



# ALIMENTOS CONCENTRADOS PARA MASCOTAS

POSICIONAMIENTO DE MARCA  
PERROS

Informe Tíbet IV  
No. Proyecto: 7766

Abril 2022



Alimentos Polar

connecto



## Objetivo General

Determinar el posicionamiento de marcas en la categoría de alimento concentrado para perros

### Objetivos Específicos

- Penetración de la categoría en hogares (a través de incidencias)
- Hábitos de compra:
  - Frecuencia de compra de la categoría
  - Marca más comprada en los últimos 2 meses
  - Otras marcas compradas en los últimos 2 meses
  - Marca probada (comprada alguna vez)
  - Marca abandonada. Razones
  - Marca Rechazada- Razones
  - Forma de compra
  - Presentación, variedad y cantidad comparada habitualmente
  - Marca preferida. Razones
- Conocimiento de marcas
  - TOM
  - Espontáneo
  - Ayudado
- Ranking de importancia de los principales atributos de la categoría funcionales y de imagen de marca
- Entender el posicionamiento de las marcas de la categoría
- Establecer el mapa de posicionamiento de atributos y marcas





## 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

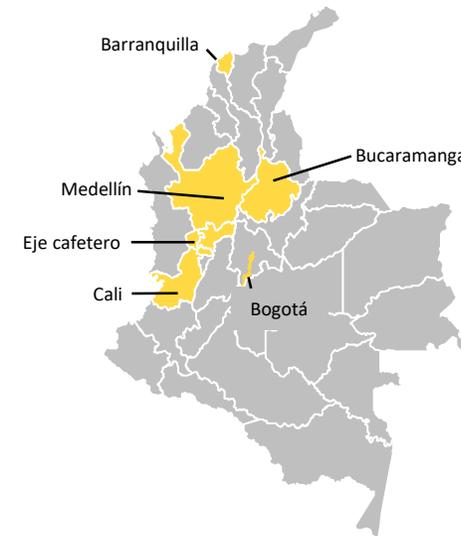
- Hombres y mujeres con perro, responsables de la compra del alimento concentrado para su mascota.
- NSE representado por estratos 2, 3 y 4.
- Entre 25 y 55 años

# Ficha técnica



## COBERTURA

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





## PONDERACIÓN



## ALCANCE

### 2019:

Se realizaron 1064 encuestas distribuidas de la siguiente manera:

	Sin ponderar	% sin ponderar	Ponderada	% ponderado
<b>Bogotá</b>	301	28%	547	51%
<b>Medellín</b>	205	19%	171	16%
<b>Cali</b>	202	19%	165	16%
<b>Barranquilla</b>	152	14%	85	8%
<b>Bucaramanga</b>	102	10%	36	3%
<b>Eje Cafetero</b>	102	10%	60	6%

<b>Estrato 2</b>	356	34%	437	41%
<b>Estrato 3</b>	354	33%	448	42%
<b>Estrato 4</b>	354	33%	179	17%
<b>TOTAL</b>	<b>1.064</b>	<b>100%</b>	<b>1.064</b>	<b>100%</b>

Tenencia de perros	42%
Penetración alimento perro	97%

### 2021:

Se realizaron 1059 encuestas distribuidas de la siguiente manera:

	Sin ponderar	% sin ponderar	Ponderada	% ponderado
<b>Bogotá</b>	300	28%	544	51%
<b>Medellín</b>	201	19%	170	16%
<b>Cali</b>	202	19%	164	16%
<b>Barranquilla</b>	152	14%	85	8%
<b>Bucaramanga</b>	101	10%	36*	3%
<b>Eje Cafetero</b>	103	10%	59*	6%

<b>Estrato 2</b>	354	33%	435	41%
<b>Estrato 3</b>	355	34%	446	42%
<b>Estrato 4</b>	350	33%	178	17%
<b>TOTAL</b>	<b>1.059</b>	<b>100%</b>	<b>1.059</b>	<b>100%</b>

Tenencia de perro	51%
Penetración alimento perro	97%

No se consideraron cuotas por edad ni género.

### 2022:

Se realizaron 1050 encuestas distribuidas de la siguiente manera:

	Sin ponderar	% sin ponderar	Ponderada	% ponderado
<b>Bogotá</b>	300	29%	540	51%
<b>Medellín</b>	200	19%	169	16%
<b>Cali</b>	200	19%	163	16%
<b>Barranquilla</b>	150	14%	84	8%
<b>Bucaramanga</b>	100	10%	36	3%
<b>Eje Cafetero</b>	100	10%	59	6%

<b>Estrato 2</b>	349	33%	432	41%
<b>Estrato 3</b>	351	33%	442	42%
<b>Estrato 4</b>	350	33%	176	17%
<b>TOTAL</b>	<b>1.050</b>	<b>100%</b>	<b>1.050</b>	<b>1.050</b>

Tenencia de perro	50%
Penetración alimento perro	98%

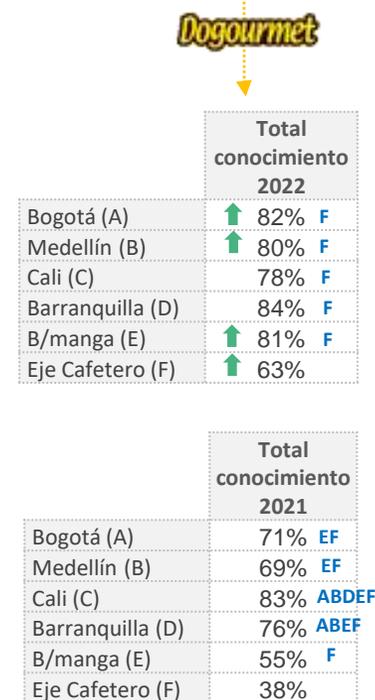
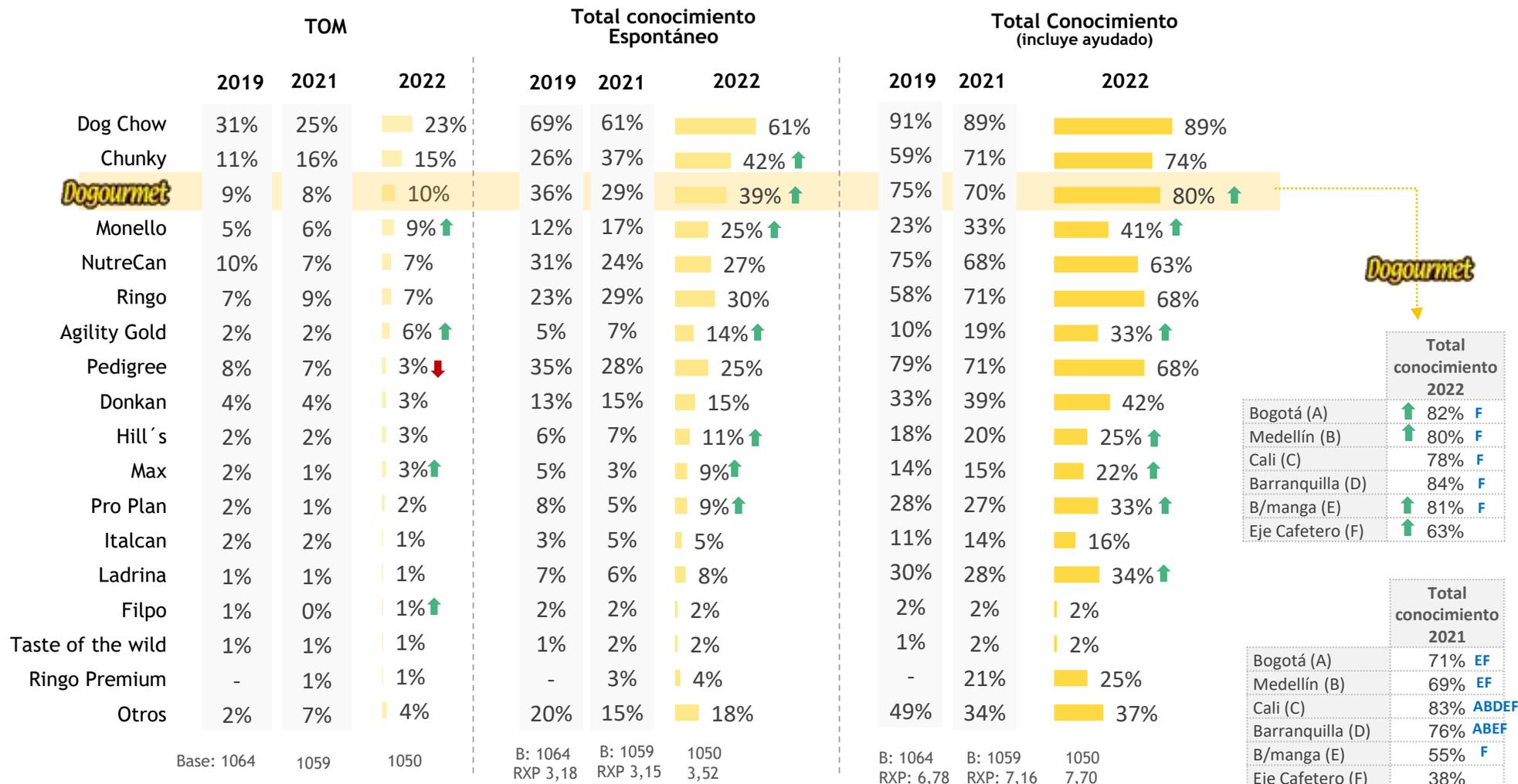
# DINÁMICA DE MARCAS

## APRENDIZAJES:

- Dog Chow continúa siendo la marca líder de la categoría, manteniendo sus indicadores de conocimiento, preferencia y compra. La marca cuenta con un incremento relevante en intención de compra, aunque presenta decrecimiento en recordación publicitaria.
- Chunky se encuentra muy cerca a la marca líder, al mantener sus indicadores estables. Sin embargo, no presenta aumentos significativos en ninguno de los aspectos evaluados.
- Dogourmet se destaca, al presentar un notorio avance en conocimiento, recordación publicitaria e intención de compra.
- De las marcas que se han movido positivamente (aunque con bajos porcentajes) resaltan Monello, Agility Gold y Max.
- Por el contrario, la marca que más ha perdido es Pedigree, cayendo en casi todos sus indicadores.



# Conocimiento de marcas



Dog Chow se mantiene sin cambios y sigue siendo la marca líder de la categoría, mientras que Dogourmet crece significativamente, sobre todo en Bogotá, Medellín, Bucaramanga y Eje Cafetero.

Dentro de la categoría varias marcas vienen creciendo; algunas como Monello, Agility Gold y Max, presentan incrementos significativos en todas las evaluaciones de conocimiento (Top of Mind, espontáneo y ayudado).

↑ ↓ Dif. Significativas entre olas



# Recordación publicitaria

connecta

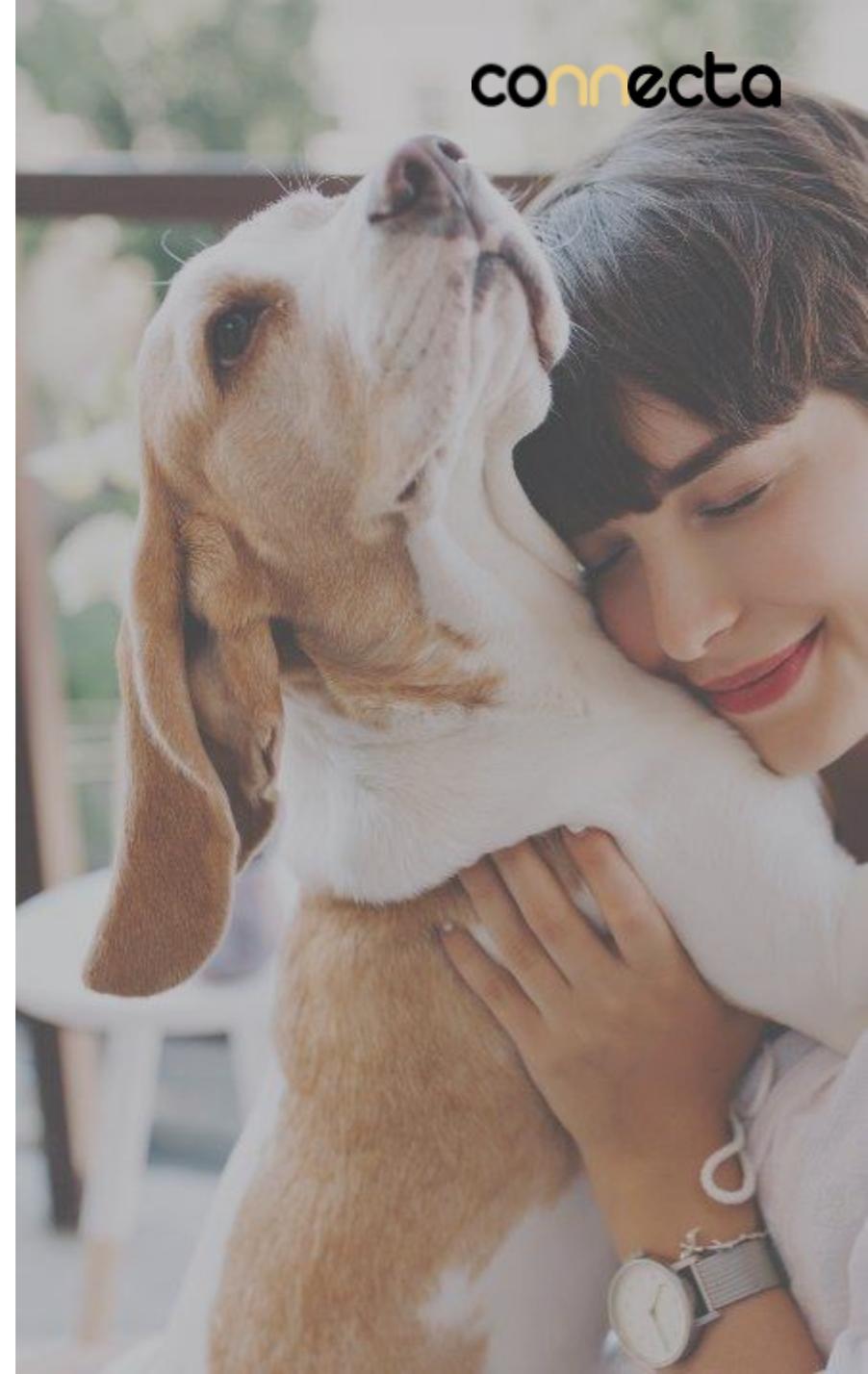
## Recordación Publicitaria

	2019	2021	2022
Dog Chow	39%	35%	29% ↓
<b>Dogourmet</b>	23%	17%	25% ↑
Pedigree	21%	13%	11%
Chunky	8%	11%	11%
NutreCan	12%	8%	6%
Ringo	6%	8%	6%
Monello	2%	3%	5% ↑
Donkan	2%	3%	5% ↑
Hill´s	1%	2%	3%
Agility Gold	1%	2%	3%
Pro Plan	2%	2%	2%
Max	1%	1%	2%
Otro	2%	4%	4%
Ninguna	22%	29%	29%
No sabe / No contesta	8%	3%	4%
Base:	1064	1059	1050
RXP:	1,54	1,40	1,45

La recordación publicitaria disminuye para Dog Chow y aumenta para Dogourmet que se acerca a la líder.

Las demás marcas se mantienen sin cambios significativos, exceptuando Monello y Donkan que presentan un leve crecimiento.

↑ ↓ Dif. Significativas entre olas





# Preferencia

El crecimiento a nivel de preferencia está en las marcas Monello, Agility Gold y Max. Sin embargo, Dog Chow y Chucky siguen siendo las marcas preferidas, al considerarse de calidad y mantener la salud de la mascota.

Dogourmet por su parte se posiciona en el tercer lugar de preferencia, aumentando significativamente en Bucaramanga, pero disminuyendo en Barranquilla.

	TOM Preferida			Total Preferida		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Dog Chow	24%	17%	18%	36%	29%	27%
Chunky	11%	16%	14%	15%	24%	22%
<b>Dogourmet</b>	9%	8%	10%	17%	14%	18%
Monello	7%	7%	10% ↑	10%	10%	14% ↑
NutreCan	11%	9%	7%	16%	11%	12%
Ringo	7%	10%	7%	11%	14%	11%
Agility Gold	2%	2%	6% ↑	3%	4%	9% ↑
Donkan	5%	4%	4%	7%	6%	6%
Max	2%	2%	4% ↑	3%	2%	5% ↑
Pedigree	5%	5%	3% ↓	13%	12%	8% ↓
Hill's	2%	3%	2%	3%	4%	5%
Pro Plan	3%	1%	2%	5%	2%	4%
Italcan	2%	2%	1%	3%	3%	2%
Filpo	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Otros	7%	11%	10%	9%	14%	12%
Ninguna	1%	1%	1%	42%	47%	45%
No sabe / No contesta	1%	1%	0%	5%	4%	2%
Base:	1064	1059	1050	1064	1059	1050
				2,03	2,04	2,08

	Total preferida 2022
Bogotá (A)	18%
Medellín (B)	13%
Cali (C)	25%
Barranquilla (D)	17% ABF
B/manga (E)	33% ABDF
Eje Cafetero (F)	9%
	Total preferida 2021
Bogotá (A)	13% B
Medellín (B)	8%
Cali (C)	18% AB
Barranquilla (D)	29% ABCEF
B/manga (E)	19% ABF
Eje Cafetero (F)	15% B

Razones de Preferencia	DOG CHOW			Chunky		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Por su calidad	37%	46%	51%	45%	34%	54% ↑
Favorece la salud de mi perro	41%	34%	37%	42%	45%	39%
Es una marca reconocida	33%	32%	28%	24%	22%	27%
Mantiene brillante el pelaje del perro	17%	17%	22%	25%	12%	24% ↑
Por su precio/es económica	16%	13%	21%	16%	12%	23% ↑
Es una marca recomendada por opinión del veterinario	12%	11%	17%	10%	20%	20%
Es rendidora/ rinde más	18%	15%	16%	23%	17%	17%
Es de tradición	15%	16%	15%	15%	9%	16%
Por su olor agradable	9%	10%	15%	10%	9%	15%
Tiene variedad de sabores	16%	15%	13%	16%	6%	13%
Mantiene los excrementos consistentes y sin mal olor	9%	12%	12%	16%	9%	10%
Le gusta a su mascota	1%	3%	2%	1%	3%	2%
Tiene el contenido adecuado de nutrientes	2%	2%	2%	52%	46%	1% ↓
Por los ingredientes que contiene	52%	44%	0% ↓	-	7%	1% ↓
Otros	3%	2%	2%	4%	2%	-
Base:	272	203	226	128	149	144
RXP:	2,78	2,75	2,51	2,98	2,51	2,62

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



# Dinámica de Compra

connecta

	Marca más comprada en el último mes			Otras marcas compradas en el último mes			Total marcas compradas		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Dog Chow	23%	18%	19%	7%	5%	5%	29%	23%	24%
Chunky	11%	16%	14%	3%	5%	6%	14%	21%	20%
Dogourmet	10%	9%	10%	5%	4%	4%	14%	13%	15%
NutreCan	11%	8%	7%	3%	2%	3%	14%	10%	10%
Ringo	8%	10%	8%	2%	4%	3%	10%	13%	11%
Monello	6%	7%	10% ↑	2%	2%	3% ↑	8%	8%	13% ↑
Pedigree	5%	5%	3% ↓	3%	4%	2%	8%	9%	5% ↓
Donkan	5%	5%	4%	2%	1%	2%	7%	6%	5%
Agility Gold	2%	2%	6% ↑	-	1%	2%	2%	3%	7% ↑
Max	3%	2%	4% ↑	-	0%	2% ↑	3%	1%	5% ↑
Hill's	2%	2%	2%	1%	1%	2%	3%	3%	4%
Italcan	2%	2%	1%	-	1%	0%	2%	3%	2%
Pro Plan	2%	1%	2%	1%	0%	1%	3%	2%	2%
Filpo	1%	1%	1%	-	0%	0%	1%	1%	1%
Ladrina	2%	1%	1%	1%	0%	1%	3%	1%	2%
Nutra Nuggets	1%	1%	1%	-	0%	0%	1%	2%	0% ↓
Magic Friend	1%	2%	1%	-	0%	0%	1%	2%	1%
Otros	5%	7%	6%	-	1%	2%	4%	7%	8%
Ninguna	-	-	-	68%	70%	67%	68%	70%	67%
No sabe / No contesta	-	1%	0%	3%	1%	1%	4%	1%	1%
	Base: 1064	1059	1050	Base: 1064	1059	1050	Base: 1064	1059	1050
				RXP: 1,03	1,08	1,08	RXP: 2,03	2,04	2,08

En línea con el conocimiento y la preferencia, la compra dentro de la categoría está siendo principalmente abarcada por Dog Chow, Chunky y Dogourmet. Aunque cabe resaltar que estas marcas no cuentan con cambios relevantes en sus indicadores, mientras que nuevamente Monello, Agility Gold y Max presentan incrementos significativos.



