



POSICIONAMIENTO

MARCAS DE ALIMENTO CONCENTRADO PARA PERROS 2023

-Proyecto Tíbet 2023-

PRESENTADO A:



No. Proyecto 8162 - Fecha: Abril de 2023

OBJETIVOS

Objetivo General

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

Objetivos Específicos

- Penetración de la categoría en hogares (a través de incidencias)
- Nombre y raza de los perros.
- 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



Ficha técnica



TÉCNICA

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



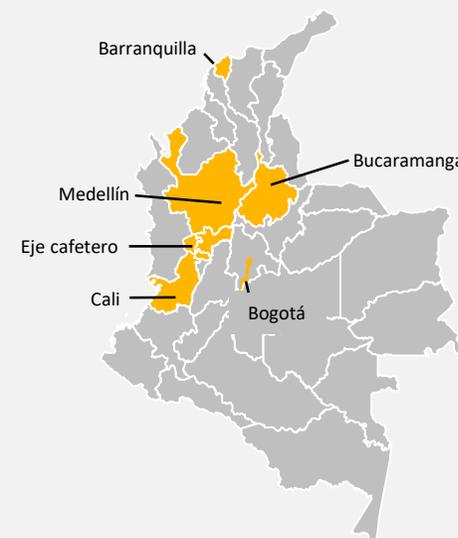
GRUPO OBJETIVO

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



COBERTURA

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



Ponderación



2022:

Se realizaron 1.050 encuestas distribuidas de la siguiente manera:

	Sin ponderar	% sin ponderar	Ponderada	% ponderado
Bogotá	300	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	349	33%	432	41%
Estrato 3	351	33%	442	42%
Estrato 4	350	33%	176	17%
TOTAL	1.050	100%	1.050	1.050

Tenencia de perro	50%
Penetración alimento perro	98%

2023:

Se realizaron 1.051 encuestas distribuidas de la siguiente manera:

	Sin ponderar	% sin ponderar	Ponderada	% ponderado
Bogotá	300	29%	540	51%
Medellín	200	19%	169	16%
Cali	201	19%	163	16%
Barranquilla	150	14%	84	8%
Bucaramanga	100	10%	36	3%
Eje Cafetero	100	10%	59	6%

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

Tenencia de perro	56%
Penetración alimento perro	97%



Raza

Criollo	41%
Pinscher	9%
French Poodle	8%
Pit Bull	8%
Cocker Spaniel	5%
Schnauzer	4%
Labrador	4%
Golden	3%
Shih tzu	3%
Chihuahua	3%
Beagle	3%
Pug	3%
Husky	3%
Bulldog francés	2%
Yorkshire	2%
Pastor Alemán	1%
Lobo Siberiano	1%
Bulldog	1%
Bóxer	1%
Bull Terrier	1%
Dóberman	1%
Border Collier	1%
No sabe /No responde	1%
Rottweiler	1%
San Bernardo	1%
Jack russell	1%
Caniche	1%
Perro salchicha	1%

Base: 1.051

Nombres

Base: 1.051

Luna	5%
Toby	4%
Bruno	3%
Lulu	2%
Lucas	2%
Princesa	2%
Mia	2%
Zeus	2%
Kiara	2%
Kira	2%
Max	2%
Sacha	2%
Canela	2%
Milu	1%
Lola	1%
Coco	1%
Simon	1%
Kathy	1%
Lupe	1%
Copito	1%
Tommy	1%

Moly	1%
Niño	1%
Negra	1%
Tomas	1%
Dulce	1%
Lupita	1%
Bella	1%
Muñeca	1%
Rocky	1%
Nala	1%
Teo	1%
Mateo	1%
Alaska	1%
Luky	1%
Blue	1%
Frida	1%
Toni	1%

Cuqui	1%
Richard	1%
Tequila	1%
Susi	1%
Dana	1%
Africa	1%
Channel	1%
Ramona	1%
Roco	1%
Terry	1%

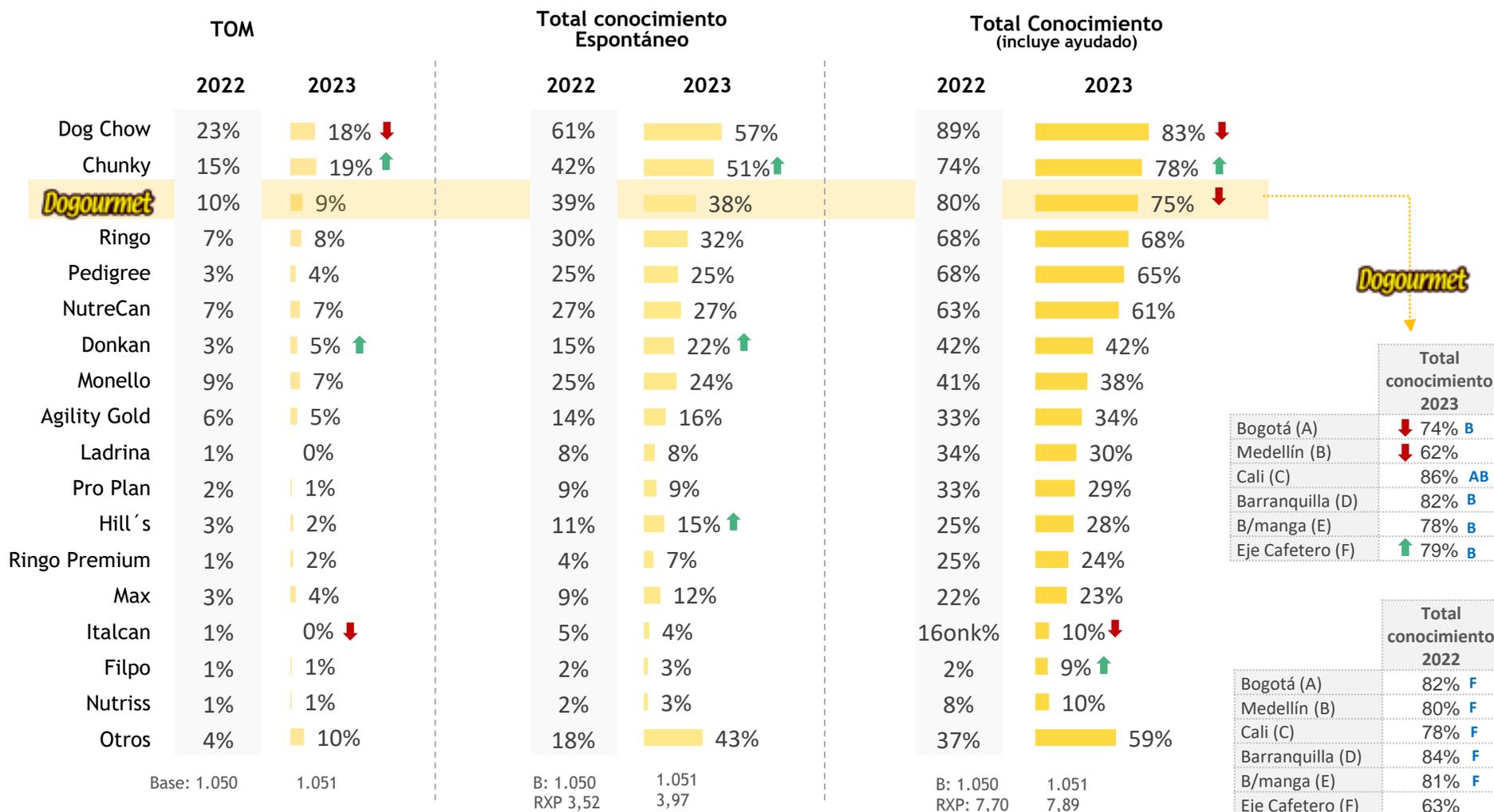


DINÁMICA DE MARCAS

APRENDIZAJES:

- Chunky presenta un importante crecimiento en conocimiento, recordación publicitaria, preferencia y compra, lo que le permite avanzar y posicionarse junto a Dog Chow como una marca líder en la categoría.
- Dog Chow aunque mantiene su liderazgo con altos indicadores, presenta decrecimiento en conocimiento, top of mind de preferencia, compra en el último mes e intención de compra y recomendación.
- Dogourmet se mantiene estable a nivel general, aunque con decrecimientos en conocimiento y en el top box de intención de compra.
- Las demás marcas se mantienen sin variaciones relevantes, exceptuando Donkan quien presenta algunos cambios positivos, aunque todavía con bajos porcentajes.

CONOCIMIENTO DE MARCAS



Aunque **Dog Chow** sigue siendo líder en conocimiento, presenta disminuciones significativas frente al 2022, mientras que **Chunky** crece y se le acerca.

Otra marca que aumenta en su conocimiento es **Donkan**.

Dogourmet por su parte presenta un decrecimiento en el conocimiento total, apalancado principalmente por la disminución que se da en Bogotá y Medellín.

↑ ↓ Dif. Significativas entre olas



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

RECORDACIÓN PUBLICITARIA

Recordación Publicitaria

	2022	2023
Dog Chow	29%	28%
Dogourmet	25%	21%
Chunky	11%	18% ↑
Pedigree	11%	12%
Ringo	6%	9% ↑
NutreCan	6%	8%
Monello	5%	6%
Donkan	5%	4%
Hill's	3%	4%
Agility Gold	3%	3%
Pro Plan	2%	2%
Max	2%	2%
Otro	4%	6%
Ninguna	29%	30%
No sabe / No contesta	4%	5%

Base: 1.050 1.051
RXP: 1,45 1,60

Dog Chow y Dogourmet se mantienen sin cambios significativos, mientras que **Chunky** aumenta y se posiciona como la tercera marca más recordada.

Las demás marcas se mantienen sin cambios significativos, exceptuando **Ringo** que presenta un leve crecimiento.

↑ ↓ Dif. Significativas entre olas



PREFERENCIA

Chunky y Dog Chow continúan siendo las marcas preferidas en la categoría, con cambios frente a la medición anterior: Chunky crece logrando ubicarse en el primer lugar de preferencia, mientras que Dog Chow decrece en top of mind. No hay diferencias importantes en las razones de preferencia de estas marcas. Las sigue Dogourmet quien no presenta cambios.

	TOM Preferida		Total Preferida		
	2022	2023	2022	2023	
Chunky	14%	19% ↑	22%	28% ↑	
Dog Chow	18%	13% ↓	27%	27%	
Dogourmet	10%	8%	18%	18%	
Monello	10%	8%	14%	14%	
Ringo	7%	7%	11%	13%	
NutreCan	7%	7%	12%	11%	
Donkan	4%	5%	6%	9% ↑	
Agility Gold	6%	6%	9%	7%	
Max	4%	5%	5%	7%	
Pedigree	3%	3%	8%	7%	
Hill's	2%	3%	5%	4%	
Pro Plan	2%	1%	4%	3%	
Italcan	1%	0%	2%	1% ↓	
Filpo	1%	1%	1%	1%	
Otros	10%	11%	12%	9%	
Ninguna	1%	2%	45%	43%	
No sabe / No contesta	0%	1%	2%	6%	
	Base: 1.050	1.051	1.050	1.051	
			2,08	2,07	

	Total preferida 2023
Bogotá (A)	16%
Medellín (B)	11%
Cali (C)	29% ABDF
Barranquilla (D)	11%
B/manga (E)	31% ABDF
Eje Cafetero (F)	17%

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

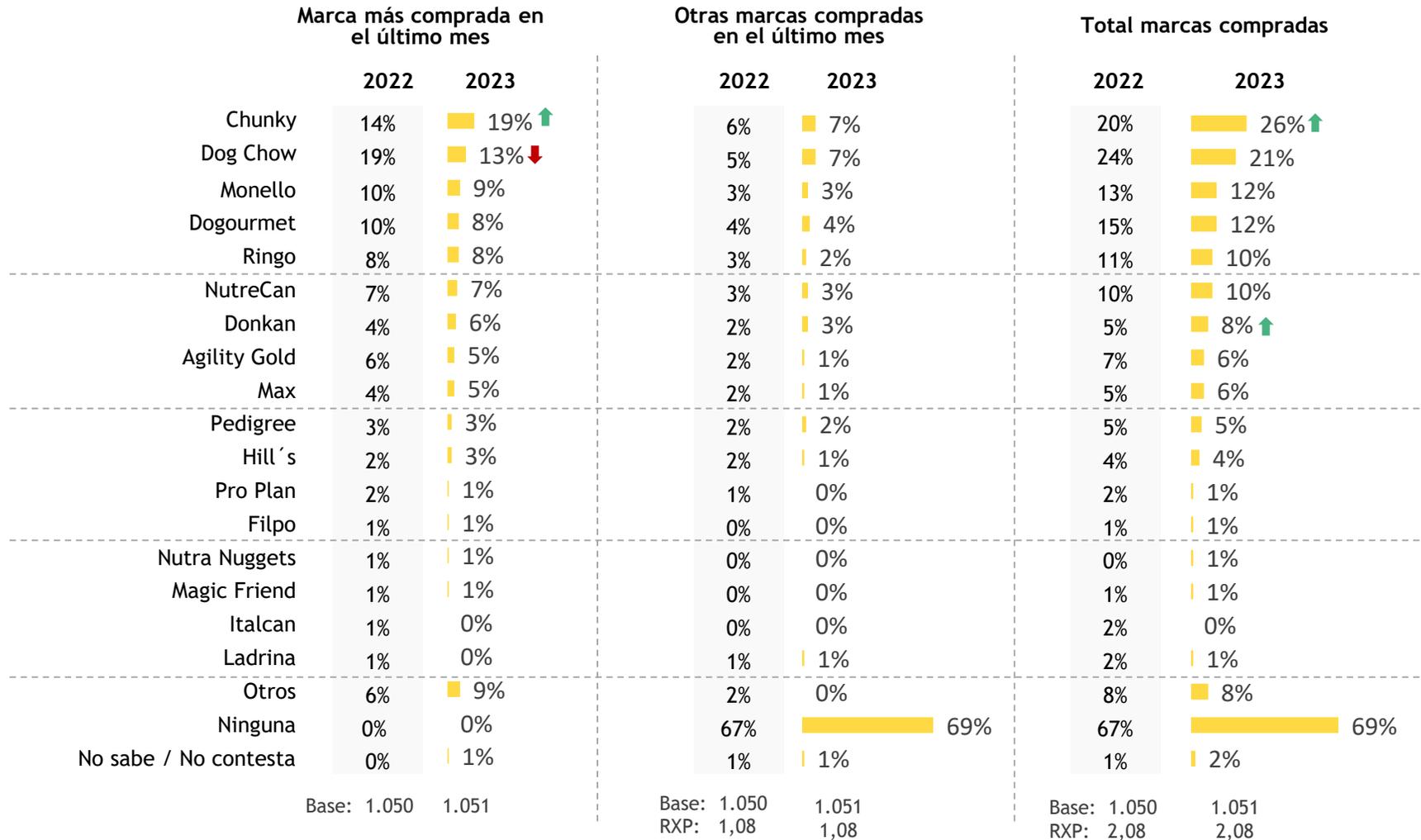
Razones de Preferencia	DOG CHOW		Chunky	
	2022	2023	2022	2023
Por su calidad	51%	58%	54%	50%
Favorece la salud de mi perro	37%	31%	39%	31%
Es una marca reconocida	28%	49% ↑	27%	25%
Mantiene brillante el pelaje del perro	22%	24%	24%	25%
Por su precio/es económica	21%	18%	23%	13% ↓
Es una marca recomendada por opinión del veterinario	17%	10%	20%	20%
Es rendidora/ rinde más	16%	15%	17%	16%
Es de tradición	15%	22%	16%	12%
Por su olor agradable	15%	13%	15%	11%
Tiene variedad de sabores	13%	11%	13%	10%
Mantiene los excrementos consistentes y sin mal olor	12%	6%	10%	12%
Cuida su sistema digestivo	-	26%	-	35%
Tiene beneficios para la salud de mi mascota	-	20%	-	30%
Tiene más proteína	-	19%	-	24%
Otros	6%	38%	2%	22%
	Base: 226	165	Base: 144	190
	RXP: 2,51	3,62	RXP: 2,62	3,64



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

↑ ↓ Dif. Significativas entre olas

DINÁMICA DE COMPRA



En línea con la preferencia, **Chunky** crece y se ubica como la marca más comprada, seguida por **Dog Chow** (pese a que decrece la compra en el último mes).

Donkan presenta un leve incremento y las demás marcas se mantienen sin variaciones frente al año anterior.

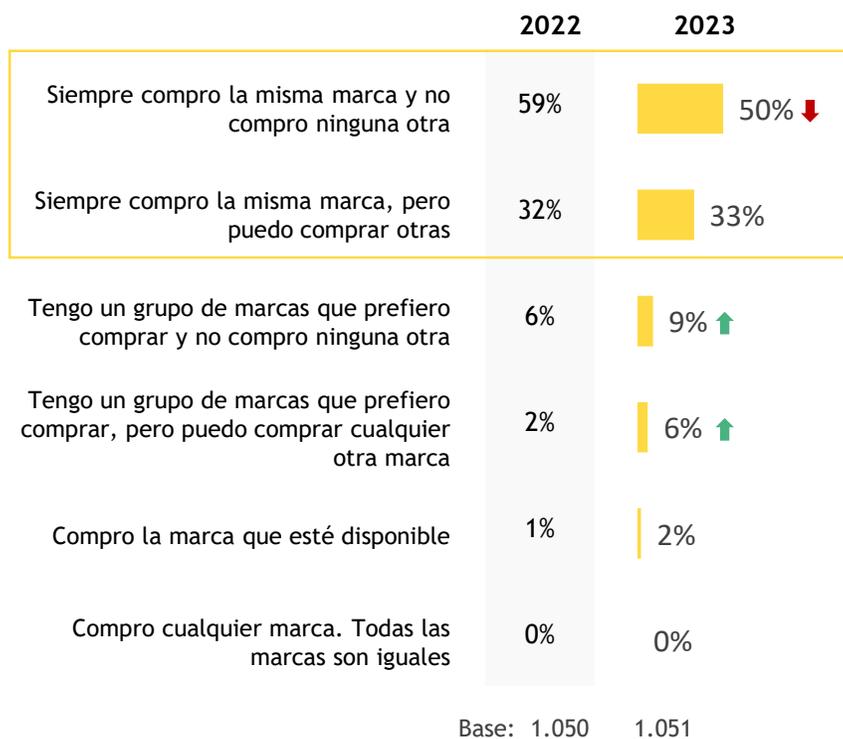
↑ ↓ Dif. Significativas entre olas



H.1. ¿Cuál es la marca de concentrado/alimento para perros que más ha comprado en el último mes?
H.2. ¿Qué otras marcas ha comprado en el último mes?
H.3. Y cuales otras marcas ha comprado alguna vez?

LEALTAD DE MARCA

La mayoría se mantiene fiel a una marca. Sin embargo, en Bogotá y Cali hay una disminución en este comportamiento.



Bogotá (A)		Medellín (B)		Cali (C)		Barranquilla (D)		Bucaramanga (E)		Eje Cafetero (F)	
2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
69%	56% ↓ CDE	53%	57% CDE	37%	26% ↓	36%	38% C	47%	38% C	80%	68% CDE
25%	23%	29%	32%	55%	59% ABEF	46%	56% ABEF	34%	33%	15%	21%
4%	11% ↑ D	10%	5%	6%	12% BD	10%	2% ↓	12%	18% BD	3%	9% D
1%	7% ↑ F	7%	6% F	2%	3%	0%	2%	2%	10% ↑ CDF	2%	0%
1%	2%	1%	0%	0%	0%	7%	2% ↓	1%	0%	0%	2% BC
0%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	4%	1% BC	0%	0%
300	300	200	200	200	200	150	150	100	100	100	100



ABCDEF Diferencias significativas entre ciudades 2023

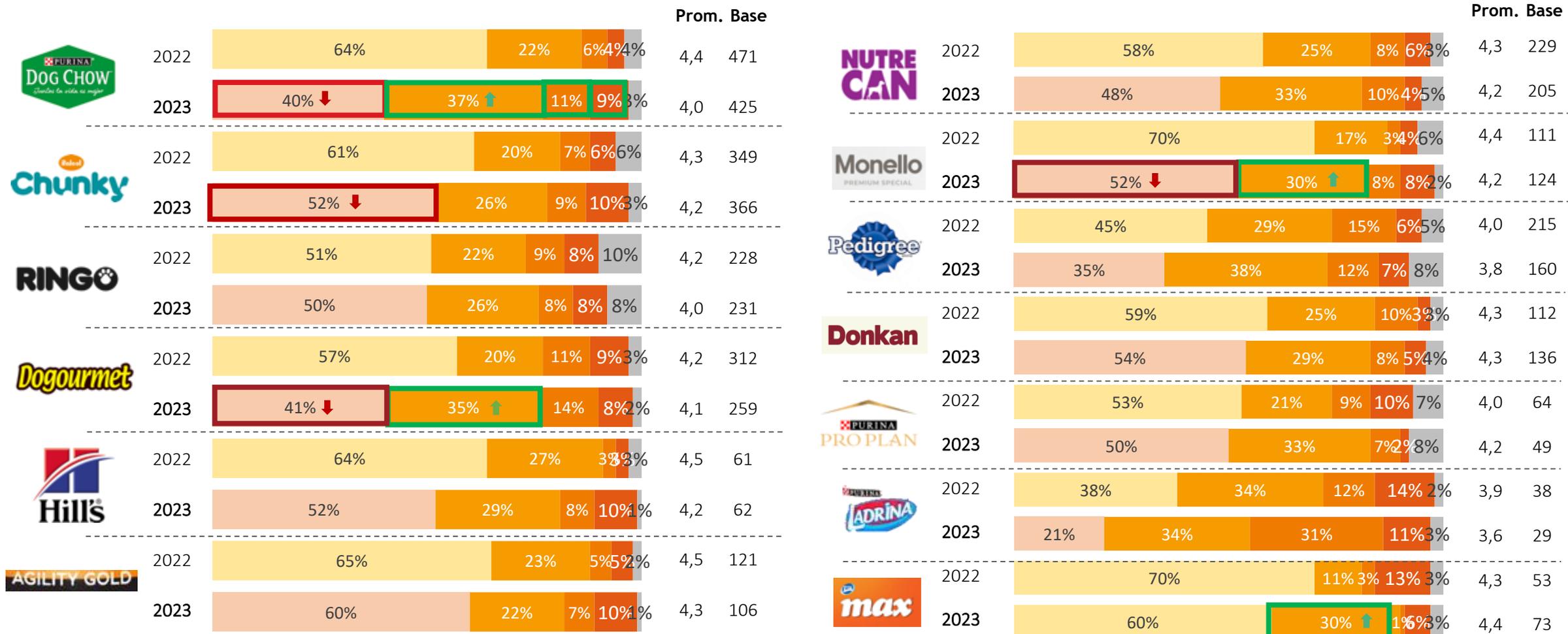
↓ ↑ Dif. Significativas entre olas



INTENCIÓN DE COMPRA

La intención de compra de varias marcas relevantes en la categoría como son Dog Chow, Chunky, Dogourmet y Monello disminuye frente a la medición pasada.

