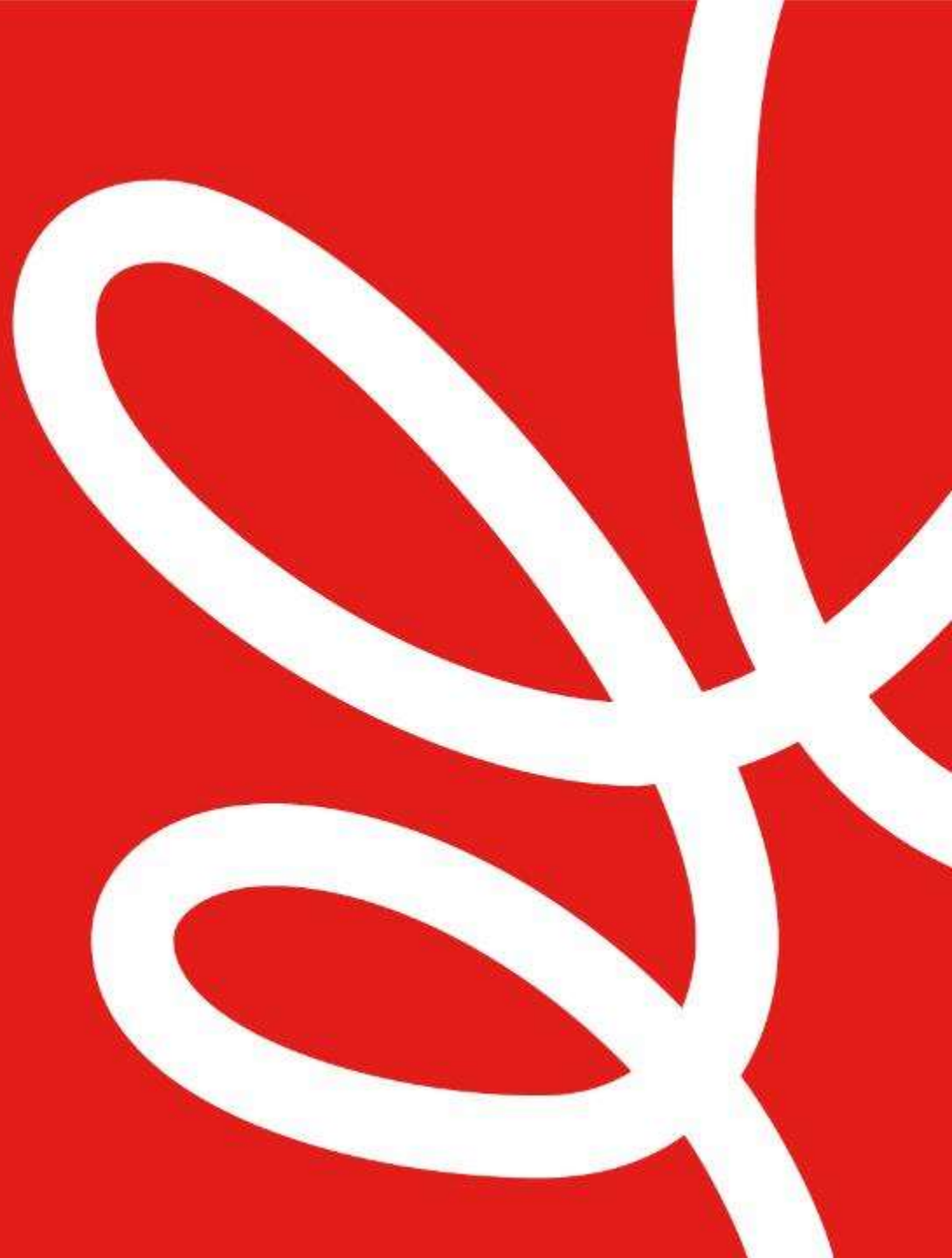


Mascotas

**Ómnibus Alimentos
Polar**

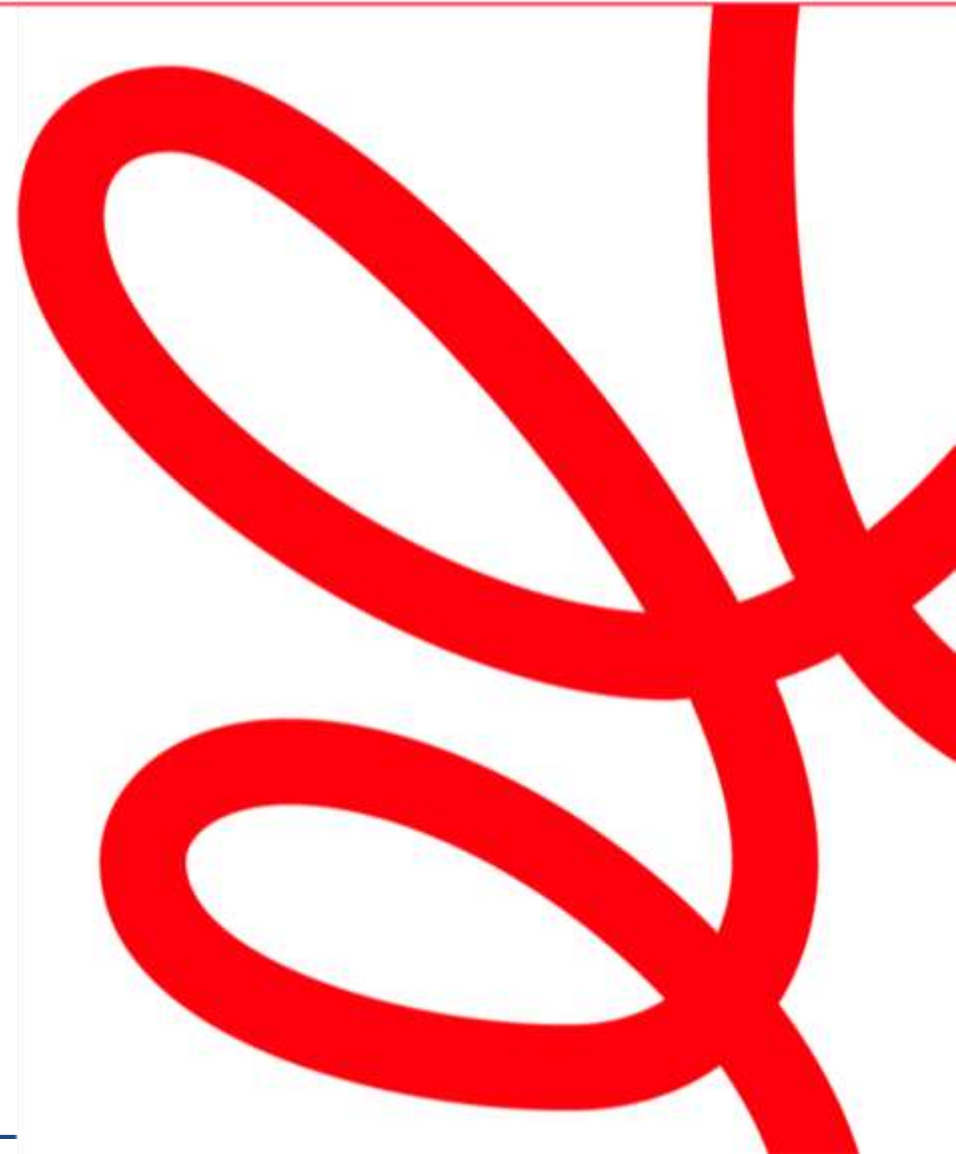
Diciembre 2021



Ficha Técnica.

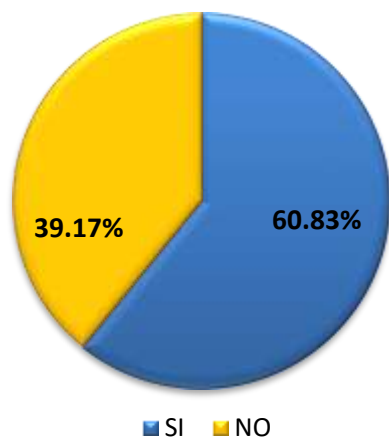
| | |
|--|---|
| Metodología de la investigación | Cuantitativa. |
| Método de Recolección | Entrevistas cara a cara en hogares. |
| Unidad de análisis | <ul style="list-style-type: none">• Hombres y mujeres, responsable de la compra del hogar.• Dueños de perros en el hogar y responsable de la alimentación del perro• A partir de 18 años de edad. |
| Cobertura Geográfica | Caracas, Valencia, Barquisimeto, Maracaibo y Ciudad Guyana |
| Tamaño de la muestra | 600 entrevistas + 59 sobremuestra para ciudad Guayana |
| Fecha de campo | Del 10 al 28 del Noviembre 2021 |

Relación con la mascota



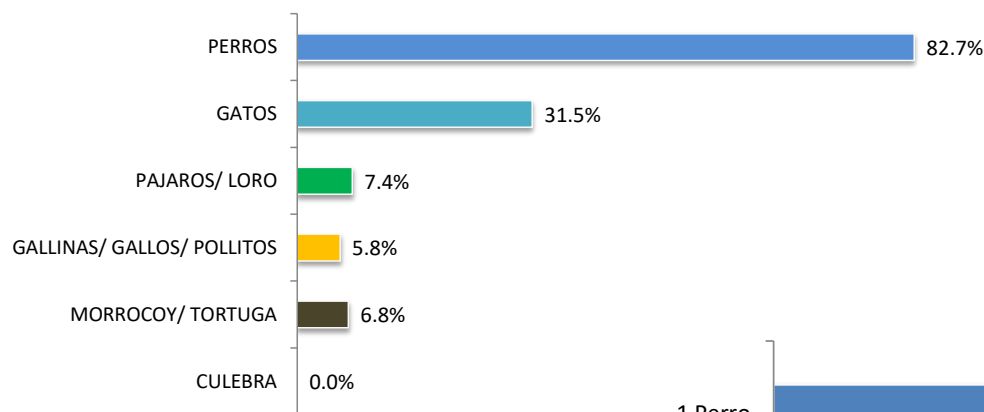
Tenencia de Mascotas

Del total de los hogares más de la mitad tiene mascotas (60,83%), la gran mayoría de éstas son perros (82,7%). El 79,8% de los hogares con perro tiene 1 solo.

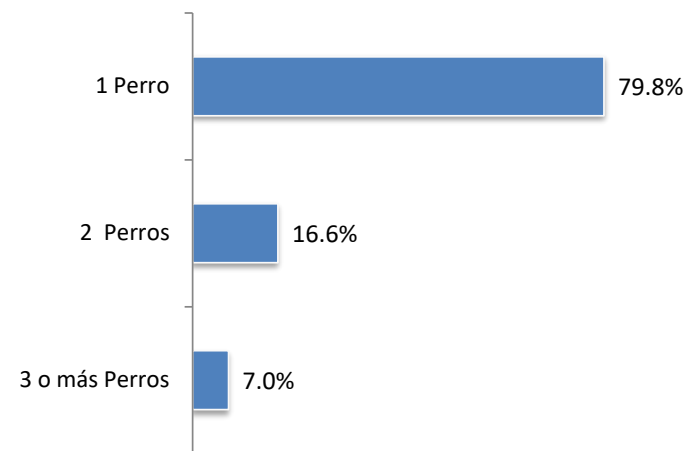


Base 600 Hogares

Tipo de animal o mascota que tiene en el hogar

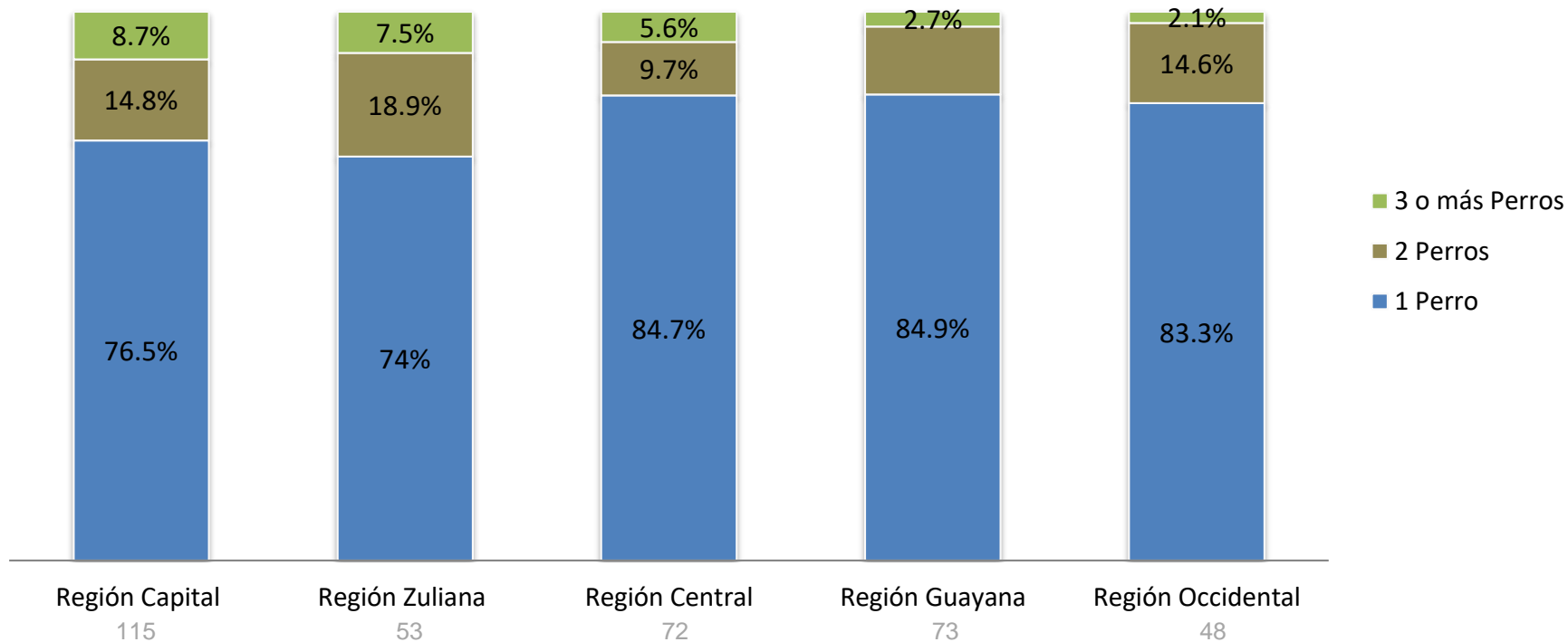


Base 365 hogares con mascotas



Base 302 hogares con perro(s)

Relación de la cantidad de perros según la región

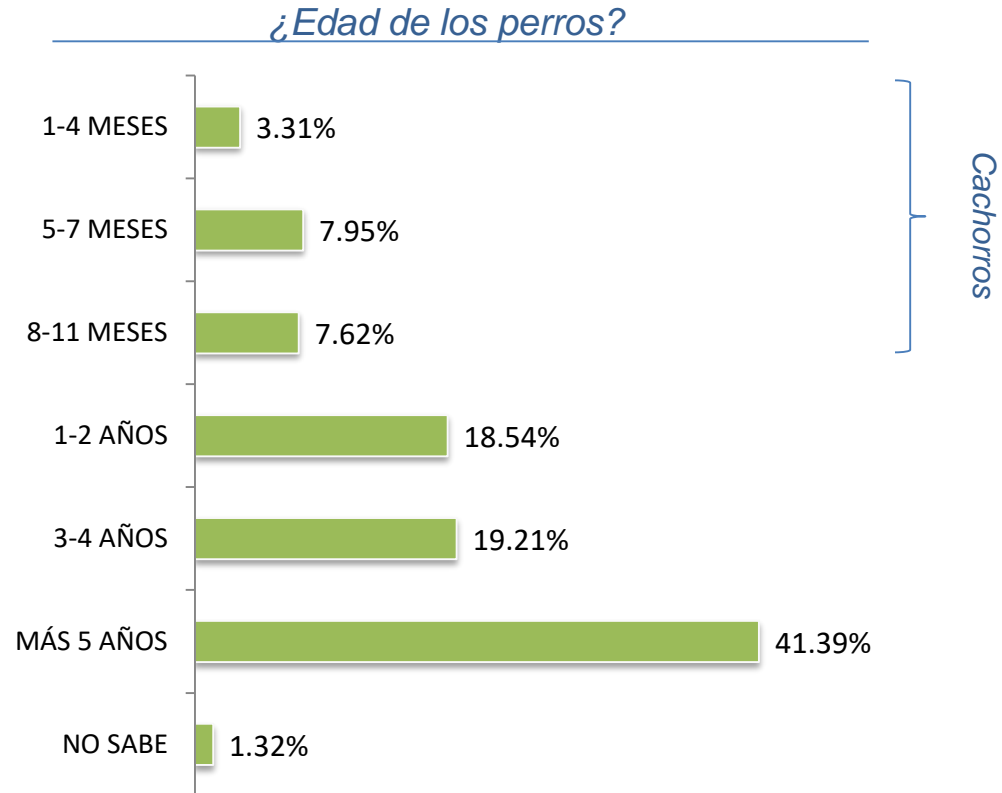


Penetración de hogares con perros por región

| Región Capital | Región Zuliana | Región Central | Región Guayana | Región Occidental |
|----------------|----------------|----------------|----------------|-------------------|
| 47.9% | 41.7% | 72.7% | 76.0% | 49.5% |

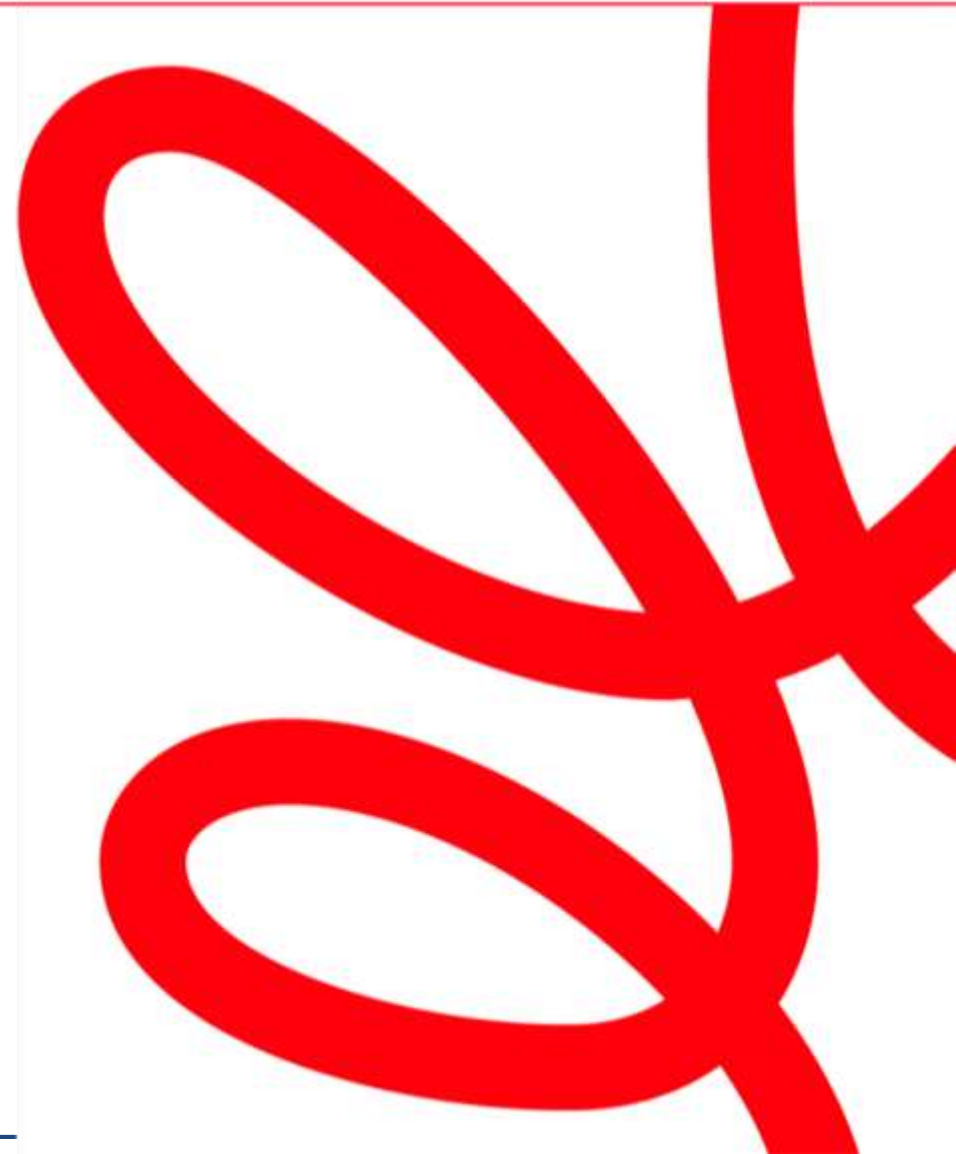
Edad del Perro

La mayoría de los perros que se tiene como mascota son adultos ,
Los cachorros suman un 18,87% del total de perros en el hogar.



Base 302 hogares con perros

Tipo de Alimentación de la mascota



Forma de alimentación al perro.

Usualmente, ¿Cómo le da alimento a su perro?

¿Cómo?

Exclusivos
50,7 %

Mezclan en el
plato 30,5%

Alternan tipos
de alimento
18,9%

¿Con qué tipo de alimento?

Alimento
Empacado
28,1%

Sobras
58,2%

Casera
13,7%

Con Alimento
Empacado 85,9%

Sobras &
Casera
14,1%

Con Alimento
Empacado 96,5%

Casera &
Sobras
3,5%

Casera
64,6%

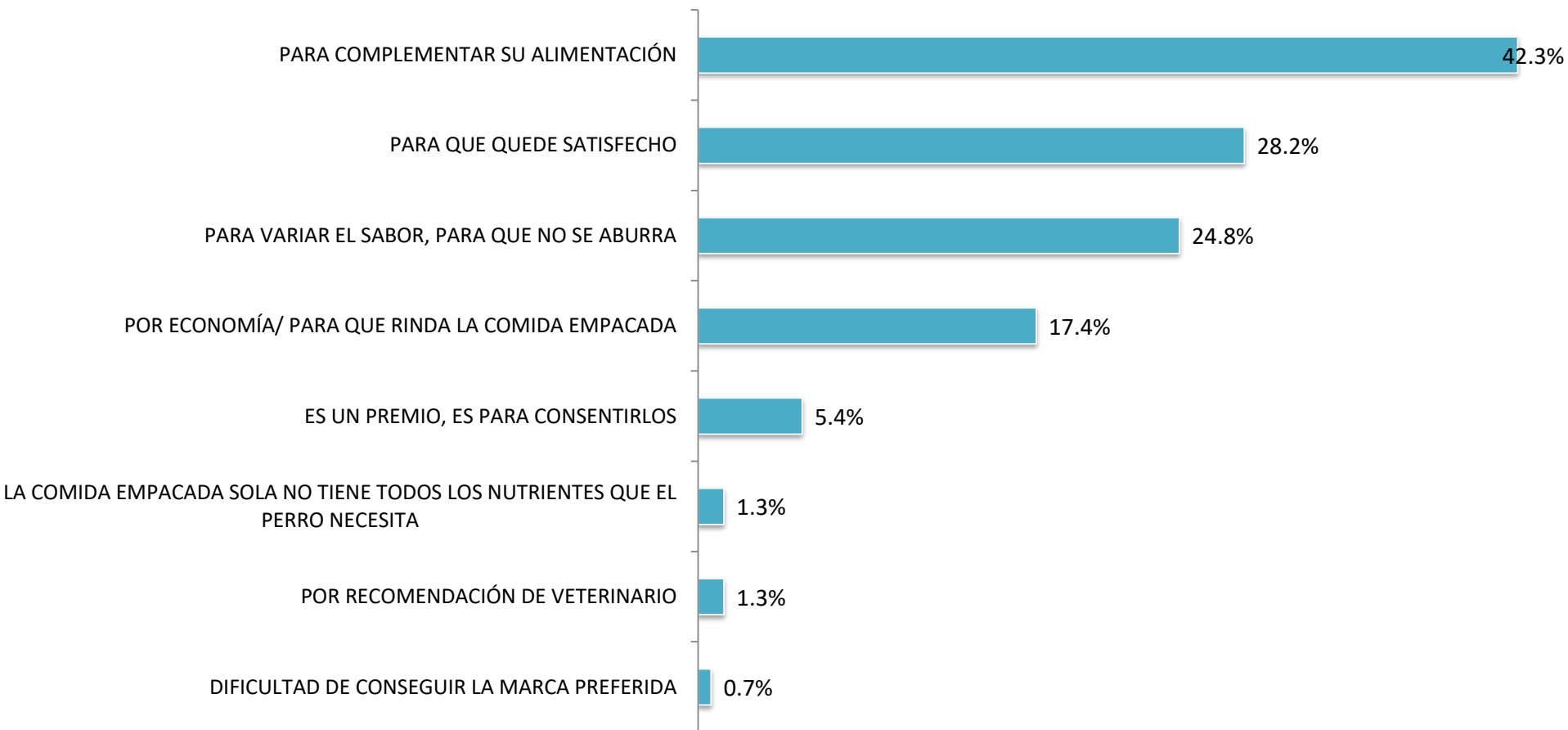
Sobras
35,4%

Casera
50,9%

Sobras
49,1%

Base 302 hogares con perros

Razones por la que acostumbra a mezclar o alternar la comida.



Base 149 hogares que mezclan o alternan tipos de comida

En las últimas 4 semanas ...

En las últimas 4 semanas la forma de preparar el plato es múltiple. Un 23,5% de las veces se da el plato exclusivamente con alimento empacado.

Forma de preparar el plato en las últimas 4 semanas

Plato sin mezcla

Plato sólo de alimento empacado 23,5%

Plato sólo de comida casera 20,2%

Plato sólo de sobras 36,8%

Plato mezclado con alimento empacado

... con comida casera 17,9%

... con sobras 14,2%

... con comida casera y sobras 2,3%

Plato mezcla comida casera y sobras 6,3%

Respuesta múltiple. Un mismo hogar puede haber suministrado diferentes platos en más de una forma en las últimas 4 semanas

En las últimas 4 semanas ...

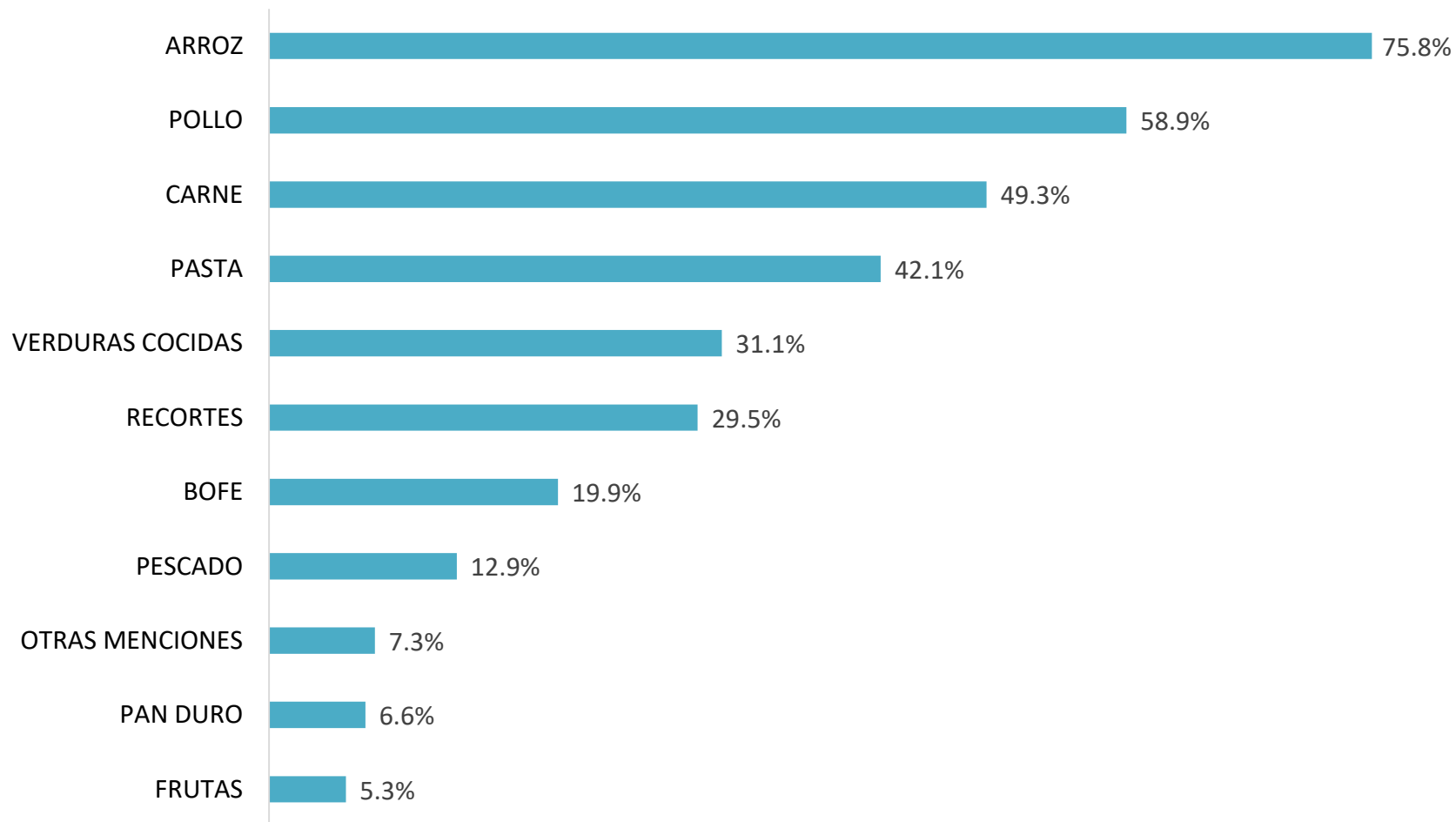
Entre los que mezclaron alimento empacado, la proporción de alimento empacado que colocan en el plato es de un 44,5% en promedio.

Forma de preparar el plato en las últimas 4 semanas

Proporción usual del alimento en el plato

| <i>Plato mezclado con alimento empacado</i> | Alimento empacado (%) | Comida casera (%) | Sobras (%) |
|---|-----------------------|-------------------|------------|
| ... con comida casera 17,9% | 45,8 | 47,5 | 28,9 |
| ... con sobras 14,2% | 46,3 | 24,3 | 45,8 |
| ... con comida casera y sobras 2,3% | 41,4 | 34,3 | 34,0 |
| <i>Plato mezcla comida casera y sobras</i> 6,3% | 42,0 | 38,9 | 43,3 |

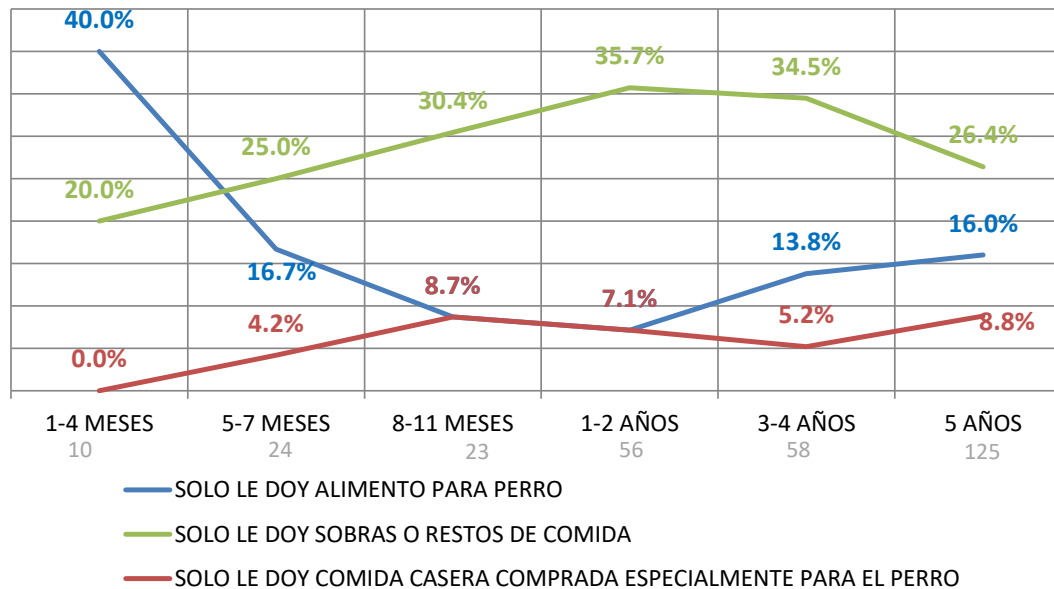
Tipo de sobras de alimento que le dan al perro.



