

KANTAR TNS.

Mini Informe Omnibus Kantar TNS Gallup

¿Qué vínculo tenemos los argentinos
con las mascotas?

Abril 2017

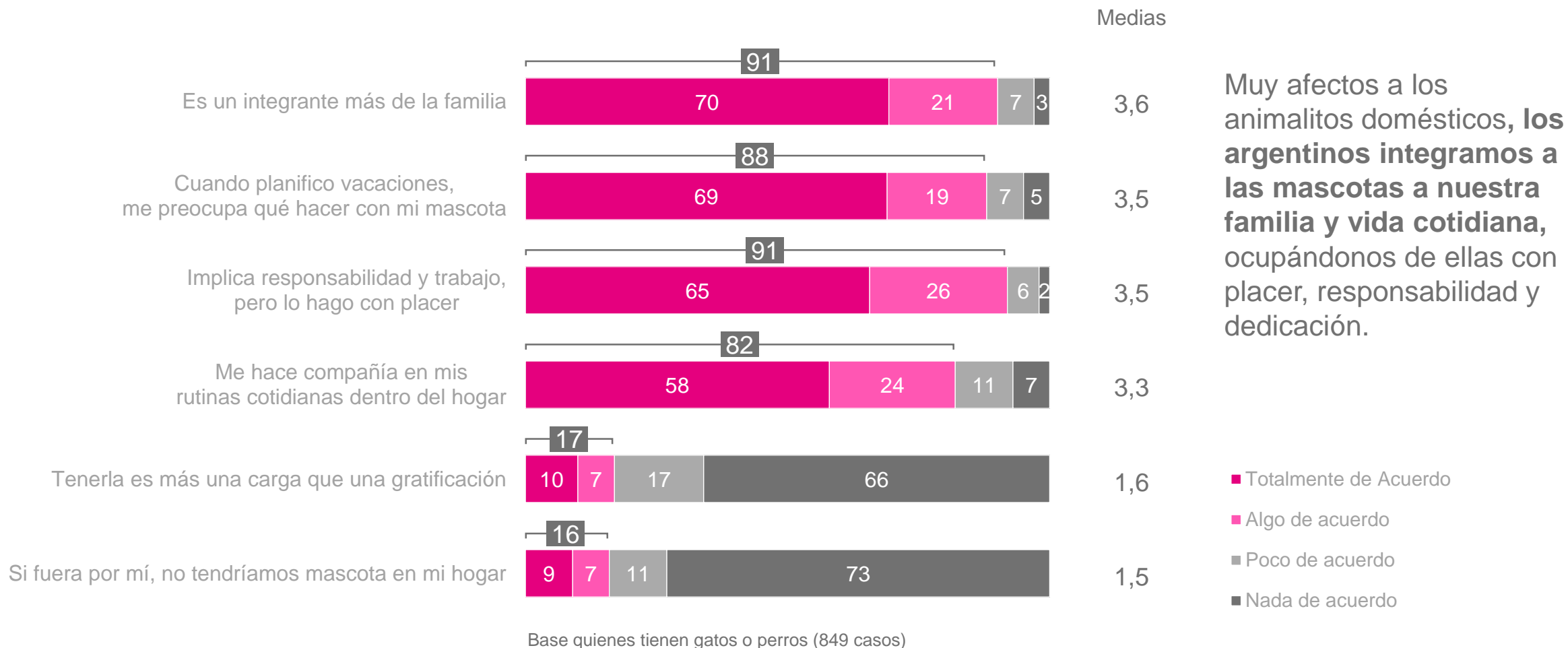
 **OMNIBUS**
KANTAR TNS GALLUP



01.
El significado de las mascotas para los argentinos

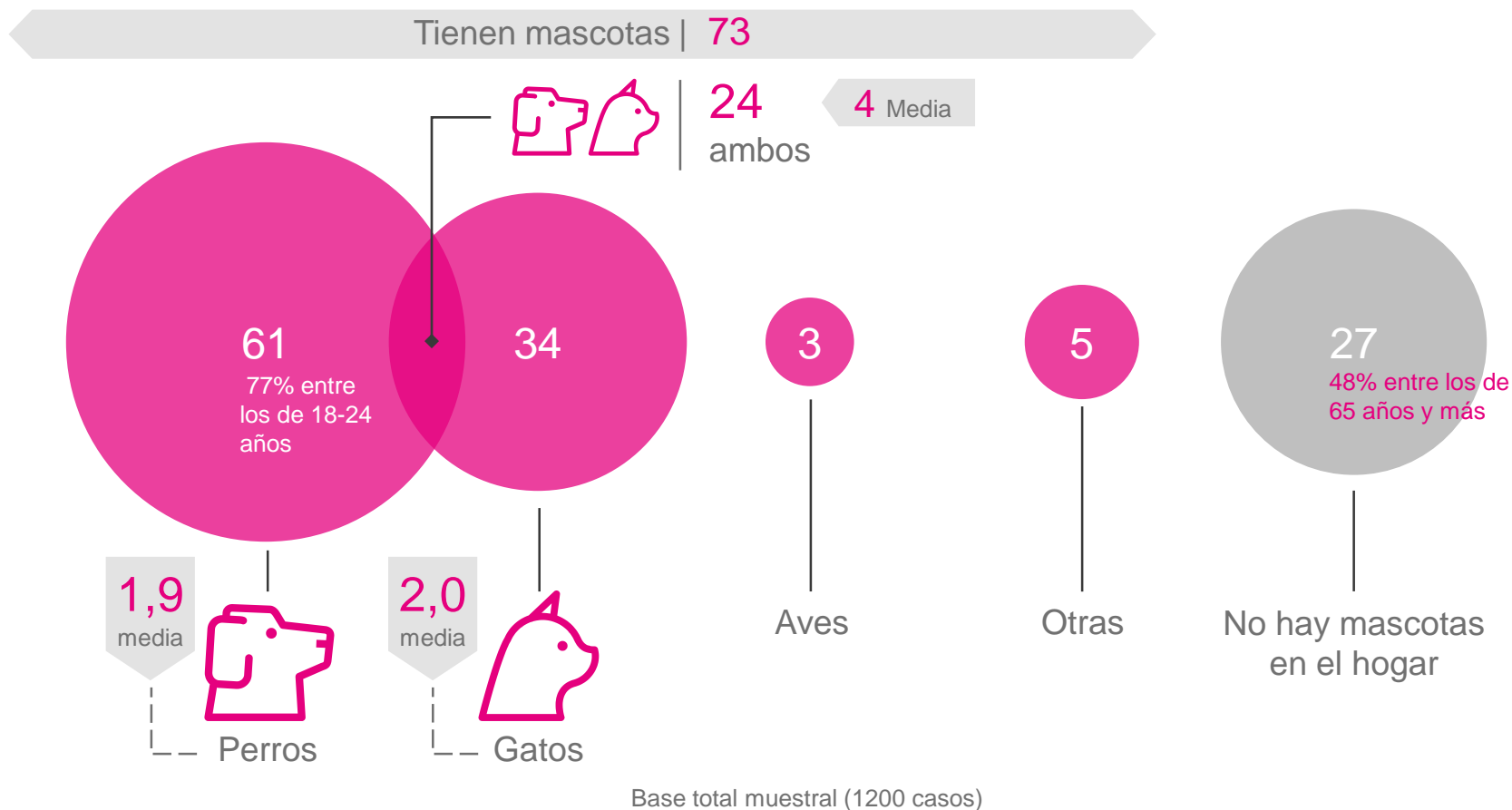
¡Amamos a nuestras mascotas!

