



ALIMENTOS CONCENTRADOS PARA MASCOTAS

POSICIONAMIENTO DE MARCA
GATOS

Informe Tíbet IV
No. Proyecto: 7766

Abril 2022



Alimentos Polar

connecta



OBJETIVOS

Objetivo General

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

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

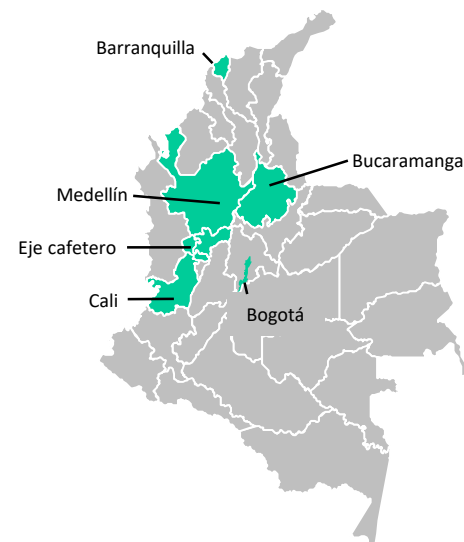
- Hombres y mujeres con gato, responsables de la compra del alimento concentrado para su mascota.
- NSE representado por estratos 2, 3 y 4
- Entre 25 y 55 años

Ficha técnica



COBERTURA

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





PONDERACIÓN



ALCANCE

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%

2022:

Se realizaron 1051 encuestas distribuidas de la siguiente manera:

	Sin ponderar	% sin ponderar	Ponderada	% ponderado
Bogotá	301	29%	540	51%
Medellín	200	19%	169	16%
Cali	200	19%	163	16%
Barranquilla	150	14%	84	8%
Bucaramanga	100	10%	36	3%
Eje Cafetero	100	10%	59	6%

Estrato 2	350	33%	432	41%
Estrato 3	352	33%	442	42%
Estrato 4	349	33%	177	17%
TOTAL	1.051	100%	1.051	100%

Tenencia de gatos	45%
Penetración alimento gato	100%

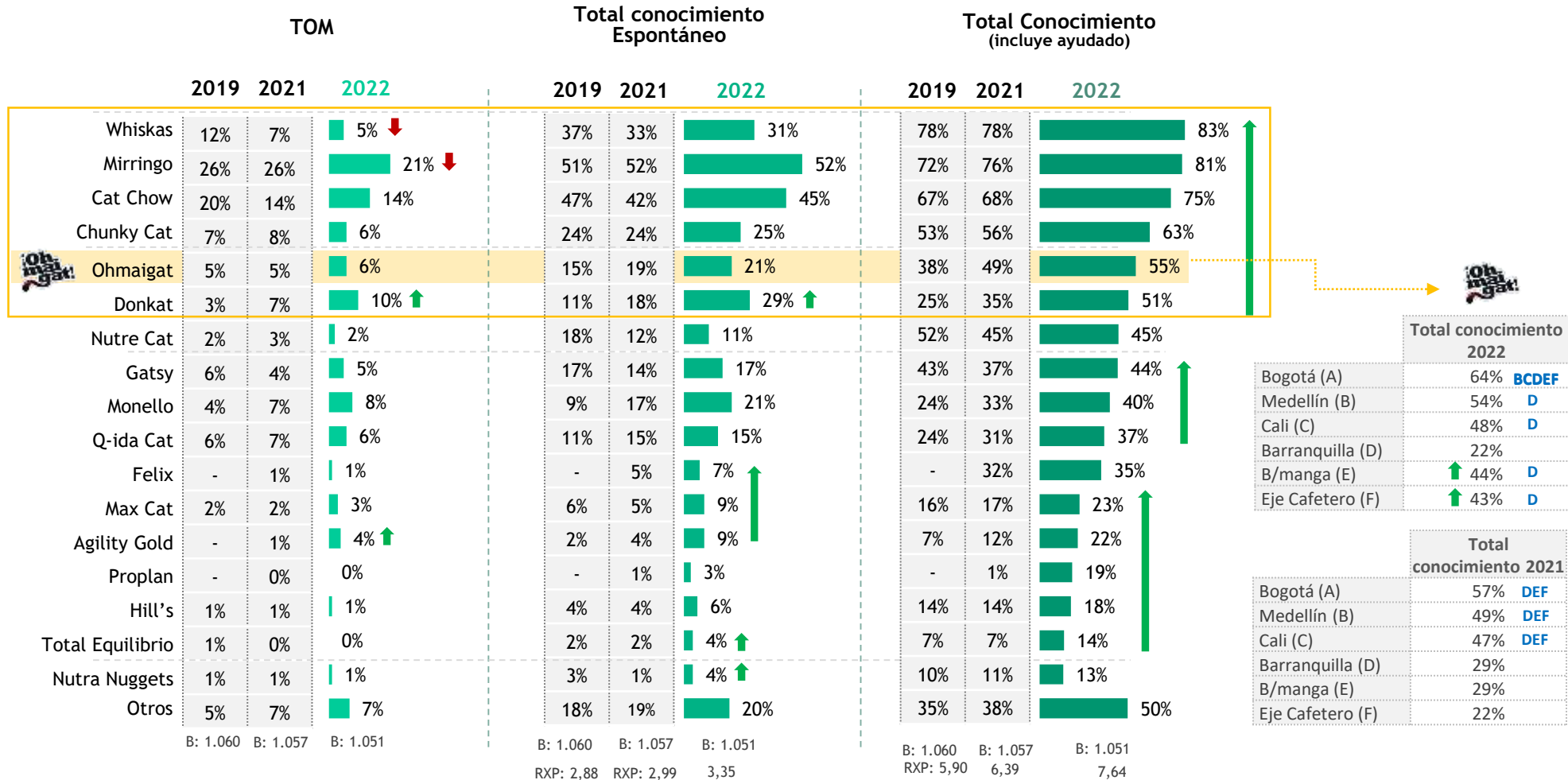
DINÁMICA DE MARCAS

APRENDIZAJES:

- Un crecimiento generalizado a nivel de conocimiento, soportado principalmente por el ayudado.
- Aunque Mirringo se mantiene como líder, se ha debilitado en los distintos indicadores.
- DonCat, una marca que se está fortaleciendo en todos los indicadores
- Oh Mai Gat creciendo a nivel de conocimiento, preferencia e intención de compra.



CONOCIMIENTO DE MARCAS



	Total conocimiento 2022
Bogotá (A)	64% BCDEF
Medellín (B)	54% D
Cali (C)	48% D
Barranquilla (D)	22%
B/manga (E)	44% D
Eje Cafetero (F)	43% D

	Total conocimiento 2021
Bogotá (A)	57% DEF
Medellín (B)	49% DEF
Cali (C)	47% DEF
Barranquilla (D)	29%
B/manga (E)	29%
Eje Cafetero (F)	22%

Aunque la mayoría de marcas crecen en el conocimiento total incluyendo el ayudado, DonKat es la marca que tiene el cambio más significativo en la categoría, con un crecimiento a nivel espontáneo.

Whiskas y Mirringo las marcas que caen en primera mención.

El crecimiento de Oh Mai Gat se da principalmente en Bucaramanga y Eje Cafetero.

↑ ↓ Dif. Significativas entre olas

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



RECORDACIÓN PUBLICITARIA

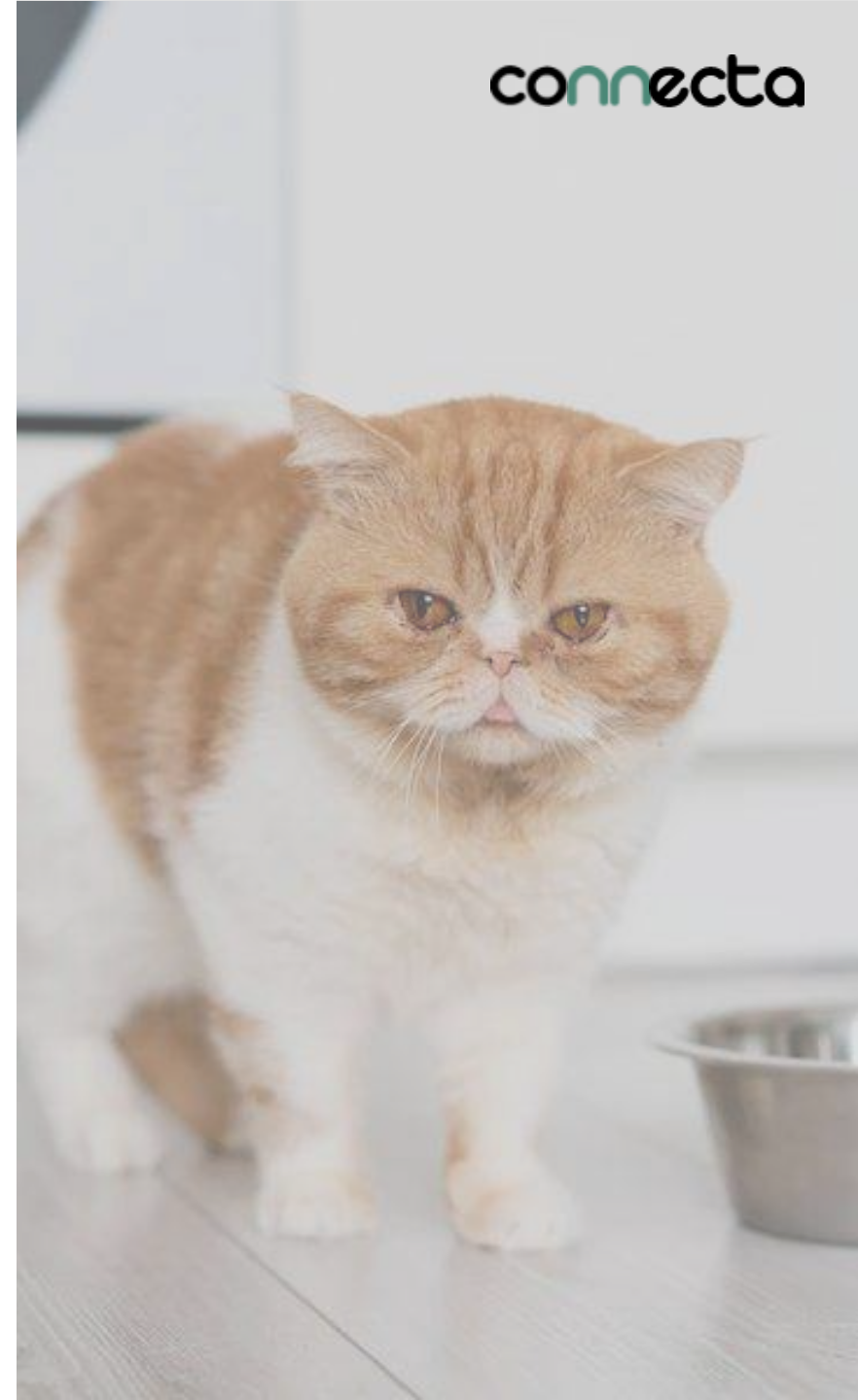
Recordación publicitaria

	2019	2021	2022
Whiskas	26%	22%	23%
Cat Chow	17%	16%	17%
Ohmaigat	12%	13%	16%
Mirringo	15%	15%	14%
Monello	2%	6%	6%
Chunky Cat	8%	7%	6%
Donkat	1%	4%	5%
Felix	-	4%	4%
Nutre Cat	6%	2%	3%
Hill's	1%	1%	3% ↑
Gatsy	3%	2%	2%
Agility Gold	-	1%	2% ↑
Otros	7%	4%	21%
Ninguna	27%	34%	32%
No sabe / No contesta	10%	4%	5%

B: 1.060 RPP: 1,38 B: 1.057 RPP: 1,35 B: 1.051 RPP: 1,58

La recordación publicitaria sin cambios importantes, manteniéndose Whiskas en la punta.

↑ ↓ Dif. Significativas entre olas





PREFERENCIA

Aunque Mirringo sigue liderando a nivel de preferencia ha caído, mientras que otras marcas se fortalecen, entre ellas DonKat y Oh Mai Gat, esta última principalmente en Bogotá y Medellín, pero debilitándose en Barranquilla. Frente a los detonantes DonKat ha adquirido mayor reconocimiento de marca.

	TOM Preferida			Total Preferida		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022
MIRRINGO	26%	23%	20%	33%	34%	28% ↓
whiskas	9%	5%	4%	20%	19%	18%
Cat	15%	9%	11%	25%	17%	17%
Don Kat	5%	9%	13% ↑	7%	11%	17% ↑
Monello	5%	9%	9%	6%	11%	14%
Oh Mai Gat	5%	5%	6%	9%	9%	13% ↑
Chunky Cat	6%	6%	5%	10%	10%	10%
Q-ida Cat	7%	9%	7%	9%	12%	10%
Gatsy	7%	4%	4%	11%	7%	8%
Agility Gold	-	2%	3%	1%	2%	5% ↑
Max Cat	2%	2%	3%	2%	3%	4%
Nutre Cat	2%	3%	2%	6%	5%	4%
Felix	-	1%	1%	-	3%	3%
Hill's	1%	1%	1%	1%	1%	3%
Proplan	-	1%	1%	-	1%	2% ↑
Otras	13%	10%	10%	14%	14%	15%
Ninguna	1%	1%	0%	38%	49%	53%
Ns/Nr	-	0%	0%	3%	4%	2%

	2019	2021	2022
B: 1.060			
B: 1.057			
B: 1.051			
RPP: 1,94			
RPP: 2,11			
RPP: 2,26			

	Total preferida 2022
Bogotá (A)	↑ 17% DF
Medellín (B)	↑ 12% DF
Cali (C)	12% DF
Barranquilla (D)	↓ 0%
B/manga (E)	13% DF
Eje Cafetero (F)	4%

	Total preferida 2021
Bogotá (A)	11% BDEF
Medellín (B)	6%
Cali (C)	9% BD
Barranquilla (D)	6%
B/manga (E)	7%
Eje Cafetero (F)	7%

Razones de TOM preferida	MIRRINGO			whiskas			Cat			DON KAT		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Por su precio/es económica	40%	49%	48%	16%	11%	5%	20%	11%	22%	34%	27%	37%
Por su calidad	40%	41%	42%	54%	44%	57%	49%	46%	58%	50%	29%	44%
Favorece la salud de mi gato	47%	34%	37%	48%	52%	31%	52%	43%	43%	55%	57%	45%
Es una marca reconocida	24%	30%	31%	36%	33%	39%	36%	33%	34%	2%	4%	21%
Es rendidora/ rinde más	24%	31%	31%	17%	15%	12%	20%	14%	22%	18%	16%	22%
Es de tradición	16%	16%	18%	17%	16%	12%	15%	15%	13%	10%	2%	6%
Mantiene brillante el pelaje del gato	13%	14%	18%	9%	21%	21%	13%	18%	19%	16%	19%	28%
Mantiene los excrementos consistentes y sin mal olor	11%	6%	8%	12%	15%	6%	10%	8%	9%	6%	5%	22%
Le gusta a su mascota	2%	11%	13%	6%	7%	9%	3%	14%	9%	5%	22%	17%
Tiene variedad de sabores	9%	5%	9%	20%	13%	18%	20%	18%	12%	17%	9%	7%
Por su olor agradable	9%	12%	9%	14%	10%	2%	9%	10%	7%	12%	7%	5%
Tiene variedad de tamaños/ presentación	3%	4%	8%	11%	6%	9%	12%	7%	7%	2%	4%	8%
Es una marca recomendada por opinión de familiares vecinos ,amigos	5%	5%	6%	9%	3%	9%	5%	4%	5%	-	7%	9%
Es una marca recomendada por opinión del veterinario	5%	2%	5%	11%	8%	9%	7%	18%	15%	-	2%	5%
Tiene un empaque atractivo	5%	3%	3%	9%	5%	1%	5%	3%	2%	-	2%	2%
Tiene publicidad	3%	4%	3%	11%	6%	18%	6%	2%	1%	-	1%	1%
Tiene promociones y ofertas	3%	3%	4%	7%	5%	6%	5%	2%	4%	-	4%	3%
Otras menciones	2%	1%	2%	-	5%	2%	1%	2%	5%	-	5%	5%
Base	272	238	206	99	50	44	160	100	115	53	96	132
RPP	2,57	2,70	2,92	3,1	2,75	2,67	2,9	2,67	2,86	2,26	2,23	2,88

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

En lo referente a la compra el comportamiento es similar, Mirringo manteniéndose como líder pero debilitándose, mientras que DonKat gana terreno.

	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
Mirringo	25%	25%	21% ↓	7%	10%	6% ↓	31%	35W%	27% ↓
Donkat	5%	9%	13% ↑	2%	2%	2%	7%	11%	16% ↑
Cat Chow	15%	9%	11%	4%	5%	5%	19%	13%	16%
Monello	4%	8%	9%	1%	2%	3%	5%	10%	12%
Q-ida Cat	7%	9%	8%	1%	3%	2%	8%	12%	10%
Ohmaigat	5%	6%	6%	2%	3%	4%	6%	9%	10%
Chunky Cat	6%	7%	5%	2%	2%	3%	8%	9%	8%
Gatsy	7%	4%	4%	2%	2%	3%	9%	6%	7%
Whiskas	10%	4%	3%	5%	9%	10%	15%	13%	13%
Agility Gold	-	1%	3% ↑	-	1%	1%	-	2%	4%
Max Cat	2%	2%	3%	-	1%	1%	2%	3%	4%
Nutre Cat	3%	3%	2%	1%	1%	1%	4%	4%	3%
BR for cat	-	1%	2%	-	-	-	-	1%	2%
Magic Friends	1%	1%	2%	-	-	-	1%	1%	2% ↑
Taste of the wild	-	-	1%	-	-	-	-	-	1%
Hill's	1%	1%	1%	-	1%	-	1%	1%	1%
Nutra Nuggets	1%	-	1%	-	-	-	1%	1%	1%
Otros	9%	10%	7%	4%	3%	6%	9%	12%	12%
Ninguna	-	-	-	69%	60%	59%	69%	60%	59%
	B: 1.060 RPP: 1,00	B: 1.057 RPP:1,00	B: 1.051 RPP: 1,00	B: 1.060 RPP: 1,02	B: 1.057 RPP: 1,03	B: 1.051 RPP: 1,07	B: 1.060 RPP: 2,0	B: 1.057 RPP: 2,01	B: 1.051 RPP: 2,06



↑ ↓ Dif. Significativas entre olas

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

Se mantiene como una categoría con alto nivel de lealtad, comportamiento que es más evidente en el Eje Cafetero y en Bogotá, ciudad donde además se fortalece junto a Barranquilla.