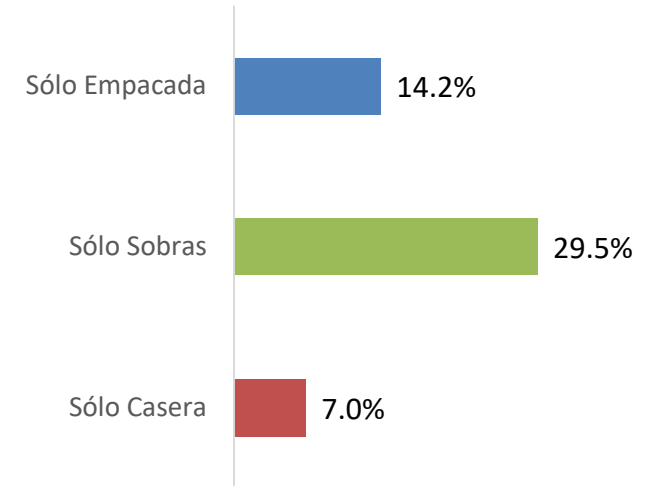
Base 302 hogares que mezclan o alternan tipos de comida

Relación de la forma de alimentar al perro según la edad.

Hogares que alimentan al perro con un solo tipo de comida
Comportamiento por edad del perro



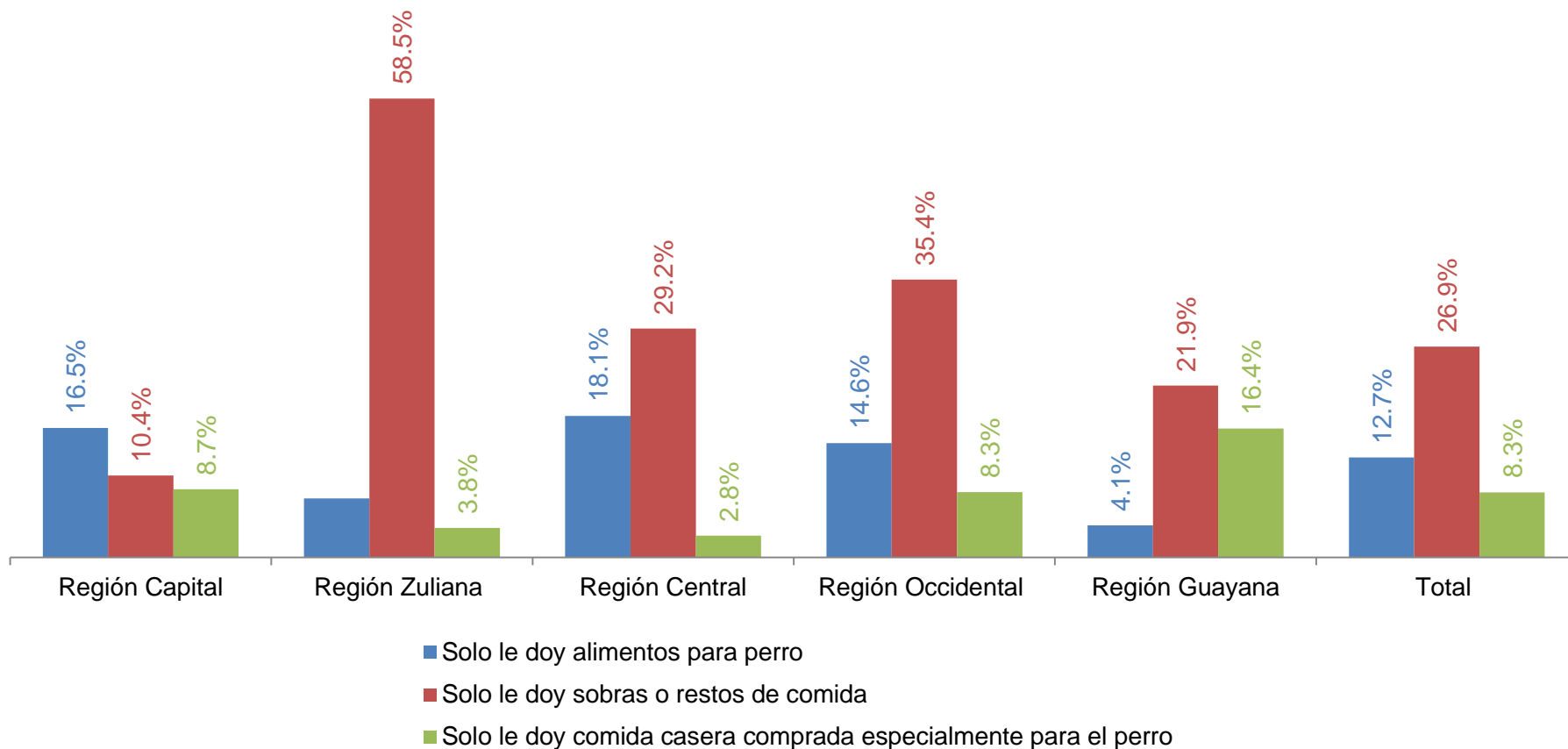
Total



Total referido de personas que alimentan a su perro de forma exclusiva

Relación de la forma de alimentar al perro según la región.

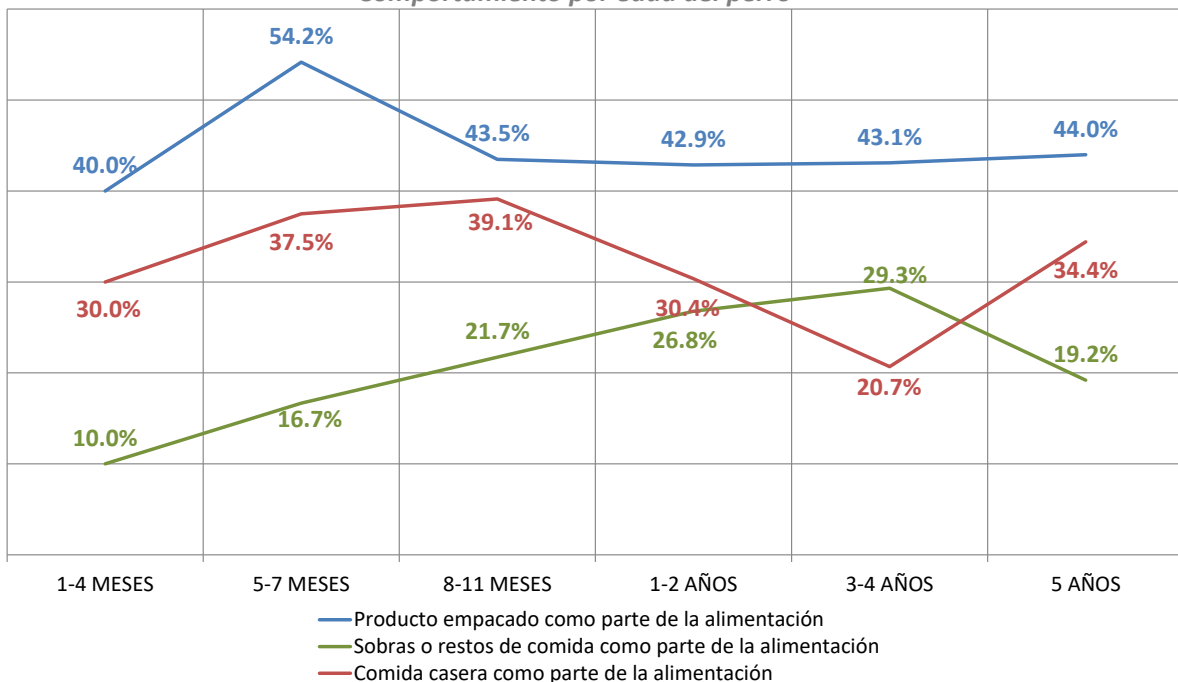
*Hogares que alimentan al perro con un solo tipo de comida
Comportamiento por región*



Base 173 hogares que alimentan a su perro con un solo tipo de comida .

Relación de la forma de alimentar al perro según la edad.

Hogares alternan o mezclan
Comportamiento por edad del perro



10

24

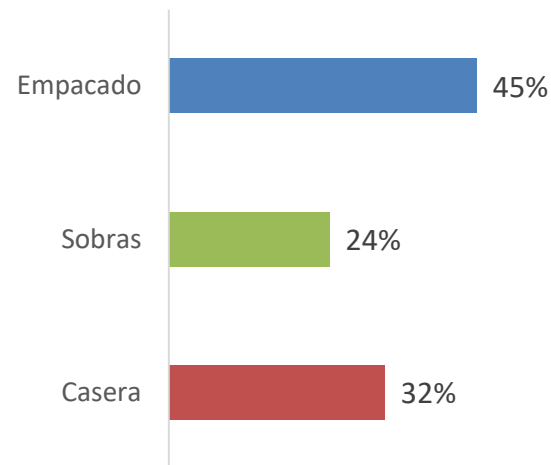
23

56

58

125

Total



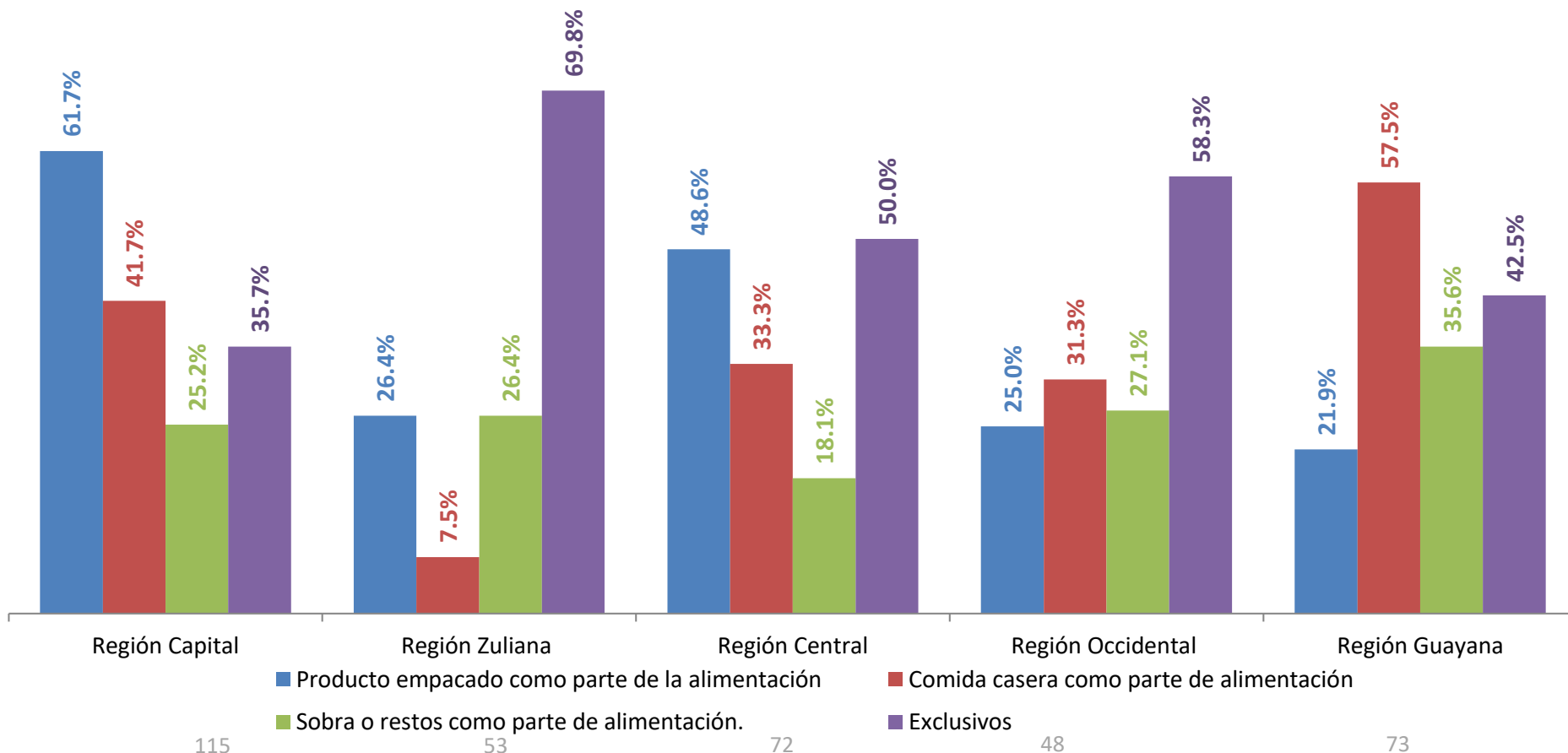
Base: 296 hogares con perro y que conocen la edad. Los porcentajes representan menciones múltiples de forma de alimentación

Respuesta múltiple. Un mismo hogar puede suministrar mezclas o alternar más de un componente como parte de la alimentación

Base 296 hogares que conocen la edad de su perro

Relación de la forma de alimentar al perro según la región.

Comportamiento de forma de alimentación por región

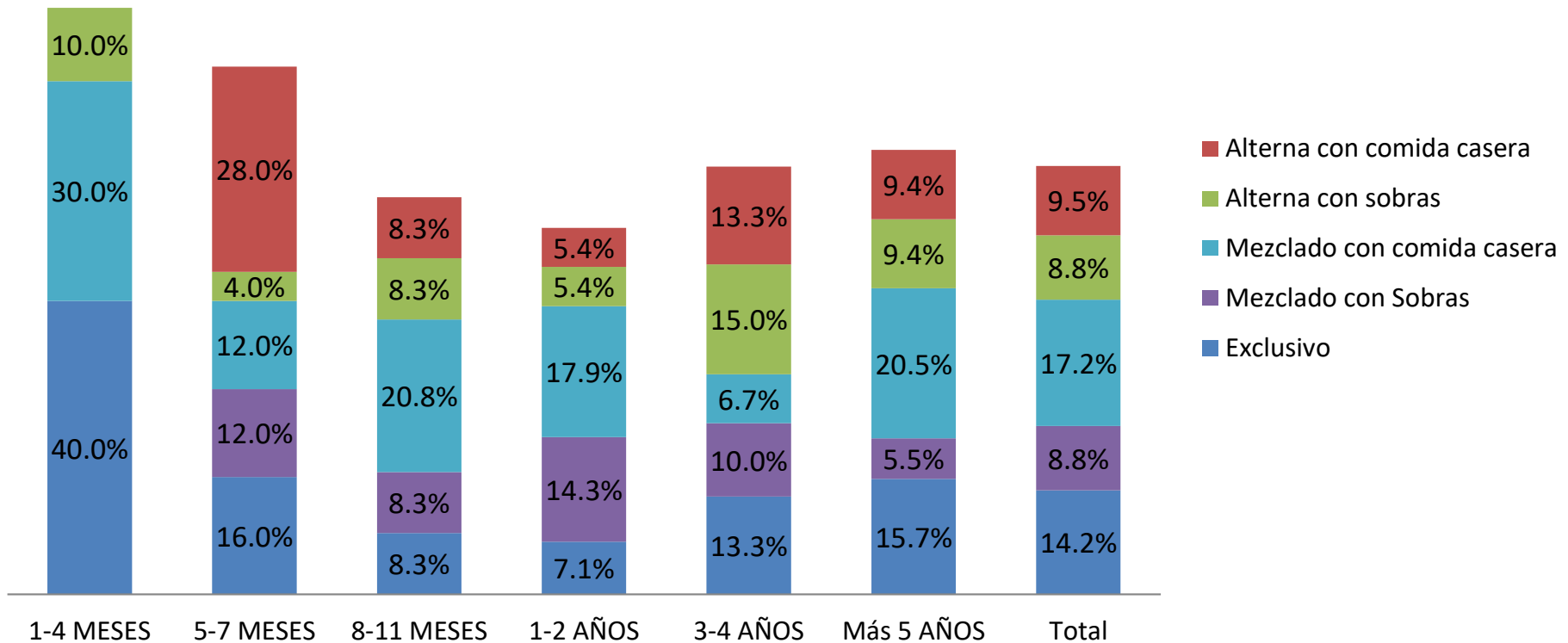


Base: 361 hogares con perro , los porcentajes representan menciones múltiples de forma de alimentación

Respuesta múltiple. Un mismo hogar puede suministrar mezclas o alternar más de un componente como parte de la alimentación

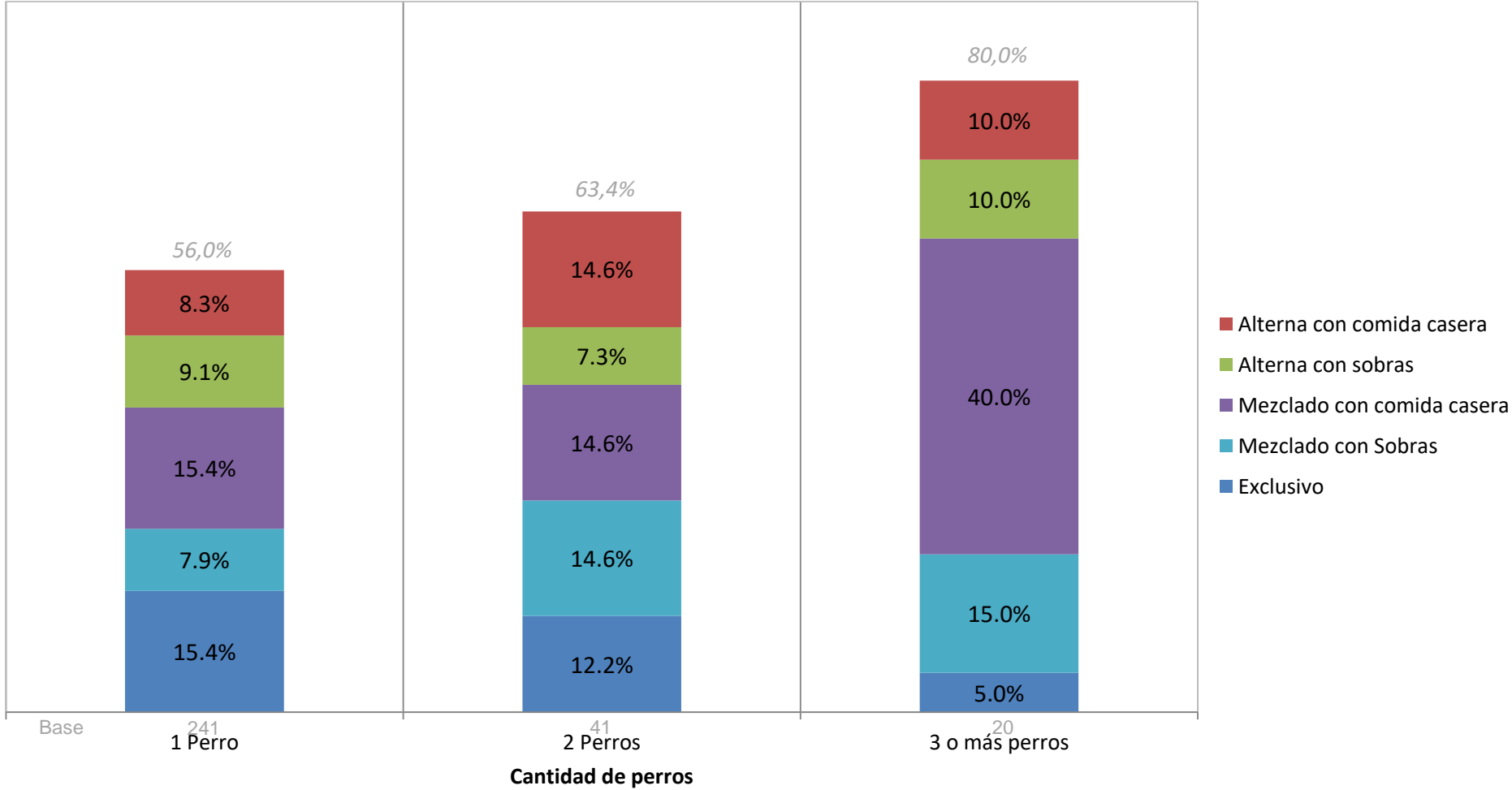
Distribución de la forma de alimentar al perro.

El 31,4% de los hogares con perros utilizan alimentos empacados para dárselo a su perro como exclusivo o mezclándolo como comida casera. Y aquellos con perros de 1-4 meses utilizan alimento empacado para dárselo a su perro como alimento exclusivo en mayor porcentaje (40,0%) que el resto de los hogares con perros de otras edades.



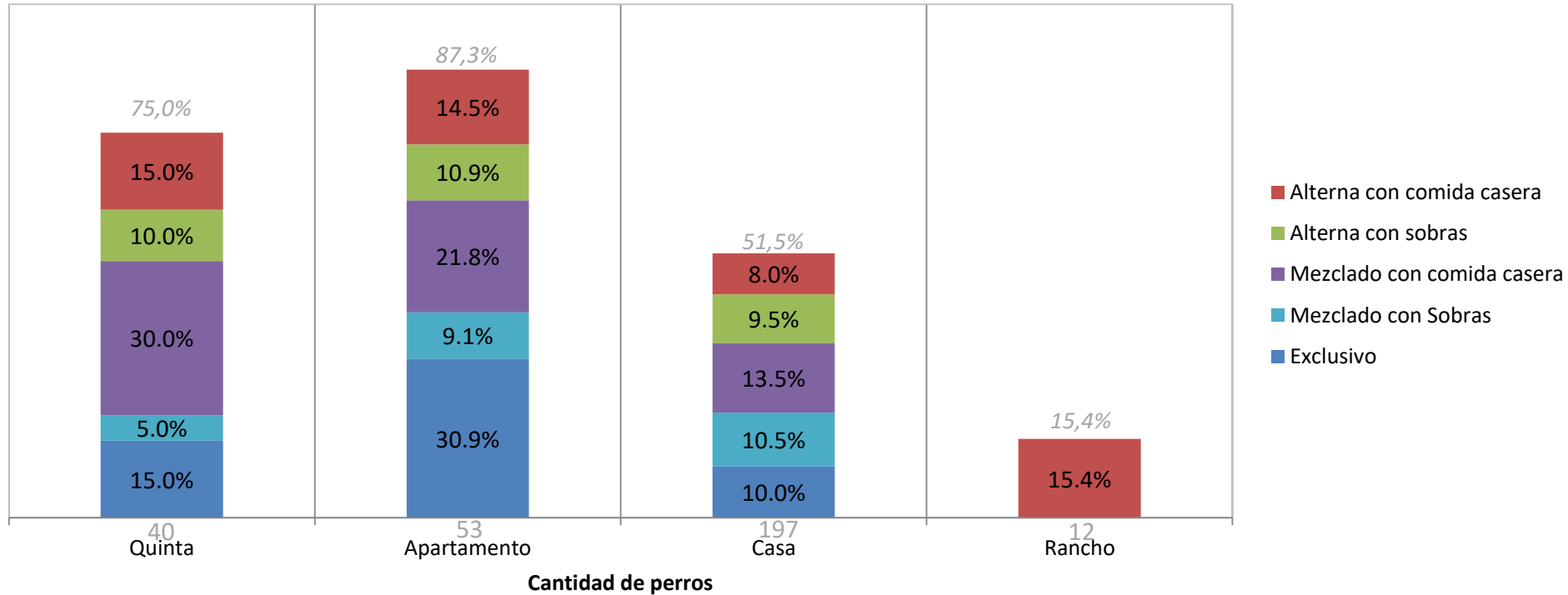
Base: 296 hogares con perro y que conocen la edad de la mascota

Distribución de la forma de alimentar al perro según la cantidad de perros en los hogares que compran alimento empacado



Base: 302 hogares con perro

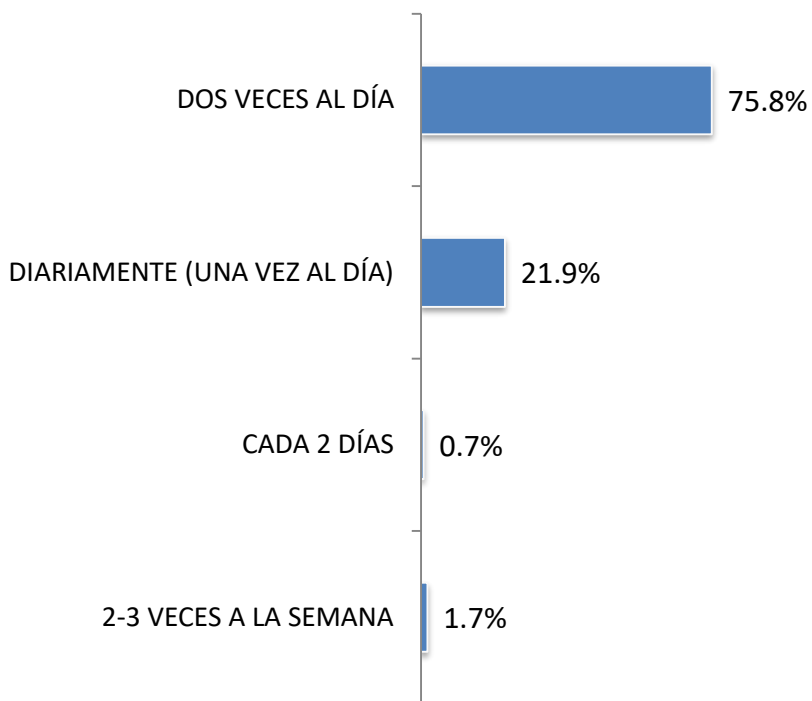
Distribución del tipo de alimento según el tipo de vivienda en los hogares que compran alimento empacado.



Base: 302 hogares con perro

¿Con qué frecuencia se le suministra alimento a su perro?

Frecuencia

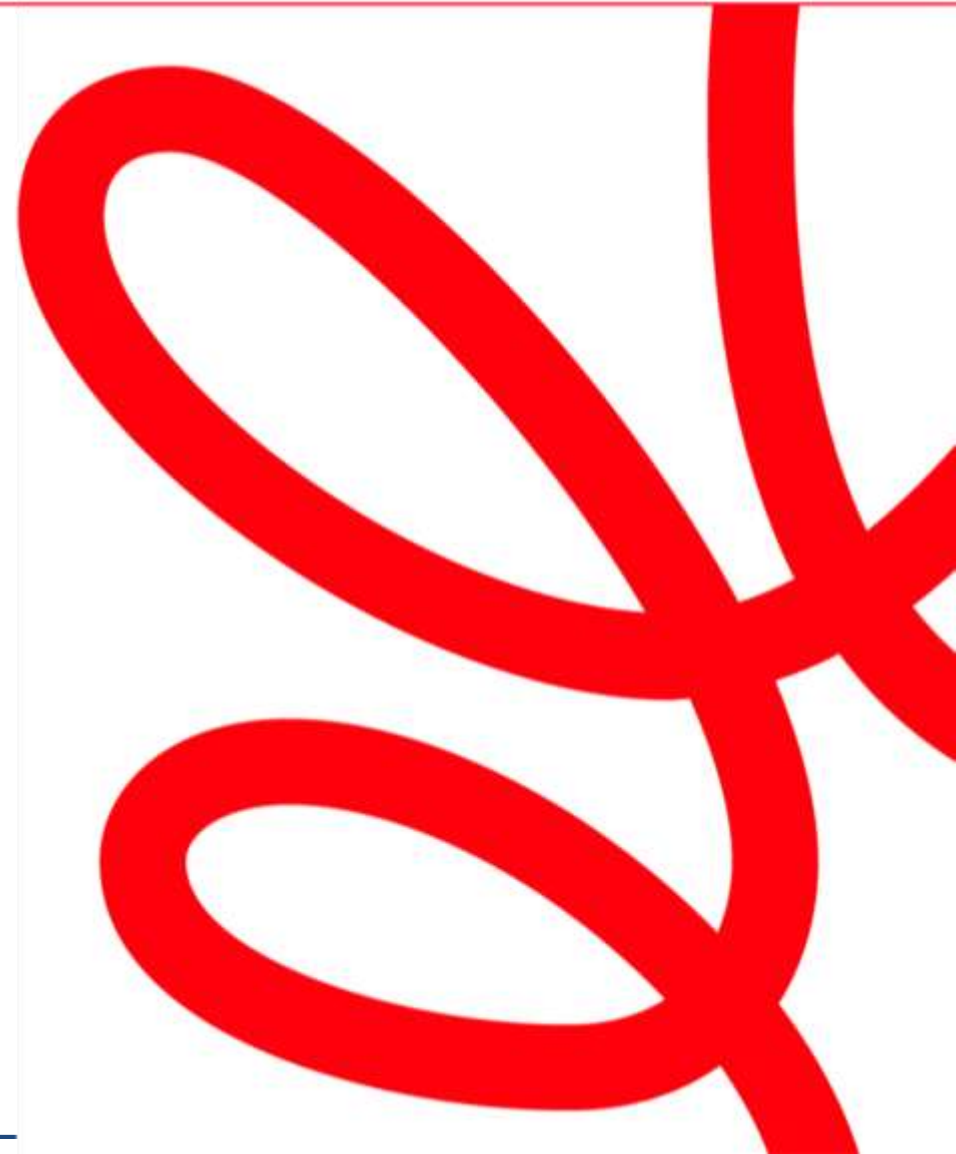


Frecuencia de alimentación según la región

| | 115 | 53 | 72 | 48 | 73 |
|-------------------------------------|----------------|----------------|----------------|-------------------|----------------|
| | Región Capital | Región Zuliana | Región Central | Región Occidental | Región Guayana |
| DIARIAMENTE (UNA VEZ AL DÍA) | 18.3% | 18.9% | 26.4% | 25.0% | 17.8% |
| DOS VECES AL DÍA | 80.9% | 75.5% | 70.8% | 72.9% | 80.8% |

Base 302 hogares con perros

Volumen servido de
alimento empacado

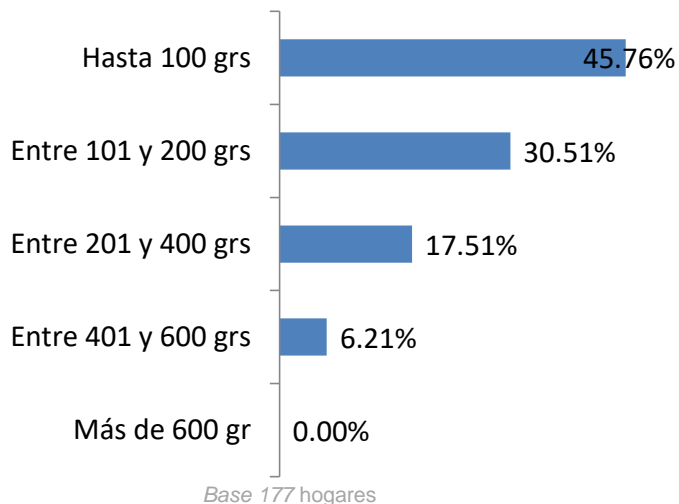


Volumen servido en el plato.

Aproximadamente, ¿Cuanta cantidad en gramos de alimento para perros (detallado o no) le da a su perro cada vez que lo alimenta?

