

masco^{tas}

2026



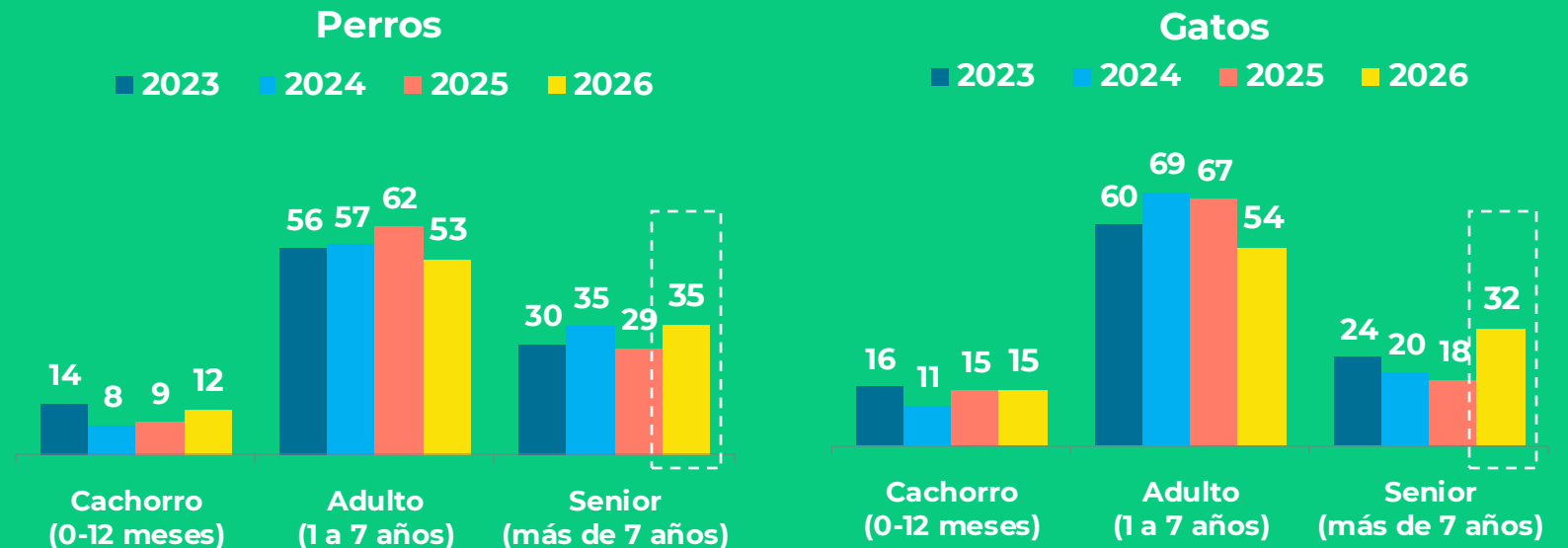
Chile envejece y nuestras mascotas también

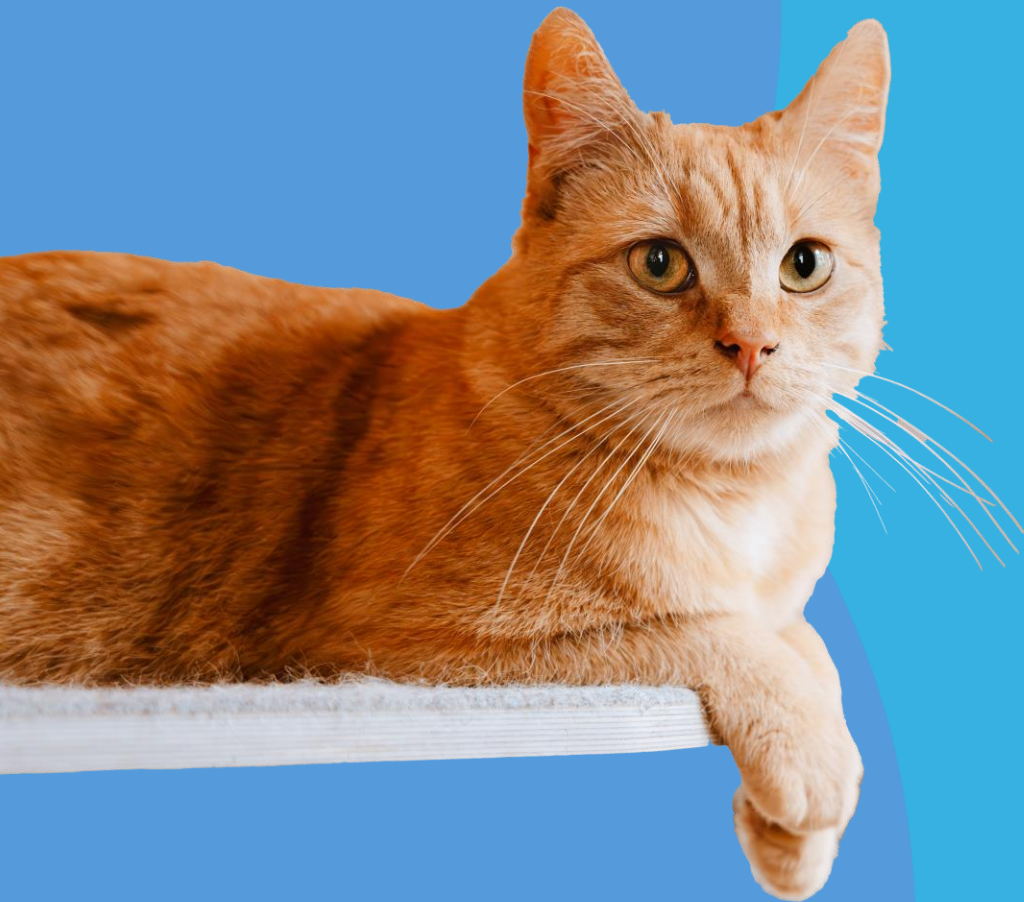
La longevidad de las mascotas está transformando sus necesidades y también la forma en que las cuidamos.