	2019	2021	2022
Siempre compro la misma marca y no compro ninguna otra	51%	46%	50%
Siempre compro la misma marca, pero puedo comprar otras	36%	39%	38%
Tengo un grupo de marcas que prefiero comprar y no compro ninguna otra	6%	7%	6%
Tengo un grupo de marcas que prefiero comprar, pero puedo comprar cualquier otra marca	4%	5%	4%
Compro la marca que esté disponible	2%	2%	1%
Compro cualquier marca. Todas las marcas son iguales	1%	1%	0% ↓

Base: 1.060 1.057 1.051

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
54%	46%	56% ↑ CDE	46%	51%	47% E	65%	36%	39%	21%	29%	42% ↑	38%	49%	32% ↓	66%	77%	65% BCDE
34%	35%	34%	40%	38%	35%	28%	56%	56% ABDF	51%	48%	43% F	54%	40%	58% ↑ ABDF	29%	18%	27%
6%	10%	7% C	9%	7%	10% C	5%	3%	0% ↓	5%	2%	7% ↑ C	2%	9%	7% C	2%	4%	7% C
4%	7%	3% ↓	5%	4%	7%	2%	4%	4%	8%	3%	2%	4%	2%	2%	3%	1%	1%
2%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	1%	8%	12%	5% ↓ AB	0%	0%	0%	0%	0%	0%
0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	7%	7%	2% ↓	2%	0%	1%	0%	0%	1%

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



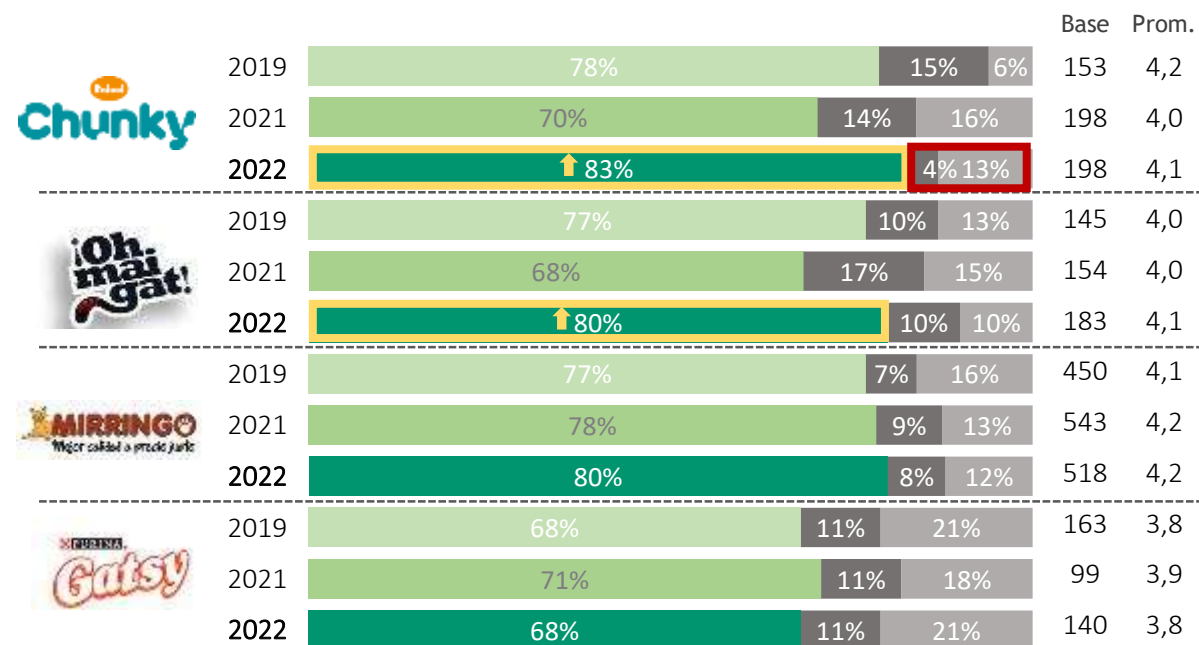
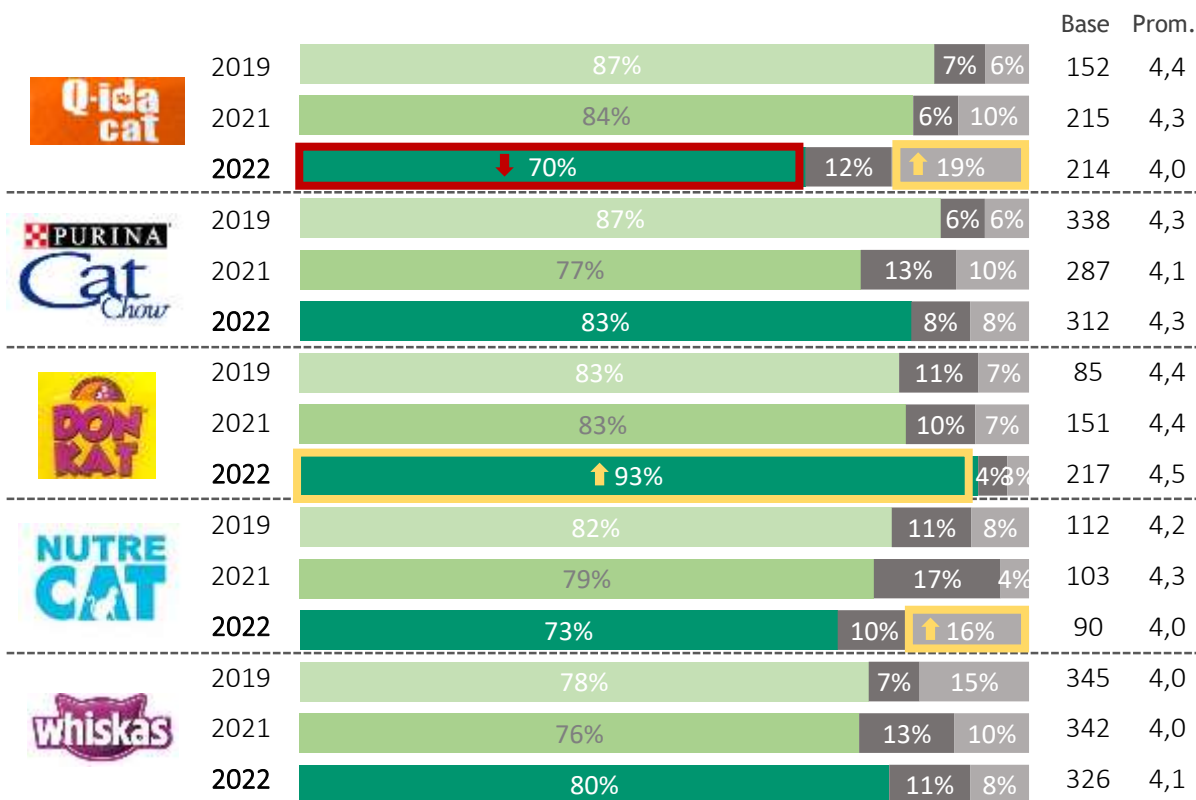
↑ ↓ Dif. Significativas entre olas
ABCDEF Diferencias significativas entre ciudades



INTENCIÓN DE COMPRA

La intención de compra presenta varios cambios, donde DonKat, Chunky y Oh Mai Gat crecen, mientras que Q-ida cat disminuyen.

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



↓ ↑ 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...

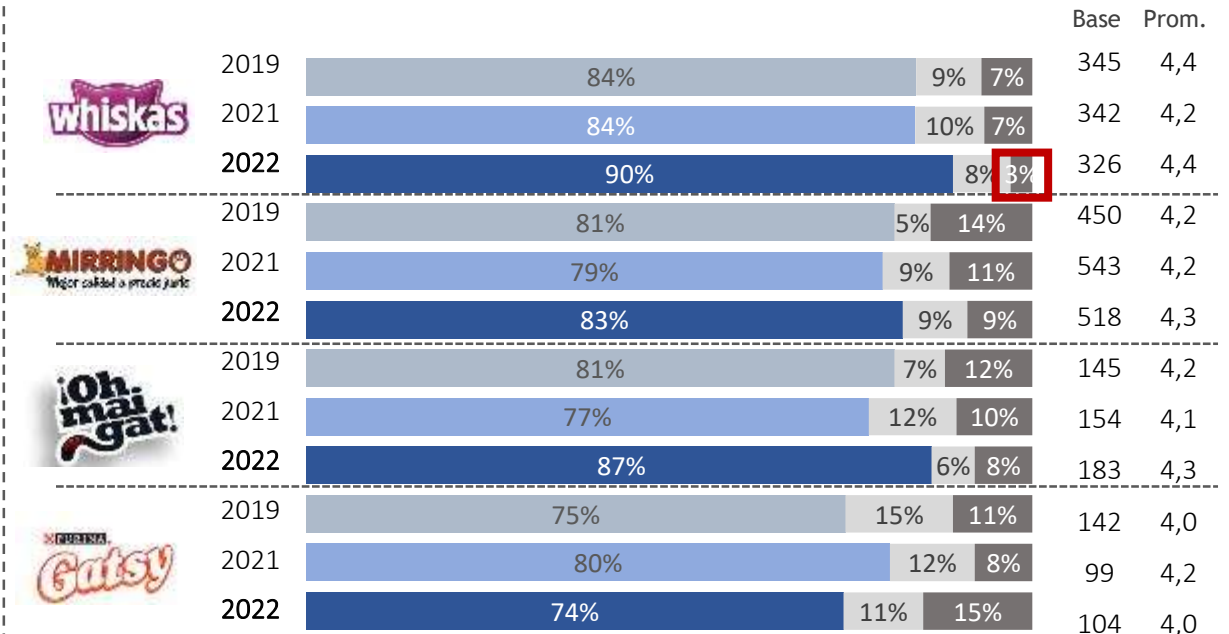
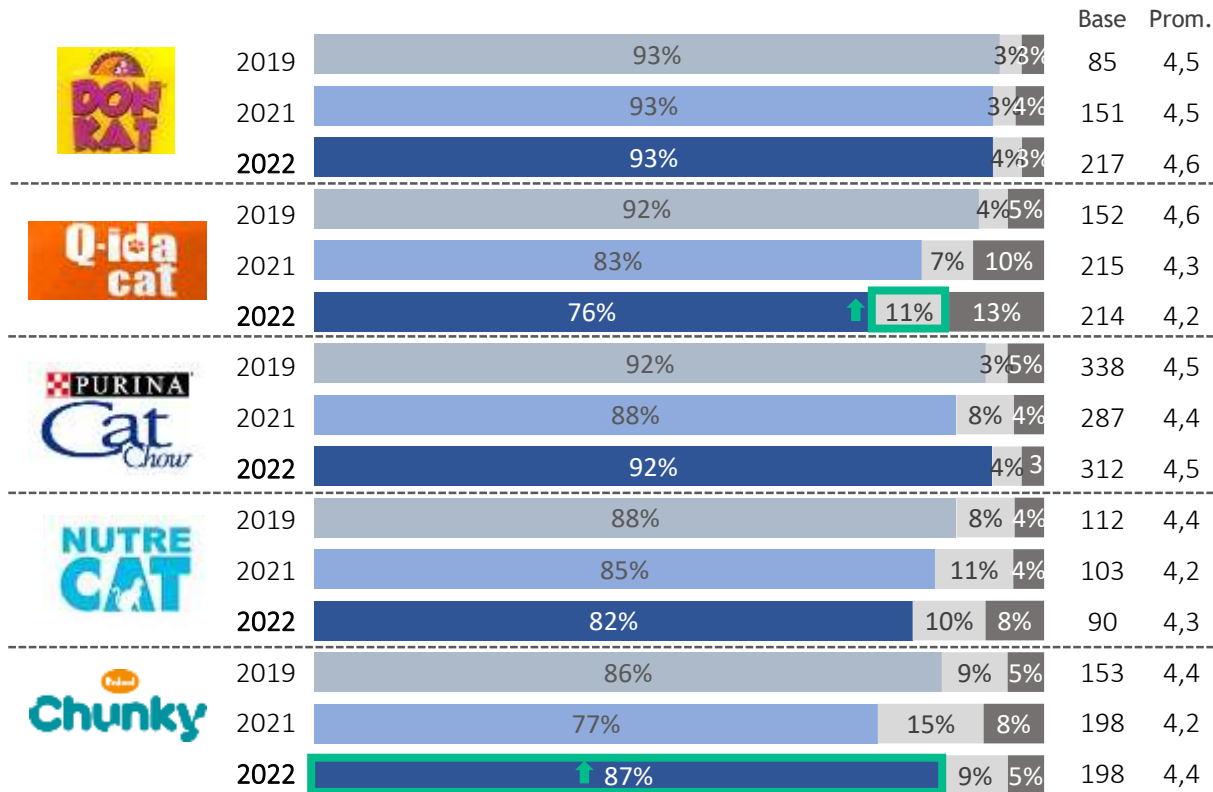
Nota metodológica: la base corresponde a persona que han comprado la marca alguna vez.



NIVEL DE RECOMENDACIÓN

A nivel de recomendación Chunky es la única marca que se fortalece, mientras que Q-ida Cat aumenta en la no recomendación.

■ 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...?

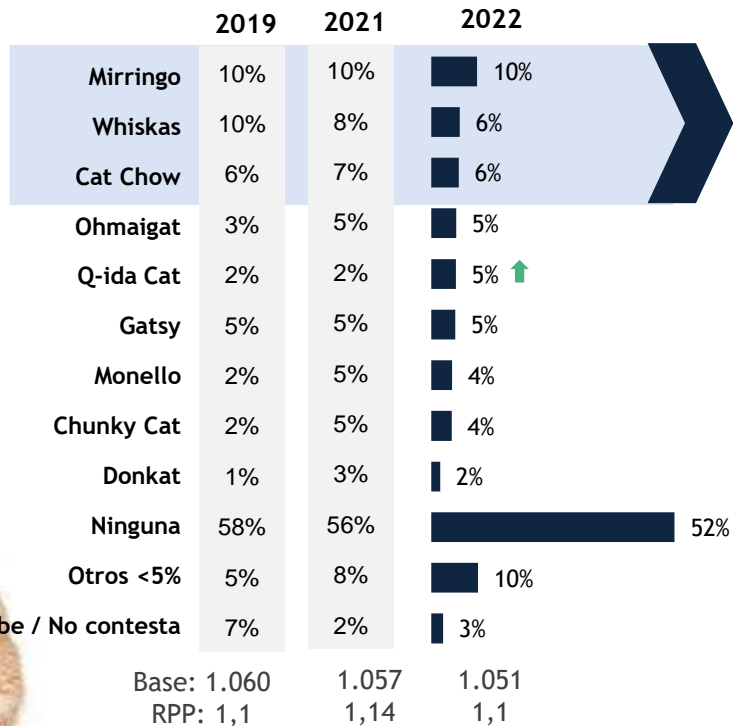
Nota metodológica: la base corresponde a persona que han comprado la marca alguna vez.



ABANDONO DE MARCAS

El abandono de marca sigue siendo bajo, siendo el desagrado por parte de la mascota y los efectos negativos en la salud los detonantes en común.

Marcas que ha dejado de comprar



Los principales detonantes de abandono son...

	MIRRINGO "Mejor calidad a precios justos"			whiskas			PURINA Cat Chow		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
NO FAVORECE LA SALUD DE MI GATO	68%	60%	62%	53%	53%	40%	48%	52%	32%
No le gusta a mi gato	38%	43%	55%	36%	28%	30%	30%	40%	20%
Por mala calidad	10%	19%	14%	8%	2%	7%	3%	13%	14%
Hace que se le caiga el pelo a mi mascota	9%	2%	3%	2%	0%	2%	0%	5%	0%
Por opinión del veterinario	6%	3%	1%	2%	0%	4%	10%	5%	14%
Es costosa	4%	6%	4%	27%	41%	30%	28%	29%	38%
No satisface a la mascota	4%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
No mantiene el pelaje suave y brillante	3%	2%	0%	5%	0%	4%	3%	1%	2%
Por su olor poco agradable	3%	0%	2%	1%	0%	0%	0%	0%	0%
No es una marca recomendada por conocidos	2%	5%	0%	1%	0%	0%	0%	1%	0%
No deja consistentes los excrementos	0%	0%	0%	2%	0%	4%	1%	1%	0%
No le aporta los nutrientes necesarios para su mascota	2%	5%	0%	0%	1%	0%	1%	0%	0%
Otros	3%	13%	8%	8%	33%	10%	15%	26%	2%
Base	85	99	114	84	83	54	56	58	48
RPP	1,57	1,85	1,56	1,55	1,62	1,29	1,42	1,78	1,22

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

ANÁLISIS DE IMAGEN



APRENDIZAJES:

- Aunque Mirringo, Whiskas y Cat Chow se mantienen fuertes en la categoría, empiezan a compartir terreno con otras marcas que se fortalecen.
- Oh Mai Gat, DonKat y Monello Cat se posicionan con mejor conocimiento y asociaciones importantes.
- Q-ida Cat, Agility Gold, Equilibiro y Dalí, las marcas que hoy tienen asociaciones importantes, pero bajo conocimiento.



ATRIBUTOS DE PRODUCTO EVALUADOS

Tiene el sabor que le gusta a mi gato
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 pepitas de formas y colores diferentes
Tiene carne/pescado/ pollo de verdad
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





RANKING DE ATRIBUTOS DE LA CATEGORÍA

	Ranking			Ola 4 - 2022			
	2019	2021	2022	Primera posición	Segunda+ Tercera posición	Cuarta +Quinta posición	Sexta + Séptima posición
Ayuda con la digestión	7%	8%	9%	11%	16%	17%	13%
Hace feliz a mi gato	7%	8%	9%	9%	19%	14%	12%
Tiene el sabor que le gusta a mi gato	13%	8%	9%	10%	16%	15%	12%
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios para el gato	8%	8%	8%	11%	16%	14%	10%
Ayuda a fortalecer sus defensas	5%	8%	8%	9%	14%	13%	15%
Mantiene brillante el pelaje del gato	8%	7%	8%	6%	16%	16%	15%
Tiene más proteína	5%	6%	7%	7%	13%	11%	10%
Favorece la salud del gato lo mantiene con vigor/ entusiasmo	8%	6%	6%	7%	13%	10%	11%
Es rendidor	6%	7%	6%	5%	13%	11%	10%
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	6%	6%	5%	3%	13%	10%	13%
Tiene una textura adecuada	6%	4%	4%	3%	8%	8%	8%
Previene a mi gato de problemas urinarios	2%	3%	3%	3%	5%	8%	7%
Ayuda en el control de las bolas de pelos	3%	4%	3%	2%	7%	6%	9%
Es para todas las razas	5%	4%	3%	3%	7%	6%	7%
Tiene carne de verdad	2%	3%	3%	3%	6%	6%	6%
Tiene variedad de sabores	2%	2%	2%	2%	5%	5%	4%
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad del gato	3%	3%	2%	3%	4%	3%	3%
Tiene pepitas de formas y colores diferentes	2%	2%	2%	2%	3%	5%	3%
Tiene un alimento para la personalidad de cada gato	1%	1%	2%	1%	3%	3%	4%
Tiene un empaque práctico	2%	2%	1%	-	2%	4%	3%
Base:	1.060	1.057	1.051				

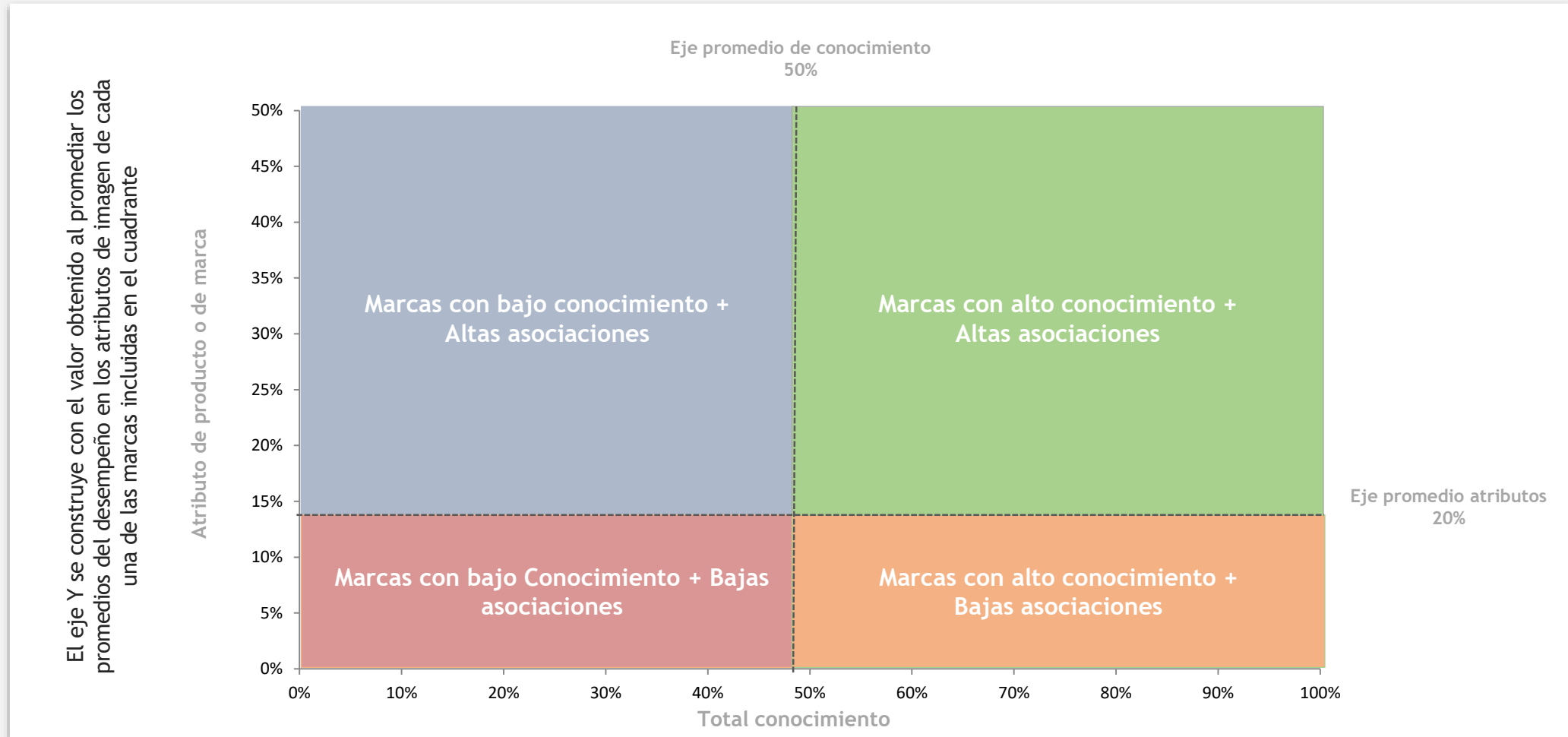
↓ ↑ Dif. Significativas entre olas



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:



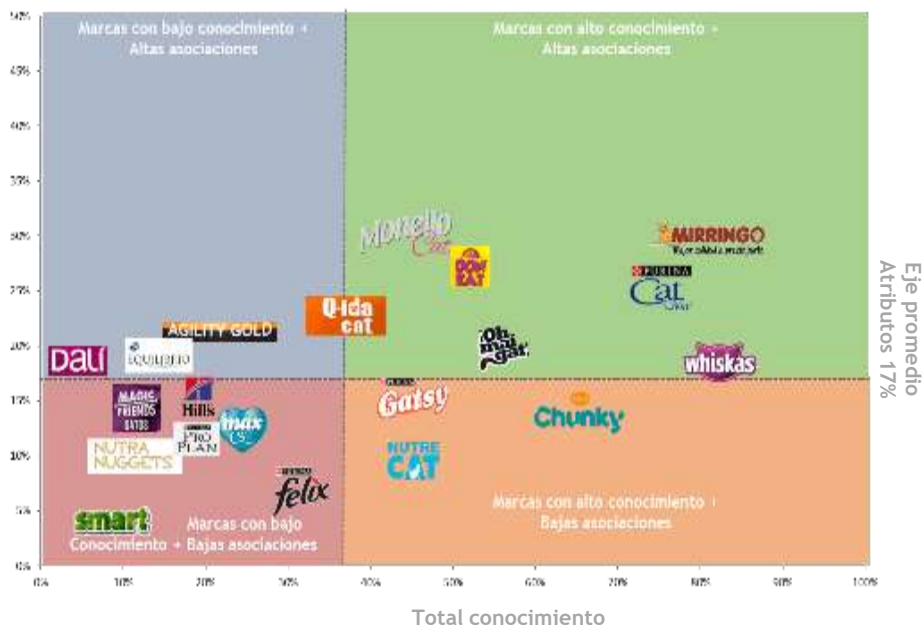


ANÁLISIS DE CONOCIMIENTO E IMAGEN

Oh Mai Gat y DonKat se han fortalecido en el cuadrante de alto conocimiento y contenidos, Monello Cat entra y Q-ida Cat se acerca.