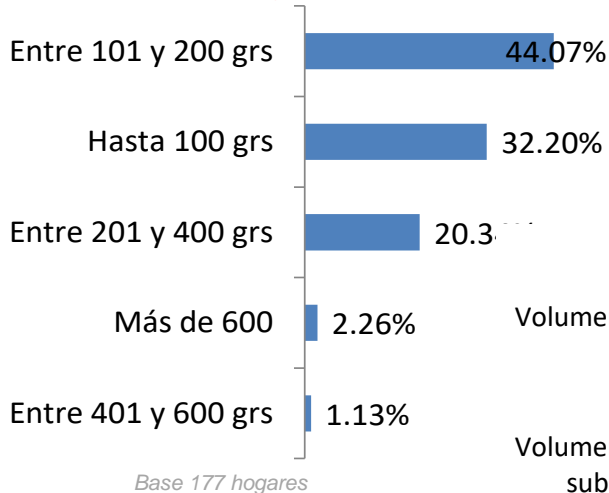
Volumen espontáneo

Promedio 128 grs

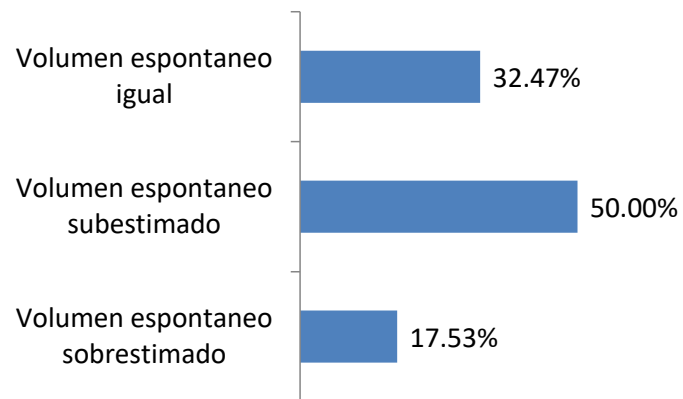


Volumen ayudado Estimado mediante bolsas de 100, 200 y 400 gr

Promedio 174 grs



Relación repuesta espontánea y ayudada



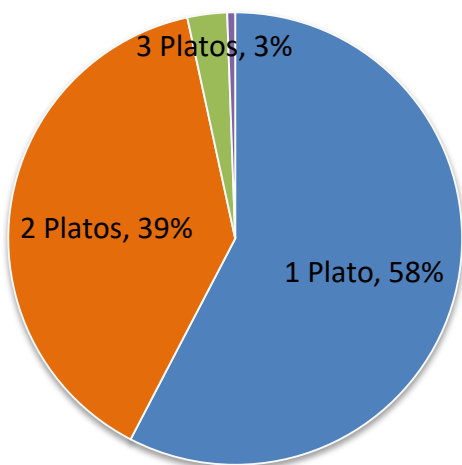
Base 177 hogares

Volumen diario.

Más de la mitad de los hogares alimenta a su perro con 1 platos al día.
El 37% le da entre 101 y 200 grs al día, evidenciándose un aumento en el volumen diario por plato con respecto a la medición anterior (7%)

Cantidad de platos por día

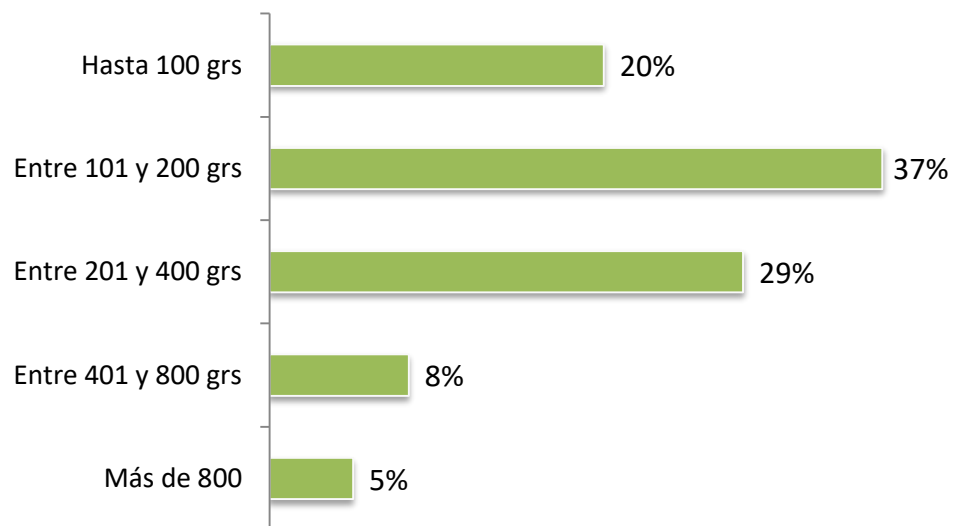
Promedio 1,5 platos



Base 177 hogares que alimentan a su perro con alimento empacado

Volumen diario estimado
(Volumen por plato estimado con ayuda x Cantidad de platos)

Promedio 342 grs

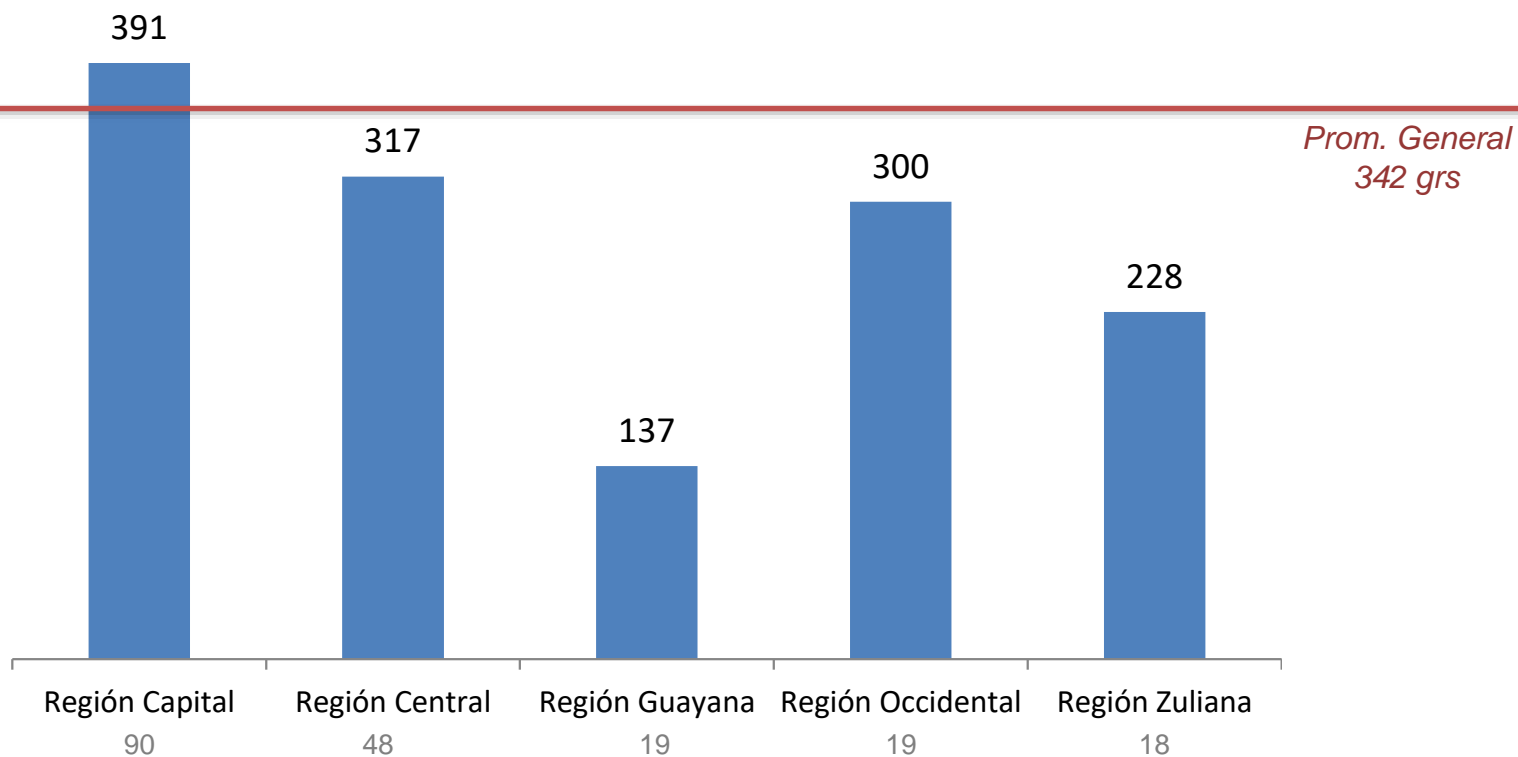


Base 177 hogares

Volumen diario.

El promedio general de volumen diario aumento un 6.5 % con respecto a la medición anterior (321 gr). Los perros reciben mayor volumen diario de alimento empacado en la Región Capital. En La región Guayana se reporta la menor cantidad.

Volumen diario promedio por región



Base 194 hogares

Volumen diario.

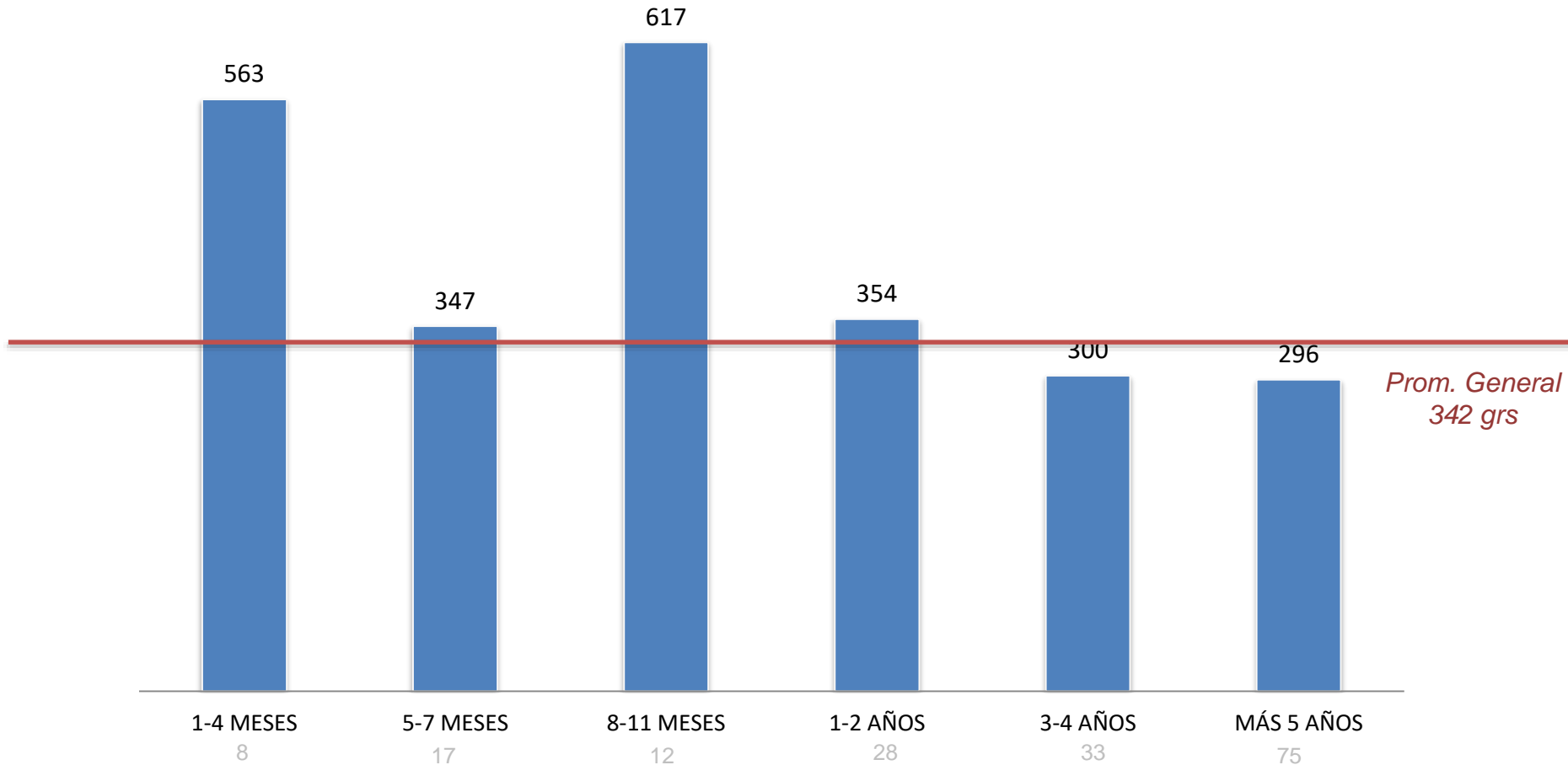
Volumen diario promedio por forma de alimentación

| Forma de alimentar | Volumen promedio diario (gr) |
|---|-------------------------------------|
| <i>EXCLUSIVOS ALIMENTOS PARA PERROS</i> | 346.51 |
| <i>MEZCLAN EN EL PLATO ALIMENTOS PARA PERROS CON OTROS ALIMENTOS</i> | 345.57 |
| <i>ALTERNAN EN EL PLATO ALIMENTOS PARA PERROS CON OTROS ALIMENTOS</i> | 334.55 |

Volumen diario.

El mayor volumen diario de alimento balanceado lo reciben aquellos perros cachorros, siendo los de 1 -11 meses los de mayor volumen diario promedio

Volumen diario promedio por edad

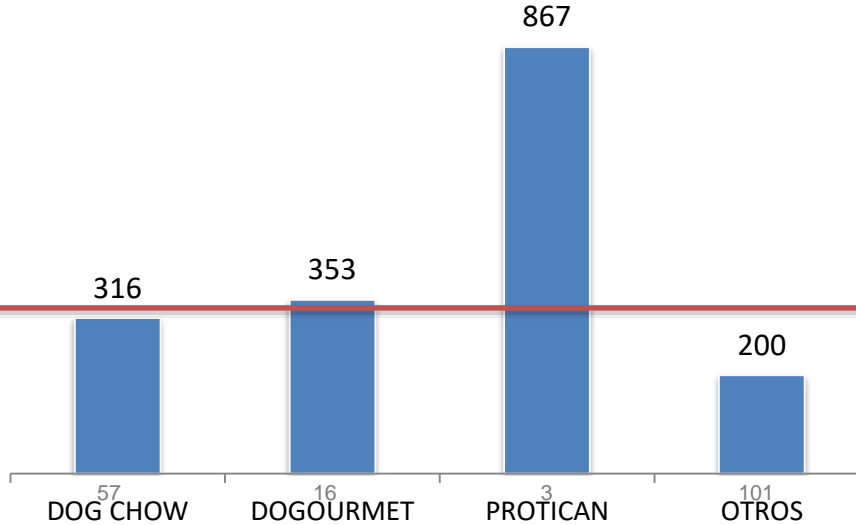


Base 173 hogares que conocen la edad del perro

Volumen diario.

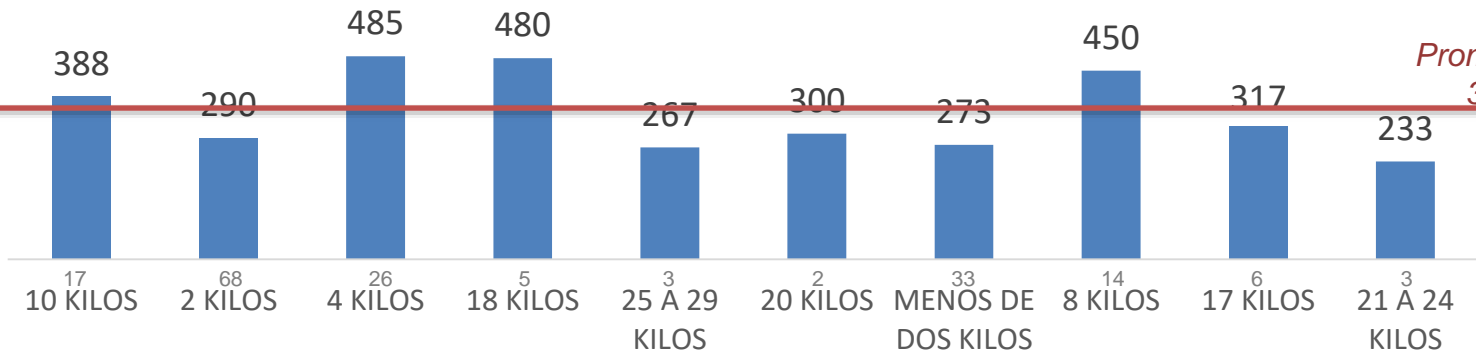
Los que dan más alimento diario a su perro tienden a preferir comprar la presentación de 4 y 18 kg.

Volumen diario promedio por marca más comprada



Prom. General
342 grs

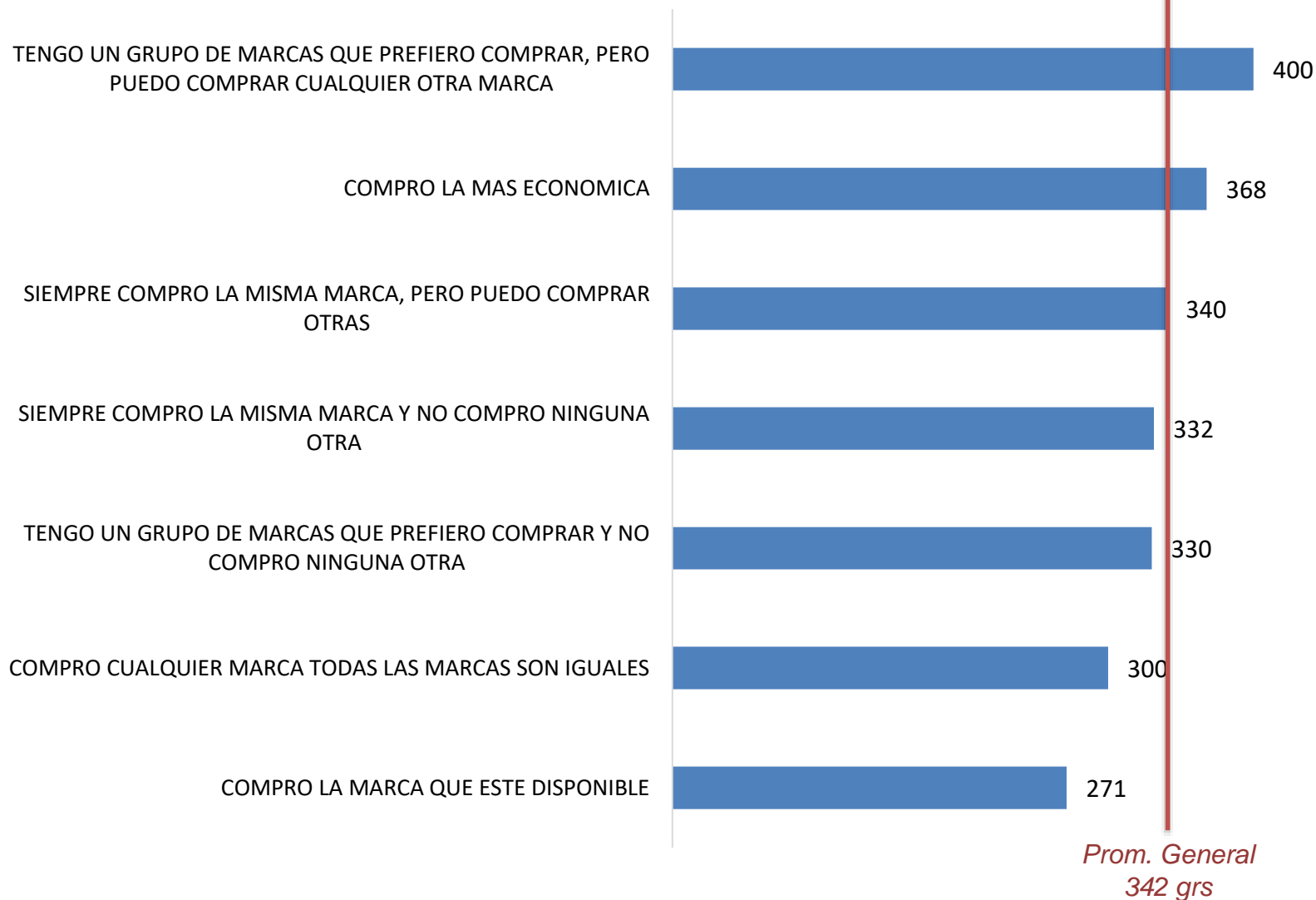
Volumen diario promedio por tamaño del empaque de alimento que compra



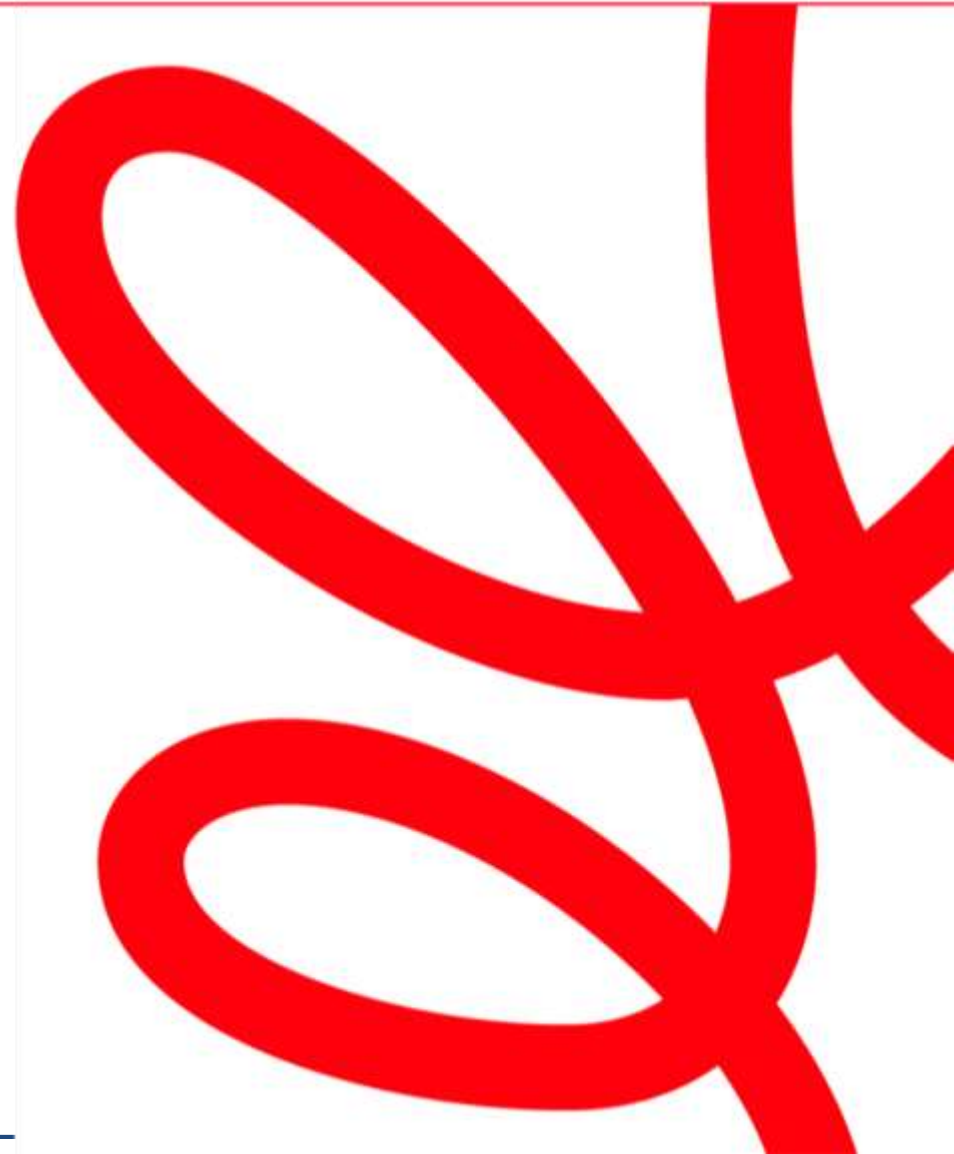
Prom. General
342 grs

Volumen diario.

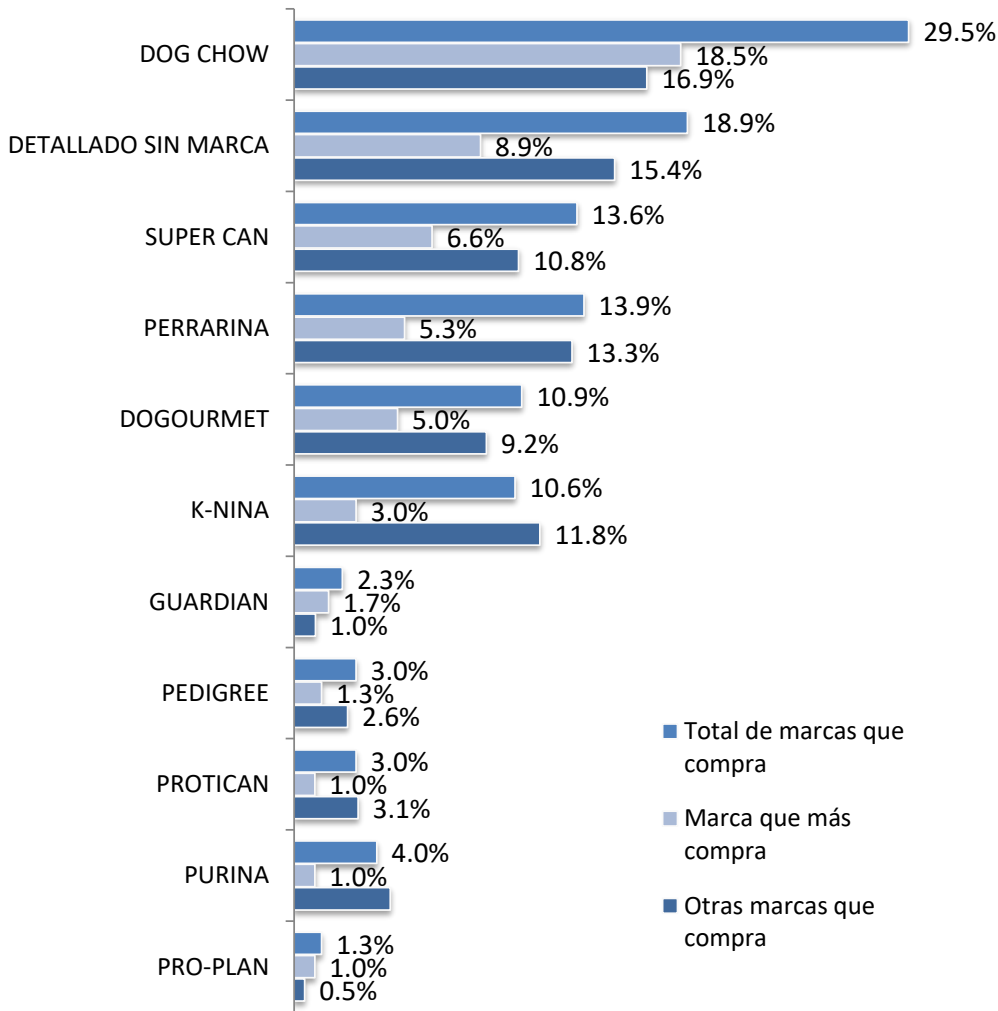
Volumen diario de acuerdo a la forma de compra



Hábitos de compra

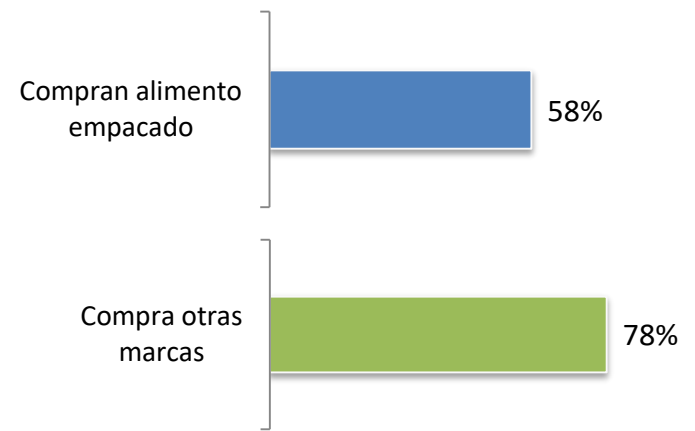


Marcas que compra

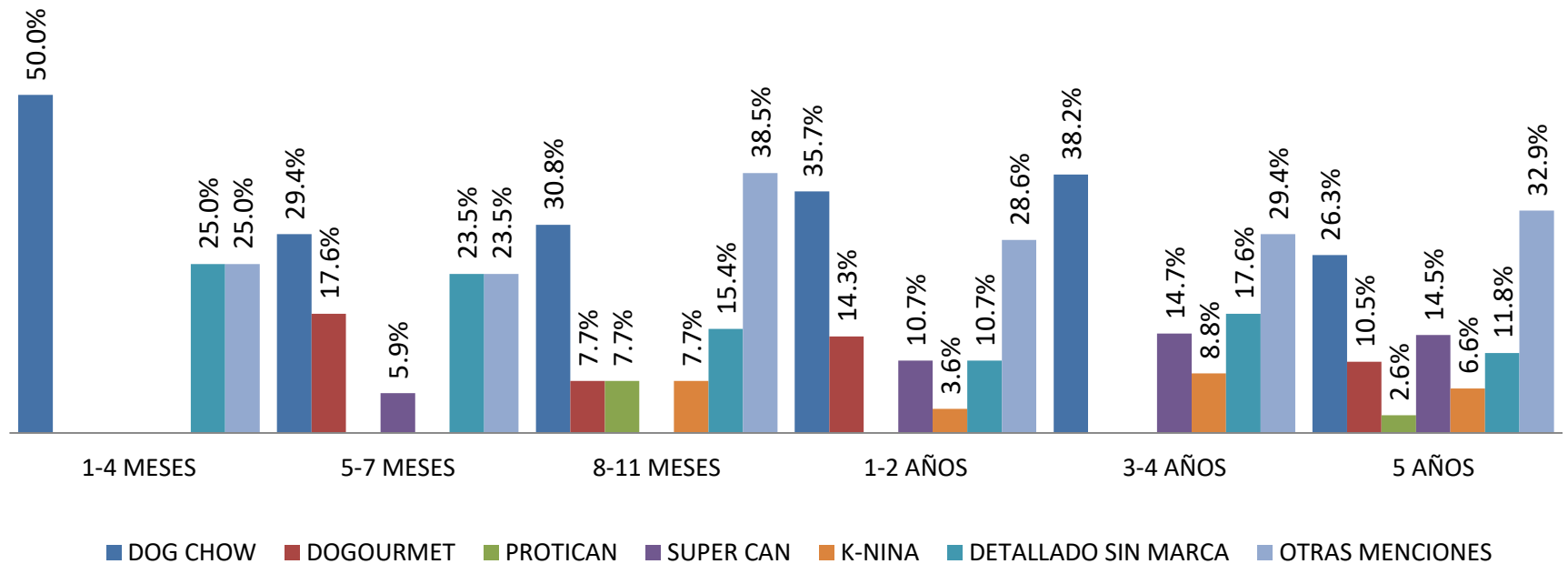


48,0% de los compradores compra Dog Chow, bien como marca que más compra (18,5%) o dentro del portafolio de marcas que compra (29,5%)

58% de los hogares compran Alimento empacado, de los cuales 78% compran más de una marca