↑ ↓ Dif. Significativas entre olas

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

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

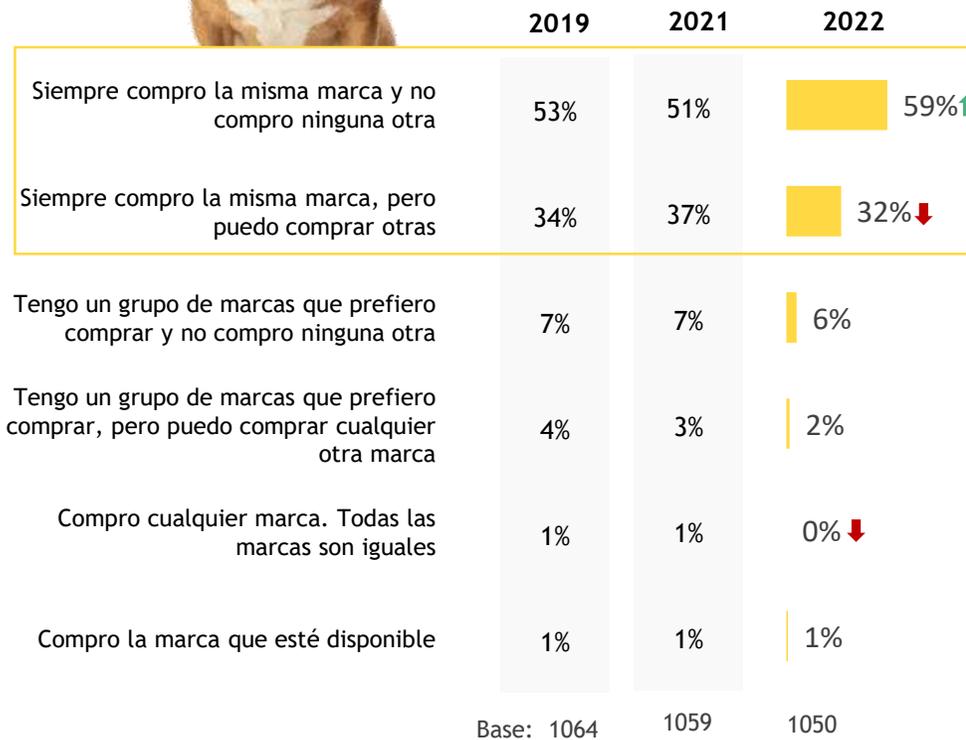
H.3. Y cuales otras marcas ha comprado alguna vez?



# Lealtad de Marca



La lealtad se fortalece dentro de la categoría, sobre todo en Bogotá y el Eje cafetero. No obstante, en Bucaramanga aunque siempre se compra la misma marca, se abre la posibilidad de adquirir otras.



Bogotá (A)			Medellín (B)			Cali (C)			Barranquilla (D)			Bucaramanga (E)			Eje Cafetero (F)		
2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
53%	54%	69%↑ BCDE	51%	52%	53% CD	65%	32%	37%	26%	43%	36%	55%	67%	47%↓	62%	70%	80% BCDE
31%	33%	25%↓	37%	31%	29%	30%	66%	55%↓ ABEF	56%	42%	46% ABF	39%	19%	34%↑	29%	23%	15%
8%	9%	4%↓	8%	9%	10%	4%	1%	6%↑	4%	3%	10%↑ AF	2%	9%	12% AF	4%	4%	3%
5%	2%	1%	4%	8%	7% ACD	1%	1%	2%	6%	2%	0%	2%	3%	2%	4%	1%	2%
1%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	7%	4%	1%	0%	2%	4% ABCF	1%	1%	0%
2%	1%	1%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	1%	6%	7% ABCF	2%	0%	1%	0%	1%	0%
301	300	300	205	201	200	202	202	200	152	152	150	102	101	100	102	103	100

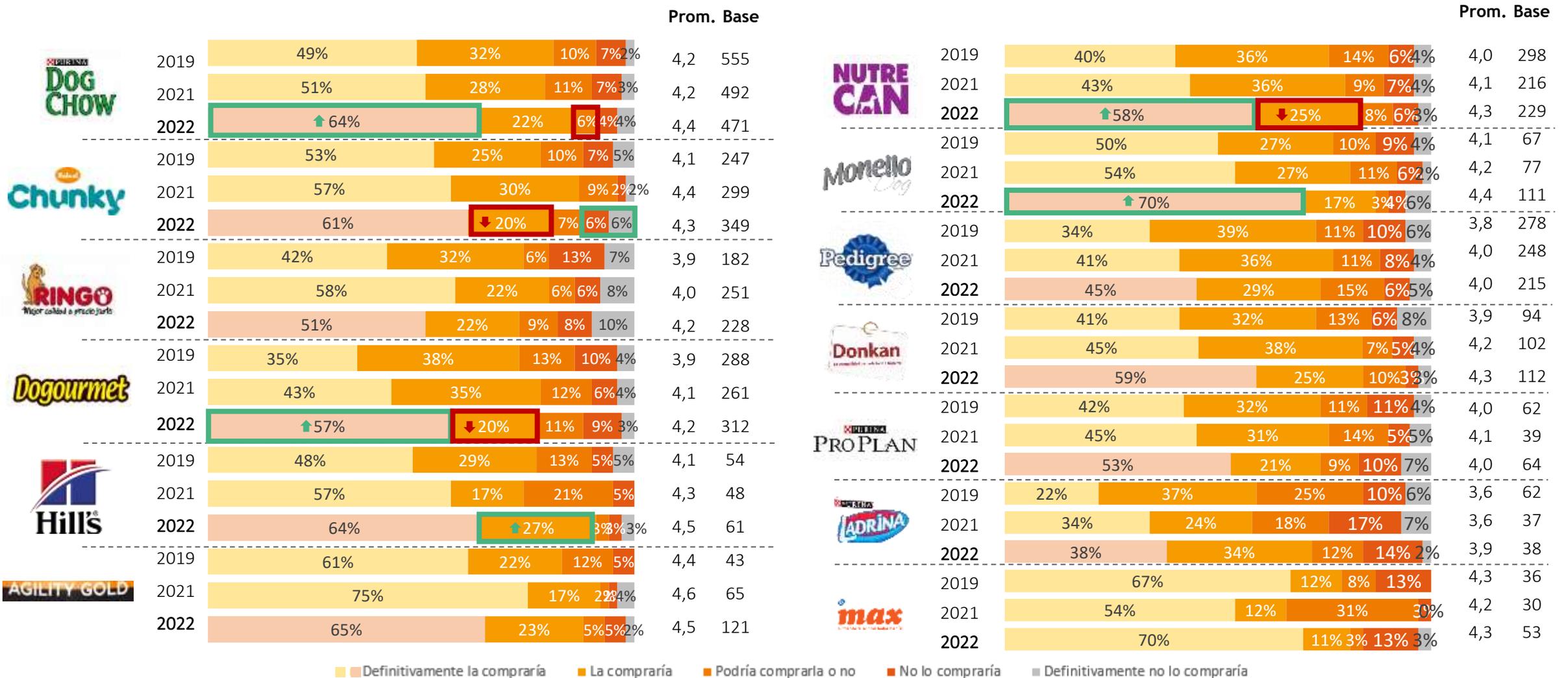
ABCDEF Diferencias significativas entre ciudades

↓↑ Dif. Significativas entre olas



# Intención de Compra

La intención de compra aumenta para Dog Chow, Dogourmet, Nutre Can y Monello. Las demás marcas se mantienen constantes frente a los resultados del 2021.



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

Nota: esta pregunta se aplicó para cada una de las marcas de concentrado/alimento para perros que han sido compradas alguna vez o en el último mes.

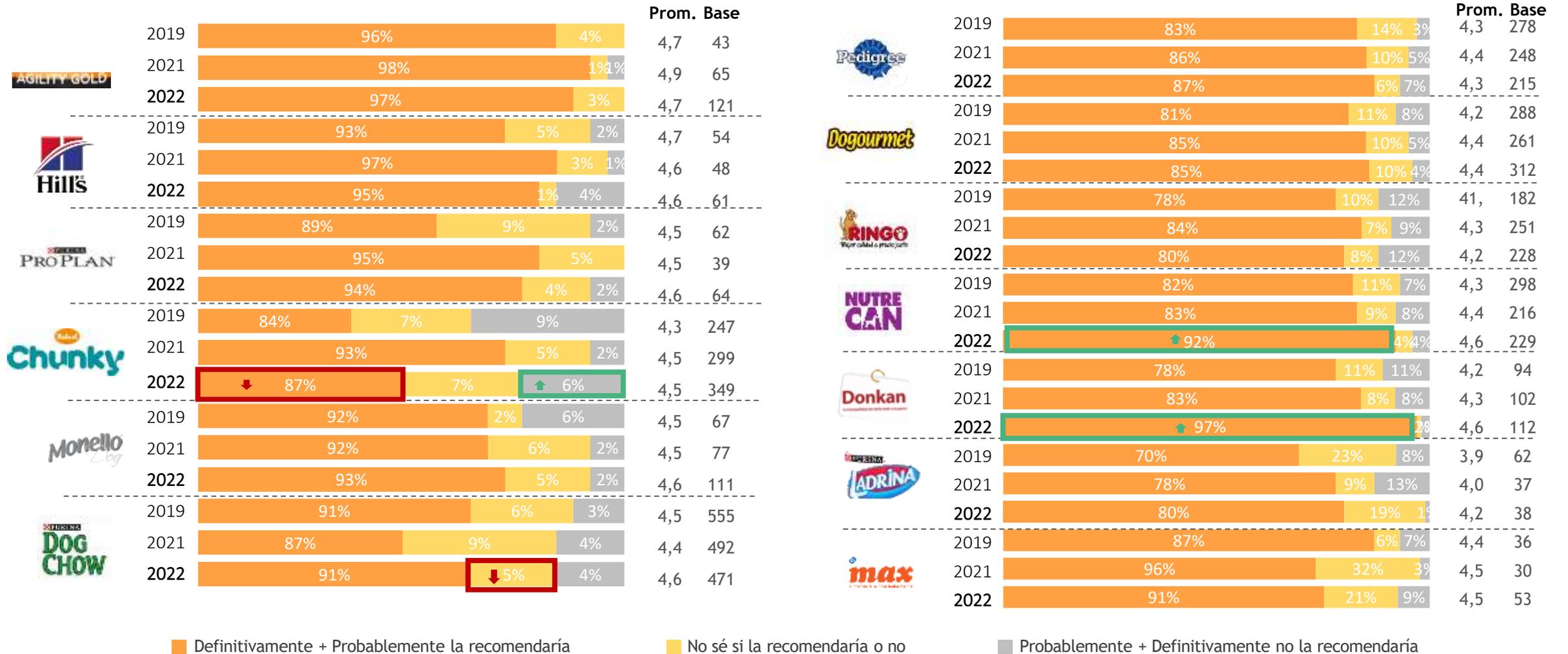
H6. Pensando en la próxima vez que tenga que hacer la compra de concentrado/alimento para perro, ¿qué tan dispuesto estaría usted a comprar la marca \_\_\_\_\_ de acuerdo a la siguiente escala...

↓ ↑ Dif. Significativas entre olas



# Nivel de Recomendación

A nivel general, la recomendación se mantiene estable con excepción de tres marcas; Donkan y Nutre Can, que presentan crecimiento en sus indicadores y Chunky que contrario a esto, decrece.





# Abandono de Marcas

## Marcas que ha dejado de comprar

	2019	2021	2022
Dog Chow	13%	13%	9% ↓
Dogourmet	9%	9%	7%
Chunky	6%	6%	7%
Pedigree	9%	7%	5% ↓
Ringo	6%	6%	5%
Monello	3%	3%	5%
NutreCan	5%	4%	3%
Pro Plan	2%	2%	2%
Hill's	2%	2%	2%
Agility Gold	0%	2%	2%
Ladrina	2%	1%	1%
Donkan	3%	1%	1%
Max	1%	1%	1%
Otros	2%	5%	2%
Ninguna	49%	49%	57%
No sabe / No contesta	6%	2%	3%

Base: 1064    1059    1050  
RXP: 1,19    1,17    1,14

El abandono de marcas se da en baja proporción, siendo lógico que sea más evidente en la líder de la categoría. Las razones que se asocian a estos pocos casos están relacionadas con problemas estomacales, la falta de agrado por parte del perro, el costo y la calidad.

Razones Principales de Abandono	DOG CHOW			Dogourmet			Pedigree		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Problemas estomacales y de deposición	27%	36%	41%	40%	38%	36%	25%	32%	46%
No le gusta a mi perro	24%	38%	38%	40%	38%	36%	25%	35%	41%
Es costosa	30%	31%	28%	27%	24%	22%	33%	32%	19%
Por mala calidad	5%	3%	15%	11%	3%	11%	4%	4%	11%
No favorece la salud de mi perro	22%	22%	13%	24%	23%	16%	13%	17%	15%
Por opinión del veterinario	9%	6%	10%	3%	8%	7%	6%	8%	9%
Los componentes no son adecuados para el animal	1%	1%	6%	0%	1%	0%	8%	0%	0%
Hace que se le caiga el pelo a mi mascota	4%	2%	1%	3%	7%	2%	8%	0%	2%
No mantiene el pelaje suave y brillante	5%	3%	0%	0%	1%	1%	4%	0%	0%
No deja consistentes los excrementos	3%	3%	0%	2%	4%	3%	6%	0%	2%
No es rendidora/ rinde menos	2%	2%	0%	1%	0%	2%	2%	3%	2%
Otros	10%	10%	5%	8%	19%	15%	12%	9%	3%
Base	115	117	85	78	73	68	90	73	49
RPP	1,43	1,52	1,58	1,59	1,62	1,51	1,47	1,07	1,14

H.4. Cuáles marcas de concentrado/alimento para su perro ha dejado de comprar?  
H.4.1 Usted me dijo que dejó de comprar \_\_\_\_\_ ¿Qué lo motivo a dejar de comprar esta marca?



# ANÁLISIS DE IMAGEN

## APRENDIZAJES:

- Dog Chow, Chunky y Dogourmet se mantienen como las marcas más fuertes de la categoría tanto a nivel de producto como de imagen.
- Monello y Nutre Can toman fuerza y se posicionan cerca a las marcas líderes.
- Entre las marcas que se mantienen estables, aunque con debilidades en conocimiento se destacan Hills y Agility Gold.
- Ringo desciende en imagen al presentar bajas asociaciones, similar ocurre con Pedigree que desciende pero en asociaciones de producto. Mientras que Max presenta un crecimiento generalizado.



## ATRIBUTOS DE PRODUCTO EVALUADOS

Tiene variedad de recetas para mi perro
Tiene el sabor que le gusta a mi perro
Es para todas las razas
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad del perro
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios para el perro
Favorece la salud del perro lo mantiene con vigor/ entusiasmo
Mantiene brillante el pelaje del perro
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor
Es rendidor
Su empaque es práctico
Tiene más proteína
Ayuda con la digestión / Fortalece el sistema digestivo
Tiene variedad de sabores como arroz, carne, pollo, verduras, etc
Tiene pepitas de formas y colores
Tiene carne de verdad
Ingredientes de alta calidad
Ayuda a fortalecer sus defensas
Hace feliz a mi perro
Cuida los dientes de mi perro
Que satisfaga al perro / que lo llene/ que no quede con hambre
No tienen colorantes ni preservantes/ es natural
Con DHA para el desarrollo del cerebro





# Ranking de Atributos de la Categoría

	Ranking		
	2019	2021	2022
Tiene el sabor que le gusta a mi perro	11%	8%	9%
Ayuda con la digestión	7%	7%	8%
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios para el perro	9%	8%	8%
Ayuda a fortalecer sus defensas	4%	7%	7%
Hace feliz a mi perro	6%	6%	7%
Favorece la salud del perro lo mantiene con vigor/ entusiasmo	7%	6%	6%
Mantiene brillante el pelaje del perro	7%	7%	6%
Tiene más proteína	4%	6%	6%
Ingredientes de alta calidad	4%	5%	6%
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	8%	6%	6%
Que satisfaga al perro / que lo llene/ que no quede con hambre	4%	5%	4%
Es rendidor	6%	5%	4%
Es para todas las razas	6%	3%	4%
Tiene variedad de sabores como arroz, carne, pollo, verduras, etc	2%	3%	3%
Tiene carne de verdad	1%	3%	2%
Cuida los dientes de mi perro	2%	3%	2%
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad del perro	4%	2%	2%
Con DHA para el desarrollo del cerebro	0%	1%	2%
No tienen colorantes ni preservantes/ es natural	1%	2%	2%
Tiene pepitas de formas y colores	1%	2%	2%
Tiene variedad de recetas para mi perro	4%	2%	2%
Su empaque es práctico	1%	2%	1%
	1064	1059	1050

2022			
Primera Posición	Segunda y Tercera Posición	Cuarta y Quinta Posición	Sexta y Séptima Posición
14%	13%	12%	13%
10%	14%	16%	11%
8%	17%	16%	12%
7%	14%	13%	14%
7%	14%	9%	7%
6%	11%	9%	11%
6%	14%	12%	13%
5%	16%	10%	9%
5%	14%	12%	11%
4%	8%	7%	9%
4%	12%	12%	12%
4%	7%	7%	6%
3%	8%	9%	10%
3%	5%	7%	6%
2%	5%	5%	4%
2%	3%	3%	4%
2%	6%	5%	4%
2%	5%	5%	7%
2%	3%	2%	3%
2%	4%	6%	4%
1%	4%	3%	3%
1%	2%	3%	4%



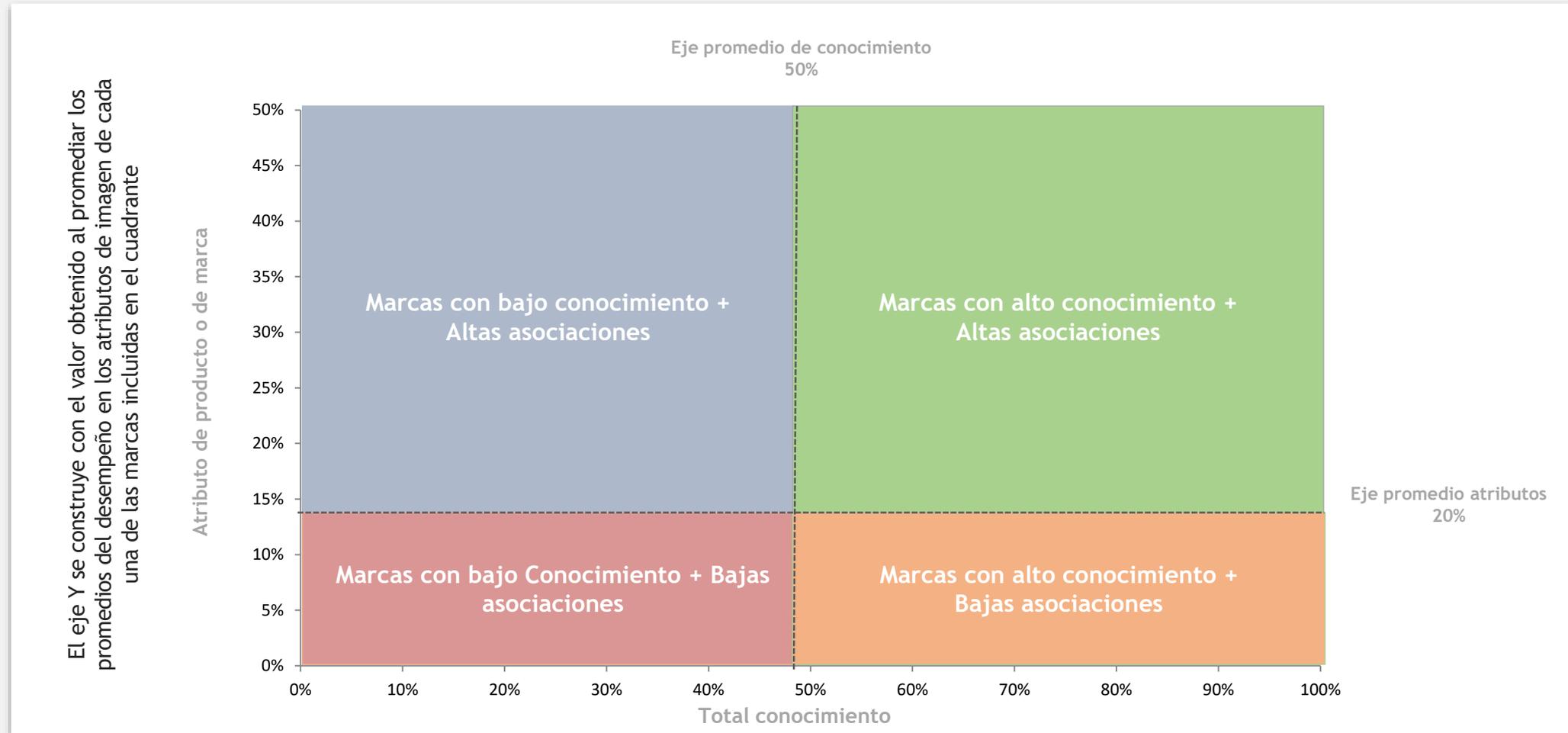
R1. Ahora le voy leer unos atributos, por favor ponga mucha atención y vaya pensando cuáles son los más importantes para usted. Después de haber escuchado todos los atributos podría decirme cuál es el MÁS importante para usted al momento de preferir un concentrado/alimento para su mascota? Ahora de los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



# METODOLOGÍAS DE ANÁLISIS

Análisis de conocimiento e imagen

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





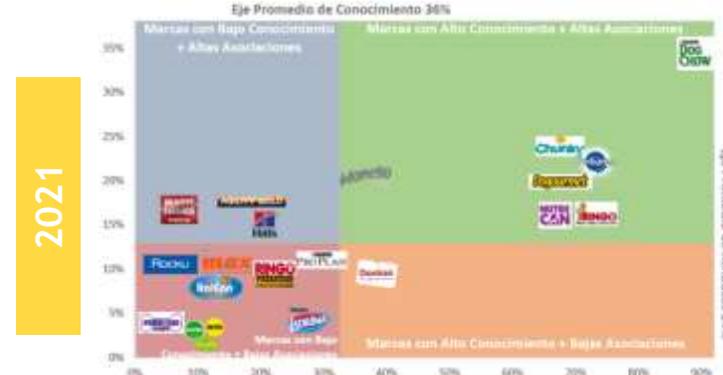
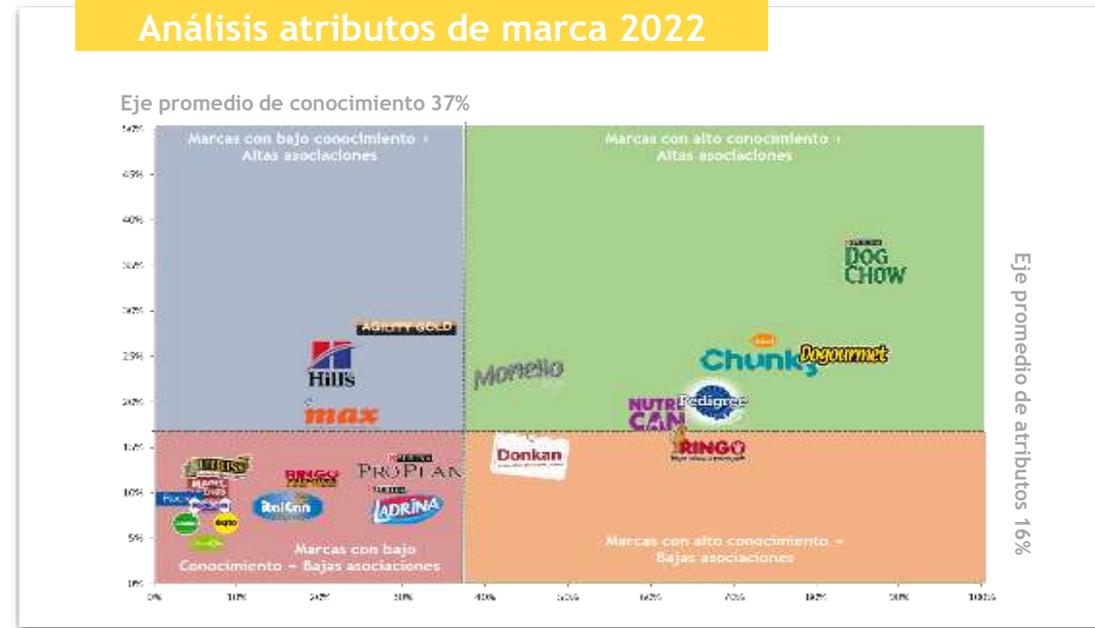
# ANÁLISIS DE CONOCIMIENTO E IMAGEN

A nivel de producto es donde se han dado cambios respecto al 2021, Nutre Can y Monello se han fortalecido. A nivel de marca Ringo la marca que se debilitó a nivel de asociaciones.