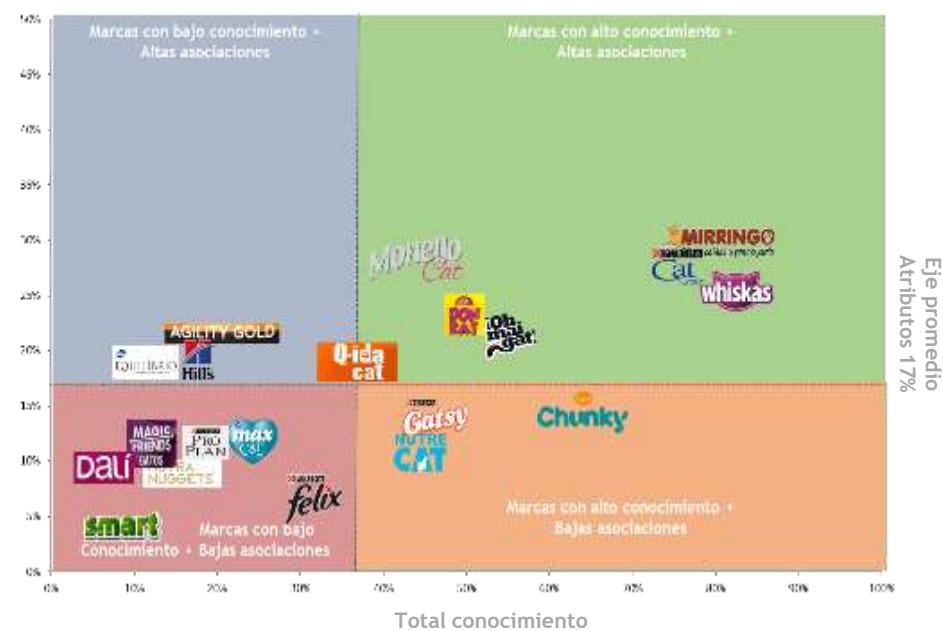
Análisis atributos de producto

Eje promedio de conocimiento 37%



Análisis atributos de marca

Eje promedio de conocimiento 37%



Análisis atributos de producto

2021



Análisis atributos de marca

2021



ANÁLISIS DE MARCAS LÍDERES

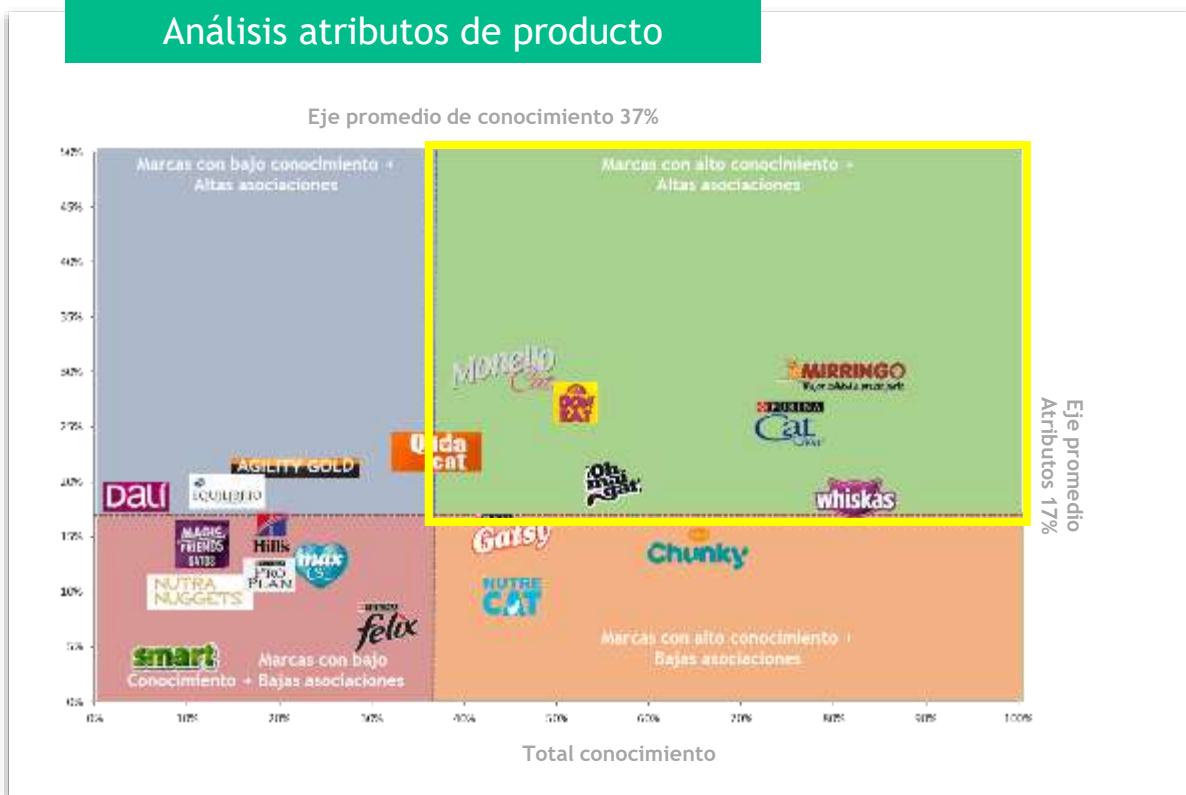
APRENDIZAJES:

- Mirringo la marca que pierde tanto a nivel de producto, (en varios atributos) como en imagen (en percepción de calidad).
- A nivel de producto el único diferencial evidente lo tiene Oh Mai Gat siendo el que tiene producto de acuerdo a la personalidad del gato.
- A nivel de imagen varias marcas crecen en algunos de sus atributos, donde resalta DonKat.
- Los diferenciales son más evidentes a nivel de imagen:
 - Mirringo destaca por tradición, disponibilidad, ventas y precio, pero es débil en producto premium y recomendación por el gremio.
 - Oh Mai Gat y Cat Chow las de mayor publicidad.
 - DonKat resalta por disponibilidad y precio, pero es débil en ser premium.

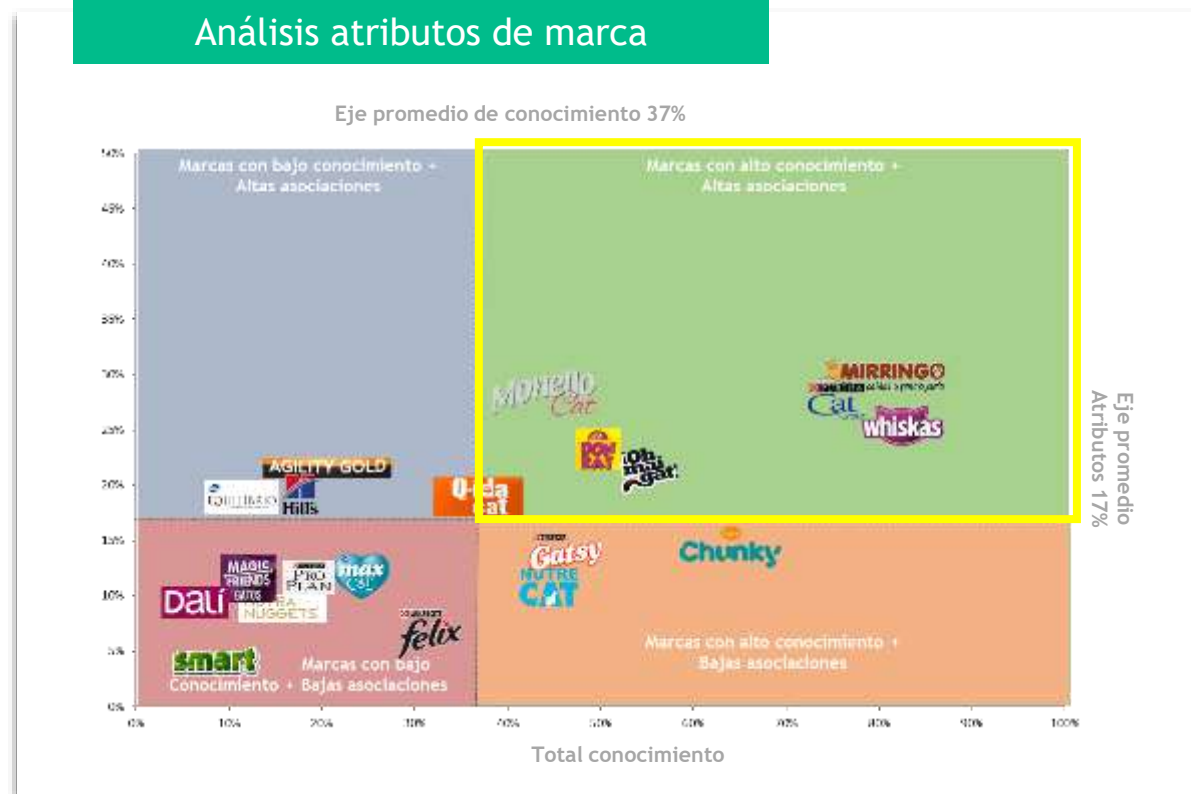


ANÁLISIS DE CONOCIMIENTO E IMAGEN

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 la única marca con cambios importantes, cayendo en varios de sus indicadores. Whiskas y Oh Mai Gat con una caída puntual en relación a practicidad de su empaque.

																		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Es para todas las razas	45%	42%	39%	48%	29%	32%	31%	23%	24%	24%	20%	25%	26%	29%	32%	25%	35%	33%
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad	35%	34%	32%	47%	29%	29%	31%	25%	22%	26%	25%	22%	24%	26%	32%	28%	32%	32%
Tiene variedad de sabores	32%	28%	25%	45%	27%	33%	32%	29%	27%	24%	21%	23%	15%	19%	25%	25%	29%	32%
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios	40%	39%	31%	39%	26%	26%	27%	23%	20%	21%	20%	20%	15%	25%	29%	32%	35%	34%
Tiene una textura adecuada	40%	39%	35%	38%	24%	26%	24%	22%	18%	22%	20%	18%	22%	28%	30%	26%	34%	32%
Mantiene brillante el pelaje del gato	38%	36%	29%	37%	22%	24%	24%	18%	18%	19%	18%	18%	22%	25%	29%	28%	33%	34%
Tiene más proteína	35%	31%	29%	37%	24%	24%	27%	23%	19%	19%	19%	20%	18%	26%	24%	26%	31%	34%
Ayuda con la digestión	40%	39%	31%	37%	23%	23%	22%	18%	18%	17%	18%	19%	22%	27%	29%	27%	33%	30%
Tiene pepitas de formas y colores diferentes	40%	43%	31%	37%	25%	31%	27%	20%	18%	21%	18%	19%	13%	16%	20%	25%	31%	28%
Tiene el sabor que le gusta a mi gato	41%	39%	31%	35%	21%	23%	22%	19%	17%	19%	16%	19%	25%	30%	30%	28%	31%	34%
Favorece la salud del gato lo mantiene con vigor	39%	36%	31%	35%	23%	26%	25%	19%	18%	18%	18%	19%	26%	27%	28%	30%	36%	31%
Ayuda a fortalecer sus defensas	38%	35%	29%	35%	24%	25%	26%	20%	19%	19%	16%	20%	16%	25%	29%	31%	32%	36%
Hace feliz a mi gato	39%	38%	31%	35%	21%	23%	22%	20%	17%	17%	17%	18%	24%	31%	29%	27%	31%	32%
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	39%	34%	29%	34%	21%	23%	24%	18%	15%	17%	19%	18%	20%	23%	29%	23%	33%	28%
Tiene un empaque práctico	38%	41%	33%	34%	26%	24%	28%	25%	18%	23%	24%	17%	24%	31%	28%	26%	26%	29%
Tiene carne/pescado/ pollo de verdad	26%	22%	24%	33%	22%	25%	31%	28%	25%	14%	13%	17%	10%	15%	22%	20%	22%	21%
Tiene un alimento para la personalidad de cada gato	29%	25%	26%	33%	21%	21%	25%	18%	17%	32%	26%	28%	15%	16%	25%	20%	26%	24%
Es rendidor	45%	40%	30%	29%	18%	21%	20%	13%	11%	15%	16%	18%	23%	25%	30%	24%	24%	24%
Ayuda en el control de las bolas de pelos	30%	29%	26%	28%	19%	21%	19%	14%	17%	16%	16%	17%	13%	18%	23%	22%	24%	30%
Previene a mi gato de problemas urinarios	31%	23%	25%	27%	15%	22%	19%	12%	16%	12%	15%	17%	13%	17%	24%	22%	24%	24%
Base	733	826	851	697	689	784	800	784	867	372	475	574	251	348	531	155	219	420
Promedio atributos	36%	35%	30%	36%	23%	25%	27%	20%	19%	19%	19%	20%	19%	24%	27%	26%	30%	30%

* 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?

↓ ↑ Dif. Significativas entre olas



BIP'S DE PRODUCTO



Hay pocos diferenciales entre las marcas, donde Oh Mai Gat resalta por tener un producto para la personalidad de cada gato.

	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Es para todas las razas	3	4	0	6	3	-1	-1	0	-1	1	-1	-2	3	2	-4	-6	2	-6
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad	-4	-4	-1	7	3	1	2	2	1	5	3	0	3	-1	1	0	-2	-1
Tiene variedad de sabores	-5	-6	-7	8	4	6	4	9	7	4	3	2	-4	-5	-4	-1	-1	0
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios	1	0	0	0	-1	0	-2	-1	0	0	-2	-1	-5	-3	0	4	1	2
Tiene una textura adecuada	2	0	4	-1	-2	0	-5	-2	-1	1	-1	-3	2	1	1	-1	0	1
Mantiene brillante el pelaje del gato	1	1	-2	-1	-1	-2	-4	-2	-1	-1	-1	-2	3	1	1	2	3	3
Tiene más proteína	-2	-3	-2	0	2	-2	-1	3	0	-1	0	0	-1	3	-4	0	1	3
Ayuda con la digestión	4	4	0	0	0	-3	-5	-2	-1	-3	-1	-1	3	3	1	1	2	-1
Tiene pepitas de formas y colores diferentes	5	11	4	1	4	8	1	2	1	2	1	1	-5	-6	-5	0	4	0
Tiene el sabor que le gusta a mi gato	6	5	3	-1	-1	0	-4	0	0	0	-2	1	7	7	4	3	2	6
Favorece la salud del gato lo mantiene con vigor	0	0	0	-4	-1	-1	-4	-2	-2	-3	-2	-2	6	2	-1	2	5	-1
Ayuda a fortalecer sus defensas	1	-3	-3	-3	-1	-2	-2	-2	-1	-1	-4	-1	-3	0	0	5	0	4
Hace feliz a mi gato	5	5	2	1	-1	-1	-3	0	-1	-1	-1	-1	7	8	3	3	1	3
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	4	0	1	-2	-2	0	-2	-2	-2	-2	0	0	2	0	4	-2	3	0
Tiene un empaque práctico	0	1	2	-4	-1	-2	0	1	-1	3	2	-3	4	3	0	-1	-10	-2
Tiene carne/pescado/ pollo de verdad	-6	-8	-5	1	3	1	8	11	7	-2	-2	-2	-6	-5	-4	-2	-4	-8
Tiene un alimento para la personalidad de cada gato	-2	-4	-1	1	2	-1	2	2	1	16	12	11	-1	-3	1	-2	1	-3
Es rendidor	13	9	6	-4	-2	1	-4	-5	-3	-2	-1	3	7	4	8	1	-3	0
Ayuda en el control de las bolas de pelos	-1	-1	-1	-3	0	-2	-3	-2	0	0	0	0	-2	-1	-2	1	-1	3
Previene a mi gato de problemas urinarios	0	-7	0	-4	-4	1	-3	-5	1	-4	-1	1	-2	-3	1	1	-2	-2
Base	733	826	851	697	689	784	800	784	867	372	475	574	251	348	531	155	219	420

* 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?

↑ ↓ Dif. Significativas entre olas



ASOCIACIONES ATRIBUTOS DE MARCA POR CONOCEDORES

A nivel de imagen la marca que en más atributos crece es DonKat, seguida por Monello y Oh Mai Gat. En el atributo de calidad caen Mirringo y Whiskas, esta última además en prestigio.

	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Es reconocida/de prestigio	33%	32%	32%	51%	42%	45%	51%	46%	38%	26%	23%	27%	14%	22%	28%
Es de tradición/tiene años en el mercado	40%	44%	45%	50%	50%	47%	43%	38%	35%	12%	15%	17%	11%	15%	22%
Es una marca de calidad	35%	37%	30%	47%	40%	39%	44%	38%	32%	31%	22%	28%	21%	26%	29%
Se consigue en tiendas	62%	64%	64%	47%	42%	34%	41%	38%	33%	30%	31%	25%	29%	36%	41%
Tiene variedad de productos y tamaños	36%	34%	35%	46%	36%	38%	43%	38%	35%	31%	25%	27%	17%	23%	27%
Se consigue en todas partes	60%	64%	62%	46%	42%	38%	41%	36%	34%	29%	27%	24%	30%	37%	38%
Es la marca más vendida	35%	41%	41%	41%	30%	32%	38%	28%	26%	13%	17%	18%	13%	19%	21%
Es una marca que da confianza	41%	39%	35%	41%	31%	31%	35%	27%	24%	25%	19%	22%	25%	28%	29%
Es innovadora	21%	22%	18%	36%	21%	25%	33%	25%	23%	25%	21%	24%	12%	14%	24%
Son marcas Premium	15%	13%	14%	35%	33%	38%	41%	35%	33%	25%	19%	30%	9%	14%	15%
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	21%	20%	20%	34%	32%	31%	43%	29%	25%	33%	27%	26%	8%	10%	13%
Es la que recomienda el veterinario	19%	19%	19%	33%	23%	25%	26%	21%	18%	16%	13%	14%	15%	12%	17%
Tiene la mejor relación precio/calidad	37%	34%	36%	33%	20%	26%	23%	16%	19%	17%	16%	16%	22%	27%	30%
Tiene el precio justo	43%	42%	38%	30%	17%	22%	20%	12%	13%	17%	14%	18%	23%	27%	35%
Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios	22%	17%	18%	29%	23%	23%	28%	24%	20%	17%	17%	16%	10%	11%	17%
Hace ofertas y promociones	21%	12%	15%	25%	12%	14%	19%	10%	12%	11%	8%	7%	7%	6%	12%
Tiene la publicidad que me gusta	18%	17%	17%	24%	21%	23%	29%	20%	24%	26%	24%	26%	7%	9%	14%
Tiene publicidad en internet (Youtube, Banners)	13%	13%	14%	23%	23%	27%	24%	23%	21%	17%	14%	22%	6%	8%	16%
Tiene presencia en redes sociales	13%	15%	18%	22%	24%	26%	29%	24%	28%	16%	16%	22%	8%	8%	17%
Tiene información de interés en internet	11%	10%	12%	19%	14%	20%	20%	13%	17%	12%	8%	17%	8%	4%	10%
Su precio es económico	57%	55%	54%	16%	12%	14%	14%	9%	11%	12%	11%	11%	26%	29%	30%
Base	733	826	851	697	689	784	800	784	867	372	475	574	251	348	531
Promedio atributos	31%	31%	30%	35%	28%	29%	33%	26%	25%	21%	19%	21%	15%	18%	23%

* 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

Son evidentes algunos diferenciales a nivel de imagen, donde Mirringo resalta por tradición, disponibilidad, ventas y precio, pero de las más débiles a nivel de recomendación por el gremio o ser Premium. Oh Mai Gat y Cat Chow las de mayor publicidad, y Donkat sobresale por disponibilidad y precio.