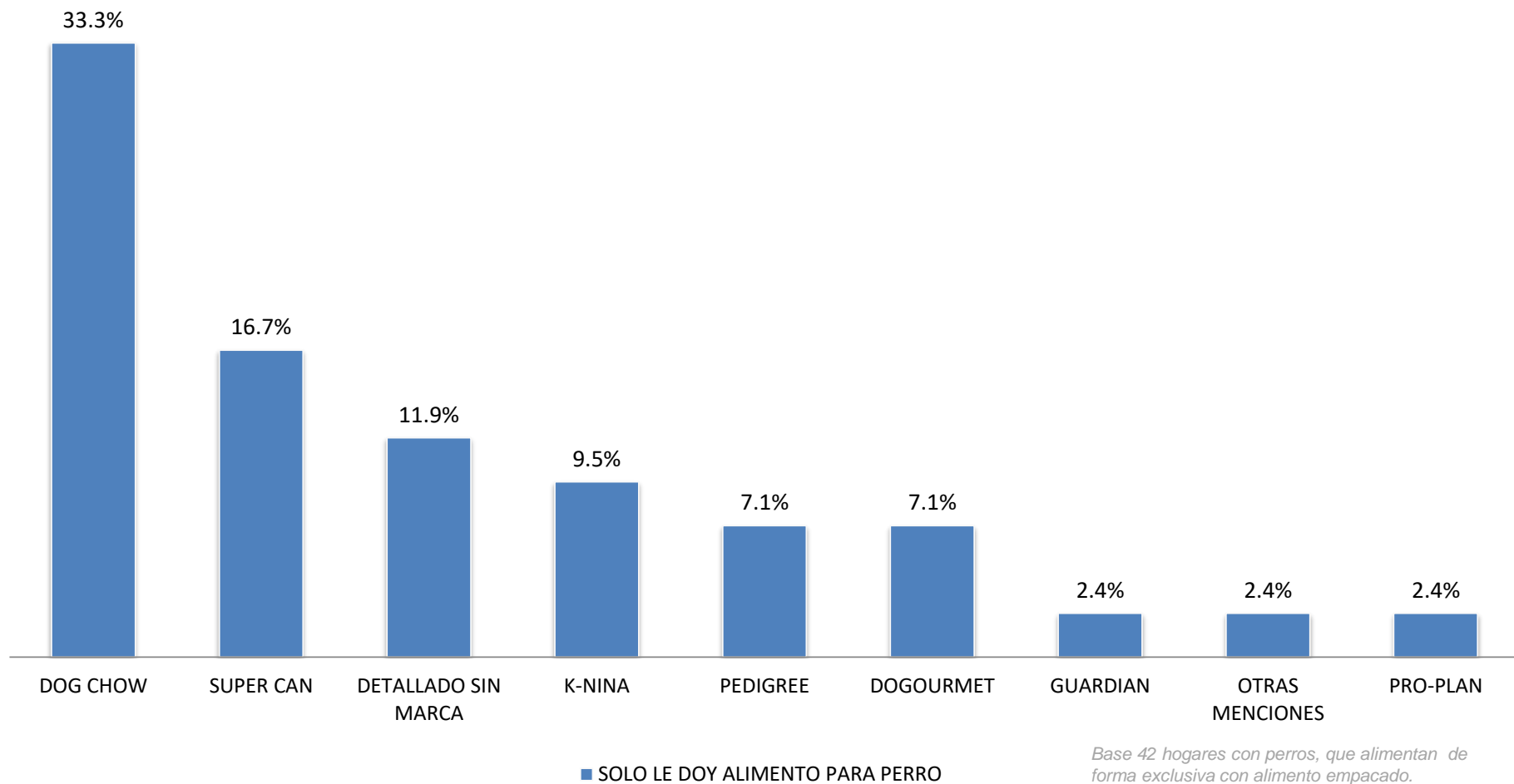


Marcas que compra de acuerdo a la Edad del perro

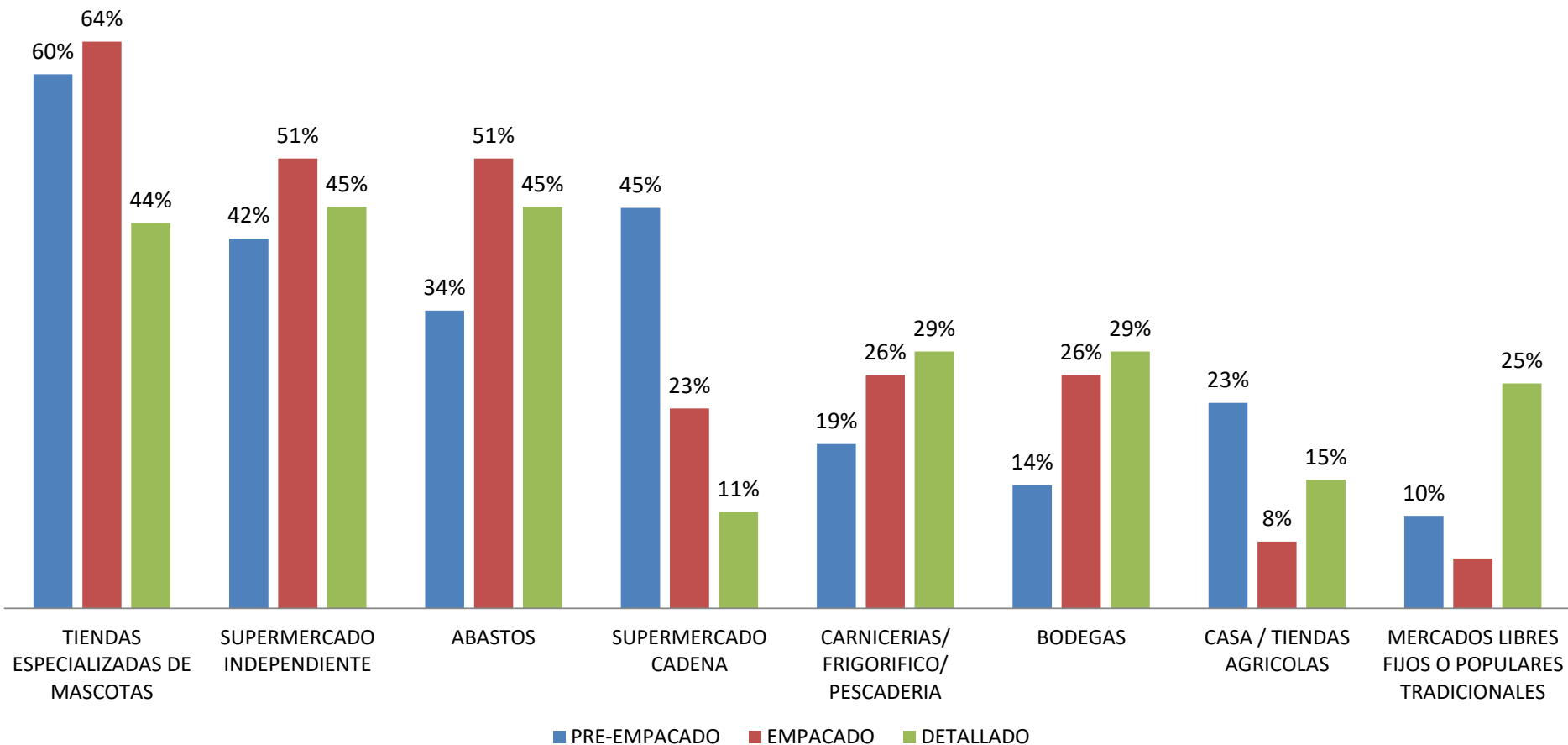


Base 296 hogares con perros que compran alimento empacado y que conocen la edad del perro

Marcas que compran los Exclusivos de alimentos empacado



Alimento empacado que compran de acuerdo al lugar de compra.

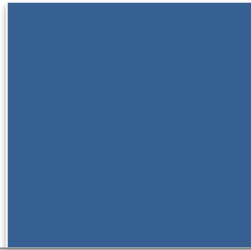


Base 177 hogares con perros que compran alimento empacado de estas tres formas

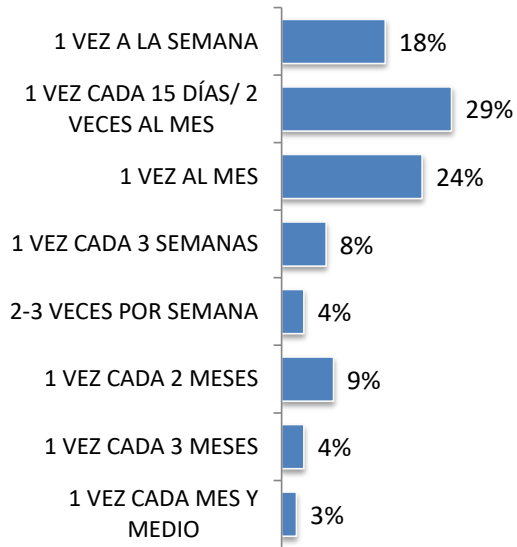
Frecuencias de compra del alimento empacado.

Pre Empacado

45.2%

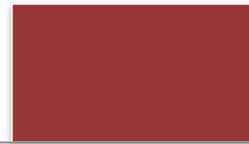


Compro una marca en particular, en empaque cerrado, pre-empacado en la fábrica

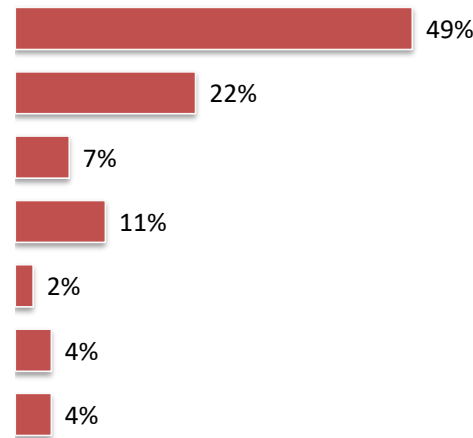


Empacado

25.4%

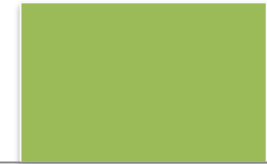


Compro una marca en particular, en empaque cerrado, empacado donde la compro

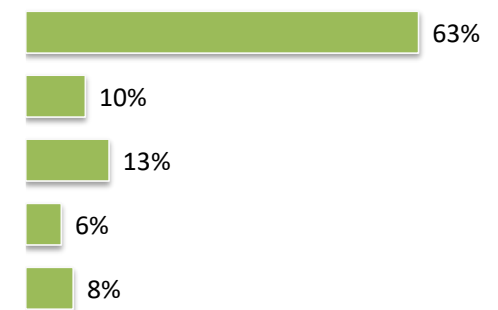


Detallado

29.4%

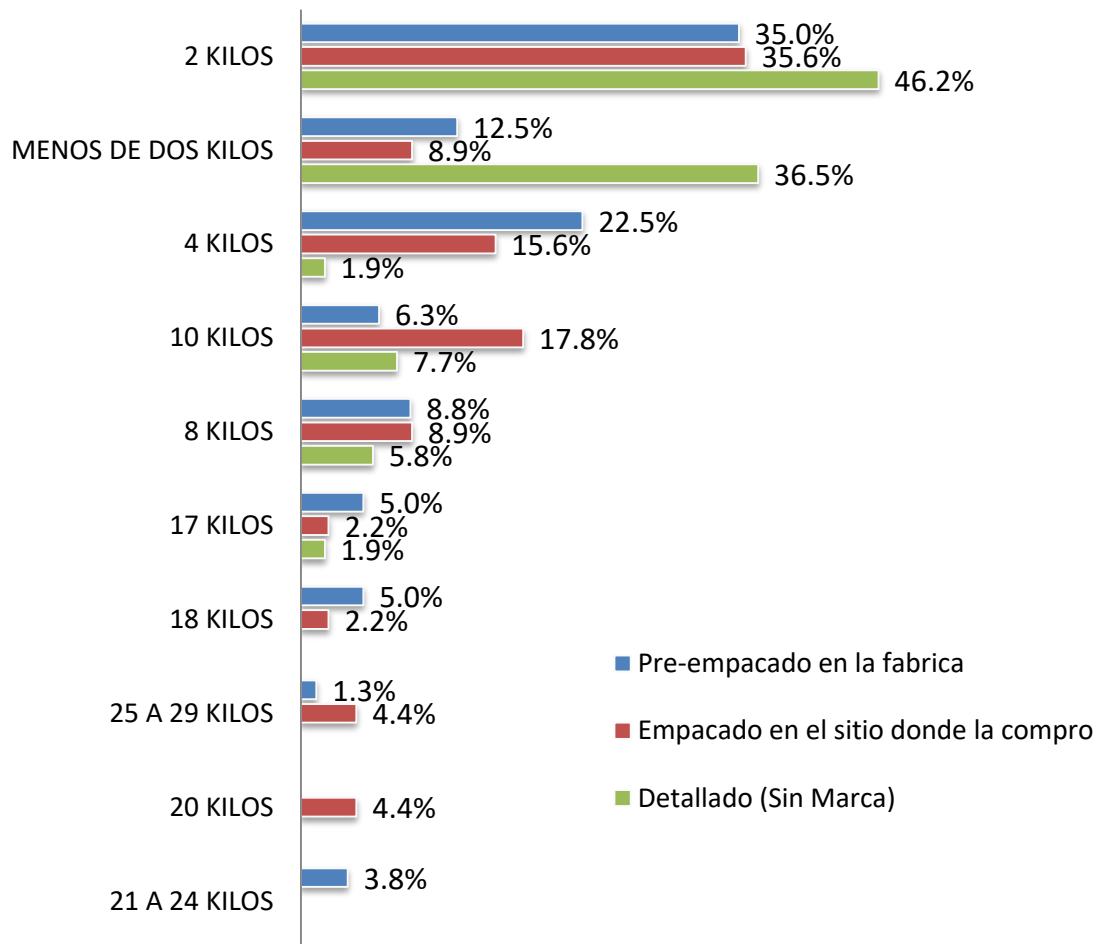


Compro por kilos (detallado), empacado donde la compro, sin especificar la marca



Base 177 hogares con perros que compran alimento empacado de estas tres formas

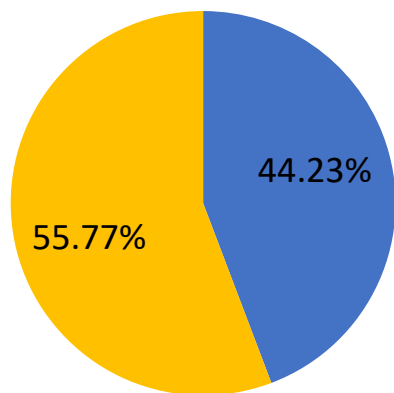
Presentación que compra del alimento pre-empacado, empacado y detallado sin marca cada vez que compra.



Base 177 hogares con perros que compran alimento empacado de estas tres formas

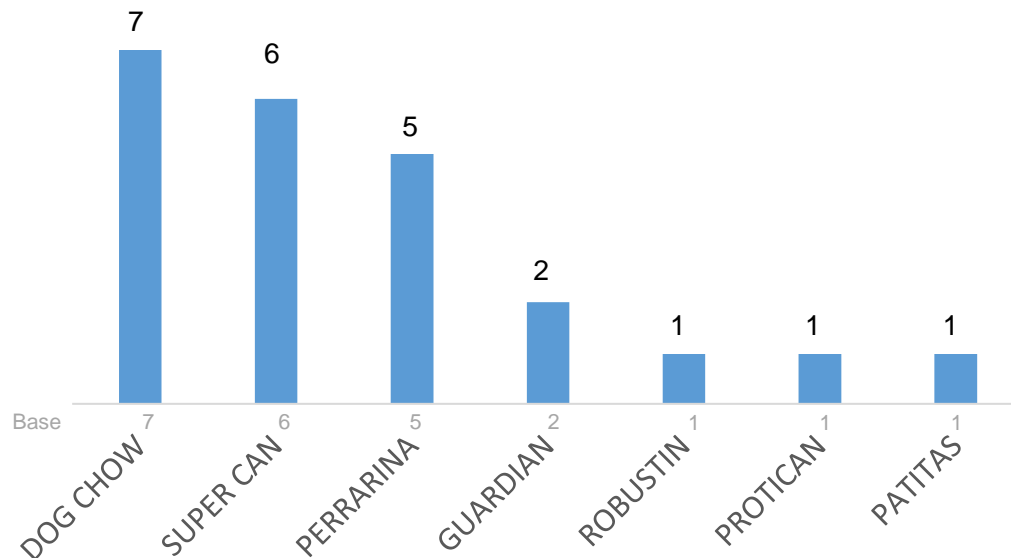
Conocimiento de la marca que compra por kilos (detallado)

Conoce la marca?



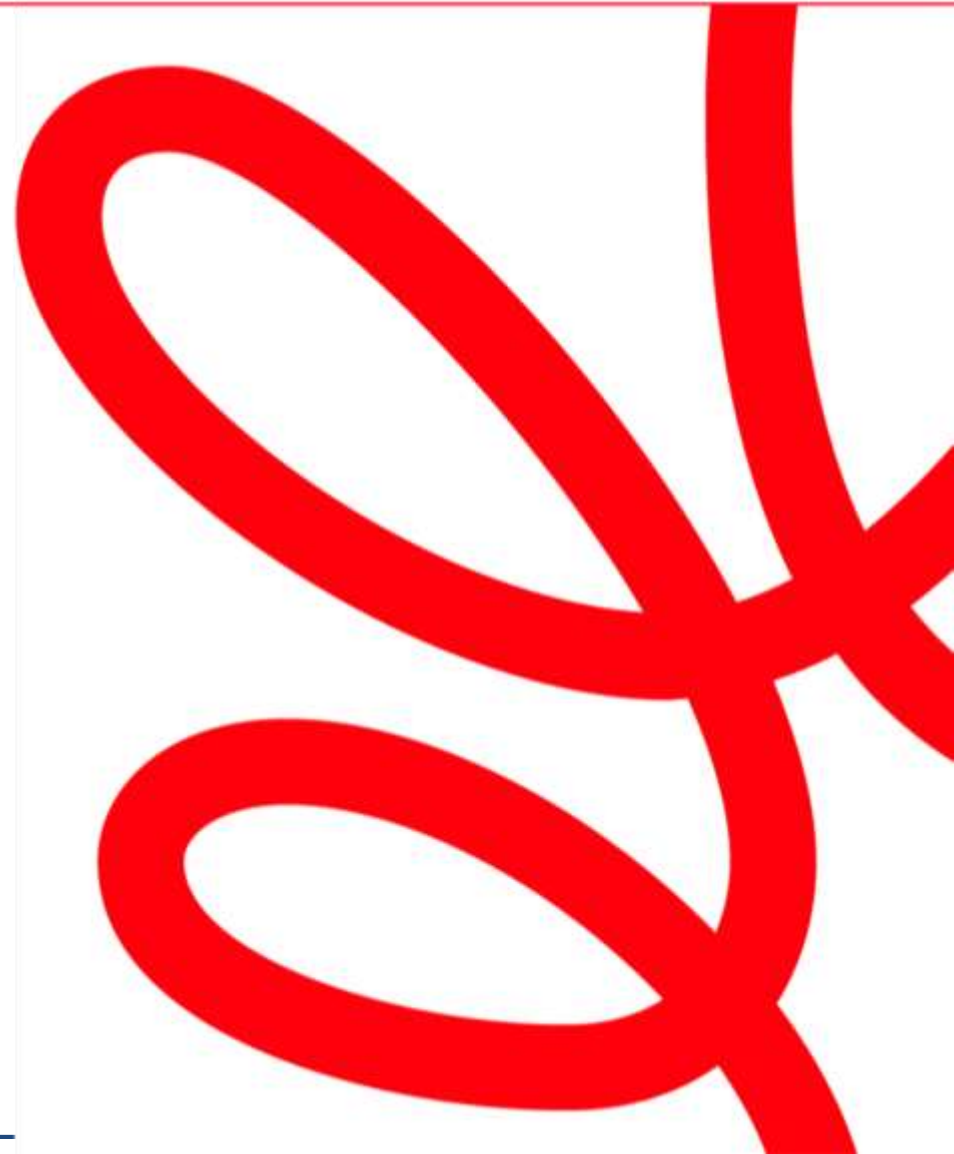
■ SI ■ NO

Base 52 hogares con perros que compran alimento detallado



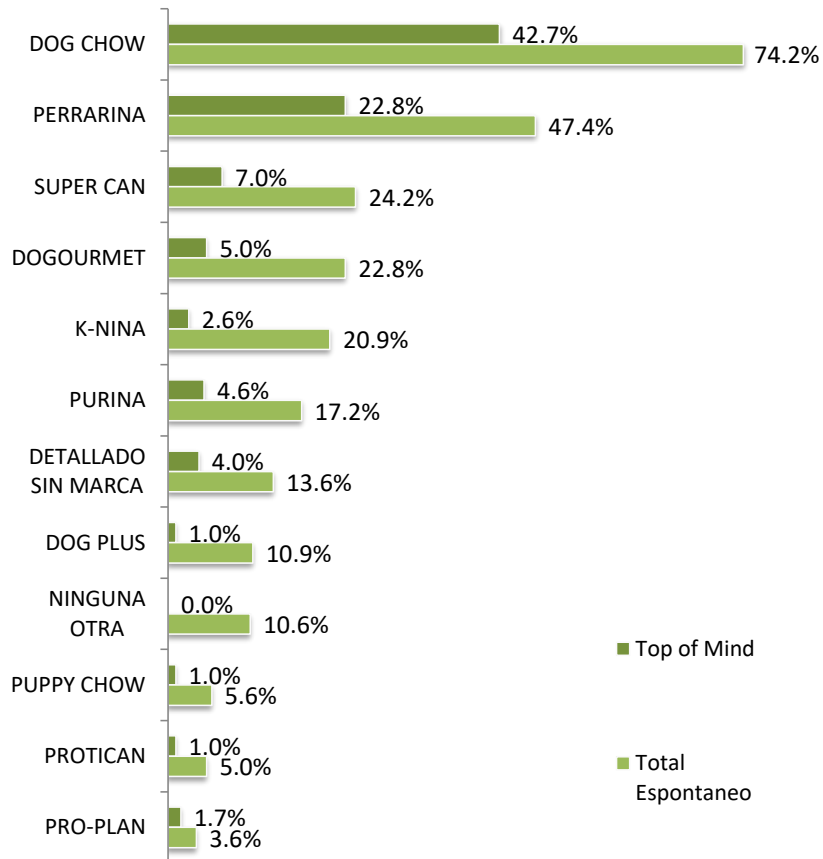
Base 23 hogares que declaran conocer la marca de alimento para perros que compran por kilos (detallado)

Relación con las marcas

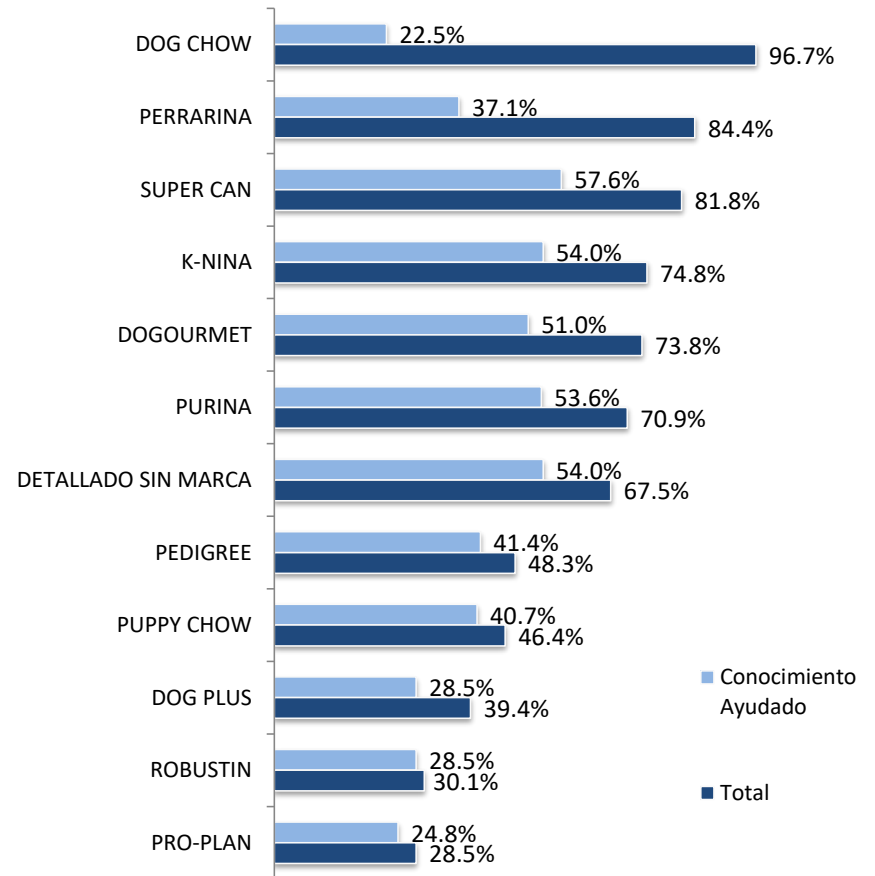


Conocimiento de marcas.

Recordación Espontánea



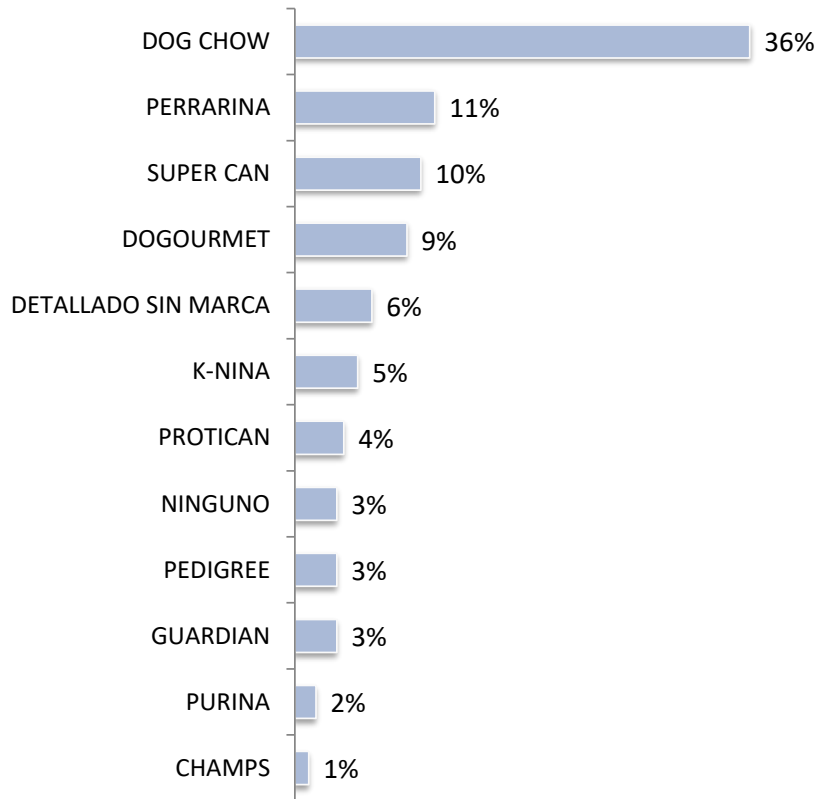
Recordación Total



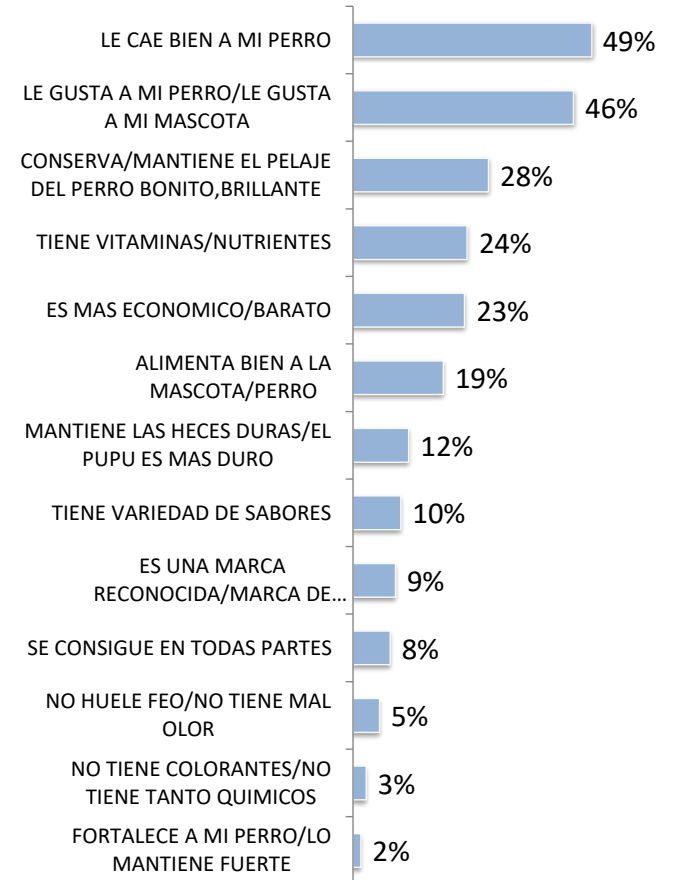
Base 302 hogares con perros

Preferencia de marcas.

Marca preferida



Razones de preferencia



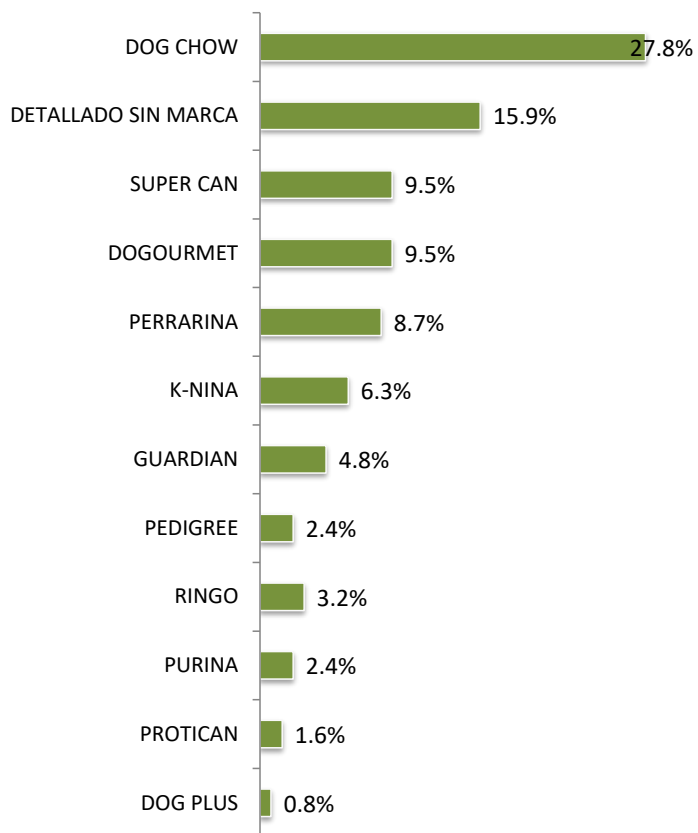
Base 182 hogares que compran alimento para perro

Posicionamiento de marcas según razones de preferencia.

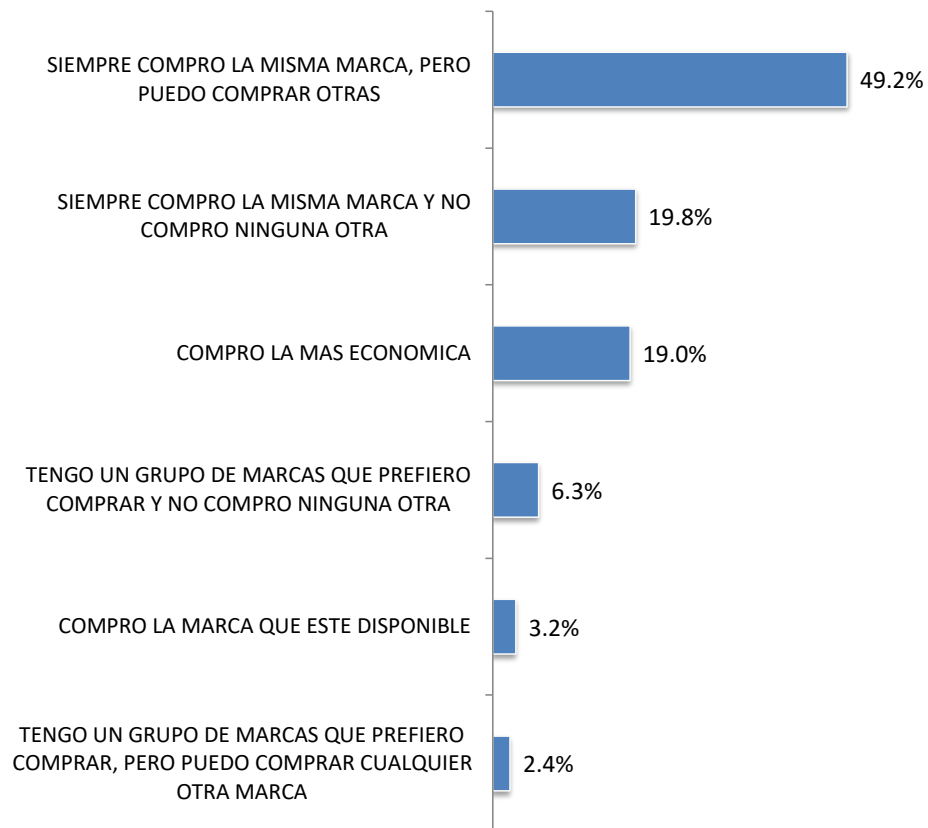
| | Base | 65 | 16 | 18 | 11 | 20 |
|---|----------|-----------|-----------|---------------------|-----------|----|
| | Dog Chow | Dogourmet | Super can | Detallado sin Marca | Perrarina | |
| LE GUSTA A MI PERRO/LE GUSTA A MI MASCOTA | 57% | 38% | 44% | 18% | 40% | |
| TIENE VITAMINAS/NUTRIENTES | 29% | 13% | 22% | 0% | 35% | |
| ES MAS ECONOMICO/BARATO | 15% | 13% | 28% | 82% | 15% | |
| LE CAE BIEN A MI PERRO | 48% | 56% | 67% | 36% | 70% | |
| MANTIENE AL PERRO SANO | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | |
| SE CONSIGUE EN TODAS PARTES | 5% | 13% | 6% | 27% | 0% | |
| CONSERVA/MANTIENE EL PELAJE DEL PERRO BONITO, BRILLANTE | 31% | 38% | 28% | 27% | 25% | |
| TIENE VARIEDAD DE SABORES | 11% | 25% | 17% | 0% | 5% | |
| ES UNA MARCA RECONOCIDA/MARCA DE CALIDAD | 11% | 6% | 6% | 0% | 20% | |
| ALIMENTA BIEN A LA MASCOTA/PERRO | 20% | 31% | 44% | 9% | 15% | |
| MANTIENE LAS HECES DURAS/EL PUPU ES MAS DURO | 18% | 6% | 11% | 0% | 5% | |
| FORTALECE A MI PERRO/LO MANTIENE FUERTE | 0% | 6% | 0% | 0% | 0% | |
| ES RENDIDORA/RINDE | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | |
| RECOMENDACIÓN MEDICA | 0% | 6% | 0% | 0% | 0% | |
| NO HUELE FEO/NO TIENE MAL OLOR | 8% | 0% | 0% | 0% | 10% | |
| NO SE DESMORONA/ES CONSISTENTE | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | |
| ES HIPOALERGENICA | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | |
| NO TIENE COLORANTES/NO TIENE TANTO QUIMICOS | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | |

Relación con las marcas de alimento empacado.