## Análisis atributos de producto 2022



## Análisis atributos de marca 2022



# ANÁLISIS DE MARCAS LÍDERES



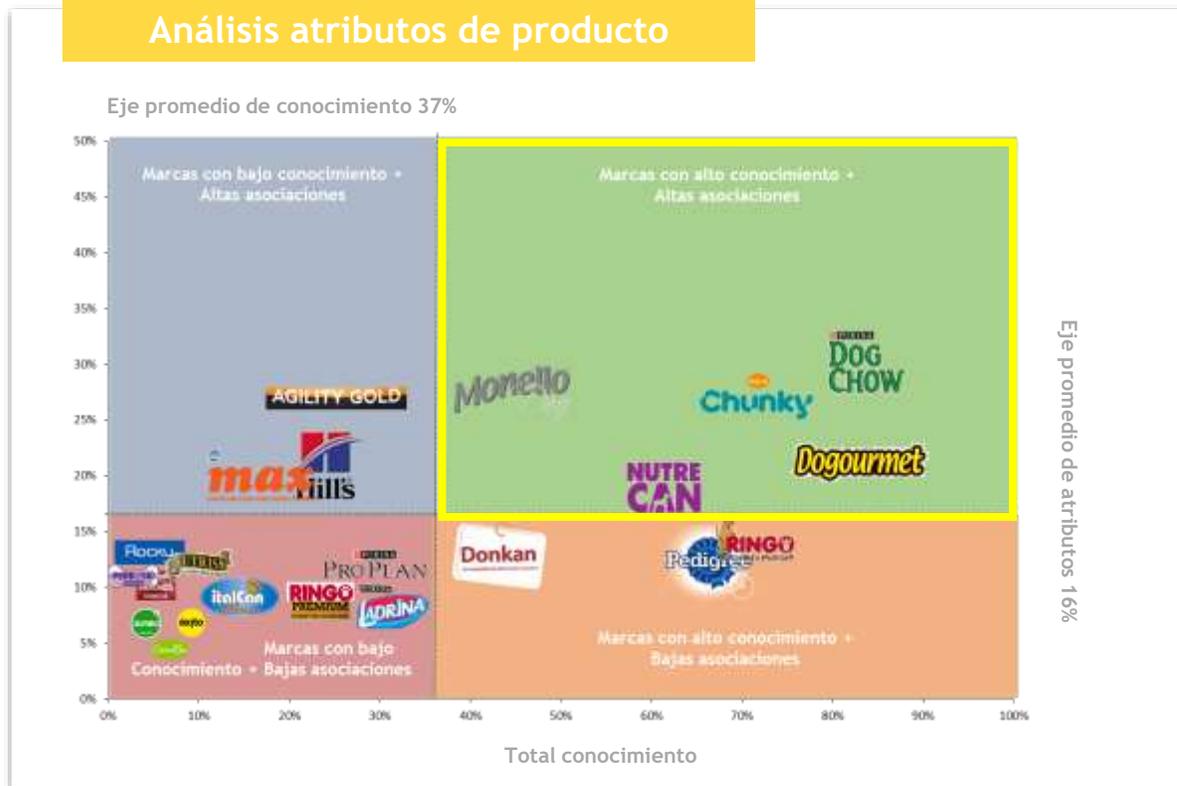
## APRENDIZAJES:

- A nivel general las marcas mantienen sus asociaciones a nivel de producto; Dogourmet y Dog Chow crecen en algunos atributos, mientras que Chunky y Monello decaen en temas puntuales (Chunky en rendimiento y practicidad - Monello en pepas de formas y colores).
- Los diferenciales a nivel de producto son pocos y puntuales: Dog Chow y Chunky logran resaltar por tener pepas de formas y colores, Dogourmet por la variedad de sabores.
- A nivel de imagen varias marcas crecen en algunos de sus atributos, donde resaltan Monello y Dogourmet. Mientras que Dog Chow pierde a nivel de publicidad y ofertas.
- Dog Chow sigue considerándose como la marca de tradición dentro de la categoría, y a pesar de perder a nivel de publicidad, sigue resaltando a este nivel en la categoría.
- Dogourmet también resalta por la publicidad, y además por su presencia en redes.



# ANÁLISIS DE CONOCIMIENTO E IMAGEN

## Análisis atributos de producto



## Análisis atributos de marca





### Ilustrativo

Alto conocimiento altas asociaciones	Doggystow		Monello	
	Ola 1	Ola 2	Ola 1	Ola 2
Es para todas las razas	-1	0	-4	-2
Tiene variedad de opciones según tamaño y edad	7	3	7	-1
Ingredientes de alta calidad	-4	1	1	1
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios	-5	1	4	1
Tiene variedad de sabores arroz, carne, pollo, etc	12	6	0	-5
Ayuda a fortalecer sus defensas	-3	-1	6	4
Tiene pepitas de formas y colores	N/A	3	N/A	3
Tiene variedad de recetas para mi perro	7	5	1	-5
Su empaque es practico	N/A	-2	N/A	-2
Tiene comida húmeda	14	13	-6	-9
Mantiene brillante el pelaje del perro	-4	-2	6	4
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	-5	-2	4	6
Tiene más proteína	-5	1	3	-1
Ayuda con la digestión	-3	-5	1	6
Favorece la salud del perro lo mantiene con vigor	-1	-3	10	10

## ¿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

Las marcas pertenecientes a este cuadrante mantienen la mayoría de sus atribuciones. Dogourmet y Dog Chow presentan un aumento en relación a la carne de verdad y a la forma y color de sus pepas.

Chunky y Monello decaen en algunas asociaciones

	Dog Chow			Chunky			NUTRE CAN			Monello Dog			Dogourmet		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios para el perro	45%	33%	31%	27%	29%	27%	22%	18%	18%	35%	31%	31%	25%	20%	22%
Ayuda con la digestión	39%	31%	31%	26%	29%	28%	22%	18%	16%	41%	31%	33%	23%	19%	21%
Tiene el sabor que le gusta a mi perro	37%	29%	30%	26%	30%	28%	20%	17%	16%	43%	29%	31%	24%	19%	19%
Hace feliz a mi perro	37%	28%	30%	23%	28%	27%	21%	16%	17%	40%	28%	31%	21%	17%	19%
Favorece la salud del perro lo mantiene con vigor/ entusiasmo	38%	29%	32%	25%	29%	27%	20%	17%	17%	42%	28%	29%	24%	18%	20%
Mantiene brillante el pelaje del perro	39%	30%	31%	24%	27%	25%	18%	16%	16%	36%	26%	30%	23%	18%	19%
Ayuda a fortalecer sus defensas	42%	32%	33%	26%	29%	27%	21%	17%	18%	38%	29%	31%	24%	19%	22%
Ingredientes de alta calidad	46%	34%	34%	24%	27%	26%	21%	18%	19%	36%	31%	31%	28%	22%	25%
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	39%	28%	30%	23%	28%	26%	20%	17%	17%	38%	27%	28%	24%	17%	20%
Tiene más proteína	39%	29%	34%	23%	26%	26%	19%	15%	16%	29%	30%	31%	23%	18%	22%
Que satisfaga al perro / que lo llene/ que no quede con hambre	37%	27%	29%	24%	29%	26%	20%	16%	17%	41%	28%	31%	22%	16%	21%
Es rendidor	35%	27%	27%	23%	29%	24%	19%	15%	16%	32%	26%	22%	21%	17%	16%
Es para todas las razas	49%	37%	41%	29%	33%	32%	28%	21%	25%	37%	26%	31%	32%	25%	29%
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad del perro	49%	38%	39%	29%	31%	29%	24%	21%	20%	36%	34%	33%	30%	20%	25%
Tiene variedad de sabores como arroz, carne, pollo, verduras, etc	44%	34%	37%	27%	29%	26%	16%	17%	15%	25%	26%	27%	31%	25%	33%
Cuida los dientes de mi perro	37%	27%	29%	25%	26%	25%	17%	15%	15%	26%	25%	29%	22%	16%	17%
Tiene variedad de recetas para mi perro	40%	32%	30%	22%	27%	23%	19%	16%	14%	22%	24%	23%	30%	22%	22%
Con DHA para el desarrollo del cerebro	0%	23%	27%	0%	20%	23%	0%	14%	12%	0%	22%	24%	0%	14%	18%
Tiene carne de verdad	29%	21%	26%	19%	22%	23%	14%	14%	13%	18%	15%	21%	23%	14%	22%
Su empaque es práctico	40%	35%	30%	24%	32%	23%	22%	18%	16%	31%	29%	22%	26%	24%	18%
No tienen colorantes ni preservantes/ es natural	23%	18%	21%	15%	18%	19%	12%	11%	11%	12%	14%	17%	13%	12%	13%
Tiene pepitas de formas y colores	41%	36%	44%	26%	32%	37%	19%	16%	17%	32%	30%	18%	26%	21%	26%
Base:	949	921	930	621	658	773	775	660	667	143	206	431	771	725	843



# BIP'S de producto

	DOG CHOW			Chunky			NUTRE CAN			Monello Dog			Dogourmet		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios para el perro	1	-1	-2	0	-3	0	0	-2	1	1	0	3	-3	-2	0
Ayuda con la digestión	-5	-1	-1	-2	-1	1	-1	0	-1	6	3	5	-5	-1	-1
Tiene el sabor que le gusta a mi perro	-4	-2	-2	0	1	2	-1	0	0	11	2	4	-2	0	-2
Hace feliz a mi perro	-4	0	-2	-2	2	1	1	1	1	8	3	4	-5	-1	-2
Favorece la salud del perro lo mantiene con vigor/ entusiasmo	-3	-2	0	0	0	0	0	-1	0	10	0	1	-2	-2	-2
Mantiene brillante el pelaje del perro	-2	0	-2	-1	-1	-2	-2	-1	-1	4	-1	2	-3	-1	-3
Ayuda a fortalecer sus defensas	-1	-1	0	-1	-1	0	-1	-1	1	4	0	3	-4	-2	0
Ingredientes de alta calidad	1	0	-1	-4	-4	-4	-2	-1	0	1	1	0	-1	1	1
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	-2	-3	-1	-2	-1	0	-1	0	1	6	-1	1	-2	-2	-1
Tiene más proteína	1	-3	2	0	-4	-1	0	-3	-1	-1	1	3	-1	-2	0
Que satisfaga al perro / que lo llene/ que no quede con hambre	-4	-3	-1	-1	2	1	-1	0	2	9	2	5	-4	-2	1
Es rendidor	-1	-3	-2	1	2	0	2	-1	1	4	0	-3	-1	-1	-3
Es para todas las razas	0	2	2	-3	0	-1	2	1	3	-2	-5	-4	0	3	2
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad del perro	3	4	3	-1	0	-1	0	2	1	-1	4	2	0	-1	1
Tiene variedad de sabores como arroz, carne, pollo, verduras, etc	6	5	4	4	2	-1	-3	1	-2	-5	0	-1	7	7	11
Cuida los dientes de mi perro	0	-2	-1	3	-1	0	-1	-1	-1	-2	-1	3	-1	-2	-3
Tiene variedad de recetas para mi perro	5	8	2	1	4	0	2	3	0	-5	2	-1	9	7	3
Con DHA para el desarrollo del cerebro	N/A	-1	-1	N/A	-2	0	N/A	1	-2	N/A	1	0	N/A	-1	-1
Tiene carne de verdad	-1	0	-1	2	2	1	0	3	0	-4	-4	-2	6	1	4
Su empaque es práctico	-2	2	-2	-2	1	-4	1	0	-1	-2	0	-6	-1	3	-3
No tienen colorantes ni preservantes/ es natural	-3	-5	-3	0	-3	-1	0	-1	-1	-7	-6	-3	-2	-2	-3
Tiene pepitas de formas y colores	3	7	12	3	6	10	1	0	0	3	5	-10	3	3	4
Base:	949	921	930	621	658	773	775	660	667	143	206	431	771	725	843

Se presentan pocos diferenciales entre las marcas, los que resaltan positivamente son Dogourmet al tener variedad de sabores, y Dog Chow y Chunky al contar con pepas de formas y colores (atributo en el que decae Monello).



# Asociaciones atributos de marca por conocedores

A nivel de imagen de marca, Chunky, Monello y Dogourmet crecen en varios atributos. Dog Chow es la única marca que presenta decrecimiento en publicidad, ofertas y promociones.

	Dog Chow			Chunky			NUTRE CAN			Monello Dog			Dogourmet		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Se consigue en todas partes	61%	54%	51%	31%	42%	40%	33%	28%	28%	36%	34%	36%	37%	30%	33%
Es reconocida/de prestigio	54%	53%	49%	23%	28%	26%	25%	22%	20%	30%	26%	39% ↑	41%	28%	35% ↑
Es de tradición/tiene años en el mercado	59%	52%	57%	16%	22%	29% ↑	28%	27%	23%	17%	15%	29% ↑	27%	18%	31% ↑
Tiene variedad de productos y tamaños	55%	49%	48%	29%	35%	35%	25%	23%	21%	33%	28%	34%	35%	27%	31%
Es una marca de calidad	50%	43%	44%	24%	31%	32%	23%	21%	22%	40%	34%	41%	37%	28%	35% ↑
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	46%	43%	37% ↓	16%	18%	21%	18%	14%	11%	18%	15%	26% ↑	37%	24%	28%
Es la marca más vendida	50%	41%	38%	18%	22%	25%	20%	18%	19%	18%	17%	27% ↑	25%	19%	20%
Es una marca que da confianza	44%	39%	37%	24%	31%	30%	22%	19%	19%	43%	30%	35%	28%	23%	25%
Son marcas Premium	40%	33%	40% ↑	17%	18%	24% ↑	15%	15%	20% ↑	27%	27%	45% ↑	35%	25%	40% ↑
Tiene la publicidad que me gusta	34%	32%	35%	13%	14%	20% ↑	12%	9%	10%	12%	11%	21% ↑	25%	18%	23%
Tiene presencia en redes sociales	35%	31%	36%	11%	16%	22% ↑	10%	10%	10%	9%	12%	26% ↑	22%	16%	28% ↑
Tiene publicidad en internet	30%	31%	31%	13%	12%	19% ↑	12%	10%	7%	13%	18%	21%	25%	18%	24% ↑
Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios ACOVEZ	36%	29%	29%	17%	19%	20%	18%	16%	14%	19%	15%	18%	26%	18%	19%
Es la que recomienda el veterinario	37%	29%	34% ↑	20%	23%	24%	16%	15%	13%	35%	21%	30% ↑	22%	17%	21%
Es innovadora	37%	29%	30%	21%	19%	24% ↑	15%	12%	14%	11%	15%	20%	29%	21%	23%
Tiene la mejor relación precio/calidad	35%	29%	32%	23%	29%	29%	20%	16%	18%	36%	24%	29%	24%	17%	21%
Tiene el precio justo	33%	28%	28%	25%	32%	27%	21%	20%	16%	29%	23%	21%	21%	17%	19%
Tiene información de interés en internet	25%	24%	25%	8%	8%	16% ↑	8%	8%	8%	5%	11%	19% ↑	17%	13%	21% ↑
Hace ofertas y promociones	28%	21%	16% ↓	13%	11%	14%	11%	6%	8%	7%	9%	12%	19%	10%	13%
Su precio es económico	21%	20%	20%	30%	31%	29%	22%	22%	17%	20%	15%	17%	13%	14%	13%
Base:	949	921	930	621	658	773	775	660	667	143	206	431	771	725	843

↑ ↓ Dif. Significativas entre olas



# BIP'S de marca

Son evidentes algunos diferenciales a nivel de imagen, donde se destaca:

**Dogourmet** por publicidad y presencia en redes sociales.

**Dog Chow** por su tradición y publicidad.

Ambas marcas son débiles a nivel de precio y han dejado de diferenciarse por ser de las marcas más vendidas.

	Dog Chow			Chunky			NUTRE CAN			Monello Dog			Dogourmet		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Se consigue en todas partes	9	10	7	4	13	8	7	7	8	7	9	2	0	4	1
Es reconocida/de prestigio	15	15	4	-6	-1	-8	8	10	-1	-6	-5	3	-3	-3	2
Es de tradición/tiene años en el mercado	3	1	17	2	2	1	-1	-1	5	4	-1	1	-2	-3	3
Tiene variedad de productos y tamaños	1	3	2	-6	-6	1	-2	-3	-1	-1	-4	-2	3	-3	-3
Es una marca de calidad	-4	-10	-6	-5	-6	-5	-4	-7	-2	9	1	2	-2	-5	-2
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	12	11	13	0	4	5	3	5	1	-1	1	8	0	3	12
Es la marca más vendida	12	21	5	1	5	2	4	5	5	2	4	3	15	13	-2
Es una marca que da confianza	-6	-11	-6	-2	-3	-2	-3	-6	-1	15	0	2	-8	-8	-6
Son marcas Premium	-9	-9	-9	-7	-9	-13	-8	-5	-4	1	3	6	2	1	3
Tiene la publicidad que me gusta	-6	-6	9	-1	1	2	-4	-1	0	12	2	2	-7	-3	6
Tiene presencia en redes sociales	2	-3	9	5	-1	4	0	-2	-1	-6	-2	6	6	3	10
Tiene publicidad en internet	-7	-8	4	-4	-4	1	-2	-1	-4	-4	-5	2	-3	-3	6
Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios ACOVEZ	-9	-14	-5	1	1	-4	0	-5	-1	13	-1	-8	-6	-9	-5
Es la que recomienda el veterinario	6	7	-2	-1	2	-1	-2	0	-2	-5	0	3	4	4	-4
Es innovadora	6	12	-6	1	3	-2	1	1	-2	-1	1	-8	8	8	-2
Tiene la mejor relación precio/calidad	-7	-15	-6	6	4	2	3	-1	1	8	-2	0	-6	-9	-6
Tiene el precio justo	0	7	-5	0	-2	4	0	0	2	-1	6	-3	6	5	-4
Tiene información de interés en internet	1	0	1	1	-1	0	0	-2	-1	-6	-1	2	2	-1	5
Hace ofertas y promociones	1	5	-7	-2	-3	-1	-2	1	-1	-6	2	-4	2	4	-2
Su precio es económico	-17	-21	-14	13	4	5	5	3	2	1	-8	-9	-12	-10	-11
Base:	949	921	930	621	658	773	775	660	667	206	431		771	725	843

# ANÁLISIS DE MARCAS SEGUIDORAS

## APRENDIZAJES:

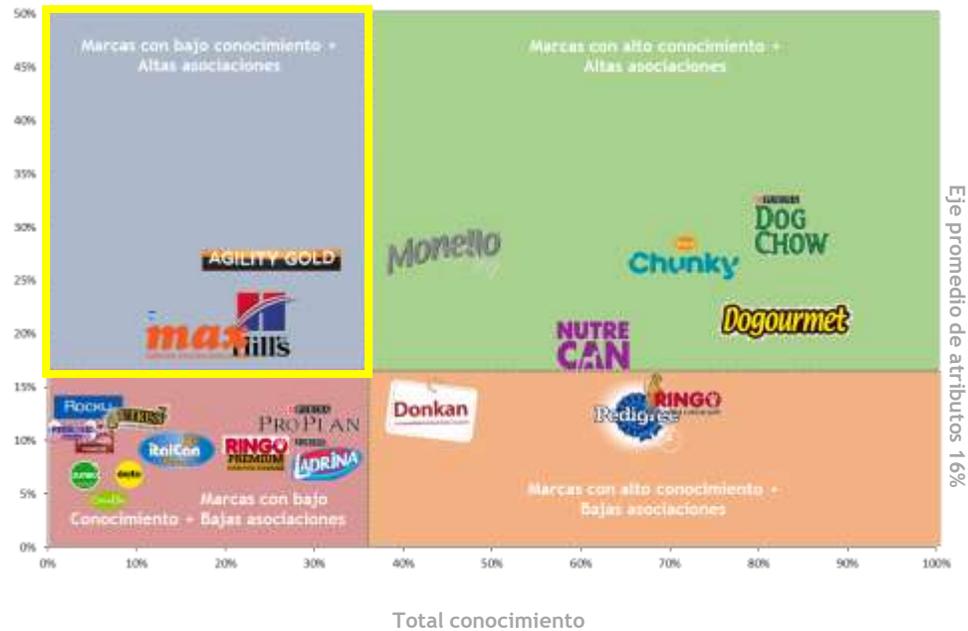
- El panorama es similar a nivel de producto e imagen, ya que se presentan crecimientos representativos para las tres marcas, Aunque Hills muy discreta en producto.
- A nivel de producto no hay diferenciales relevantes entre las tres marcas.
- A nivel de imagen los diferenciales son más claros: Agility y Hills son las marcas premium y de prestigio, pero costosas.
- Agility Gold además es considerada una marca de calidad, lo que se sustenta al ser altamente recomendada por el veterinario.