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

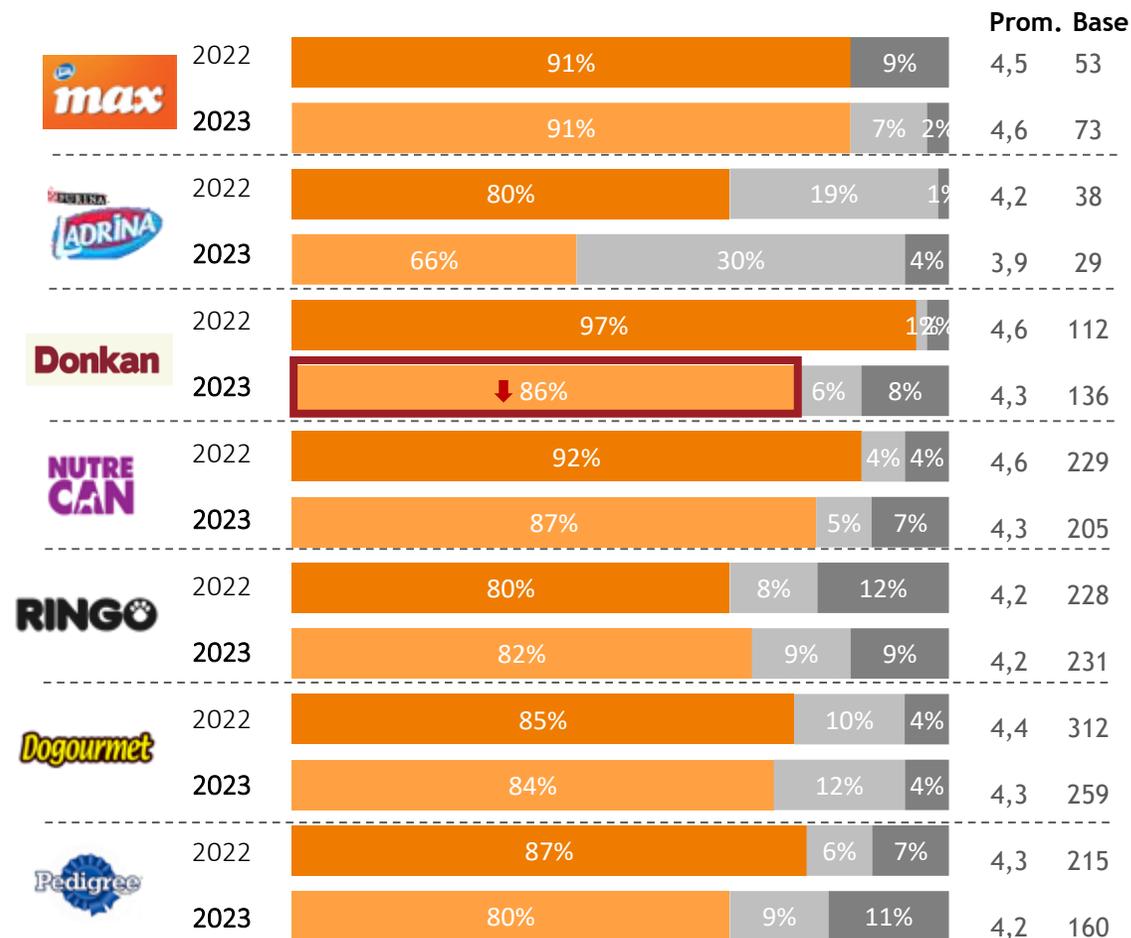
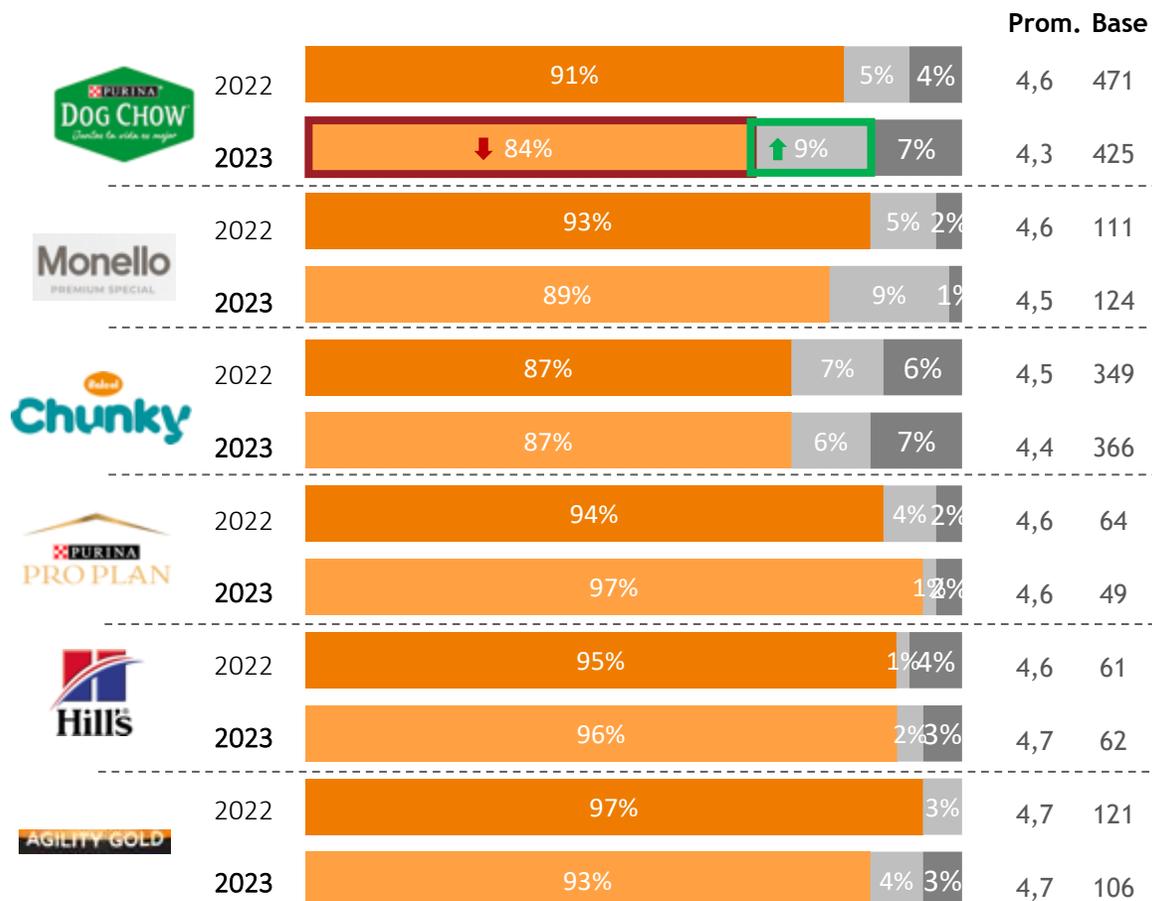


↓ ↑ Dif. Significativas entre olas

RECOMENDACIÓN

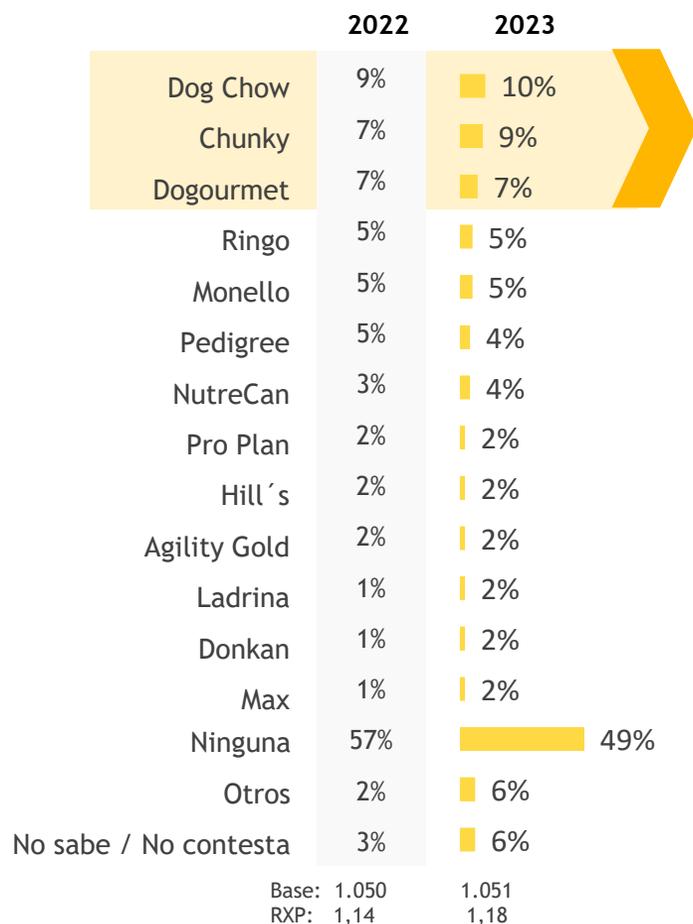
- Definitivamente la recomendaría+ la recomendaria
- No se si recomendarla o no
- Definitivamente no la recomendaría + No la recomendaria

La recomendación se mantiene estable, con excepción en Dog Chow y Donkan, en donde se presenta disminución en el indicador de top box.



ABANDONO DE MARCAS

Marcas que ha dejado de comprar



Se presenta poco abandono de marcas y se da principalmente en las de mayor participación, como es de esperarse. Las razones que se asocian a estos pocos casos están relacionadas con problemas estomacales y la falta de agrado por parte del perro.

Razones Principales de Abandono						
	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Problemas estomacales y de deposición	41%	33%	36%	46%	36%	33%
No le gusta a mi perro	38%	33%	35%	44%	36%	38%
No favorece la salud de mi perro	13%	18%	20%	26%	16%	21%
Es costosa	28%	16%	15%	6%	22%	10%
Le sentó mal a su digestión	-	10%	-	13%	-	8%
Los componentes no son adecuados para el animal	6%	9%	4%	-	-	-
Por mala calidad	15%	7%	8%	12%	11%	23%
Hace que se le caiga el pelo a mi mascota	1%	6%	4%	1%	2%	-
Por opinión del veterinario	10%	5%	11%	4%	7%	3%
No mantiene el pelaje suave y brillante	-	4%	-	3%	1%	4%
Encontré una marca mejor	-	4%	3%	7%	3%	6%
Otros	5%	8%	28%	13%	17%	7%
Base	85	86	69	77	68	63
RPP	1,58	1,53	1,59	1,77	1,51	1,52



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

ANÁLISIS DE IMAGEN

APRENDIZAJES:

- En el ranking de atributos de la categoría cuidar el sistema digestivo del perro se convierte en el atributo de mayor importancia.
- En el cuadrante de los atributos de producto, se mantiene la posición de las marcas muy similar al año 2022, exceptuando a Donkan, Ringo y Agility, quienes toman fuerza y se posicionan cerca a las marcas líderes.
- En el análisis de cuadrantes de atributos de marca también se evidencian los mismos cambios positivos para Donkan, Ringo y Agility. Donde además, Pedigree, Ringo Premium y Proplan ascienden en términos de imagen.

ATRIBUTOS DE PRODUCTO EVALUADOS

Tiene variedad de recetas para mi perro	Se mantienen iguales a la anterior medición
Tiene el sabor que le gusta a mi perro	
Es para todas las razas	
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad del perro	
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios para el perro	
Favorece la salud del perro lo mantiene con vigor/ entusiasmo	
Mantiene brillante el pelaje del perro	
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	
Es rendidor	
Su empaque es práctico	Se eliminó para la medición 2023
Tiene más proteína	Se mantienen iguales a la anterior medición
Ayuda con la digestión / Fortalece el sistema digestivo	
Tiene variedad de sabores como arroz, carne, pollo, verduras, etc	Se eliminó para la medición 2023
Tiene pepitas de formas y colores	Se mantienen iguales a la anterior medición
Tiene carne de verdad	
Ingredientes de alta calidad	
Ayuda a fortalecer sus defensas	
Hace feliz a mi perro	
Cuida los dientes de mi perro	
Que satisfaga al perro / que lo llene/ que no quede con hambre	
No tienen colorantes ni preservantes/ es natural	
Con DHA para el desarrollo del cerebro	
Tiene prebióticos	Se agregaron en la medición 2023
Cuida su sistema digestivo	
Es suave con su pancita	
Tiene beneficios para la salud de mi mascota	

RANKING DE ATRIBUTOS DE LA CATEGORÍA

	Ranking		2023			
	2022	2023	Primera Posición	Segunda y Tercera Posición	Cuarta y Quinta Posición	Sexta y Séptima Posición
	Cuida su sistema digestivo	-	8%	10%	15%	12%
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios para el perro	8%	7%	7%	15%	13%	9%
Mantiene brillante el pelaje del perro	6%	7%	5%	15%	15%	15%
Tiene beneficios para la salud de mi mascota	-	7%	10%	12%	11%	6%
Tiene el sabor que le gusta a mi perro	9%	6%	5%	14%	11%	11%
Hace feliz a mi perro	7%	6%	8%	12%	11%	9%
Ingredientes de alta calidad	6%	6%	7%	9%	8%	10%
Ayuda con la digestión	8%	5%	6%	8%	10%	10%
Ayuda a fortalecer sus defensas	7%	5%	6%	10%	8%	9%
Favorece la salud del perro lo mantiene con vigor/ entusiasmo	6%	5%	5%	10%	10%	9%
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	6%	5%	2%	11%	10%	13%
Tiene más proteína	6%	5%	6%	9%	7%	7%
Es para todas las razas	4%	4%	5%	8%	7%	8%
Es rendidor	4%	4%	4%	8%	7%	6%
Que satisfaga al perro / que lo llene/ que no quede con hambre	4%	4%	3%	7%	6%	5%
Es suave con su pancita	-	3%	2%	6%	9%	5%
Cuida los dientes de mi perro	2%	3%	2%	6%	4%	7%
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad del perro	2%	2%	1%	6%	5%	6%
Tiene carne de verdad	2%	2%	1%	4%	4%	3%
Con DHA para el desarrollo del cerebro	2%	1%	1%	4%	3%	2%
Tiene prebióticos	-	1%	1%	3%	4%	2%
No tienen colorantes ni preservantes/ es natural	2%	1%	1%	2%	2%	1%
Tiene variedad de recetas para mi perro	2%	1%	1%	4%	3%	1%
Tiene pepitas de formas y colores	2%	1%	1%	2%	1%	2%
	1.050	1.051				



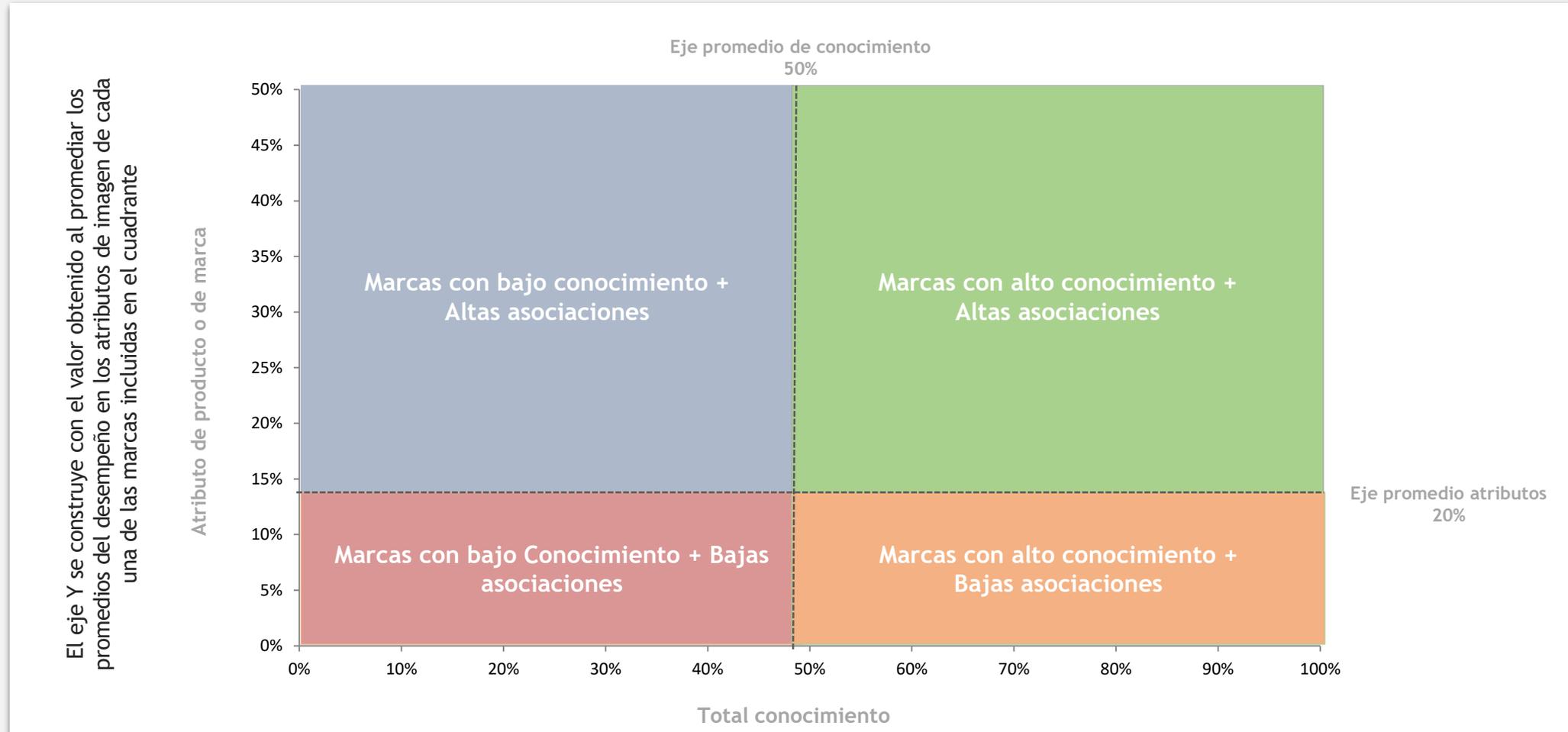
R1. Ahora le voy leer unos atributos, por favor ponga mucha atención y vaya pensando cuáles son los más importantes para usted. Después de haber escuchado todos los atributos podría decirme cuál es el MÁS importante para usted al momento de preferir un concentrado/alimento para su mascota? Ahora de los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

↓↑ Dif. Significativas entre olas

METODOLOGÍAS DE ANÁLISIS

Análisis de conocimiento e imagen

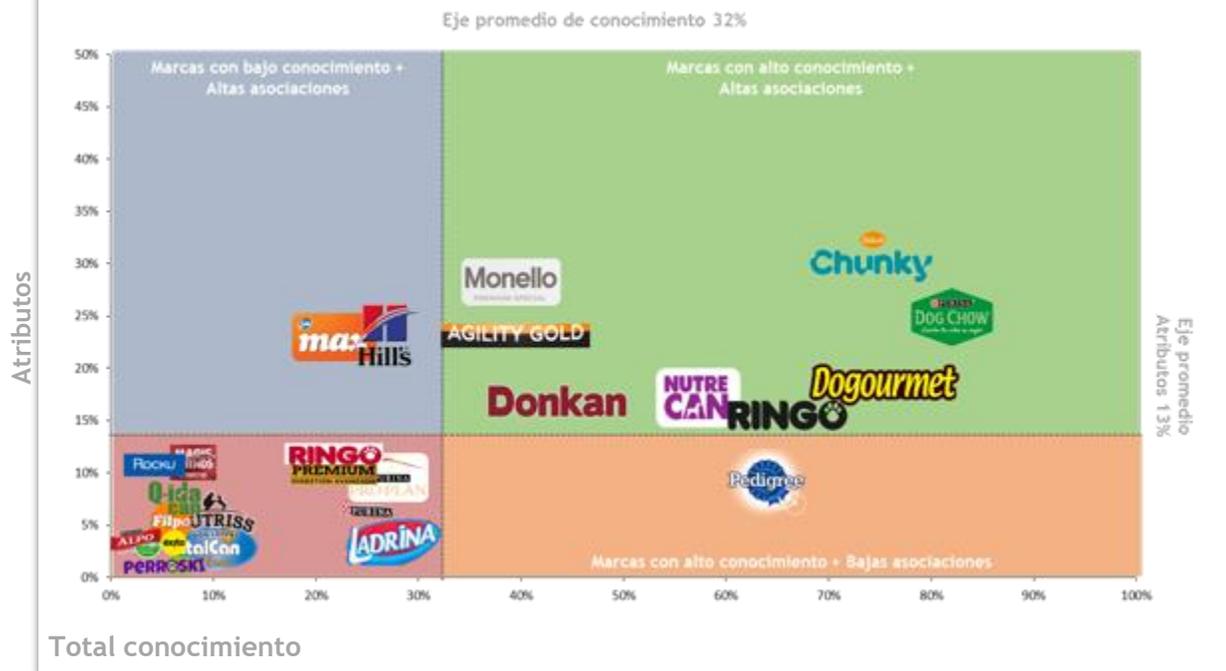
El eje X se construye con el promedio de los valores obtenidos para el total conocimiento de cada una las marcas:



ANÁLISIS DE CONOCIMIENTO E IMAGEN



Análisis atributos de producto 2023



Análisis atributos de producto 2022



ANÁLISIS DE CONOCIMIENTO E IMAGEN



Análisis atributos de marca 2023

Eje promedio de conocimiento 32%

Atributos



Eje promedio Atributos 13%

Total conocimiento

Análisis atributos de marca 2022

Eje promedio de conocimiento 37%



Eje promedio de atributos 16%

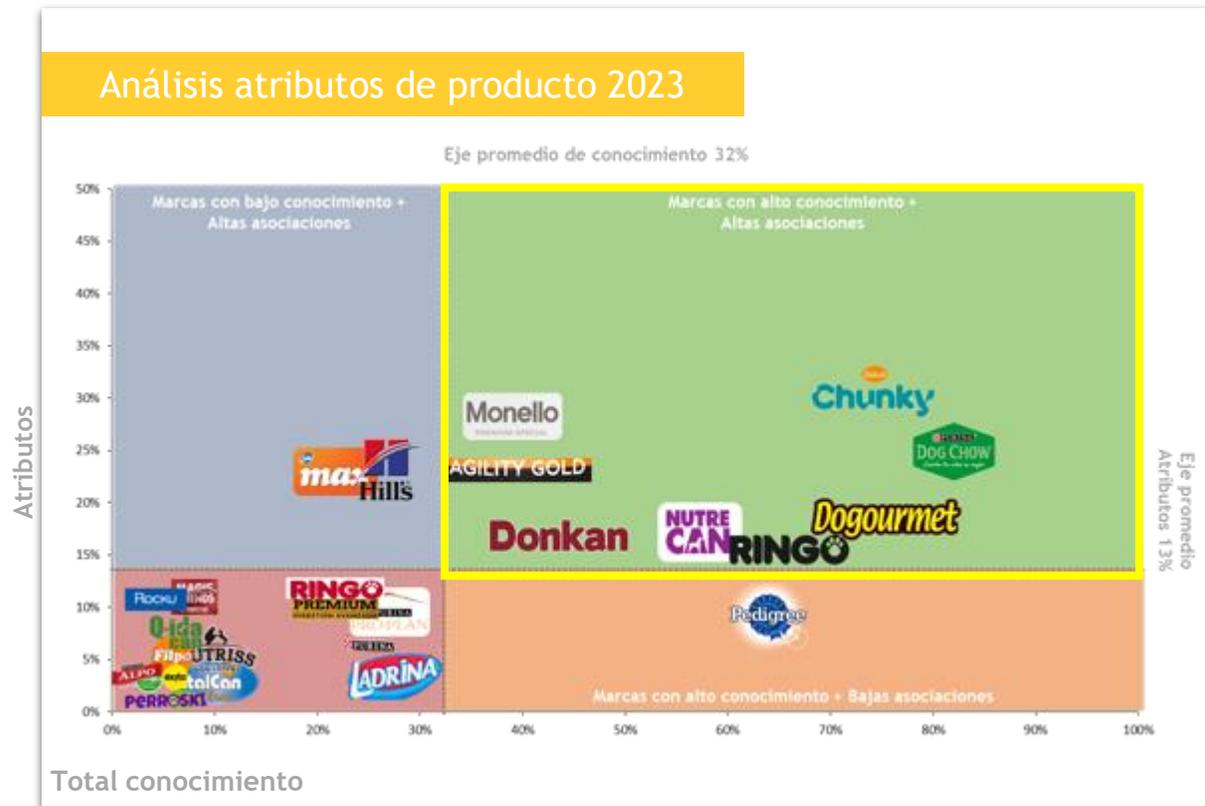
ANÁLISIS DE MARCAS LÍDERES

APRENDIZAJES:

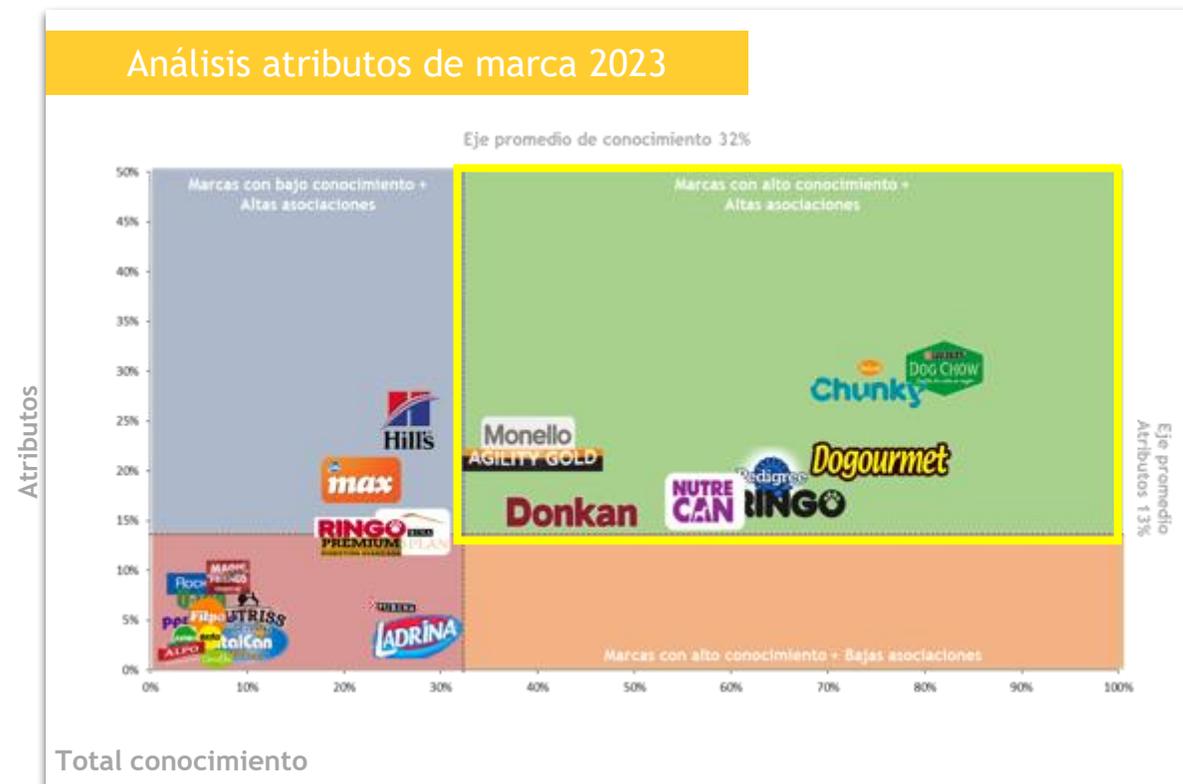
- Tanto en producto como en imagen las mayores variaciones se dan de manera negativa en las marcas Dog Chow y Dogourmet, por la caída que presentan varios de sus atributos.
- A nivel general las demás marcas mantienen sus asociaciones, aunque con algunas variaciones puntuales.
- En marca los diferenciales son más contundentes que en producto, donde la única marca que no tiene un diferencial claro es Donkan.

ANÁLISIS DE CONOCIMIENTO E IMAGEN

Análisis atributos de producto 2023



Análisis atributos de marca 2023



METODOLOGÍAS DE ANÁLISIS

Brand image profiles

Ilustrativo

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

¿Por qué utilizamos Bip's?

Marcas grandes, bien conocidas, tienden a recibir más respaldos de atributos positivos. Los BIP's remueven el efecto del tamaño de marcas incorporando tanto filas como columnas en el análisis.

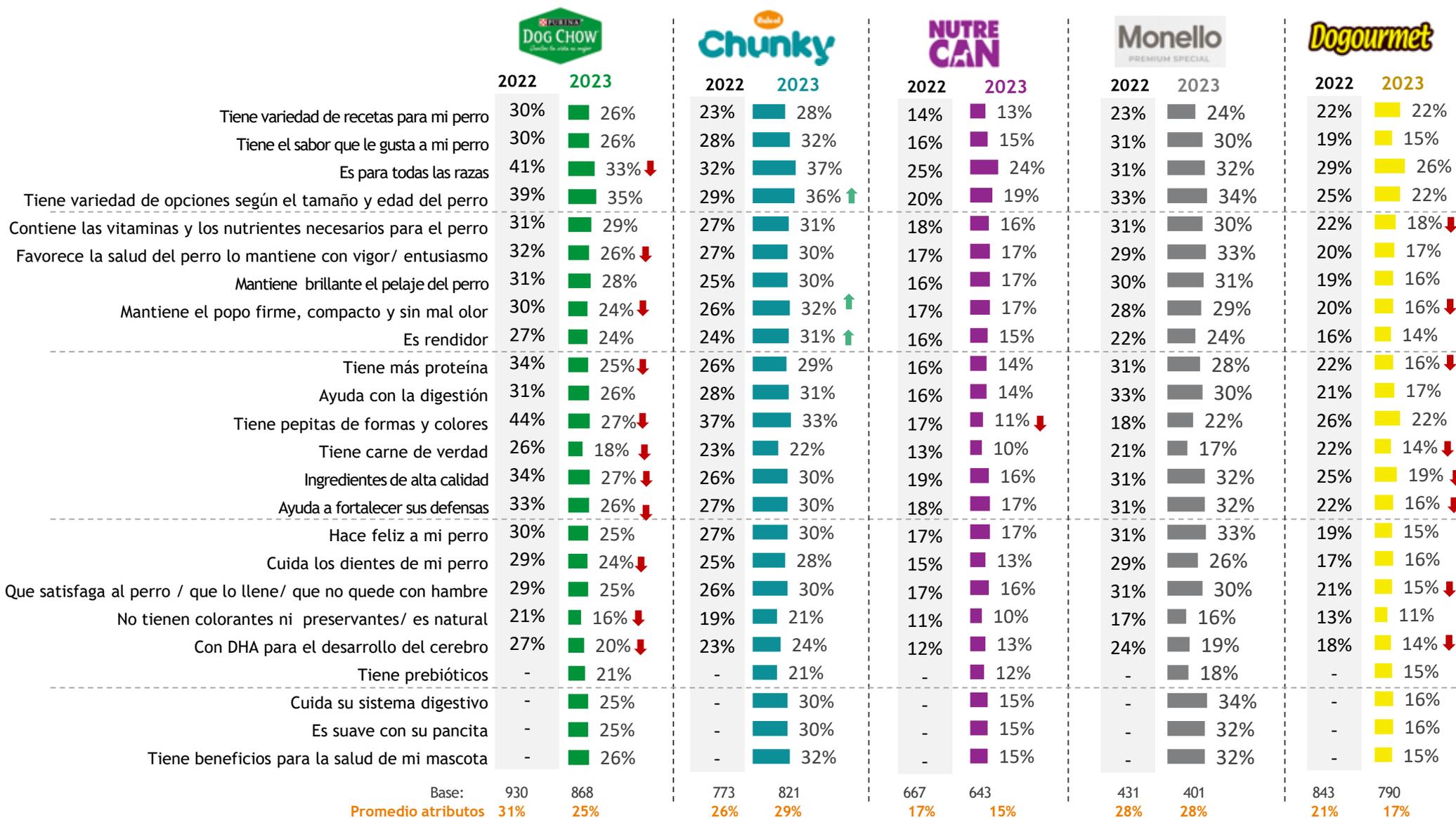
Los perfiles son relativos, es decir que para conocer cómo se comporta una marca en un atributo es necesario tomar en cuenta cómo se comportan todas las marcas y todos los atributos.

El paso a paso:

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

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

ASOCIACIONES ATRIBUTOS DE PRODUCTO POR CONOCEDORES



Dow Chow y Dogourmet presentan caídas significativas en varios de los atributos.

Mientras que Chunky aumenta en variedad de opciones según el tamaño y edad del perro, rendimiento y mantener el popo compacto y sin olor.

BIP'S DE PRODUCTO

	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Tiene variedad de recetas para mi perro	2	4	0	3	0	1	-1	1	3	8
Tiene el sabor que le gusta a mi perro	-2	1	2	3	0	1	4	3	-2	-1
Es para todas las razas	2	-2	-1	-3	3	2	-4	-6	2	1
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad del perro	3	6	-1	3	1	1	2	2	1	3
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios para el perro	-2	3	0	1	1	1	3	1	0	0
Favorece la salud del perro lo mantiene con vigor/ entusiasmo	0	-2	0	-2	0	1	1	4	-2	-1
Mantiene brillante el pelaje del perro	-2	3	-2	2	-1	3	2	5	-3	0
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	-1	-2	0	2	1	1	1	1	-1	-1
Es rendidor	-2	0	0	2	1	1	-3	-2	-3	-2
Tiene más proteína	2	-1	-1	-2	-1	-1	3	0	0	-1
Ayuda con la digestión	-1	-2	1	-1	-1	-2	5	0	-1	-1
Tiene pepitas de formas y colores	12	5	10	6	0	-2	-10	-3	4	7
Tiene carne de verdad	-1	-3	1	-3	0	-2	-2	-7	4	0
Ingredientes de alta calidad	-1	-1	-4	-2	0	-1	0	1	1	1
Ayuda a fortalecer sus defensas	0	-2	0	-2	1	0	3	1	0	-3
Hace feliz a mi perro	-2	-2	1	-1	1	1	4	4	-2	-3
Cuida los dientes de mi perro	-1	-2	0	-2	-1	-2	3	-1	-3	-1
Que satisfaga al perro / que lo llene/ que no quede con hambre	-1	-1	1	0	2	1	5	2	1	-2
No tienen colorantes ni preservantes/ es natural	-3	-3	-1	-1	-1	-1	-3	-4	-3	-1
Con DHA para el desarrollo del cerebro	-1	0	0	0	-2	1	0	-3	-1	1
Tiene prebióticos	-	3	-	-1	-	1	-	-2	-	3
Cuida su sistema digestivo	-	1	-	2	-	0	-	7	-	-1
Es suave con su pancita	-	-4	-	-3	-	-2	-	0	-	-3
Tiene beneficios para la salud de mi mascota	-	-1	-	0	-	-1	-	3	-	-3
Base:	930	868	773	821	667	643	431	401	843	790

Se presentan pocos diferenciales entre las marcas, los que resaltan positivamente son Dogourmet al tener variedad de recetas y Monello por cuidar el sistema digestivo.

Dog Chow y Chunky decaen frente al 2022 en tener pepitas de formas y colores.



ASOCIACIONES ATRIBUTOS DE PRODUCTO POR CONOCEDORES

AGILITY GOLD

RINGO

Donkan

Pedigree

	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Tiene variedad de recetas para mi perro	26%	21%	13%	13%	14%	14%	11%	11%
Tiene el sabor que le gusta a mi perro	25%	19%	15%	16%	14%	20% ↑	11%	9%
Es para todas las razas	30%	27%	20%	22%	16%	22%	20%	14% ↓
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad del perro	26%	29%	17%	18%	17%	18%	16%	16%
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios para el perro	27%	25%	14%	15%	15%	18%	12%	11%
Favorece la salud del perro lo mantiene con vigor/ entusiasmo	25%	22%	16%	15%	15%	19%	12%	9%
Mantiene brillante el pelaje del perro	26%	25%	15%	13%	15%	17%	12%	10%
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	26%	23%	15%	14%	14%	17%	13%	9%
Es rendidor	22%	17%	16%	16%	13%	17%	10%	8%
Tiene más proteína	30%	25%	14%	14%	14%	16%	13%	12%
Ayuda con la digestión	27%	25%	15%	15%	14%	16%	13%	10%
Tiene pepitas de formas y colores	20%	13% ↓	15%	13%	20%	15%	14%	11%
Tiene carne de verdad	26%	16% ↓	12%	11%	11%	11%	12%	9%
Ingredientes de alta calidad	31%	33%	14%	15%	15%	16%	17%	14%
Ayuda a fortalecer sus defensas	27%	30%	16%	14%	14%	16%	14%	9% ↓
Hace feliz a mi perro	24%	19%	16%	14%	14%	21% ↑	11%	8%
Cuida los dientes de mi perro	26%	23%	14%	14%	12%	15%	11%	8%
Que satisfaga al perro / que lo llene/ que no quede con hambre	25%	22%	15%	16%	14%	17%	11%	8%
No tienen colorantes ni preservantes/ es natural	18%	16%	10%	11%	10%	10%	7%	8%
Con DHA para el desarrollo del cerebro	24%	20%	12%	12%	12%	10%	11%	10%
Tiene prebióticos	-	20%	-	10%	-	10%	-	10%
Cuida su sistema digestivo	-	27%	-	15%	-	18%	-	9%
Es suave con su pancita	-	24%	-	15%	-	16%	-	8%
Tiene beneficios para la salud de mi mascota	-	25%	-	15%	-	16%	-	11%
Base:	339	360	715	714	446	446	712	687
Promedio atributos	26%	23%	15%	15%	14%	16%	13%	10%

Estas marcas no presentan variaciones importantes, solo crece Donkan en hacer feliz al perro y tener el sabor que a este le gusta.

Agility y Pedigree con caídas en atributos puntuales.




BIP'S DE PRODUCTO

	AGILITY GOLD		RINGO		Donkan		Pedigree	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Tiene variedad de recetas para mi perro	3	2	0	1	2	0	0	3
Tiene el sabor que le gusta a mi perro	-1	-3	0	2	0	4	-2	-1
Es para todas las razas	-3	-5	1	0	-3	-1	3	-1
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad del perro	-3	4	0	1	1	0	1	4
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios para el perro	1	2	-1	0	1	2	-1	0
Favorece la salud del perro lo mantiene con vigor/ entusiasmo	-1	-3	1	0	1	1	-1	-2
Mantiene brillante el pelaje del perro	-1	3	0	-1	0	2	-1	0
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	0	0	0	-1	0	0	1	-1
Es rendidor	-1	-5	3	2	1	2	-1	-2
Tiene más proteína	4	2	-1	0	0	0	0	0
Ayuda con la digestión	1	0	0	-1	0	-1	0	2
Tiene pepitas de formas y colores	-6	0	0	0	6	0	1	1
Tiene carne de verdad	5	-8	0	1	0	1	2	2
Ingredientes de alta calidad	2	-3	-3	-1	-1	-2	3	-2
Ayuda a fortalecer sus defensas	0	8	1	-1	-1	-2	1	-3
Hace feliz a mi perro	-2	5	1	-2	0	-2	-2	-2
Cuida los dientes de mi perro	1	-5	0	-1	-1	4	-1	-2
Que satisfaga al perro / que lo llene/ que no quede con hambre	1	0	1	0	1	-1	-1	1
No tienen colorantes ni preservantes/ es natural	-1	-1	-1	1	0	1	-2	2
Con DHA para el desarrollo del cerebro	1	-1	-1	0	0	-1	0	3
Tiene prebióticos	-	4	-	2	-	-2	-	-1
Cuida su sistema digestivo	-	5	-	0	-	-1	-	-3
Es suave con su pancita	-	5	-	1	-	3	-	0
Tiene beneficios para la salud de mi mascota	-	1	-	-2	-	-3	-	-3
	-	1	-	-1	-	-1	-	-1
Base:	339	360	715	714	446	446	712	687

Se mantienen sin diferenciales. La única es Agility que destaca levemente por ayudar a fortalecer las defensas.



ASOCIACIONES ATRIBUTOS DE MARCA POR CONOCEDORES

	DOG CHOW		Chunky		NUTRE CAN		Monello		Dogourmet	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Es una marca Premium	40%	23% ↓	24%	19% ↓	20%	11% ↓	45%	29% ↓	40%	19% ↓
Es reconocida/de prestigio	49%	42% ↓	26%	31%	20%	18%	39%	32%	35%	27% ↓
Es de tradición/tiene años en el mercado	57%	52%	29%	27%	23%	23%	29%	18% ↓	31%	24% ↓
Tiene la publicidad que me gusta	35%	23% ↓	20%	18%	10%	5% ↓	21%	11% ↓	23%	20%
Se consigue en todas partes	51%	52%	40%	52% ↑	28%	29%	36%	37%	33%	35%
Tiene variedad de productos y tamaños	48%	45%	35%	39%	21%	20%	34%	34%	31%	31%
Tiene el precio justo	28%	24%	27%	33% ↑	16%	15%	21%	29%	19%	14%
Su precio es económico	20%	18%	29%	33%	17%	16%	17%	17%	13%	11%
Hace ofertas y promociones	16%	16%	14%	15%	8%	7%	12%	15%	13%	8% ↓
Es una marca de calidad	44%	34% ↓	32%	32%	22%	18%	41%	34%	35%	23% ↓
Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios	29%	22% ↓	20%	21%	14%	13%	18%	19%	19%	19%
Es la marca más vendida	38%	35%	25%	27%	19%	14% ↓	27%	16% ↓	20%	17%
Es la que recomienda el veterinario	34%	23% ↓	24%	24%	13%	13%	30%	28%	21%	16% ↓
Es innovadora	30%	25%	24%	24%	14%	14%	20%	18%	23%	20%
Es una marca que da confianza	37%	33%	30%	33%	19%	18%	35%	35%	25%	21%
Tiene la mejor relación precio/calidad	32%	25% ↓	29%	32%	18%	18%	29%	30%	21%	15% ↓
Tiene información de interés en internet	25%	16% ↓	16%	18%	8%	6%	19%	14%	21%	14% ↓
Tiene presencia en redes sociales	36%	26% ↓	22%	22%	10%	9%	26%	21%	28%	20% ↓
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	37%	35%	21%	23%	11%	8%	26%	13% ↓	28%	31%
Tiene publicidad en internet	31%	24% ↓	19%	21%	7%	7%	21%	17%	24%	20%
Base:	930	868	773	821	667	643	431	401	843	790
Promedio atributos	36%	30%	25%	27%	16%	14%	27%	23%	25%	20%

A nivel de atributos de marca Dog Chow y Dogourmet también decrecen en varios. Otras marcas afectadas negativamente, aunque en menor medida son Monello y Nutre Can.

Chunky por su parte, crece en tener el precio justo y conseguirse en todas partes.

↑ ↓ 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 perros que usted conoce diría que mejor responde a las siguientes características? ¿Algún otro?