%



Muy afectos a los animalitos domésticos, **los argentinos integramos a las mascotas a nuestra familia y vida cotidiana**, ocupándonos de ellas con placer, responsabilidad y dedicación.

Siete de cada 10 argentinos tienen al menos 1 mascota, principalmente entre los niveles medio- bajos y bajos y en GBA e Interior. Los favoritos son los perros, seguidos por los gatos.
%



Seis de cada 10 argentinos tienen perro (en promedio 2) y 3 de cada 10 tienen gato (también 2 en promedio).

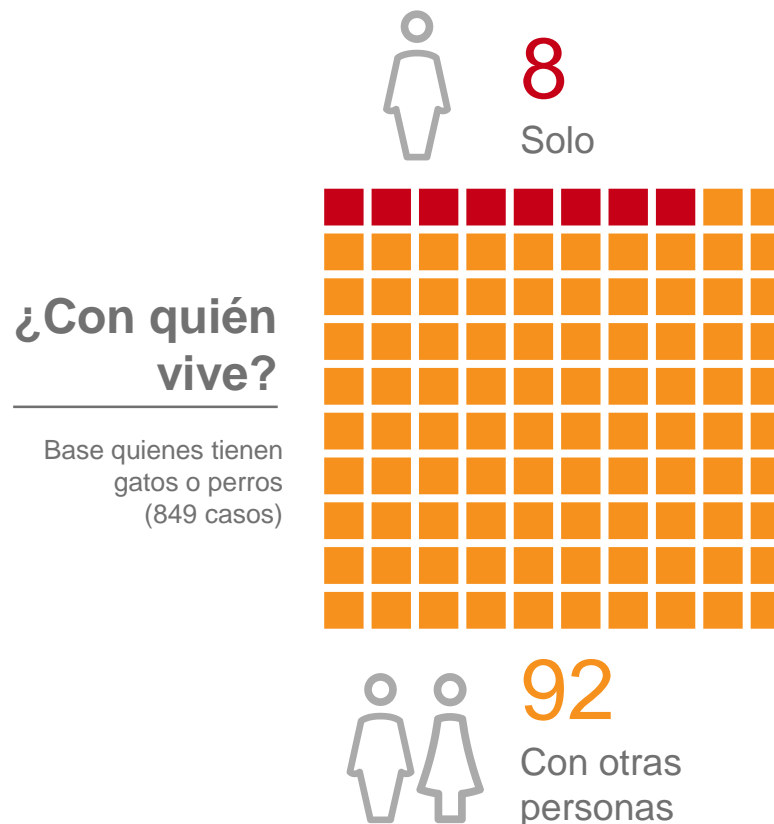
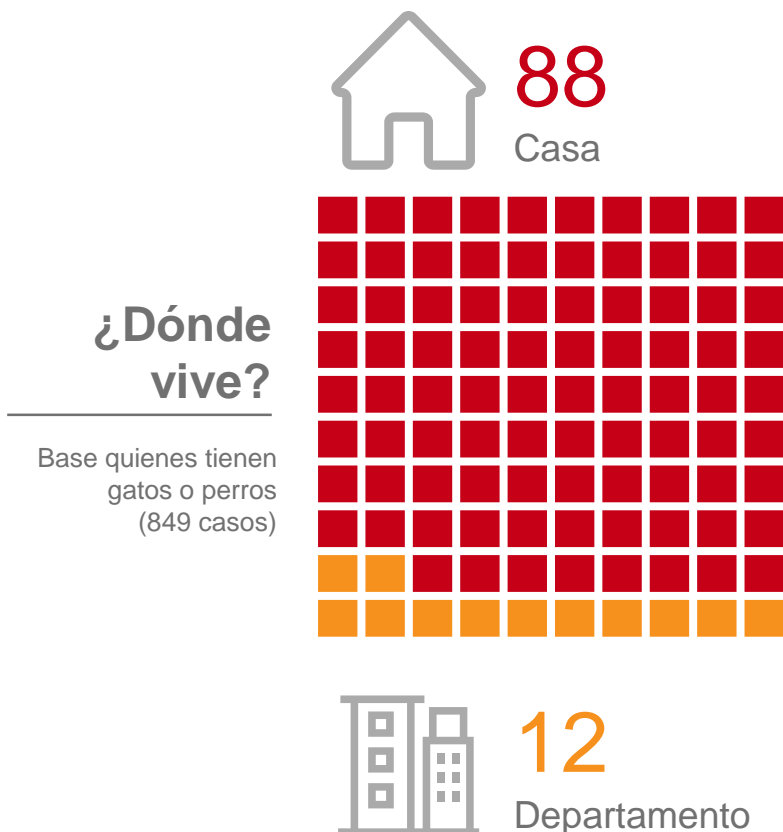
Quienes tienen perro residen principalmente en GBA e Interior (6 de cada 10 vs. 3 de cada 10 viviendo en CABA).

La distribución de gatos por zona es más pareja, aunque la proporción en CABA es un poco menor que en el resto del país.

Contra el mito de que perros y gatos no se llevan bien, **casi un cuarto de la población argentina tiene ambos**, promediando en esos casos, 4 animalitos por hogar.


Mayoritariamente, quienes tienen gatos o perros viven en casa y con otras personas.