# ANÁLISIS DE CONOCIMIENTO E IMAGEN

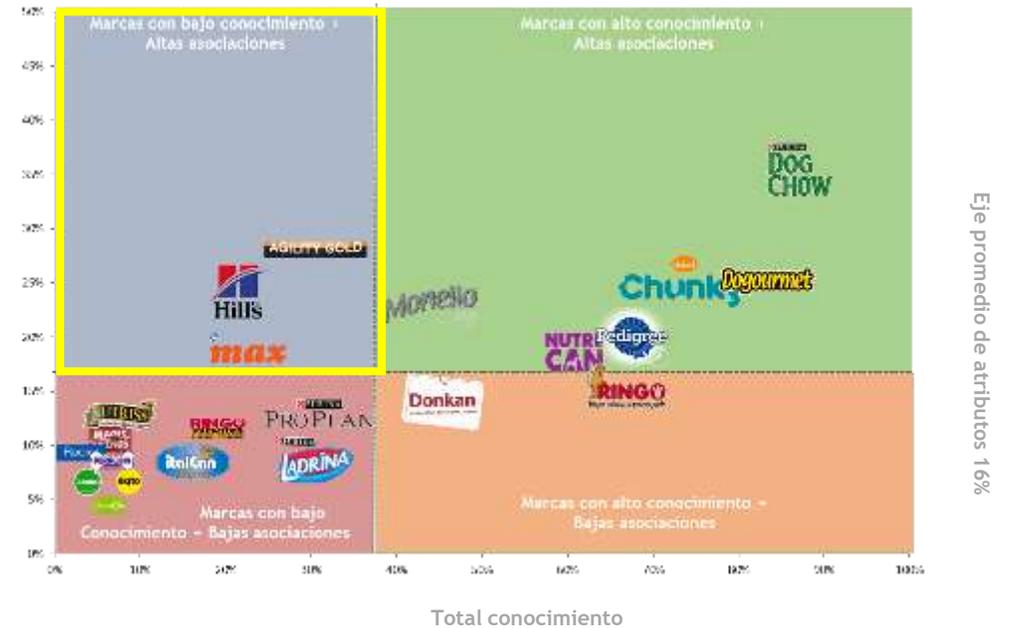
## Análisis atributos de producto

Eje promedio de conocimiento 37%



## Análisis atributos de marca

Eje promedio de conocimiento 37%





# Asociaciones atributos de producto por concedores

## AGILITY GOLD



	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios para el perro	30%	23%	27%	28%	27%	20%	27%	14%	21%
Ayuda con la digestión	30%	19%	27%	29%	22%	20%	20%	11%	22% ↑
Tiene el sabor que le gusta a mi perro	24%	19%	25%	20%	15%	17%	21%	10%	20% ↑
Hace feliz a mi perro	23%	18%	24%	17%	16%	16%	24%	12%	18%
Favorece la salud del perro lo mantiene con vigor/ entusiasmo	29%	22%	25%	22%	23%	20%	20%	14%	21%
Mantiene brillante el pelaje del perro	27%	21%	26%	23%	23%	20%	23%	13%	20%
Ayuda a fortalecer sus defensas	25%	23%	27%	25%	27%	22%	29%	14%	22%
Ingredientes de alta calidad	35%	26%	31%	34%	32%	26%	25%	16%	22%
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	24%	20%	26%	27%	17%	18%	19%	11%	19%
Tiene más proteína	28%	21%	30% ↑	29%	24%	19%	20%	13%	20%
Que satisfaga al perro / que lo llene/ que no quede con hambre	22%	16%	25% ↑	22%	17%	17%	22%	13%	19%
Es rendidor	16%	16%	22%	12%	17%	14%	17%	11%	21% ↑
Es para todas las razas	29%	17%	30% ↑	25%	16%	25%	23%	14%	23%
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad del perro	31%	20%	26%	22%	21%	25%	23%	10%	20% ↑
Tiene variedad de sabores como arroz, carne, pollo, verduras, etc	25%	13%	27% ↑	16%	14%	20%	21%	14%	19%
Cuida los dientes de mi perro	26%	19%	26%	18%	22%	17%	23%	8%	19% ↑
Tiene variedad de recetas para mi perro	18%	14%	26% ↑	15%	19%	18%	14%	10%	19%
Con DHA para el desarrollo del cerebro	0%	20%	24%	0%	20%	21%	0%	11%	12%
Tiene carne de verdad	22%	16%	26% ↑	16%	10%	22% ↑	13%	7%	15%
Su empaque es práctico	28%	19%	25%	21%	19%	21%	22%	11%	17%
No tienen colorantes ni preservantes/ es natural	16%	14%	18%	16%	17%	13%	12%	7%	13%
Tiene pepitas de formas y colores	13%	12%	20%	10%	9%	11%	15%	12%	17%
Base:	119	216	339	187	173	261	113	125	235

En este grupo de marcas Agility Gold y Max las que crecen en varios atributos de producto.





# BIP'S de producto

## AGILITY GOLD



	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios para el perro	3	1	1	4	5	0	5	0	1
Ayuda con la digestión	3	-1	1	5	2	0	-2	-1	2
Tiene el sabor que le gusta a mi perro	-1	0	-1	-2	-5	-2	1	-2	1
Hace feliz a mi perro	-2	1	-2	-5	-2	-3	4	1	-1
Favorece la salud del perro lo mantiene con vigor/ entusiasmo	4	2	-1	0	3	1	0	2	2
Mantiene brillante el pelaje del perro	2	2	-1	1	4	0	3	1	0
Ayuda a fortalecer sus defensas	-2	2	0	1	6	2	7	1	2
Ingredientes de alta calidad	7	5	2	9	10	4	2	3	0
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	-1	1	0	5	-3	-1	-1	-1	0
Tiene más proteína	5	1	4	9	3	0	2	0	1
Que satisfaga al perro / que lo llene/ que no quede con hambre	-3	-2	1	0	-2	-1	2	2	1
Es rendidor	-5	-2	-1	-7	-2	-3	0	0	4
Es para todas las razas	-2	-5	-3	-3	-7	0	-2	0	-2
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad del perro	2	-1	-3	-4	-1	3	-1	-3	-2
Tiene variedad de sabores como arroz, carne, pollo, verduras, etc	2	-5	0	-4	-4	0	3	3	-1
Cuida los dientes de mi perro	4	1	1	-1	4	-1	6	-3	1
Tiene variedad de recetas para mi perro	-3	-1	3	-3	4	1	-2	1	2
Con DHA para el desarrollo del cerebro	N/A	6	1	N/A	5	4	N/A	2	-5
Tiene carne de verdad	5	3	5	1	-3	6	0	-1	-1
Su empaque es práctico	2	-2	-1	-2	-2	2	1	-2	-2
No tienen colorantes ni preservantes/ es natural	1	1	-1	3	3	-1	1	-1	-1
Tiene pepitas de formas y colores	-10	-5	-6	-10	-9	-8	-3	1	-2
Base:	119	216	339	187	173	261	113	125	235

Sin diferencias importantes.





# Asociaciones atributos de marca por conocedores

AGILITY GOLD



2019 2021 2022

2019 2021 2022

2019 2021 2022

Se consigue en todas partes	5%	11%	17%
Es reconocida/de prestigio	38%	33%	47% ↑
Es de tradición/tiene años en el mercado	13%	10%	23% ↑
Tiene variedad de productos y tamaños	22%	24%	31%
Es una marca de calidad	34%	31%	50% ↑
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	4%	9%	13%
Es la marca más vendida	13%	6%	14% ↑
Es una marca que da confianza	25%	23%	34% ↑
Son marcas Premium	54%	46%	62% ↑
Tiene la publicidad que me gusta	9%	6%	21% ↑
Tiene presencia en redes sociales	12%	12%	23% ↑
Tiene publicidad en internet	14%	16%	24%
Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios ACOVEZ	34%	27%	32%
Es la que recomienda el veterinario	36%	29%	40% ↑
Es innovadora	15%	17%	31% ↑
Tiene la mejor relación precio/calidad	24%	17%	23%
Tiene el precio justo	9%	11%	14%
Tiene información de interés en internet	10%	10%	18% ↑
Hace ofertas y promociones	7%	5%	8%
Su precio es económico	5%	2%	8% ↑

9%	8%	16%
47%	33%	41%
14%	11%	17%
25%	18%	30% ↑
38%	35%	34%
10%	5%	15% ↑
11%	10%	12%
31%	28%	22%
53%	46%	60% ↑
10%	8%	16% ↑
10%	12%	21% ↑
13%	14%	19%
37%	21%	25%
38%	28%	26%
22%	12%	19%
15%	10%	13%
10%	6%	9%
11%	7%	20% ↑
6%	6%	12%
3%	2%	8% ↑

16%	8%	25% ↑
25%	18%	22%
11%	4%	11%
19%	16%	21%
22%	20%	27%
8%	2%	8% ↑
8%	7%	16%
24%	20%	21%
31%	26%	28%
8%	2%	6%
11%	4%	10%
10%	8%	9%
22%	11%	15%
23%	15%	16%
11%	7%	14%
18%	11%	21% ↑
18%	12%	23% ↑
8%	7%	11%
10%	5%	10%
11%	5%	16% ↑

Base:

119

216

339

187

173

261

113

125

235

A nivel de imagen las tres marcas presentan varios crecimientos, pero principalmente Agility Gold quien además presenta mejores resultados en casi todos los atributos evaluados.



# BIP'S de marca



AGILITY GOLD

Hill's

max

	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Se consigue en todas partes	-18	-8	-15	-16	-10	-11	-5	-4	4
Es reconocida/de prestigio	-5	-5	14	-6	-3	13	-6	-5	0
Es de tradición/tiene años en el mercado	-1	2	-5	0	-2	-6	-2	2	-7
Tiene variedad de productos y tamaños	14	10	-2	21	12	2	2	3	-1
Es una marca de calidad	9	5	13	12	12	3	-1	4	2
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	-2	-6	-3	-5	-1	2	-6	0	-2
Es la marca más vendida	-8	1	-8	-4	-2	-6	-4	-3	2
Es una marca que da confianza	3	0	3	7	7	-4	3	5	1
Son marcas Premium	34	28	25	31	30	29	12	15	3
Tiene la publicidad que me gusta	19	15	4	19	15	2	7	6	-5
Tiene presencia en redes sociales	2	4	5	8	0	6	-1	-1	-1
Tiene publicidad en internet	16	12	6	18	7	5	6	2	-2
Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios ACOVEZ	6	-2	8	-5	-7	6	1	-1	0
Es la que recomienda el veterinario	2	3	15	-1	4	6	2	-1	0
Es innovadora	-1	-1	6	-1	2	-2	-1	-2	-2
Tiene la mejor relación precio/calidad	-7	-8	-4	-7	-11	-9	3	0	4
Tiene el precio justo	3	7	-9	1	6	-9	0	3	9
Tiene información de interés en internet	-3	-3	2	-4	-1	7	1	1	2
Hace ofertas y promociones	2	3	-7	2	1	0	0	3	1
Su precio es económico	-10	-16	-16	-13	-14	-11	-2	-6	1
Base:	119	216	339	187	173	261	113	125	235

Agility Gold y Hills comparten el territorio de las marcas de prestigio y Premium .  
 Agility Gold se diferencia por ser de calidad y la recomendada por el veterinario.

La debilidad de ambas marcas es la disponibilidad y el precio.

# ANÁLISIS DE MARCAS BAJO CONOCIMIENTO

## APRENDIZAJES:

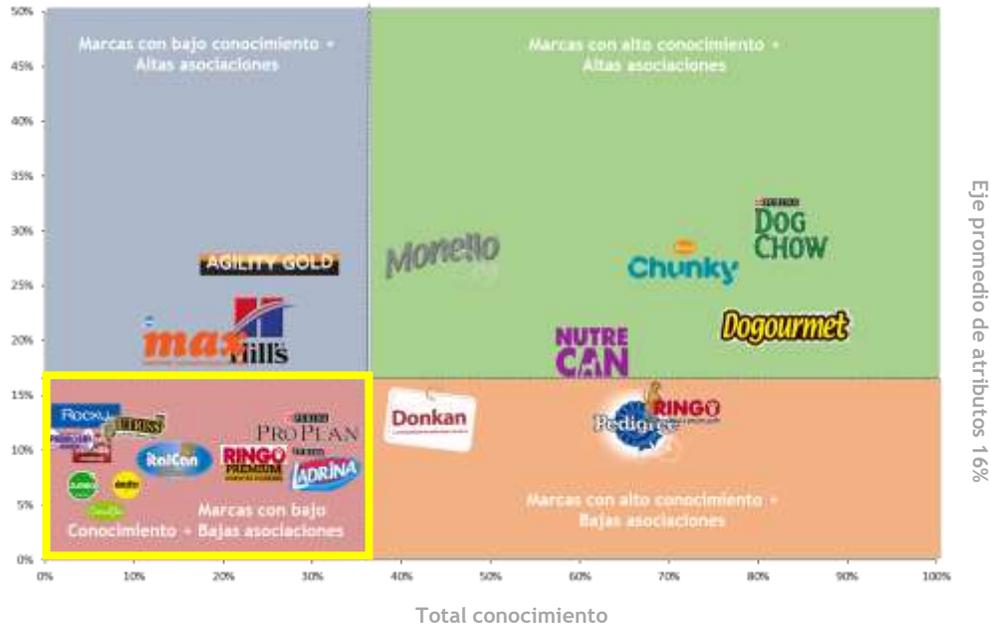
- A nivel de producto las variaciones se dan solo en tres marcas, siendo Ladrina la única que crece, pero en un solo atributo.
- Las otras dos marcas decaen: Ringo Premium en rendimiento y Magic Friend en casi todos los atributos.
- A nivel de imagen la marca que más variaciones tuvo fue Ringo Premium, ganando en algunos atributos, pero perdiendo en un par también. Luego están ProPlan y marcas propias que ganan en un par de atributos. Y Magic Friends que pierde en varios.
- Los diferenciales a nivel de imagen son puntuales:
- Perroski destaca por ser innovadora y tener un precio justo y económico, atributo que comparte con Magic Friends.
- Ringo Premium y Pro Plan se diferencian por ser premium, esta última además sobresale por su prestigio y ser avalada por la asociación de profesionales.
- Italcán resalta por ser económica.



# ANÁLISIS DE CONOCIMIENTO E IMAGEN

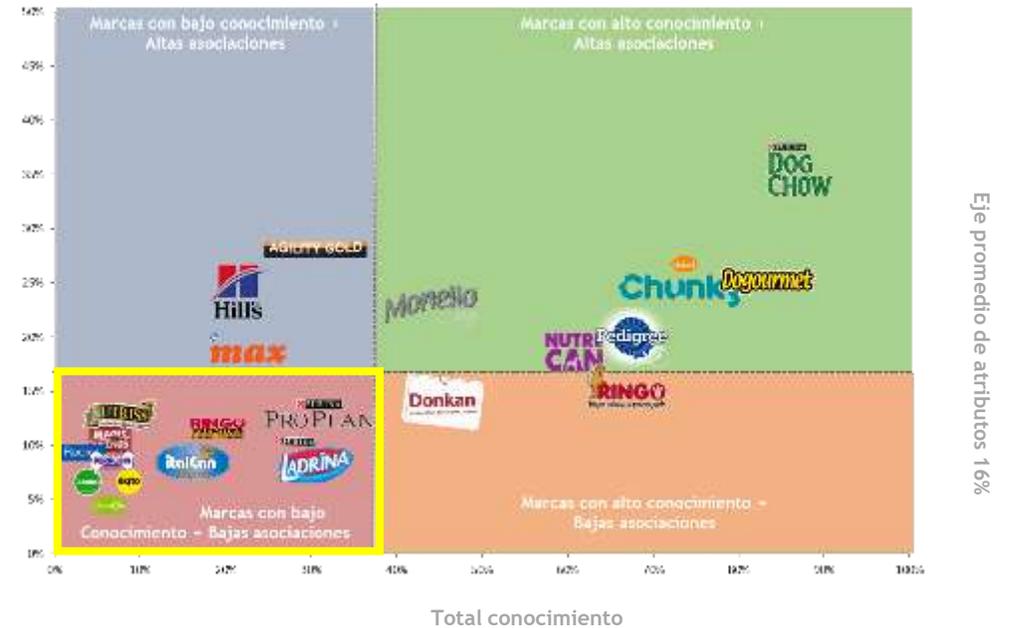
## Análisis atributos de producto

Eje promedio de conocimiento 37%



## Análisis atributos de marca

Eje promedio de conocimiento 37%





# Asociaciones atributos de producto por conocedores

	LADRINA			PRO PLAN			RINGO PREMIUM			italCan		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios para el perro	9%	6%	6%	20%	15%	13%		13%	8%	18%	17%	11%
Ayuda con la digestión	11%	4%	5%	16%	14%	12%		13%	9%	19%	14%	7%
Tiene el sabor que le gusta a mi perro	8%	3%	5%	13%	10%	10%		12%	8%	25%	18%	10%
Hace feliz a mi perro	9%	2%	4%	11%	9%	9%		10%	10%	25%	15%	9%
Favorece la salud del perro lo mantiene con vigor/ entusiasmo	7%	6%	5%	14%	11%	12%		13%	7%	14%	11%	10%
Mantiene brillante el pelaje del perro	8%	4%	5%	16%	11%	12%		13%	9%	17%	13%	11%
Ayuda a fortalecer sus defensas	9%	5%	5%	17%	14%	12%		13%	8%	19%	10%	10%
Ingredientes de alta calidad	10%	3%	6%	22%	16%	18%		13%	17%	19%	13%	10%
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	9%	4%	5%	12%	12%	11%		12%	9%	20%	15%	8%
Tiene más proteína	8%	6%	5%	17%	15%	12%		13%	9%	10%	14%	7%
Que satisfaga al perro / que lo llene/ que no quede con hambre	9%	5%	6%	14%	11%	10%		10%	7%	19%	14%	8%
Es rendidor	6%	4%	4%	11%	8%	9%	N/A	13%	6%	22%	16%	11%
Es para todas las razas	13%	6%	10%	20%	14%	16%		16%	17%	19%	16%	13%
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad del perro	12%	6%	6%	16%	12%	14%		13%	13%	18%	12%	10%
Tiene variedad de sabores como arroz, carne, pollo, verduras, etc	11%	5%	6%	14%	7%	12%		9%	10%	19%	15%	10%
Cuida los dientes de mi perro	7%	5%	5%	11%	11%	10%		11%	10%	17%	12%	11%
Tiene variedad de recetas para mi perro	9%	5%	6%	11%	9%	10%		10%	13%	10%	8%	7%
Con DHA para el desarrollo del cerebro	0%	3%	3%	0%	10%	13%		11%	12%	0%	3%	6%
Tiene carne de verdad	6%	4%	4%	9%	7%	9%		8%	8%	7%	4%	7%
Su empaque es práctico	9%	4%	7%	13%	10%	12%		12%	13%	14%	16%	8%
No tienen colorantes ni preservantes/ es natural	8%	4%	4%	8%	7%	9%		10%	7%	4%	5%	6%
Tiene pepitas de formas y colores	9%	5%	13%	8%	7%	7%		5%	7%	22%	20%	13%
Base:	314	259	360	272	243	341		213	259	95	101	172

A nivel general no se presentan variaciones importantes entre mediciones, solo crece Ladrina en tener pepas de formas y colores y decae Ringo Premium en rendimiento.





# BIP'S de producto

	LADRINA			PURINA PRO PLAN			RINGO PREMIUM DIGESTIÓN AVANZADA			italCan		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios para el perro	-2	1	0	5	2	1		-1	-2	0	3	2
Ayuda con la digestión	1	-1	-1	1	2	0		1	-1		1	-2
Tiene el sabor que le gusta a mi perro	-1	-2	0	-1	-1	-1		0	-2		8	6
Hace feliz a mi perro	-1	-2	-1	-3	-1	-2		-1	0		9	4
Favorece la salud del perro lo mantiene con vigor/ entusiasmo	-3	1	-1	0	0	0		1	-3		-2	-2
Mantiene brillante el pelaje del perro	-2	-1	-1	2	0	0		1	-1		1	1
Ayuda a fortalecer sus defensas	-2	0	-1	2	2	0		0	-2		1	-3
Ingredientes de alta calidad	-1	-2	0	6	4	5		0	6		0	-1
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	-1	-1	0	-2	1	0		0	-1		3	3
Tiene más proteína	-1	1	-1	4	3	0		1	-1		-5	1
Que satisfaga al perro / que lo llene/ que no quede con hambre	0	1	1	0	0	0		-1	-2		2	2
Es rendidor	-2	0	-1	-1	-3	-1	N/A	2	-2		8	4
Es para todas las razas	1	1	2	2	1	1		2	4		-2	1
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad del perro	1	1	0	-1	0	1		0	2		-2	-2
Tiene variedad de sabores como arroz, carne, pollo, verduras, etc	2	1	0	2	-3	0		-2	0		4	3
Cuida los dientes de mi perro	0	1	0	-1	1	-1		0	1		3	1
Tiene variedad de recetas para mi perro	1	2	1	0	1	0		1	5		-3	-1
Con DHA para el desarrollo del cerebro	N/A	0	-2	N/A	2	3		2	4		N/A	-6
Tiene carne de verdad	0	1	0	0	0	0		0	0		-4	-4
Su empaque es práctico	-1	-1	1	-1	-2	0		-1	3		-3	3
No tienen colorantes ni preservantes/ es natural	2	1	0	0	-1	1		2	0		-5	-4
Tiene pepitas de formas y colores	1	1	7	-4	-3	-5		-6	-3		7	9
Base:	314	259	360	272	243	341		213	259		95	01

En línea con lo anterior no se presentan diferencial es a nivel de producto.