	MIRRINGO			Cat			Whiskas			OH MAI GAT			DONKAT			MONKIE Cat		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Es reconocida/de prestigio	-9	-11	-11	4	0	1	6	7	0	-4	-7	-6	-8	-5	-7	-4	-4	3
Es de tradición/tiene años en el mercado	10	16	14	15	23	16	10	13	9	-9	-2	-5	-3	-1	-2	-6	-6	2
Es una marca de calidad	-10	-9	-14	-3	-5	-6	-4	-4	-7	-2	-10	-6	-3	-4	-7	6	6	0
Se consigue en tiendas	25	23	30	5	2	0	1	1	4	4	3	0	11	10	14	3	3	1
Tiene variedad de productos y tamaños	-4	-7	-5	1	-3	-2	0	2	0	2	-3	-3	-3	-2	-5	-5	-5	-6
Se consigue en todas partes	21	25	28	2	4	3	-1	1	5	1	1	-1	10	6	11	5	5	3
Es la marca más vendida	7	18	16	8	8	6	7	7	5	-6	2	0	0	13	2	-6	-6	3
Es una marca que da confianza	2	-3	-2	-3	-8	-7	-7	-9	-8	-3	-9	-6	5	2	-1	3	3	2
Es innovadora	-9	-6	-9	1	-6	-2	0	0	0	4	4	5	-2	-2	3	-5	-5	-2
Son marcas Premium	-23	-28	-29	-9	-6	-5	0	-2	-4	-3	-8	-2	-11	-11	-20	6	6	2
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	-2	-4	-1	7	10	10	18	9	8	18	13	12	-2	-3	-3	0	0	2
Es la que recomienda el veterinario	-13	-13	-10	-4	-8	-5	-9	-7	-7	-7	-8	-7	-1	-7	-6	2	2	4
Tiene la mejor relación precio/calidad	6	3	4	-3	-9	-6	-11	-11	-8	-5	-3	-7	7	9	5	3	3	-3
Tiene el precio justo	14	15	10	-4	-8	-7	-12	-12	-11	-3	-2	-2	9	12	13	-2	-2	-6
Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios	-9	-14	-10	-7	-6	-6	-6	-3	-4	-5	-3	-4	-5	-7	-5	-1	-1	-6
Hace ofertas y promociones	3	1	1	3	2	-1	-1	1	0	-1	2	-3	-1	1	1	2	2	-1
Tiene la publicidad que me gusta	-3	-1	-2	0	4	4	6	5	8	12	13	13	-2	-1	0	-1	-1	2
Tiene publicidad en internet (Youtube, Banners)	-4	-6	0	3	5	13	5	7	9	6	2	12	-1	-3	5	6	6	9
Tiene presencia en redes sociales	-5	-8	-6	1	2	2	9	4	8	4	2	6	0	-5	-1	0	0	-1
Tiene información de interés en internet	-6	-2	-7	-2	2	1	1	3	1	1	1	4	1	-2	-4	0	0	3
Su precio es económico	35	37	31	10	-5	-9	-10	-7	-8	-3	0	-5	16	19	12	-1	-1	-9
Base	733	826	851	697	689	784	800	784	867	372	475	574	251	348	531	55	219	420

* Base conocida

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

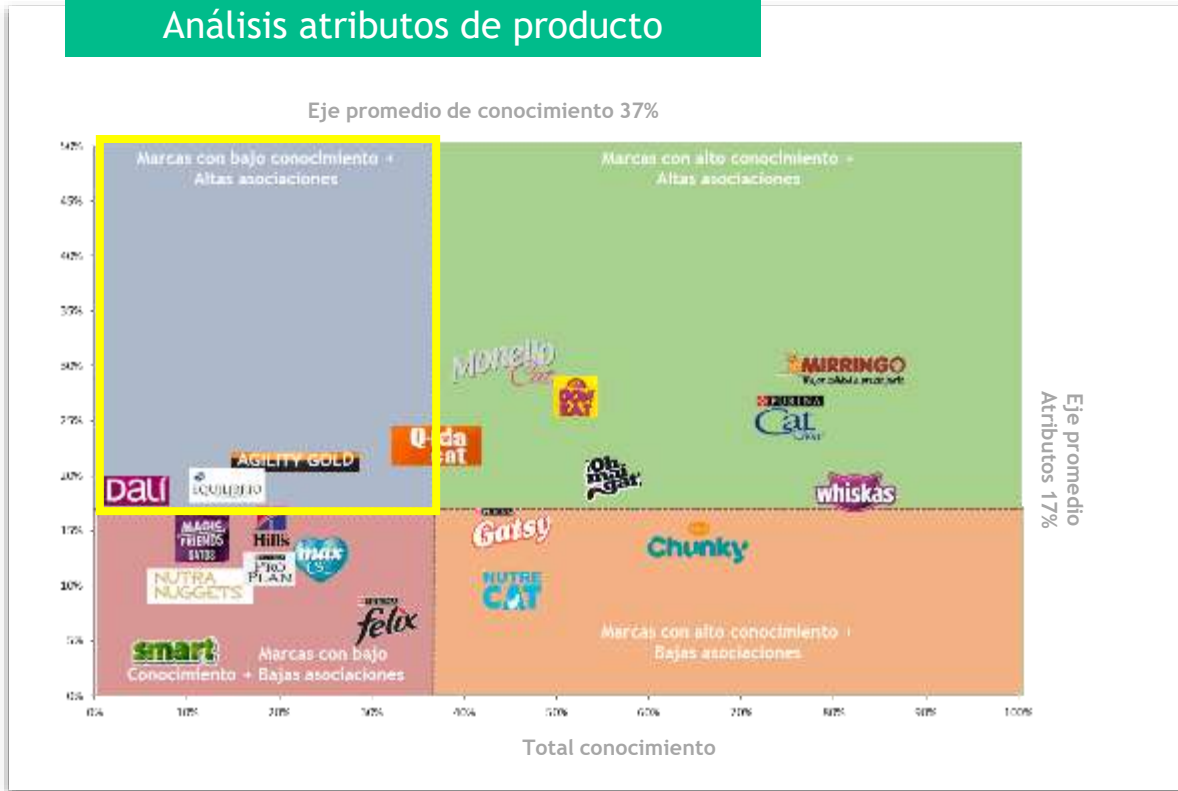
APRENDIZAJES:

- El panorama es similar a nivel de producto e imagen, una marca que cae en varios atributos: Q-ida Cat, y las demás marcas creciendo en atributos puntuales.
- A nivel de producto no hay diferenciales, mientras que en imagen si:
 - Agility y Equilibrio las marcas premium, de prestigio, calidad y las que recomienda el gremio, pero débiles en disponibilidad y precio.
 - Agility además la de mayor publicidad en internet.
 - Q-ida Cat destaca por disponibilidad y precio.
 - Dalí sobresale por precio, confianza y variedad.
 - Estas dos últimas marcas se alejan de ser Premium.

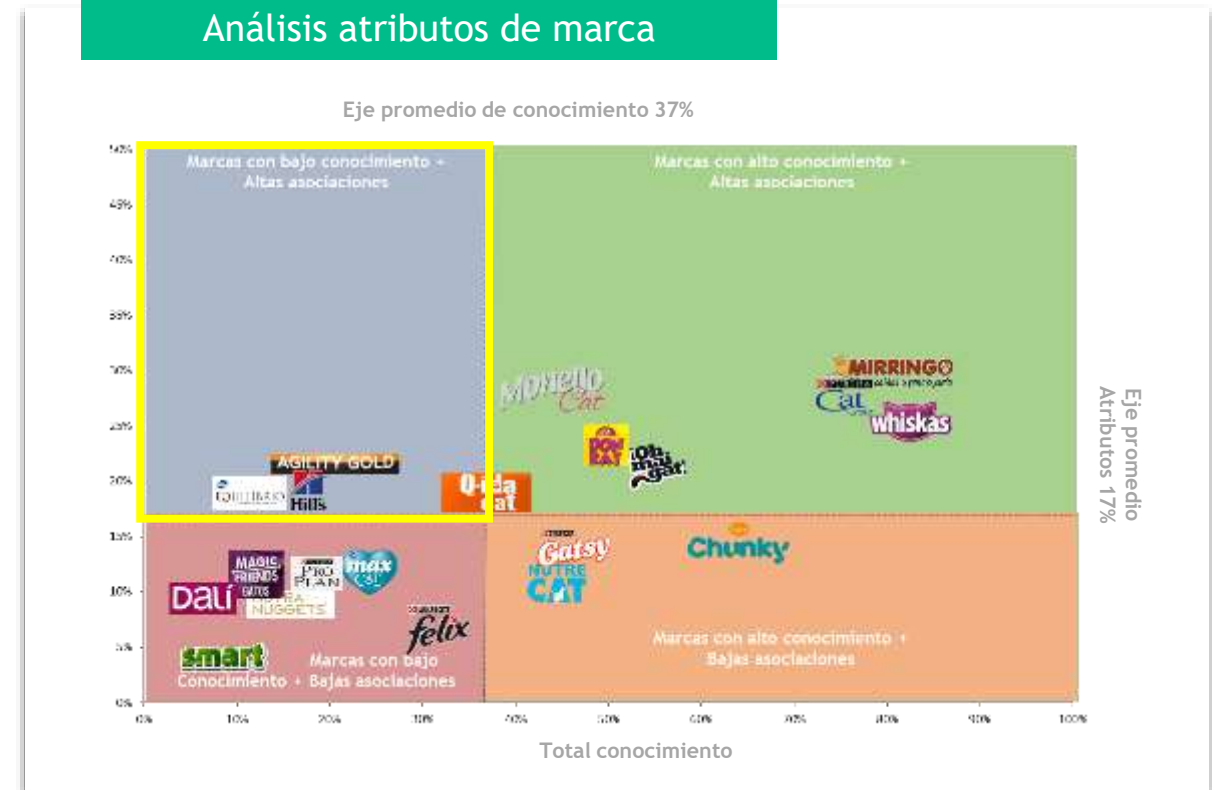


ANÁLISIS DE CONOCIMIENTO E IMAGEN

Análisis atributos de producto



Análisis atributos de marca





ASOCIACIONES ATRIBUTOS DE PRODUCTO POR CONOCEDORES

connecta

	Q-ida cat			AGILITY GOLD			EQUILIBRIO			Dali		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Es para todas las razas	35%	36%	30%	12%	18%	26%	23%	15%	26%			25%
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad	28%	28%	21%	12%	20%	22%	21%	28%	27%			18%
Tiene variedad de sabores	27%	28%	20%	14%	8%	18% ↑	14%	24%	18%			19%
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios	38%	38%	26%	13%	20%	23%	24%	23%	22%			17%
Tiene una textura adecuada	36%	37%	26%	9%	23%	22%	23%	24%	22%			20%
Mantiene brillante el pelaje del gato	37%	34%	25%	11%	18%	23%	22%	15%	23%			18%
Tiene más proteína	33%	30%	20%	14%	18%	22%	16%	14%	25%			15%
Ayuda con la digestión	36%	36%	24%	8%	19%	21%	19%	17%	17%			20%
Tiene pepitas de formas y colores diferentes	28%	38%	19%	6%	10%	13%	23%	12%	11%			16%
Tiene el sabor que le gusta a mi gato	37%	36%	27%	8%	14%	19%	14%	17%	14%	N/A	N/A	22%
Favorece la salud del gato lo mantiene con vigor	37%	34%	26%	15%	17%	22%	17%	21%	19%			18%
Ayuda a fortalecer sus defensas	35%	36%	25%	16%	21%	23%	21%	22%	20%			18%
Hace feliz a mi gato	35%	35%	24%	9%	16%	19%	16%	16%	14%			21%
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	35%	37%	24%	9%	18%	20%	19%	14%	16%			16%
Tiene un empaque práctico	34%	40%	27%	9%	20%	19%	21%	24%	15%			20%
Tiene carne/pescado/ pollo de verdad	23%	22%	17%	12%	12%	21%	20%	14%	21%			15%
Tiene un alimento para la personalidad de cada gato	26%	25%	18%	9%	13%	20%	18%	8%	22% ↑			15%
Es rendidor	35%	35%	24%	6%	14%	16%	15%	18%	9%			19%
Ayuda en el control de las bolas de pelos	28%	27%	20%	13%	16%	24%	18%	14%	19%			14%
Previene a mi gato de problemas urinarios	29%	25%	19%	9%	15%	22%	20%	22%	17%			14%
Base	290	381	387	85	143	227	77	83	146	-	-	52
Promedio atributos	32%	33%	23%	11%	16%	21%	19%	18%	19%	-	-	18%

Q-ida Cat la marca que cae en la mayoría de atributos de producto.

Las demás marcas con cambios puntuales: Agility crece en variedad de sabores, y Equilibrio en productos para la personalidad de cada gato.



* 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?

↑ ↓ Dif. Significativas entre olas



BIP'S DE PRODUCTO

	Q-ida cat			AGILITY GOLD			EQUILIBRIO			dali		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Es para todas las razas	-3	0	-1	-1	-1	-2	-1	-5	1			0
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad	-7	-9	-5	0	2	-1	0	8	6			-2
Tiene variedad de sabores	-6	-5	-5	3	-8	-4	-6	7	-2			0
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios	3	0	2	1	0	1	3	2	2			-2
Tiene una textura adecuada	2	0	2	-2	4	0	2	3	3			1
Mantiene brillante el pelaje del gato	4	1	1	0	2	2	2	-3	4			-1
Tiene más proteína	0	-2	-4	3	2	1	-4	-3	6			-4
Ayuda con la digestión	4	3	0	-3	2	0	-1	-1	-2			1
Tiene pepitas de formas y colores diferentes	-3	8	-2	-4	-5	-6	4	-4	-6			0
Tiene el sabor que le gusta a mi gato	6	3	5	-2	-2	0	-5	0	-3	N/A	N/A	5
Favorece la salud del gato lo mantiene con vigor	2	0	2	3	0	0	-4	3	-1			-1
Ayuda a fortalecer sus defensas	2	1	0	5	3	1	1	2	0			-2
Hace feliz a mi gato	5	3	2	0	1	-1	-2	-2	-4			4
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	4	5	3	-1	2	1	0	-4	-1			0
Tiene un empaque práctico	0	2	3	-2	0	-2	1	3	-4			1
Tiene carne/pescado/ pollo de verdad	-5	-6	-5	3	-2	1	4	-1	3			0
Tiene un alimento para la personalidad de cada gato	-2	-2	-2	0	1	2	2	-6	6			-1
Es rendidor	6	6	6	-3	0	0	-2	3	-5			5
Ayuda en el control de las bolas de pelos	1	-1	-1	5	3	6	2	0	3			-2
Previene a mi gato de problemas urinarios	2	-3	0	1	1	5	4	7	2			-1
Base	290	381	387	85	143	227	77	83	146		-	52

Sin diferencias importantes a nivel de atributos de producto.

* 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

	Q-ida Cat			AGILITY GOLD			EQUILIBRIO			DALI		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Es reconocida/de prestigio	22%	28%	20% ↓	26%	31%	40%	33%	34%	38%			11%
Es de tradición/tiene años en el mercado	20%	25%	21%	6%	6%	15% ↑	10%	3%	9%			4%
Es una marca de calidad	39%	37%	23% ↓	23%	32%	40%	36%	30%	38%			18%
Se consigue en tiendas	39%	55%	42%	5%	11%	9%	8%	3%	9%			7%
Tiene variedad de productos y tamaños	30%	27%	20%	14%	19%	29%	31%	30%	20%			21%
Se consigue en todas partes	37%	50%	34%	8%	5%	7%	11%	2%	11% ↑			11%
Es la marca más vendida	26%	28%	21%	10%	8%	12%	15%	3%	6%			9%
Es una marca que da confianza	37%	37%	24% ↓	14%	25%	26%	22%	22%	23%			21%
Es innovadora	25%	18%	10% ↓	15%	14%	17%	25%	20%	20%			7%
Son marcas Premium	14%	15%	10%	29%	43%	61% ↑	53%	51%	60%	N/A	N/A	2%
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	8%	8%	6%	4%	8%	12%	17%	3%	8%			2%
Es la que recomienda el veterinario	24%	16%	11%	16%	29%	40%	23%	33%	39%			4%
Tiene la mejor relación precio/calidad	39%	35%	26% ↓	9%	12%	19%	20%	15%	15%			21%
Tiene el precio justo	35%	43%	30% ↓	9%	7%	10%	14%	7%	7%			21%
Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios	20%	13%	11%	15%	25%	29%	26%	35%	32%			4%
Hace ofertas y promociones	17%	9%	7%	6%	2%	6%	9%	2%	5%			5%
Tiene la publicidad que me gusta	12%	9%	6%	8%	7%	12%	14%	7%	7%			6%
Tiene publicidad en internet (Youtube, Banners)	7%	10%	6%	9%	10%	20% ↑	15%	10%	14%			0%
Tiene presencia en redes sociales	8%	7%	6%	5%	10%	20%	15%	9%	15%			4%
Tiene información de interés en internet	10%	9%	4% ↓	5%	4%	12% ↑	17%	5%	12%			4%
Su precio es económico	40%	48%	39% ↓	2%	1%	4%	6%	1%	3%			18%
Base	290	381	387	85	143	227	77	83	146	-	-	52
Promedio atributos	24%	25%	18%	12%	12%	21%	20%	15%	19%	-	-	10%

A nivel de imagen el panorama es similar, Q-ida Cat cayendo en varios atributos, y las demás marcas con crecimientos puntuales.

↓ ↑ Dif. Significativas entre olas

* 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?



BIP'S DE MARCA

	Q-ida cat			AGILITY GOLD			EQUILIBRIO			Dalí		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Es reconocida/de prestigio	-11	-11	-6	11	12	10	5	17	12			-2
Es de tradición/tiene años en el mercado	-3	-3	4	-4	-5	-5	-9	-6	-8			-4
Es una marca de calidad	3	3	-3	6	10	10	6	11	12			5
Se consigue en tiendas	11	11	23	-8	-7	-13	-16	-13	-10			-2
Tiene variedad de productos y tamaños	-1	-1	-3	0	2	2	5	14	-3			10
Se consigue en todas partes	7	7	15	-6	-1	-15	-15	-4	-8			2
Es la marca más vendida	5	5	8	1	-12	-4	-3	-12	-7			3
Es una marca que da confianza	7	7	3	0	7	1	-4	6	2			11
Es innovadora	2	2	-4	5	3	0	6	11	6			1
Son marcas Premium	-16	-16	-15	15	25	32	28	35	35	N/A	N/A	-10
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	-9	-9	-4	-3	0	0	3	-5	-2			-3
Es la que recomienda el veterinario	-1	-1	-5	5	16	21	3	21	23			-3
Tiene la mejor relación precio/calidad	15	15	9	-1	0	-1	1	4	-2			13
Tiene el precio justo	13	13	15	-1	-4	-8	-4	-2	-8			14
Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios	-4	-4	-4	5	13	11	6	24	17			-3
Hace ofertas y promociones	4	4	0	1	-2	-3	-2	-1	-2			2
Tiene la publicidad que me gusta	-3	-3	-4	2	0	1	2	1	-2			2
Tiene publicidad en internet (Youtube, Banners)	-5	-5	-1	4	3	12	5	4	7			-3
Tiene presencia en redes sociales	-5	-5	-6	0	2	5	5	2	3			-1
Tiene información de interés en internet	-2	-2	-6	0	0	0	7	1	2			0
Su precio es económico	24	24	27	-5	-5	-10	-7	-5	-9			13
Base	290	381	387	85	143	227	77	83	146	-	-	52

Con claros diferenciales principalmente para Agility, siendo la marca premium, de prestigio, calidad, la que recomienda el gremio y tiene publicidad en internet, atributos que comparte con Equilibrio a excepción del último.

La debilidad de estas marcas es la disponibilidad y el precio, atributos que son la fortaleza de Q-ida Cat. Dalí resalta por precio, confianza y variedad.

↑ ↓ Dif. Significativas entre olas

* 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 BAJO CONOCIMIENTO

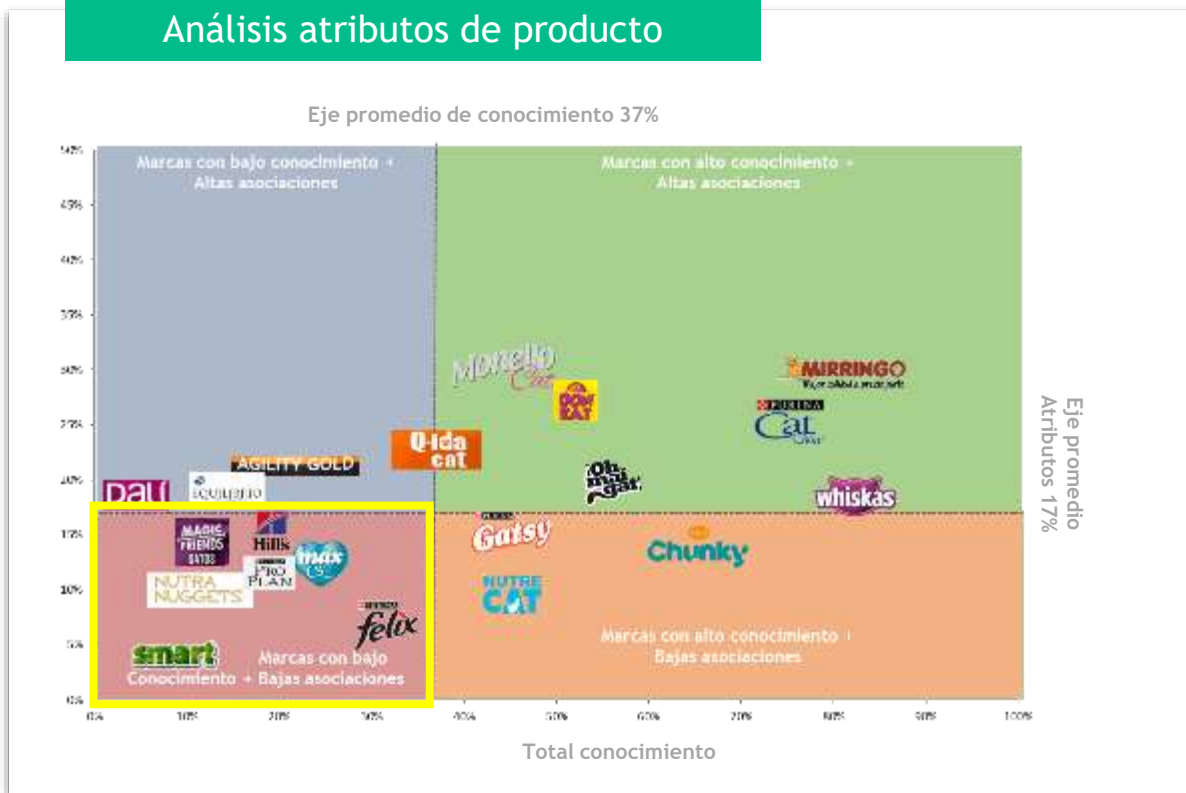
APRENDIZAJES:

- No se presentan cambios ni diferenciales a nivel de producto.
- A nivel de imagen solo un par de variaciones respecto la medición anterior, Nutra Nuggets crece en reconocimiento y Felix pierde en disponibilidad.
- Los diferenciales a nivel de imagen son claros:
 - Hills, Nutra Nuggets y Pro Plan, las marcas Premium y de prestigio.
 - Hills y Pro Plan además destacan por la calidad.
 - Pro Plan también es la que más recomienda el veterinario.