%

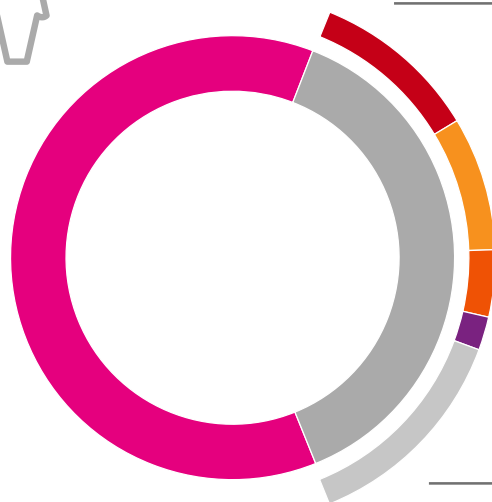
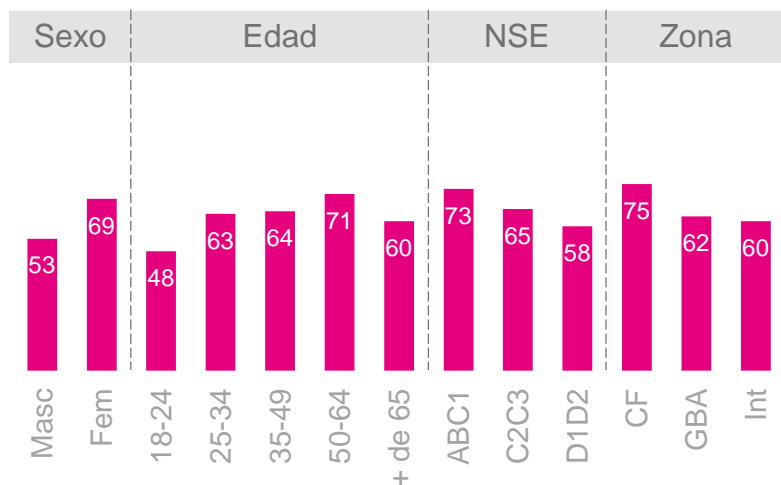


Y más de la mitad de quienes tienen una mascota, declaran ser el principal responsable de su cuidado. En este sentido, la mujer juega un rol fundamental

%

Yo mismo | **62** 

Es mayor entre mujeres y en el segmento de 25 a 64



10 | Mi mamá
30% entre los de 18 a 24 años

8 | Mi mujer
17% entre los hombres

4 | Mi marido

2 | Mi papá

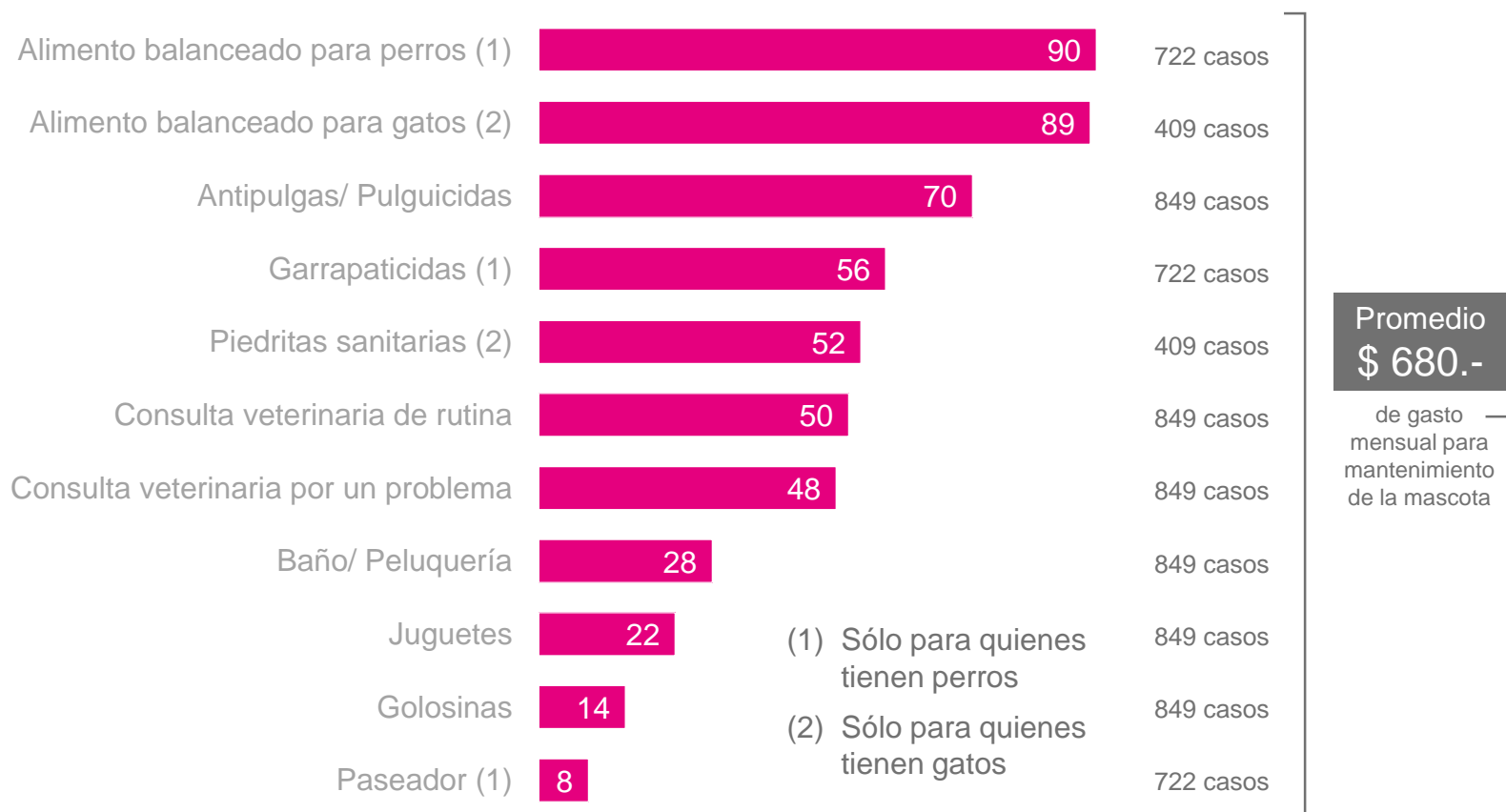
13 | Otros

Base quienes tienen mascotas (869 casos)

Siete de cada 10 dueños de mascotas que se dicen responsables de la misma son mujeres (vs. 5 de cada 10 varones).

