	3%		1%	3%	3%
Ohmaigat	5%	6%	5%	3%	3%	6%	5%	6%	4%	1%	2%	2%	3%	3%	6%	3%	5%	2%
Donkat	2%	3%	6%	-	1%	6% ↑	4%	3%	9% ↑	5%	3%	11% ↑	2%	2%	6%	2%	6%	7%
Q-ida Cat	2%	2%		3%	3%		17%	18%	32% ↑	2%	4%	1%	26%	22%	21%	8%	11%	4%
Monello	6%	7%		-	1%		-	-		0%	-	2%	-	-	2%	-	1%	
Purina	-	-		-	-		-	1%		0%	3%		-	1%		-	3%	
Max Cat	4%	3%	3%	-	1%	1%	-	-	1%	0%	-	2%	1%	-		-	-	
Otros	12%	5%	14%	9%	10%	6%	2%	3%	2%	1%	3%	10%	3%	3%	5%	4%	4%	16%
No especifica marca	-	-		-	-		-	-		1%	8%	3%	-	-		0%	-	
Base:	300	301	300	202	203	200	203	201	200	152	150	150	101	105	101	100	100	106

↑ ↓ Dif. Significativas entre olas

ABCDEF Diferencias significativas entre ciudades



ANÁLISIS DE TOTAL CONOCIMIENTO - CIUDADES

Bogotá (A)

Medellín (B)

Cali (C)

Barranquilla (D)

Bucaramanga (E)

Eje Cafetero (F)

	Ola 1	Ola 2	Ola 3		Ola 1	Ola 2	Ola 3		Ola 1	Ola 2	Ola 3		Ola 1	Ola 2	Ola 3		Ola 1	Ola 2	Ola 3		Ola 1	Ola 2	Ola 3
Whiskas	90%	84%	83%		69%	74%	84%		93%	70%	84%		94%	87%	67%		81%	47%	53%		81%	64%	31%
Mirringo	71%	72%	67%		92%	86%	96%		77%	55%	77%		85%	69%	90%		88%	74%	89%		88%	78%	62%
Cat Chow	76%	70%	74%		53%	64%	67%		76%	73%	70%		86%	72%	65%		64%	36%	44%		57%	52%	30%
Chunky Cat	48%	56%	58%		31%	49%	69%		44%	60%	45%		13%	44%	45%		42%	18%	45%		51%	43%	55%
Nutre Cat	47%	53%	48%		71%	61%	56%		79%	55%	39%		58%	43%	22%		72%	40%	41%		51%	37%	29%
Gatsy	42%	49%	43%		33%	3%	64%		56%	42%	11%		24%	34%	11%		17%	13%	15%		17%	23%	23%
Ohmaigat	47%	44%	57%		21%	30%	49%		32%	43%	47%		12%	23%	29%		31%	17%	29%		24%	33%	22%
Donkat	18%	27%	39%		5%	10%	35%		22%	32%	27%		35%	43%	40%		45%	14%	33%		10%	15%	21%
Q-ida Cat	14%	14%	16%		24%	19%	33%		68%	52%	84%		19%	16%	9%		72%	44%	58%		37%	46%	29%
Monello	33%	43%	61%		1%	6%	3%		1%	1%	0%		0%	4%	10%		5%	2%	11%		2%	4%	1%
Purina	0%	23%	1%		0%	16%	1%		0%	27%	0%		0%	29%	1%		0%	2%	0%		0%	23%	0%
Max Cat	19%	18%	22%		8%	17%	20%		7%	18%	11%		1%	6%	13%		11%	4%	4%		1%	6%	5%
Hill's	24%	20%	21%		1%	8%	9%		9%	13%	0%		0%	2%	11%		7%	2%	5%		5%	5%	5%
Nutra Nuggets	10%	10%	14%		5%	15%	13%		2%	9%	3%		0%	2%	11%		9%	4%	5%		3%	5%	2%
Total Equilibrio	14%	6%	6%		4%	17%	19%		1%	4%	1%		2%	8%	6%		8%	0%	6%		0%	5%	1%
Agility Gold	4%	5%	12%		1%	15%	17%		0%	7%	3%		0%	4%	17%		4%	2%	5%		0%	2%	17%
Select Cat's	4%	6%	5%		0%	0%	1%		0%	0%	0%		0%	4%	0%		4%	2%	0%		0%	0%	0%
Nutrion	16%	1%	3%		3%	1%	0%		0%	0%	0%		0%	0%	0%		0%	0%	0%		3%	0%	1%
Smart	7%	1%	3%		6%	0%	1%		1%	1%	0%		1%	0%	0%		1%	0%	0%		0%	0%	0%
Felix	34%	0%	40%		22%	0%	44%		7%	1%	0%		3%	0%	0%		14%	0%	0%		0%	0%	0%
Proplan	25%	0%	3%		16%	0%	0%		32%	0%	0%		20%	0%	0%		41%	0%	16%		15%	0%	13%
Cipa Cat	10%	0%	0%		26%	1%	0%		26%	0%	0%		3%	0%	0%		23%	0%	1%		10%	1%	0%
Royal Canin	12%	0%	0%		3%	1%	0%		3%	0%	0%		0%	0%	0%		6%	0%	0%		10%	0%	0%
Otros	16%	5%	20%		14%	7%	7%		1%	0%	1%		0%	0%	16%		7%	0%	2%		4%	0%	0%
No especifica marca	1%	1%	1%		0%	0%	3%		10%	2%	0%		0%	4%	0%		15%	1%	0%		10%	8%	4%
	300	301	300		202	203	200		203	201	200		152	150	150		101	105	101		100	100	106
RPP:	7,02	6,34	7,11		5,34	5,64	7,06		6,68	5,92	5,26		4,69	5,27	5,07		7,06	3,79	4,89		5,05	4,86	3,82