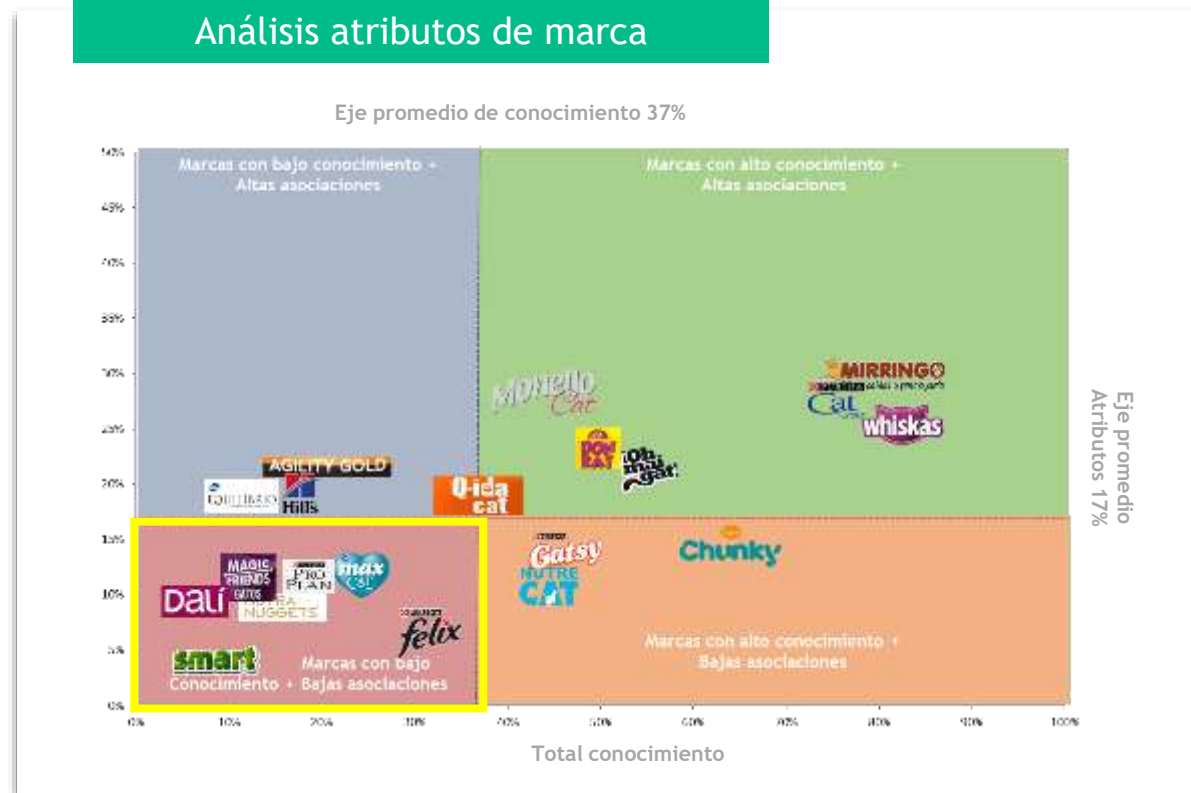


ANÁLISIS DE CONOCIMIENTO E IMAGEN

Análisis atributos de producto



Análisis atributos de marca





ASOCIACIONES ATRIBUTOS DE PRODUCTO POR CONOCEDORES

connecta

Sin variaciones importantes entre mediciones.

	fresca			Hills			NUTRA NUGGETS			felix			PRO PLAN			MAGIA FELINOS			smart		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Es para todas las razas	18%	18%	22%	19%	18%	19%	17%	10%	16%		8%	8%			19%			19%			7%
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad	13%	23%	18%	19%	20%	18%	18%	11%	10%		7%	5%			14%			15%			5%
Tiene variedad de sabores	16%	12%	16%	18%	17%	14%	10%	9%	14%		10%	9%			11%			14%			3%
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios	15%	22%	14%	18%	28%	21%	19%	17%	12%		7%	6%			14%			16%			2%
Tiene una textura adecuada	15%	21%	15%	20%	18%	18%	17%	12%	10%		9%	5%			10%			14%			4%
Mantiene brillante el pelaje del gato	14%	13%	12%	19%	22%	19%	16%	13%	9%		7%	4%			14%			16%			5%
Tiene más proteína	16%	18%	16%	23%	20%	20%	19%	10%	13%		6%	5%			19%			14%			3%
Ayuda con la digestión	24%	16%	12%	25%	20%	20%	14%	11%	8%		7%	7%			14%			19%			6%
Tiene pepitas de formas y colores diferentes	20%	13%	14%	13%	9%	5%	12%	6%	6%		6%	5%			5%			18%			8%
Tiene el sabor que le gusta a mi gato	15%	17%	14%	12%	13%	13%	13%	11%	10%	N/A	7%	5%		N/A	9%		N/A	13%		N/A	2%
Favorece la salud del gato lo mantiene con vigor	15%	17%	11%	25%	23%	20%	19%	12%	11%		7%	6%			13%			21%			6%
Ayuda a fortalecer sus defensas	15%	19%	14%	24%	23%	22%	13%	16%	10%		6%	6%			13%			16%			7%
Hace feliz a mi gato	13%	15%	13%	10%	13%	13%	13%	10%	10%		7%	8%			6%			15%			4%
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	16%	16%	9%	14%	16%	15%	16%	12%	10%		7%	6%			10%			13%			4%
Tiene un empaque práctico	16%	16%	15%	18%	19%	14%	14%	8%	8%		11%	7%			11%			16%			5%
Tiene carne/pescado/ pollo de verdad	8%	12%	12%	20%	20%	16%	12%	7%	10%		11%	10%			10%			13%			3%
Tiene un alimento para la personalidad de cada gato	8%	13%	15%	17%	15%	9%	10%	7%	6%		5%	3%			12%			12%			2%
Es rendidor	13%	13%	10%	10%	14%	8%	14%	11%	8%		4%	4%			9%			15%			1%
Ayuda en el control de las bolas de pelos	11%	10%	10%	19%	19%	17%	11%	12%	9%		4%	4%			9%			16%			2%
Previene a mi gato de problemas urinarios	12%	16%	10%	24%	25%	20%	12%	12%	7%		6%	4%			13%			14%			1%
Base	155	168	236	134	139	188	110	104	141	-	304	368	-	195	-	-	121	-	-	97	
Promedio atributos	14%	16%	14%	18%	19%	16%	14%	11%	10%	-	7%	6%	-	12%	-	-	15%	-	-	4%	

* 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?

↑ ↓ Dif. Significativas entre olas



BIP'S DE PRODUCTO

Tampoco hay diferencias a nivel de producto.

	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Es para todas las razas	1	0	3	-3	-3	-2	-1	-2	2		0	0						-2			2
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad	-3	4	3	-1	0	0	2	-1	-1		-1	-1						-3			1
Tiene variedad de sabores	2	-3	1	-1	-1	-3	-5	-1	4		3	3			-1			-3			-1
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios	0	3	0	-2	6	5	3	4	2		-1	0						0			-2
Tiene una textura adecuada	0	2	1	0	-3	2	1	-1	0		1	-1			-2			-2			0
Mantiene brillante el pelaje del gato	0	-3	-2	0	3	3	1	3	-1		0	-2								0	1
Tiene más proteína	2	2	2	4	2	4	4	-1	3		-1	-1			7			-2			-1
Ayuda con la digestión	0	0	-2	6	1	4	-1	0	-2		0	1			2					3	2
Tiene pepitas de formas y colores diferentes	6	-2	2	-5	-7	-9	-2	-4	-3		0	0			-5					4	5
Tiene el sabor que le gusta a mi gato	2	1	2	-6	-5	-1	-1	0	1	N/A	0	0		N/A	N/A	-1		N/A	N/A	-1	-1
Favorece la salud del gato lo mantiene con vigor	0	0	-3	5	4	4	3	1	1		-1	0								5	2
Ayuda a fortalecer sus defensas	1	2	-1	5	3	5	-2	4	-1		-2	-1						-1			3
Hace feliz a mi gato	0	0	0	-7	-5	-2	0	0	1		1	3			-5					0	1
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	3	1	-3	-4	-2	1	2	2	1		0	1			0			-1			1
Tiene un empaque práctico	1	-4	1	-1	-2	-2	-1	-5	-2		2	1			-1			0			1
Tiene carne/pescado/ pollo de verdad	-4	-1	-1	4	5	1	0	-2	1		6	5			-1			-2			0
Tiene un alimento para la personalidad de cada gato	-4	1	3	1	0	-4	-2	-1	-2		0	-2						-1			-1
Es rendidor	1	-1	0	-6	-2	-4	1	2	1		-2	0								3	-2
Ayuda en el control de las bolas de pelos	0	-2	-2	4	4	3	-1	4	1		-2	-1			-1					2	-1
Previene a mi gato de problemas urinarios	1	2	-1	9	10	7	0	3	-1		0	-1								1	-2
Base	155	168	236	134	139	188	110	104	141	-	304	368	-	-	195	-	-	121	-	-	97

* 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?

↑ ↓ Dif. Significativas entre olas



ASOCIACIONES ATRIBUTOS DE MARCA POR CONOCEDORES

De igual forma los cambios son mínimos de una medición a otra a nivel de imagen, donde Nutra Nuggets crece en reconocimiento y Felix pierde en disponibilidad.

																					
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Es reconocida/de prestigio	15%	15%	17%	43%	41%	42%	18%	16%	30% ↑	12%	12%	10%			26%			9%			6%
Es de tradición/tiene años en el mercado	7%	8%	11%	18%	18%	10%	14%	2%	6%	8%	10%	10%			9%			10%			3%
Es una marca de calidad	20%	23%	19%	42%	38%	37%	23%	17%	21%	12%	10%	10%			27%			16%			5%
Se consigue en tiendas	12%	20%	16%	9%	10%	5%	9%	5%	7%	12%	7% ↓	7% ↓			6%			6%			6%
Tiene variedad de productos y tamaños	17%	22%	21%	20%	22%	20%	20%	8%	10%	15%	10%	10%			15%			16%			6%
Se consigue en todas partes	10%	22%	15%	13%	11%	7%	10%	5%	5%	12%	7%	7%			7%			9%			7%
Es la marca más vendida	7%	5%	6%	10%	8%	8%	11%	1%	7%	4%	3%	3%			7%			8%			2%
Es una marca que da confianza	17%	23%	15%	30%	31%	24%	16%	14%	11%	12%	8%	8%			12%			18%			4%
Es innovadora	12%	10%	12%	15%	18%	15%	13%	7%	6%	7%	7%	7%			9%			10%			2%
Son marcas Premium	22%	21%	17%	60%	51%	63%	24%	18%	31%	N/A	10%	11%	N/A	N/A	47%	N/A	N/A	11%	N/A	N/A	8%
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	7%	12%	10%	6%	15%	9%	5%	4%	8%	11%	9%	9%			4%			4%			0%
Es la que recomienda el veterinario	17%	20%	18%	28%	36%	24%	23%	11%	13%	7%	6%	6%			22%			8%			1%
Tiene la mejor relación precio/calidad	11%	16%	12%	11%	10%	13%	16%	8%	8%	6%	5%	5%			7%			14%			5%
Tiene el precio justo	15%	15%	8%	7%	9%	7%	10%	3%	8%	6%	5%	5%			5%			16%			6%
Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios	14%	12%	11%	29%	23%	22%	25%	12%	15%	6%	8%	8%			10%			17%			1%
Hace ofertas y promociones	7%	6%	5%	3%	3%	4%	6%	2%	5%	3%	4%	4%			2%			4%			1%
Tiene la publicidad que me gusta	5%	9%	5%	12%	12%	8%	8%	2%	8%	7%	6%	6%			3%			7%			0%
Tiene publicidad en internet (Youtube, Banners)	3%	13%	12%	13%	16%	15%	2%	6%	6%	0%	0%	0%			0%			0%			0%
Tiene presencia en redes sociales	4%	13%	8%	7%	20%	18%	5%	5%	3%	9%	9%	9%			5%			7%			3%
Tiene información de interés en internet	6%	6%	10%	7%	9%	16%	7%	1%	6%	3%	3%	3%			4%			6%			2%
Su precio es económico	6%	7%	6%	2%	3%	2%	5%	2%	4%	3%	6%	6%			2%			25%			5%
Base	155	168	236	134	139	188	110	104	141	-	304	368	-	-	195	-	-	121	-	-	97
Promedio atributos	11%	14%	12%	18%	19%	18%	13%	7%	10%	-	8%	7%	-	-	11%	-	-	11%	-	-	4%

* 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

Hay diferenciales a nivel de imagen, con unas marcas que destacan por su prestigio y ser premium. Hills y Pro Plan además son las de calidad, y la última es la que recomienda el veterinario.

	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2021	2021	2022	2021	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Es reconocida/de prestigio	-1	-8	-3	21	13	18	0	7	14	0	-1				13			-7			1
Es de tradición/tiene años en el mercado	-3	-5	-2	3	2	-6	3	-3	-4	1		3			1						0
Es una marca de calidad	2	-1	-1	17	9	12	3	7	5	-2	-1				13			0			0
Se consigue en tiendas	-1	-1	2	-10	-15	-12	-6	-4	-4	1	-1				-3			-5			3
Tiene variedad de productos y tamaños	2	1	3	-1	-3	-1	4	-1	-4	4		0			3						2
Se consigue en todas partes	-5	-6	1	-8	-5	-11	-6	-3	-6	-1	-1				-2			-2			4
Es la marca más vendida	-3	3	-4	-4	-12	-4	0	-3	-1	2	-2				1						0
Es una marca que da confianza	2	2	-1	10	6	4	0	6	-2	0	-1				1						5
Es innovadora	2	-3	1	0	3	2	1	2	-2	1		1			2						2
Son marcas Premium	8	0	-2	40	26	40	8	9	16	N/A	-1	0	N/A	N/A	34	N/A	N/A	-4	N/A	N/A	3
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	0	2	2	-5	3	-1	-3	0	2	6		5			-1			-2			-1
Es la que recomienda el veterinario	6	5	6	12	17	9	10	5	4	-1	0				14			-1			-2
Tiene la mejor relación precio/calidad	0	2	-1	-4	-7	-3	4	2	-2	-2	-2				-2						4
Tiene el precio justo	5	2	-3	-7	-6	-7	-1	-2	-1	0	-1				-2						7
Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios	3	-2	0	13	6	8	13	6	6	-1		2			3						8
Hace ofertas y promociones	1	2	0	-5	-2	-2	0	0	1	1		1			-1						0
Tiene la publicidad que me gusta	-1	2	-2	3	2	-1	1	-1	3	3		2			-1						2
Tiene publicidad en internet (Youtube, Banners)	-2	5	7	5	6	9	-4	2	2	-4	-2				-3			-3			-1
Tiene presencia en redes sociales	-1	3	-1	-1	8	7	-1	1	-4	4		4			-1						0
Tiene información de interés en internet	1	1	3	-1	3	7	1	-1	1	1	-1				0						1
Su precio es económico	-1	-1	-3	-8	-7	-9	-3	-1	-3	-1		1			-4						18
Base	155	168	236	134	139	188	110	104	141	-	304	368	-	-	195	-	-	121	-	-	97

* 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

ANÁLISIS DE MARCAS BAJAS ASOCIACIONES



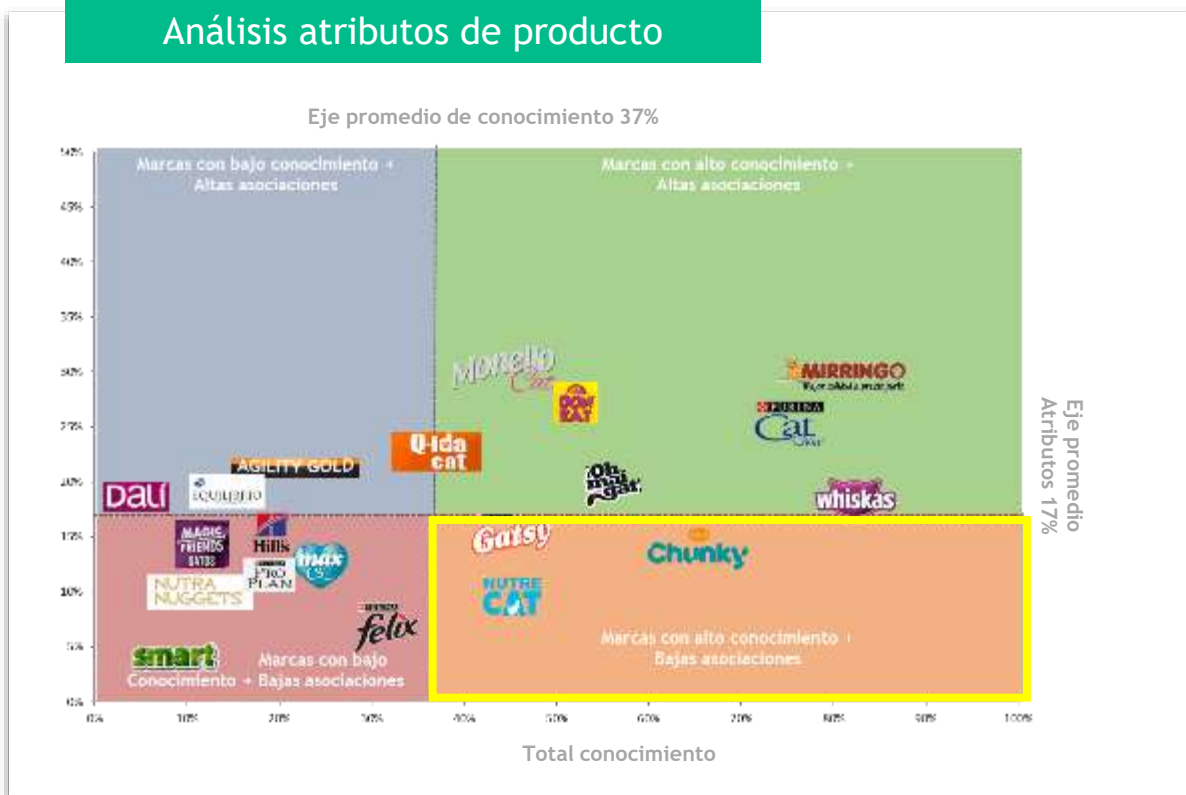
APRENDIZAJES:

- Pocas variaciones a nivel de producto: Chunky cae en pepitas de formas y colores diferentes y en empaque práctico; tributo donde también cae Gatsy. Nutre Cat se percibe menos como el sabor que le gusta al gato.
- Algunas variaciones a nivel de imagen, enfocadas en Chunky que pierde a nivel de disponibilidad y precio, y gana en publicidad en internet.
- Gatsy la única marca con diferenciales claros tanto a nivel de producto como de marca:
 - Producto: forma y color de sus pepas.
 - Imagen de marca: la más disponible y económica, pero la menos premium.