Con un promedio de gasto mensual de alrededor de \$ 700.-, el alimento balanceado y los pulguicidas son los principales productos comprados en los U30D

%



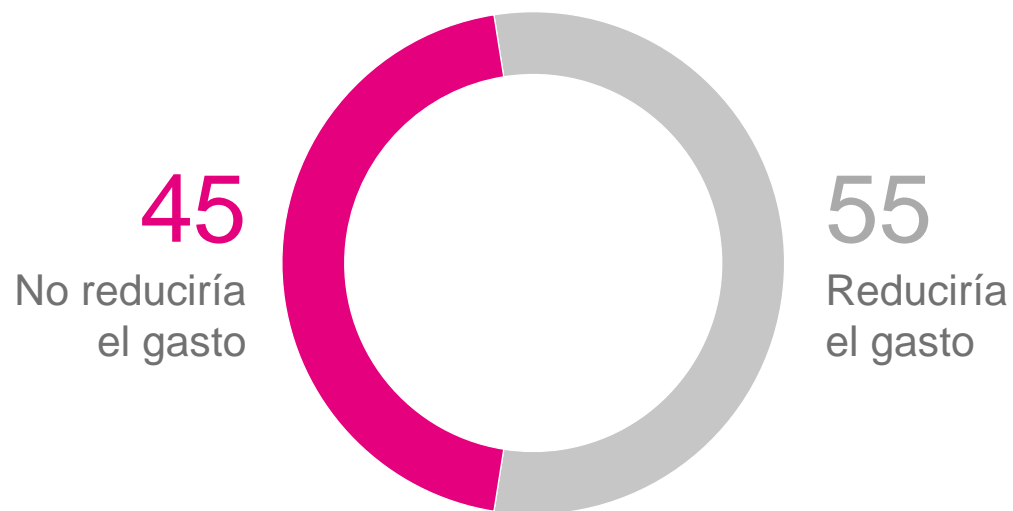
Los productos menos comprados en el último mes son los más superfluos: baño/peluquería, juguetes, golosinas y paseador.

Los juguetes son más comprados por residentes en CABA y las golosinas por habitantes de CABA y GBA.

Tendencialmente también el paseador es un servicio más utilizado por los porteños.

En un escenario de alza de precios y caída del consumo, casi 5 de cada 10 argentinos que tienen mascota dicen que NO reducirían el gasto que hacen en su animalito

%



Base quienes tienen gatos o perros (829 casos)

¿En qué reduciría el gasto?

Baño / peluquería	32
Juguetes	30
Consulta veterinaria de rutina control (Incluye vacunas)	21
Golosinas	19
Antipulgas / pulguicidas	13
Alimento balanceado para perros	12
Garrapaticidas	12
Paseador	8
Alimento balanceado para gatos	6
Consulta veterinaria por un problema / enfermedad	6
Piedritas sanitarias	6

Base quienes reducirían el gasto (454 casos)

Quienes sí harían una reducción, mencionan en primer lugar baño / peluquería y juguetes, seguidos por consulta veterinaria de control y golosinas.

Uno de cada 10 reduciría su gasto en pulguicidas/ garrapaticidas y alimento.

En síntesis...

- **7 de cada 10 argentinos tienen al menos una mascota, 61% tiene perro, 34% gato y un 24% tiene ambos.**
- La tenencia de mascotas es mayor en el GBA e Interior, entre los sectores bajos versus los medios y entre las personas de 18 a 64 años versus los más grandes.
- En promedio, hay 2 mascotas por hogar en los hogares donde hay perros o gatos, pero en aquellos hogares donde hay ambos, el promedio de animalitos trepa a 4.
- La región menos “mascotera” del país es CABA: solamente el 24% de los porteños tiene gatos y el 36% tiene perros.
- Las mujeres son mayoritariamente las responsables del cuidado del animal (69%), pero los hombres no se quedan tan atrás: el 53% declara ocuparse de su mascota.
- El 91% de quienes tienen alguna mascota, la considera “un integrante más de la familia” y piensa que tenerla es una gran responsabilidad que asume con placer.
- Esta es posiblemente la razón por la cual casi la mitad de los poseedores de mascotas declara que no dejaría de comprar productos o servicios para sus animalitos aun cuando tuviera que reducir sus gastos.
- Respecto de los productos y servicios más consumidos en los últimos 30 días relativos al cuidado de las mascotas, el alimento balanceado es el más mencionado (90% lo compra), seguido por los pulguicidas (70%), garrapaticidas (56%), piedritas sanitarias (52%) y consulta al veterinario por rutina o por un problema específico (50% y 48% respectivamente).
- Otros servicios son menos masivos: baño y peluquería (28%), juguetes (22%), golosinas (14%) y paseador (8%).
- El consumo de estos productos y servicios arroja un gasto promedio mensual cercano a los 700 pesos.
- En un escenario hipotético de reducción de gastos, el 45% opina que no suprimiría ningún producto o servicio para el cuidado de su mascota (sin diferencias por sexo, edad, nivel o zona), mientras que entre los que sí harían alguna reducción (55%) los productos más superfluos son los que más sufrirían el impacto.

Ahora bien...

- ¿Con qué frecuencia se acude al veterinario para consultas de rutina?
- ¿Cumplen los dueños de mascotas con el calendario de vacunación?
- ¿Con qué frecuencia aplican pulguicidas a sus mascotas? ¿Tienen incorporado este hábito o esperan a ver signos de infestación en la mascota para aplicarlo?
- ¿Con qué frecuencia acuden los dueños de mascotas al pet shop? ¿Cuál es la principal misión de compra? ¿Hay compra por impulso frente a productos expuestos como juguetes o golosinas?
- ¿Cuál es el rol del veterinario en la elección de marca del alimento balanceado más adecuado para el animal? ¿Y cuál el del vendedor del pet shop?
- ¿Cómo piden el alimento balanceado, por marca, por funcionalidad? ¿Aceptan el cambio de marca cuando es propuesto por el vendedor? ¿Por qué?
- ¿Qué pasa con las marcas de alimento balanceado en un momento de caída de consumo y alza de precios? ¿Ha habido migración hacia marcas más económicas? ¿Cuáles son hoy los drivers de elección de marca?
- ¿Se compran tamaños grandes para pagar menos por volumen? ¿O se opta por un menor out of pocket y una mayor frecuencia de compra?
- ¿El alimento balanceado se compra suelto o en bolsa cerrada?
- ¿Cuánto gastan en promedio cada vez que van a la veterinaria y/o pet shop?

Si querés saber más sobre los hábitos y actitudes de los dueños de mascotas, subite a la próxima onda de Omnibus.

Llamanos, contanos qué necesitás y te armamos un cuestionario a tu medida. Tenés tiempo hasta el 19/05.



Mariana Souto
Ómnibus Services Director
Mariana.Souto@tns-gallup.com.ar
+54 11 5276 5057

Ómnibus es una encuesta multicliente de Kantar TNS que permite acceder a una muestra de población argentina adulta.