BIP'S DE MARCA

	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Es una marca Premium	-9	-7	-13	-9	-4	-3	6	5	3	-2
Es reconocida/de prestigio	4	5	-8	-4	-1	0	3	2	2	0
Es de tradición/tiene años en el mercado	17	23	1	1	5	11	-1	-4	3	5
Tiene la publicidad que me gusta	9	7	2	4	0	-2	2	-1	6	10
Se consigue en todas partes	7	9	8	12	8	8	2	3	1	3
Tiene variedad de productos y tamaños	2	-3	1	-6	-1	-6	-2	-6	-3	-4
Tiene el precio justo	-5	-7	4	4	2	1	-3	4	-4	-7
Su precio es económico	-14	-14	5	3	2	1	-9	-8	-11	-11
Hace ofertas y promociones	-7	1	-1	1	-1	1	-4	4	-2	-1
Es una marca de calidad	-6	-6	-5	-5	-2	-1	2	2	-2	-6
Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios	-5	-6	-4	-5	-1	1	-8	-3	-5	0
Es la marca más vendida	5	14	2	8	5	4	3	0	-2	2
Es la que recomienda el veterinario	-2	-6	-1	-2	-2	0	3	6	-4	-3
Es innovadora	-6	-4	-2	-3	-2	1	-8	-4	-2	1
Es una marca que da confianza	-6	-7	-2	-3	-1	-2	2	3	-6	-7
Tiene la mejor relación precio/calidad	-6	-8	2	0	1	2	0	3	-6	-8
Tiene información de interés en internet	1	-3	0	1	-1	-2	2	0	5	2
Tiene presencia en redes sociales	9	3	4	0	-1	-1	6	3	10	5
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	13	11	5	0	1	-3	8	-6	12	14
Tiene publicidad en internet	4	2	1	2	-4	-2	2	1	6	6
Base:	930	868	773	821	667	643	431	401	843	790

Se mantienen algunos diferenciales a nivel de imagen, donde continúa destacando:

- Dogourmet por publicidad.
- Dog Chow por ser la más vendida, contar con tradición y publicidad.
- Chunky por conseguirse en todas partes
- Nutre Can por llevar años en el mercado.

Sin embargo, Dog Chow y Dogourmet con debilidades en precio.



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

ASOCIACIONES ATRIBUTOS DE MARCA POR CONOCEDORES

	AGILITY GOLD		RINGO		Donkan		Pedigree	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Son marcas Premium	62%	51% ↓	9%	10%	14%	11%	34%	17% ↓
Es reconocida/de prestigio	47%	38% ↓	13%	18% ↑	18%	15%	28%	24%
Es de tradición/tiene años en el mercado	23%	16% ↓	23%	27%	16%	15%	33%	30%
Tiene la publicidad que me gusta	21%	8% ↓	9%	9%	12%	8%	14%	10% ↓
Se consigue en todas partes	17%	11%	34%	39%	30%	29%	23%	24%
Tiene variedad de productos y tamaños	31%	33%	19%	20%	20%	20%	24%	22%
Tiene el precio justo	14%	14%	18%	18%	16%	20%	8%	8%
Su precio es económico	8%	3% ↓	31%	28%	18%	22%	6%	6%
Hace ofertas y promociones	8%	4%	10%	9%	9%	6%	6%	7%
Es una marca de calidad	50%	41%	13%	17%	18%	18%	21%	17%
Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios (ACOVEZ)	32%	25%	11%	12%	13%	15%	18%	13% ↓
Es la marca más vendida	14%	10%	18%	19%	12%	15%	15%	15%
Es la que recomienda el veterinario	40%	37%	9%	11%	13%	12%	17%	12% ↓
Es innovadora	31%	24%	11%	12%	15%	11%	16%	12%
Es una marca que da confianza	34%	26%	15%	18%	15%	18%	16%	12%
Tiene la mejor relación precio/calidad	23%	18%	16%	16%	16%	19%	13%	10%
Tiene información de interés en internet	18%	11% ↓	7%	6%	10%	6%	12%	8% ↓
Tiene presencia en redes sociales	23%	21%	6%	9%	14%	8% ↓	17%	15%
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	13%	12%	11%	12%	13%	12%	17%	20%
Tiene publicidad en internet	24%	15% ↓	7%	9%	13%	8%	14%	15%
Base:	339	360	715	714	446	446	712	687
Promedio atributos	27%	21%	15%	16%	15%	14%	18%	15%

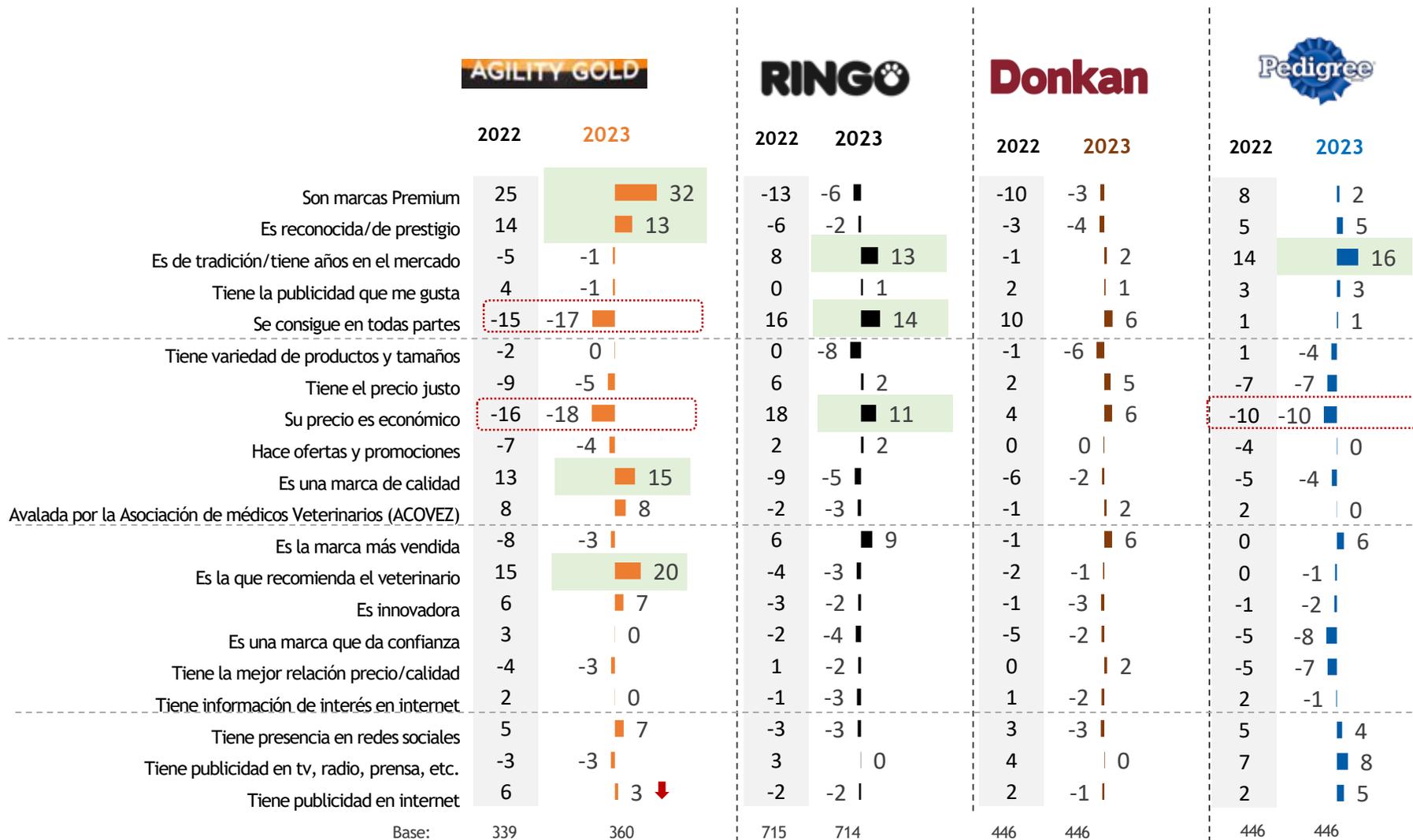
Agility seguida por Pedigree pierden en varios atributos de imagen. Ringo aumenta en reconocimiento.



↑ ↓ Dif. Significativas entre olas



BIP'S DE MARCA



A nivel de imagen los diferenciales son más claros y se mantienen frente a la medición anterior, donde...

- Agility continúa resaltando como una marca Premium, de prestigio, de calidad y recomendada por el veterinario, pero también sigue siendo débil a nivel de disponibilidad y precio.
- Ringo como la marca de tradición, disponible y económica.
- Pedigree la de tradición pero costosa.

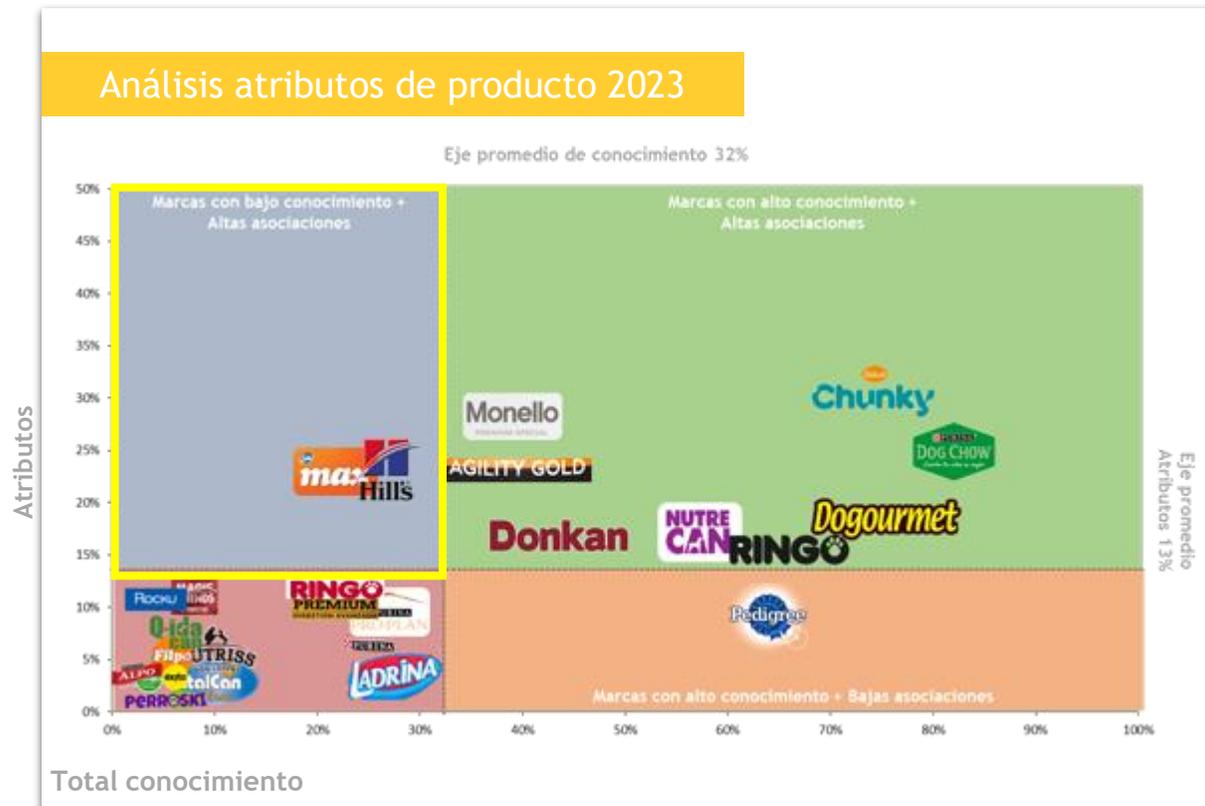
ANÁLISIS DE MARCAS SEGUIDORAS

APRENDIZAJES:

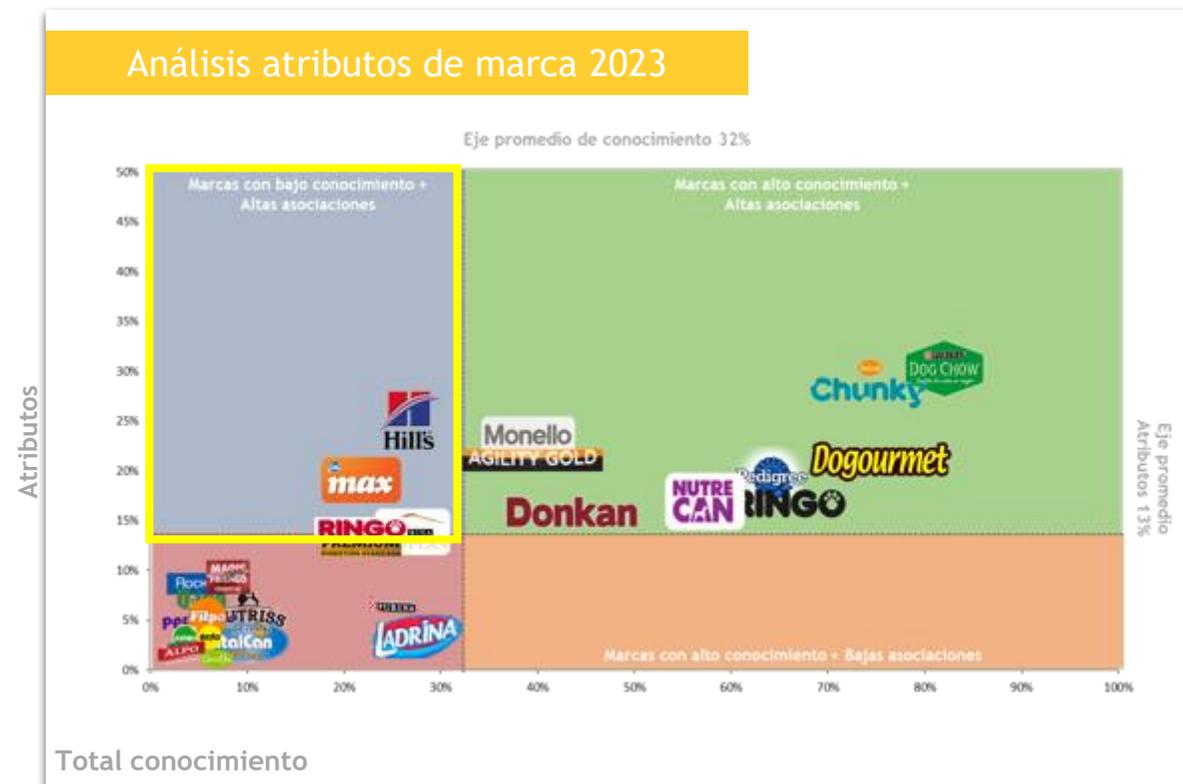
- Hill's crece en atributos de marca y mantiene sus diferenciales, convirtiéndose en la más favorecida del segmento.
- En términos de producto solamente Max presenta un par de variaciones positivas, las demás marcas se mantienen sin cambios.
- Ninguna marca presenta diferenciales a nivel de producto.

ANÁLISIS DE CONOCIMIENTO E IMAGEN

Análisis atributos de producto 2023



Análisis atributos de marca 2023



ASOCIACIONES ATRIBUTOS DE PRODUCTO POR CONOCEDORES

	max		Hill's		RINGO PREMIUM DIGESTION AVANZADA		PURINA PRO PLAN	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Tiene variedad de recetas para mi perro	19%	25%	18%	22%	13%	11%	10%	10%
Tiene el sabor que le gusta a mi perro	20%	26%	17%	16%	8%	13%	10%	9%
Es para todas las razas	23%	28%	25%	24%	17%	17%	16%	12%
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad del perro	20%	30%	25%	24%	13%	14%	14%	14%
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios para el perro	21%	28%	20%	26%	8%	13%	13%	12%
Favorece la salud del perro lo mantiene con vigor/ entusiasmo	21%	28%	20%	28%	7%	11%	12%	11%
Mantiene brillante el pelaje del perro	20%	25%	20%	26%	9%	11%	12%	12%
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	19%	28%	18%	24%	9%	11%	11%	9%
Es rendidor	21%	22%	14%	14%	6%	10%	9%	6%
Tiene más proteína	20%	21%	19%	27%	9%	14%	12%	12%
Ayuda con la digestión	22%	30%	20%	23%	9%	14%	12%	13%
Tiene pepitas de formas y colores	17%	16%	11%	8%	7%	8%	7%	4%
Tiene carne de verdad	15%	15%	22%	15%	8%	9%	9%	8%
Ingredientes de alta calidad	22%	35% ↑	26%	29%	17%	14%	18%	20%
Ayuda a fortalecer sus defensas	22%	27%	22%	27%	8%	12%	12%	17%
Hace feliz a mi perro	18%	29% ↑	16%	17%	10%	14%	9%	11%
Cuida los dientes de mi perro	19%	19%	17%	20%	10%	11%	10%	9%
Que satisfaga al perro / que lo llene/ que no quede con hambre	19%	23%	17%	19%	7%	10%	10%	10%
No tienen colorantes ni preservantes/ es natural	13%	13%	13%	20%	7%	8%	9%	7%
Con DHA para el desarrollo del cerebro	12%	15%	21%	21%	12%	9%	13%	10%
Tiene prebióticos	-	19%	-	18%	-	11%	-	11%
Cuida su sistema digestivo	-	28%	-	25%	-	12%	-	13%
Es suave con su pancita	-	28%	-	20%	-	11%	-	9%
Tiene beneficios para la salud de mi mascota	-	29%	-	28%	-	11%	-	14%
Base:	235	238	261	291	259	255	341	305
Promedio atributos	19%	24%	19%	22%	10%	11%	11%	11%

En este cuadrante las marcas se mantienen con porcentajes similares a la medición previa, solamente Max presenta variación positiva en ingredientes de alta calidad y en hacer feliz al perro.



BIP'S DE PRODUCTO

	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Tiene variedad de recetas para mi perro	2	4	1	4	5	2	0	1
Tiene el sabor que le gusta a mi perro	1	3	-2	-4	-2	2	-1	-2
Es para todas las razas	-2	-5	0	-7	4	-1	1	-4
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad del perro	-2	2	3	-1	2	0	1	1
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios para el perro	1	4	0	4	-2	1	1	1
Favorece la salud del perro lo mantiene con vigor/ entusiasmo	2	2	1	5	-3	-2	0	-1
Mantiene brillante el pelaje del perro	0	2	0	6	-1	0	0	2
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	0	3	-1	2	-1	0	0	-2
Es rendidor	4	-1	-3	-6	-2	-1	-1	-4
Tiene más proteína	1	-3	0	5	-1	2	0	1
Ayuda con la digestión	2	4	0	0	-1	1	0	1
Tiene pepitas de formas y colores	-2	-6	-8	-11	-3	-2	-5	-5
Tiene carne de verdad	-1	-6	6	-3	0	0	0	-1
Ingredientes de alta calidad	0	8	4	5	6	1	5	8
Ayuda a fortalecer sus defensas	2	0	2	3	-2	-1	0	5
Hace feliz a mi perro	-1	4	-3	-6	0	2	-2	-1
Cuida los dientes de mi perro	1	-5	-1	-2	1	0	-1	-1
Que satisfaga al perro / que lo llene/ que no quede con hambre	1	-2	-1	-3	-2	-1	0	-1
No tienen colorantes ni preservantes/ es natural	-1	-5	-1	4	0	-1	1	0
Con DHA para el desarrollo del cerebro	-5	-3	4	5	4	1	3	2
Tiene prebióticos	-	2	-	2	-	3	-	3
Cuida su sistema digestivo	-	4	-	5	-	1	-	3
Es suave con su pancita	-	0	-	-4	-	-2	-	-4
Tiene beneficios para la salud de mi mascota	-	3	-	5	-	-2	-	2
Base:	235	238	261	291	259	255	341	305

A nivel de atributos de producto no hay diferencias relevantes para estas marcas.



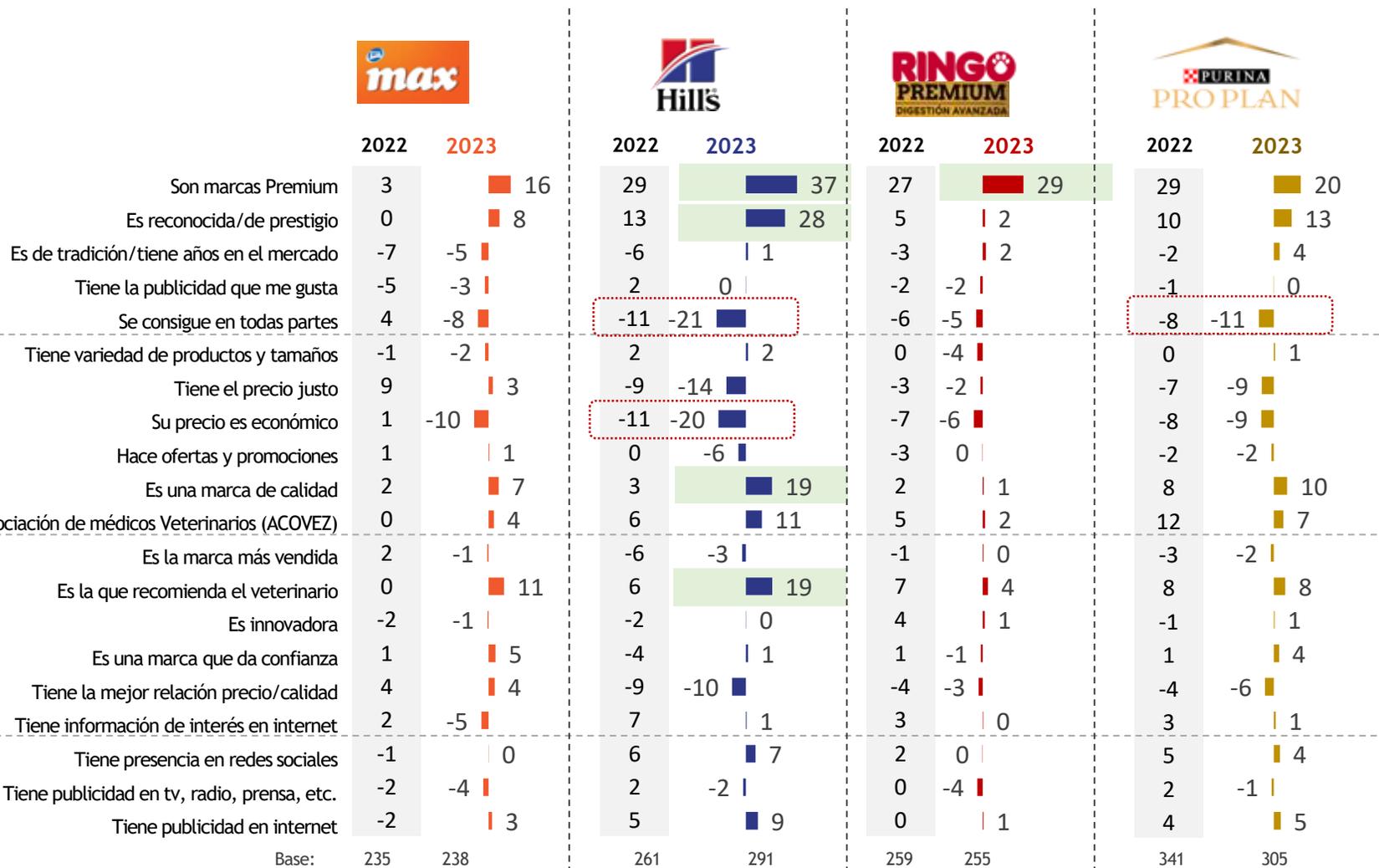
ASOCIACIONES ATRIBUTOS DE MARCA POR CONOCEDORES

En términos de imagen de marca, crece Hill's en prestigio, calidad, recomendación y confianza, mientras que decrece en promociones y ofertas.