P1. ¿Podría decirme cuál marca de concentrado/alimento para gatos conoce o ha oído mencionar?

P2. De las marcas de concentrado/alimento para gatos que aparecen en esta tarjeta, cuáles otros conoce o ha oído mencionar?



RECORDACIÓN PUBLICITARIA



Recordación publicitaria

	Recordación publicitaria			Bogotá (A)			Medellín (B)			Cali (C)			Barranquilla (D)			Bucaramanga (E)			Eje cafetero (F)		
	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3
Whiskas	32%	26%	23%	36%	28%	30% ^{BCDEF}	17%	26%	16% ^E	34%	20%	17% ^E	35%	21%	16% ^E	24%	23%	7% [↓]	31%	34%	9% [↓]
Cat Chow	21%	17%	16%	28%	21%	22% ^{BCDEF}	10%	12%	10%	14%	11%	12%	19%	9%	10%	19%	11%	9%	15%	24%	8%
Mirringo	10%	15%	15%	7%	14%	15% ^C	20%	24%	15% ^{↓ C}	6%	4%	7%	4%	12%	22% ^C	24%	27%	33% ^{ABC}	13%	22%	20% ^C
Ohmaigat	13%	12%	13%	21%	15%	19% ^{BCDE}	6%	7%	5%	7%	12%	10%	0%	9%	9%	4%	12%	6%	14%	14%	10%
Chunky Cat	4%	8%	7%	4%	10%	5%	4%	6%	6%	5%	5%	8%	0%	1%	4%	5%	3%	7%	13%	13%	25% ^{ABCDE}
Nutre Cat	6%	6%	2%	4%	7%	2%	7%	9%	3% [↓]	10%	2%	1%	2%	2%	0%	13%	11%	4%	6%	4%	8% ^{ABCD}
Gatsy	2%	3%	2%	2%	3%	2%	1%	4%	1%	2%	5%	0%	0%	0%	1%	0%	1%	1%	1%	1%	3%
Purina	0%	3%	0%	0%	3%	0%	0%	1%	0%	0%	1%	0%	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	10%	0%
Q-ida Cat	2%	2%	2%	1%	1%	1%	1%	1%	0%	5%	6%	5% ^{ABD}	0%	0%	0%	20%	6%	11% ^{ABD}	1%	5%	5% ^{ABD}
Monello	1%	2%	6%	2%	4%	11% ^{BCDEF}	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	3%	0%	1%	1%
Donkat	1%	1%	4%	2%	2%	5%	0%	1%	1%	0%	1%	2%	1%	1%	4% ^B	4%	0%	3%	1%	2%	3%
Felix	4%	0%	4%	6%	0%	5% ^{BC}	3%	0%	6% ^C	2%	0%	1%	0%	0%	6% ^C	0%	0%	3%	4%	0%	1%
Otros	4%	5%	5%	3%	5%	7% ^C	4%	6%	2%	1%	3%	3%	0%	2%	4%	1%	0%	2%	7%	1%	9% ^{BC}
Ninguna	28%	27%	34%	22%	25%	24%	47%	27%	53% ^{AEF}	22%	32%	43% ^{AF}	44%	39%	45% ^{AF}	25%	25%	38% ^A	28%	19%	30%
No sabe / No contesta	7%	10%	4%	5%	9%	5% ^{CDF}	1%	2%	2%	22%	23%	8% [↓]	1%	10%	0%	4%	10%	3%	2%	7%	0%
Base:	1.058	1.060	1.057	300	301	300	202	203	200	203	201	200	152	150	150	101	105	101	100	100	106
RPP:	1,35	1,38	1,37	1,44	1,49	1,48	1,21	1,26	1,25	1,31	1,23	1,23	1,06	1,11	1,10	1,45	1,29	1,28	1,36	1,57	1,57