Es una manera **económica, eficaz y confiable** de obtener respuestas a tus preguntas ya que **cada cliente reserva un espacio en el cuestionario, paga solamente por las preguntas que contrata** y recibe sus resultados de manera confidencial y exclusiva.

De esta forma obtiene las **ventajas de un estudio ad hoc** (diseño a medida de las preguntas, confidencialidad, exclusividad de los resultados), **con las de un estudio sindicado** (óptima relación costo-beneficio, fechas de lanzamiento y entrega predeterminadas, mayor rapidez en la recolección y entrega de datos, comparabilidad).

Universo: Hombres y Mujeres de 18 años y más, de niveles ABC1, C2C3, D1D2, residentes en todo el país.

Tamaño muestral: 1200 casos

Abordaje: CAWI (Computer Assisted Web Interview) en panel

Cruces estándar:

- Sexo
- Edad
- NSE
- Zona (CABA, GBA, Interior)

FRECUENCIA DE SALIDA MENSUAL

03.

Anexo estadístico

Ficha técnica

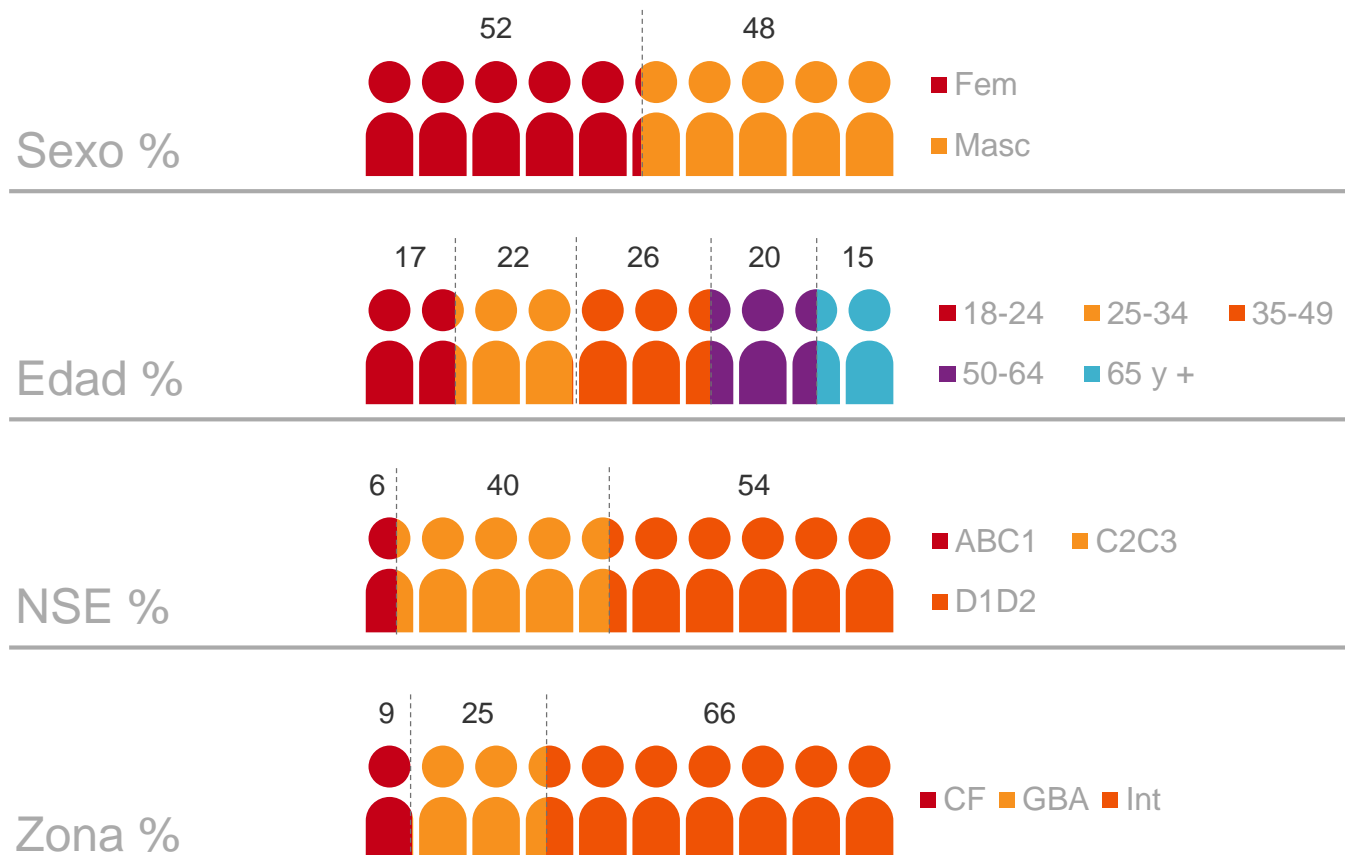
Universo: Hombres y Mujeres de 18 años y más, residentes en todo el país, de niveles ABC1, C2C3, D1D2.

Diseño muestral: muestra parametrizada según sexo, edad, NSE y zona.

Tamaño muestral: 1200 casos.

Técnica de recolección: CAWI (Computer Assisted Web Interview) a través de panel online.

Fecha de campo: febrero de 2017



Presencia de mascotas en el hogar

% | Cruce sociodemográfico

	Total	Sexo		Edad					NSE			Zona			Segmentos digitales			
		Hombre	Mujer	18 a 24	25 a 34	35 a 49	50 a 64	+ de 65	ABC1	C2C3	D1D2	Cap Fed	GBA	Interior	Lideres	Conectores	Observadores	Funcionales
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R
Neto Tienen mascotas	73	71	74	84	67	78	77	52	71	67	77	52	74	75	78	69	75	67
				EH	H	EH	H				J		L	L	R		R	
Gatos	34	32	35	37	34	35	38	22	40	27	38	24	34	35	42	37	33	32
				H		H	H	*	*		J	*				*		
Perros	61	61	61	77	58	66	59	42	55	55	67	36	63	64	60	63	63	63
				EFGH	H	H	H	*	*		J	*	L	L		*		
Tortuga	2	1	3	2	2	2	4	-	-	2	2	2	2	2	4	4	1	1
								*	*			*			R	*		
Peces	2	1	2	1	1	3	2	-	-	1	2	1	2	2	2	1	2	1
								*	*			*				*		
Aves	3	3	2	3	3	3	1	4	2	2	3	3	3	2	2	4	4	2
								*	*			*				*		
Conejo	1	1	*	2	*	1	-	1	-	1	1	2	2	*	1	-	1	1
								*	*			*				*		
Otras mascotas	1	2	1	3	-	2	2	1	1	1	2	*	2	2	1	5	2	1
				E				*	*			*				R*		
No hay mascotas en mi hogar	27	29	26	16	33	22	23	48	29	33	23	48	26	25	24	25	24	27
					DF			DEFG*	*	K		MN*			*			
Base	1200	572	628	251	240	348	271	90	77	502	621	240	363	597	208	131	303	511