# Asociaciones atributos de producto por conocedores

	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022		
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios para el perro	10%		29%	13% ↓	4%	3%	4%		24%	17%		13%	9%		
Ayuda con la digestión	13%		29%	10% ↓	6%	2%	6%		24%	13%		15%	12%		
Tiene el sabor que le gusta a mi perro	11%		30%	13% ↓	7%	3%	7%		24%	13%		16%	11%		
Hace feliz a mi perro	10%		28%	17%	6%	2%	7%		24%	11%		13%	14%		
Favorece la salud del perro lo mantiene con vigor/ entusiasmo	10%		28%	13%	4%	2%	6%		24%	10%		13%	14%		
Mantiene brillante el pelaje del perro	17%		29%	10% ↓	5%	2%	6%		18%	14%		15%	11%		
Ayuda a fortalecer sus defensas	11%		27%	13%	6%	5%	5%		17%	10%		13%	11%		
Ingredientes de alta calidad	12%		28%	9% ↓	4%	2%	4%		24%	18%		16%	10%		
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	10%		31%	11% ↓	4%	4%	8%		24%	12%		13%	10%		
Tiene más proteína	15%		28%	7% ↓	3%	2%	7%		24%	15%		15%	10%		
Que satisfaga al perro / que lo llene/ que no quede con hambre	10%		27%	12% ↓	6%	2%	2%		24%	10%		13%	12%		
Es rendidor	10%	N/A	30%	10% ↓	5%	2%	6%	N/A	24%	14%	N/A	16%	8%		
Es para todas las razas	12%		32%	15% ↓	6%	4%	6%		16%	16%		15%	11%		
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad del perro	14%		30%	11% ↓	7%	3%	6%		22%	16%		16%	9%		
Tiene variedad de sabores como arroz, carne, pollo, verduras, etc	10%		26%	9% ↓	3%	3%	6%		19%	13%		9%	12%		
Cuida los dientes de mi perro	11%		29%	8% ↓	3%	2%	6%		23%	10%		13%	13%		
Tiene variedad de recetas para mi perro	11%		28%	3% ↓	3%	1%	2%		15%	15%		1%	9%		
Con DHA para el desarrollo del cerebro	11%		28%	10%	0%	1%	4%		22%	13%		10%	12%		
Tiene carne de verdad	12%		23%	3% ↓	2%	1%	6%		23%	10%		9%	6%		
Su empaque es práctico	15%		29%	10% ↓	8%	4%	7%		17%	13%		13%	11%		
No tienen colorantes ni preservantes/ es natural	7%		27%	8% ↓	3%	3%	6%		10%	13%		16%	9%		
Tiene pepitas de formas y colores	13%		26%	13%	5%	2%	3%		14%	12%		24%	10%		
Base:	84		125	67	125	84	58		34	43		24	41		

Magic Friends es la única marca con cambios importantes, cayendo en casi todos sus indicadores.

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

↑ ↓ Dif. Significativas entre olas



# BIP'S de producto



	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios para el perro	-2		-4	3	-1	0	-1		0	3		-2	-2
Ayuda con la digestión	1		-1	0	1	-1	1		2	0		2	1
Tiene el sabor que le gusta a mi perro	-1		1	3	2	1	2		3	0		3	0
Hace feliz a mi perro	-2		1	7	1	0	2		5	-2		1	3
Favorece la salud del perro lo mantiene con vigor/ entusiasmo	-2		-2	3	-1	0	1		2	-3		0	3
Mantiene brillante el pelaje del perro	5		0	0	0	0	1		-3	0		2	0
Ayuda a fortalecer sus defensas	-1		-4	3	1	2	0		-6	-4		-1	0
Ingredientes de alta calidad	-1		-4	-2	-1	-1	-2		1	3		1	-2
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	-1		2	1	-1	2	3		3	-1		0	-1
Tiene más proteína	3		-3	-3	-1	-1	2		2	2		1	-1
Que satisfaga al perro / que lo llene/ que no quede con hambre	-1		-1	3	1	0	-3		4	-2		1	2
Es rendidor	0	N/A	2	1	1	0	1	N/A	4	2	N/A	4	-1
Es para todas las razas	-3		-1	2	0	1	-1		-8	-1		0	-3
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad del perro	0		-2	-1	1	0	0		-1	1		1	-3
Tiene variedad de sabores como arroz, carne, pollo, verduras, etc	-2		-2	-1	-1	1	1		-1	-1		-3	1
Cuida los dientes de mi perro	0		1	-1	-1	0	1		3	-2		1	3
Tiene variedad de recetas para mi perro	1		5	-5	-1	-1	-2		-1	4		-9	0
Con DHA para el desarrollo del cerebro	1		5	1	N/A	-1	-1		6	2		0	3
Tiene carne de verdad	3		3	-5	-1	0	2		9	-1		1	-3
Su empaque es práctico	3		-2	0	3	1	2		-6	0		-1	0
No tienen colorantes ni preservantes/ es natural	-1		6	1	1	1	2		-5	4		7	2
Tiene pepitas de formas y colores	1		-1	3	1	0	-2		-5	-1		12	-1

Base:

84

125

67

125

84

58

34

43

24

41

Tampoco hay diferencias importantes a nivel de producto entre estas marcas.



# Asociaciones atributos de marca por conocedores

A nivel de imagen de marca, Ringo Premium es la marca con más variaciones, creciendo en recomendación del veterinario, presencia en redes sociales y publicidad e información de interés en internet. Sin embargo, decrece en relación a precio justo y económico.

	LADRINA			PROPLAN			RINGO PREMIUM			italCan		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Se consigue en todas partes	12%	8%	15% ↑	7%	7%	6%		13%	8%	27%	17%	10%
Es reconocida/de prestigio	10%	4%	8%	30%	19%	25%		15%	19%	12%	11%	7%
Es de tradición/tiene años en el mercado	17%	10%	11%	11%	12%	10%		9%	9%	13%	8%	8%
Tiene variedad de productos y tamaños	14%	6%	9%	19%	16%	15%		17%	15%	10%	9%	12%
Es una marca de calidad	10%	5%	8%	30%	22%	25%		16%	19%	19%	9%	12%
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	7%	3%	5%	7%	5%	8%		3%	6%	3%	3%	5%
Es la marca más vendida	9%	2%	4%	10%	7%	6%		8%	8%	12%	5%	10%
Es una marca que da confianza	10%	5%	4%	22%	15%	15%		14%	14%	19%	11%	11%
Son marcas Premium	7%	5%	6%	40%	33%	46% ↑	N/A	38%	43%	9%	6%	10%
Tiene la publicidad que me gusta	8%	1%	2%	7%	6%	6%		3%	5%	3%	3%	3%
Tiene presencia en redes sociales	7%	4%	5%	6%	8%	12%		2%	9% ↑	6%	2%	6%
Tiene publicidad en internet	8%	2%	4%	7%	8%	11%		1%	7% ↑	7%	4%	7%
Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios ACOVEZ	11%	4%	5%	21%	15%	22%		10%	14%	6%	7%	9%
Es la que recomienda el veterinario	10%	3%	5%	24%	16%	19%		8%	17% ↑	7%	3%	5%
Es innovadora	5%	3%	5%	11%	8%	10%		9%	14%	5%	6%	7%
Tiene la mejor relación precio/calidad	8%	4%	5%	10%	6%	8%		12%	7%	18%	17%	8%
Tiene el precio justo	5%	5%	5%	9%	2%	3%		14%	6% ↓	17%	14%	6%
Tiene información de interés en internet	6%	2%	4%	8%	3%	9% ↑		1%	9% ↑	6%	1%	5%
Hace ofertas y promociones	4%	2%	3%	3%	5%	4%		4%	3%	5%	7%	7%
Su precio es económico	11%	6%	13% ↑	3%	4%	2%		12%	3% ↓	29%	27%	18%
Base:	314	259	360	272	243	341		213	259	95	101	172



## BIP'S de marca

Ringo Premium y Pro Plan se diferencian por ser premium, esta última además sobresale por su prestigio y ser avalada por la asociación de profesionales. Por su parte el diferencial de Italcan es el precio.

	LADRINA			PRO PLAN			RINGO PREMIUM			italcan		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Se consigue en todas partes	0	3	7	-10	-5	-8		2	-6	12	8	-1
Es reconocida/de prestigio	7	6	0	-2	2	10	1	5	2	1	-4	
Es de tradición/tiene años en el mercado	1	0	4	2	2	-2	4	-3	-5	-2	-1	
Tiene variedad de productos y tamaños	-3	-3	0	12	4	0	2	0	-4	-1	0	
Es una marca de calidad	-3	-2	-2	11	5	8	1	2	3	-4	-1	
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	1	-1	2	-1	0	2	2	0	3	0	0	
Es la marca más vendida	1	1	-1	-2	0	-3	-1	-1	-5	-1	3	
Es una marca que da confianza	-3	-2	-4	5	0	1	1	1	5	-1	1	
Son marcas Premium	-4	0	-4	25	22	29	N/A	28	27	-4	-3	-3
Tiene la publicidad que me gusta	0	-1	-2	11	7	-1		0	-2	-4	-4	-2
Tiene presencia en redes sociales	-2	0	1	1	0	5	2	2	-3	0	1	
Tiene publicidad en internet	1	0	0	8	6	4	2	0	-5	0	2	
Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios ACOVEZ	-3	-1	0	-3	-6	12	2	5	7	8	2	
Es la que recomienda el veterinario	2	2	-1	-1	3	8	-3	7	0	-2	-3	
Es innovadora	3	-1	-1	0	2	-1	-1	4	-3	0	-1	
Tiene la mejor relación precio/calidad	-4	0	-1	-3	-10	-4	4	-4	7	5	-1	
Tiene el precio justo	3	0	0	-1	2	-7	-4	-3	1	0	-1	
Tiene información de interés en internet	-1	0	1	-4	0	3	0	3	-1	4	0	
Hace ofertas y promociones	2	0	0	2	-1	-2	-2	-3	1	-2	3	
Su precio es económico	3	1	8	-8	-7	-8	2	-7	20	19	10	
Base:	314	259	360	272	243	341	213	259	95	101	172	



# Asociaciones atributos de marca por conocedores

Solo Magic Friends decae a nivel de imagen, las demás marcas se mantienen sin cambios significativos, exceptuando las marcas propias que presentan crecimiento en ser de confianza y contar con el aval de ACOVEZ.

	NUTRIS			MAGIC FRIENDS			Rocku			PERROSKI		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Se consigue en todas partes		12%	6%	10%	1%	6%		16%	12%		0%	14%
Es reconocida/de prestigio		24%	6% ↓	2%	1%	3%		8%	12%		9%	13%
Es de tradición/tiene años en el mercado		17%	8%	1%	2%	4%		4%	11%		0%	3%
Tiene variedad de productos y tamaños		26%	12%	6%	1%	3%		23%	19%		1%	11%
Es una marca de calidad		29%	15%	3%	1%	8%		23%	13%		10%	12%
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.		2%	4%	3%	0%	2%		2%	3%		0%	0%
Es la marca más vendida		18%	7%	1%	0%	4%		3%	7%		0%	7%
Es una marca que da confianza		27%	10% ↓	3%	1%	11% ↑		24%	17%		15%	12%
Son marcas Premium	N/A	9%	9%	0%	1%	7%	N/A	2%	4%	N/A	0%	7%
Tiene la publicidad que me gusta		7%	5%	1%	0%	5%		2%	6%		0%	4%
Tiene presencia en redes sociales		5%	4%	1%	1%	1%		2%	1%		0%	5%
Tiene publicidad en internet		4%	7%	1%	0%	0%		9%	7%		0%	3%
Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios ACOVEZ		14%	11%	2%	0%	7% ↑		7%	1%		4%	6%
Es la que recomienda el veterinario		17%	7%	1%	0%	5%		2%	4%		3%	4%
Es innovadora		21%	9%	2%	1%	5%		10%	12%		0%	13%
Tiene la mejor relación precio/calidad		26%	10% ↓	4%	1%	6%		26%	15%		13%	18%
Tiene el precio justo		30%	10% ↓	9%	4%	10%		24%	12%		13%	16%
Tiene información de interés en internet		9%	5%	2%	1%	2%		2%	3%		0%	0%
Hace ofertas y promociones		12%	2% ↓	8%	1%	6%		2%	10%		1%	12%
Su precio es económico		31%	25%	12%	11%	10%		21%	15%		15%	16%
Base:	84	125	67	125	84	58	34	43		24	41	



# BIP'S de marca

Los diferenciales son pocos, Perroski destaca por ser innovadora y tener un precio justo y económico, atributo que comparte con Magic Friends.

	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Se consigue en todas partes	-4		-7	-5	6	0	0		6	2		-2	5
Es reconocida/de prestigio	-1		1	-5	-2	1	-3		-4	1		-1	4
Es de tradición/tiene años en el mercado	2		4	-1	2	-1	-1		12	2		-2	-5
Tiene variedad de productos y tamaños	1		0	1	-2	-1	-3		-4	8		6	1
Es una marca de calidad	7		3	2	-1	-1	1		10	1		7	1
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	-3		6	-1	-1	0	-1		-3	-1		-1	-4
Es la marca más vendida	-2		-6	0	1	0	0		-2	1		0	1
Es una marca que da confianza	4		3	0	-1	-1	5		12	7		12	3
Son marcas Premium	1	N/A	-9	-4	-3	0	0	N/A	-7	-8	N/A	-2	-4
Tiene la publicidad que me gusta	-2		2	0	-2	-1	2		-5	1		1	0
Tiene presencia en redes sociales	-3		8	-1	0	0	-2		4	-4		-1	1
Tiene publicidad en internet	0		-1	2	-1	-1	-2		0	2		2	-1
Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios ACOVEZ	2		7	4	1	0	3		17	-6		11	0
Es la que recomienda el veterinario	5		-4	-1	0	0	1		-2	-3		-1	-3
Es innovadora	1		0	1	0	0	1		-1	4		0	6
Tiene la mejor relación precio/calidad	2		11	2	7	3	1		15	7		11	11
Tiene el precio justo	-2		-5	3	-1	0	6		5	5		-1	10
Tiene información de interés en internet	1		4	0	7	1	0		-2	-1		0	-3
Hace ofertas y promociones	1		2	-2	1	1	4		-1	6		0	8
Su precio es económico	2		13	18	10	10	6		12	8		13	10
Base:	84		125	67	125	84	58		34	43		24	41

# ANÁLISIS DE MARCAS BAJAS ASOCIACIONES

## APRENDIZAJES:

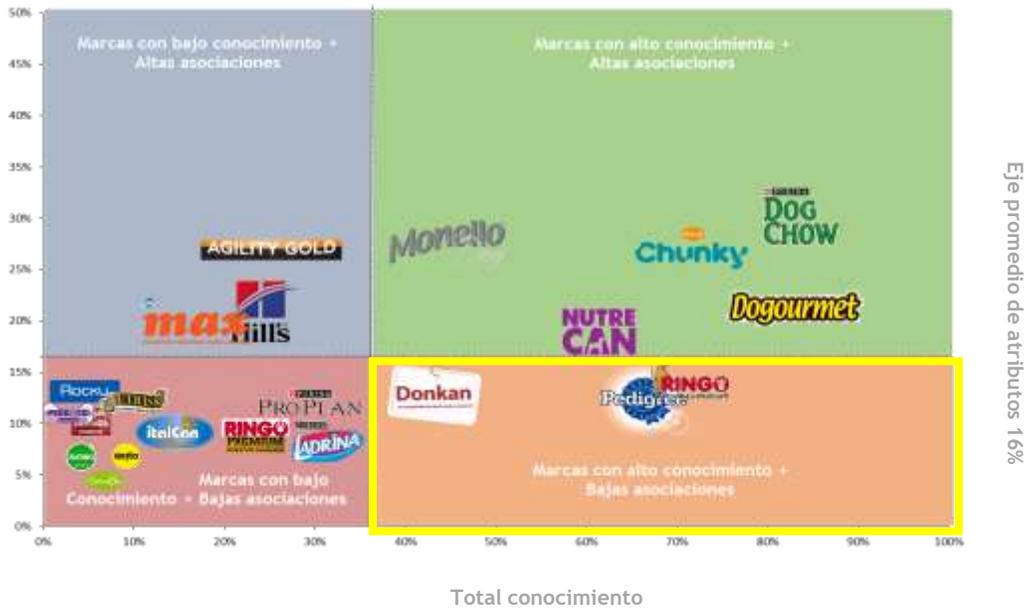
- Pedigree es la marca que pierde tanto a nivel de producto, como en imagen (en casi todos los atributos), a pesar de considerarse una marca de tradición. Su debilidad el precio.
- Se presentan pocas variaciones a nivel de producto para las demás marcas: Donkan crece en la percepción de pepas en diferentes formas y colores, mientras que Ringo pierde en empaque práctico.
- A nivel de producto no hay diferenciales claros entre estos productos.
- A nivel de imagen hay más variaciones, pero enfocadas en Donkan que crece en varios atributos, mientras que en Pedigree pasa lo contrario, cae en varios.
  - Los diferenciales igual se dan en estas dos marcas: Donkan destaca por su disponibilidad, pero se aleja de lo premium
  - Pedigree es la marca de tradición, pero poco económica.



# ANÁLISIS DE CONOCIMIENTO E IMAGEN

## Análisis atributos de producto

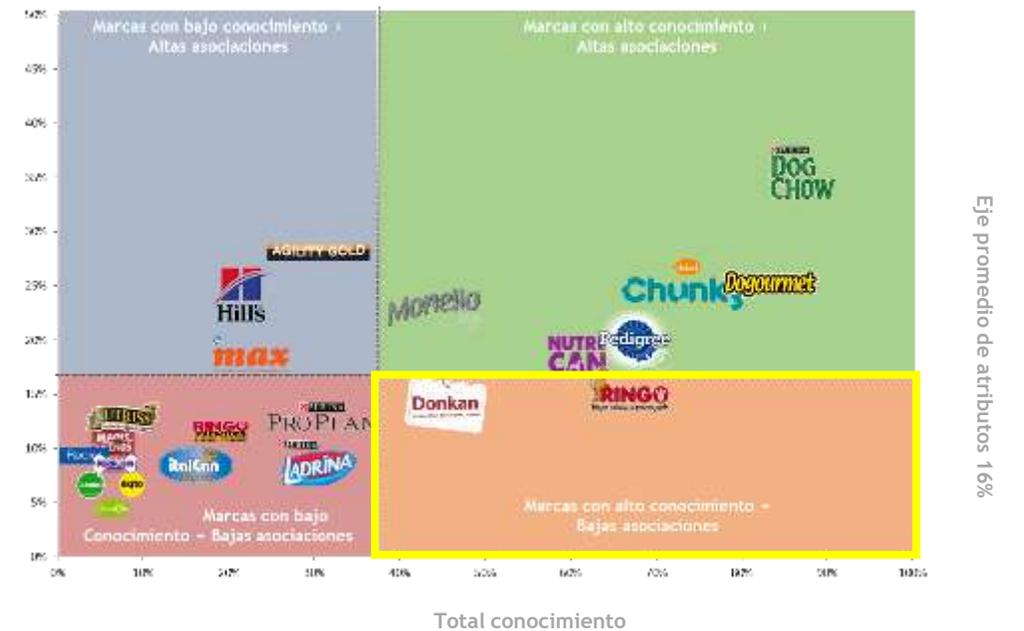
Eje promedio de conocimiento 37%



Eje promedio de atributos 16%

## Análisis atributos de marca

Eje promedio de conocimiento 37%



Eje promedio de atributos 16%



# Asociaciones atributos de producto por conocedores



	Donkan			RINGO			Pedigree		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios para el perro	20%	13%	15%	14%	17%	14%	21%	22%	12% ↓
Ayuda con la digestión	21%	12%	14%	14%	18%	15%	18%	18%	13% ↓
Tiene el sabor que le gusta a mi perro	19%	12%	14%	17%	19%	15%	14%	14%	11%
Hace feliz a mi perro	19%	11%	14%	17%	17%	16%	16%	13%	11%
Favorece la salud del perro lo mantiene con vigor/ entusiasmo	21%	11%	15%	16%	18%	16%	17%	18%	12% ↓
Mantiene brillante el pelaje del perro	16%	12%	15%	14%	16%	15%	17%	18%	12% ↓
Ayuda a fortalecer sus defensas	17%	13%	14%	13%	18%	16%	20%	18%	14%
Ingredientes de alta calidad	17%	12%	15%	13%	16%	14%	23%	24%	17% ↓
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	21%	12%	14%	15%	17%	15%	17%	15%	13%
Tiene más proteína	13%	12%	14%	12%	16%	14%	18%	20%	13% ↓
Que satisfaga al perro / que lo llene/ que no quede con hambre	20%	11%	14%	16%	17%	15%	18%	16%	11% ↓
Es rendidor	19%	12%	13%	17%	18%	16%	14%	14%	10%
Es para todas las razas	20%	16%	16%	21%	23%	20%	28%	24%	20%
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad del perro	17%	13%	17%	17%	18%	17%	27%	24%	16%
Tiene variedad de sabores como arroz, carne, pollo, verduras, etc	9%	10%	12%	10%	15%	14%	20%	19%	14%
Cuida los dientes de mi perro	14%	11%	12%	13%	16%	14%	17%	16%	11%
Tiene variedad de recetas para mi perro	12%	11%	14%	10%	14%	13%	19%	16%	11%
Con DHA para el desarrollo del cerebro	0%	8%	12%	0%	11%	12%	0%	15%	11%
Tiene carne de verdad	11%	8%	11%	9%	9%	12%	14%	13%	12%
Su empaque es práctico	16%	17%	12%	16%	20%	15% ↓	21%	22%	14% ↓
No tienen colorantes ni preservantes/ es natural	9%	10%	10%	9%	12%	10%	12%	11%	7%
Tiene pepitas de formas y colores	18%	12%	20% ↑	12%	13%	15%	19%	19%	14% ↓
Base:	330	401	446	574	708	715	805	726	712

Pedigree es la marca que cae en la mayoría de los atributos de producto.