Las demás marcas con cambios muy puntuales.

								
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Son marcas Premium	28%	34%	60%	59%	43%	42%	46%	30% ↓
Es reconocida/de prestigio	22%	31%	41%	56% ↑	19%	18%	25%	27%
Es de tradición/tiene años en el mercado	11%	11%	17%	22%	9%	14%	10%	14%
Tiene la publicidad que me gusta	6%	6%	16%	11%	5%	4%	6%	5%
Se consigue en todas partes	25%	19%	16%	12%	8%	16% ↑	6%	7%
Tiene variedad de productos y tamaños	21%	28%	30%	39%	15%	20%	15%	21%
Tiene el precio justo	23%	21%	9%	9%	6%	12%	3%	3%
Su precio es económico	16%	8%	8%	4%	3%	7%	2%	3%
Hace ofertas y promociones	10%	8%	12%	5% ↓	3%	5%	4%	3%
Es una marca de calidad	27%	32%	34%	49% ↑	19%	19%	25%	25%
Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios (ACOVEZ)	15%	20%	25%	32%	14%	13%	22%	17%
Es la marca más vendida	16%	11%	12%	12%	8%	9%	6%	5%
Es la que recomienda el veterinario	16%	27% ↑	26%	40% ↑	17%	15%	19%	18%
Es innovadora	14%	16%	19%	21%	14%	13%	10%	11%
Es una marca que da confianza	21%	29%	22%	31% ↑	14%	16%	15%	19%
Tiene la mejor relación precio/calidad	21%	24%	13%	15%	7%	12%	8%	6%
Tiene información de interés en internet	11%	5%	20%	14%	9%	8%	9%	8%
Tiene presencia en redes sociales	10%	13%	21%	24%	9%	9%	12%	12%
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	8%	10%	15%	16%	6%	6%	8%	7%
Tiene publicidad en internet	9%	14%	19%	24%	7%	9%	11%	12%
Base:	235	238	261	291	259	255	341	305
Promedio atributos	17%	18%	22%	25%	12%	13%	13%	13%

BIP'S DE MARCA



En imagen se dan diferencias relevantes especialmente para Hill's por ser una marca premium, de prestigio, calidad y recomendada por veterinarios. No obstante, presenta falencias en precio y disponibilidad.



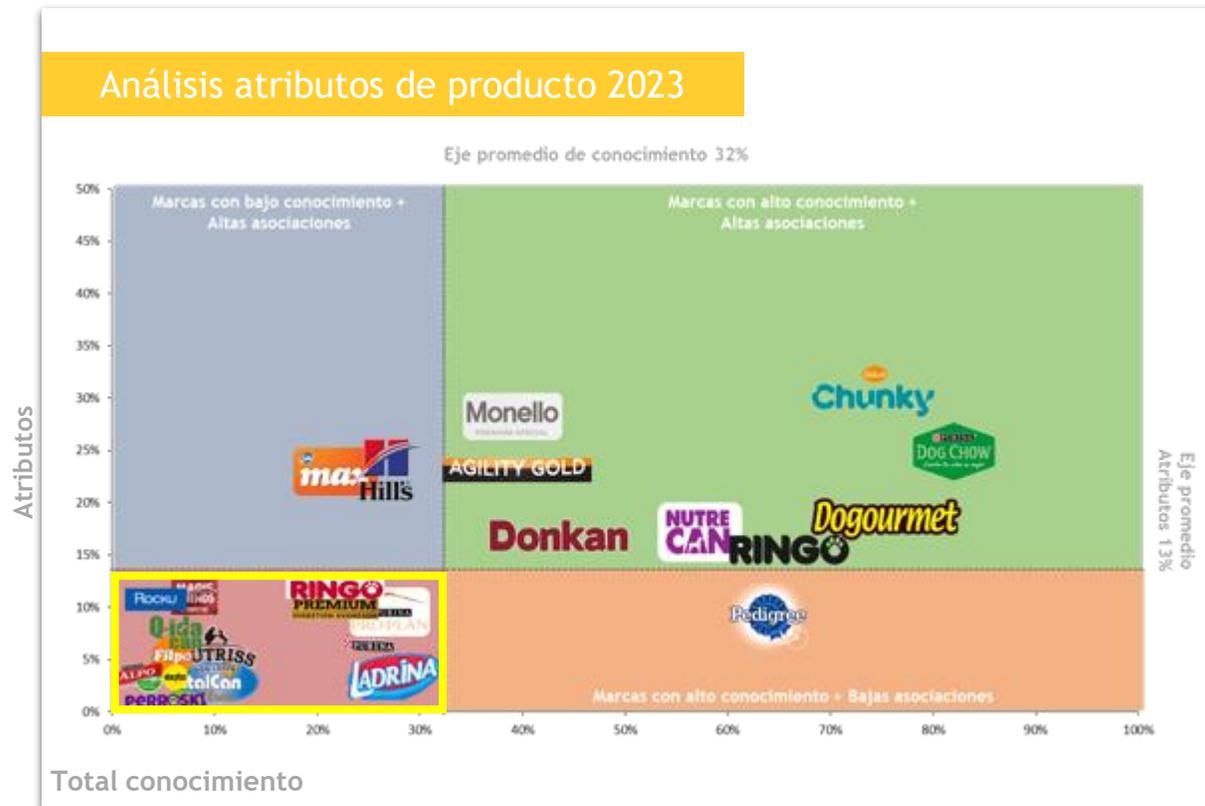
ANÁLISIS DE MARCAS BAJO CONOCIMIENTO

APRENDIZAJES:

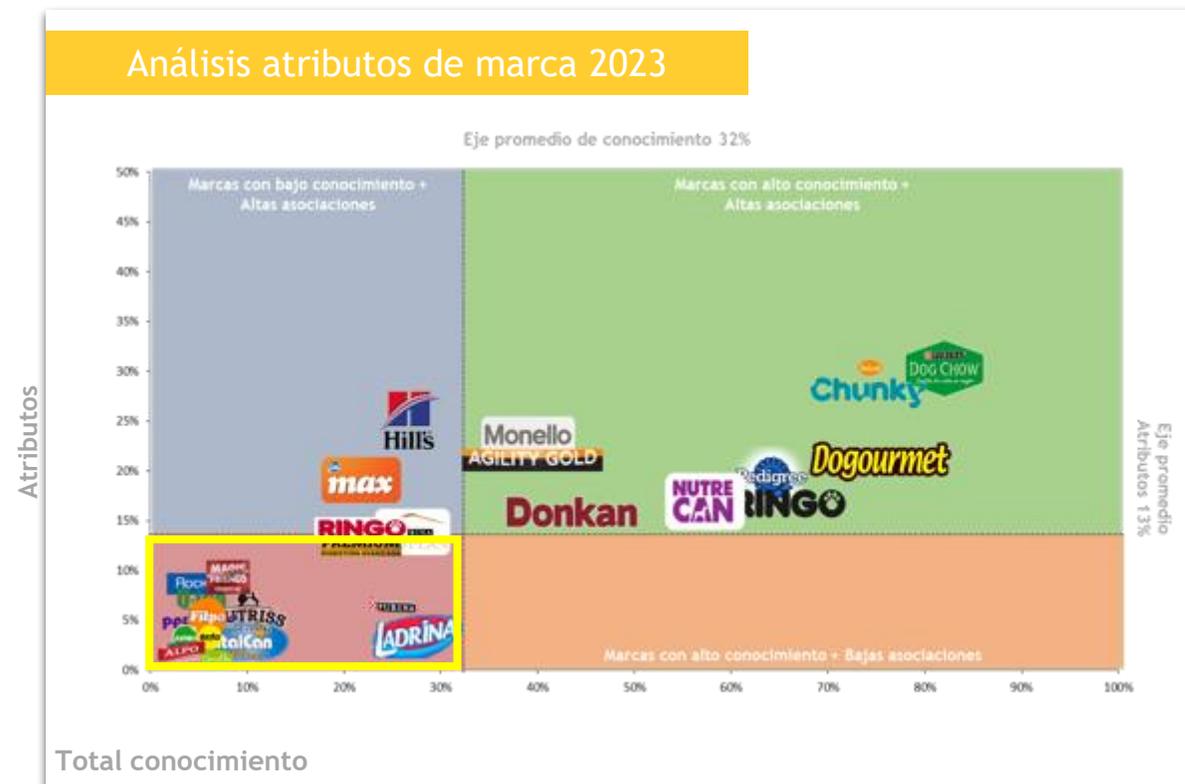
- Para todas las marcas pertenecientes al cuadrante, las asociaciones tanto de producto como de marca son bajas, en su mayoría se encuentran por debajo del 15%.
- Las variaciones frente al año anterior son mínimas y se inclinan más hacia el decrecimiento.
- Los diferenciales son mínimos:
 - Las marcas propias descantan levemente por su economía.
 - Rocku y Magic Friends por tener un precio justo y económico.
 - Y Q-ida comienza a relacionarse con precios económicos y disponibilidad.
- Perrosky por su parte pierde sus diferenciales de marca.

ANÁLISIS DE CONOCIMIENTO E IMAGEN

Análisis atributos de producto 2023



Análisis atributos de marca 2023



ASOCIACIONES ATRIBUTOS DE PRODUCTO POR CONOCEDORES

	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Tiene variedad de recetas para mi perro	7%	5%	11%	5%	6%	4%	2%	0%
Tiene el sabor que le gusta a mi perro	10%	6%	11%	6%	5%	5%	7%	2%
Es para todas las razas	13%	8%	12%	9%	10%	6%	6%	5%
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad del perro	10%	5%	14%	6%	6%	6%	6%	1%
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios para el perro	11%	5%	10%	8%	6%	3%	4%	2%
Favorece la salud del perro lo mantiene con vigor/ entusiasmo	10%	5%	10%	8%	5%	3%	6%	2%
Mantiene brillante el pelaje del perro	11%	3% ↓	17%	9%	5%	4%	6%	2%
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	8%	3%	10%	7%	5%	4%	8%	3%
Es rendidor	11%	5%	10%	6%	4%	4%	6%	2%
Tiene más proteína	7%	3%	15%	6%	5%	4%	7%	4%
Ayuda con la digestión	7%	6%	13%	7%	5%	4%	6%	2%
Tiene pepitas de formas y colores	13%	4%	13%	5%	13%	6% ↓	3%	1%
Tiene carne de verdad	7%	3%	12%	4%	4%	3%	6%	3%
Ingredientes de alta calidad	10%	5%	12%	6%	6%	4%	4%	2%
Ayuda a fortalecer sus defensas	10%	3%	11%	7%	5%	4%	5%	2%
Hace feliz a mi perro	9%	6%	10%	7%	4%	4%	7%	2%
Cuida los dientes de mi perro	11%	3% ↓	11%	5%	5%	4%	6%	2%
Que satisfaga al perro / que lo llene/ que no quede con hambre	8%	5%	10%	7%	6%	3%	2%	2%
No tienen colorantes ni preservantes/ es natural	6%	3%	7%	5%	4%	3%	6%	4%
Con DHA para el desarrollo del cerebro	6%	2%	11%	5%	3%	4%	4%	2%
Tiene prebióticos	-	3%	-	6%	-	4%	-	2%
Cuida su sistema digestivo	-	4%	-	5%	-	4%	-	2%
Es suave con su pancita	-	5%	-	7%	-	5%	-	2%
Tiene beneficios para la salud de mi mascota	-	4%	-	7%	-	4%	-	2%
Base:	172	104	84	104	360	317	58	93
Promedio atributos	9%	4%	12%	6%	6%	4%	5%	2%

A nivel general no se presentan variaciones importantes entre mediciones, solo decrece Italcan en mantener el pelo brillante y cuidar los dientes y Ladrina en pepitas de formas y colores.



BIP'S DE PRODUCTO

	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Tiene variedad de recetas para mi perro	-1	2	1	0	1	0	-2	-1
Tiene el sabor que le gusta a mi perro	1	3	-1	0	0	1	2	0
Es para todas las razas	1	2	-3	-1	2	0	-1	2
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad del perro	-1	0	0	-2	0	2	0	-1
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios para el perro	2	0	-2	2	0	-1	-1	0
Favorece la salud del perro lo mantiene con vigor/ entusiasmo	1	0	-2	1	-1	-1	1	0
Mantiene brillante el pelaje del perro	2	-1	5	3	-1	0	1	1
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	-1	-1	-1	1	0	0	3	1
Es rendidor	3	1	0	0	-1	0	1	0
Tiene más proteína	-2	-2	3	-1	-1	0	2	2
Ayuda con la digestión	-2	1	1	-1	-1	-1	1	0
Tiene pepitas de formas y colores	4	1	1	-1	7	2	-2	0
Tiene carne de verdad	0	-1	3	-1	0	0	2	1
Ingredientes de alta calidad	-1	1	-1	-1	0	-1	-2	-1
Ayuda a fortalecer sus defensas	0	-1	-1	0	-1	0	0	0
Hace feliz a mi perro	0	1	-2	1	-1	0	2	0
Cuida los dientes de mi perro	2	-1	0	-1	0	0	1	0
Que satisfaga al perro / que lo llene/ que no quede con hambre	0	0	-1	1	1	-1	-3	0
No tienen colorantes ni preservantes/ es natural	0	0	-1	0	0	0	2	2
Con DHA para el desarrollo del cerebro	-2	0	1	0	-2	1	-1	0
Tiene prebióticos	-	0	-	1	-	1	-	0
Cuida su sistema digestivo	-	0	-	-2	-	0	-	0
Es suave con su pancita	-	0	-	0	-	0	-	-1
Tiene beneficios para la salud de mi mascota	-	-1	-	0	-	-1	-	0
Base:	172	104	84	104	360	317	58	93

No hay diferencias en términos de atributos de producto.



ASOCIACIONES ATRIBUTOS DE PRODUCTO POR CONOCEDORES

	MAGIC FRIENDS GRANULETS		Rocku		PERROSKI	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Tiene variedad de recetas para mi perro	3%	9%	15%	11%	9%	3%
Tiene el sabor que le gusta a mi perro	13%	13%	13%	12%	11%	4%
Es para todas las razas	15%	15%	16%	17%	11%	7%
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad del perro	11%	8%	16%	12%	9%	4%
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios para el perro	13%	9%	17%	12%	9%	4%
Favorece la salud del perro lo mantiene con vigor/ entusiasmo	13%	12%	10%	12%	14%	4%
Mantiene brillante el pelaje del perro	10%	10%	14%	12%	11%	3%
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	11%	13%	12%	12%	10%	1%
Es rendidor	10%	11%	14%	12%	8%	3%
Tiene más proteína	7%	9%	15%	10%	10%	4%
Ayuda con la digestión	10%	11%	13%	12%	12%	4%
Tiene pepitas de formas y colores	13%	11%	12%	8%	10%	4%
Tiene carne de verdad	3%	8%	10%	7%	6%	2%
Ingredientes de alta calidad	9%	10%	18%	12%	10%	3%
Ayuda a fortalecer sus defensas	13%	12%	10%	12%	11%	4%
Hace feliz a mi perro	17%	11%	11%	12%	14%	3%
Cuida los dientes de mi perro	8%	10%	10%	13%	13%	1%
Que satisfaga al perro / que lo llene/ que no quede con hambre	12%	12%	10%	11%	12%	5%
No tienen colorantes ni preservantes/ es natural	8%	7%	13%	4%	9%	1%
Con DHA para el desarrollo del cerebro	10%	8%	13%	9%	12%	3%
Tiene prebióticos	-	8%	-	9%	-	2%
Cuida su sistema digestivo	-	9%	-	13%	-	5%
Es suave con su pancita	-	10%	-	12%	-	4%
Tiene beneficios para la salud de mi mascota	-	9%	-	12%	-	3%
Base:	67	88	43	48	41	53
Promedio atributos	10%	10%	13%	11%	11%	3%

Estas tres marcas se mantienen sin diferencias frente a la medición anterior.



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

BIP'S DE PRODUCTO

Al igual que las otras marcas pertenecientes al cuadrante, ninguna presenta diferenciales a nivel de atributos de producto.

	MAGIC FRIENDS CROQUETAS		Rocku		PERROSKI	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Tiene variedad de recetas para mi perro	-5	0	4	2	0	0
Tiene el sabor que le gusta a mi perro	3	3	0	2	0	1
Es para todas las razas	2	0	-1	0	-3	2
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad del perro	-1	-3	1	-1	-3	0
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios para el perro	3	-2	3	0	-2	0
Favorece la salud del perro lo mantiene con vigor/ entusiasmo	3	1	-3	0	3	1
Mantiene brillante el pelaje del perro	0	0	0	2	0	0
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	1	2	-1	1	-1	-2
Es rendidor	1	1	2	2	-1	0
Tiene más proteína	-3	-1	2	-1	-1	1
Ayuda con la digestión	0	0	0	0	1	1
Tiene pepitas de formas y colores	3	2	-1	-2	-1	1
Tiene carne de verdad	-5	-1	-1	-2	-3	0
Ingredientes de alta calidad	-2	-1	3	0	-2	-1
Ayuda a fortalecer sus defensas	3	1	-4	-1	0	1
Hace feliz a mi perro	7	0	-2	0	3	-1
Cuida los dientes de mi perro	-1	0	-2	2	3	-2
Que satisfaga al perro / que lo llene/ que no quede con hambre	3	1	-2	-1	2	2
No tienen colorantes ni preservantes/ es natural	1	0	4	-4	2	-1
Con DHA para el desarrollo del cerebro	1	0	2	1	3	1
Tiene prebióticos	-	1	-	1	-	0
Cuida su sistema digestivo	-	-1	-	2	-	2
Es suave con su pancita	-	-2	-	-1	-	0
Tiene beneficios para la salud de mi mascota	-	-2	-	0	-	-1
Base:	67	88	43	48	41	53



ASOCIACIONES ATRIBUTOS DE PRODUCTO POR CONOCEDORES

	Q-ida can		Filpo		PURINA ALPO	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Tiene variedad de recetas para mi perro		4%		5%		0%
Tiene el sabor que le gusta a mi perro		8%		4%		0%
Es para todas las razas		9%		8%		1%
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad del perro		6%		5%		1%
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios para el perro		7%		5%		1%
Favorece la salud del perro lo mantiene con vigor/ entusiasmo		8%		5%		7%
Mantiene brillante el pelaje del perro		7%		5%		0%
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor		7%		5%		7%
Es rendidor		8%		5%		7%
Tiene más proteína		4%		4%		7%
Ayuda con la digestión		6%		5%		7%
Tiene pepitas de formas y colores	N/A	4%	N/A	7%	N/A	7%
Tiene carne de verdad	N/A	2%	N/A	4%	N/A	7%
Ingredientes de alta calidad		4%		4%		7%
Ayuda a fortalecer sus defensas		7%		5%		7%
Hace feliz a mi perro		10%		5%		7%
Cuida los dientes de mi perro		7%		4%		7%
Que satisfaga al perro / que lo llene/ que no quede con hambre		8%		4%		7%
No tienen colorantes ni preservantes/ es natural		2%		6%		7%
Con DHA para el desarrollo del cerebro		3%		0%		0%
Tiene prebióticos		2%		2%		0%
Cuida su sistema digestivo		7%		5%		0%
Es suave con su pancita		8%		5%		7%
Tiene beneficios para la salud de mi mascota		9%		5%		7%
Base:	-	85	-	89	-	33
Promedio atributos		6%		4%		4%

Para las marcas nuevas no se presentan asociaciones altas, todas con porcentajes por debajo del 10%.

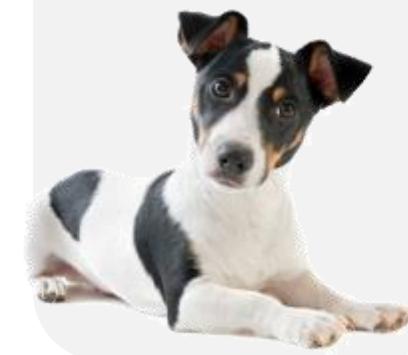


BIP'S DE PRODUCTO



	Q-ida can		Filpo		PURINA ALPO	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Tiene variedad de recetas para mi perro		0		1		-2
Tiene el sabor que le gusta a mi perro		2		0		-2
Es para todas las razas		0		2		-3
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad del perro	-1		0		-3	
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios para el perro		1		0		-1
Favorece la salud del perro lo mantiene con vigor/ entusiasmo		2		0		4
Mantiene brillante el pelaje del perro		2		1		-2
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor		2		0		4
Es rendidor		3		1		4
Tiene más proteína		-2		0		4
Ayuda con la digestión		0		0		4
Tiene pepitas de formas y colores	N/A	-1	N/A	4	N/A	5
Tiene carne de verdad		-2		1		5
Ingredientes de alta calidad		-2		-1		4
Ayuda a fortalecer sus defensas		1		0		4
Hace feliz a mi perro		3		0		4
Cuida los dientes de mi perro		1		0		4
Que satisfaga al perro / que lo llene/ que no quede con hambre		3		0		4
No tienen colorantes ni preservantes/ es natural		-2		3		5
Con DHA para el desarrollo del cerebro		-1		-3		-2
Tiene prebióticos		-2		-1		-1
Cuida su sistema digestivo		2		1		-2
Es suave con su pancita		1		0		4
Tiene beneficios para la salud de mi mascota		3		0		4
Base:	-	85	-	17	-	89
						33

En línea con lo anterior, no se reflejan diferenciales claros.