Presencia de mascotas en el hogar

% | Cruce sociodemográfico

	Total	Mascotas			Cantidad de gatos		Cantidad de perros		Tipo de vivienda		Con quién vive	
		Gatos	Perros	Otras	1 gato	+ de 1 gato	1 perro	+ de 1 perro	Casa	Depto	Sólo	Con otros
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
Gatos	34	100	39	43	100	100	29	48	47	53	52	47
		CD			GH	GH		G				
Perros	61	70	100	79	70	70	100	100	89	67	74	87
			BD				EF	EF	J			K
Tortuga	2	2	2	24	1	4	2	3	2	1	1	2
				BC								
Peces	2	1	2	22	1	1	2	3	2	1	-	2
				BC								
Aves	3	4	3	35	4	4	1	6	3	-	-	3
				BC				G				
Conejo	1	1	1	11	1	-	1	1	1	-	-	1
				BC								
Otras mascotas	1	2	2	20	2	2	1	3	2	2	-	2
				BC								
No hay mascotas en mi hogar	27	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
				*								
Base	1200	397	722	89	250	147	358	365	701	148	53	796

Tipo de hogar

% | Cruce sociodemográfico

¿Dónde vive?	Total	Sexo		Edad					NSE			Zona		Segmentos digitales				
		Hombre	Mujer	18 a 24	25 a 34	35 a 49	50 a 64	+ de 65	ABC1	C2C3	D1D2	Cap	Fed	GBA	Interior	Lideres	Conectores	Observadores
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	
Casa	88	88	87	85	84	89	87	97	86	86	89	45	92	90	84	88	86	90
								*	*			*	L	L	*	*		
Departamento	12	12	13	15	16	11	13	3	14	14	11	55	8	10	16	12	14	10
								*	*			MN*			*	*		
Base	849	388	461	207	157	258	185	42	51	347	451	128	272	449	155	100	219	358

¿Con quién vive?	Total	Sexo		Edad					NSE			Zona		Segmentos digitales				
		Hombre	Mujer	18 a 24	25 a 34	35 a 49	50 a 64	+ de 65	ABC1	C2C3	D1D2	Cap	Fed	GBA	Interior	Lideres	Conectores	Observadores
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	
Solo	8	7	8	3	4	7	8	24	2	10	7	6	5	9	5	7	5	11
								DEFG*	*			*			*	*		
Con otras personas	92	93	92	97	96	93	92	76	98	90	93	94	95	91	95	93	95	89
				H	H	H	H	*	*			*			*	*		
Base	849	388	461	207	157	258	185	42	51	347	451	128	272	449	155	100	219	358

Tipo de hogar

% | Cruce sociodemográfico

¿Dónde vive?	Total	Mascotas			Cantidad de gatos		Cantidad de perros		Tipo de vivienda		Con quién vive	
		Gatos	Perros	Otras	1 gato	+ de 1 gato	1 perro	+ de 1 perro	Casa	Depto	Sólo	Con otros
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
Casa	88	86	90	95	87	85	86	95	100	-	82	88
Departamento	12	14	10	5	13	15	14	5	-	100	18	12
Base	849	397	722	89	250	147	358	365	701	148	53	796

¿Con quién vive?	Total	Mascotas			Cantidad de gatos		Cantidad de perros		Tipo de vivienda		Con quién vive	
		Gatos	Perros	Otras	1 gato	+ de 1 gato	1 perro	+ de 1 perro	Casa	Depto	Sólo	Con otros
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
Sólo	8	8	7	-	10	5	8	5	7	11	100	-
Con otras personas	92	92	93	100	90	95	92	95	93	89	-	100
Base	849	397	722	89	250	147	358	365	701	148	53	796

Principal responsable del cuidado de la mascota

% | Cruce sociodemográfico

	Total	Sexo		Edad					NSE				Zona		Segmentos digitales			
		Hombre	Mujer	18 a 24	25 a 34	35 a 49	50 a 64	+ de 65	ABC1	C2C3	D1D2	Cap Fed	GBA	Interior	Lideres	Conectores	Observadores	Funcionales
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R
Yo mismo	62	53	69	48	63	64	71	60	73	65	58	75	62	60	61	60	63	63
			B		D	D	D	*	*			*			*	*		
Mi mamá	10	12	8	30	12	4	3	-	1	6	14	4	10	11	12	15	9	9
				EFGH	FGH			*	*		J	*			*	*		
Mi papá	2	1	3	5	4	2	-	-	5	3	2	*	2	3	4	3	2	2
				G				*	*			*			*	*		
Mi marido	4	*	8	2	5	5	3	5	3	6	3	5	2	5	5	4	4	3
			B					*	*			*			*	*		
Mi mujer	8	17	*	1	5	12	6	21	9	11	7	10	7	9	8	3	12	7
		C				D		DEG*	*			*			*	*		
Otros integrantes del hogar	13	16	11	13	9	13	17	13	9	9	16	6	17	13	9	15	11	16
								*	*		J	*			*	*		
Base quienes tienen mascotas	869	396	473	210	161	265	190	43	52	355	462	135	276	458	157	101	228	366

Principal responsable del cuidado de la mascota

% | Cruce sociodemográfico

	Total	Mascotas			Cantidad de gatos		Cantidad de perros		Tipo de vivienda		Con quién vive	
		Gatos	Perros	Otras	1 gato	+ de 1 gato	1 perro	+ de 1 perro	Casa	Depto	Sólo	Con otros
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
Yo mismo	62	60	62	61	66	52	66	59	62	62	82	60
					F		F				L	
Mi mamá	10	10	11	8	6	16	8	14	11	6	4	11
						EG		EG				
Mi papá	2	3	3	4	2	4	2	4	3	1	1	2
Mi marido	4	4	4	3	4	2	5	3	4	6	4	4
Mi mujer	8	9	8	10	9	9	8	8	8	11	1	9
Otros integrantes del hogar	13	14	12	14	12	17	12	13	13	14	8	14
Base	869	397	722	89	250	147	358	365	701	148	53	796