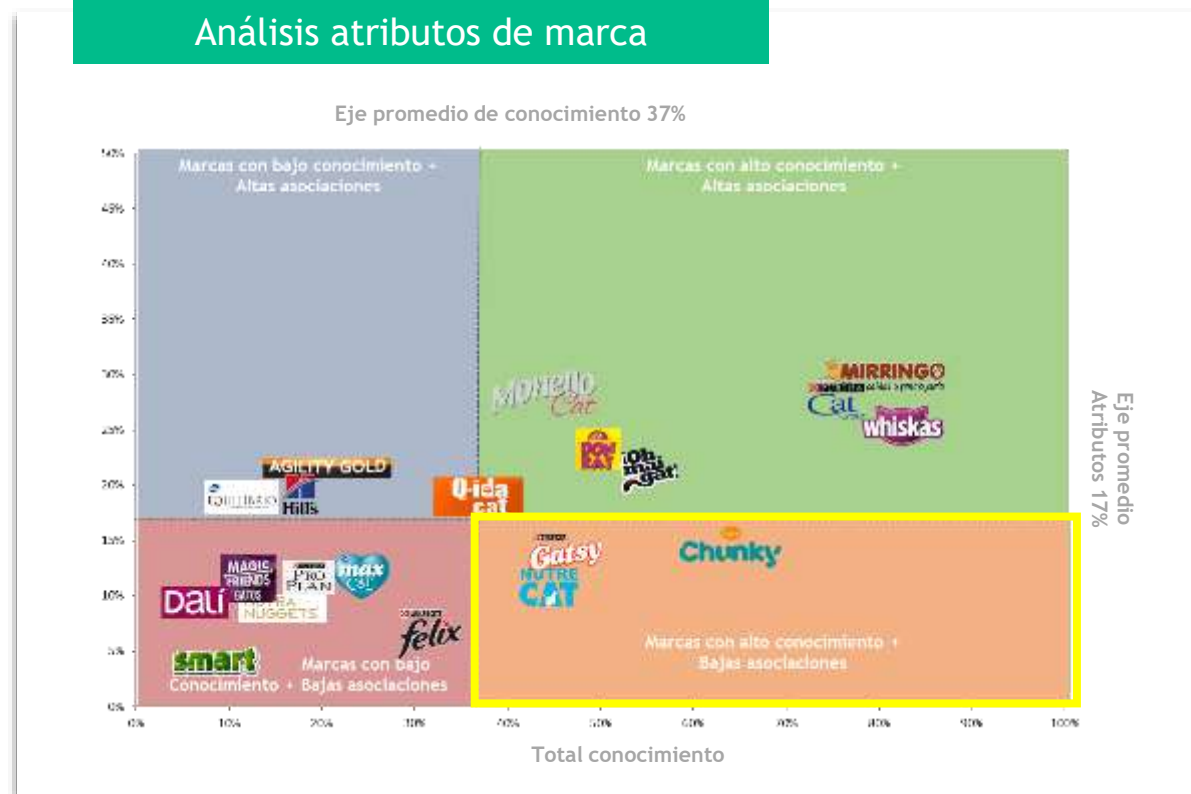


ANÁLISIS DE CONOCIMIENTO E IMAGEN

Análisis atributos de producto






Análisis atributos de marca





ASOCIACIONES ATRIBUTOS DE PRODUCTO POR CONOCEDORES

									
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Es para todas las razas	22%	19%	19%	21%	23%	19%	19%	13%	17%
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad	21%	19%	17%	18%	16%	17%	13%	11%	12%
Tiene variedad de sabores	23%	20%	17%	21%	19%	19%	14%	12%	10%
Contiene vitaminas y los nutrientes necesarios	20%	18%	15%	19%	18%	17%	12%	10%	8%
Tiene una textura adecuada	20%	18%	15%	23%	19%	16%	11%	13%	9%
Mantiene brillante el pelaje del gato	18%	16%	13%	22%	16%	17%	10%	10%	7%
Tiene más proteína	19%	16%	14%	14%	15%	15%	12%	9%	7%
Ayuda con la digestión	17%	15%	13%	19%	15%	14%	12%	9%	7%
Tiene pepitas de formas y colores diferentes	22%	22%	16% ↓	22%	21%	25%	12%	12%	12%
Tiene el sabor que le gusta a mi gato	18%	14%	13%	22%	15%	14%	10%	11%	6% ↓
Favorece la salud del gato lo mantiene con vigor	18%	15%	13%	20%	16%	14%	11%	10%	8%
Ayuda a fortalecer sus defensas	19%	16%	14%	18%	18%	16%	11%	11%	8%
Hace feliz a mi gato	18%	16%	12%	21%	15%	14%	8%	8%	7%
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	17%	16%	13%	19%	16%	12%	11%	9%	6%
Tiene un empaque práctico	21%	21%	16% ↓	21%	24%	17% ↓	11%	16%	12%
Tiene carne/pescado/ pollo de verdad	18%	18%	13%	18%	17%	17%	12%	9%	8%
Tiene un alimento para la personalidad de cada gato	14%	13%	13%	13%	14%	13%	9%	8%	11%
Es rendidor	17%	14%	11%	20%	14%	14%	9%	10%	7%
Ayuda en el control de las bolas de pelos	16%	14%	13%	14%	12%	15%	10%	8%	8%
Previene a mi gato de problemas urinarios	16%	13%	10%	13%	12%	14%	10%	8%	7%
Base	533	584	658	407	342	467	539	437	470
Promedio atributos	19%	17%	14%	18%	17%	16%	12%	10%	30%

Muy pocas variaciones a nivel de producto, cada marca en uno o dos atributos.

* Base conocedores

↑ ↓ Dif. Significativas entre olas



BIP'S de producto




	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Es para todas las razas	-1	0	-1	-2	4	-3	4	1	5
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad	0	0	1	-3	-3	-1	0	-1	2
Tiene variedad de sabores	3	4	2	2	2	2	2	1	1
Contiene vitaminas y los nutrientes necesarios	-1	-1	0	-1	-2	0	-1	-3	-1
Tiene una textura adecuada	0	-1	0	3	-1	-1	-2	1	0
Mantiene brillante el pelaje del gato	-2	-1	-1	3	-1	1	-2	-1	-2
Tiene más proteína	-1	-1	0	-5	-1	-1	0	-1	-2
Ayuda con la digestión	-2	-2	-1	0	-2	-2	0	-2	-2
Tiene pepitas de formas y colores diferentes	3	7	3	4	6	11	1	3	4
Tiene el sabor que le gusta a mi gato	0	-2	0	4	-1	-1	-1	1	-2
Favorece la salud del gato lo mantiene con vigor	-3	-3	-2	0	-1	-3	-2	-1	-1
Ayuda a fortalecer sus defensas	-1	-2	-1	-1	0	-1	-1	0	-1
Hace feliz a mi gato	1	0	-1	4	-1	-1	-3	-2	-1
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	-1	0	0	1	0	-2	0	-1	-2
Tiene un empaque práctico	1	1	1	1	4	1	-1	3	3
Tiene carne/pescado/ pollo de verdad	2	4	0	2	2	2	2	0	0
Tiene un alimento para la personalidad de cada gato	-2	0	1	-3	1	-1	-1	0	4
Es rendidor	0	-1	0	4	0	2	-1	1	0
Ayuda en el control de las bolas de pelos	0	1	1	-1	-1	1	1	0	0
Previene a mi gato de problemas urinarios	0	-1	-1	-2	-2	1	1	0	0
Base	533	584	658	407	342	467	539	437	470

Con el único diferencial enfocado en la marca Gatsy, por la forma y color de sus pepas.

* Base conocedores



ASOCIACIONES ATRIBUTOS DE MARCA POR CONOCEDORES

									
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Es reconocida/de prestigio	24%	21%	21%	13%	14%	11%	23%	12%	12%
Es de tradición/tiene años en el mercado	17%	18%	18%	10%	12%	17%	25%	13%	16%
Es una marca de calidad	20%	21%	22%	18%	17%	14%	19%	14%	15%
Se consigue en tiendas	28%	30%	19% ↓	32%	30%	30%	25%	20%	16%
Tiene variedad de productos y tamaños	25%	24%	21%	19%	18%	15%	20%	12%	16%
Se consigue en todas partes	30%	28%	17% ↓	31%	29%	26%	23%	17%	15%
Es la marca más vendida	15%	15%	14%	13%	9%	12%	16%	9%	8%
Es una marca que da confianza	20%	16%	17%	22%	16%	18%	15%	10%	9%
Es innovadora	15%	13%	13%	13%	11%	8%	13%	6%	9%
Son marcas Premium	19%	17%	21%	9%	12%	10%	13%	12%	16%
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	13%	12%	13%	10%	5%	8%	15%	8%	10%
Es la que recomienda el veterinario	16%	15%	11%	11%	11%	9%	13%	7%	9%
Tiene la mejor relación precio/calidad	17%	15%	14%	19%	16%	18%	11%	8%	9%
Tiene el precio justo	19%	14%	13%	23%	19%	19%	11%	9%	8%
Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios	14%	13%	15%	14%	11%	10%	13%	8%	8%
Hace ofertas y promociones	11%	7%	8%	8%	4%	9% ↑	10%	3%	6%
Tiene la publicidad que me gusta	8%	8%	10%	8%	3%	7%	7%	3%	5%
Tiene publicidad en internet (Youtube, Banners)	7%	8%	13% ↑	5%	6%	6%	9%	7%	10%
Tiene presencia en redes sociales	11%	8%	12%	8%	7%	7%	8%	6%	7%
Tiene información de interés en internet	8%	6%	9%	6%	3%	7% ↑	8%	3%	6% ↑
Su precio es económico	20%	17%	11% ↓	30%	22%	27%	10%	9%	7%
Base	533	584	658	407	342	467	539	437	470
Promedio atributos	17%	15%	15%	15%	13%	14%	15%	9%	10%

En relación a los atributos de imagen, Chunky es la marca con mas variaciones, cayendo a nivel de disponibilidad y precio, y creciendo en publicidad en internet.

Gatsy y Nutre Cat con más información en internet.

↑ ↓ Dif. Significativas entre olas

* 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?



BIP'S de marca

	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Es reconocida/de prestigio	-1	-4	-4	-9	-6	-11	1	-3	-5
Es de tradición/tiene años en el mercado	0	4	2	-4	1	3	11	5	5
Es una marca de calidad	-8	-6	-3	-6	-4	-8	-5	-3	-3
Se consigue en tiendas	7	7	1	14	12	14	7	6	4
Tiene variedad de productos y tamaños	2	1	-1	-1	0	-4	0	-2	1
Se consigue en todas partes	7	4	-1	11	0	10	3	2	2
Es la marca más vendida	-1	6	1	0	12	1	3	4	-1
Es una marca que da confianza	-3	-7	-3	2	-2	0	-5	-4	-5
Es innovadora	-2	-1	-1	-1	0	-4	-1	-2	0
Son marcas Premium	-4	-6	-3	-10	-6	-11	-7	-2	-1
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	1	0	3	0	-4	-1	5	1	3
Es la que recomienda el veterinario	-2	-2	-4	-5	-3	-4	-3	-3	-1
Tiene la mejor relación precio/calidad	0	-1	-3	4	4	4	-4	-1	-2
Tiene el precio justo	3	0	-1	9	9	6	-3	1	-2
Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios	-4	-2	1	-1	-1	-2	-2	-1	-2
Hace ofertas y promociones	2	2	1	0	0	3	2	0	2
Tiene la publicidad que me gusta	-3	-1	1	-1	-3	-1	-2	-2	-1
Tiene publicidad en internet (Youtube, Banners)	-2	-1	6	-2	-1	0	2	2	6
Tiene presencia en redes sociales	2	-3	0	0	-2	-3	0	0	-1
Tiene información de interés en internet	-1	0	0	-1	-1	-1	1	0	0
Su precio es económico	9	8	0	20	16	17	0	4	-1
Base	533	584	658	407	342	467	539	437	470

Gatsy la marca que marca diferencial a nivel de disponibilidad y precio. Pero a la vez es la menos Premium.



* 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:

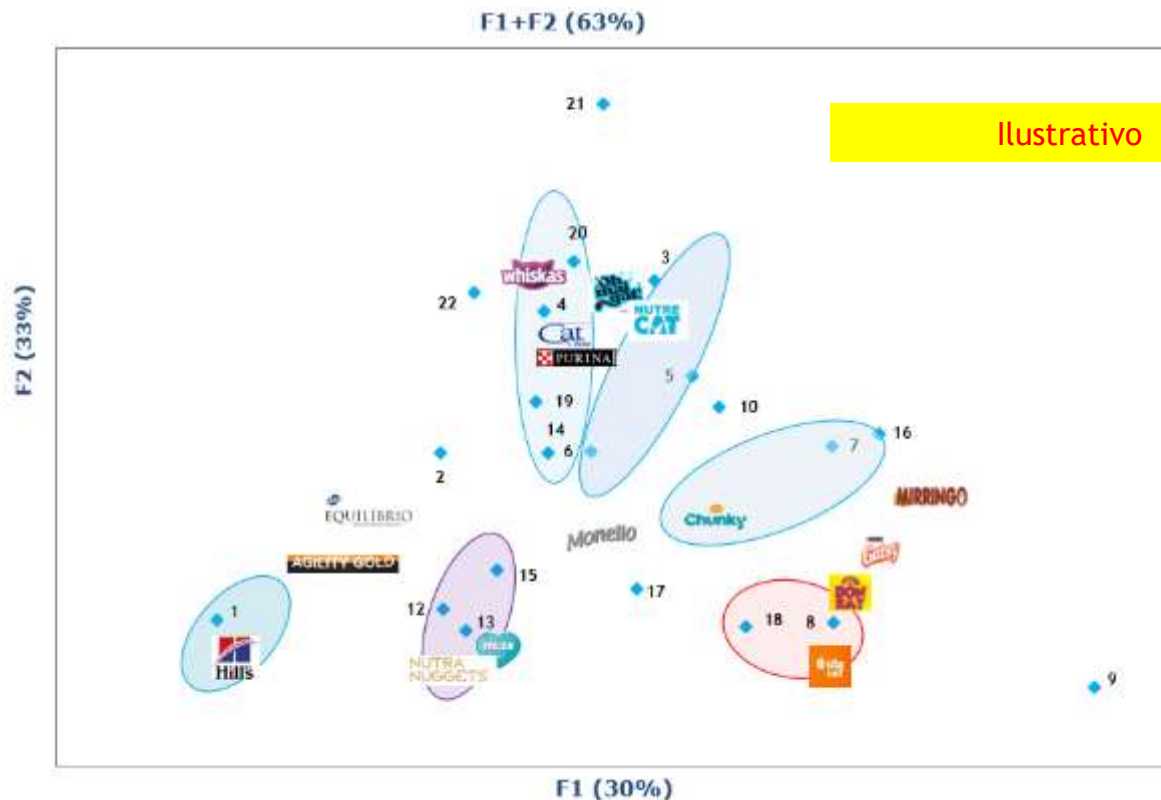
- En el posicionamiento siguen existiendo tres territorios, los dos primeros se mantienen, la diferencia está en el tercero:
 - Uno de marcas premium y prestigiosas
 - Uno de marcas más económicas
 - Y uno muy activo en publicidad, redes e innovación.Y no hay marcas que se estén apropiando del territorio de tradición, venta y distribución
- En términos de producto igual se diferencian tres territorios:
 - Las marcas que aportan mayor nutrición y vitaminas, asociadas a distintos beneficios.
 - Las que se asocian a sabor y rendimiento.
 - Y las que ofrecen variedad.



METODOLOGÍAS DE ANÁLISIS

Mapa de posicionamiento

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.

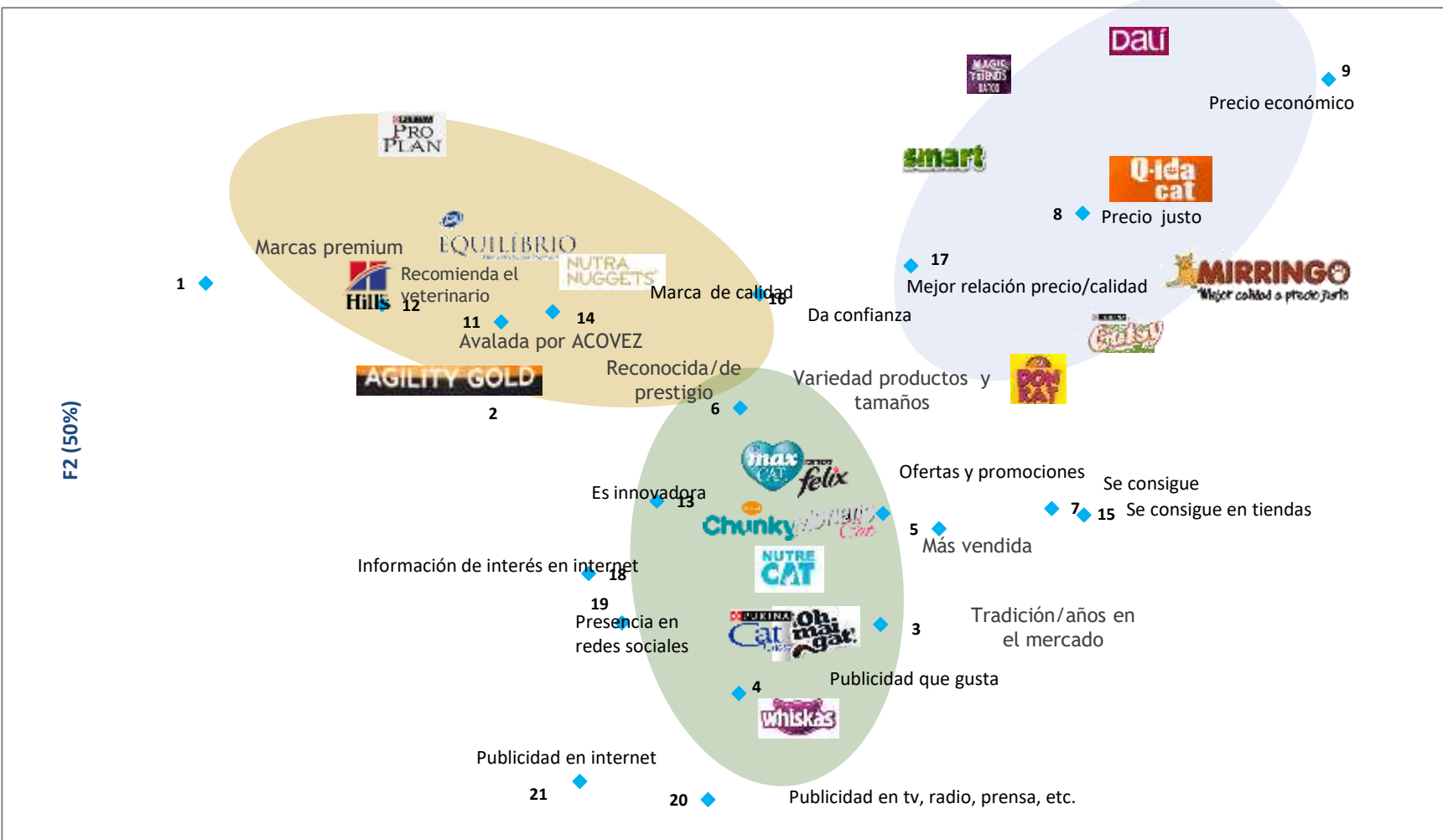


Se utiliza principalmente para:

- 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 - 2022

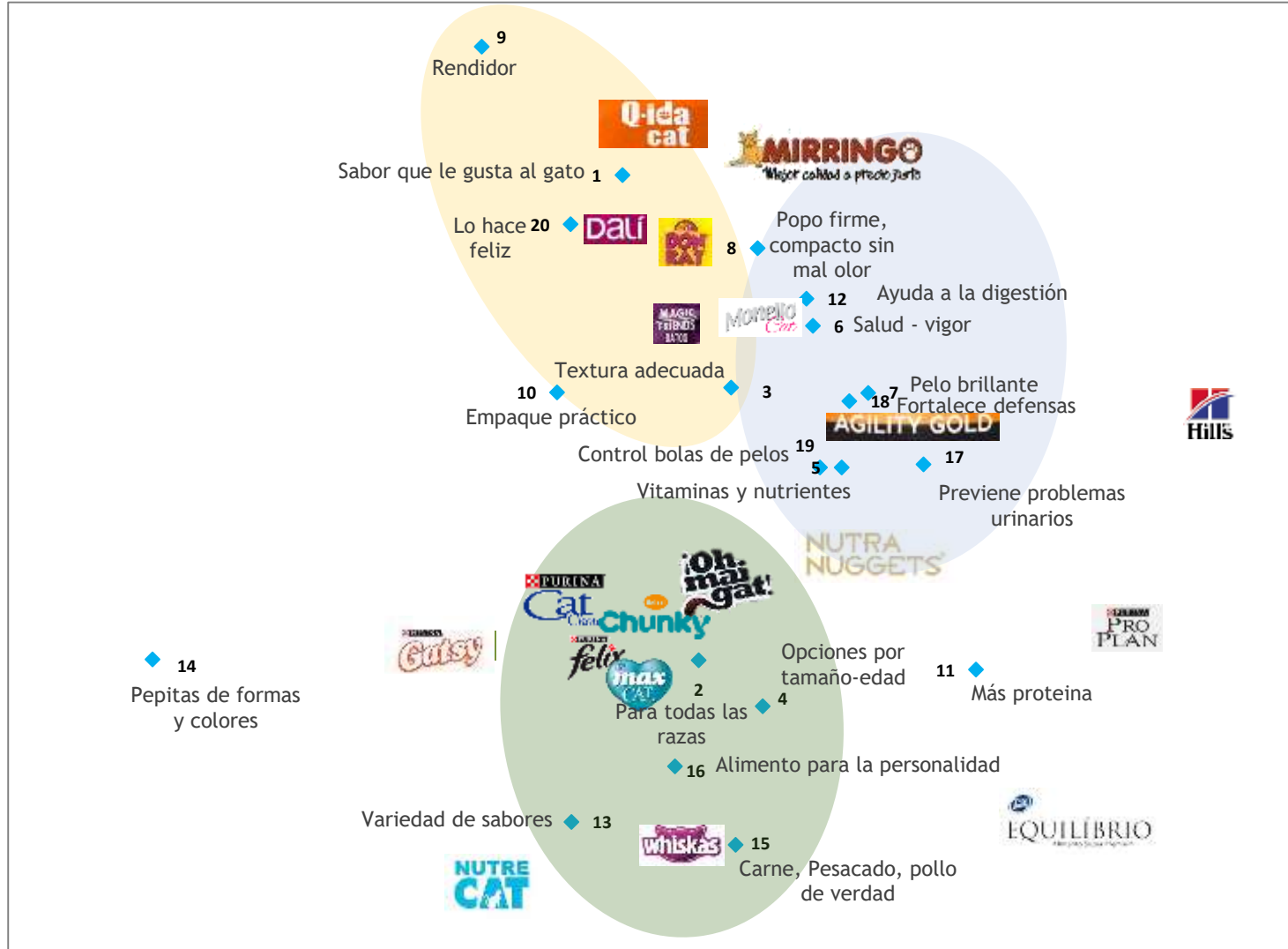


1. Son marcas Premium
2. Es reconocida/de prestigio
3. Es de tradición/tiene años en el mercado
4. Tiene la publicidad que me gusta
5. Es la marca más vendida
6. Tiene variedad de productos y tamaños
7. Se consigue en todas partes
8. Tiene el precio justo
9. Su precio es económico
10. Hace ofertas y 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 - 2022

F2 (50%)



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

F1 (20%)



CONCLUSIONES



CONCLUSIONES



Oh Mai Gat crece respecto al 2021 en varios indicadores: conocimiento, preferencia e intención de compra. Logrando mayor conocimiento en Bucaramanga y Eje Cafetero, y fortaleciéndose a nivel de preferencia en ciudades donde se conocía: Bogotá y Medellín. Barranquilla es la ciudad donde hay oportunidad de crecimiento.

A nivel de imagen se está percibiendo más una marca Premium y se siente más activa a nivel de publicidad en internet, manejando además información de interés.