ASOCIACIONES ATRIBUTOS DE MARCA POR CONOCEDORES

	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Son marcas Premium	10%	3%	17%	3% ↓	6%	2% ↓	7%	1%
Es reconocida/de prestigio	7%	3%	13%	4%	8%	6%	3%	0%
Es de tradición/tiene años en el mercado	8%	4%	13%	5%	11%	10%	4%	0%
Tiene la publicidad que me gusta	3%	5%	5%	4%	2%	1%	5%	0%
Se consigue en todas partes	10%	8%	9%	6%	15%	11%	6%	3%
Tiene variedad de productos y tamaños	12%	6%	15%	9%	9%	8%	3%	2%
Tiene el precio justo	6%	6%	7%	9%	5%	3%	10%	5%
Su precio es económico	18%	9%	11%	6%	13%	6% ↓	10%	8%
Hace ofertas y promociones	7%	2%	7%	2%	3%	3%	6%	2%
Es una marca de calidad	12%	5%	23%	5% ↓	8%	3% ↓	8%	2%
Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios (ACOVEZ)	9%	5%	11%	6%	5%	4%	7%	0% ↓
Es la marca más vendida	10%	4%	7%	3%	4%	3%	4%	0%
Es la que recomienda el veterinario	5%	3%	15%	9%	5%	3%	5%	0%
Es innovadora	7%	3%	11%	6%	5%	4%	5%	2%
Es una marca que da confianza	11%	5%	17%	9%	4%	4%	11%	2% ↓
Tiene la mejor relación precio/calidad	8%	4%	13%	6%	5%	3%	6%	3%
Tiene información de interés en internet	5%	4%	7%	3%	4%	1%	2%	2%
Tiene presencia en redes sociales	6%	3%	4%	6%	5%	1% ↓	1%	4%
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	5%	3%	3%	4%	5%	3%	2%	1%
Tiene publicidad en internet	7%	6%	7%	8%	4%	1%	0%	0%
Base:	172	104	84	104	360	317	58	93
Promedio atributos	8%	4%	11%	6%	6%	4%	5%	2%

Ladrina, seguida por Nutris, y las marcas propias presentan algunos decrecimientos puntuales.

No se dan cambios positivos en ninguna de las marcas del cuadrante.

↑ ↓ Dif. Significativas entre olas



BIP'S DE MARCA

	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Son marcas Premium	-3	-2	1	-3	-4	-2	0	0
Es reconocida/de prestigio	-4	-3	-1	-4	0	1	-3	-1
Es de tradición/tiene años en el mercado	-1	0	2	0	4	6	-1	-1
Tiene la publicidad que me gusta	-2	3	-2	1	-2	0	2	0
Se consigue en todas partes	-1	1	-4	-4	7	5	0	1
Tiene variedad de productos y tamaños	0	-3	1	-2	0	0	-3	0
Tiene el precio justo	-1	1	-2	3	0	-1	6	4
Su precio es económico	10	4	2	0	8	3	6	7
Hace ofertas y promociones	3	0	1	0	0	2	4	2
Es una marca de calidad	-1	-2	7	-3	-2	-2	1	-1
Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios (ACOVEZ)	2	1	2	1	0	1	3	-1
Es la marca más vendida	3	1	-2	0	-1	1	0	0
Es la que recomienda el veterinario	-3	-2	5	4	-1	0	1	-1
Es innovadora	-1	-2	1	1	-1	0	1	0
Es una marca que da confianza	1	-1	4	1	-4	-1	5	-1
Tiene la mejor relación precio/calidad	-1	-1	2	0	-1	-1	1	1
Tiene información de interés en internet	0	1	1	0	1	0	0	1
Tiene presencia en redes sociales	1	0	-3	2	1	-1	-2	3
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	0	0	-3	0	2	1	-1	0
Tiene publicidad en internet	2	3	0	4	0	-1	-2	0
Base:	172	104	84	104	360	317	58	93

Los diferenciales son casi nulos, las marcas propias destacan levemente por su economía.



ASOCIACIONES ATRIBUTOS DE MARCA POR CONOCEDORES

Al igual que en términos de producto, no se reflejan variaciones en términos de imagen de marca.

	MAGIC FRIENDS CROQUETAS		Rocku		PERROSKI	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Son marcas Premium	9%	6%	4%	3%	7%	5%
Es reconocida/de prestigio	6%	5%	12%	6%	13%	7%
Es de tradición/tiene años en el mercado	8%	4%	11%	0%	3%	3%
Tiene la publicidad que me gusta	5%	2%	6%	5%	4%	8%
Se consigue en todas partes	6%	14%	12%	4%	14%	7%
Tiene variedad de productos y tamaños	12%	10%	19%	15%	11%	13%
Tiene el precio justo	10%	18%	12%	15%	16%	4%
Su precio es económico	25%	23%	15%	12%	16%	4%
Hace ofertas y promociones	2%	1%	10%	4%	12%	0%
Es una marca de calidad	15%	9%	13%	8%	12%	7%
Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios (ACOVEZ)	11%	9%	1%	3%	6%	1%
Es la marca más vendida	7%	10%	7%	3%	7%	1%
Es la que recomienda el veterinario	7%	6%	4%	4%	4%	3%
Es innovadora	9%	9%	12%	7%	13%	4%
Es una marca que da confianza	10%	12%	17%	11%	12%	8%
Tiene la mejor relación precio/calidad	10%	11%	15%	11%	18%	5%
Tiene información de interés en internet	5%	3%	3%	3%	0%	2%
Tiene presencia en redes sociales	4%	2%	1%	0%	5%	3%
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	4%	2%	3%	4%	0%	2%
Tiene publicidad en internet	7%	1%	7%	0%	3%	4%
Base:	67	88	43	48	41	53
Promedio atributos	9%	8%	9%	6%	9%	5%



Q.1. ¿cuál o cuáles marcas de la categoría de concentrado/alimento para perros que usted conoce diría que mejor responde a las siguientes características? ¿Algún otro?

BIP'S DE MARCA

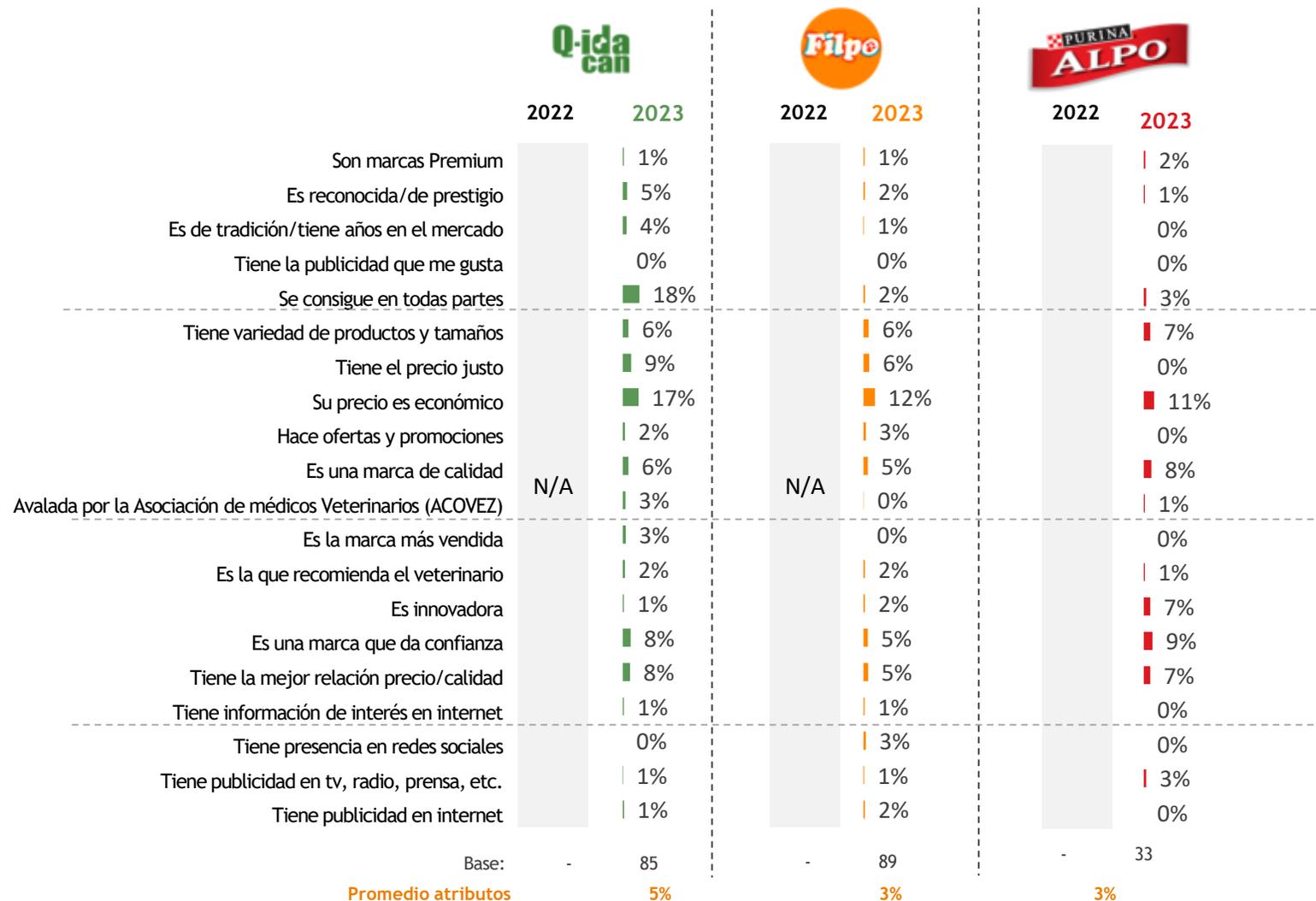
	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Son marcas Premium	-4	0	-8	-1	-4	1
Es reconocida/de prestigio	-5	-3	1	0	4	1
Es de tradición/tiene años en el mercado	-1	-2	2	-4	-5	-1
Tiene la publicidad que me gusta	0	-1	1	3	0	7
Se consigue en todas partes	-5	4	2	-3	5	1
Tiene variedad de productos y tamaños	1	-2	8	7	1	5
Tiene el precio justo	3	11	5	10	10	0
Su precio es económico	18	17	8	8	10	0
Hace ofertas y promociones	-2	-2	6	2	8	-1
Es una marca de calidad	2	0	1	2	1	2
Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios (ACOVEZ)	4	3	-6	-1	0	-2
Es la marca más vendida	0	6	1	0	1	-1
Es la que recomienda el veterinario	-1	0	-3	0	-3	0
Es innovadora	1	4	4	3	6	0
Es una marca que da confianza	0	3	7	5	3	2
Tiene la mejor relación precio/calidad	2	4	7	6	11	1
Tiene información de interés en internet	0	0	-1	1	-3	0
Tiene presencia en redes sociales	-1	-2	-4	-3	1	0
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	-1	-3	-1	1	-4	-1
Tiene publicidad en internet	2	-3	2	-2	-1	1
Base:	67	88	43	48	41	53

Rocku y Magic Friends destacan por tener un precio justo y económico.

Perroski por su parte deja de ser la la mejor opción en relación precio/calidad, al perder su diferencial de precio.



ASOCIACIONES ATRIBUTOS DE MARCA POR CONOCEDORES



A nivel de imagen, las marcas nuevas en la mayoría de atributos no presentan asociaciones altas, exceptuando Q-Ida can que empieza a resaltar por precios económicos y disponibilidad.

↑ ↓ Dif. Significativas entre olas



BIP'S DE MARCA

	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Son marcas Premium	-	-2	-	-1	-	0
Es reconocida/de prestigio	-	0	-	-1	-	-1
Es de tradición/tiene años en el mercado	-	1	-	-1	-	-1
Tiene la publicidad que me gusta	-	-1	-	0	-	0
Se consigue en todas partes	-	12	-	-2	-	0
Tiene variedad de productos y tamaños	-	0	-	2	-	3
Tiene el precio justo	-	6	-	4	-	-1
Su precio es económico	-	13	-	10	-	9
Hace ofertas y promociones	-	1	-	2	-	0
Es una marca de calidad	-	1	-	2	-	6
Avalada por la Asociación de médicos Veterinarios (ACOVEZ)	-	0	-	-1	-	0
Es la marca más vendida	-	1	-	-1	-	-1
Es la que recomienda el veterinario	-	-1	-	0	-	0
Es innovadora	-	-2	-	0	-	5
Es una marca que da confianza	-	4	-	2	-	7
Tiene la mejor relación precio/calidad	-	4	-	3	-	5
Tiene información de interés en internet	-	-1	-	0	-	-1
Tiene presencia en redes sociales	-	-2	-	1	-	-1
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	-	-2	-	-1	-	1
Tiene publicidad en internet	-	-1	-	0	-	-1
Base:	-	85	-	89	-	33

En concordancia con lo anterior Q-ida destaca en los dos atributos mencionados antes.



ANÁLISIS DE POSICIONAMIENTO

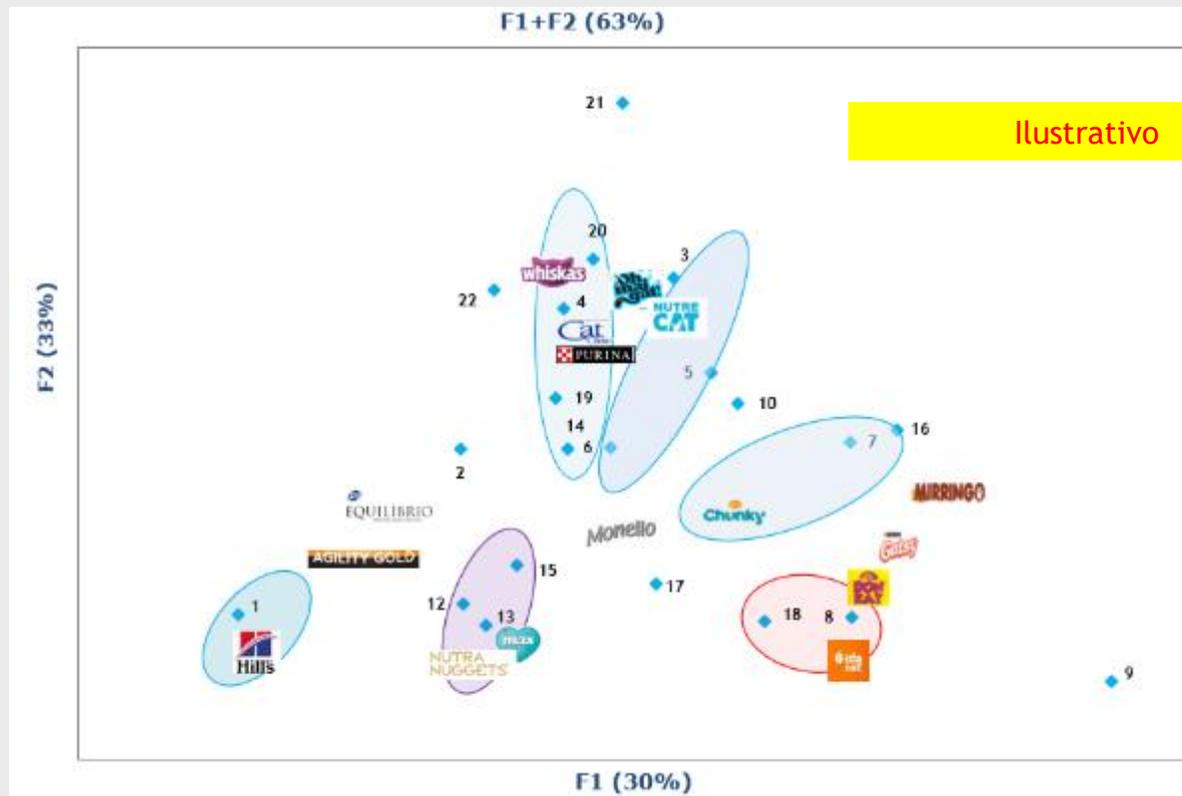
APRENDIZAJES:

- En términos de producto se diferencian tres territorios:
 - Uno donde están las marcas con calidad superior, que ofrecen beneficios extra, en donde se posiciona Hillís, Agility, Proplan, Monello y Max.
 - Uno cuyos productos son rendidores, pero sin beneficios adicionales, que además gustan y satisfacen a la mascota.
 - Y otro que ofrece múltiples beneficios a la mascota y donde se posicionan las marcas líderes de la categoría.
- A nivel de imagen también se evidencian tres territorios:
 - Uno donde están las marcas premium y de prestigio, reconocidas, avaladas y recomendadas por los expertos.
 - Otro donde están las marcas económicas y que se consiguen en todas partes.
 - Y uno de tradición, que además es muy activo en publicidad, redes e innovación.

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.



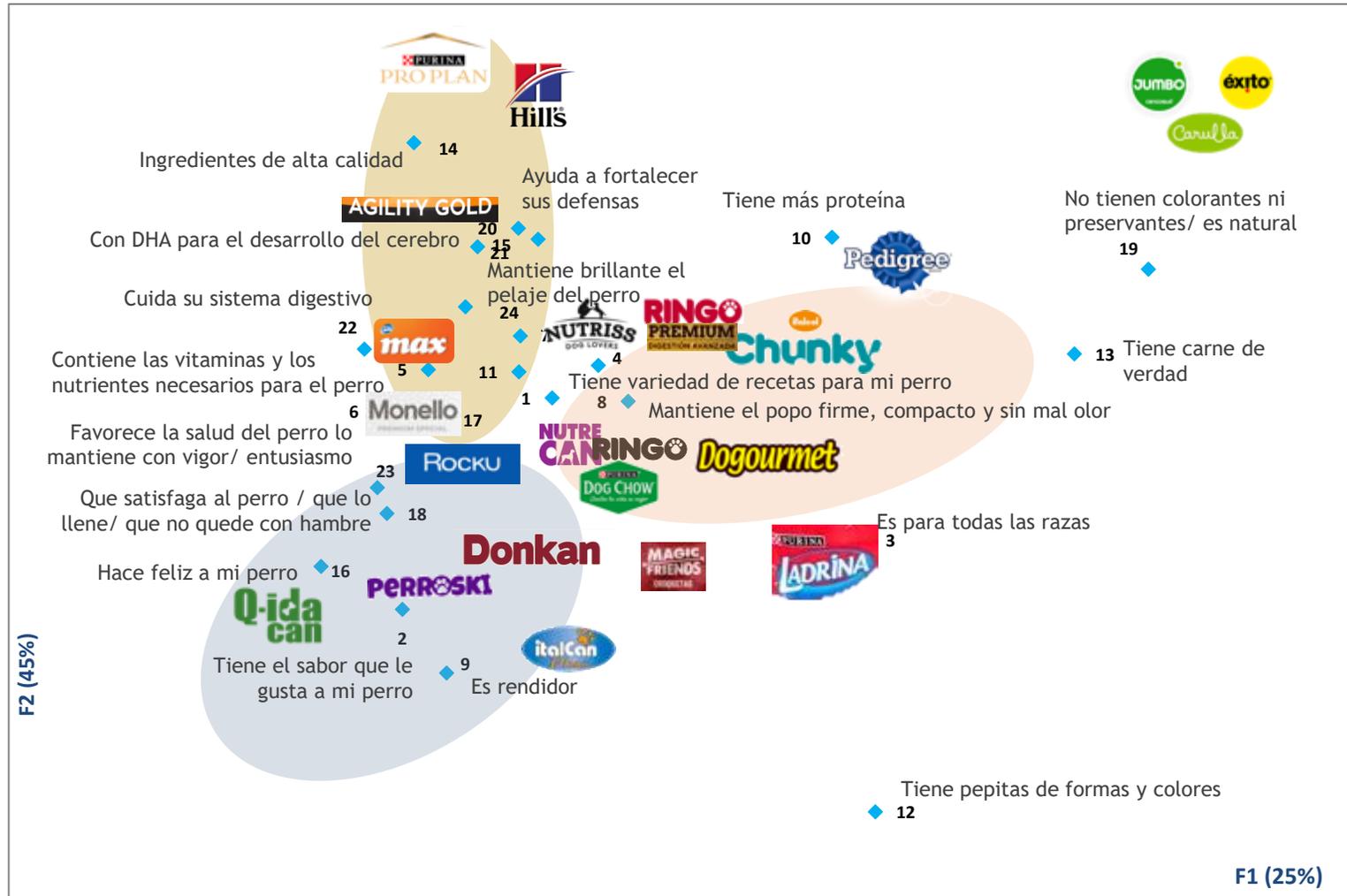
Ilustrativo



Se utiliza principalmente para:

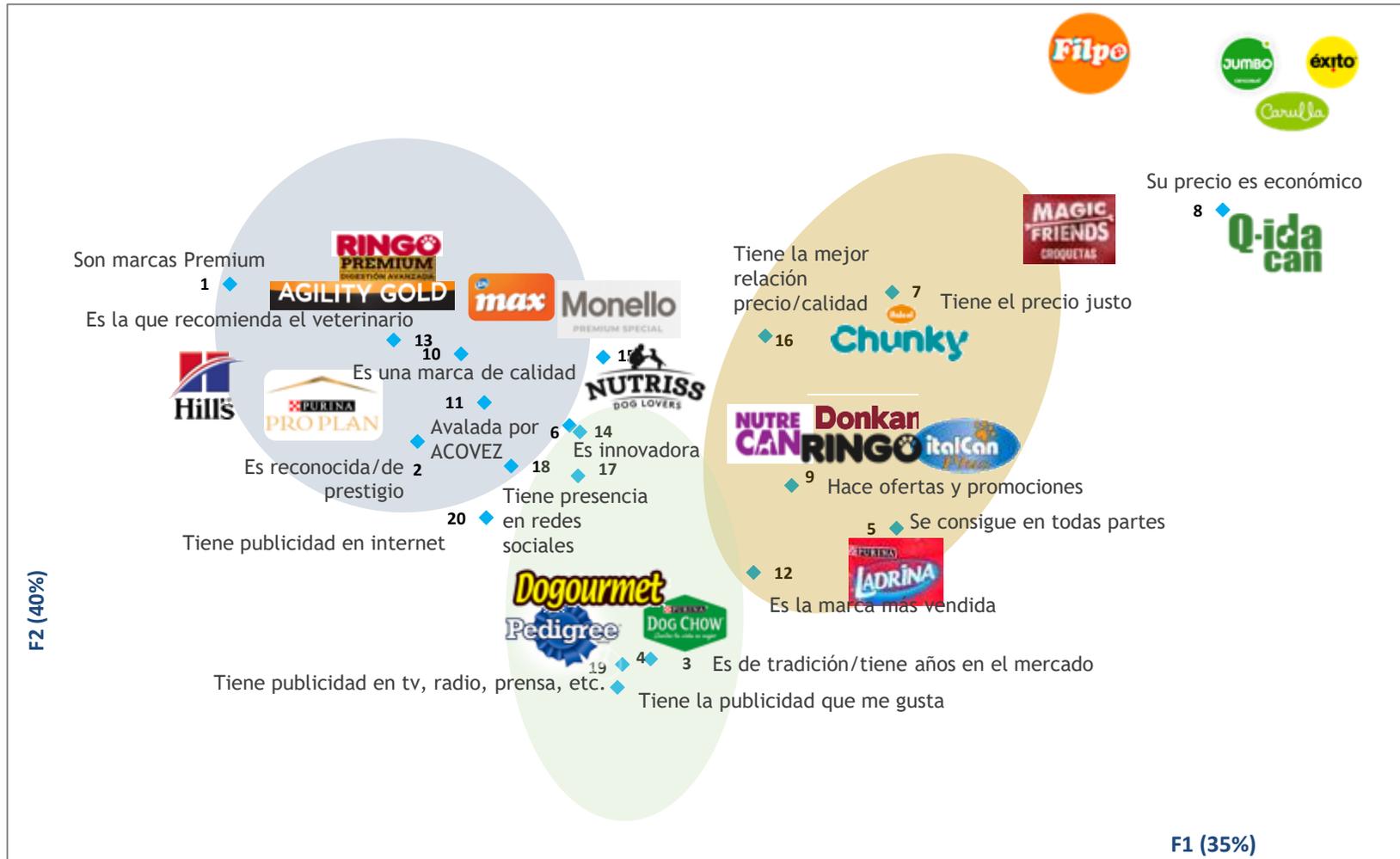
- Detectar fortalezas y debilidades relativas de las marcas a través de los atributos
- Identificar atributos que sirven para discriminar dentro del set de marcas
- Entender las relaciones entre los atributos
- Identificar el “perfil” de las marcas dado el set competitivo
- Detectar marcas con similares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

MAPA DE POSICIONAMIENTO - 2023



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

MAPA POSICIONAMIENTO IMAGEN -2023



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



CONCLUSIONES

Conclusiones



Pese a que Dogourmet sigue siendo una marca conocida y líder dentro de la categoría, decrece significativamente en intención de compra, total conocimiento (principalmente en Bogotá y Medellín), y en varios de los atributos de producto y marca.