La marca de alimento empacado que le da a su perro con mayor frecuencia

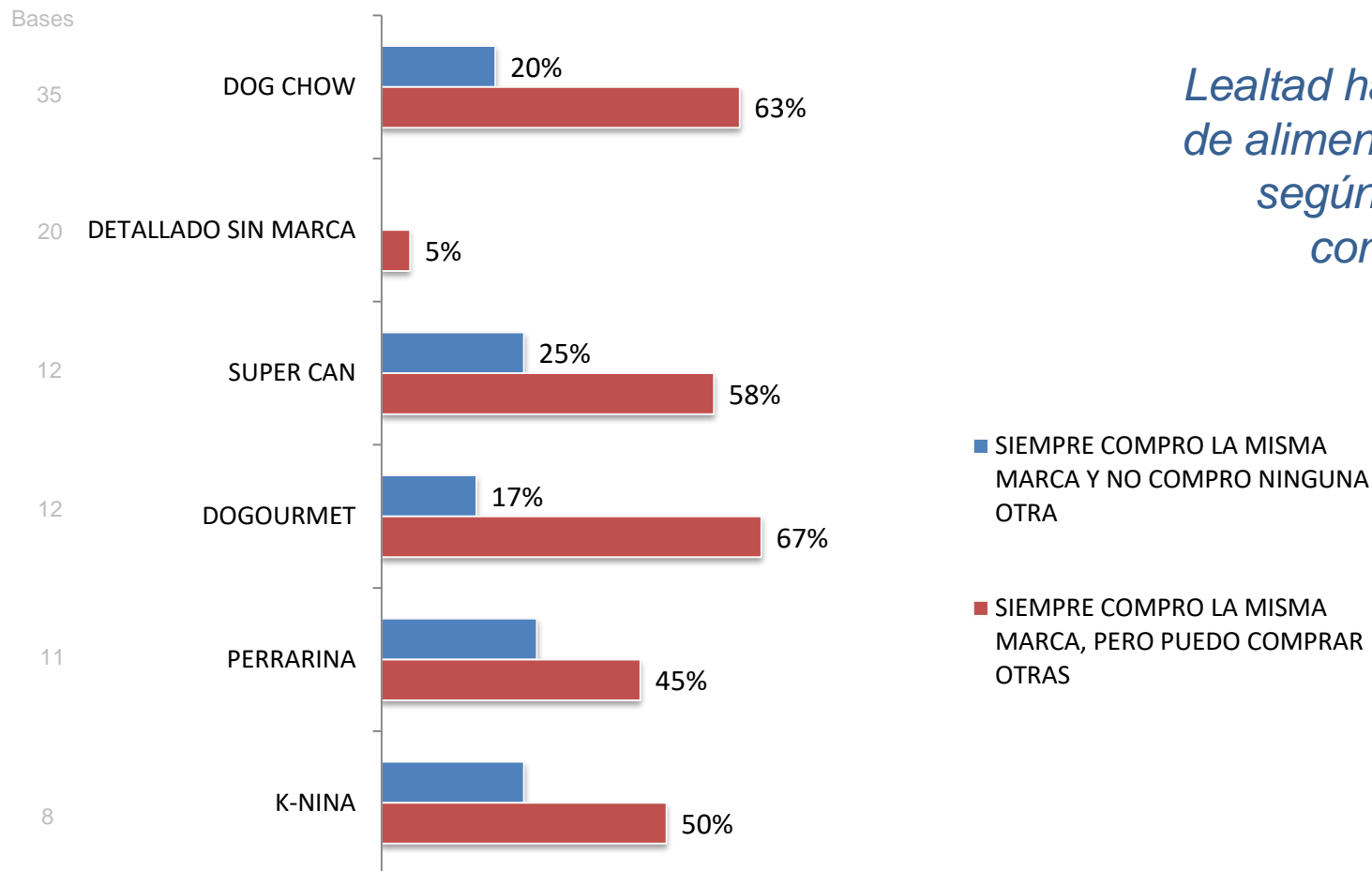


Lealtad hacia la marca de alimento empacado



Base 126 hogares con perros que compran alimento empacado

Relación con las marcas de alimento empacado.



Lealtad hacia la marca de alimento empacado según la marca comprada

Base 126 hogares con perros que compran alimento empacado

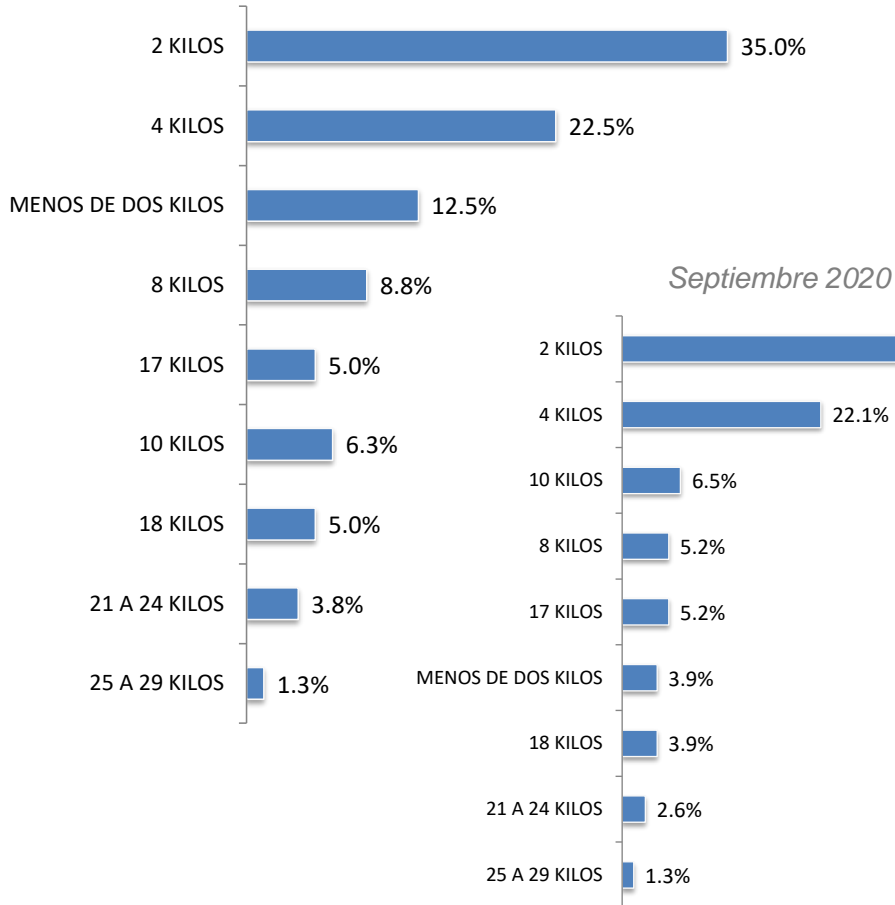
Distribución de las marcas de alimento empacado según la región.

| Bases | 115 | 53 | 72 | 48 | 73 | 361 |
|----------------------------|----------------|----------------|----------------|-------------------|-------------------|-------|
| | Región Capital | Región Zuliana | Región Central | Región Occidental | Región de Guayana | Total |
| <i>Dog Chow</i> | 20.0% | 20.8% | 13.9% | 8.3% | 4.1% | 14.1% |
| <i>Dogourmet</i> | 7.0% | 0.0% | 8.3% | 4.2% | 0.0% | 4.4% |
| <i>Perrarina</i> | 5.2% | 3.8% | 4.2% | 2.1% | 2.7% | 3.9% |
| <i>Super can</i> | 7.0% | 3.8% | 6.9% | 2.1% | 9.6% | 6.4% |
| <i>Detallado Sin Marca</i> | 7.0% | 3.8% | 15.3% | 10.4% | 1.4% | 7.5% |
| <i>Protican</i> | 0.9% | 0.0% | 1.4% | 2.1% | 0.0% | 0.8% |
| <i>Dogplus</i> | 0.9% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.4% | 0.6% |
| <i>K-Nina</i> | 7.0% | 0.0% | 0.0% | 4.2% | 2.7% | 3.3% |
| <i>Purina (S/E)</i> | 2.6% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.8% |
| <i>Pro Plan</i> | 0.9% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.3% |
| <i>Puppy Chow</i> | 0.9% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.3% |
| <i>Robustin</i> | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |

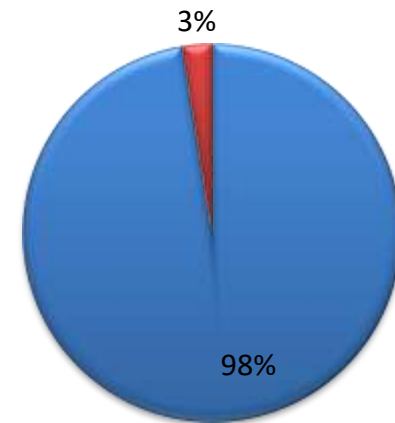
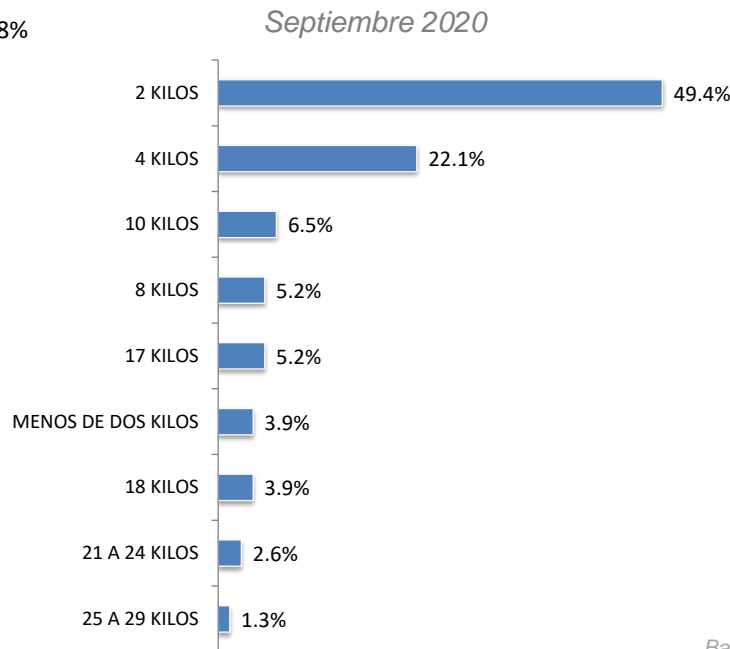
En azul porcentajes mayores que la media nacional. En rojo porcentajes por debajo de la media nacional

Presentación del alimento para perro que compra regularmente.

¿De qué tamaño es el paquete que compra cada vez que compra?



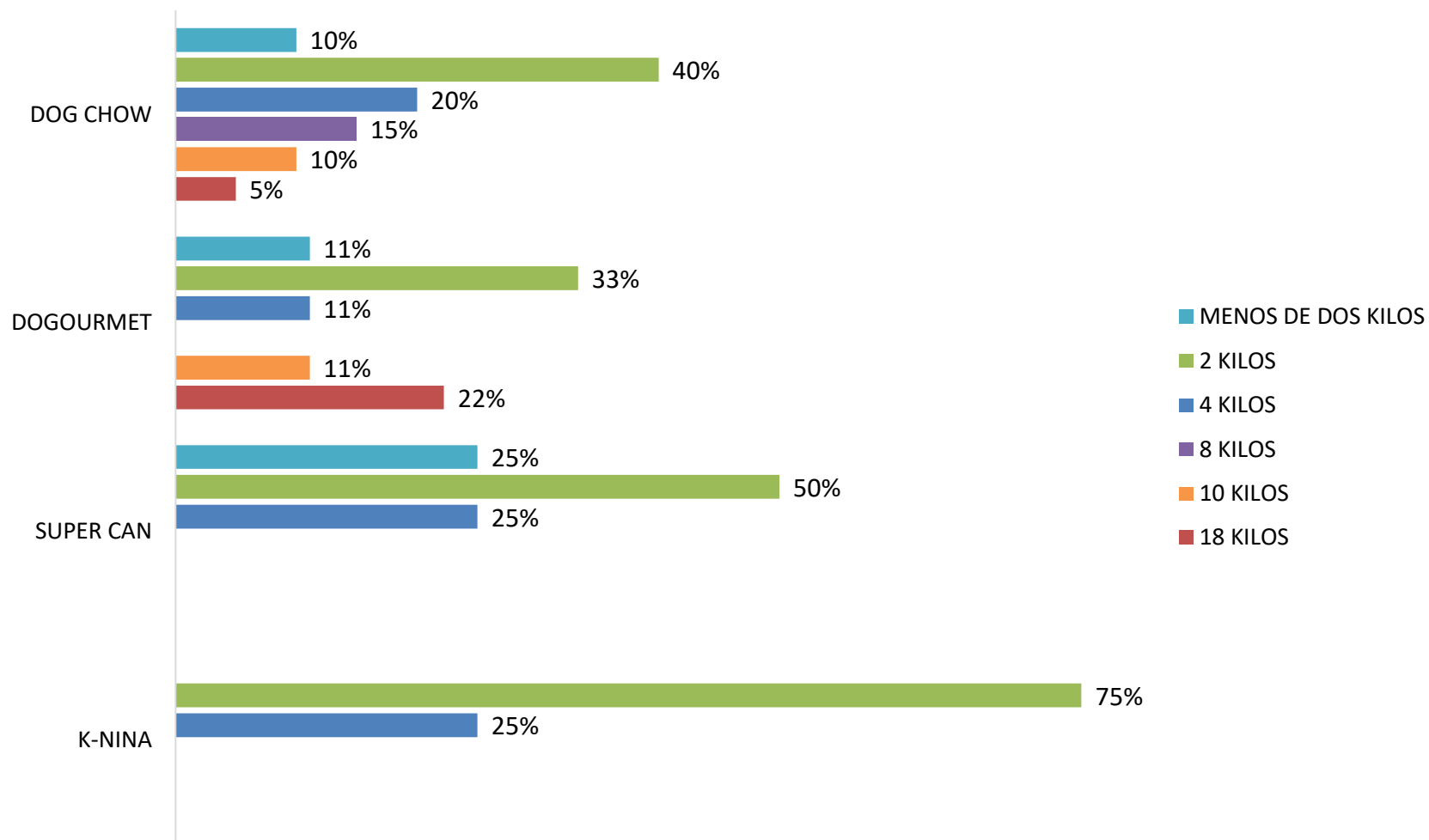
¿Cuántos paquetes compra cuando compra?



■ 1 PAQUETE ■ 2 PAQUETES

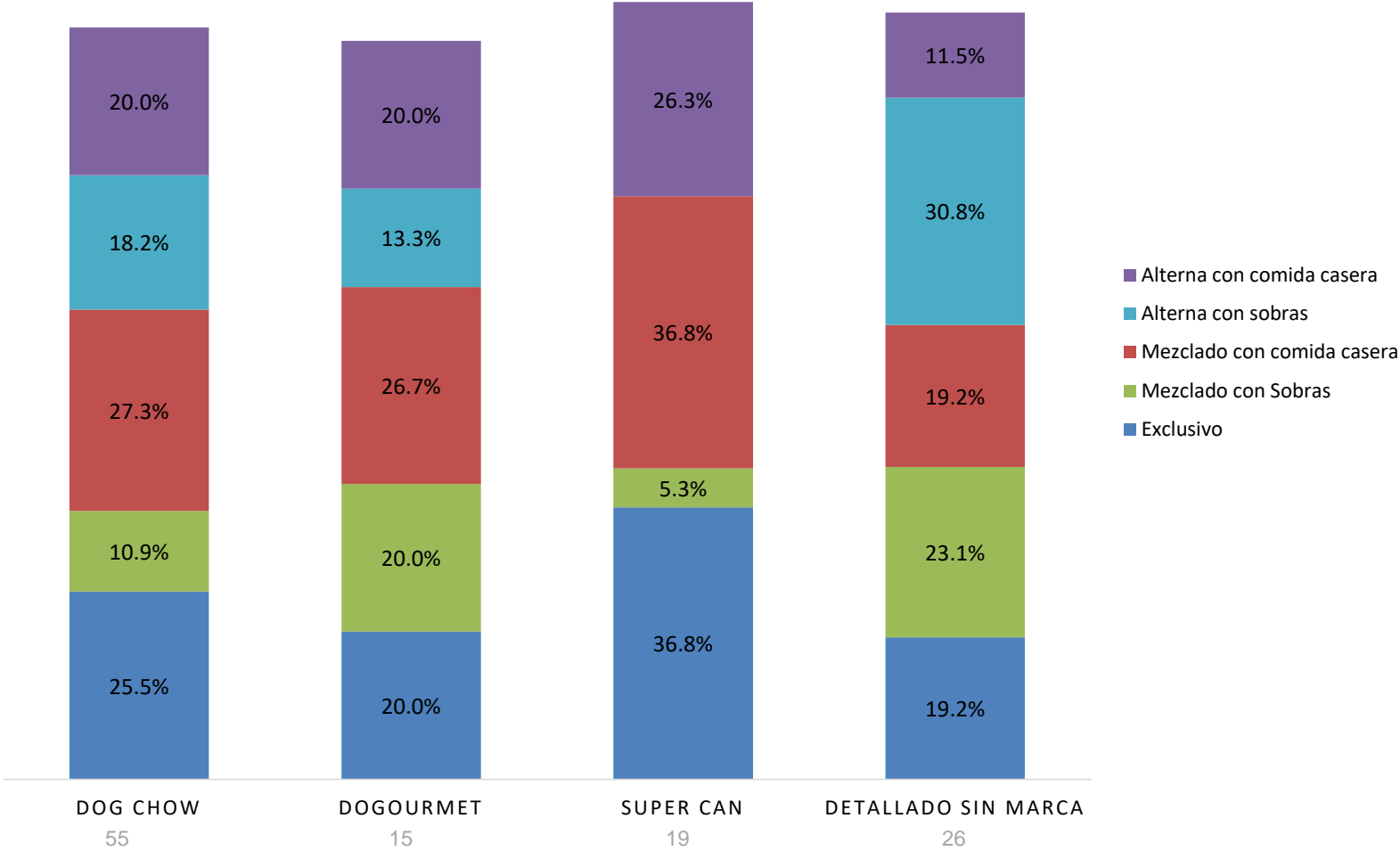
Base 80 hogares con perros que compran alimento pre-empacado de fábrica

Relación de la marca según el volumen.

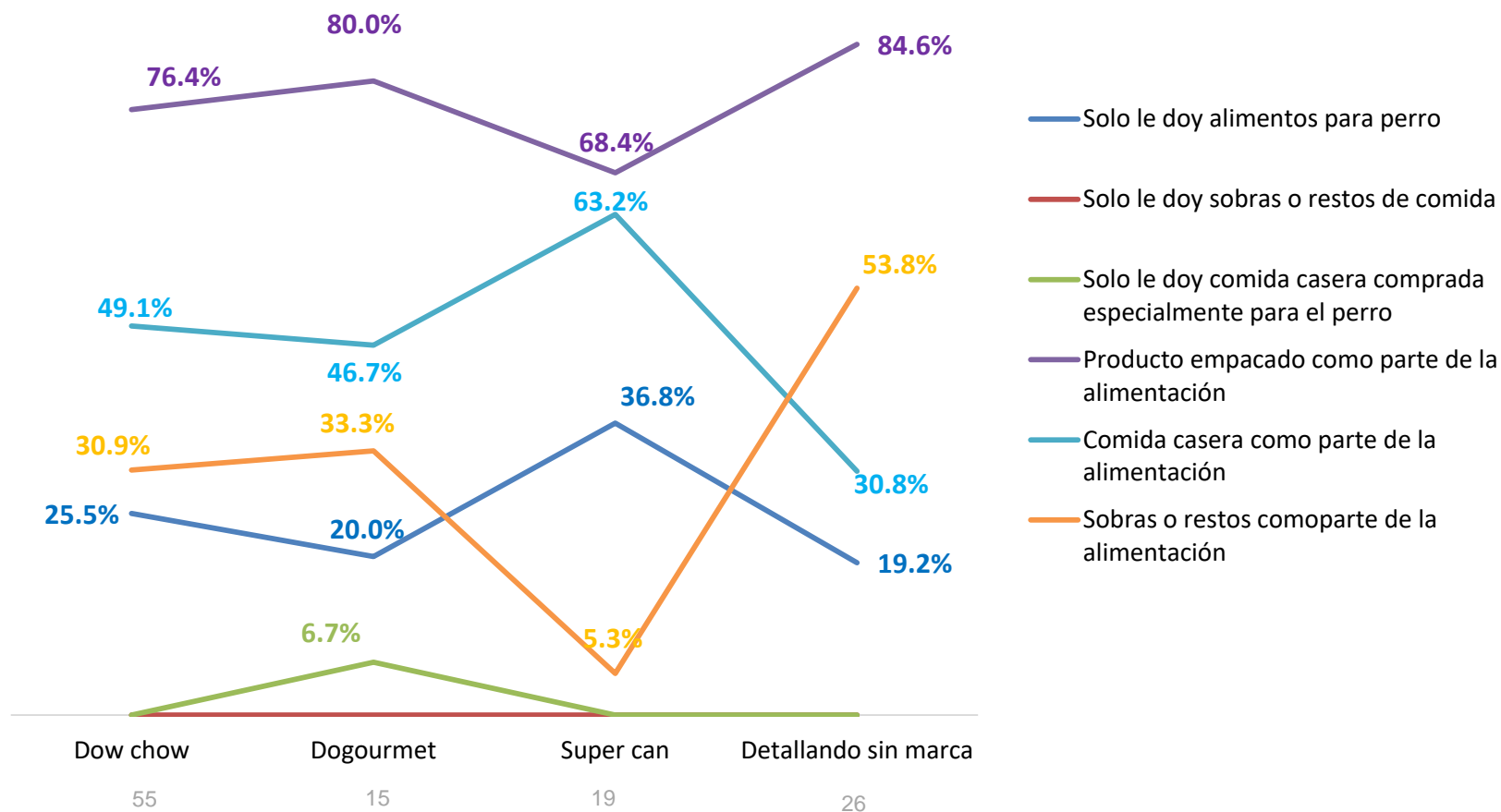


Base 57 hogares con perros que compran alimento pre-empacado

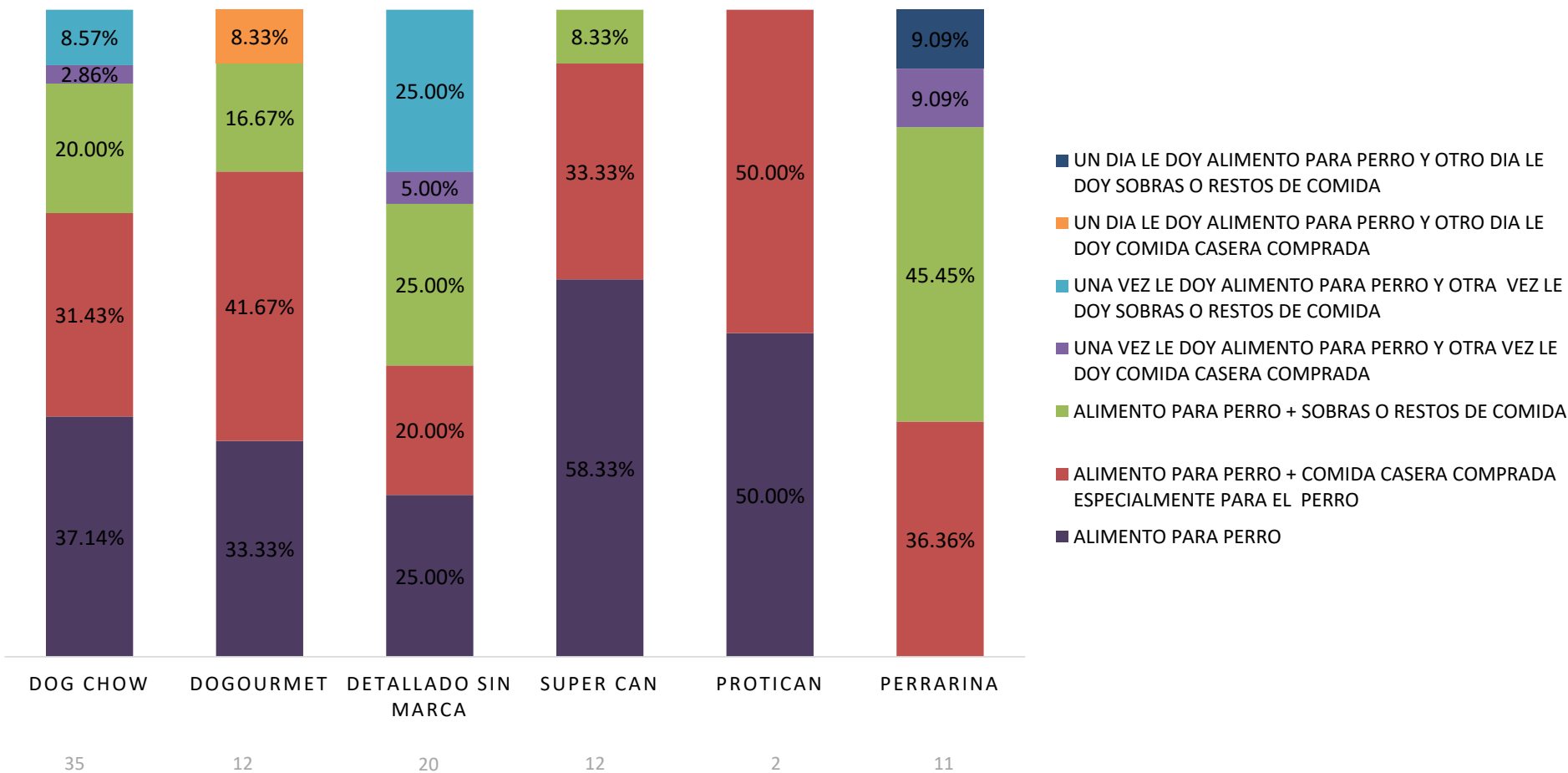
Distribución por tipo de alimentación en hogares que compran alimento empacado



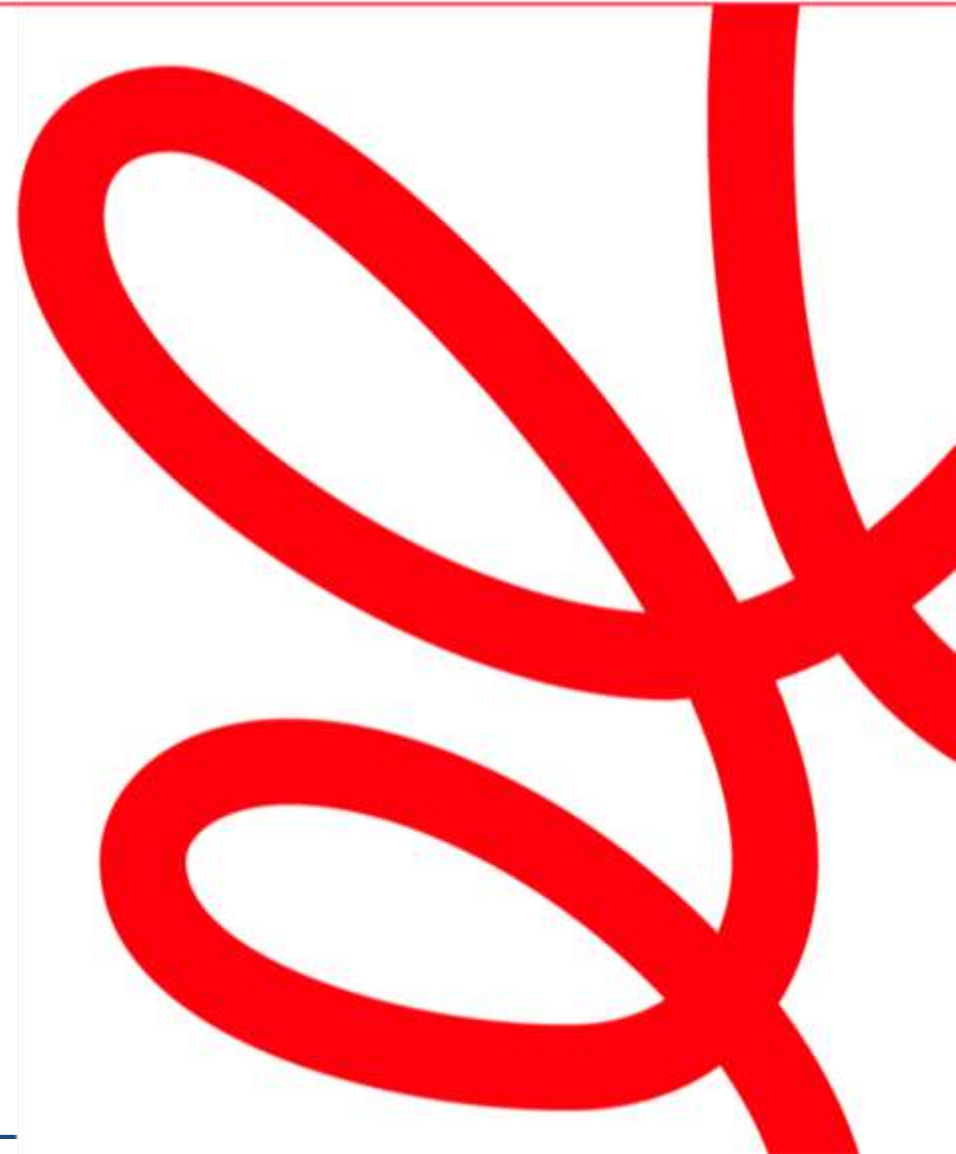
Cantidad de hogares que dan comida empacada, sobras o comida casera al perro según la marca de alimento empacado que compra regularmente.



Distribución del tipo de alimento según la marca.



Lugar de compra



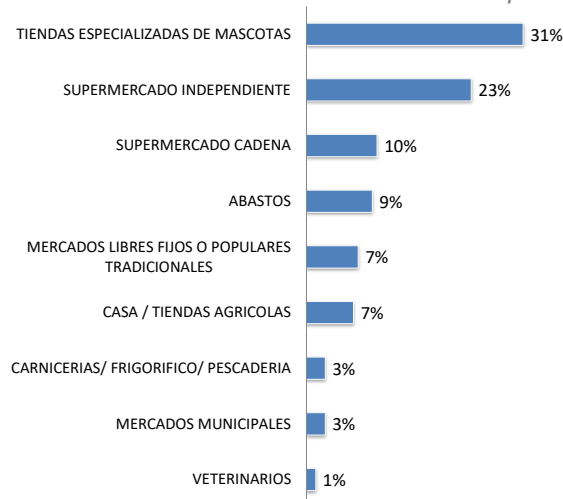
Mención del lugar de compra.