			2022						2021						2019					
Total Conocimiento (incluye ayudado)			Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Eje Cafetero	Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Eje Cafetero	Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Eje Cafetero
2019	2021	2022	A	B	C	D	E	F	A	B	C	D	E	F	A	B	C	D	E	F
38%	49%	55% ↑	64% BCDEF	54% D	48% D	22%	44% D	43% D	57% DEF	49% DEF	47% DEF	29%	29%	22%	44%	30%	43%	23%	17%	33%

			2022						2021						2019					
Total preferencia			Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Eje Cafetero	Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Eje Cafetero	Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Eje Cafetero
2019	2021	2022	A	B	C	D	E	F	A	B	C	D	E	F	A	B	C	D	E	F
9%	9%	13% ↑	17% DF	12% DF	12% DF	0% ↓	13% DF	4%	11% BDEF	6%	9% BD	6%	7%	7%	10	8	9	7	9	7

Intención de compra (la compraría + definitivamente la compraría)		
2019	2021	2022
77%	68%	80% ↑

Atributos de marca			
	2019	2021	2022
Son marcas Premium	25%	19%	30% ↑
Tiene publicidad en internet (Youtube, Banners)	17%	14%	22% ↑
Tiene información de interés en internet	12%	8%	17% ↑



CONCLUSIONES

DonKat la marca con mayor crecimiento dentro de la categoría, fortaleciéndose en la mayoría de indicadores: Conocimiento, preferencia, compra e intención de compra.



A nivel de producto se le otorgan más los atributos de tener proteína de verdad, tener un alimento para la personalidad de cada gato y prevenir problemas urinarios.

A nivel de imagen se percibe más una marca de tradición pero a la vez innovadora, que maneja un precio justo, ofrece promociones y más activa a nivel de publicidad, y presencia en redes.

TOM			Total conocimiento espontáneo			Total Conocimiento (incluye ayudado)		
2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
3%	7%	10% ↑	11%	18%	29% ↑	25%	35%	51% ↑

TOM preferida			Total preferencia		
2019	2021	2022	2019	2021	2022
5%	9%	13% ↑	7%	11%	17% ↑

Razones de TOM preferencia			
	2019	2021	2022
Es una marca reconocida	2%	4%	21% ↑
Mantiene los excrementos consistentes y sin mal olor	6%	5%	22% ↑

Marca más comprada en el último mes			Total marcas compradas		
2019	2021	2022	2019	2021	2022
5%	9%	13% ↑	7%	11%	16% ↑

Intención de compra (la compraría + definitivamente la compraría)			
2019	2021	2022	
83%	83%	93% ↑	

Atributos de producto			
	2019	2021	2022
Tiene carne/pescado/ pollo de verdad	9%	15%	22% ↑
Tiene un alimento para la personalidad de cada gato	15%	16%	25% ↑
Previene a mi gato de problemas urinarios	13%	17%	24% ↑

Atributos de marca			
	2019	2021	2022
Es de tradición/tiene años en el mercado	11%	15%	22% ↑
Es innovadora	12%	14%	24% ↑
Tiene el precio justo	23%	27%	35% ↑
Hace ofertas y promociones	7%	6%	12%
Tiene la publicidad que me gusta	7%	9%	14%
Tiene publicidad en internet (Youtube, Banners)	6%	8%	16% ↑
Tiene presencia en redes sociales	8%	8%	17% ↑
Tiene información de interés en internet	8%	4%	10%



CONCLUSIONES



Se han dado cambios dentro de la categoría:

- Varias marcas entrando al radar del consumidor.
- Aunque Mirringo sigue siendo la líder, se está debilitando en los distintos indicadores.
- El terreno que Mirringo sede Oh Mi Gat y Don Kat lo están apropiando, fortaleciéndose en los distintos indicadores.

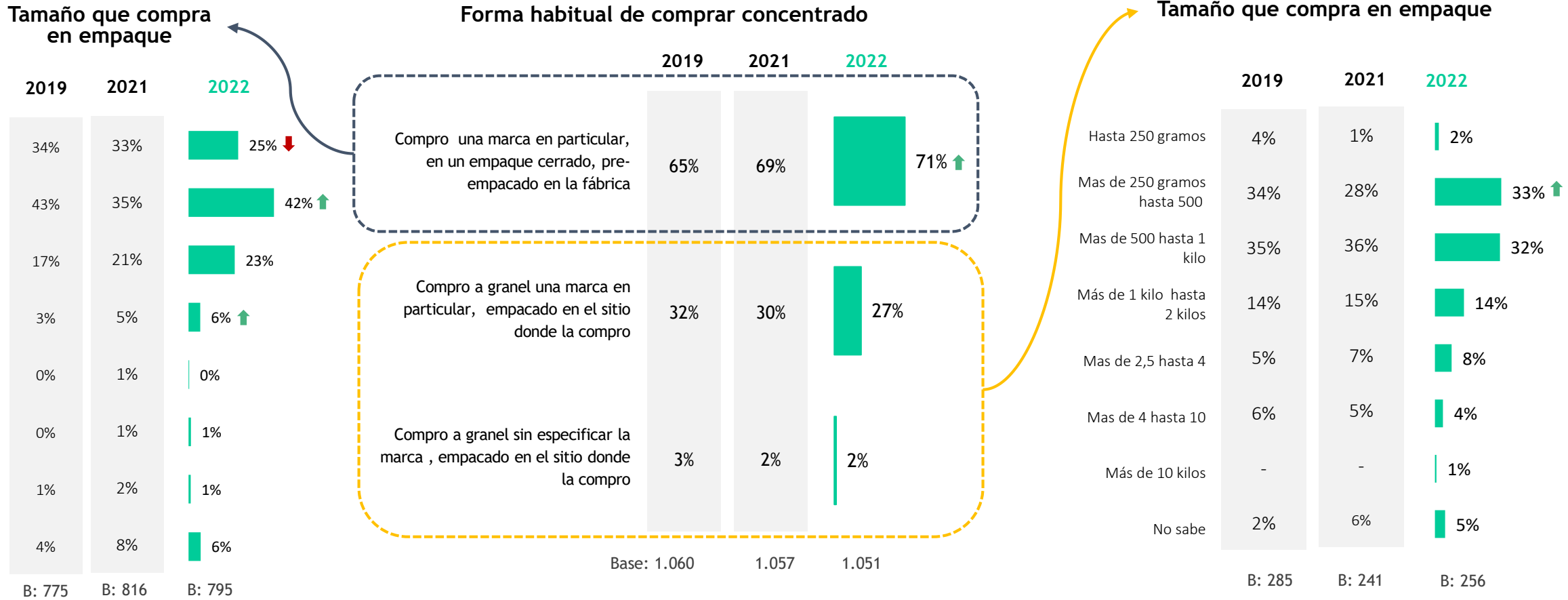




ANEXOS



HÁBITOS DE COMPRA



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

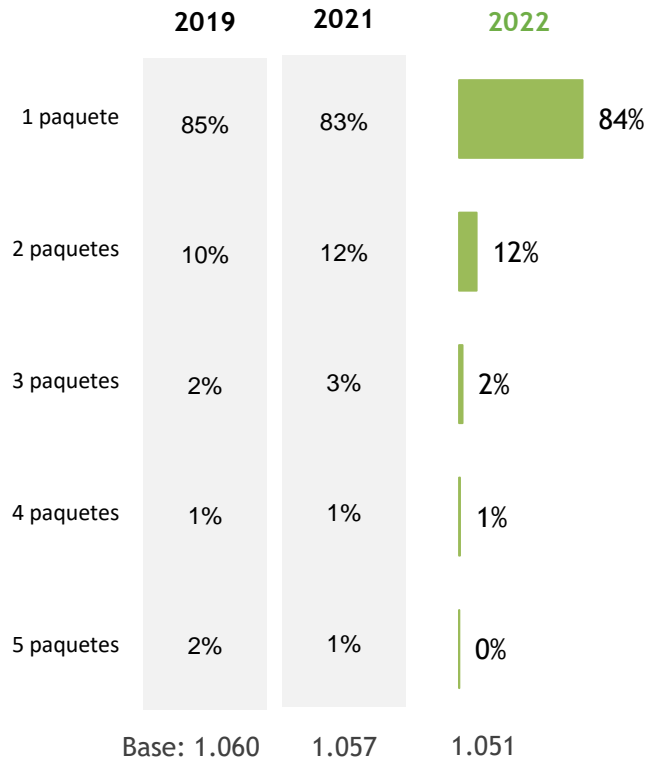
H.9. ¿Cuál es la presentación (tamaño) que más compra de concentrado/alimento para su gato?

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

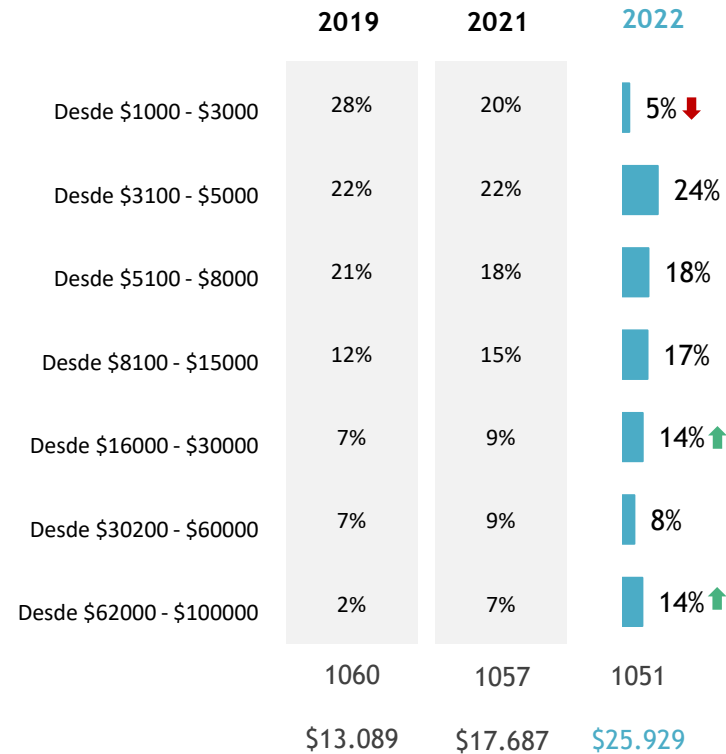


HÁBITOS DE COMPRA Y CONSUMO

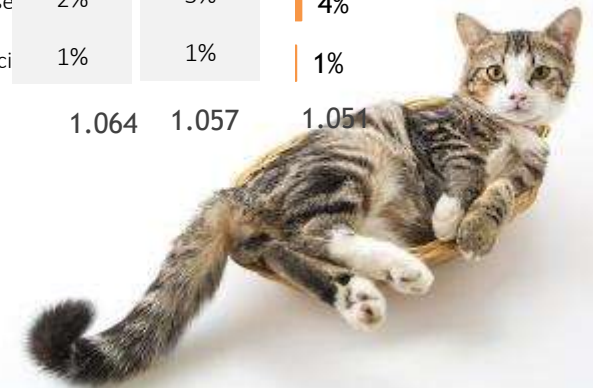
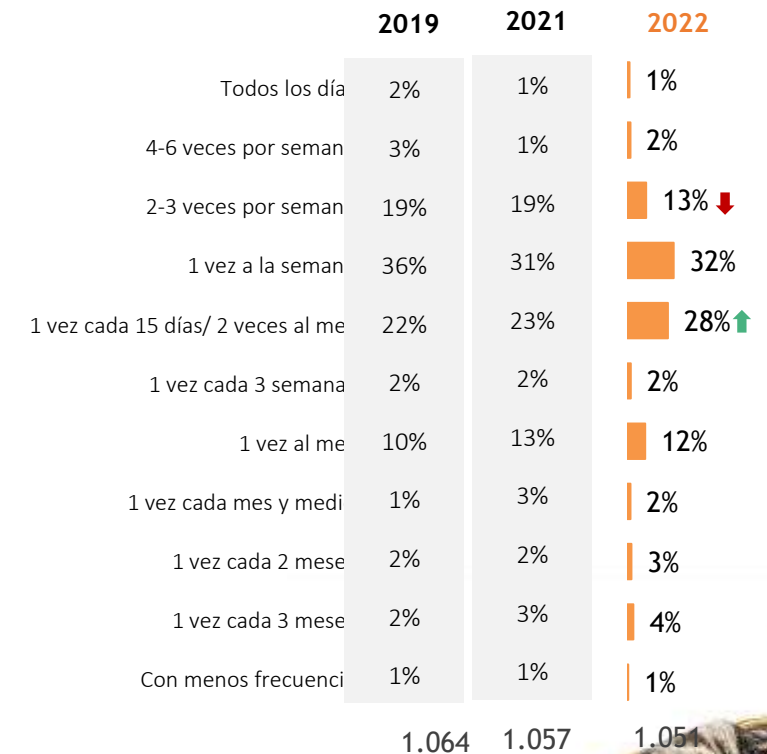
Cantidad de paquetes comprados



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

	2019	2021	2022
Menos de 3 días	8%	4%	5%
Entre 3 y 4 días	16%	15%	12%
Entre 5 días y 1 semana	34%	26%	27%
Entre 1 y 2 semanas	16%	22%	21%
Entre 2 y 3 semanas	9%	9%	11%
Entre 3 y 4 semanas	3%	3%	4%
1 mes	8%	11%	11%
Más de 1 mes	6%	10%	10%
	1.060	1.057	1.051

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: 1.051

Forma de alimentar al gato

	2019	2021	2022
Sólo le doy concentrados/ Lo alimento exclusivamente con concentrados	82%	76%	82%
Mezclo o vario concentrados con comida casera	9%	5%	2%
Mezclo o vario concentrados con comida húmeda	7%	16%	14%
Mezclo o vario concentrados con snacks	1%	1%	1%
Mezclo o vario concentrados con restos de comida	1%	2%	1%
	1.060	1.057	1.051

Frecuencia de suministro concentrado

	2019	2021	2022
Más de 3 veces al día	12%	13%	8%
3 veces al día	34%	32%	39%
2 veces al día	43%	39%	39%
1 vez al día	11%	16%	13%
	1.060	1.057	1.051

Cantidad de concentrado suministrado

	2019	2021	2022
Menos de media taza de concentrado	11%	13%	9%
Media taza de concentrado	29%	20%	26%
Una taza de concentrado	52%	52%	52%
Taza y media de concentrado	3%	5%	5%
Dos tazas de concentrado	3%	6%	7%
Más de dos tazas de concentrado	1%	2%	2%
Otro	1%	-	2%
	1.060	1.057	1.051



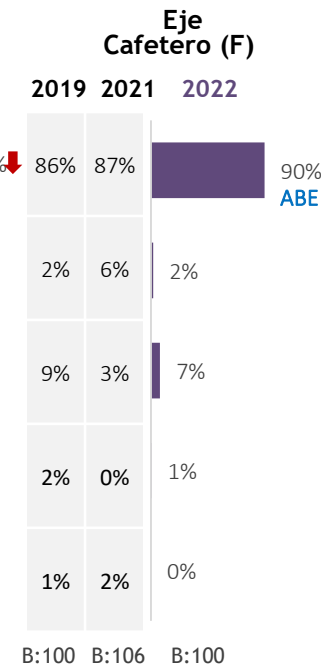
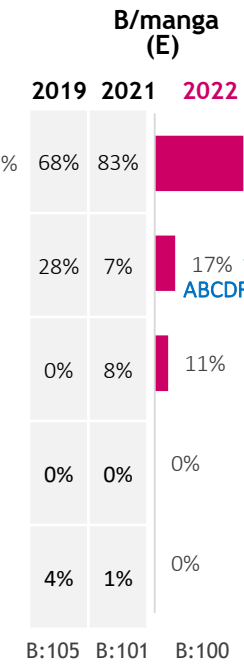
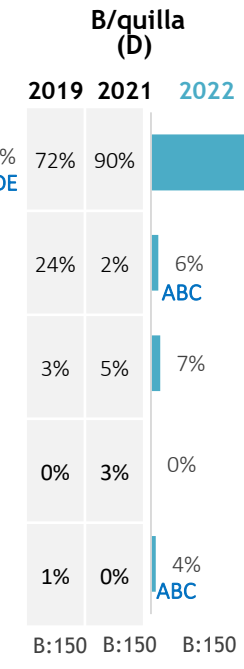
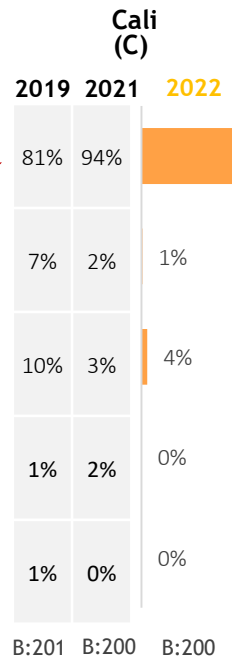
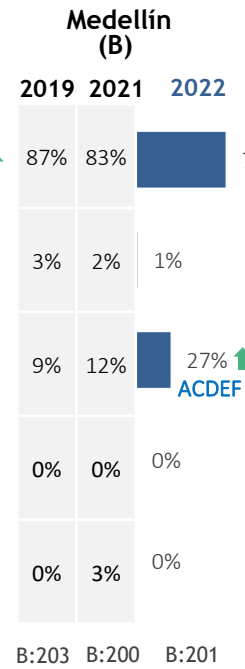
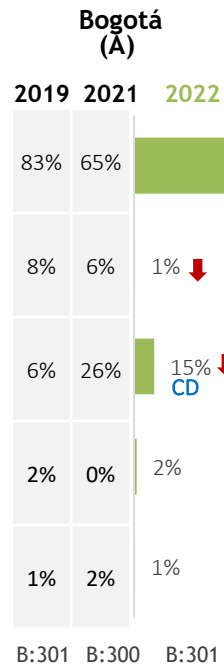
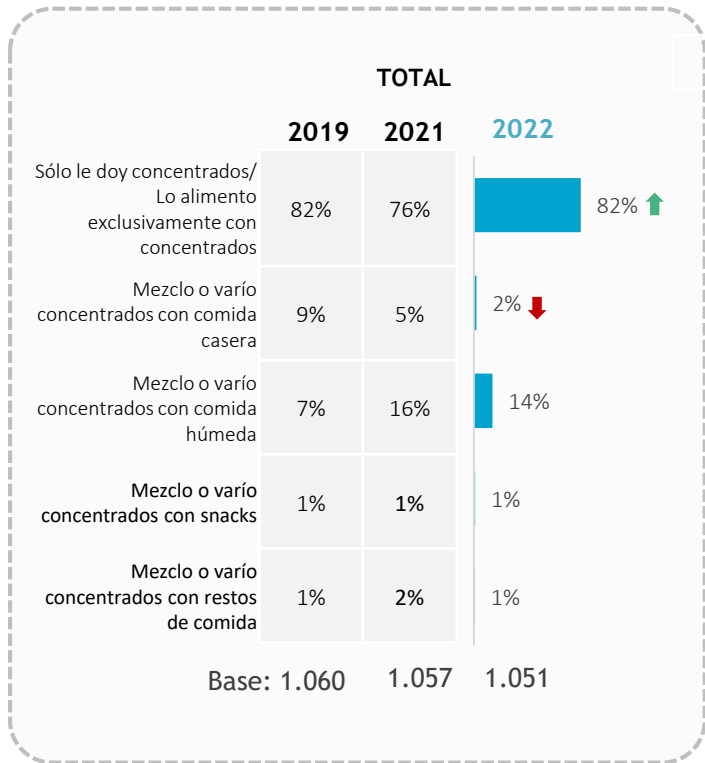
H13. ¿Cuánto le dura/rinde ese empaque que acostumbra comprar?

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?