Hoy, el **35% de los perros y el 32% de los gatos son senior**, evidenciando una realidad que está transformando la categoría: **mascotas que viven más años, requieren nuevos cuidados y demandan soluciones para acompañarlas en cada etapa de su vida.**

Para cada una de tus mascotas, por favor dinos si es cachorro, adulto o senior.

% Respuesta única



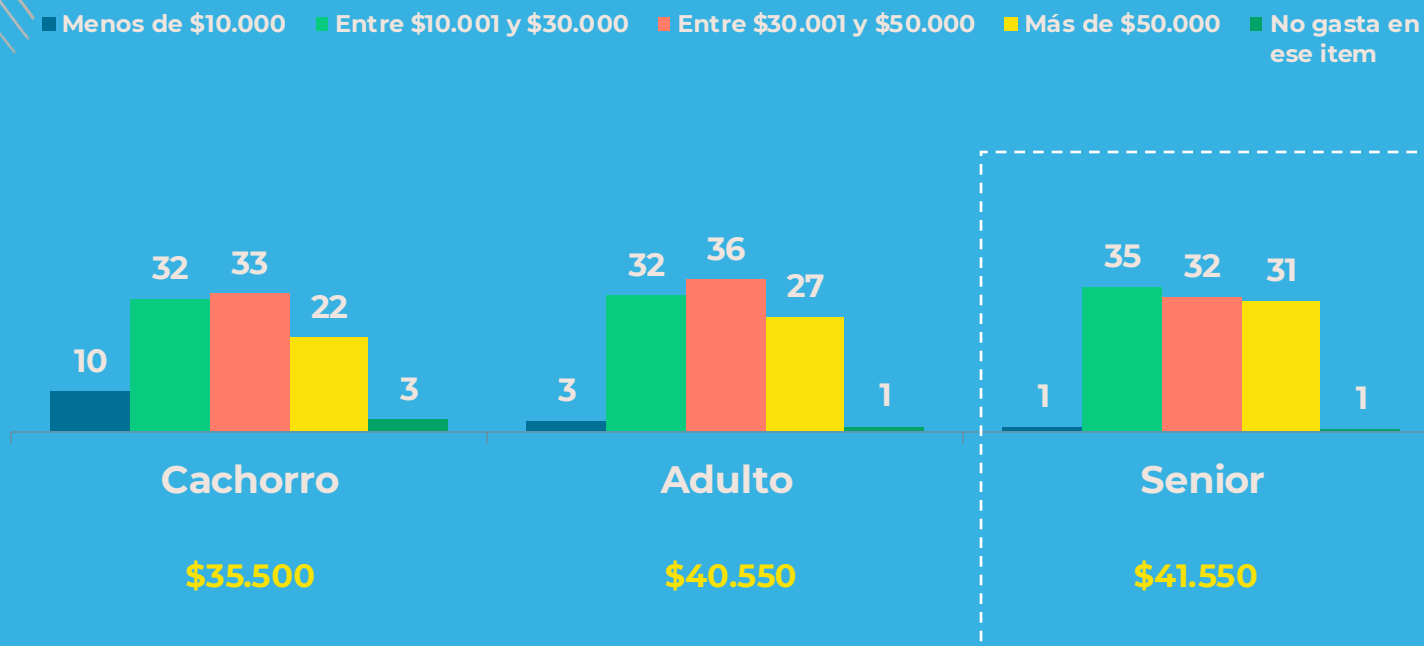


Cuidar de ellas implica
cada vez una mayor
inversión

Gasto mensual en comida: Según edad de la mascota

Pensando en tus mascotas ¿Cuánto gastas mensualmente en cada uno de los siguientes ítems?