Primera mención

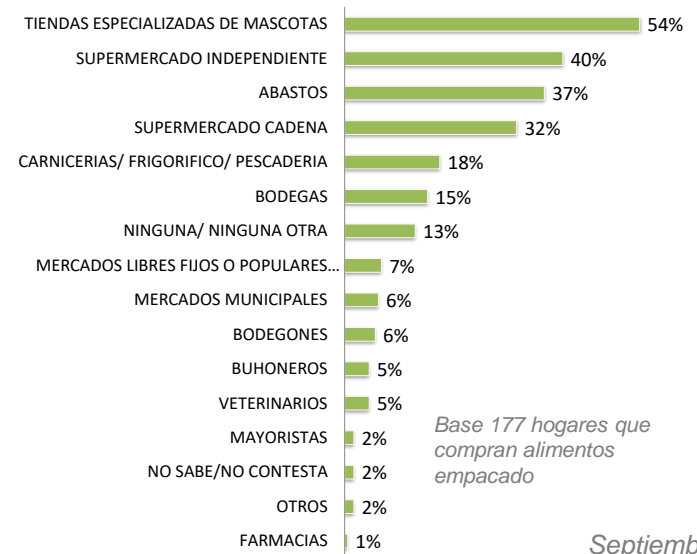


Base 177 hogares que compran alimentos empacado

Septiembre 2020



Total Menciones



Base 177 hogares que compran alimentos empacado

Septiembre 2020

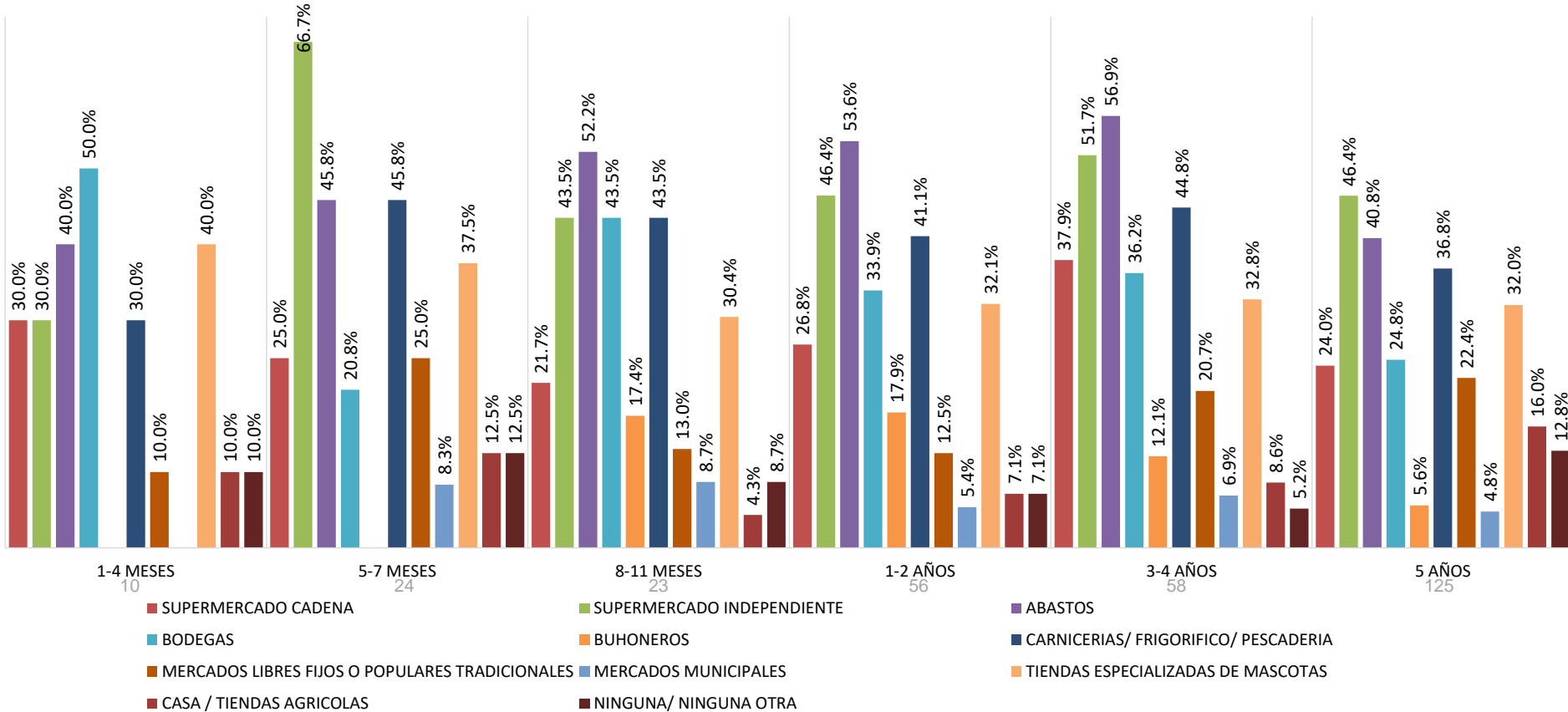


Mención del lugar de compra según marca que compra.

| Base | 57 | 16 | 1 | 20 | 3 | 16 | 27 | 302 |
|--|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|---------------------|-------|
| | Dog Chow | Dogourmet | Dog Plus | Super can | Protican | Perrarina | Detallado sin marca | Total |
| <i>Supermercado Cadena</i> | 44% | 31% | 0% | 30% | 33% | 25% | 4% | 27% |
| <i>Tiendas Especializadas de</i> | 68% | 25% | 0% | 30% | 33% | 13% | 19% | 32% |
| <i>Supermercado Independiente</i> | 33% | 44% | 0% | 25% | 33% | 56% | 52% | 49% |
| <i>Abastos</i> | 40% | 38% | 0% | 0% | 0% | 38% | 41% | 48% |
| <i>Casa / Tiendas Agricolas</i> | 19% | 25% | 0% | 0% | 0% | 0% | 7% | 11% |
| <i>Bodegas</i> | 18% | 13% | 0% | 10% | 0% | 44% | 15% | 30% |
| <i>Mercados Libres Fijos o Populares</i> | 21% | 6% | 0% | 0% | 0% | 19% | 15% | 20% |
| <i>Hipermercado</i> | 2% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 1% |

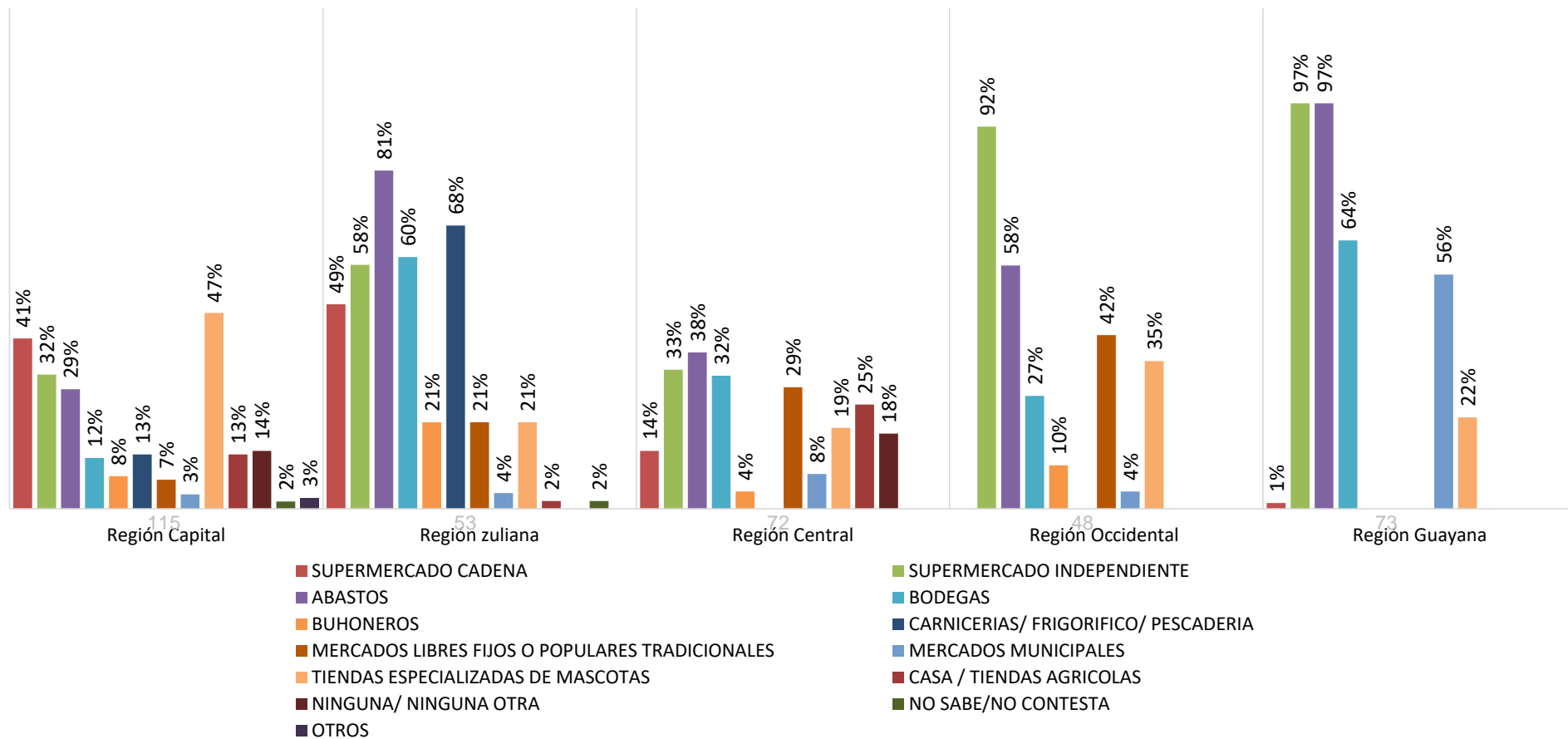
En azul porcentajes mayores que la media nacional. En rojo porcentajes por debajo de la media nacional

Lugar de compra según la edad del perro.



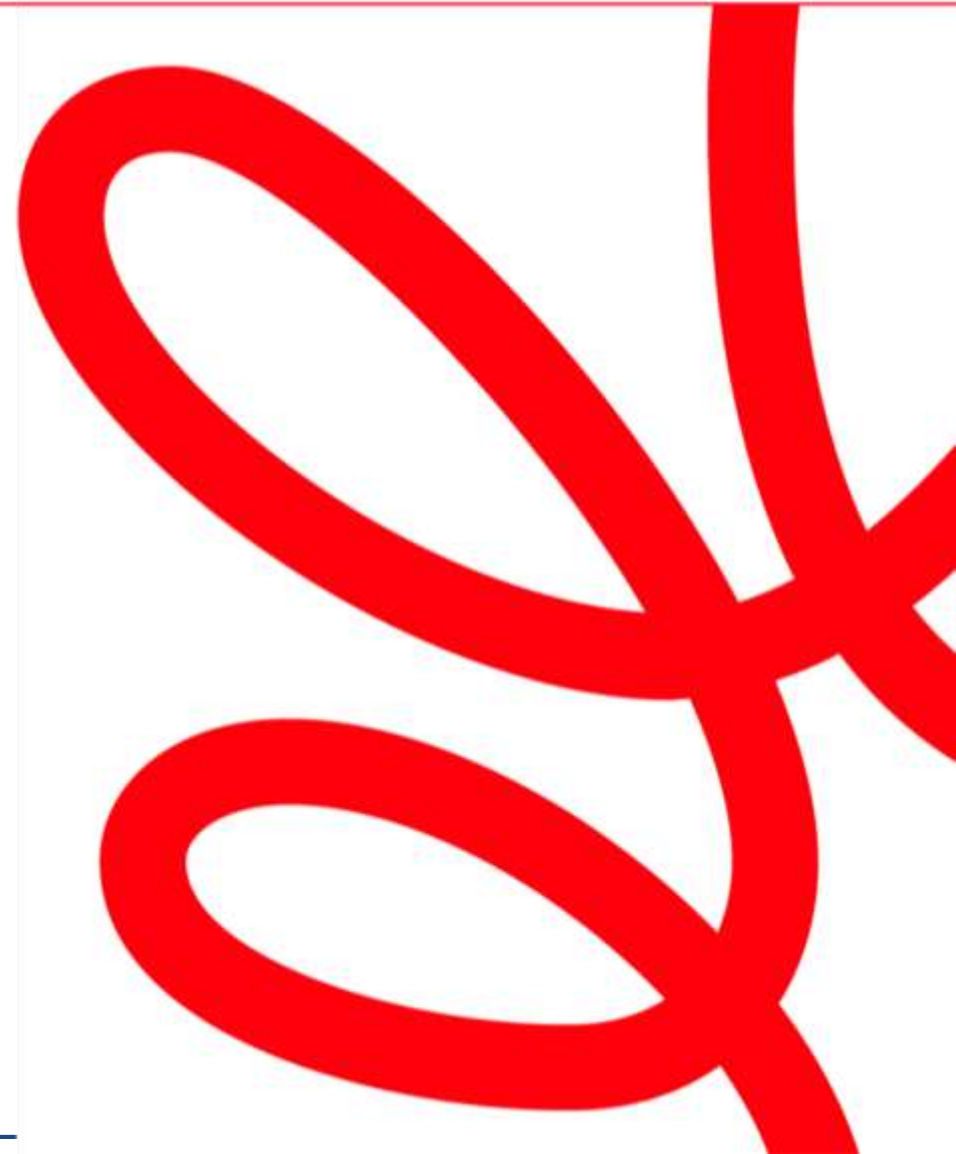
Base 302 hogares

Lugar de compra según la región.



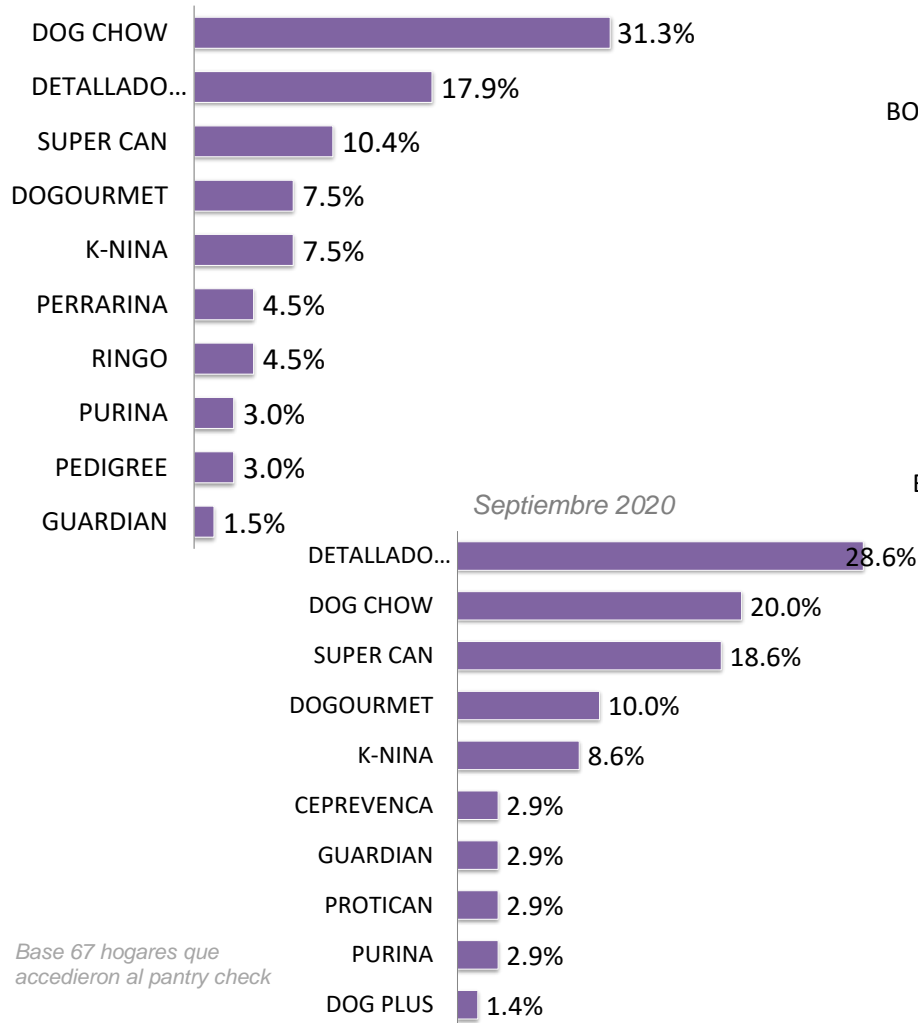
Base 361 hogares

Pantry Check



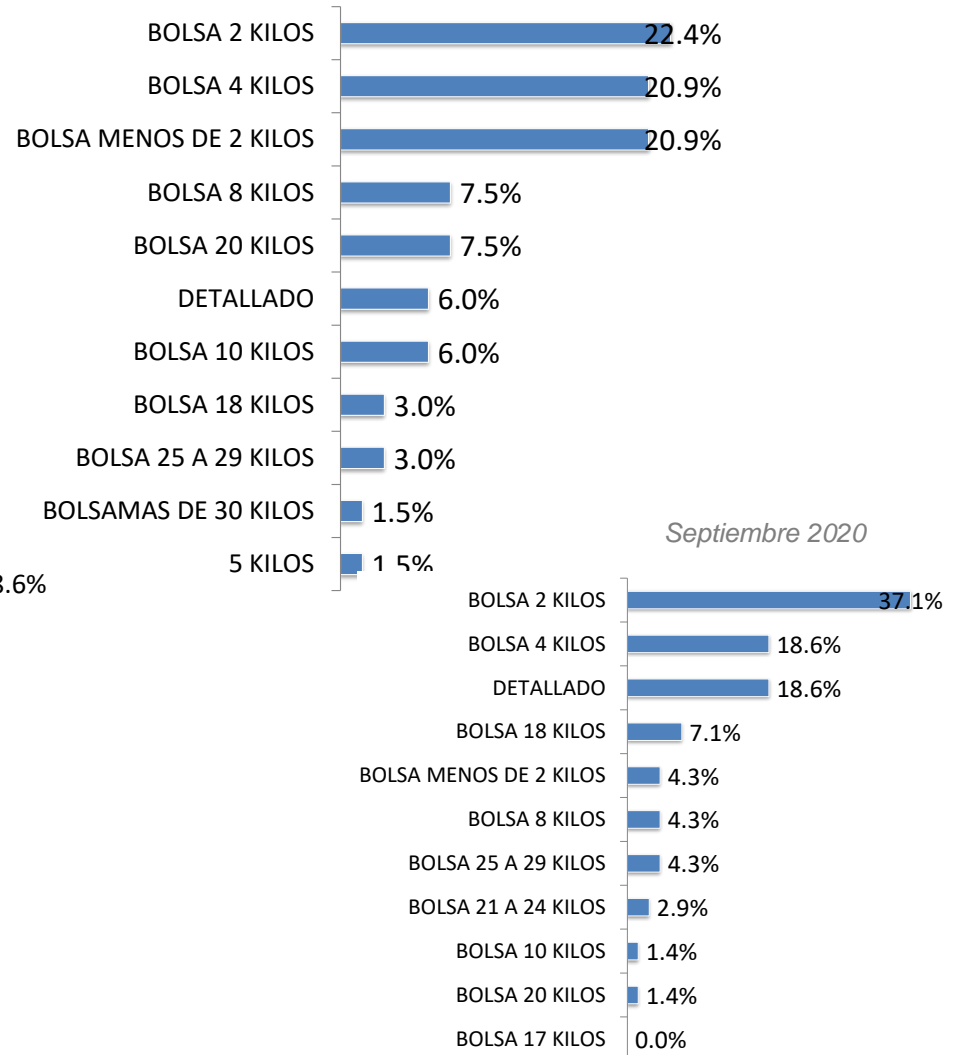
Resultados del pantry check.

Marca del producto encontrado

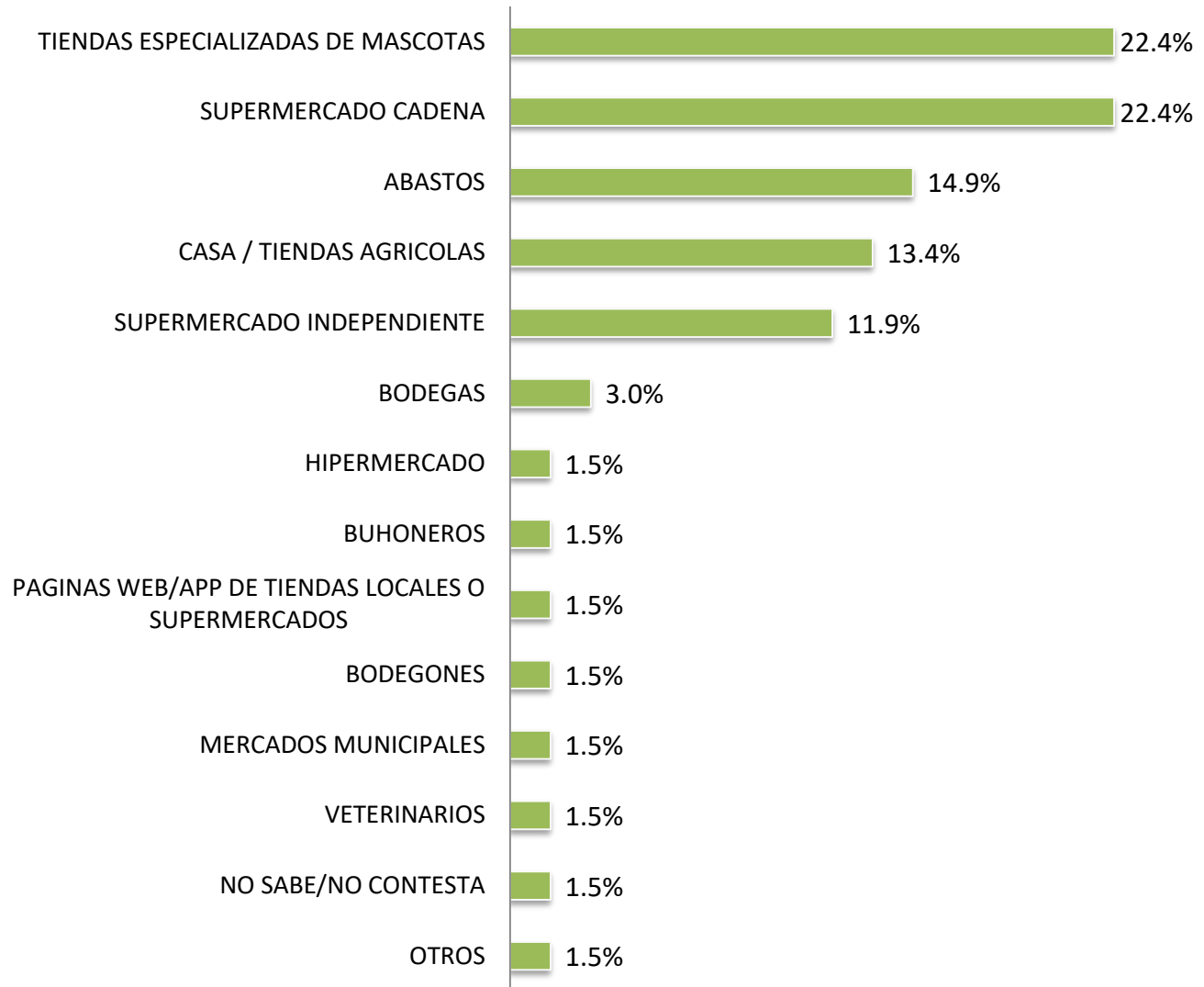


Base 67 hogares que accedieron al pantry check

Presentación del producto encontrado

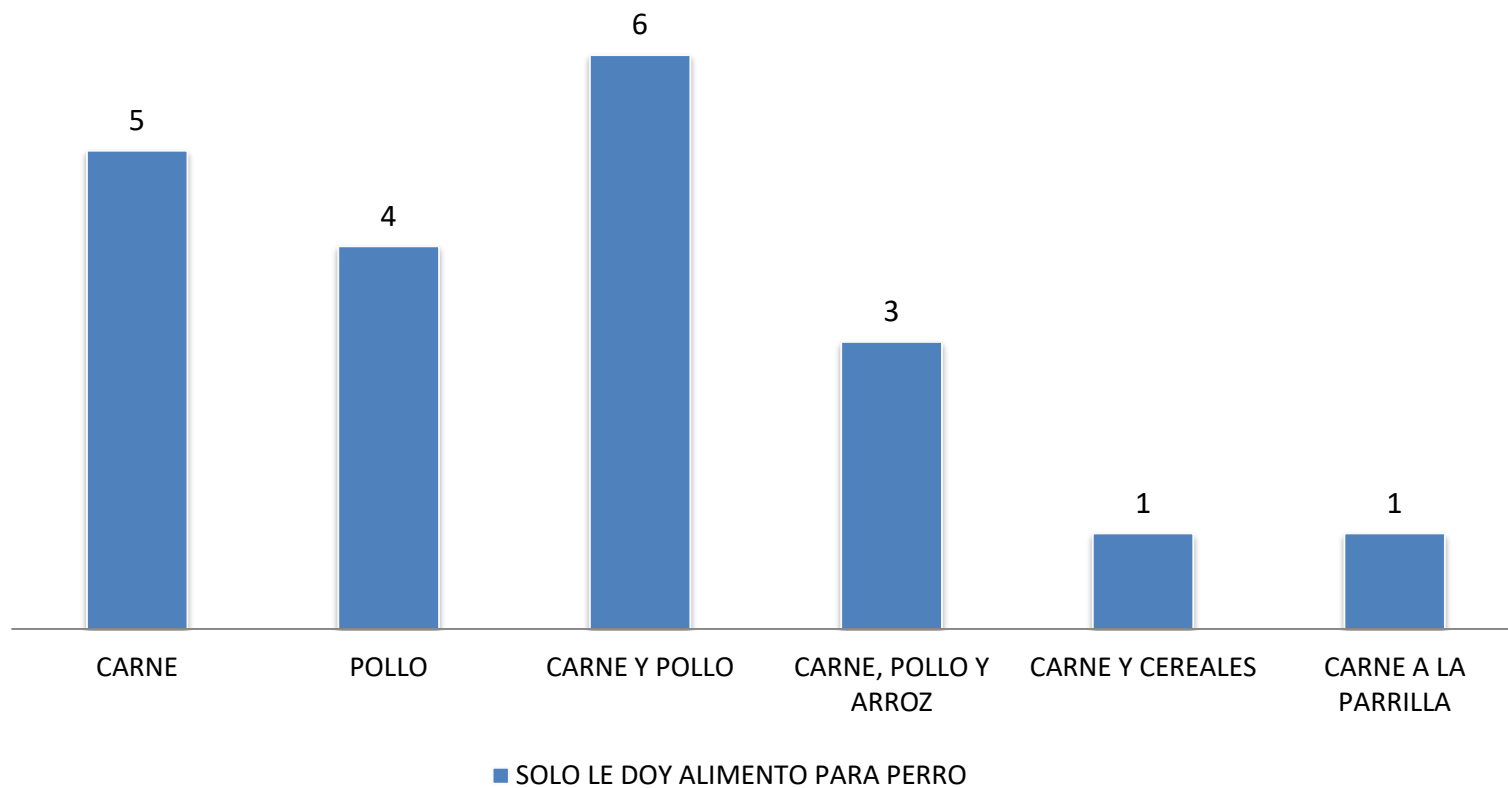


Resultados del pantry check.



Base 67 hogares

Sabores que compran los Exclusivos de alimento empacado

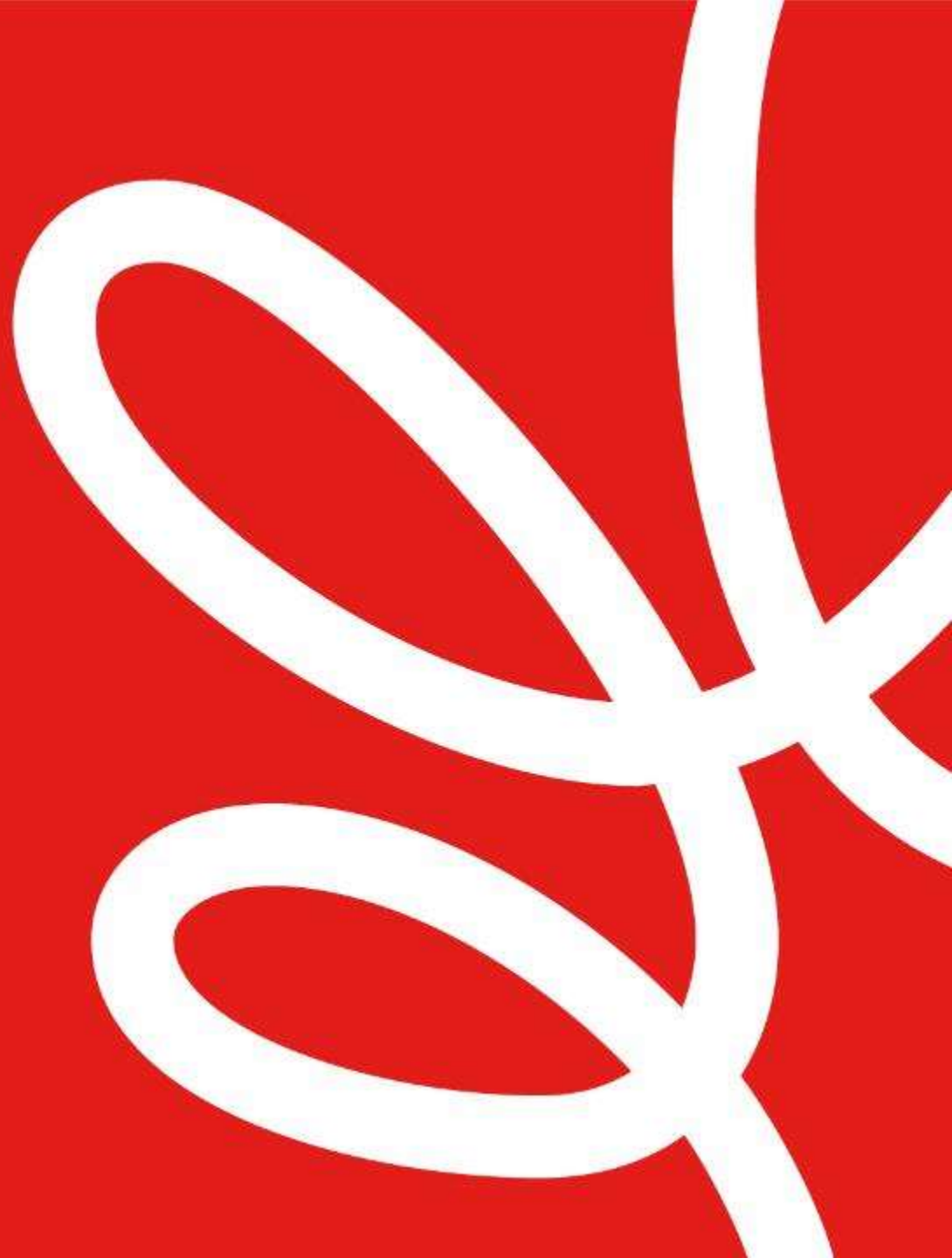


Base 20 menciones provenientes de personas encuestadas en Pantry check

Mascotas

**Ómnibus Alimentos
Polar**

Evolución



Ficha técnica.

Descripción de mediciones

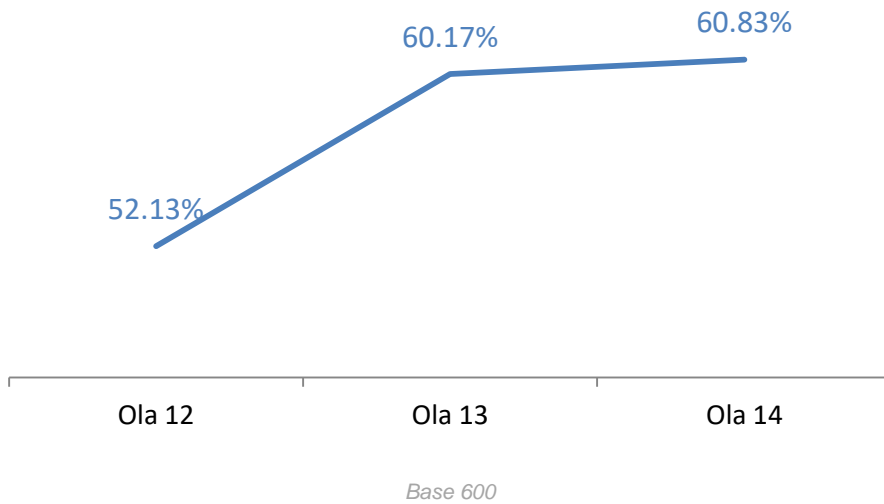
✓ Ola 12: Medición Febrero 2019

✓ Ola 13: Medición Septiembre 2020

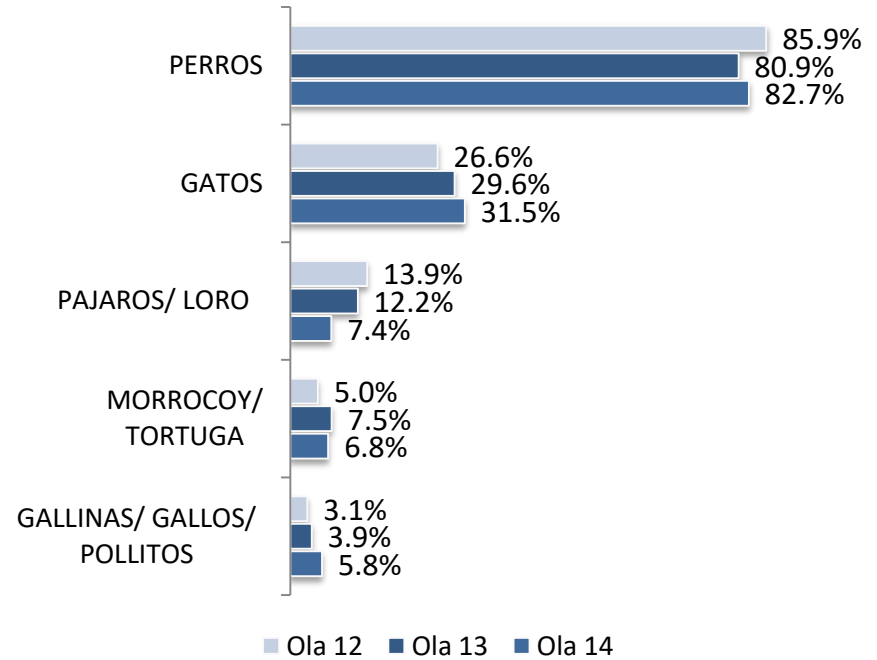
✓ Ola 14: Medición Diciembre 2021

Tenencia de Mascotas.