Las demás marcas cuentan con cambios puntuales: Donkan crece en tener pepas de formas y colores y Ringo decae en tener empaque práctico.



↓ ↑ Dif. Significativas entre olas



## BIP'S de producto



	Donkan			RINGO			Pedigree		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios para el perro	2	-1	1	-1	-2	-1	-1	1	-1
Ayuda con la digestión	3	-1	0	-2	1	0	-4	-1	0
Tiene el sabor que le gusta a mi perro	3	0	0	3	2	0	-6	-4	-2
Hace feliz a mi perro	3	0	0	3	2	1	-4	-3	-2
Favorece la salud del perro lo mantiene con vigor/ entusiasmo	5	-1	1	2	1	1	-3	-1	-1
Mantiene brillante el pelaje del perro	0	0	0	0	-1	0	-3	0	-1
Ayuda a fortalecer sus defensas	-1	0	-1	-2	0	1	-2	-2	1
Ingredientes de alta calidad	-1	-2	-1	-3	-3	-3	0	4	3
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	5	0	0	1	0	0	-3	-3	1
Tiene más proteína	-2	-1	0	-1	-2	-1	0	1	0
Que satisfaga al perro / que lo llene/ que no quede con hambre	4	-1	1	2	1	1	-2	-1	-1
Es rendidor	5	0	1	5	2	3	-3	-3	-1
Es para todas las razas	-1	2	-3	3	4	1	2	3	3
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad del perro	-2	-1	1	0	-1	0	3	4	1
Tiene variedad de sabores como arroz, carne, pollo, verduras, etc	-6	-1	-3	-3	-1	-1	2	2	1
Cuida los dientes de mi perro	0	0	-1	1	0	0	0	-1	-1
Tiene variedad de recetas para mi perro	-1	2	2	-1	1	0	3	2	0
Con DHA para el desarrollo del cerebro	N/A	-1	0	N/A	-2	-1	N/A	1	0
Tiene carne de verdad	1	0	0	0	-2	0	1	1	2
Su empaque es práctico	-1	4	-2	1	2	0	0	2	1
No tienen colorantes ni preservantes/ es natural	0	2	0	1	0	-1	1	-2	-2
Tiene pepitas de formas y colores	4	1	6	0	-2	0	1	2	1
Base:	330	401	446	574	708	715	805	726	712

No hay diferencias importantes a nivel de producto entre estas marcas.

↓↑ Dif. Significativas entre olas



# Asociaciones atributos de marca por conocedores

	Donkan			RINGO			Pedigree		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Se consigue en todas partes	24%	18%	30% ↑	29%	33%	34%	37%	31%	23% ↓
Es reconocida/de prestigio	12%	11%	18% ↑	13%	17%	13%	40%	36%	28% ↓
Es de tradición/tiene años en el mercado	10%	9%	16% ↑	18%	23%	23%	38%	38%	33%
Tiene variedad de productos y tamaños	16%	18%	20%	17%	22%	19%	38%	33%	24% ↓
Es una marca de calidad	16%	13%	18%	16%	19%	13% ↓	31%	30%	21% ↓
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	10%	5%	13% ↑	8%	14%	11%	32%	22%	17%
Es la marca más vendida	11%	10%	12%	18%	21%	18%	25%	27%	15% ↓
Es una marca que da confianza	18%	11%	15%	17%	17%	15%	22%	23%	16% ↓
Son marcas Premium	12%	6%	14% ↑	10%	10%	9%	37%	31%	34%
Tiene la publicidad que me gusta	7%	5%	12% ↑	6%	9%	9%	20%	14%	14%
Tiene presencia en redes sociales	9%	6%	14% ↑	4%	9%	6%	23%	18%	17%
Tiene publicidad en internet	9%	5%	13% ↑	4%	8%	7%	17%	16%	14%
Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios ACOVEZ	12%	7%	13% ↑	11%	10%	11%	23%	23%	18%
Es la que recomienda el veterinario	10%	9%	13%	10%	10%	9%	21%	24%	17% ↓
Es innovadora	9%	8%	15% ↑	8%	11%	11%	21%	22%	16% ↓
Tiene la mejor relación precio/calidad	18%	13%	16%	17%	18%	16%	17%	16%	13%
Tiene el precio justo	19%	15%	16%	20%	21%	18%	13%	13%	8% ↓
Tiene información de interés en internet	6%	4%	10% ↑	4%	7%	7%	15%	11%	12%
Hace ofertas y promociones	6%	3%	9% ↑	9%	9%	10%	15%	10%	6% ↓
Su precio es económico	25%	20%	18%	33%	32%	31%	8%	10%	6% ↓
Base:	330	401	446	574	708	715	805	726	712

El panorama es claro a nivel de imagen, Donkan crece significativamente, mientras que Pedigree cae en varios de sus atributos.

Ringo se mantiene prácticamente sin variaciones, solo se debilita en calidad.





# BIP'S de marca

	Donkan			RINGO			Pedigree		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Se consigue en todas partes	6	6	10	11	13	16	4	3	1
Es reconocida/de prestigio	-4	-1	-3	4	7	-6	11	15	5
Es de tradición/tiene años en el mercado	-2	4	-1	-1	-1	8	5	1	14
Tiene variedad de productos y tamaños	-7	-4	-1	-6	-7	0	6	3	1
Es una marca de calidad	-3	-3	-6	-3	-7	-9	-4	-6	-5
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	0	3	4	7	9	3	3	9	7
Es la marca más vendida	1	0	-1	-1	6	6	13	10	0
Es una marca que da confianza	1	-4	-5	0	-7	-2	-10	-10	-5
Son marcas Premium	-4	-5	-10	-5	-9	-13	8	5	8
Tiene la publicidad que me gusta	-3	0	2	-3	-5	0	-5	3	3
Tiene presencia en redes sociales	-1	0	3	-2	-2	-3	1	3	5
Tiene publicidad en internet	-2	-2	2	-2	-6	-2	-3	1	2
Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios ACOVEZ	4	1	-1	3	-2	-2	-10	-12	2
Es la que recomienda el veterinario	1	1	-2	-4	0	-4	7	5	0
Es innovadora	0	1	-1	-1	2	-3	5	3	-1
Tiene la mejor relación precio/calidad	7	3	0	8	1	1	-11	-15	-5
Tiene el precio justo	1	0	2	-4	-1	6	1	2	-7
Tiene información de interés en internet	-1	-2	1	2	1	-1	0	-2	2
Hace ofertas y promociones	0	0	0	-2	0	2	2	1	-4
Su precio es económico	14	9	4	22	14	18	-14	-16	-10

Donkan destaca por la disponibilidad pero se percibe poco Premium.

Pedigree resalta por su tradición, pero es poco económica.

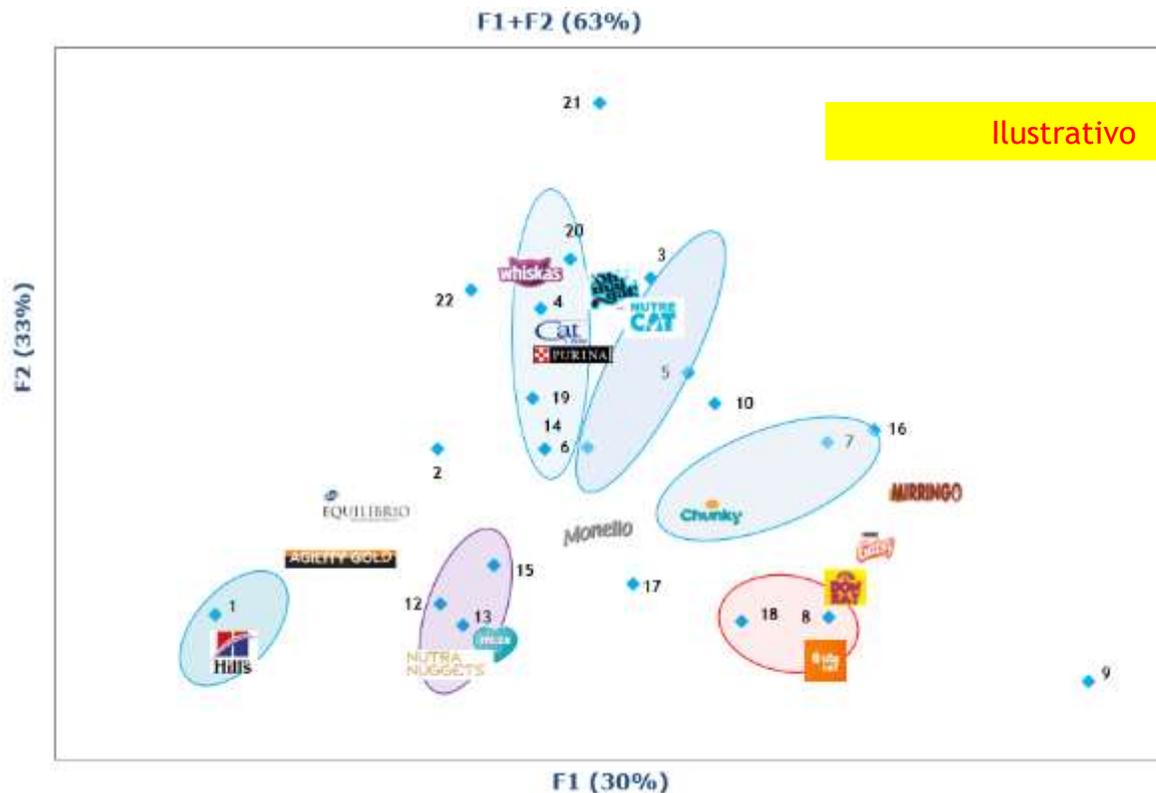
# ANÁLISIS DE POSICIONAMIENTO

## APRENDIZAJES:

- En términos de producto se diferencian tres territorios:
  - Uno donde están las marcas con calidad superior, que ofrecen beneficios extra.
  - Uno cuyos productos son buenos, pero sin beneficios adicionales, que además gustan y satisfacen a la mascota.
  - Y otro con productos para todo tipo de perro, cuya principal característica es la variedad.
- A nivel de imagen también se evidencian tres territorios:
  - Uno donde están las marcas premium y de prestigio, reconocidas, avaladas y recomendadas por los expertos.
  - Otro donde están las marcas económicas.
  - Y uno muy activo en publicidad, redes e innovación.



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.



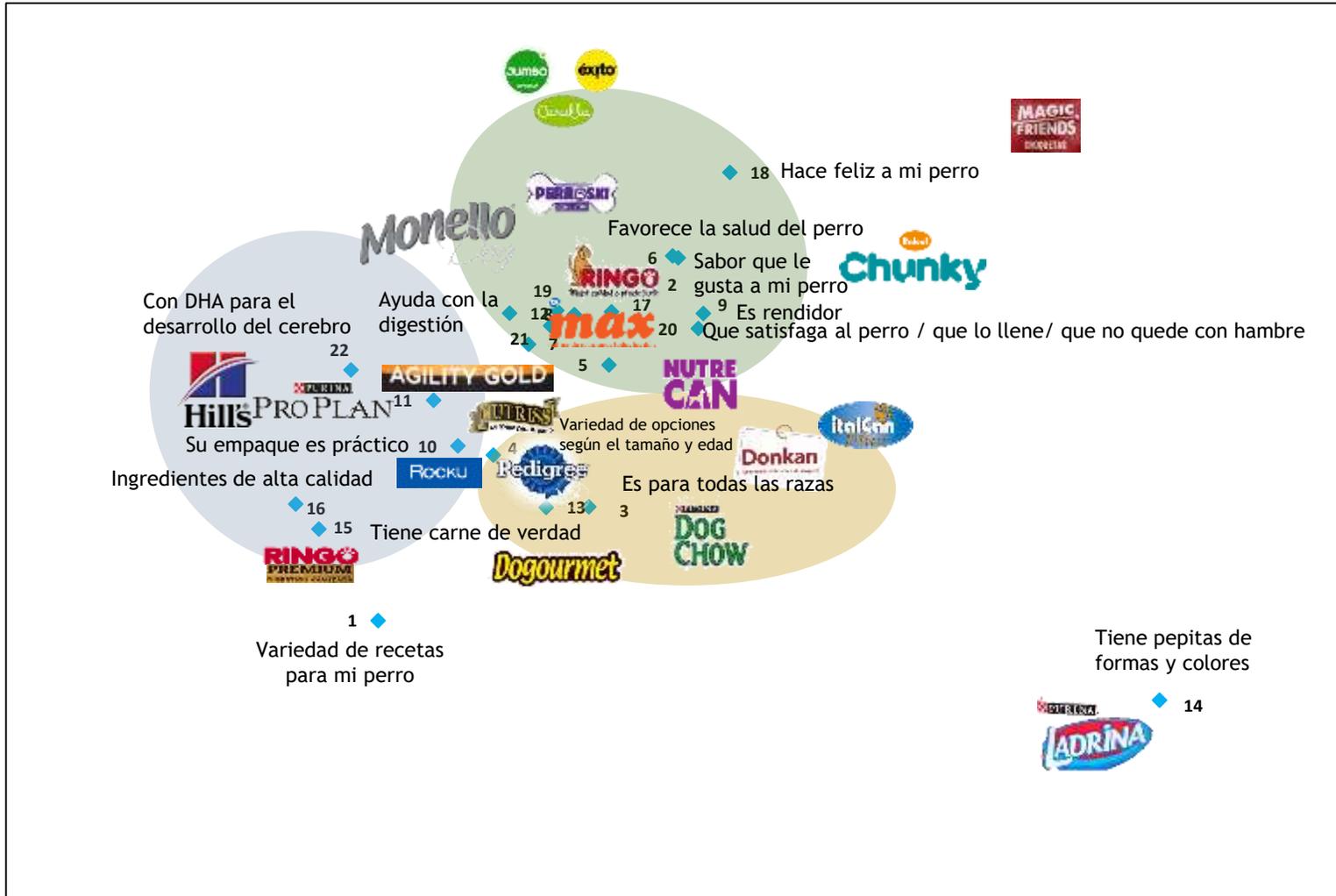
Se utiliza principalmente para:

- 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 - 2022

F2 (45%)



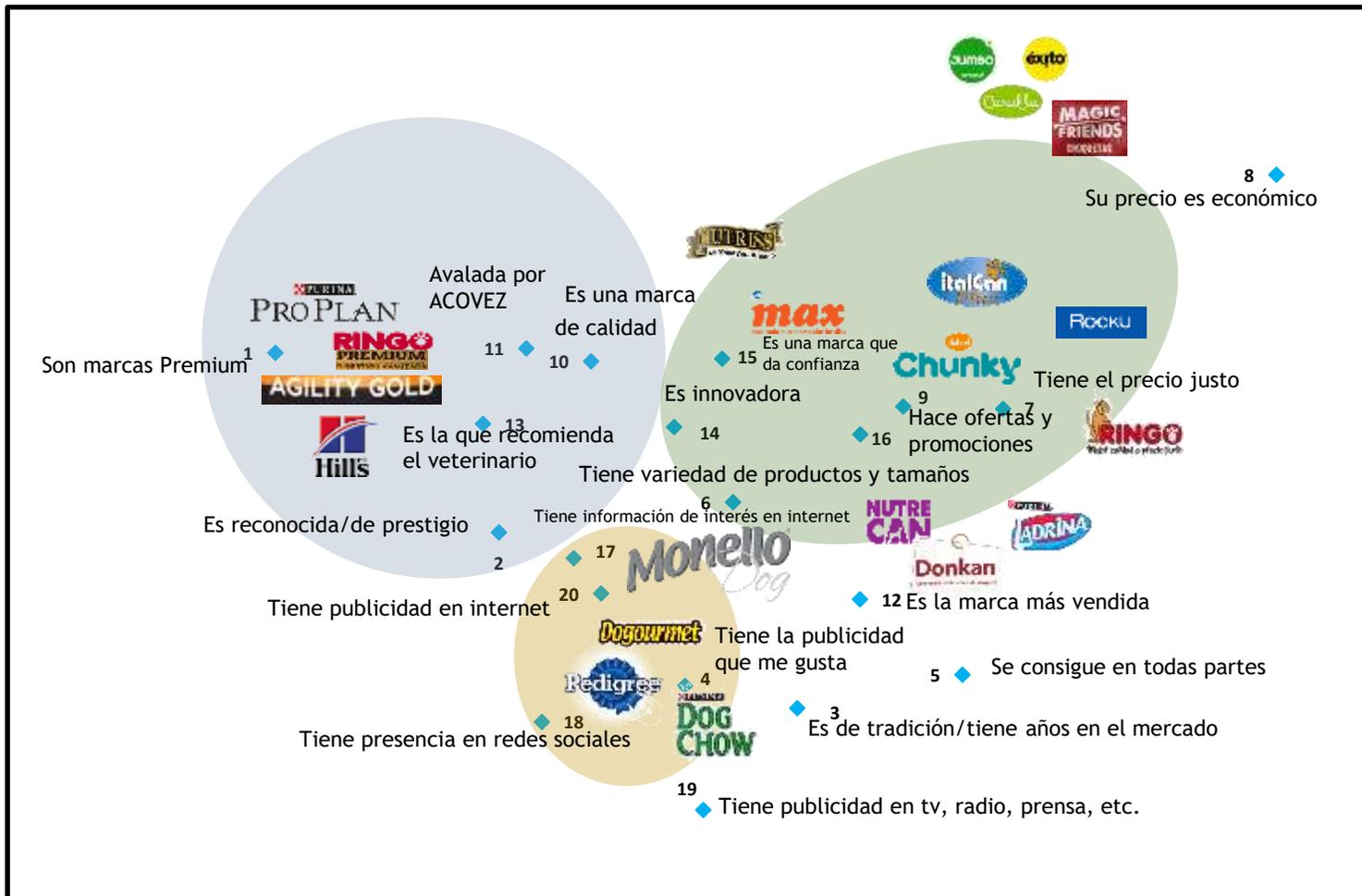
F1 (30%)

1. Tiene variedad de recetas para mi perro
2. Tiene el sabor que le gusta a mi perro
3. Es para todas las razas
4. Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad del perro
5. Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios para el perro
6. Favorece la salud del perro lo mantiene con vigor/ entusiasmo
7. Mantiene brillante el pelaje del perro
8. Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor
9. Es rendidor
10. Su empaque es práctico
11. Tiene más proteína
12. Ayuda con la digestión/ Fortalece el sistema digestivo
13. Tiene variedad de sabores como arroz, carne, pollo, verduras, etc
14. Tiene pepitas de formas y colores
15. Tiene carne de verdad
16. Ingredientes de alta calidad
17. Ayuda a fortalecer sus defensas
18. Hace feliz a mi perro
19. Cuida los dientes de mi perro
20. Que satisfaga al perro / que lo llene/ que no quede con hambre
21. No tienen colorantes ni preservantes/ es natural
22. Con DHA para el desarrollo del cerebro



# MAPA DE POSICIONAMIENTO IMAGEN - 2022

F2 (40%)



F1 (30%)

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. Se consigue en todas partes
6. Tiene variedad de productos y tamaños
7. Tiene el precio justo
8. Su precio es económico
9. Hace ofertas y promociones
10. Es una marca de calidad
11. Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios (ACOVEZ)
12. Es la marca más vendida
13. Es la que recomienda el veterinario
14. Es innovadora
15. Es una marca que da confianza
16. Tiene la mejor relación precio/calidad
17. Tiene información de interés en internet
18. Tiene presencia en redes sociales
19. Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.
20. Tiene publicidad en internet



# CONCLUSIONES

---



# CONCLUSIONES

Dogourmet crece frente al 2021 en los principales indicadores: conocimiento, recordación publicitaria e intención de compra.

Las ciudades donde el conocimiento se ha fortalecido son Bogotá, Medellín, Bucaramanga y Eje Cafetero, que eran las zonas más débiles en la medición pasada. En Cali y Bucaramanga se mantienen fuerte.

A nivel de producto también se ha fortalecido, asociándose con mayor variedad, tener carne de verdad y la forma y colores de sus pepas.

A nivel de imagen está adquiriendo mayor reconocimiento, percibiéndose de tradición, más premium y con mayor calidad. Además se siente más activa a nivel de publicidad en redes y en internet.



Total conocimiento espontáneo			Total Conocimiento (incluye ayudado)		
2019	2021	2022	2019	2021	2022
36%	29%	39%↑	75%	70%	80%↑

	Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Eje Cafetero
	A	B	C	D	E	F
2022	82%↑ F	80%↑ F	78% F	84% F	81%↑ F	63%↑
2021	71% EF	69% EF	83% ABDEF	76% ABEF	55% F	38%

Recordación publicitaria		
2019	2021	2022
23%	17%	25%↑

Intención de compra		
2019	2021	2022
35%	43%	57%↑

Atributos de producto			
	2019	2021	2022
Tiene variedad de sabores como arroz, carne, pollo, verduras, etc	31%	25%	33%↑
Tiene carne de verdad	23%	14%	22%↑
Tiene pepitas de formas y colores	26%	21%	26%↑

Atributos de marca			
	2019	2021	2022
Es reconocida/de prestigio	41%	28%	35%↑
Es de tradición/tiene años en el mercado	27%	18%	31%↑
Es una marca de calidad	37%	28%	35%↑
Son marcas Premium	35%	25%	40%↑
Tiene presencia en redes sociales	22%	16%	28%↑
Tiene publicidad en internet	25%	18%	24%↑
Tiene información de interés en internet	17%	13%	21%↑





# CONCLUSIONES

Donkan aunque sigue siendo poco conocida, tiene un crecimiento significativo, el cual también se da a nivel de recomendación.