No obstante, se mantiene sin cambios en las variables de consumo y preferencia frente a la medición del 2022.

Total Conocimiento (incluye ayudado)		2023						2022						Intención de compra (definitivamente la compraría)	
		Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Eje Cafetero	Bogotá	Medellín	Cali	B/quilla	B/manga	Eje Cafetero	2022	2023
2022	2023	A	B	C	D	E	F	A	B	C	D	E	F		
80%	75% ↓	74% B ↓	62% B ↓	86% AB	82% B	78% B	79% B ↑	82% F	80% F	78% F	84% F	81% F	63%	57%	41% ↓

Atributos de producto		
	2022	2023
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios para el perro	22%	18% ↓
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	20%	16% ↓
Tiene más proteína	22%	16% ↓
Tiene carne de verdad	22%	14% ↓
Ingredientes de alta calidad	25%	19% ↓
Ayuda a fortalecer sus defensas	22%	16% ↓
Que satisfaga al perro / que lo llene/ que no quede con hambre	21%	15% ↓
Con DHA para el desarrollo del cerebro	18%	14% ↓

Atributos de marca		
	2022	2023
Es una marca Premium	40%	19% ↓
Es reconocida/de prestigio	35%	27% ↓
Es de tradición/tiene años en el mercado	31%	24% ↓
Hace ofertas y promociones	13%	8% ↓
Es una marca de calidad	35%	23% ↓
Es la que recomienda el veterinario	21%	16% ↓
Tiene la mejor relación precio/calidad	21%	15% ↓
Tiene información de interés en internet	21%	14% ↓
Tiene presencia en redes sociales	28%	20% ↓

Conclusiones

Donkan

DonKan por el contrario, aunque sigue siendo poco conocida, crece en algunos indicadores incluyendo preferencia y compra.

A nivel de producto tiene un avance positivo en hacer feliz al perro y tener el sabor que a este le gusta, pero en marca decrece en presencia en redes sociales y disminuye en intención de recomendación

TOM	
2022	2023
3%	5% ↑

Total conocimiento espontáneo	
2022	2023
15%	22% ↑

Total preferencia	
2022	2023
6%	9% ↑

Total marcas compradas	
2022	2023
20%	26% ↑

Intención de recomendación (la recomendaría + definitivamente la recomendaría)	
2022	2023
97%	86% ↓

Atributos de producto		
	2022	2023
Tiene el sabor que le gusta a mi perro	14%	20% ↑
Hace feliz a mi perro	14%	21% ↑

Atributos de marca		
	2022	2023
Tiene presencia en redes sociales	14%	8% ↓





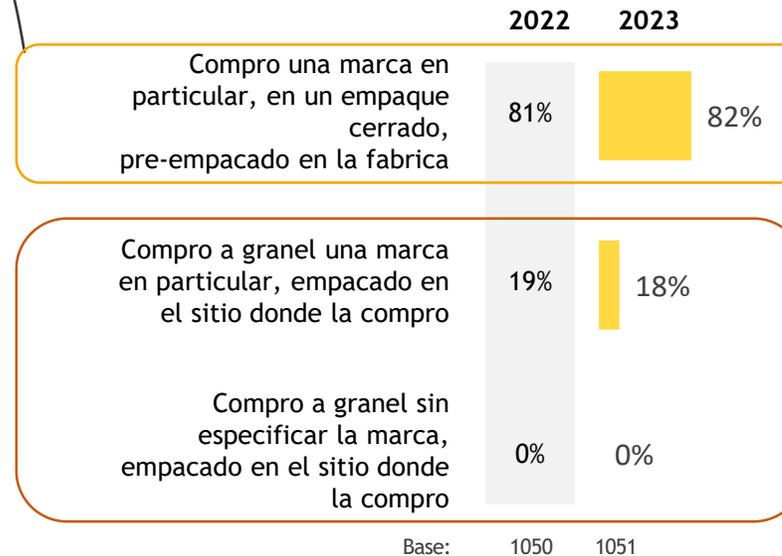
ANEXOS

HÁBITOS DE COMPRA

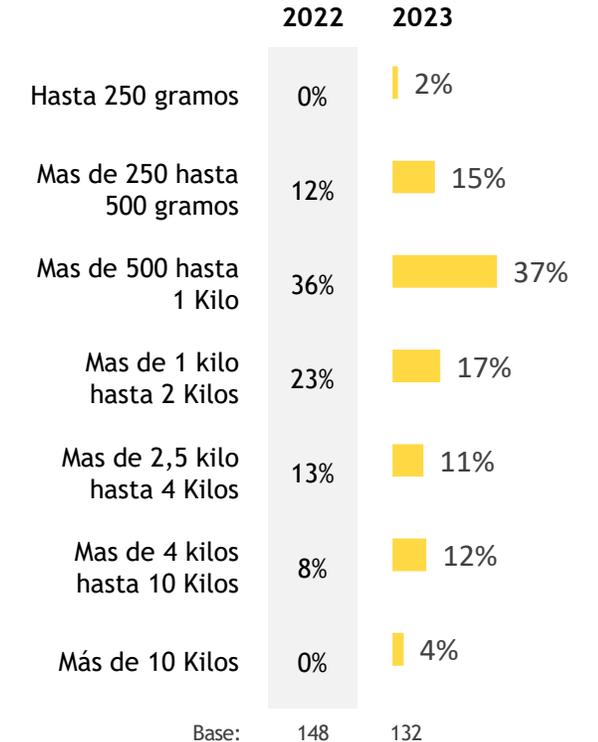
Tamaño que compra en empaque



Forma habitual de comprar concentrado



Tamaño que compra en empaque



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

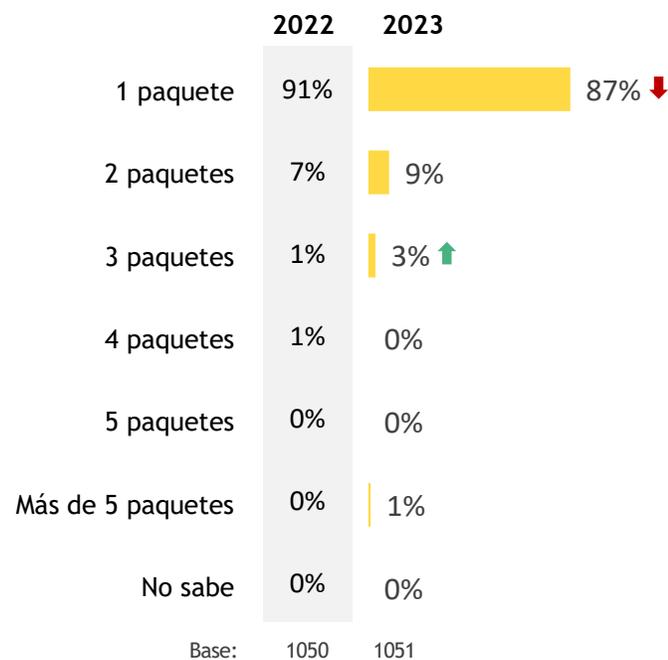
H.9. ¿Cuál es la presentación (tamaño) que más compra de concentrado/alimento para su perro?

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

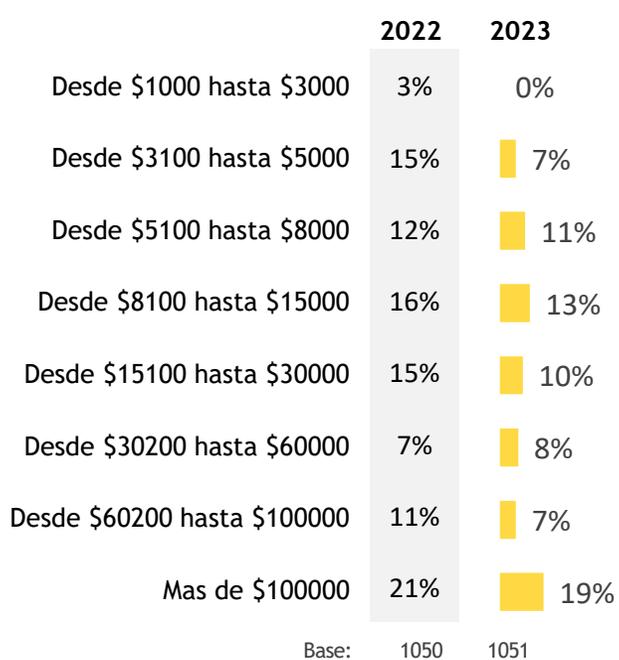
↑ ↓ Dif. Significativas entre olas

HÁBITOS DE COMPRA Y CONSUMO

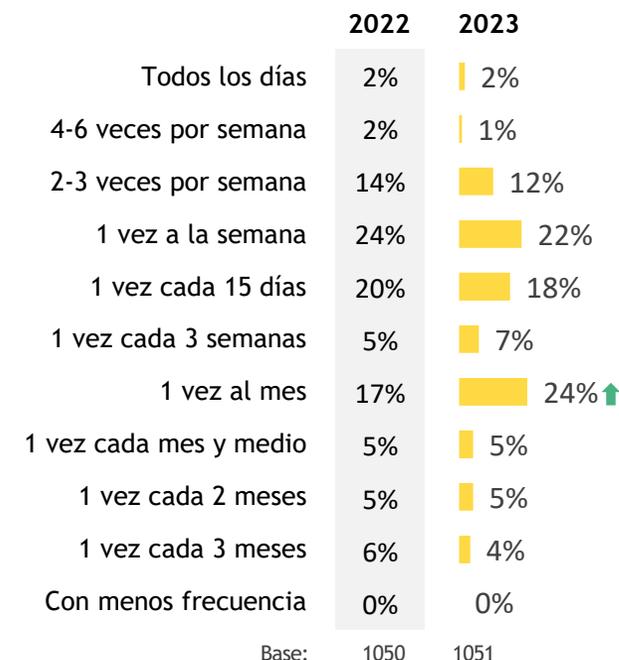
Cantidad de paquetes comprados



Precio pagado por cada paquete



Frecuencia de compra



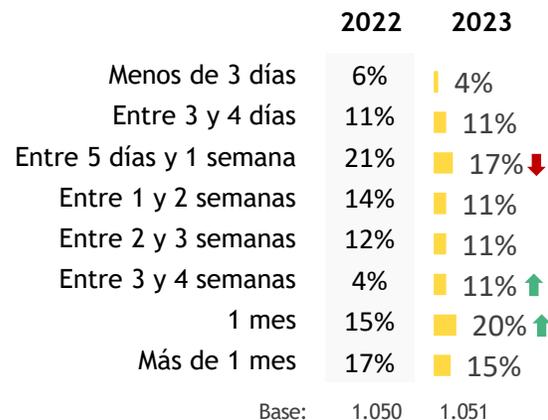
H11. ¿Y qué cantidad en (paquetes) de concentrado/alimento para perros compra cada vez que efectúa la compra?

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

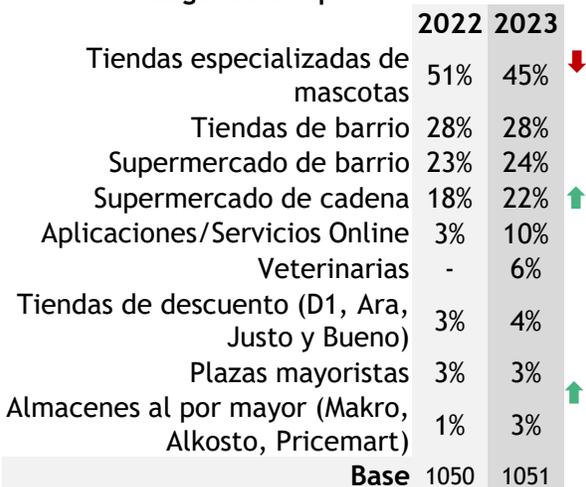
H12. En general, ¿cada cuánto compra usted concentrado/alimento para su perro? RU

HÁBITOS DE COMPRA

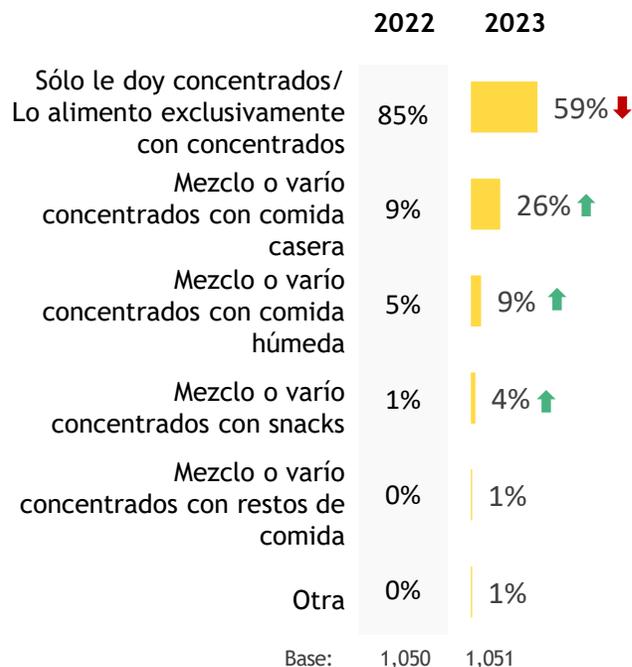
Duración del Paquete



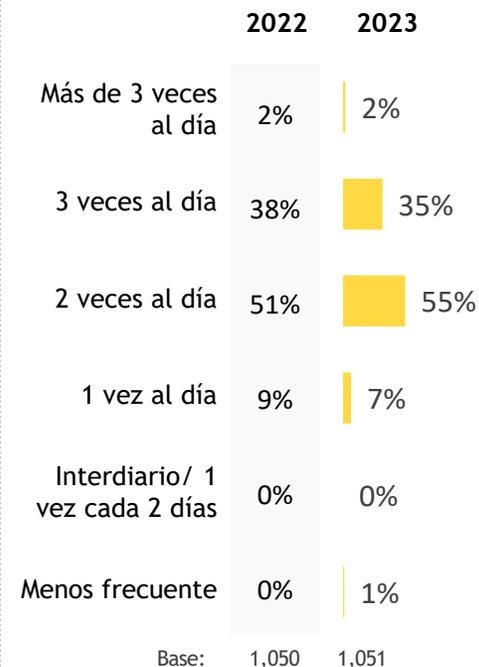
Lugar de compra



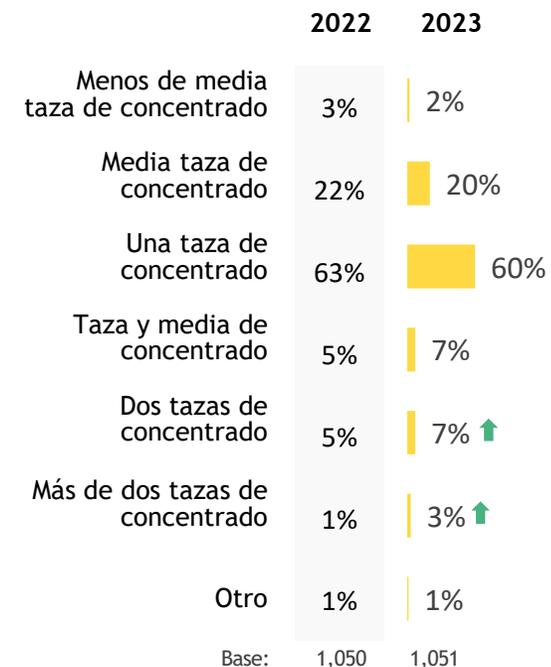
Forma de Alimentar al Perro



Frecuencia suministro de concentrado



Cantidad Concentrado suministrado



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

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

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



ATRIBUTOS NEGATIVOS DEL PRODUCTO

																
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Le sienta mal a la digestión mi perro	5%	8%	4%	8% ↑	5%	7%	2%	4%	3%	2%	0%	5%	4%	3%	3%	2%
No lo llena	3%	5%	3%	5% ↑	3%	4%	1%	3% ↑	1%	3%	5%	6%	2%	1%	3%	0%
Tiene colorantes artificiales	21%	16% ↓	21%	16% ↓	18%	14%	19%	12% ↓	9%	8%	4%	7%	21%	8% ↓	4%	4%
Mi perro no se lo come	4%	9% ↑	4%	7% ↑	4%	6%	4%	4%	2%	2%	2%	10%	5%	4%	5%	3%
No rinde	3%	5%	4%	7% ↑	5%	4%	2%	3%	5%	8%	2%	2%	3%	3%	3%	1%
Es costosa	12%	7% ↓	20%	16% ↓	27%	15% ↓	6%	3%	54%	53%	0%	0%	6%	1% ↓	9%	18% ↑
No aporta los beneficios nutricionales que mi perro necesita	5%	7%	3%	7% ↑	4%	6%	2%	6% ↑	1%	1%	1%	10%	6%	3%	1%	0%
No contribuye a que mi perro tenga el pelo brillante	6%	9% ↑	4%	7% ↑	4%	7% ↑	3%	5%	2%	1%	1%	8%	3%	3%	5%	2%
No lo protege de enfermedades	-	6%	-	6%	-	5%	-	4%	-	1%	-	8%	-	4%	-	3%
Base	773	821	930	868	843	790	446	446	261	291	58*	93*	360	317	235	238



ATRIBUTOS NEGATIVOS DEL PRODUCTO

	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Le sienta mal a la digestión mi perro	6%	7%	3%	5%	4%	7% ↑	0%	2%	10%	6% ↓	2%	6%	3%	2%	2%	0%
No lo llena	3%	3%	2%	2%	2%	3%	2%	2%	6%	5%	3%	4%	0%	1%	1%	0%
Tiene colorantes artificiales	10%	11%	15%	11%	12%	14%	9%	7%	21%	15% ↓	11%	1% ↓	9%	8%	7%	7%
Mi perro no se lo come	4%	3%	4%	5%	4%	5%	0%	2%	8%	6%	4%	2%	1%	2%	1%	1%
No rinde	5%	6%	2%	1%	4%	4%	4%	1%	4%	7%	3%	1%	3%	3%	3%	1%
Es costosa	32%	19% ↓	7%	5%	28%	15% ↓	40%	32%	3%	3%	9%	1% ↓	50%	45%	29%	15% ↓
No aporta los beneficios nutricionales que mi perro necesita	5%	5%	3%	5%	3%	6% ↑	1%	1%	13%	9%	5%	2%	2%	1%	2%	0%
No contribuye a que mi perro tenga el pelo brillante	4%	4%	3%	5%	3%	5%	1%	3%	11%	8%	1%	1%	3%	2%	1%	1%
No lo protege de enfermedades	-	3%	-	2%	-	5%	-	1%	-	9%	-	2%	-	2%	-	0%
Base	431	401	667	643	712	687	341	305	715	714	172	104	339	360	259	255