↑ ↓ Dif. Significativas entre olas =o1 – o2 - o3

ABCDEF Diferencias significativas entre ciudades



ATRIBUTOS NEGATIVOS DE PRODUCTO

	MIRRINGO Mejor calidad a precio justo			Whiskas			Hills			Cat			Q-ida cat			Oh mai gat!			Gatsy			Monello Cat		
	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3
Tiene colorantes artificiales	18%	20%	22%	17%	16%	15%	8%	9%	14%	22%	18%	14%	13%	14%	18%	14%	12%	14%	21%	22%	16%	16%	14%	14%
Hace que mi gato coma más de la porción normal	18%	20%	16%	9%	10%	10%	9%	10%	4%	12%	14%	8%	13%	19%	11%	7%	9%	9%	8%	7%	6%	8%	14%	15%
Le sienta mal a la digestión mi gato	12%	14%	14%	8%	7%	4%	4%	1%	0%	5%	6%	7%	9%	6%	5%	4%	5%	4%	9%	9%	10%	4%	3%	4%
No lo llena	9%	14%	11%	4%	5%	4%	1%	2%	1%	5%	4%	4%	6%	6%	6%	5%	4%	3%	7%	7%	6%	4%	3%	4%
Mi gato no se lo come	15%	13%	14%	6%	6%	5%	2%	2%	5%	6%	6%	7%	9%	9%	6%	5%	8%	6%	12%	9%	11%	5%	4%	8%
Hace que mi gato se vomite	10%	12%	11%	4%	5%	3%	1%	4%	1%	3%	5%	4%	7%	6%	6%	4%	4%	3%	8%	7%	5%	1%	2%	3%
No rinde	7%	8%	10%	7%	8%	12%	4%	7%	7%	9%	7%	8%	6%	7%	4%	7%	9%	5%	5%	7%	6%	12%	6%	8%
Es costosa	3%	5%	3%	34%	39%	37%	61%	52%	44%	28%	27%	28%	3%	6%	4%	16%	22%	21%	1%	5%	4%	35%	28%	41%
BASE	749	733	826	836	800	784	125	134	139	687	697	689	340	290	381	298	372	475	360	407	342	97	155	219

	EQUILIBRIO			Chunky			AGILITY GOLD			max cat			NUTRA NUGGETS			PUPPY CAT			NUTRE CAT			PURINA			felix		
	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 1	Ola 2	Ola 3
Tiene colorantes artificiales	9%	7%	18%	2%	16%	15%	1%	12%	8%	7%	11%	11%	6%	9%	6%	7%	13%	8%	13%	8%	11%	12%	0%	10%	12%	0%	9%
Hace que mi gato coma más de la porción normal	3%	5%	4%	3%	8%	7%	0%	1%	7%	7%	5%	10%	2%	4%	4%	12%	12%	13%	5%	4%	4%	3%	10%	4%	3%	10%	4%
Le sienta mal a la digestión mi gato	0%	2%	0%	0%	6%	6%	1%	1%	1%	6%	3%	2%	4%	2%	2%	3%	5%	3%	4%	2%	3%	5%	5%	3%	5%	5%	2%
No lo llena	0%	1%	1%	0%	3%	5%	0%	0%	1%	2%	1%	5%	1%	1%	1%	7%	3%	1%	2%	2%	2%	NA	5%	0%	1%	NA	4%
Mi gato no se lo come	3%	3%	2%	1%	6%	7%	1%	1%	6%	6%	4%	3%	1%	2%	3%	3%	2%	4%	4%	4%	3%	5%	0%	4%	5%	0%	4%
Hace que mi gato se vomite	0%	2%	3%	0%	5%	4%	1%	4%	1%	5%	4%	0%	0%	2%	2%	2%	2%	1%	3%	3%	2%	3%	0%	3%	3%	0%	2%
No rinde	6%	5%	4%	0%	4%	6%	0%	1%	4%	6%	5%	7%	3%	1%	4%	5%	4%	3%	1%	2%	2%	2%	3%	2%	2%	3%	5%
Es costosa	29%	39%	35%	1%	13%	11%	34%	37%	42%	28%	20%	10%	25%	23%	17%	4%	4%	5%	14%	10%	9%	12%	48%	6%	12%	48%	7%
BASE	52	77	83	364	533	584	18	85	143	101	155	168	62	110	104	206	251	348	605	539	437	236	8	288	236	8	304

* Base concedores

↑ ↓ Dif. Significativas entre olas =o1 - 02 - 03



GRACIAS!!