Evolución - Posee mascota



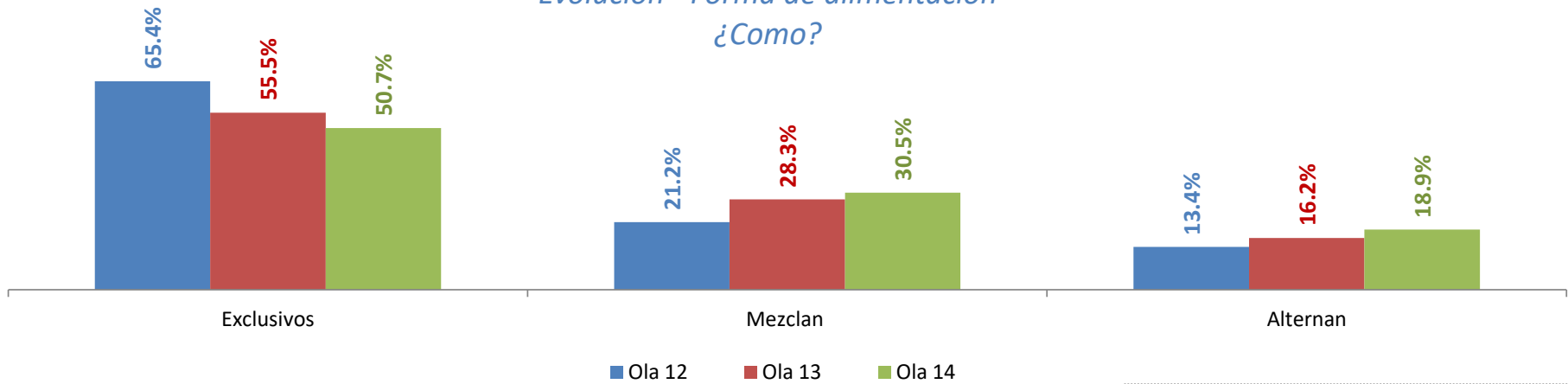
Evolución - Tipo de mascota



Bases:
 Ola 12- 02/19: 417 Hogares con mascota
 Ola 13- 09/20: 361 Hogares con mascota
 Ola 14- 12/21: 365 Hogares con mascota

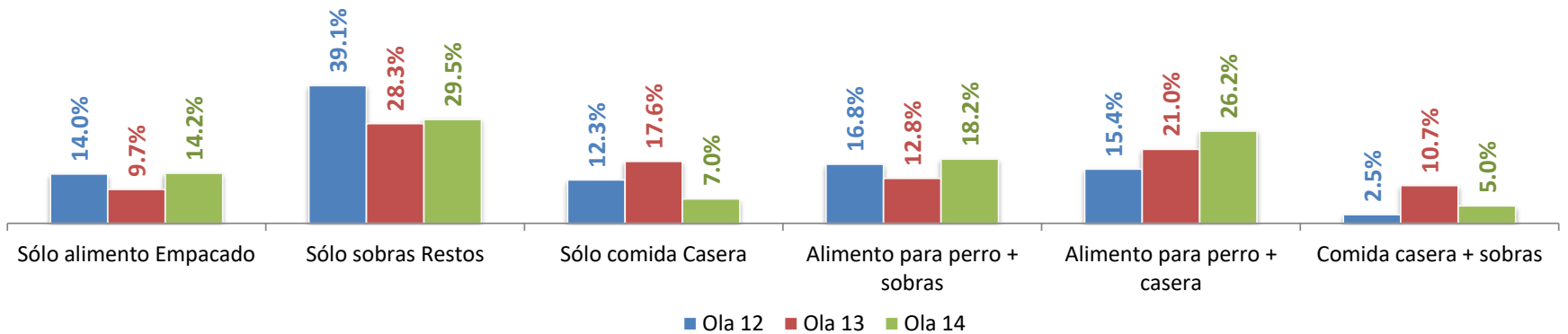
Forma de alimentación al perro.

*Evolución - Forma de alimentación
¿Como?*



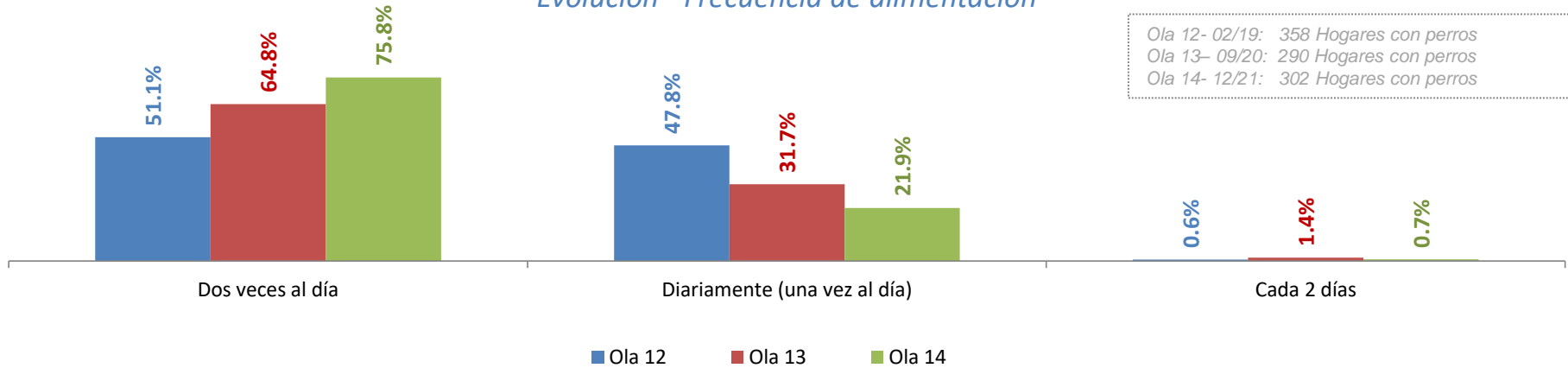
Ola 12- 02/19: 358 Hogares con perros
 Ola 13- 09/20: 290 Hogares con perros
 Ola 14- 12/21: 302 Hogares con perros

*Evolución - Forma de alimentación
¿Con qué tipo de alimento?*



Frecuencias de alimentación.

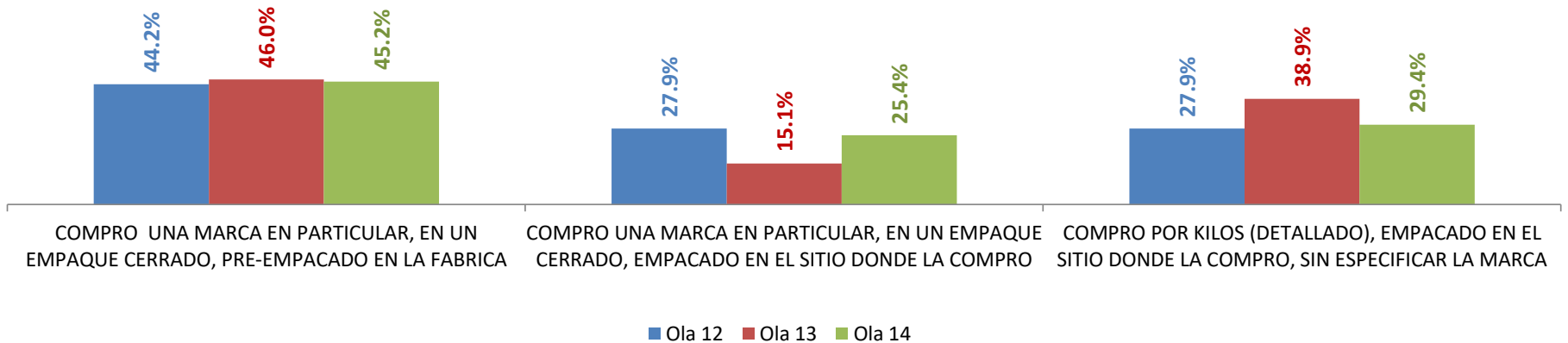
Evolución - Frecuencia de alimentación



Ola 12- 02/19: 358 Hogares con perros
 Ola 13- 09/20: 290 Hogares con perros
 Ola 14- 12/21: 302 Hogares con perros

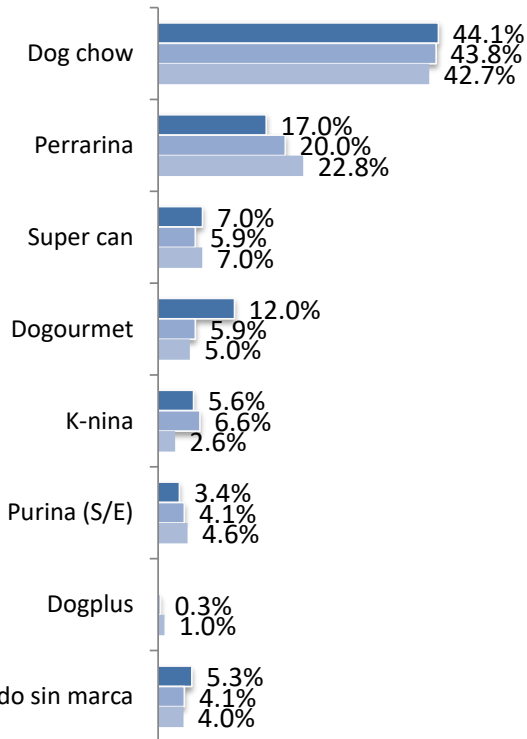
Bases:
 Ola 12: 165 hogares con perros que compran alimento empacado
 Ola 13: 126 hogares con perros que compran alimento empacado
 Ola 14: 177 hogares con perros que compran alimento empacado

Evolución - Forma de compra del alimento empacado



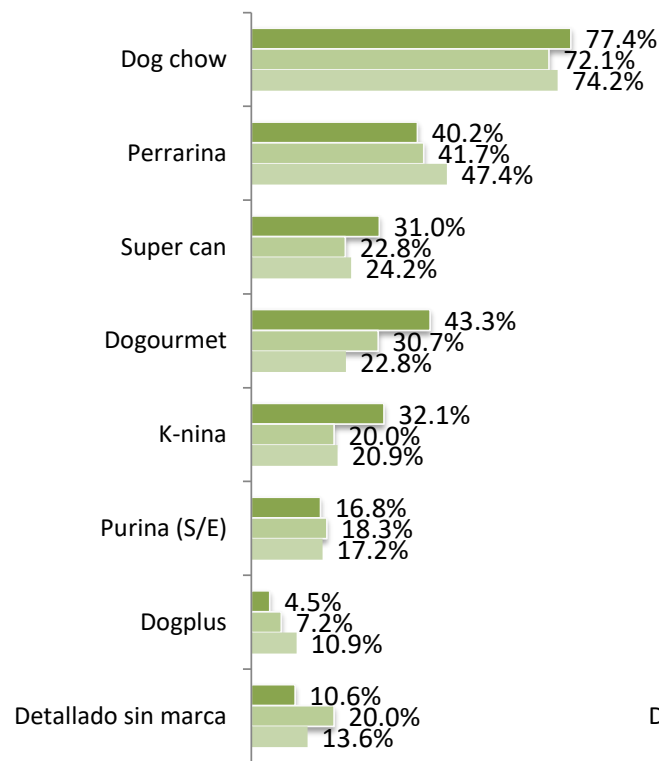
Conocimiento de marcas.

Top of mind



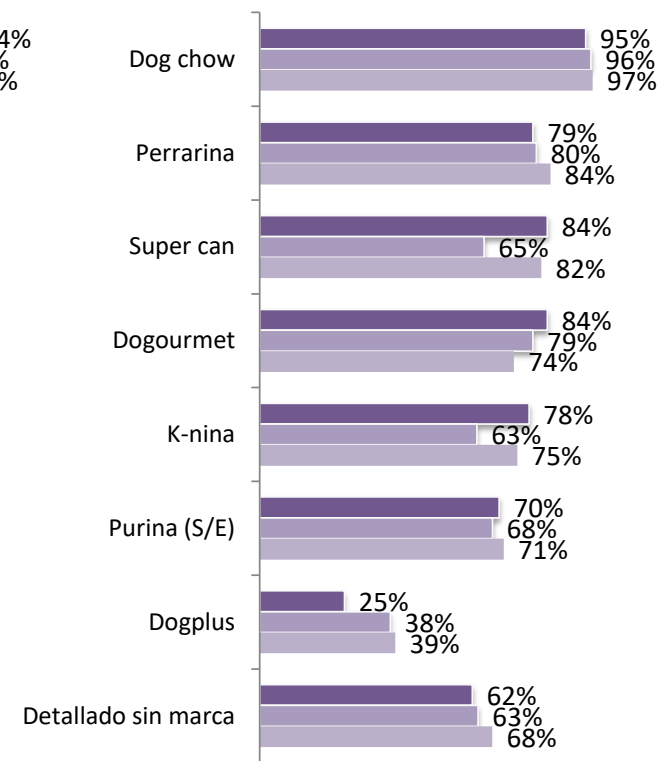
■ Ola 12 ■ Ola 13 ■ Ola 14

Espontáneo



■ Ola 12 ■ Ola 13 ■ Ola 14

Total

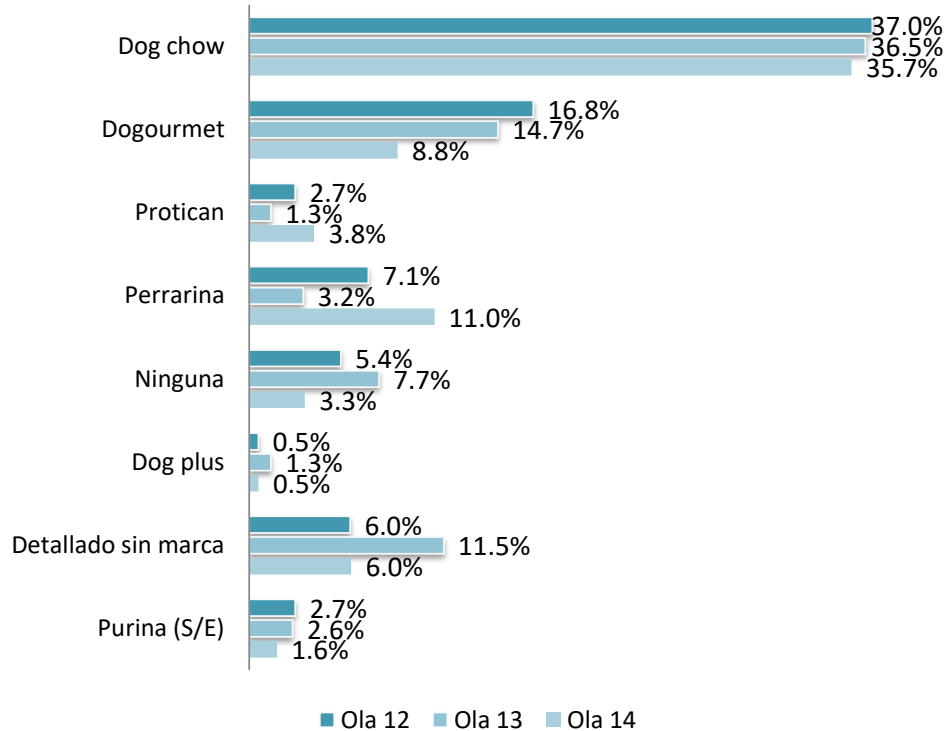


■ Ola 12 ■ Ola 13 ■ Ola 14

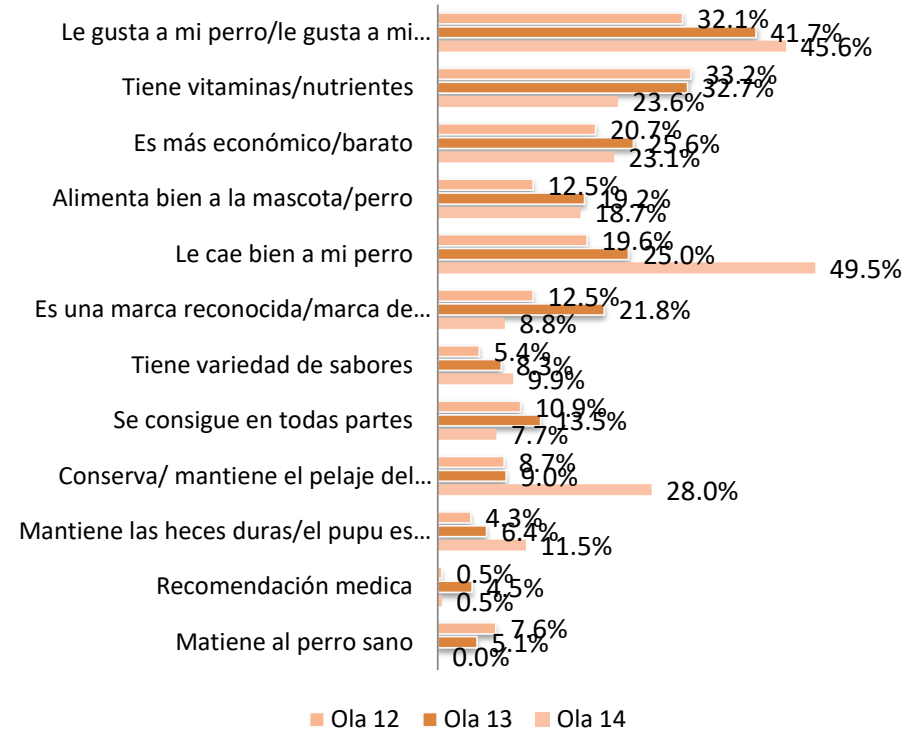
Ola 12- 02/19: 358
 Ola 13- 09/20: 290
 Ola 14- 12/21: 302

Preferencia de marcas.

Marca preferida



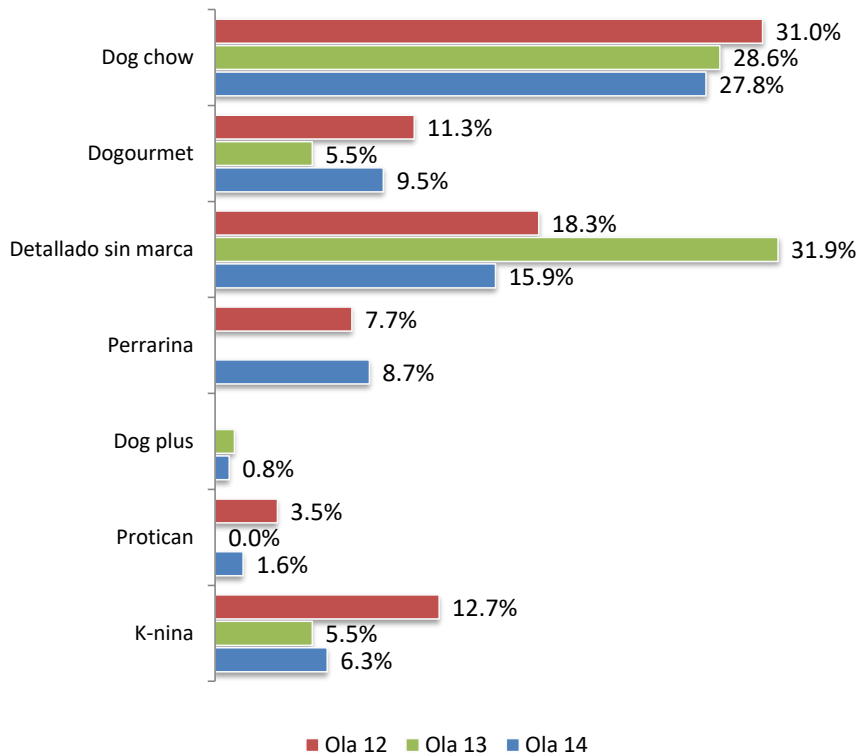
Razones de preferencia



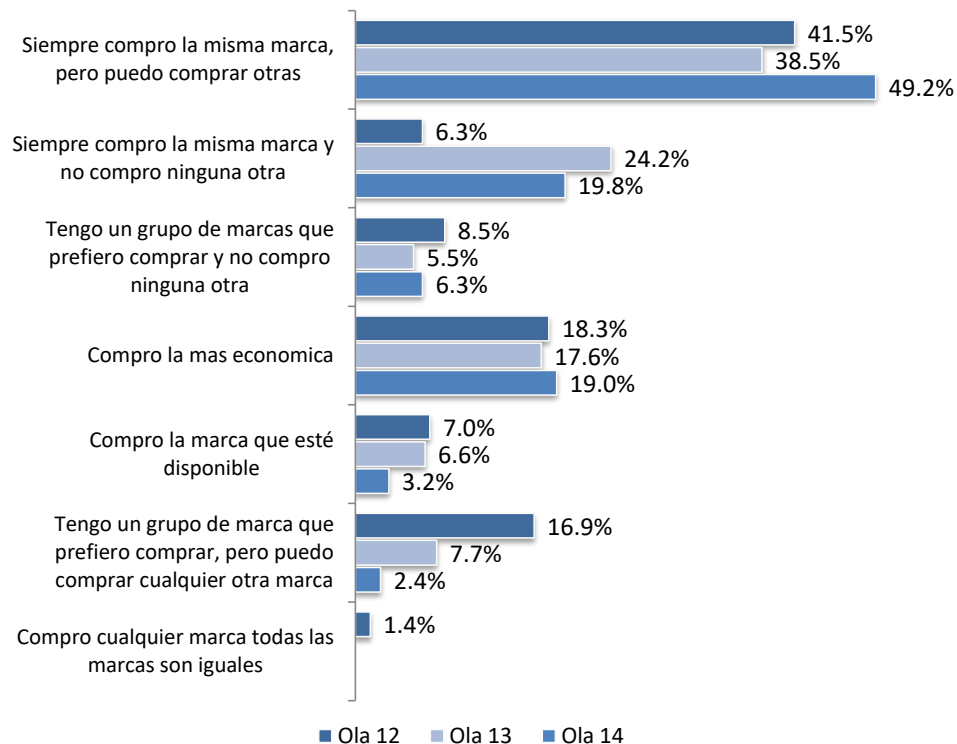
Bases:
 Ola 12 – 02/19: 184 Hogares
 Ola 13 – 09/20: 290 Hogares
 Ola 14 – 12/21: 302 Hogares

Relación con las marcas de alimento empacado.

Evolución - Marca de alimento empacado que le da a su perro con mayor frecuencia



Evolución- Lealtad hacia la marca de alimento empacado



Bases:

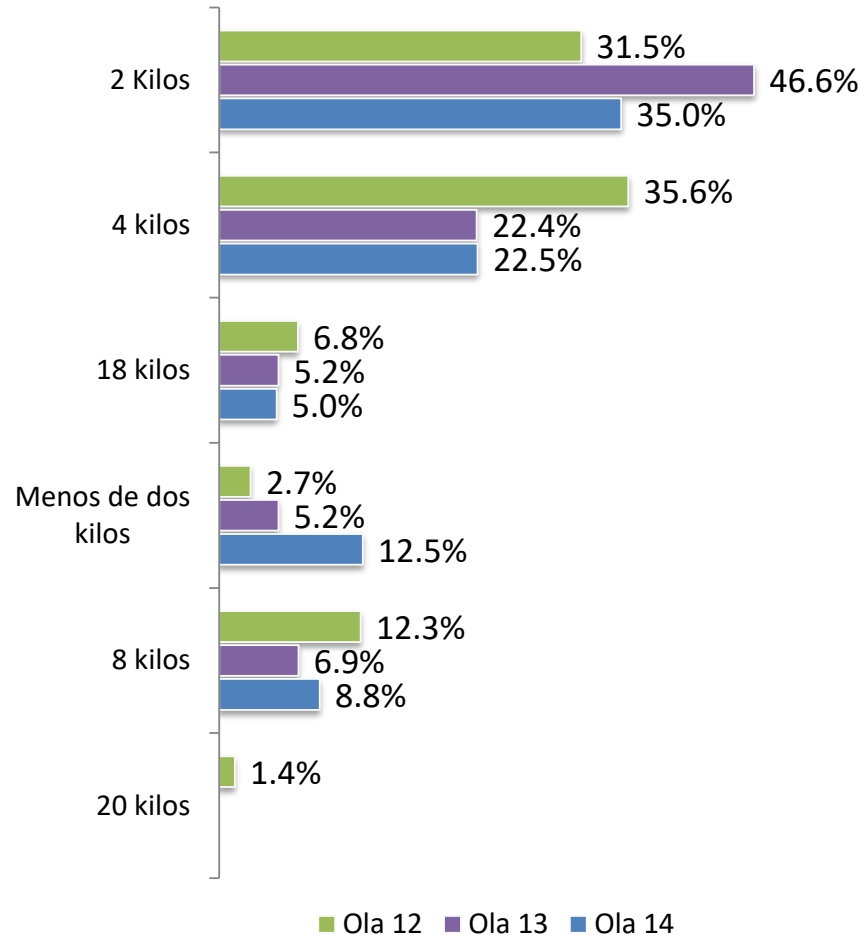
Ola 12 – 02/19: 142 hogares con perros que compran alimento empacado

Ola 13 – 09/20: 91 hogares con perros que compran alimento empacado

Ola 14 – 12/21: 126 hogares con perros que compran alimento empacado

Presentación que compra del alimento empacado.

Evolución - SKU



Bases:

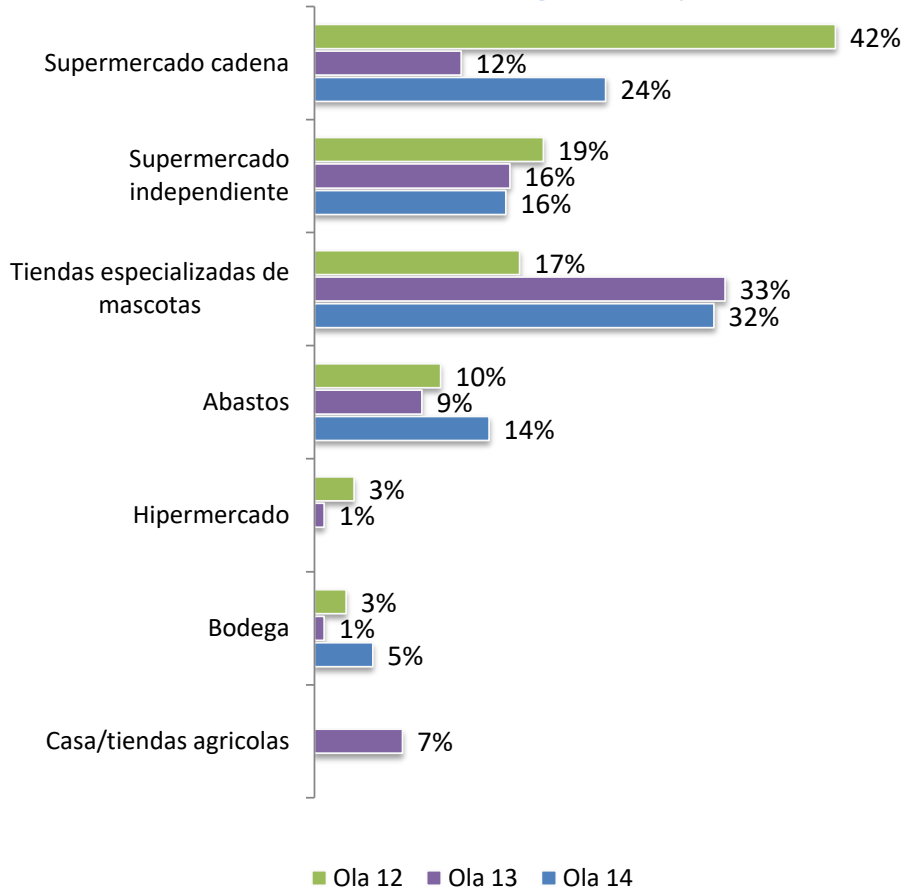
Ola 12 – 02/19: 73 hogares con perros que compran alimento empacado

Ola 13 – 09/20: 58 hogares con perros que compran alimento empacado

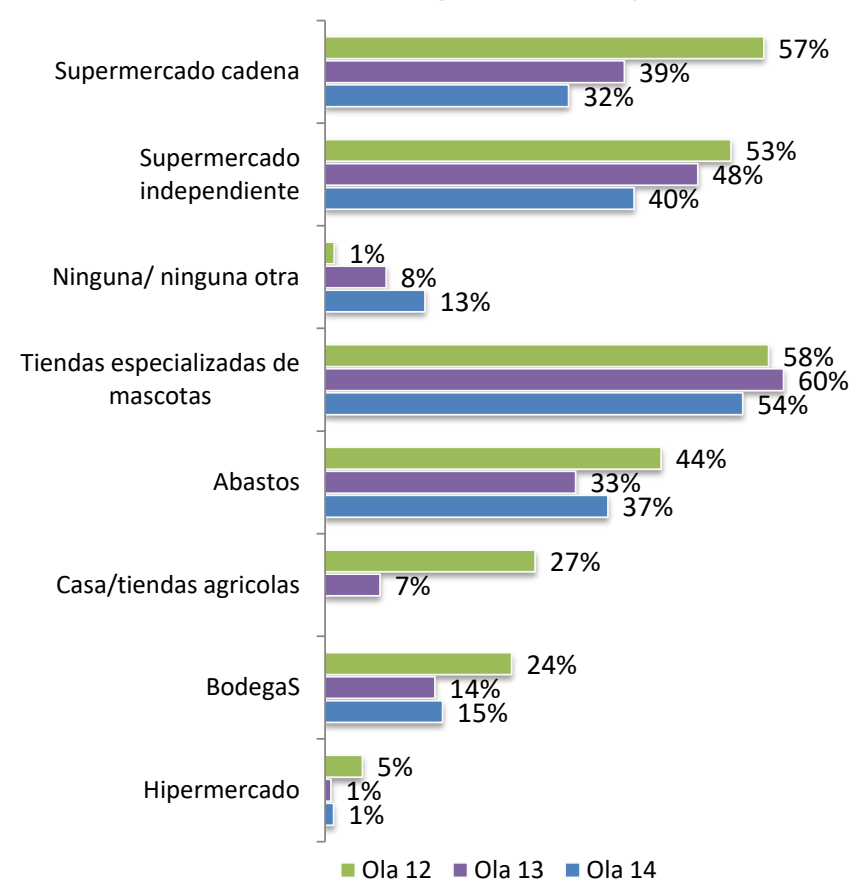
Ola 14 – 12/21: 80 hogares con perros que compran alimento empacado

Mención del lugar de compra.