En relación al producto se reconoce más por la forma y color de sus pepas.

A nivel de imagen crece en varios atributos, entre ellas reconocimiento, disponibilidad, prestigio, tradición, ser premium y avalada por ACOVEZ, recomendación y todo lo referente con publicidad.



Recordación publicitaria		
2019	2021	2022
2%	3%	5% ↑

Nivel de recomendación		
2019	2021	2022
78%	83%	97% ↑

Atributos de producto			
	2019	2021	2022
Tiene pepitas de formas y colores	18%	12%	20% ↑

Atributos de marca			
	2019	2021	2022
Se consigue en todas partes	24%	18%	30% ↑
Es reconocida/de prestigio	12%	11%	18%
Es de tradición/tiene años en el mercado	10%	9%	16%
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	10%	5%	13%
Son marcas Premium	12%	6%	14%
Tiene la publicidad que me gusta	7%	5%	12%
Tiene presencia en redes sociales	9%	6%	14%
Tiene publicidad en internet	9%	5%	13%
Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios ACOVEZ	12%	7%	13%
Es innovadora	9%	8%	15%
Tiene información de interés en internet	6%	4%	10%
Hace ofertas y promociones	6%	3%	9%



## CONCLUSIONES

**Dogourmet**



Es importante tener en cuenta que dentro de la categoría hay otras marcas que también crecieron en distintos indicadores respecto a la medición anterior: Monello, Agility Gold, y Max.

Siendo Monello una marca cercana a Dogourmet a nivel de conocimiento y asociaciones.



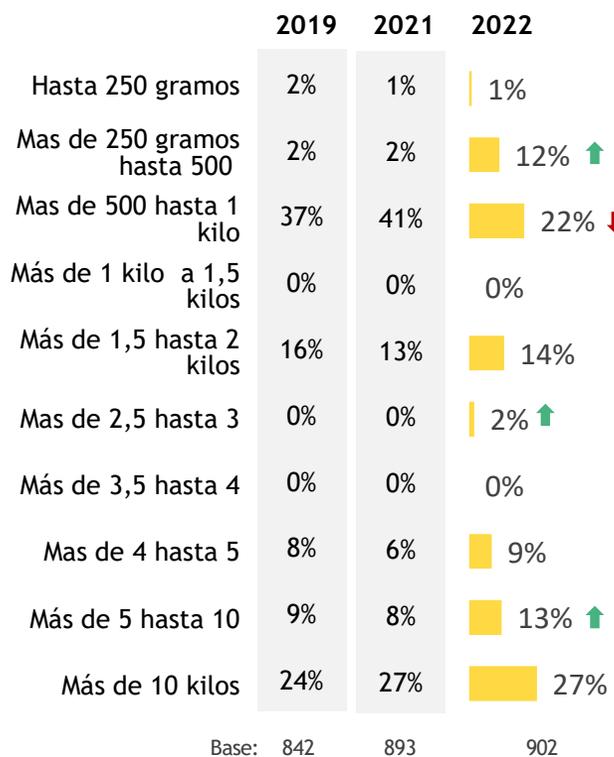
# ANEXOS

---

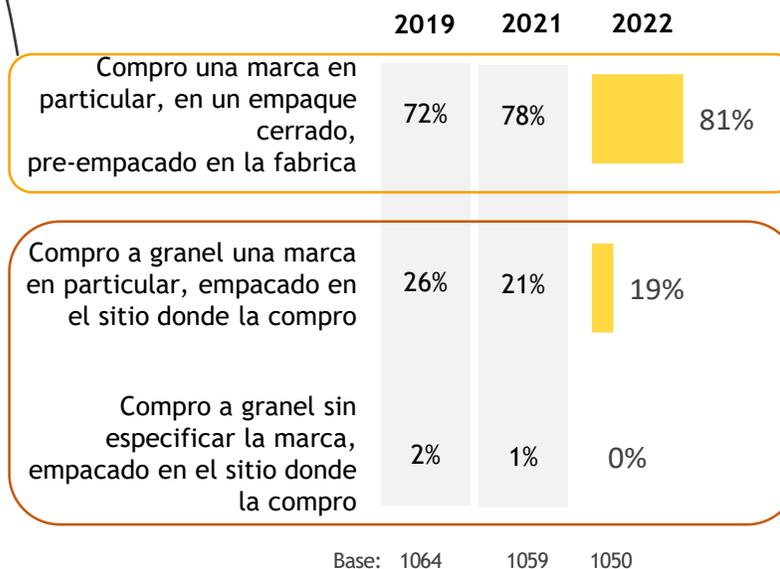


# Hábitos de compra

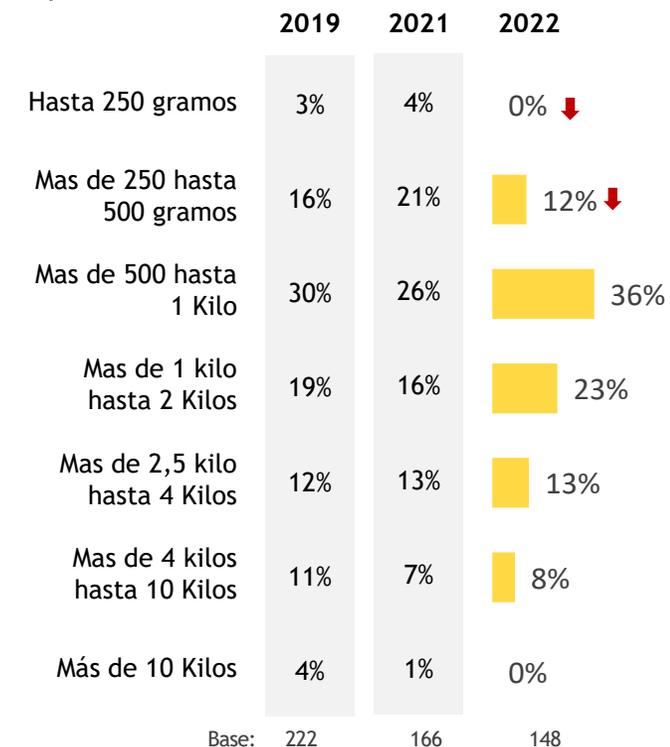
## Tamaño que compra en empaque



## Forma habitual de comprar concentrado



## Tamaño que compra en empaque



H.8. Y con relación a estas opciones ¿cómo diría usted que es su manera habitual de comprar concentrado/alimento para su perro?

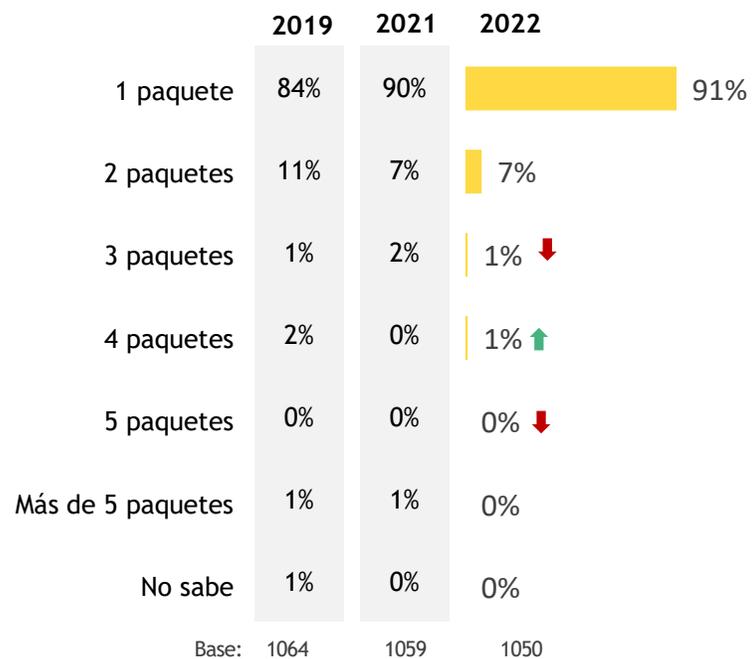
H.9. ¿Cuál es la presentación (tamaño) que más compra de concentrado/alimento para su perro?

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

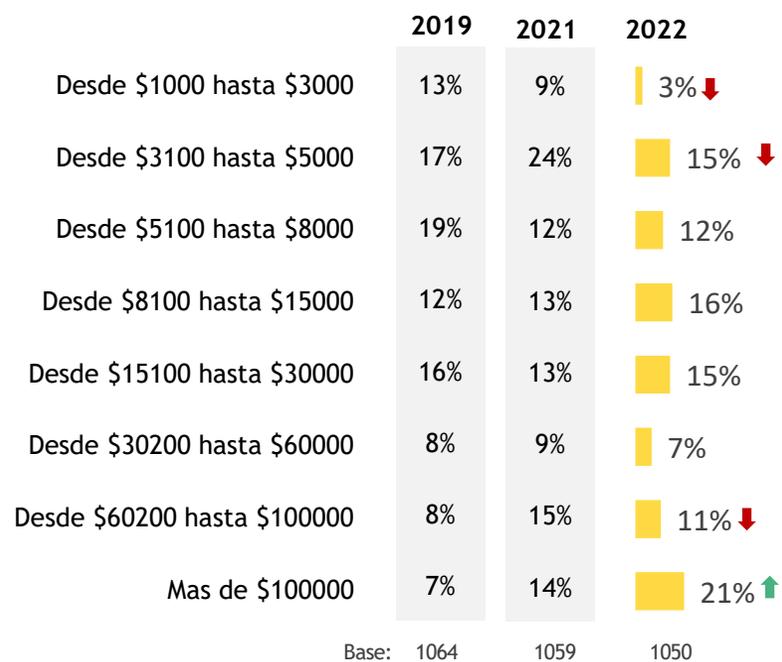


# Hábitos de compra y consumo

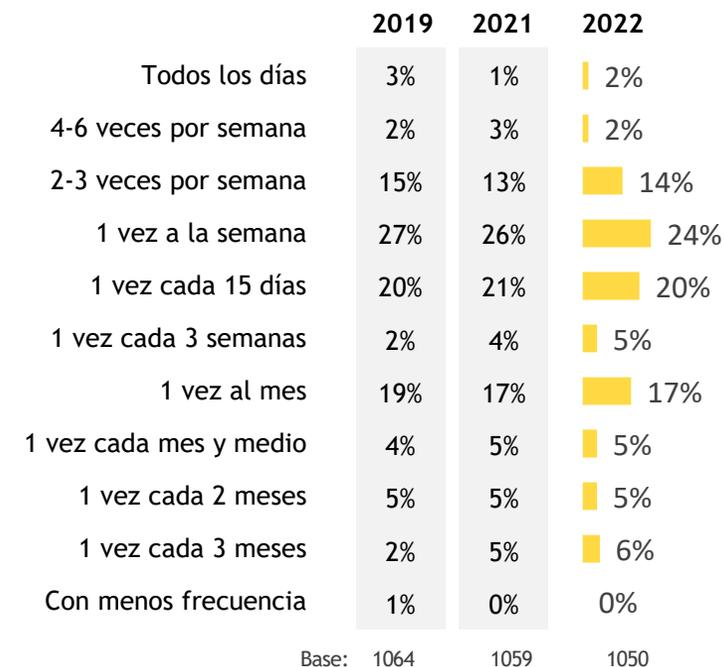
### Cantidad de paquetes comprados



### Precio pagado por cada paquete



### Frecuencia de compra



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

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

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



# Hábitos de consumo

## Duración del Paquete

	2019	2021	2022
Menos de 3 días	8%	5%	6%
Entre 3 y 4 días	13%	12%	11%
Entre 5 días y 1 semana	23%	24%	21%
Entre 1 y 2 semanas	14%	16%	14%
Entre 2 y 3 semanas	9%	8%	12% ↑
Entre 3 y 4 semanas	6%	5%	4%
1 mes	14%	14%	15%
Más de 1 mes	13%	16%	17%

Base: 1064 1059 1050

## Lugar de compra - 2022

Tiendas especializadas de mascotas	51%
Tiendas de barrio	28%
Supermercado de barrio	23%
Supermercado de cadena	18%
Tiendas de descuento (D1, Ara, Justo y Bueno)	3%
Plazas mayoristas	3%
Aplicaciones/Servicios Online	3%
Almacenes al por mayor (Makro, Alkosto, Pricemart)	1%

Base: 1.050

## Forma de Alimentar al Perro

	2019	2021	2022
Sólo le doy concentrados/ Lo alimento exclusivamente con concentrados	63%	67%	85% ↑
Mezclo o varío concentrados con comida casera	27%	20%	9% ↓
Mezclo o varío concentrados con comida húmeda	4%	8%	5% ↓
Mezclo o varío concentrados con restos de comida	3%	2%	0%
Mezclo o varío concentrados con snacks	2%	2%	1%
Otra	1%	1%	0%

Base: 1064 1059 1050

## Frecuencia suministro de concentrado

	2019	2021	2022
Más de 3 veces al día	3%	3%	2%
3 veces al día	33%	29%	38% ↑
2 veces al día	52%	58%	51% ↓
1 vez al día	11%	10%	9%
Interdiario/ 1 vez cada 2 días	1%	0%	0%

Base: 1064 1059 1050

## Cantidad Concentrado suministrado

	2019	2021	2022
Menos de media taza de concentrado	6%	5%	3%
Media taza de concentrado	21%	18%	22% ↑
Una taza de concentrado	54%	59%	63%
Taza y media de concentrado	6%	8%	5% ↓
Dos tazas de concentrado	10%	7%	5%
Más de dos tazas de concentrado	2%	2%	1%
Otro	1%	1%	1%

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

Q.2 ¿Cuál es la forma como usted usualmente alimenta a su perro?

Q3. Y según esta tarjeta ¿Usualmente con qué frecuencia le suministra alimento concentrado a su perro? /Q4. ¿Aproximadamente cuántas TAZAS de alimento concentrado le da a su perro en cada comida? / H14. ¿Dónde suele comprar el alimento concentrado para su gato?



# Atributos Negativos del Producto

	Monello Dog			DOG CHOW			Dogourmet			Hill's			PROPLAN			Pedigree			LADRINA			max		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Es costosa	6%	7%	13%↑	24%	21%	18%	19%	13%	22%↑	10%	10%	13%↑	11%	7%	13%↑	21%	21%	19%	3%	1%	2%	3%	3%	2%
No rinde	2%	2%	2%	8%	7%	4%↓	7%	4%	4%	1%	2%	1%	2%	1%	1%	5%	4%	2%	3%	1%	1%	1%	1%	1%
Tiene colorantes artificiales	4%	7%	4%	15%	17%	19%	12%	9%	14%↑	1%	1%	2%	3%	3%	3%	9%	11%	8%↓	4%	3%	7%↑	1%	2%	1%
No lo llena	2%	2%	1%	6%	4%	2%	4%	3%	2%	0%	1%	0%	1%	1%	1%	3%	2%	1%	2%	1%	1%	1%	1%	1%
Mi perro no se lo come	3%	1%	2%	7%	6%	4%↓	5%	4%	3%	0%	1%	0%	1%	1%	0%	5%	4%	3%	3%	1%	2%	1%	1%	1%
Le sienta mal a la digestión de mi perro	2%	2%	3%	8%	5%	4%	6%	4%	4%	0%	0%	1%	1%	0%	0%	6%	4%	3%	3%	1%	1%	0%	1%	1%
No aporta los beneficios nutricionales	N/A	2%	2%	N/A	5%	3%↓	N/A	4%	3%	N/A	0%	0%	N/A	0%	0%	N/A	3%	2%	N/A	1%	2%	N/A	1%	0%
No contribuye a que mi perro tenga el pelo brillante	N/A	3%	2%	N/A	6%	3%↓	N/A	2%	3%	N/A	1%	0%	N/A	1%	0%	N/A	3%	2%	N/A	1%	1%	N/A	0%	1%↑
Base	1064	1059	1050	1064	1059	1050	1064	1059	1050	1064	1059	1050	1064	1059	1050	1064	1059	1050	1064	1059	1050	1064	1059	1050



# Atributos Negativos del Producto

	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Es costosa	4%	6%	9% ↑	2%	1%	3% ↑	1%	2%	2%	0%	0%	0%	8%	7%	4%	0%	0%	1% ↑	2%	0%	0%	4%	8%	16% ↑
No rinde	4%	4%	3%	2%	2%	1%	4%	4%	3%	1%	1%	0%	3%	3%	2%	1%	1%	0%	2%	0%	0%	1%	0%	1%
Tiene colorantes artificiales	7%	12%	15% ↑	4%	3%	8%	6%	11%	15%	1%	1%	0%	8%	8%	9%	1%	2%	2%	2%	0%	0%	0%	1%	3% ↑
No lo llena	5%	3%	2%	2%	1%	0% ↓	6%	5%	4%	1%	1%	0%	2%	2%	1%	0%	1%	1%	2%	0%	0%	0%	0%	0%
Mi perro no se lo come	5%	4%	3%	3%	3%	2%	6%	5%	6%	2%	1%	0% ↓	6%	3%	3%	0%	1%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	0%
Le sienta mal a la digestión de mi perro	5%	4%	4%	2%	2%	1%	5%	6%	7%	1%	1%	0% ↓	5%	3%	2%	0%	1%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	1%
No aporta los beneficios nutricionales	N/A	4%	3%	N/A	2%	1%	N/A	7%	9%	N/A	1%	0% ↓	N/A	3%	2%	N/A	2%	1%	N/A	0%	0%	N/A	0%	1%
No contribuye a que mi perro tenga el pelo brillante	N/A	3%	4%	N/A	2%	1%	N/A	7%	7%	N/A	1%	0%	N/A	4%	2% ↓	N/A	1%	0% ↓	N/A	0%	0%	N/A	0%	1% ↑
Base	1064	1059	1050	1064	1059	1050	1064	1059	1050	1064	1059	1050	1064	1059	1050	1064	1059	1050	1064	1059	1050	1064	1059	1050



# Análisis Top of Mind

## Ciudades

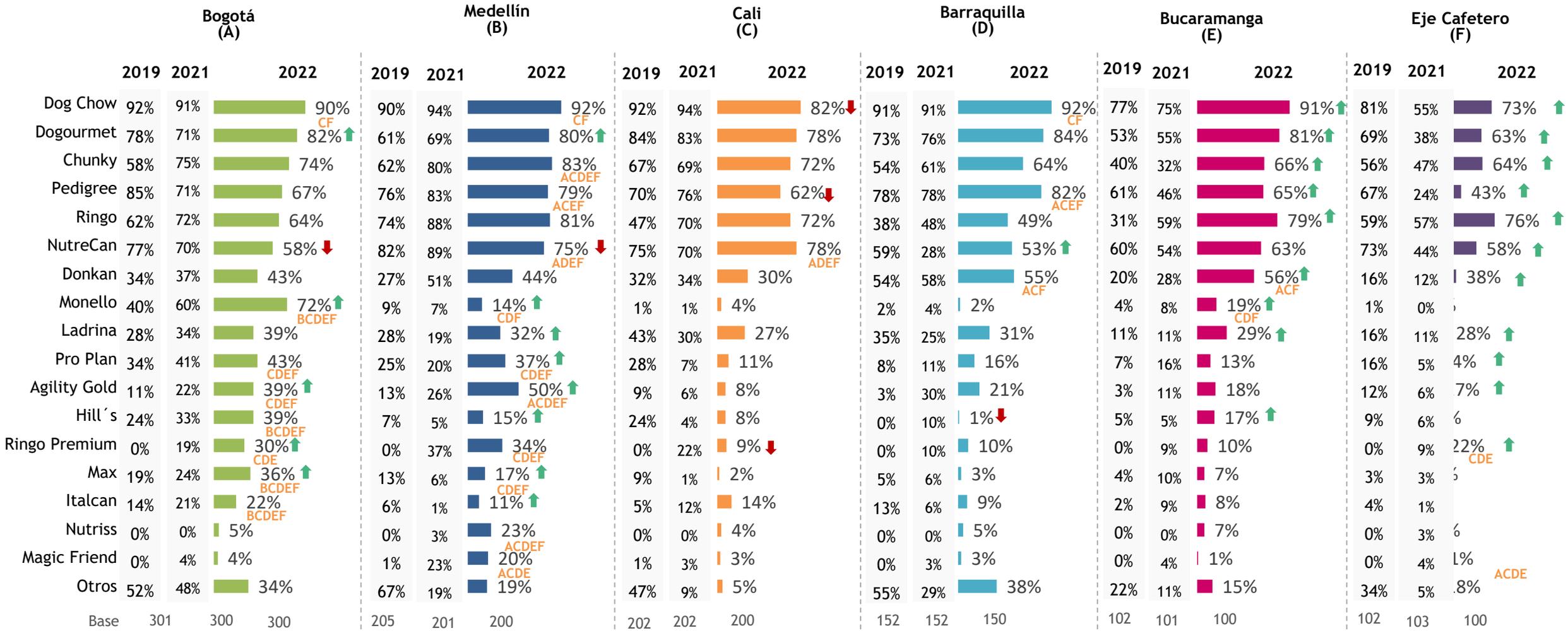
	Bogotá (A)			Medellín (B)			Cali (C)			Barraquilla (D)			Bucaramanga (E)			Eje Cafetero (F)		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Dog Chow	29%	26%	16% ↓	29%	18%	25%	35%	27%	25%	42%	39%	46%	34%	27%	32%	21%	10%	26% ↑
Chunky	8%	15%	13%	17%	20%	18%	16%	18%	21%	9%	12%	5% ↓	4%	4%	10%	15%	14%	16%
Dogourmet	7%	7%	11%	6%	4%	3%	13%	12%	14%	9%	13%	9%	10%	13%	15%	12%	10%	6%
Monello	8%	11%	18% ↑	0%	0%	0%	0%	1%	1%	0%	0%	0%	2%	2%	5%	0%	0%	0%
NutreCan	5%	3%	3%	16%	8%	11%	19%	14%	17%	5%	0%	5% ↑	15%	8%	8%	14%	20%	10% ↓
Ringo	5%	3%	3%	13%	22%	20%	3%	8%	7%	2%	5%	2%	8%	12%	5%	16%	27%	14% ↓
Agility Gold	2%	2%	9% ↑	3%	3%	5%	1%	0%	3% ↑	2%	5%	3%	0%	5%	2%	2%	1%	2%
Pedigree	9%	7%	2% ↓	5%	7%	3%	5%	7%	2% ↓	12%	6%	6%	18%	5%	4%	7%	6%	3%
Donkan	5%	5%	3%	4%	4%	0% ↓	0%	1%	1%	10%	10%	9%	4%	5%	9%	2%	0%	4% ↑
Hill's	4%	4%	4%	0%	0%	1%	1%	1%	1%	0%	2%	0%	1%	2%	1%	0%	1%	0%
Max	3%	2%	5% ↑	0%	1%	1%	1%	1%	1%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	1%	1%	1%
Pro Plan	3%	2%	2%	2%	0%	2%	0%	0%	0%	1%	1%	0%	0%	0%	1%	2%	2%	1%
Italcan	2%	3%	1% ↓	1%	0%	1%	2%	3%	3%	1%	1%	1%	0%	3%	0%	0%	0%	0%
Ladrina	1%	1%	1%	0%	0%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	2%	0%	1%	1%	1%	1%	1%
Filpo	0%	1%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	1%	0%	0%	1%
Taste of the wild	1%	2%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	1%	0%	1%	0%	0%	0%
Ringo Premium	0%	0%	1%	0%	3%	2%	0%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	0%	1%	3%
Otras	8%	6%	5%	4%	7%	7%	5%	5%	2%	5%	4%	11%	2%	7%	1%	7%	5%	11%
Base	301	300	300	205	201	200	202	202	200	152	152	150	102	101	100	102	103	100

ABCDEF Diferencias significativas entre ciudades

↓ ↑ Dif. Significativas entre olas



# Análisis Total Conocimiento Ciudades



ABCDEF Diferencias significativas entre ciudades

↓ ↑ Dif. Significativas entre olas

P1. ¿Podría decirme cuál marca de concentrado/alimento para perros conoce o ha oído mencionar? P1.1 Cuáles otras?  
 P2. De las marcas de concentrado/alimento para perros que aparecen en esta tarjeta, cuáles otros conoce o ha oído mencionar?