ANÁLISIS TOP OF MIND

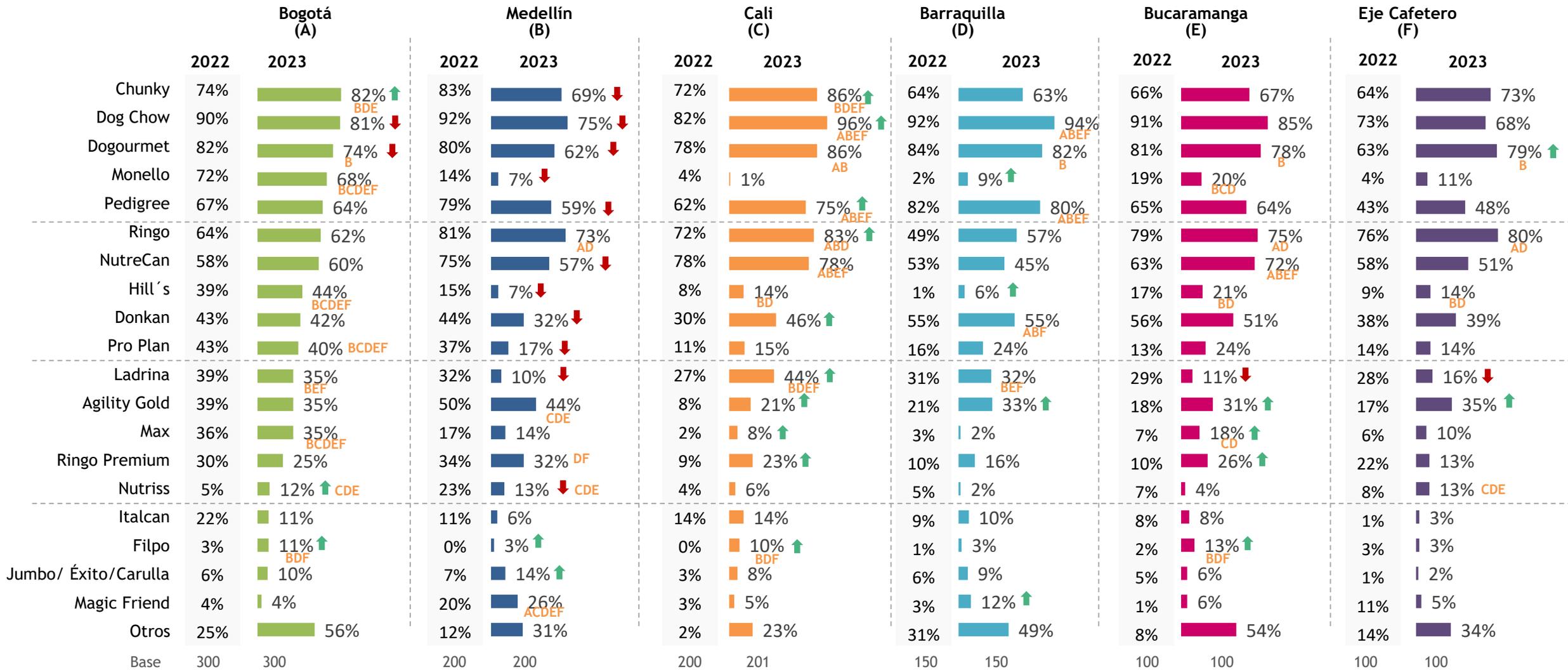
Ciudades

	Bogotá (A)		Medellín (B)		Cali (C)		Barrquilla (D)		Bucaramanga (E)		Eje Cafetero (F)	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Dog Chow	16%	12%	25%	18%	25%	26%	46%	41%	32%	22%	26%	10%
Chunky	13%	21%	18%	23%	21%	21%	5%	6%	10%	8%	16%	23%
Dogourmet	11%	8%	3%	6%	14%	10%	9%	12%	15%	17%	6%	10%
NutreCan	3%	3%	11%	11%	17%	14%	5%	2%	8%	7%	10%	9%
Ringo	3%	6%	20%	16%	7%	7%	2%	4%	5%	8%	14%	14%
Monello	18%	14%	0%	1%	1%	0%	0%	1%	5%	7%	0%	1%
Pedigree	2%	3%	3%	3%	2%	4%	6%	8%	4%	8%	3%	3%
Donkan	3%	5%	0%	2%	1%	3%	9%	10%	9%	7%	4%	6%
Agility Gold	9%	6%	5%	6%	3%	3%	3%	6%	2%	7%	2%	5%
Max	5%	7%	1%	2%	1%	1%	0%	0%	0%	1%	1%	2%
Hill's	4%	4%	1%	0%	1%	2%	0%	0%	1%	1%	0%	2%
Pro Plan	2%	1%	2%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	2%	1%	2%
Italcan	1%	0%	1%	0%	3%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	1%
Ringo Premium	1%	1%	2%	4%	1%	2%	0%	0%	0%	3%	3%	2%
Filpo	2%	1%	0%	0%	0%	1%	1%	0%	1%	0%	1%	0%
Ladrina	1%	0%	1%	0%	1%	1%	2%	0%	1%	0%	1%	0%
Taste of the wild	1%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%
Otras	5%	13%	7%	7%	2%	7%	11%	13%	1%	4%	11%	12%
Base	300	300	200	200	200	201	150	150	100	100	100	100



ANÁLISIS TOTAL CONOCIMIENTO

Ciudades



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



RECORDACIÓN PUBLICITARIA

Ciudades

	Bogotá (A)		Medellín (B)		Cali (C)		Barraquilla (D)		Bucaramanga (E)		Eje Cafetero (F)	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Dog Chow	34%	32% BC	22%	10% ↓	22%	17%	27%	51% ↑ ABCE	16%	25%	38%	47% ABCE
Dogourmet	34%	23% ↓	13%	5% ↓	16%	20%	16%	27% ↑	18%	16%	16%	53% ↑ ABCDE
Pedigree	11%	12%	12%	4% ↓	8%	7%	16%	27% ↑ ABCE	7%	8%	11%	22% ↑ ABCE
Chunky	10%	23% ↑ BCDE	13%	14% CD	14%	5% ↓	4%	6%	3%	6%	21%	43% ↑ ABCDE
NutreCan	6%	11% CD	3%	6%	7%	1% ↓	2%	4%	3%	11% CD	19%	20% ABCD
Ringo	4%	10% ↑	8%	6%	6%	3%	2%	7%	7%	7%	23%	37% ↑ ABCDE
Monello	10%	12% BCDEF	1%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	2% BD	0%	0%
Donkan	7%	5%	2%	1%	1%	1%	3%	9% ↑ ABCE	1%	1%	8%	11% ABCE
Hill's	5%	7% BCD	1%	0%	2%	1%	0%	1%	1%	3%	0%	2%
Pro Plan	3%	4%	3%	1%	0%	1%	0%	1%	0%	3%	2%	2%
Agility Gold	3%	4%	3%	3%	2%	1%	0%	3%	2%	7%	3%	8%
Max	3%	4% CD	1%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	1%	1%
Ladrina	1%	1%	0%	0%	0%	1%	1%	3% AB	2%	0%	3%	2%
Ringo Premium	0%	2% ↑	0%	1%	0%	1%	0%	0%	0%	2%	0%	5% ↑ BCD
Italcan	1%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%
Nutriss	0%	1%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	3%
Magic Friend	1%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	2% ABC
Otro	2%	2%	3%	1%	0%	0%	1%	1%	0%	1%	11%	9% BCD
Ninguna	20%	19%	49%	55% ADF	39%	51% ↑ ADF	40%	23% ↓	45%	43% ADF	3%	3%
Base	300	300	200	200	200	201	150	150	100	100	100	100



PREFERENCIA - TOM

Ciudades

	Bogotá (A)		Medellín (B)		Cali (C)		Barraquilla (D)		Bucaramanga (E)		Eje Cafetero (F)	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Dog Chow	14%	6% ↓	23%	19% AF	18%	20% AF	35%	33% ABCEF	21%	17% A	25%	9% ↓
Chunky	12%	19% ↑ DE	19%	22% DE	20%	22% DE	9%	9%	6%	9%	14%	25% DE
Dogourmet	11%	7%	3%	5%	12%	10%	12%	7%	20%	15% AB	4%	10%
NutreCan	3%	3%	9%	10% AD	21%	15% AD	4%	2%	9%	11% AD	9%	9% AD
Ringo	2%	5%	20%	16% ACD	10%	7%	4%	5%	9%	10%	14%	11%
Monello	18%	16% BCDF	0%	1%	1%	0%	0%	2%	6%	7% BCDF	0%	1%
Pedigree	2%	1%	3%	2%	4%	3%	9%	8% AB	4%	4%	5%	3%
Donkan	4%	6%	0%	2%	2%	3%	9%	11% ABC	7%	7%	2%	8%
Agility Gold	9%	7%	4%	5%	3%	3%	3%	5%	4%	7%	2%	3%
Max	7%	8% BCDE	2%	3%	0%	2%	0%	0%	1%	1%	1%	2%
Hill's	4%	5%	1%	0%	0%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	1%
Pro Plan	2%	2%	3%	1%	1%	0%	0%	0%	3%	1%	0%	2%
Italcan	1%	0%	1%	0%	3%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Ringo Premium	1%	2%	3%	4%	1%	3%	0%	0%	1%	4%	2%	3%
Filpo	2%	1%	0%	0%	0%	1%	1%	0%	1%	0%	1%	0%
Nutra Nuggets	1%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%
Taste of the wild	2%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	1%	1%	0%
Magic Friend	0%	0%	1%	3%	1%	0%	0%	3% ↑	0%	1%	1%	1%
Otros	3%	5%	7%	6%	2%	7%	13%	11%	3%	4%	16%	11%
Base	300	300	200	200	200	201	150	150	100	100	100	100

ABCDEF Diferencias significativas entre ciudades 2023

↓ ↑ Dif. Significativas entre olas



PREFERENCIA – TOTAL PREFERENCIA

Ciudades

	Bogotá (A)		Medellín (B)		Cali (C)		Barraquilla (D)		Bucaramanga (E)		Eje Cafetero (F)	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Dog Chow	19%	20%	36%	24% ↓	34%	46% ↑ ABEF	50%	45% ABEF	29%	32% AF	28%	15% ↓
Chunky	20%	30% ↑ DE	30%	25%	26%	37% ↑ BDE	24%	14% ↓	13%	14%	20%	28% DE
Dogourmet	18%	16%	13%	11%	25%	29% ABDF	17%	11%	33%	31% ABDF	9%	17%
NutreCan	5%	7%	18%	12%	33%	24% ABDF	9%	5%	19%	18% AD	11%	12%
Ringo	5%	8%	27%	23% ADE	14%	21% ADE	10%	8%	15%	10%	14%	18% AD
Monello	25%	27% BCDEF	0%	1%	1%	0%	0%	3%	10%	9% BCDF	0%	1%
Pedigree	4%	5%	14%	6% ↓	6%	9%	24%	22% ABCEF	13%	5%	5%	5%
Donkan	6%	10%	2%	3%	2%	7%	15%	17% ABC	19%	13%	5%	11%
Agility Gold	11%	8%	11%	7%	3%	4%	5%	8%	7%	10%	2%	5%
Hill's	8%	7% BD	3%	0% ↓	1%	2%	1%	1%	3%	2%	0%	2%
Max	9%	11% BCDEF	2%	5%	1%	3%	0%	0%	2%	2%	1%	2%
Pro Plan	5%	3%	5%	2%	2%	1%	1%	5% ↑	4%	2%	0%	2%
Ladrina	2%	2%	1%	0%	3%	3%	4%	0% ↓	0%	0%	3%	0%
Italcan	1%	0%	1%	0%	4%	2%	2%	0%	1%	1%	0%	0%
Ringo Premium	1%	2%	6%	5%	1%	5% ↑ AD	1%	0%	1%	4%	4%	3%
Filpo	2%	1%	0%	0%	0%	2% ↑	1%	0%	1%	0%	1%	0%
Magic Friend	1%	0%	2%	3%	3%	0% ↓	0%	5% ↑	0%	3%	1%	1%
Otros	10%	2%	11%	1%	1%	4%	18%	10% ↑	8%	5%	20%	8%
Ninguna	48%	52% BCDF	42%	25%	49%	35%	32%	33% ↑	41%	52% BCDF	36%	35%
Base	300	300	200	200	200	201	150	150	100	100	100	100



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

ABCDEF Diferencias significativas entre ciudades 2023

↓ ↑ Dif. Significativas entre olas

MAYOR FRECUENCIA – MARCA MÁS COMPRADA EN EL ÚLTIMO MES

Ciudades

	Bogotá (A)		Medellín (B)		Cali (C)		Barraquilla (D)		Bucaramanga (E)		Eje Cafetero (F)	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Dog Chow	15%	8% ↓	22%	19% AF	17%	17%	36%	33% ABCEF	20%	13%	25%	9% ↓
Chunky	12%	19% ↑ D	17%	22% DE	20%	23% DE	9%	9%	7%	10%	14%	23% DE
Dogourmet	11%	8%	5%	4%	13%	10%	11%	8%	20%	17% ABD	4%	12%
NutreCan	3%	3%	9%	10% AD	21%	17% AD	2%	2%	10%	12% AD	9%	9% AD
Ringo	3%	6%	20%	16% ACD	11%	7%	3%	5%	9%	10%	12%	11%
Monello	18%	16% BCDEF	0%	1%	0%	0%	0%	2%	7%	6% BCF	0%	1%
Donkan	4%	6%	0%	3% ↑	2%	4%	11%	10% BC	8%	9% BC	4%	8%
Pedigree	2%	2%	4%	2%	3%	3%	8%	9% ABC	4%	3%	5%	3%
Agility Gold	8%	6%	5%	6%	3%	3%	3%	5%	2%	6%	2%	3%
Max	7%	8% BCDE	2%	3%	0%	1%	0%	0%	1%	2%	1%	2%
Hill's	4%	4%	1%	0%	0%	2%	0%	1%	0%	1%	0%	2%
Pro Plan	1%	1%	3%	1%	1%	0%	0%	0%	2%	1%	0%	2%
Italcan	1%	0%	1%	0%	4%	1% ↓	0%	0%	0%	1%	0%	0%
Ringo Premium	1%	2%	3%	4%	1%	3%	0%	0%	0%	4%	2%	3%
Filpo	1%	1%	0%	0%	0%	1%	1%	0%	1%	0%	1%	0%
Nutra Nuggets	1%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%
Magic Friend	0%	0%	1%	3%	2%	1%	0%	3%	0%	1%	1%	1%
Otros	7%	6%	7%	6%	2%	7%	15%	10%	8%	4%	18%	11%
Base	300	300	200	200	200	201	150	150	100	100	100	100

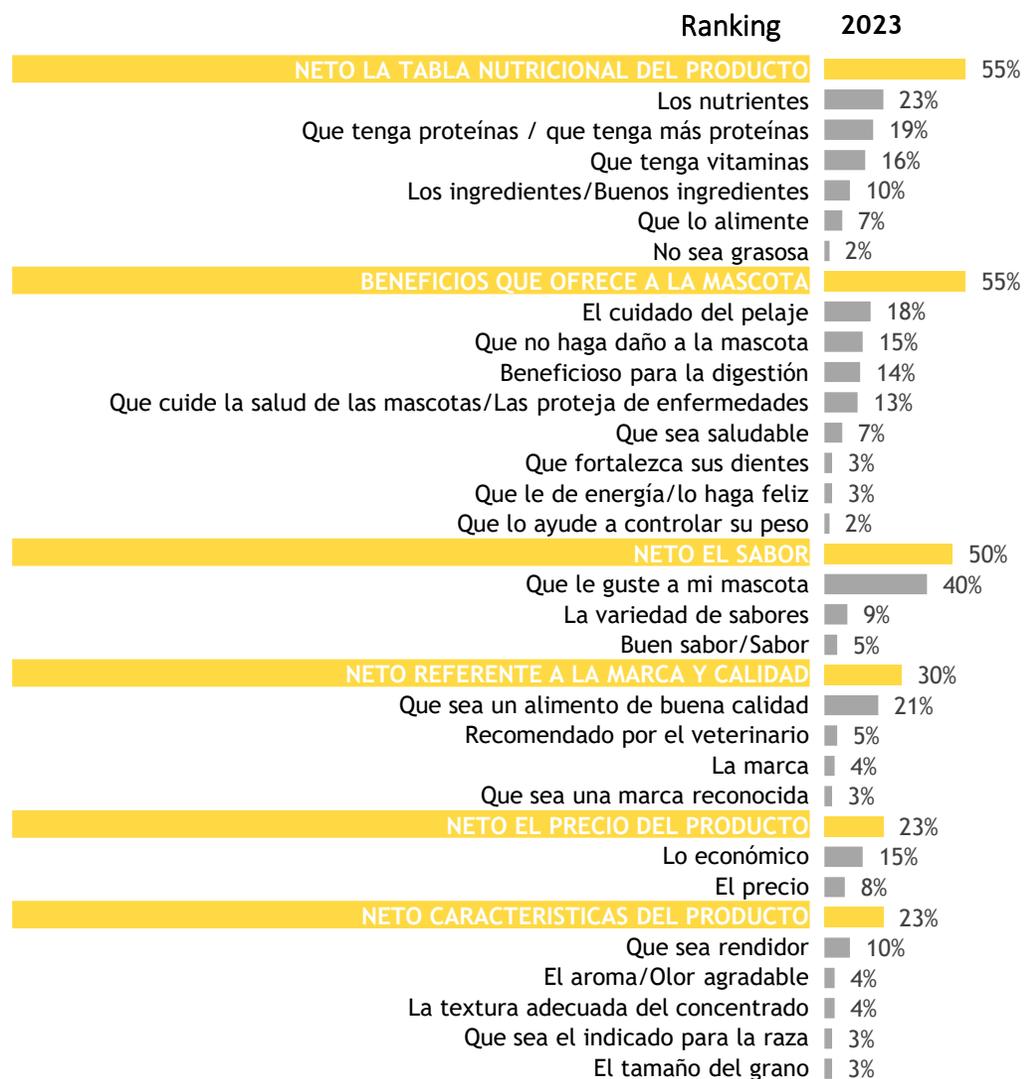


H.1. ¿Cuál es la marca de concentrado/alimento para perros que más ha comprado en el último mes?

ABCDEF Diferencias significativas entre ciudades 2023

↓ ↑ Dif. Significativas entre olas

DETONANTES DE COMPRA PERROS



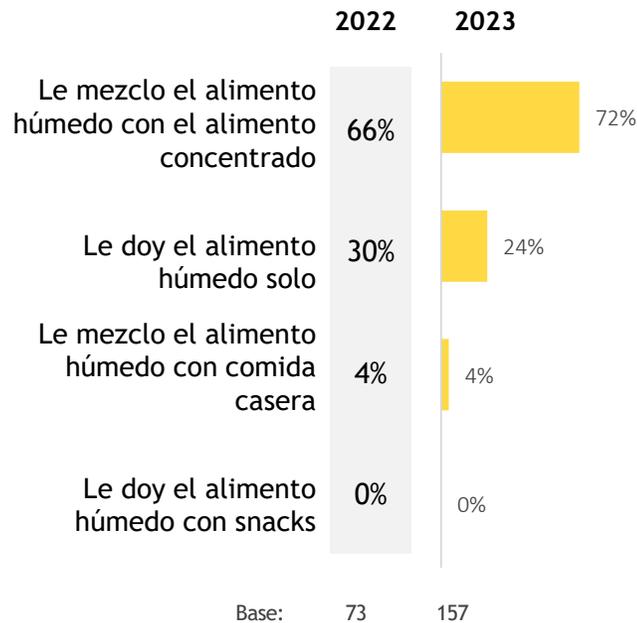
Base: 1.051

2023				
Primera posición	Segunda posición	Tercera posición	Cuarta posición	Quinta posición
29%	23%	22%	15%	26%
11%	7%	7%	2%	5%
9%	6%	6%	4%	9%
5%	6%	7%	8%	8%
5%	4%	1%	2%	4%
3%	3%	2%	0%	0%
0%	1%	1%	0%	1%
23%	31%	30%	26%	44%
6%	7%	6%	10%	13%
5%	6%	8%	4%	7%
5%	5%	5%	5%	9%
4%	7%	5%	3%	4%
2%	3%	3%	2%	2%
0%	2%	1%	1%	2%
1%	1%	2%	1%	2%
1%	1%	1%	1%	1%
21%	19%	17%	20%	35%
18%	15%	10%	11%	23%
2%	2%	5%	7%	10%
1%	2%	2%	4%	4%
16%	9%	9%	13%	31%
10%	7%	5%	3%	14%
3%	2%	1%	4%	6%
3%	0%	1%	4%	8%
1%	1%	2%	3%	3%
8%	9%	9%	10%	23%
4%	6%	6%	7%	20%
3%	3%	2%	3%	3%
10%	9%	10%	11%	29%
3%	2%	4%	5%	19%
1%	2%	1%	3%	3%
1%	1%	2%	1%	3%
1%	2%	0%	1%	2%
1%	0%	2%	1%	1%

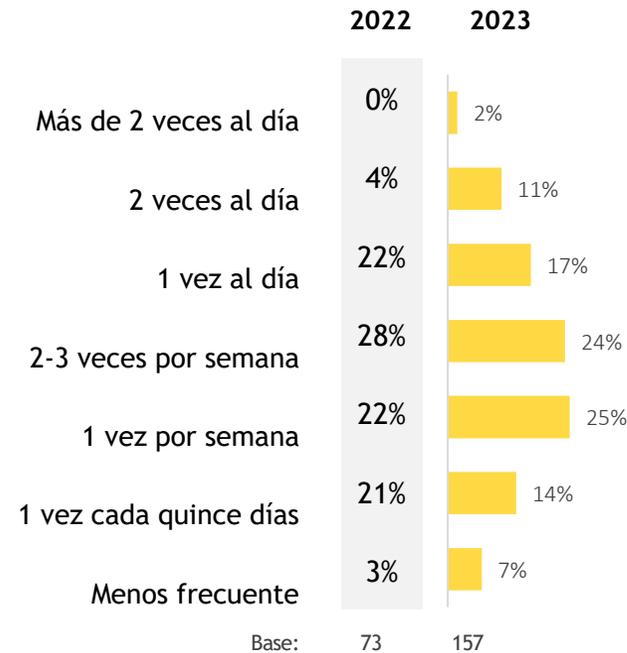


HÁBITOS DE COMPRA Y CONSUMO DE ALIMENTO HÚMEDO

Forma de alimentar al perro con alimento húmedo



Frecuencia de suministro de alimento húmedo



Aspectos más importantes al momento de escoger un alimento húmedo

Aspecto	2022	2023
Que le guste a mi mascota	67%	68%
Que sea una marca de calidad	38%	46%
Que le caiga bien a mi mascota	44%	37%
Que ayude con la digestión	55%	37%
Que ofrezca beneficios nutricionales para mi mascota	48%	30%
La proteína que ofrece el alimento húmedo (carne, pollo, pescado)	57%	29%
Que nutra a mi mascota	0%	29%
El precio	12%	24%
Que sea una marca reconocida / de prestigio	0%	15%
La naturalidad del alimento húmedo	20%	13%
Que tenga ingredientes de calidad	0%	13%
La apariencia visual del alimento húmedo	27%	9%
Que el empaque sea practico	0%	9%
La cantidad de líquido que contiene el alimento húmedo	28%	4%
Otro	8%	0%

Base: 2022 = 73, 2023 = 157



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!

PRESENTADO POR: **connecta**

Email: lbaena@connecta.com.co

Teléfono: +57 1 3153451204