Evolución - TOM Lugar compra

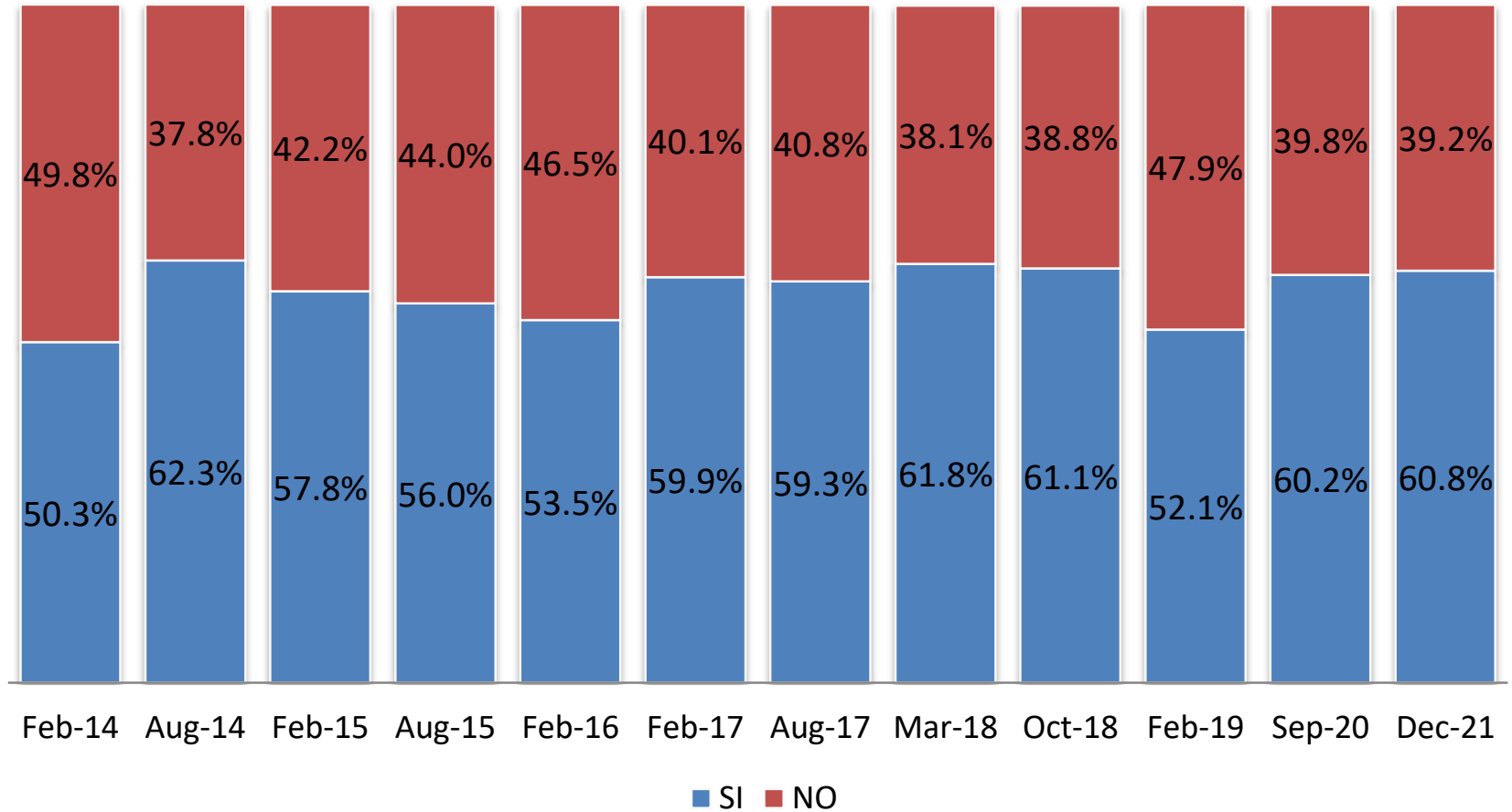


Evolución - Lugar de compra total



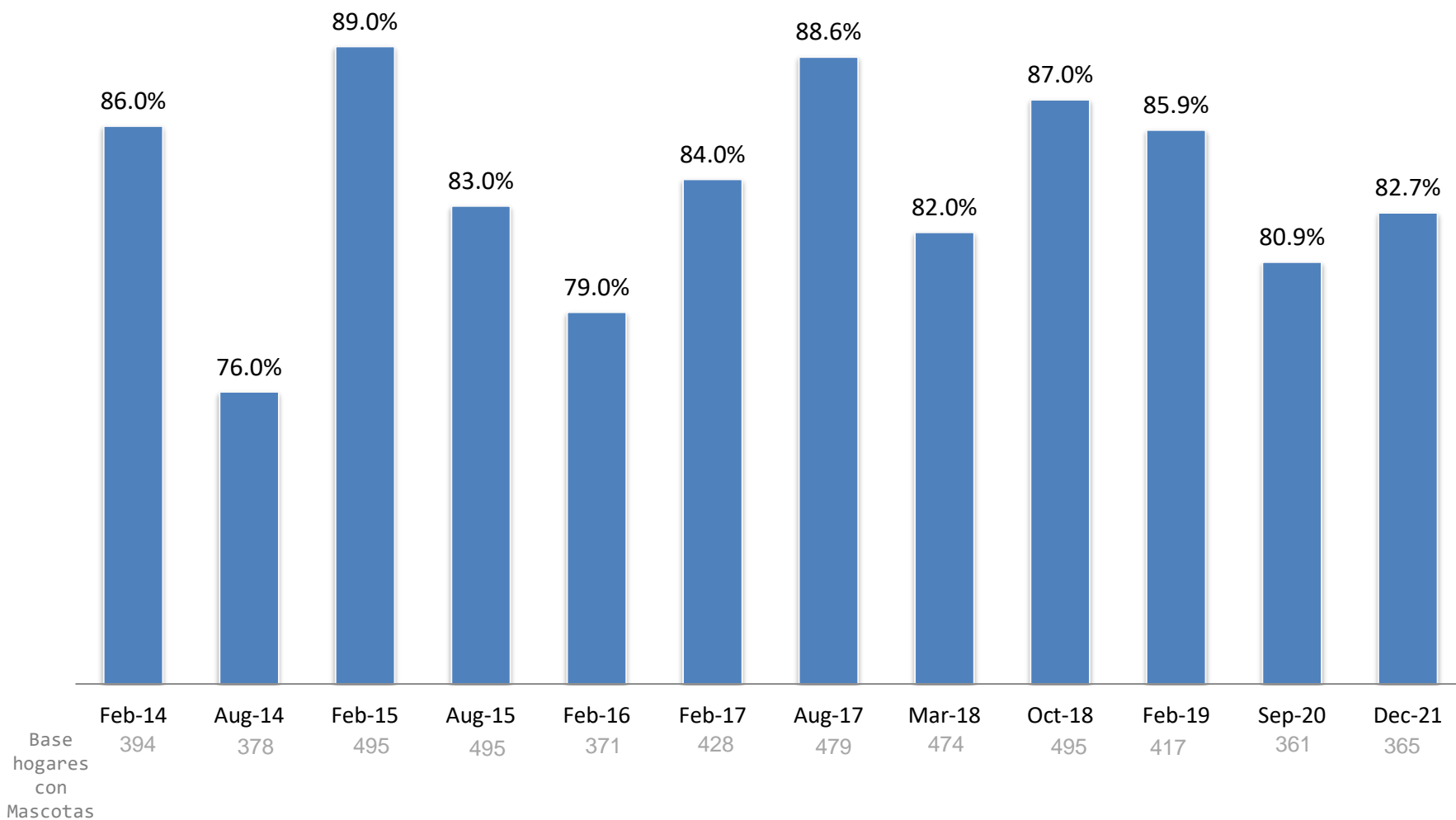
Bases:
 Ola 12 – 02/19: 165 Hogares con perros
 Ola 13 – 09/20: 126 Hogares con perros
 Ola 14 – 12/21: 177 Hogares con perros

Tenencia de mascotas.

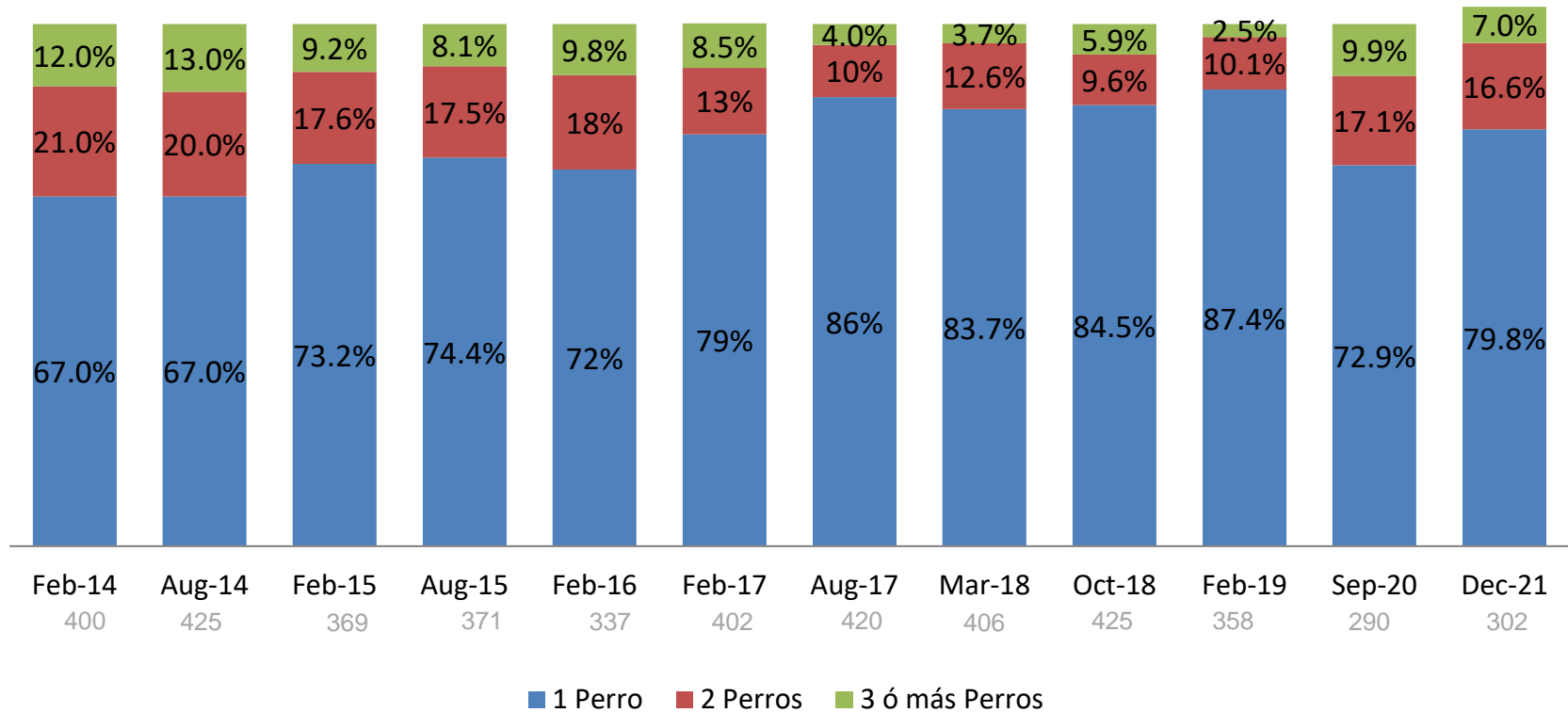


Base 600 hogares

Hogares que poseen perro como mascotas



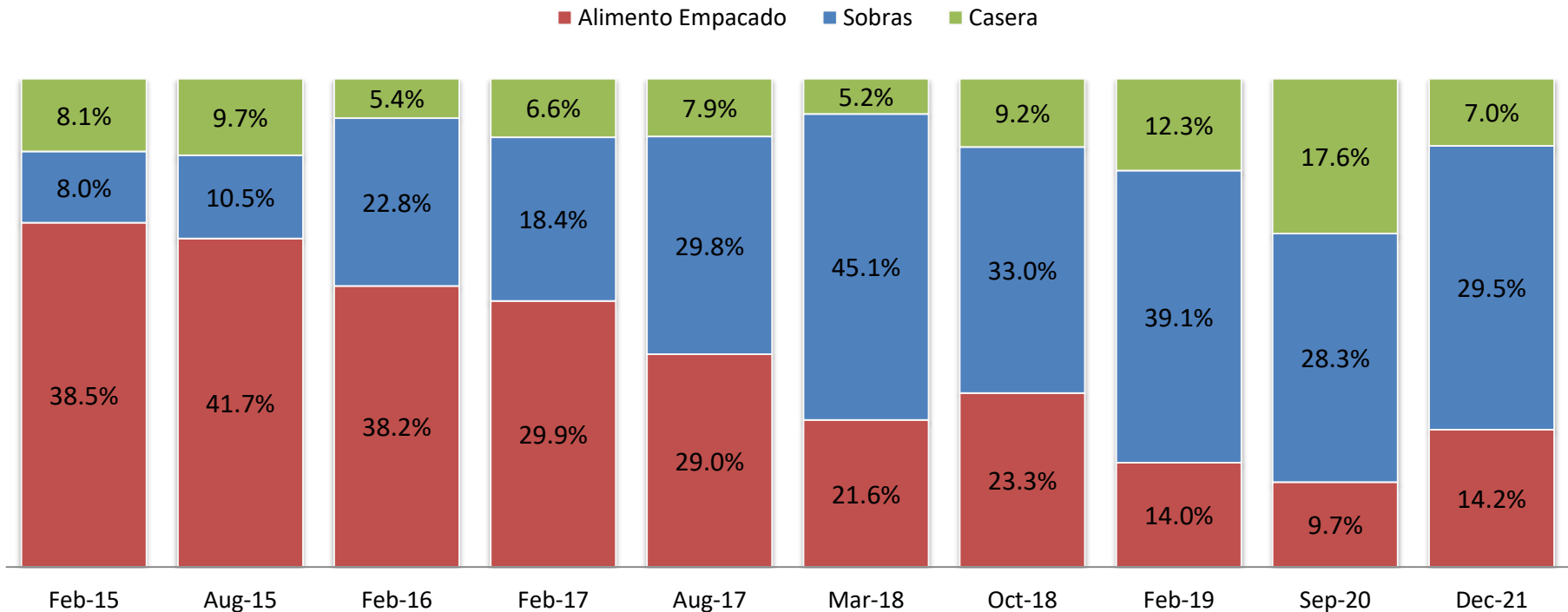
Cantidad de Perros por hogar



Base de hogares con Perros

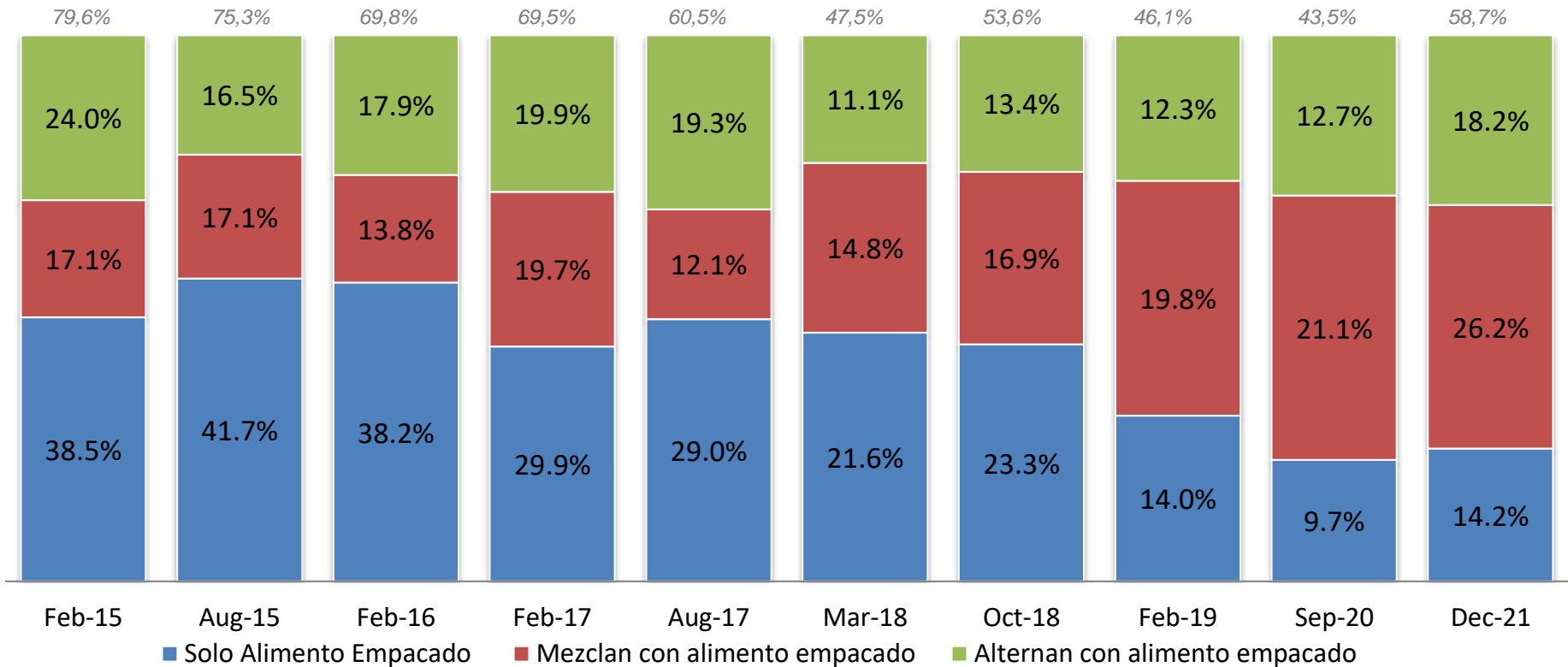
Penetración de la categoría de acuerdo a la forma de alimentación exclusiva.

En la última medición el porcentaje de hogares que alimentan a su perro de manera exclusiva con solo sobras era un 28,3%, ahora está en un 29,5% aumentando un 4.2%. Por otro lado, hubo un aumento de un 46,3% en hogares que alimentan a su perro de manera exclusiva con alimento empacado.

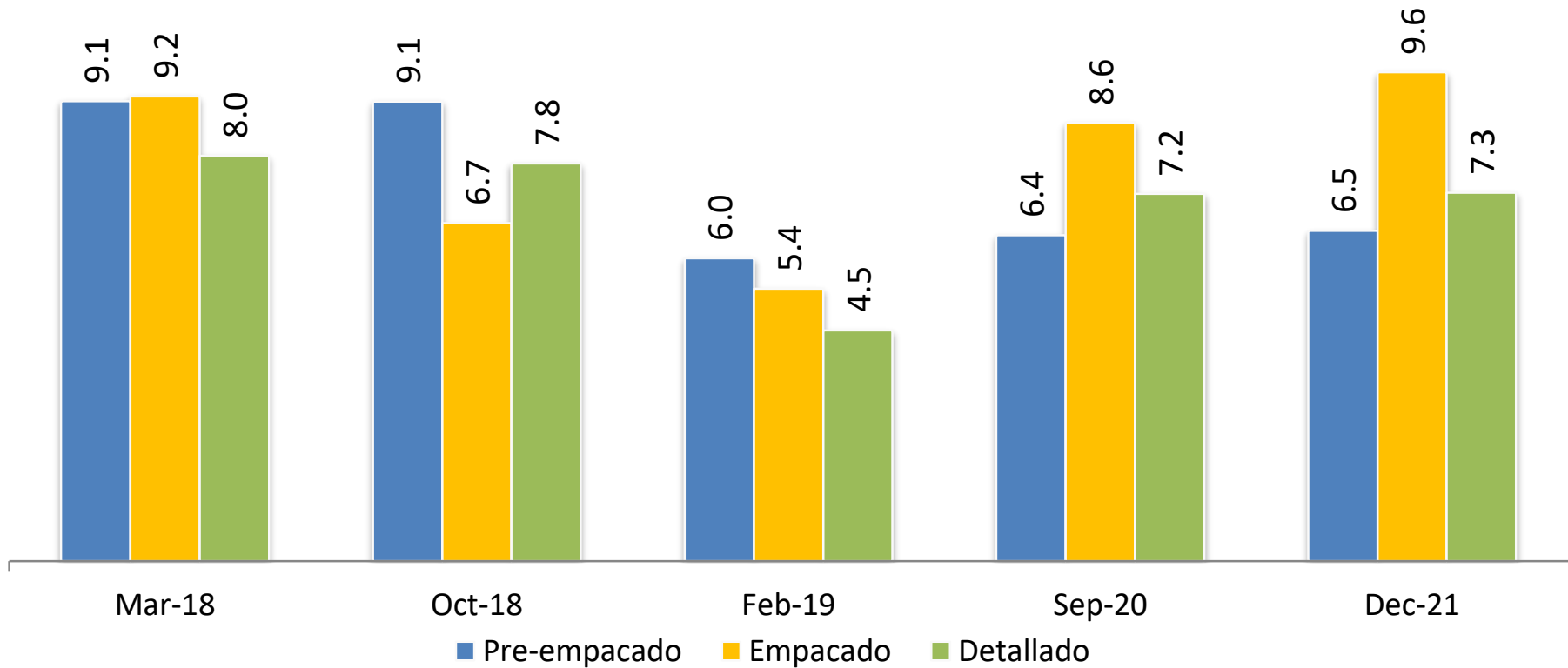


Base: 302 Hogares con perros para diciembre 2021.

Penetración de la categoría de acuerdo a la forma de alimentación.

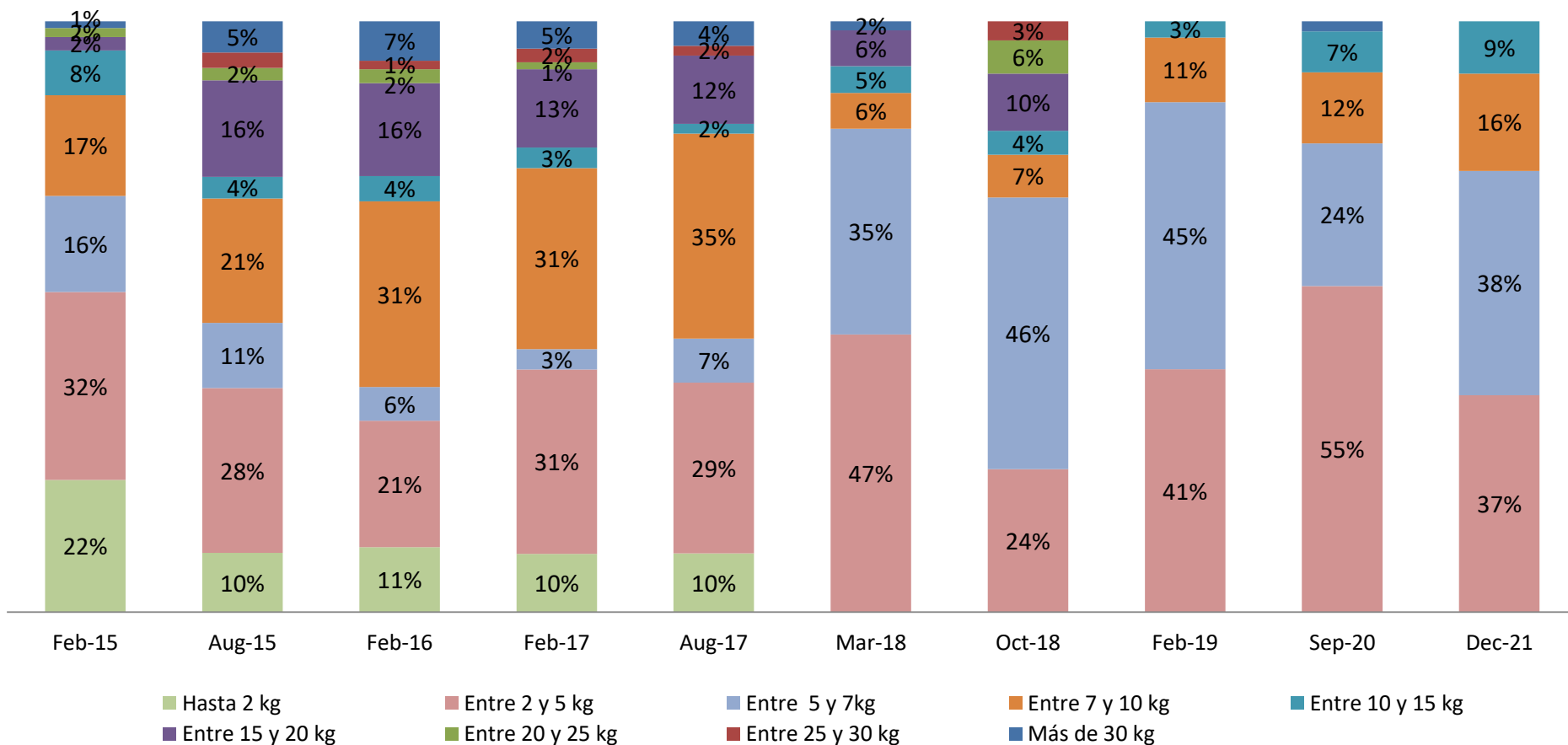


Volumen de compra promedio de alimento para perro mensual (Kg)



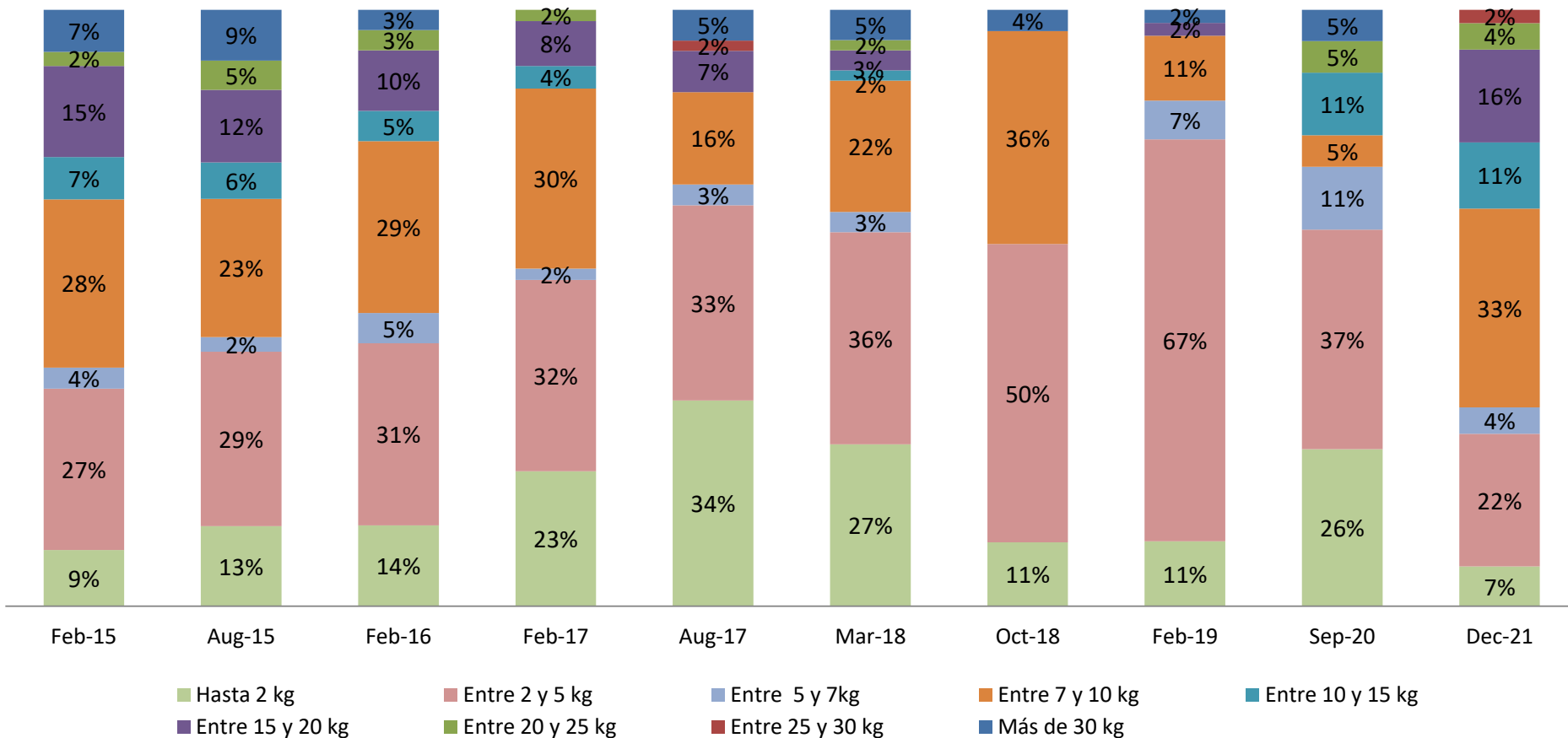
Base: 302 Hogares con perros para diciembre 2021

Volumen de compra de alimento pre-empacado mensual.



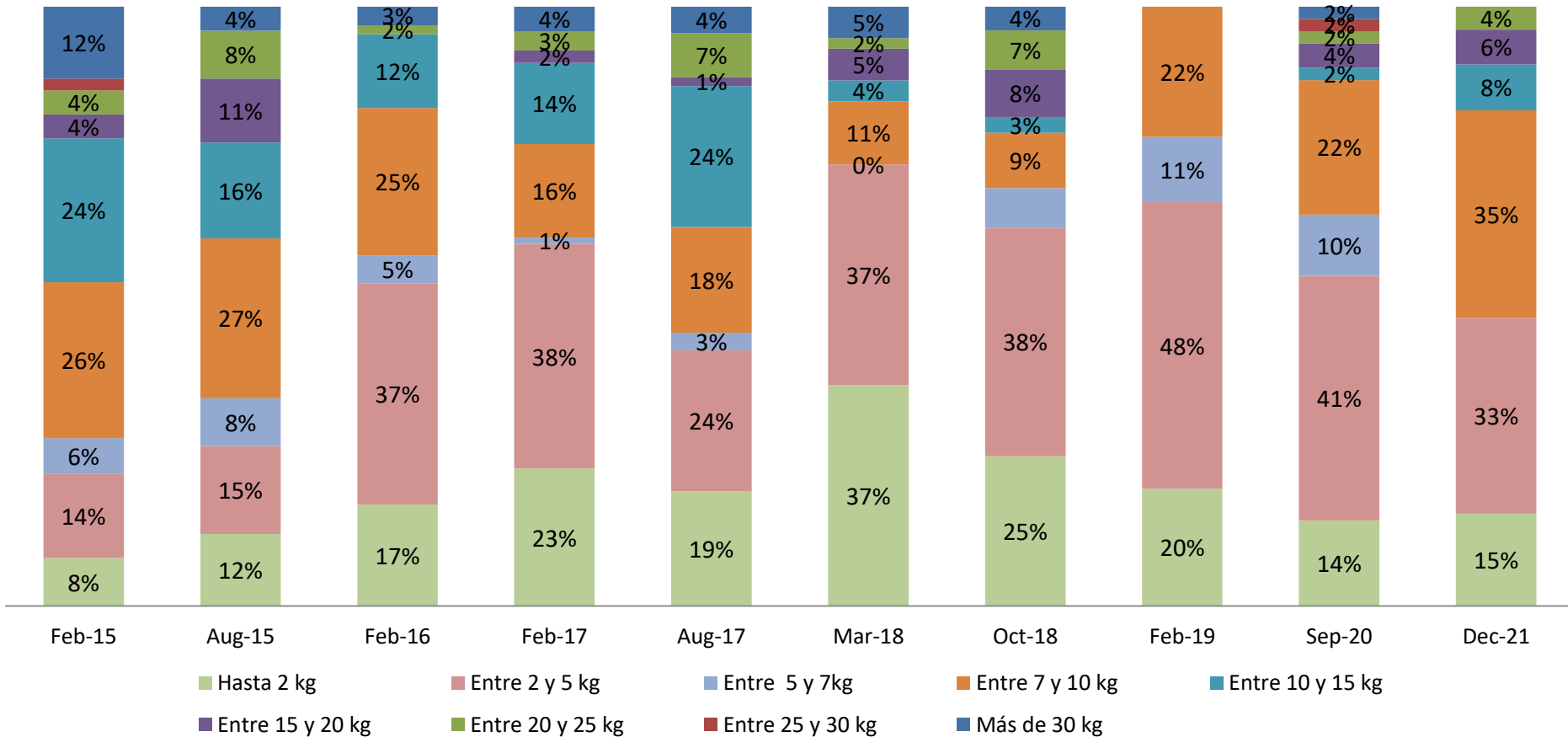
Base 80 hogares con perros que compran alimento pre-empacado para diciembre 2021.

Volumen de compra de alimento empacado mensual.



Base 45 hogares con perros que compran alimento empacado para diciembre 2021.

Volumen de compra de alimento detallado mensual.



Base 52 hogares con perros que compran alimento detallado para diciembre 2021.



Alimentos Polar