# Recordación Publicitaria

## Ciudades

	Bogotá (A)			Medellín (B)			Cali (C)			Barraquilla (D)			Bucaramanga (E)			Eje Cafetero (F)		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Dog Chow	46%	39%	34% BCE	32%	26%	22%	28%	30%	22%	35%	44%	27% ↓	34%	34%	16% ↓	41%	16%	38% ↑ BCE
Dogourmet	25%	19%	34% ↑ BCDEF	15%	11%	13%	27%	19%	16%	23%	15%	16%	14%	12%	18%	32%	14%	16%
Pedigree	25%	13%	11%	13%	14%	12%	19%	13%	8%	12%	15%	16% C	19%	8%	7%	22%	4%	11%
Chunky	7%	14%	10% DE	9%	8%	13% DE	8%	11%	14% DE	3%	9%	4%	6%	0%	3%	18%	9%	21% ↑ ADE
NutreCan	10%	5%	6%	12%	15%	3% ↓	13%	6%	7%	5%	1%	2%	22%	15%	3% ↓	22%	17%	19% ABCDE
Ringo	6%	8%	4%	8%	11%	8% D	1%	6%	6%	1%	4%	2%	6%	12%	7%	19%	18%	23% ABCDE
Monello	5%	6%	10% BCDEF	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	3%	0%	0%	0%
Donkan	2%	4%	7% BCE	1%	1%	2%	0%	1%	1%	3%	6%	3%	2%	5%	1%	2%	1%	8% ↑ BCE
Pro Plan	3%	3%	3% C	1%	0%	3% C	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%	2%	1%	2%
Hill's	1%	3%	5% BDF	1%	0%	1%	2%	0%	2%	0%	0%	0%	0%	3%	1%	0%	1%	0%
Agility Gold	1%	2%	3%	1%	2%	3%	0%	0%	2%	0%	2%	0%	0%	1%	2%	5%	1%	3%
Ladrina	2%	1%	1%	1%	0%	0%	2%	2%	0%	1%	1%	1%	1%	0%	2%	4%	0%	3%
Max	2%	1%	3% C	1%	0%	1%	1%	0%	0%	0%	1%	0%	1%	1%	0%	0%	0%	1%
Italcan	1%	2%	1%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	1%	0%	1%	0%	1%
Purina	3%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	6%	0%	0%
Jumbo/ Éxito/Carulla	1%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	1%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Magic Friend	0%	0%	1%	0%	1%	0%	0%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%
Rocku	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Ninguna	16%	20%	20% F	32%	43%	49% AF	30%	40%	39% AF	27%	33%	40% AF	31%	25%	45% AF	12%	32%	3%
Base	301	300	300	205	201	200	202	202	200	152	152	150	102	101	100	102	103	100

ABCDEF Diferencias significativas entre ciudades

↓ ↑ Dif. Significativas entre olas



# Preferencia - TOM

## Ciudades

	Bogotá (A)			Medellín (B)			Cali (C)			Barrquilla (D)			Bucaramanga (E)			Eje Cafetero (F)		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Dog Chow	18%	13%	14%	28%	16%	23% A	31%	24%	18%	40%	31%	35% ABCE	28%	26%	21%	16%	12%	25% ↑ A
Chunky	8%	18%	12%	16%	21%	19% ADE	16%	14%	20% ADE	7%	12%	9%	7%	3%	6%	16%	8%	14%
Dogourmet	8%	7%	11% B	6%	5%	3%	13%	10%	12% BF	10%	15%	12% B	12%	11%	20% ABF	6%	10%	4%
NutreCan	6%	5%	3%	15%	10%	9% A	19%	17%	21% ABDEF	6%	0%	4% ↑	17%	12%	9% A	19%	21%	9% ↓ A
Ringo	5%	5%	2%	14%	21%	20% ACDE	4%	9%	10% A	2%	5%	4%	11%	10%	9% A	16%	26%	14% ↓ AD
Monello	14%	13%	18% BCDEF	0%	0%	0%	0%	1%	1%	0%	0%	0%	2%	1%	6% BCDF	0%	0%	0%
Pedigree	5%	4%	2%	4%	7%	3%	4%	8%	4%	9%	6%	9% AB	11%	3%	4%	5%	2%	5%
Donkan	6%	3%	4% B	3%	3%	0%	1%	2%	2%	8%	12%	9% BCF	4%	6%	7% B	4%	2%	2%
Agility Gold	3%	2%	9% ↑ BCDF	3%	3%	4%	0%	1%	3%	2%	5%	3%	0%	6%	4%	1%	2%	2%
Max	3%	2%	7% ↑ BCDEF	0%	1%	2%	2%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	1%	1%	0%	1%
Hill's	3%	5%	4% CD	0%	0%	1%	1%	1%	0%	0%	1%	0%	0%	2%	0%	1%	2%	0%
Pro Plan	4%	2%	2%	2%	0%	3%	0%	0%	1%	1%	1%	0%	1%	1%	3%	4%	2%	0%
Italcan	3%	3%	1%	1%	0%	1%	1%	4%	3%	1%	0%	0%	0%	1%	0%	1%	1%	0%
Filpo	2%	2%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	1%	1%	1%	0%	1%
Taste of the wild	0%	1%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%	0%	1%
Ladrina	2%	1%	1%	0%	0%	1%	2%	0%	1%	1%	2%	1%	0%	0%	0%	1%	2%	1%
Nutra Nuggets	1%	2%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%	0%	0%	2%
Magic Friend	1%	1%	0%	0%	5%	1% ↓	1%	1%	1%	0%	1%	0%	0%	4%	0%	0%	3%	1%
Jumbo/ Éxito/Carulla	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%	0%	3%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Base	301	300	300	205	201	200	202	202	200	152	152	150	102	101	100	102	103	100

ABCDEF Diferencias significativas entre ciudades

↓ ↑ Dif. Significativas entre olas



# Preferencia – Total Preferencia Ciudades

	Bogotá (A)			Medellín (B)			Cali (C)			Barraquilla (D)			Bucaramanga (E)			Eje Cafetero (F)		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Dog Chow	28%	25%	19%	40%	27%	36% A	44%	37%	34% A	63%	49%	50% ABCEF	42%	35%	29%	22%	16%	28%
Chunky	12%	25%	20%	24%	29%	30% AE	17%	22%	26% E	14%	23%	24% E	9%	3%	13% ↑	17%	14%	20%
Dogourmet	17%	13%	18% F	9%	8%	13%	24%	18%	25% BF	31%	29%	17% ↓	18%	19%	33% ↑ ABDF	9%	15%	9%
NutreCan	10%	7%	5%	26%	13%	18% AD	25%	20%	33% ↑ ABDEF	13%	6%	9%	22%	12%	19% AD	26%	24%	11% ↓
Ringo	8%	7%	5%	24%	31%	27% ACDEF	7%	15%	14% A	7%	8%	10%	12%	13%	15% A	21%	29%	14% ↓ A
Pedigree	9%	9%	4% ↓	13%	17%	14% ACF	17%	14%	6% ↓	30%	25%	24% ABCEF	16%	6%	13% A	11%	5%	5%
Monello	19%	19%	25% BCDEF	0%	0%	0%	0%	1%	1%	0%	0%	0%	2%	4%	10% BCDF	0%	0%	0%
Donkan	8%	6%	6%	4%	3%	2%	1%	4%	2%	17%	19%	15% ABCF	7%	6%	19% ↑ ABCF	5%	4%	5%
Agility Gold	3%	4%	11% ↑ CF	5%	3%	11% CF	1%	1%	3%	2%	11%	5%	0%	6%	7%	4%	3%	2%
Hill's	6%	7%	8% BCDF	1%	0%	3% ↑	2%	1%	1%	0%	1%	1%	1%	3%	3%	1%	2%	0%
Pro Plan	7%	4%	5% F	5%	1%	5% ↑	0%	1%	2%	1%	2%	1%	3%	0%	4%	4%	2%	0%
Max	4%	3%	9% ↑ BCDEF	1%	1%	2% ↑	2%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	2%	2%	1%	0%	1%
Ladrina	4%	1%	2%	1%	1%	1%	4%	0%	3%	3%	4%	4%	0%	0%	0%	3%	2%	3%
Italcan	4%	3%	1%	1%	0%	1%	2%	4%	4%	3%	1%	2%	0%	1%	1%	0%	1%	0%
Taste of the wild	0%	2%	3% BC	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%	0%	1%
Ringo Premium	0%	2%	1%	0%	3%	6% ACD	0%	3%	1%	0%	1%	1%	0%	5%	1%	0%	2%	4%
Nutra Nuggets	2%	3%	1% ↓	1%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%	0%	0%	2%
Filpo	0%	2%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	1%	1%	0%	0%	1%
Ninguna	48%	48%	48% DF	30%	36%	42%	37%	64%	49% ↓ DF	38%	36%	32%	33%	29%	41%	51%	44%	36%
Base	301	300	300	205	201	200	202	202	200	152	152	150	102	101	100	102	103	100

ABCDEF Diferencias significativas entre ciudades

↓ ↑ Dif. Significativas entre olas

M.1. Podría decirme cuál es la marca de concentrado/alimento para perro que usted prefiere?  
M.2. ¿Tiene alguna o algunas otras marcas de concentrado/alimento para perros entre sus preferidas?



# Mayor Frecuencia – Marca más comprada en el último mes

## Ciudades

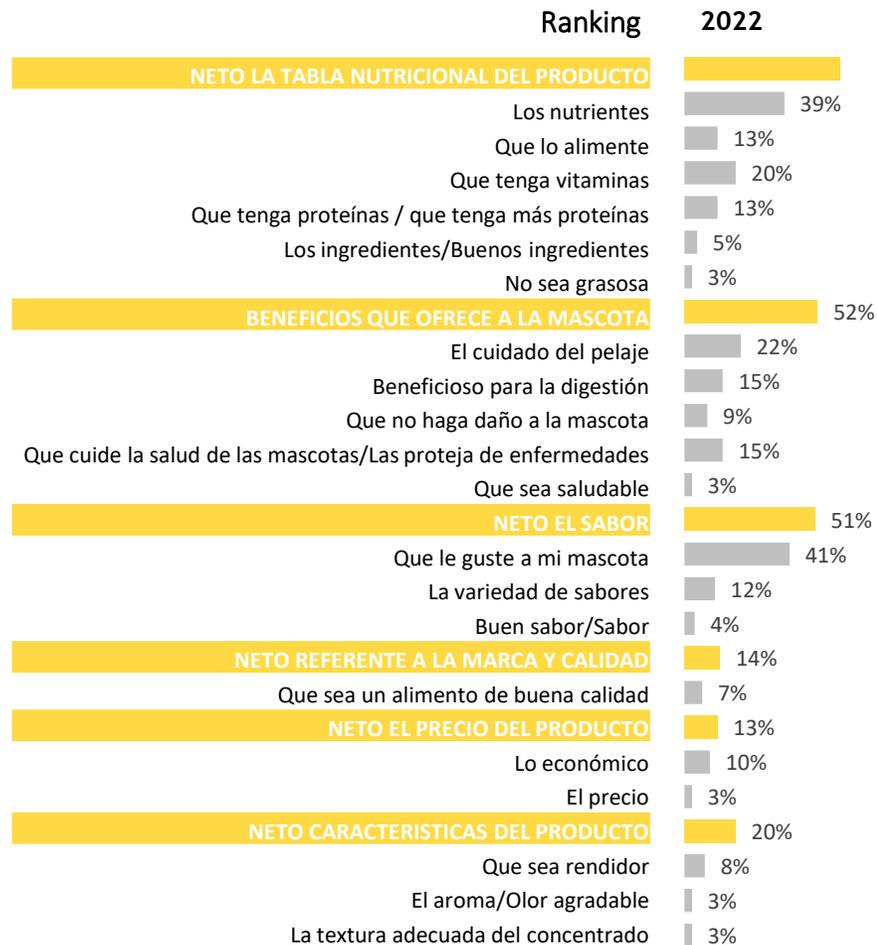
	Bogotá (A)			Medellín (B)			Cali (C)			Barraquilla (D)			Bucaramanga (E)			Eje Cafetero (F)		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Dog Chow	16%	15%	15%	29%	16%	22%	31%	23%	17%	39%	32%	36%	32%	28%	20%	16%	13%	25%
Chunky	9%	17%	12%	15%	21%	17%	15%	15%	20%	7%	12%	9%	6%	4%	7%	16%	9%	14%
Dogourmet	10%	9%	11%	5%	5%	5%	11%	10%	13%	9%	14%	11%	9%	11%	20%	8%	9%	4%
NutreCan	7%	4%	3%	16%	10%	9%	19%	18%	21%	8%	1%	2%	16%	12%	10%	20%	19%	9%
Ringo	7%	5%	3%	14%	21%	20%	4%	9%	11%	2%	5%	3%	12%	11%	9%	17%	28%	12% ↓
Monello	11%	13%	18%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	2%	2%	7%	0%	0%	0%
Pedigree	5%	4%	2%	4%	7%	4%	5%	8%	3%	9%	6%	8%	9%	3%	4%	5%	1%	5%
Donkan	7%	5%	4%	3%	2%	0% ↓	0%	2%	2%	8%	12%	11%	4%	7%	8%	3%	2%	4%
Agility Gold	2%	2%	8% ↑	3%	3%	5%	0%	1%	3%	2%	6%	3%	0%	6%	2%	1%	1%	2%
Max	4%	2%	7% ↑	0%	1%	2%	2%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	1%	0%	1%
Hill's	3%	4%	4%	0%	0%	1%	2%	1%	0%	0%	1%	0%	0%	2%	0%	1%	2%	0%
Italcan	3%	2%	1%	1%	0%	1%	2%	4%	4%	2%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	1%	0%
Pro Plan	3%	2%	1%	2%	0%	3% ↑	0%	0%	1%	1%	2%	0%	2%	1%	2%	2%	2%	0%
Filpo	2%	2%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	1%	1%	1%	0%	1%
Ladrina	2%	1%	1%	0%	0%	1%	2%	0%	1%	1%	1%	2%	0%	0%	0%	1%	2%	1%
Nutra Nuggets	0%	2%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	2%
Magic Friend	1%	1%	0%	0%	0%	1% ↓	1%	1%	2%	0%	1%	0%	0%	3%	0%	0%	3%	1%
Otros	7%	9%	7%	7%	8%	9%	5%	6%	2%	8%	7%	13%	2%	6%	5%	4%	7%	18%

ABCDEF Diferencias significativas entre ciudades

↓ ↑ Dif. Significativas entre olas



# Detonantes de compra perros



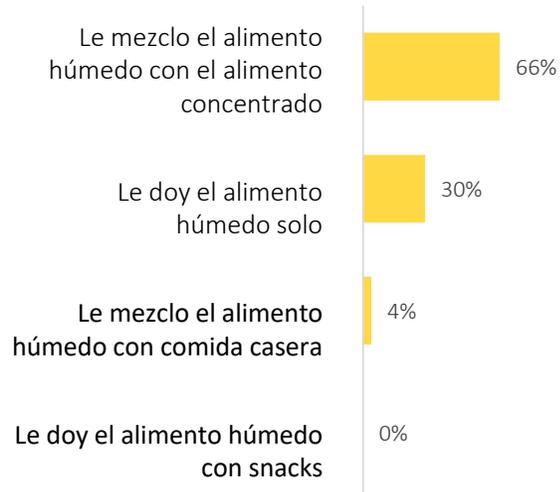
Base: 1050

2022				
Primera posición	Segunda posición	Tercera posición	Cuarta posición	Quinta posición
36%	32%	21%	21%	13%
19%	16%	7%	9%	5%
7%	5%	4%	4%	1%
8%	9%	6%	4%	1%
6%	5%	4%	5%	4%
2%	2%	2%	1%	1%
2%	1%	1%	0%	0%
20%	29%	35%	39%	38%
5%	8%	13%	17%	17%
4%	8%	6%	9%	2%
3%	3%	7%	1%	6%
6%	8%	5%	3%	6%
1%	1%	1%	1%	1%
26%	17%	19%	17%	13%
20%	14%	12%	14%	6%
5%	3%	6%	4%	4%
2%	1%	2%	0%	3%
8%	5%	4%	3%	4%
5%	2%	1%	0%	1%
4%	4%	6%	5%	8%
4%	3%	5%	3%	3%
1%	1%	1%	2%	4%
8%	9%	9%	9%	13%
2%	3%	3%	5%	7%
0%	2%	1%	1%	1%
1%	1%	1%	1%	1%



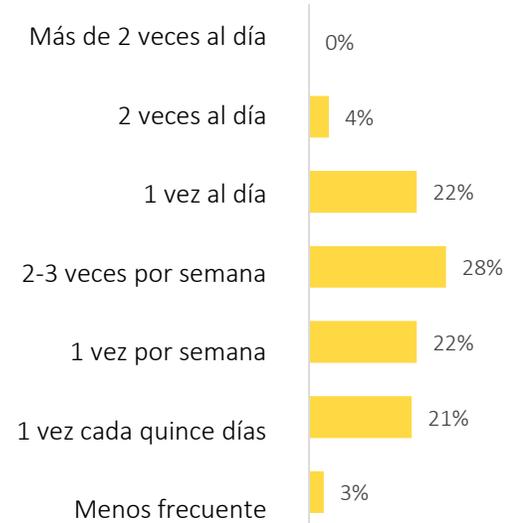
# HÁBITOS DE COMPRA Y CONSUMO DE ALIMENTO HÚMEDO

## Forma de alimentar al perro con alimento húmedo



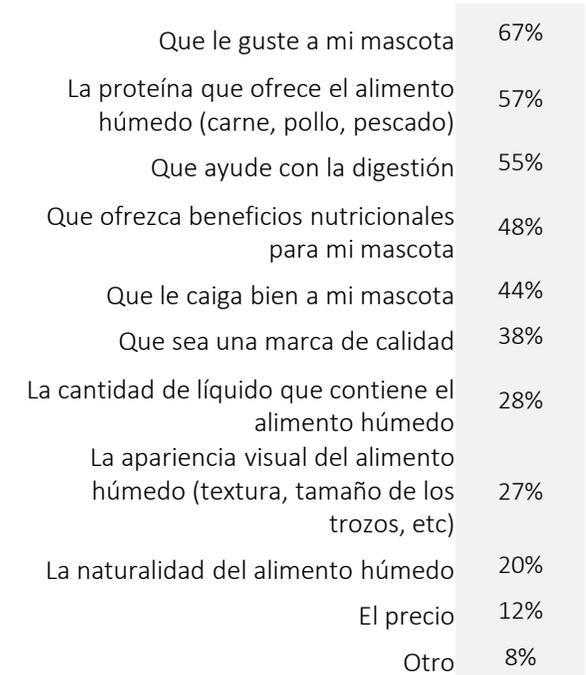
Base: 73

## Frecuencia de suministro de alimento húmedo



Base: 73

## Aspectos más importantes al momento de escoger un alimento húmedo



Base: 73

T1. Con cuáles de las siguientes frases se identifica más al momento de alimentar a su mascota con alimento húmedo RU  
 T2. ¿Con qué frecuencia suele darle alimento húmedo a su mascota? RU  
 T3. Por favor seleccione de la siguiente lista cuáles son los aspectos más importantes al momento de escoger un alimento húmedo. RM

A smiling woman with long blonde hair is holding a white dog with brown spots. The dog is looking up and to the right. The woman is wearing a white fur collar and a blue denim jacket. The background is a blurred outdoor setting with trees and a path.

GRACIAS!!

Abril 2022



Alimentos Polar

connecto