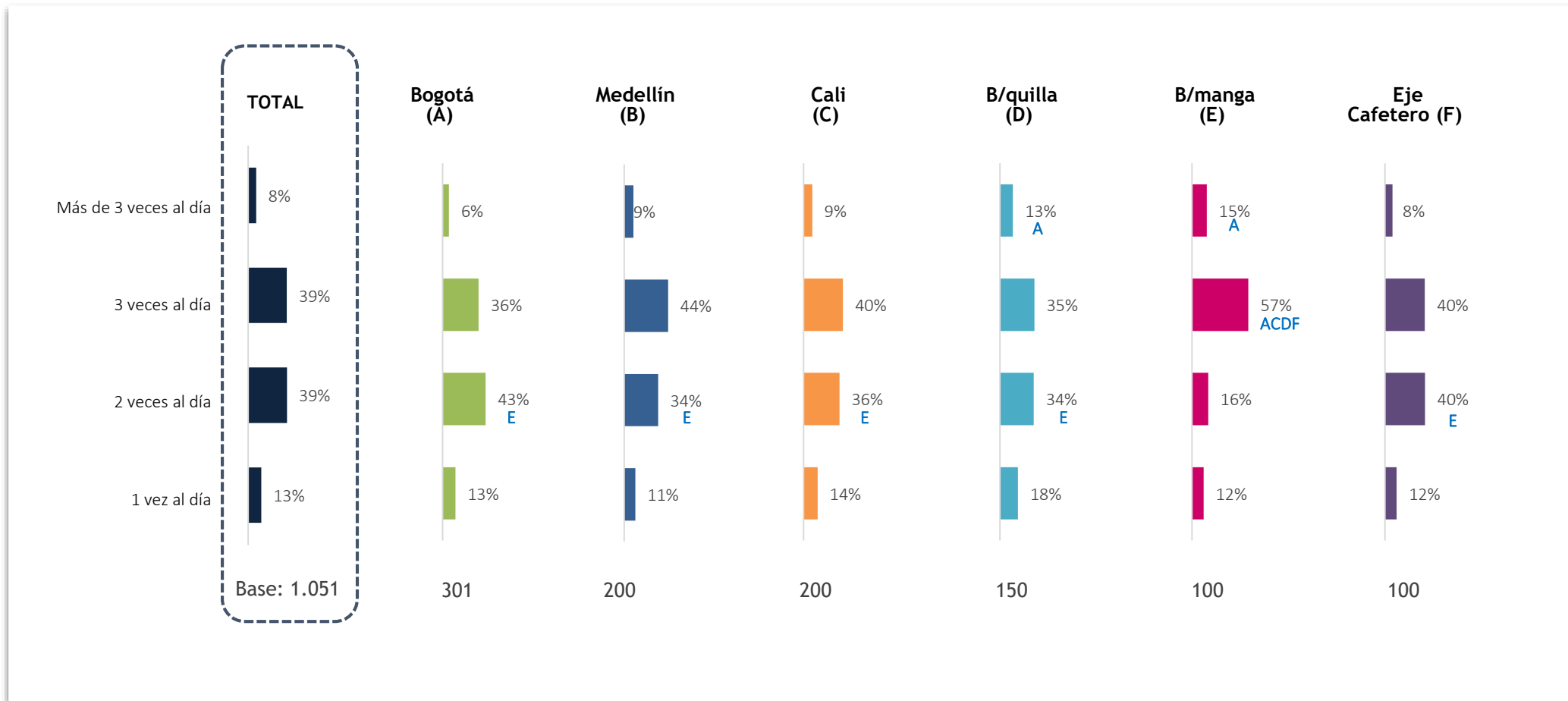


FORMA DE ALIMENTAR AL GATO





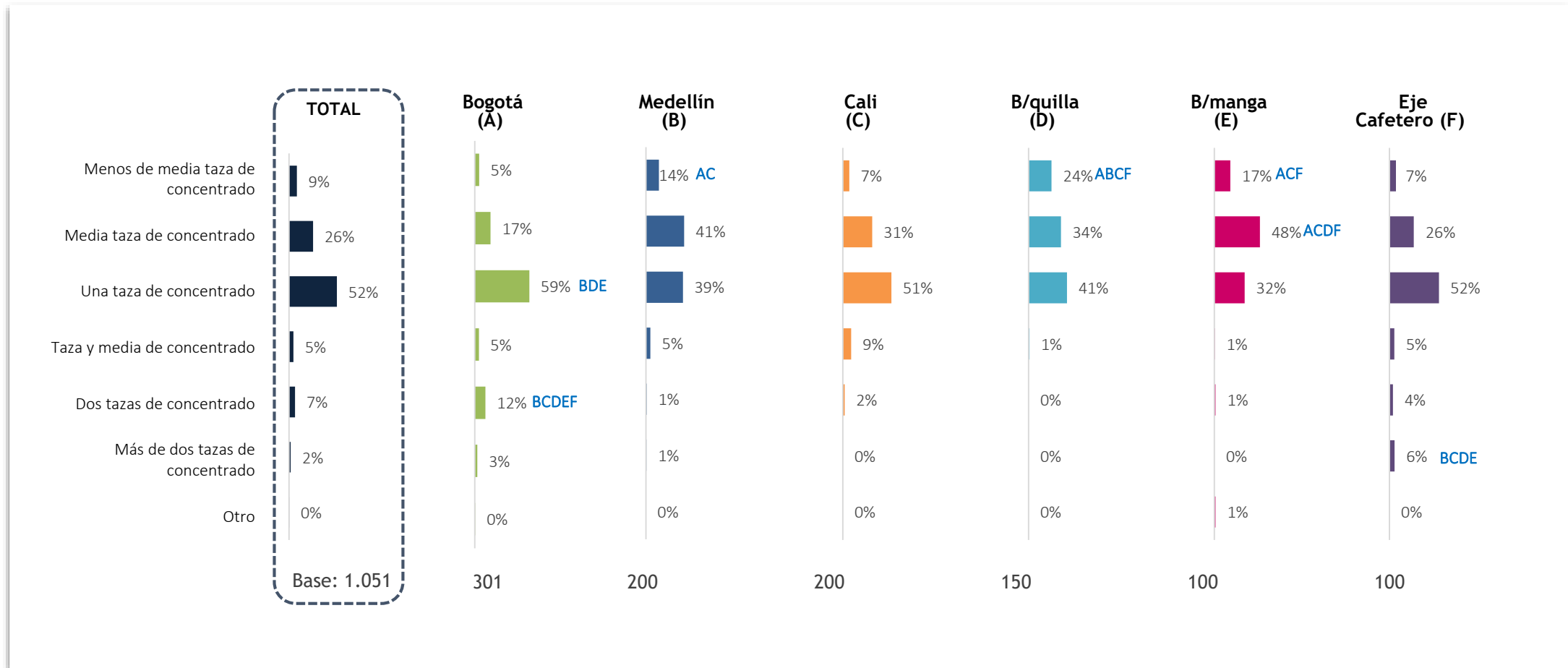
FRECUENCIA SUMINISTRO CONCENTRADO



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)

	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Mirringo	23%	21%	13% ↓	43%	41%	30% ↓	11%	18%	21%	27%	42%	49% ABCEF	38%	40%	24% ↓	34%	22%	22%
Cat Chow	23%	17%	15%	12%	8%	13%	22%	13%	15%	24%	8%	12%	3%	6%	15%	18%	11%	12%
Donkat	3%	6%	10% ↑	1%	6%	12%	3%	9%	9%	3%	11%	9%	2%	6%	17% ↑	6%	7%	7%
Monello	7%	14%	15% BCDEF	1%	0%	0%	-	-	1%	-	2%	0%	-	2%	3%	1%	-	0%
Q-ida Cat	2%	2%	2%	3%	2%	5%	18%	32%	20% ↓ ABD	4%	1%	0%	22%	21%	18% ABD	11%	4%	13% ↑ ABD
Ohmaigat	6%	5%	7%	3%	6%	5%	6%	4%	7%	2%	2%	0%	3%	6%	4%	5%	2%	3%
Chunky Cat	7%	6%	4%	7%	10%	8%	9%	6%	6%	7%	6%	2%	2%	7%	0% ↓	5%	25%	16% ABCDE
Gatsy	6%	4%	6%	7%	9%	7%	9%	3%	3%	4%	2%	5%	3%	-	0%	3%	3%	4%
Whiskas	12%	7%	3% ↓	10%	7%	4%	14%	7%	7%	11%	11%	7%	14%	3%	6%	8%	4%	9%
Agility Gold	-	1%	6% ↑ BDE	1%	1%	1%	1%	0%	2%	-	3%	0% ↓	1%	2%	0%	-	8%	6% BCDE
Max Cat	3%	3%	4%	1%	1%	5%	-	1%	1%	-	2%	0%	-	0%	0%	-	0%	1%
Nutre Cat	2%	2%	1%	2%	3%	2%	4%	6%	3%	2%	0%	2%	8%	5%	2%	2%	6%	1%
Felix	-	0%	1%	-	1%	1%	-	1%	1%	-	1%	1%	-	1%	3%	-	4%	0%
Otros	7%	5%	7%	9%	1%	3%	4%	0%	0%	14%	4%	10%	3%	1%	2%	8%	3%	3%



ANÁLISIS DE TOTAL CONOCIMIENTO - CIUDADES

Bogotá (A)

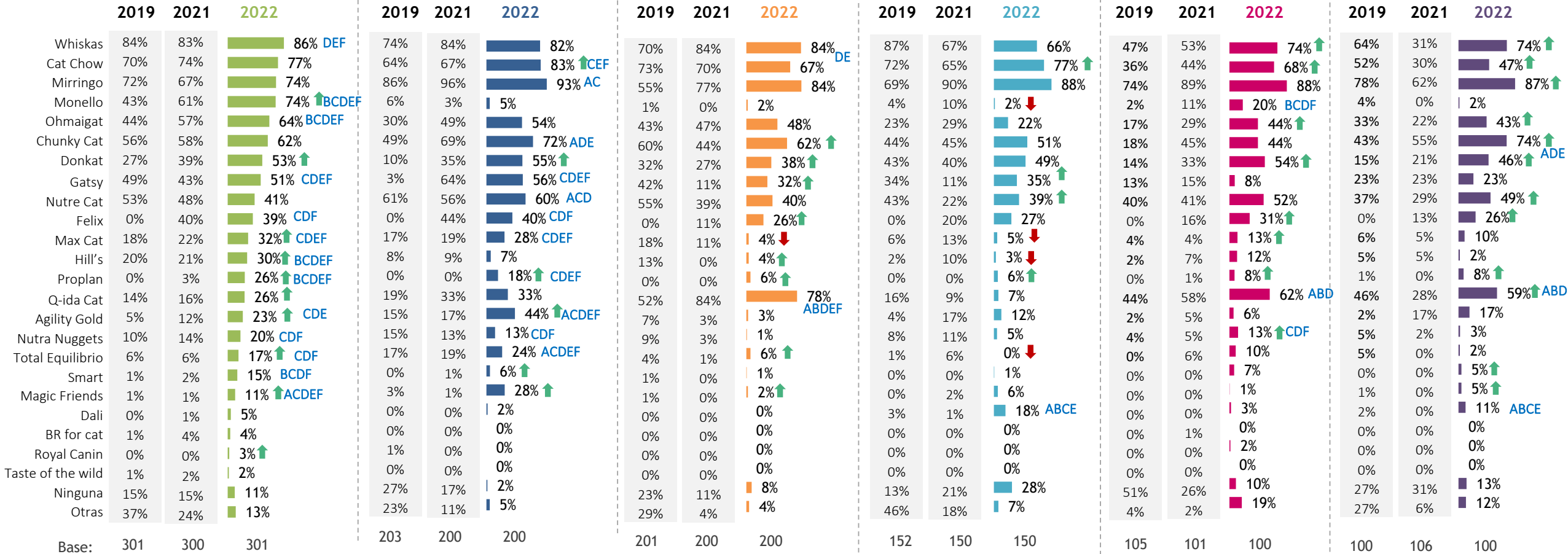
Medellín (B)

Cali (C)

Barranquilla (D)

Bucaramanga (E)

Eje Cafetero (F)



↑ ↓ Dif. Significativas entre olas

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

	2019			2021			2022			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	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Whiskas	26%	22%	23%	28%	30%	30%	26%	16%	13%	20%	17%	14%	21%	16%	15%	23%	7%	21%	34%	9%	31%	28%	30%	30%	26%	16%	13%
Cat Chow	17%	16%	17%	21%	22%	22%	12%	10%	15%	11%	12%	9%	9%	10%	13%	11%	9%	7%	24%	8%	11%	21%	22%	22%	12%	10%	15%
Ohmaigat	12%	13%	16%	15%	19%	22%	7%	5%	11%	12%	10%	10%	9%	9%	4%	12%	6%	7%	14%	10%	14%	15%	19%	22%	7%	5%	11%
Mirringo	15%	15%	14%	14%	15%	12%	24%	15%	16%	4%	7%	7%	12%	22%	17%	27%	33%	16%	22%	20%	36%	14%	15%	12%	24%	15%	16%
Monello	2%	6%	6%	4%	11%	12%	1%	-	-	0%	-	-	0%	-	-	0%	3%	3%	1%	-	-	4%	15%	12%	1%	-	-
Chunky Cat	8%	7%	6%	10%	5%	7%	6%	6%	3%	5%	8%	4%	1%	4%	3%	3%	7%	1%	13%	25%	18%	5%	7%	1%	13%	25%	3%
Donkat	1%	4%	5%	2%	5%	6%	1%	1%	2%	1%	2%	2%	1%	4%	3%	0%	2%	10%	2%	3%	11%	2%	5%	6%	1%	1%	2%
Felix	0%	4%	4%	0%	5%	5%	0%	6%	1%	0%	1%	1%	0%	6%	1%	0%	3%	4%	0%	1%	9%	0%	4%	0%	1%	1%	1%
Nutre Cat	6%	2%	3%	7%	2%	4%	9%	3%	3%	2%	1%	1%	2%	-	3%	11%	4%	4%	4%	8%	4%	7%	2%	4%	4%	3%	3%
Hill's	1%	1%	3%	1%	2%	6%	0%	-	-	1%	-	-	0%	-	1%	0%	-	1%	0%	1%	-	1%	1%	0%	-	1%	0%
Gatsy	3%	2%	2%	3%	2%	3%	4%	1%	2%	5%	-	1%	0%	1%	2%	1%	1%	1%	1%	3%	4%	2%	2%	1%	1%	1%	1%
Agility Gold	0%	1%	2%	0%	-	3%	1%	1%	2%	0%	1%	1%	0%	-	-	0%	2%	1%	0%	6%	5%	0%	1%	0%	6%	5%	2%
Q-ida Cat	2%	2%	2%	1%	1%	1%	1%	-	1%	6%	5%	4%	0%	-	1%	6%	11%	6%	5%	5%	12%	1%	1%	6%	11%	6%	5%
Otros	5%	2%	15%	6%	3%	24%	5%	-	6%	2%	1%	4%	3%	1%	6%	-	-	5%	11%	2%	11%	6%	3%	1%	6%	-	-
Ninguna	27%	34%	32%	25%	24%	19%	27%	53%	51%	32%	43%	51%	39%	45%	49%	25%	38%	43%	19%	30%	11%	25%	24%	19%	27%	53%	51%

Base: 1.060 1.057 1.051
 RPP: 1,38 1,35 1,58

301 300 301 203 200 200 201 200 200 150 150 150 105 101 100 100 106 100
 1,49 1,50 1,84 1,26 1,18 1,30 1,23 1,14 1,15 1,11 1,23 1,18 1,29 1,26 1,45 1,57 1,31 1,80

↑ ↓ Dif. Significativas entre olas =o1 – o2 - o3
 ABCDEF Diferencias significativas entre ciudades

P3. De cuáles marcas de concentrado/alimento para gatos recuerda haber visto, oído o leído publicidad o comerciales en los últimos 30 días?





ATRIBUTOS NEGATIVOS DE PRODUCTO

	MIRRINGO			whiskas			NUTRE CAT			Q-ida cat			MELINA Cat			Gussy			felix			ROY			¡Oh mi Gato!				
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022		
Tiene colorantes artificiales	20%	22%	22%	16%	15%	14%	8%	11%	11%	14%	18%	10%↓	18%	14%	16%	22%	16%	20%				9%	8%	13%	8%	12%	12%	14%	10%
Le sienta mal a la digestión mi gato	14%	14%	16%	7%	4%	5%	2%	3%	2%	6%	5%	8%	6%	6%	6%	9%	10%	9%				2%	2%	5%	3%	4%	5%	4%	5%
Mi gato no se lo come	13%	14%	14%	6%	5%	5%	4%	3%	4%	9%	5%	12%↑	6%	7%	5%	9%	11%	12%				4%	2%	2%	4%	4%	8%	6%	7%
Hace que mi gato coma más de la porción normal	20%	16%	13%	10%	10%	8%	4%	4%	2%	19%	11%	8%	14%	8%	6%	7%	6%	6%	N/A			4%	3%	12%	13%	9%	9%	9%	7%
hace que mi gato se vomite	12%	11%	12%	5%	3%	5%	3%	2%	1%	6%	6%	6%	5%	4%	5%	7%	5%	9%↑				2%	1%	2%	1%	3%	4%	3%	3%
No lo llena	14%	11%	12%	5%	4%	3%	2%	2%	3%	6%	6%	8%	4%	4%	2%	7%	6%	7%				4%	2%	3%	1%	4%↑	4%	3%	5%
No rinde	7%	10%	10%	8%	12%	7%↓	2%	2%	2%	7%	4%	10%↑	7%	8%	4%↓	7%	5%	9%↑				5%	1%	4%	3%	4%	9%	5%	7%
Es costosa	3%	3%	4%	39%	37%	28%↓	10%	9%	13%	6%	4%	5%	27%	28%	29%	5%	4%	5%				7%	11%	4%	5%	3%	22%	21%	21%
Base	733	826	867	800	784	833	539	437	482	290	381	414	697	689	778	407	342	416	-			304	349	251	348	522	372	475	517

	max			MORRIS Cat			EQUILIBRIO			Chunky			AGILITY GOLD			PRO PLAN			dali			FELIS			smart			MAGIC FEIBIDS			NUTRA NUGGETS		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022			
Tiene colorantes artificiales	11%	11%	9%	14%	14%	16%	7%	18%	7%↓	16%	15%	14%	12%	8%	13%	8%	5%	5%	9%	14%	11%	4%	12%	9%	6%	9%	9%						
Le sienta mal a la digestión mi gato	3%	2%	4%	3%	4%	4%	2%	0%	2%	6%	6%	5%	1%	1%	0%	2%	1%	0%	2%	1%	0%	2%	7%	8%	2%	2%	1%						
Mi gato no se lo come	4%	3%	5%	4%	8%	4%	3%	2%	0%	6%	7%	5%	1%	6%	2%	1%	4%	2%	5%	8%	5%	8%	2%	3%	5%	5%							
Hace que mi gato coma más de la porción normal	5%	10%	3%↓	14%	15%	9%	5%	4%	3%	8%	7%	5%	1%	7%	2%↓	2%	5%	10%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	6%						
hace que mi gato se vomite	4%	0%	5%↑	2%	3%	3%	2%	3%	1%	5%	4%	3%	4%	1%	0%	1%	2%	4%	0%	2%	7%	8%	2%	2%	1%	1%							
No lo llena	1%	5%	2%	3%	4%	3%	1%	1%	1%	3%	5%	3%	0%	1%	0%	1%	9%	2%	1%	4%	10%	5%	1%	1%	1%	1%							
No rinde	5%	7%	4%	6%	8%	9%	5%	4%	3%	4%	5%	5%	1%	4%	2%	5%	4%	7%	7%	7%	2%	7%	1%	3%	4%	4%							
Es costosa	20%	10%	12%	28%	41%	38%	39%	35%	58%↑	13%	11%	14%	37%	42%	46%	43%	6%	52%	44%	51%	3%	2%	23%	17%	24%	24%							
Base	155	168	191	155	219	265	77	83	141	533	584	648	85	143	229	163	58	134	139	158	70	117	110	104	124	124							

* Base concedores

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

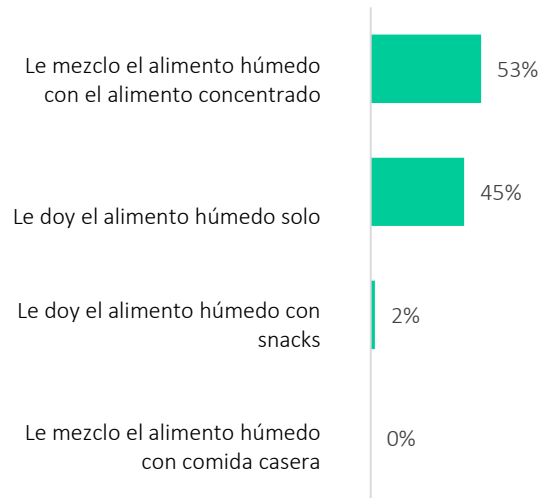
L2. Hablando de la categoría de concentrado/alimento para gato ¿Cuál o cuáles marcas de las que usted conoce, responde mejor a las siguientes características de producto? ¿Algún otro?



HÁBITOS DE COMPRA Y CONSUMO DE ALIMENTO HÚMEDO

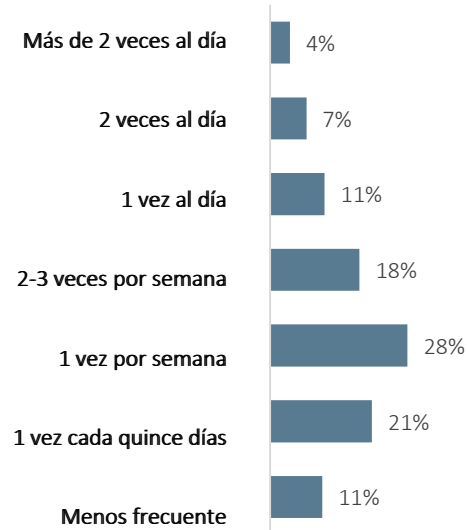


Forma de alimentar al gato con alimento húmedo



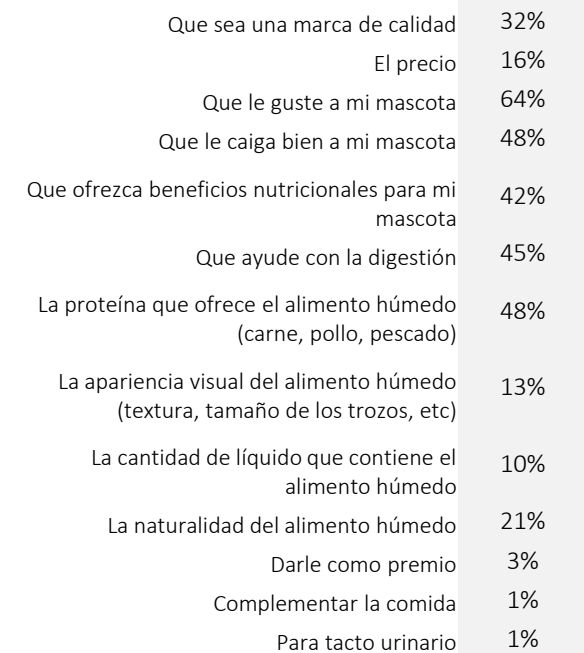
Base: 166

Frecuencia de suministro de alimento húmedo



Base: 166

Aspectos más importantes al momento de escoger un alimento húmedo



Base: 166

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



GRACIAS!!

Abril 2021



Alimentos Polar

connecta