% Respuesta única



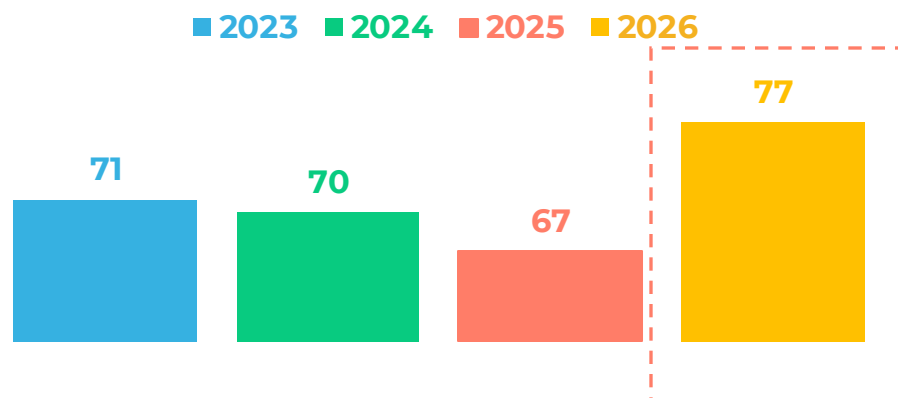
Fuente: Entre quienes tienen perro y/o gato.

El bienestar de las mascotas redefine las prioridades de sus tutores... y abre nuevas oportunidades para las marcas.

Hoy, **77%** está dispuesto a ajustar su estilo de vida para garantizar una vida larga y saludable a sus mascotas.



Estoy dispuesto a ajustar mi estilo de vida para garantizar una vida larga y saludable para mi mascotas
% Respuesta única



Fuente: El Chile que Viene, Mascotas (Agosto, 202).

Casos: 1.000.



*¿Está tu **marca**
preparada
para responder a las
nuevas necesidades de
las mascotas y sus
tutores?*



objetivos





Objetivos Generales



Entender el vínculo de los chilenos con sus mascotas: qué rol cumplen en sus vidas, en sus familias y en sus hogares, y cuál es el estilo de cuidado y tenencia actual.



Conocer los patrones de consumo y preferencia asociados a la tenencia de mascotas tanto en términos de categorías (productos y servicios) como de marcas, y el efecto del contexto económico como variable dentro de esta ecuación.

Más detalle...



- ¿Qué significan y qué rol juegan las mascotas **para los chilenos hoy?**
- ¿Cómo se inserta la mascota en la **dinámica del hogar y la familia?**
- ¿Qué **estilos de cuidado y tenencia** es posible distinguir?
- ¿Cómo se insertan las mascotas en los **espacios públicos y privados?** (restaurantes, líneas aéreas, hoteles, estaciones de servicio, cafeterías, centros comerciales, lugares de trabajo, etc.).
- ¿Cómo se configura el **presupuesto de gastos** asociado a las mascotas?
- ¿Cuál es el peso de categorías como **alimentación, salud, seguridad, recreación, tecnología, servicios e higiene, entre otras?**
- ¿A qué categorías se asigna **mayor y menor relevancia?**
- ¿Qué **atributos son relevantes** en dichas categorías?
- ¿Qué impacto ha tenido el **contexto económico actual** en los hábitos de consumo y compra?
- ¿Qué marcas son **TOM en el mundo de mascotas?**
- ¿Qué necesidades **no están bien resueltas?** ¿qué **espacios de oportunidad** están disponibles?

metodología





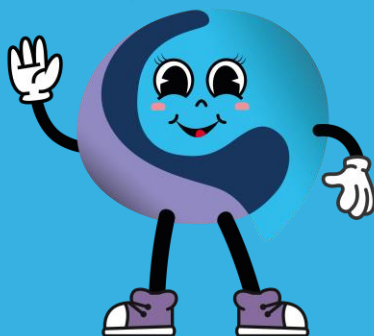
Propuesta metodológica

Para abordar estos objetivos se realizó una investigación cuantitativa en base a encuesta autoadministrada enviadas vía mail a panelistas de **Cadem Online**, hombres y mujeres, **dueños de mascotas** (perros y/ o gatos), pertenecientes a los NSE C1, C2, C3 y D, residentes en todas las regiones del país.

Campo: 24 al 28 de julio de 2026.

1.000 casos

* Referencialmente, el margen de error es del $\pm 3.7\%$, bajo supuesto de varianza máxima y un 95% de confianza.



Cadem Online: Nuestro nuevo panel de encuestas

Hemos renovado por completo nuestra plataforma de encuestas digitales: un sitio web y app más ágiles y amigables, diseñados para mejorar la experiencia de nuestros panelistas.

Contamos con una comunidad diversa y representativa, que abarca todos los rangos etarios, niveles socioeconómicos y regiones de Chile.

Gracias a un sistema de incentivos claro y transparente — acumulan puntos por cada encuesta respondida— logramos una alta participación y datos de calidad.



Hombres y mujeres



15
AÑOS

Mayores de 15 años



Distintos grupos
socioeconómicos



Timing y costos





Timing y costos

Estudio	Entregables	Costos
Venta general	Informe + Presentación	UF 100 + IVA

- Las condiciones habituales de pago contemplan cancelar 100% al entregarse el informe final.
- La condición de pago es de 30 días desde el momento en que se emita la factura.

masco^{tas} 2026