Productos/servicios consumidos U30D para el cuidado de la mascota

% | Cruce sociodemográfico

	Total	Sexo		Edad					NSE			Zona			Segmentos digitales			
		Hombre	Mujer	18 a 24	25 a 34	35 a 49	50 a 64	+ de 65	ABC1	C2C3	D1D2	Cap Fed	GBA	Interior	Lideres	Conectores	Observadores	Funcionales
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q
Alimento balanceado para perros*	90	87	92	83	88	91	95	94	98	94	87	96	89	90	94	88	93	88
							D			K								
Alimento balanceado para gatos**	89	86	91	81	96	90	86	91	87	98	84	89	84	91	83	92	95	88
					D					K								
Antipulgas / Pulguicidas	70	70	71	69	75	64	71	80	67	69	72	70	76	68	72	68	71	69
Garrapaticidas*	56	56	55	52	65	55	55	48	60	48	60	32	62	55	59	59	49	57
										J								
Piedritas Sanitarias**	52	47	56	47	52	48	57	61	61	58	48	76	65	45	47	50	57	51
											N	N						
Consulta Veterinaria De Rutina Control	50	51	48	50	41	49	56	55	65	52	47	48	43	52	51	50	50	48
							E											
Consulta Veterinaria Por Un Problema / Enfermedad	48	52	44	54	45	47	47	45	47	47	48	45	45	49	50	53	45	46
Baño / Peluquería	28	29	27	34	26	26	28	30	34	29	28	27	23	30	28	31	31	27
Juguetes	22	19	24	31	17	21	22	13	20	23	21	40	23	19	25	17	29	17
				EH								MN					R	
Golosinas	14	11	17	14	16	11	16	15	25	12	14	27	19	11	11	13	20	11
												N	N				R	
Paseador*	8	8	8	15	8	5	5	6	6	7	8	18	5	8	7	8	10	6
				FG														
Base quienes tienen mascotas	849	388	461	207	157	258	185	42	51	347	451	128	272	449	155	100	219	358

* Solo para quienes tienen perro // ** Solo para quienes tienen gato

Productos/servicios consumidos U30D para el cuidado de la mascota

% | Cruce sociodemográfico

	Total	Mascotas			Cantidad de gatos		Cantidad de perros		Tipo de vivienda		Con quién vive	
		Gatos	Perros	Otras	1 gato	+ de 1 gato	1 perro	+ de 1 perro	Casa	Depto	Sólo	Con otros
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
Alimento balanceado para perros*	90	94	90	91	95	93	86	93	89	94	100	89
		C			G			G				
Alimento balanceado para gatos**	89	92	88	75	91	92	85	89	89	86	93	88
		CD	D									
Antipulgas / Pulguicidas	70	69	72	78	68	70	69	75	71	65	67	71
Garrapaticidas*	56	62	56	70	63	59	48	63	57	45	33	57
		C			G			G				
Piedritas Sanitarias**	52	54	47	49	51	58	51	45	48	74	79	49
		C				H				I		
Consulta Veterinaria De Rutina Control	50	50	51	63	49	51	49	52	49	56	39	51
Consulta Veterinaria Por Un Problema / Enfermedad	48	52	48	55	52	52	42	54	48	47	37	49
					G			G				
Baño / Peluquería	28	23	32	28	29	13	35	29	28	32	29	28
			B		F		F	F				
Juguetes	22	20	23	26	21	18	27	19	20	35	10	23
							H			I		
Golosinas	14	12	15	19	10	14	18	12	12	25	10	14
							E			I		
Paseador*	8	9	8	11	9	8	8	8	8	6	9	8
Base quienes tienen mascotas	849	397	722	89	250	147	358	365	701	148	53	796

* Solo para quienes tienen perro // ** Solo para quienes tienen gato

Escenario de reducción de gasto

% | Cruce sociodemográfico

	Total	Sexo		Edad					NSE			Zona		Segmentos digitales				
		Hombre	Mujer	18 a 24	25 a 34	35 a 49	50 a 64	+ de 65	ABC1	C2C3	D1D2	Cap Fed	GBA	Interior	Lideres	Conectores	Observadores	Funcionales
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R
Reduciría el gasto	55	55	54	62	54	51	56	49	58	54	55	58	50	56	54	54	65	49
								*	*			*			*	*	R	
No reduciría el gasto	45	45	46	38	46	49	44	51	42	46	45	42	50	44	46	46	35	51
								*	*			*			*	*		Q
Base quienes tienen gatos o perros	829	376	453	201	155	250	183	40	50	339	440	127	267	435	149	99	216	348

	Total	Mascotas			Cantidad de gatos		Cantidad de perros		Tipo de vivienda		Con quién vive	
		Gatos	Perros	Otras	1 gato	+ de 1 gato	1 perro	+ de 1 perro	Casa	Depto	Sólo	Con otros
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
Reduciría el gasto	55	54	57	62	56	52	61	53	54	60	42	56
				*						*	*	
No reduciría el gasto	45	46	43	38	44	48	39	47	46	40	58	44
				*						*	*	
Base quienes tienen gatos o perros	829	390	707	69	246	144	347	361	683	146	53	776

En qué reduciría el gasto

% | Cruce sociodemográfico

	Total	Sexo		Edad					NSE			Zona			Segmentos digitales			
		Hombre	Mujer	18 a 24	25 a 34	35 a 49	50 a 64	+ de 65	ABC1	C2C3	D1D2	Cap Fed	GBA	Interior	Lideres	Conectores	Observadores	Funcionales
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R
Baño / peluquería	32	33	32	34	34	31	32	27	45	31	32	25	25	35	37	34	30	31
Juguetes	30	26	34	34	26	29	37	23	24	36	28	60	33	27	42	23	35	25
Consulta veterinaria de rutina control (INCLUYE VACUNAS)	21	25	18	13	19	23	27	28	14	23	21	5	15	25	17	29	20	22
Golosinas	19	16	22	16	22	16	22	23	36	17	19	39	32	13	16	14	27	15
Antipulgas / pulguicidas	13	17	10	11	17	10	10	28	13	9	16	7	17	12	8	10	10	18
Alimento balanceado para perros	12	13	10	15	12	11	8	14	18	14	10	5	14	12	4	11	11	15
Garrapaticidas	12	13	10	14	9	10	12	15	11	14	10	4	16	11	8	12	9	14
Paseador	8	9	8	13	9	6	6	11	4	7	9	16	7	8	9	10	7	8
Alimento balanceado para gatos	6	7	5	6	8	4	6	5	7	5	6	5	4	6	7	1	8	6
Consulta veterinaria por un problema / enfermedad	6	10	4	6	6	8	7	3	1	7	7	5	6	7	5	9	4	8
Piedritas sanitarias	6	4	7	5	8	6	3	6	-	5	7	2	8	5	8	4	2	8
Base quienes reducirían el gasto	454	209	245	121	88	127	98	20	32	192	230	63	143	248	83	55	136	171

En qué reduciría el gasto

% | Cruce sociodemográfico

	Total	Mascotas			Cantidad de gatos		Cantidad de perros		Tipo de vivienda		Con quién vive	
		Gatos	Perros	Otras	1 gato	+ de 1 gato	1 perro	+ de 1 perro	Casa	Depto	Sólo	Con otros
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
Baño / peluquería	32	31	34	31	39	17	37	32	31	38	26	33
Juguetes	30	29	31	38	31	25	35	26	28	48	22	31
Consulta veterinaria de rutina control (INCLUYE VACUNAS)	21	21	21	22	23	16	17	26	22	15	1	22
Golosinas	19	17	20	20	16	19	23	16	17	32	17	19
Antipulgas / pulguicidas	13	13	12	15	12	13	7	17	14	6	19	13
Alimento balanceado para perros	12	10	13	2	10	11	10	16	13	2	21	11
Garrapaticidas	12	7	13	19	6	9	11	14	12	7	11	12
Paseador	8	9	9	16	9	9	8	11	9	5	14	8
Alimento balanceado para gatos	6	12	4	2	8	20	2	6	6	7	5	6
Consulta veterinaria por un problema / enfermedad	6	8	7	10	7	10	8	5	7	5	8	6
Piedritas sanitarias	6	12	5	12	13	11	5	5	6	6	5	6
Base quienes reducirían el gasto	454	203	406	36	128	75	211	196	371	83	26	428

Vínculo con la mascota | Top 2 Box

% | Cruce sociodemográfico

	Total	Sexo		Edad					NSE			Zona		Segmentos digitales				
		Hombre	Mujer	18 a 24	25 a 34	35 a 49	50 a 64	+ de 65	ABC1	C2C3	D1D2	Cap Fed	GBA	Interior	Lideres	Conectores	Observadores	Funcionales
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R
Es un integrante más de la familia	91	87	93	95	94	89	90	82	85	89	92	95	92	90	85	91	92	92
Cuando planifico vacaciones, me preocupa qué hacer	88	84	91	90	88	88	88	83	94	88	87	93	88	87	87	87	87	89
Implica responsabilidad y trabajo, pero lo hago con placer	91	90	93	91	91	90	94	89	93	91	92	96	89	92	86	89	93	93
Me hace compañía en mis rutinas cotidianas dentro del hogar	82	80	84	85	86	78	84	80	87	82	82	86	83	82	81	83	83	83
Tenerla es más una carga que una gratificación	17	17	17	17	17	19	17	12	34	12	19	12	20	17	24	13	13	17
Si fuera por mí, no tendríamos mascota en mi hogar	16	17	16	12	12	24	15	13	24	13	17	13	17	16	20	10	12	18
Base quienes tienen gatos o perros	849	388	461	207	157	258	185	42	51	347	451	128	272	449	155	100	219	358

Vínculo con la mascota | Top 2 Box

% | Cruce sociodemográfico

	Total	Mascotas			Cantidad de gatos		Cantidad de perros		Tipo de vivienda		Con quién vive	
		Gatos	Perros	Otras	1 gato	+ de 1 gato	1 perro	+ de 1 perro	Casa	Depto	Sólo	Con otros
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
Es un integrante más de la familia	91	89	91	96	90	88	90	91	90	95	92	90
				*						*	*	
Cuando planifico vacaciones, me preocupa qué hacer	88	88	88	86	89	86	87	89	87	93	78	89
				*						*	*	
Implica responsabilidad y trabajo, pero lo hago con placer	91	90	92	96	91	90	91	92	91	97	87	92
				*						*	*	
Me hace compañía en mis rutinas cotidianas dentro del hogar	82	82	84	82	81	84	82	85	82	85	78	83
				*						*	*	
Tenerla es más una carga que una gratificación	17	17	17	7	17	18	15	19	18	15	22	17
				*						*	*	
Si fuera por mí, no tendríamos mascota en mi hogar	16	15	16	11	15	15	18	14	16	17	16	16
				*						*	*	
Base	869	397	722	89	250	147	358	365	701	148	53	796

04.

Acerca de nosotros

Acerca de Kantar TNS

Kantar TNS es una de las agencias de investigación de mercado más grandes del mundo con expertos en más de 80 países. Brindamos insights accionables para ayudar a las empresas a tomar decisiones de impacto e impulsar su crecimiento.

Con experiencia en innovación, marcas y comunicación, activación de shopper y satisfacción de clientes, ayudamos a nuestros clientes a identificar, optimizar y activar los momentos que importan para impulsar el crecimiento de sus empresas.

Somos parte de Kantar, una de las empresas líderes mundiales en datos, insights y consultoría.

Para más información visite www.tnsglobal.com.

Acerca de Kantar

Kantar es la división de research de WPP y uno de los grupos más importantes a nivel mundial de insight, información y consultoría. Kantar combina la diversidad de talentos de 13 compañías especialistas aspirando a convertirse en el proveedor líder de insights inspiradores para la comunidad global de negocios. Sus 28,500 empleados trabajan en más de 100 países y en todo el espectro de disciplinas de investigación y consultoría, acompañando a sus clientes en cada punto del ciclo del consumidor. Los servicios de Kantar son empleados por más de la mitad de las compañías de Fortune 500.

Para más información visítenos en www.kantar.com

Cláusula de publicación

Queda expresamente prohibida la publicación y/o reproducción total o parcial por algún medio del contenido del Informe Final con los resultados del estudio y la invocación o utilización del nombre “Kantar TNS Gallup” o “Kantar TNS” sin el consentimiento escrito previo de Kantar TNS.

Si al cliente le interesara divulgar los resultados de este estudio, se deberán tomar en consideración los siguientes puntos:

Kantar TNS deberá aprobar el informe de prensa final/ contenido a publicar, previo a ser enviado a los medios.

El informe de prensa final/ contenido a publicar deberá especificar la siguiente información:

- El nombre de la empresa que realizó la investigación – Kantar TNS
- El universo efectivamente representado (a quién se entrevistó)
- El tamaño de la muestra y su cobertura geográfica
- Las fecha en que se realizó el trabajo de campo
- El método de muestreo y el método de recolección de la información
- La formulación utilizada para las preguntas, de manera que no haya ambigüedad en la interpretación de los resultados

Si querés contactarte con nosotros...

Mariana Souto | Ómnibus Services Director

Mariana.Souto@tns-gallup.com.ar | +54 11 5276 5057

Av. Santa Fe 1970, 2° piso | C1123AAN | Buenos Aires - Argentina