

Precios y Premiumización del Mercado de Mascotas en Chile

Resumen ejecutivo gratuito V1

Dos señales estratégicas de una muestra de 120 ofertas públicas normalizadas mediante el índice IPR 120.

Elemento	Alcance
Fecha de corte	23 de septiembre de 2026
Cobertura	120 ofertas; 115 comparables mediante IPR
Canales	Supermercado, marketplace y especialista
Categorías	Alimentos, dietas veterinarias, snacks e higiene
Producto	Muestra gratuita del módulo pagado autónomo

Conclusión central

La muestra muestra una arquitectura de precios estratificada. “Premium” se usa aquí como posición relativa frente a comparables, no como prueba de calidad, preferencia, ventas o participación de mercado.

Documento informativo. No existe afiliación ni patrocinio de los comercios o marcas observados.

Qué mide y qué no mide

El objetivo es convertir precios publicados en una estructura comparable para decisiones de entrada, portafolio y monitoreo. El resumen revela dos hallazgos; el módulo pagado conserva el detalle por grupo, marcas, promociones, canales, riesgos y playbooks.

Diseño analítico

Paso	Regla
1 Captura	Oferta pública, fecha, producto, formato, peso o volumen y precio visible.
2 Normalización	Conversión a CLP por kilogramo, litro o unidad.
3 Grupo comparable	Categoría + especie + formato analítico + unidad.
4 Índice	$IPR\ 120 = 100 \times \text{precio efectivo por unidad} \div \text{mediana del grupo}.$
5 Segmentación	Value, core, premium relativo y ultra-precio dentro de cada grupo.

Límites esenciales

- La muestra es dirigida y no probabilística; no representa todo Chile ni todo el surtido.
- No mide ventas, rotación, cuota, margen, calidad nutricional ni elasticidad causal.
- Los precios son una fotografía del corte y pueden cambiar por stock, ubicación, despacho o medio de pago.

Hallazgo 1 La escalera de precio es observable

El 54,2% de la muestra queda en el segmento core y el 22,5% en premium relativo o ultra-precio. La dispersión permite identificar posiciones; no indica qué proporción compra el consumidor.

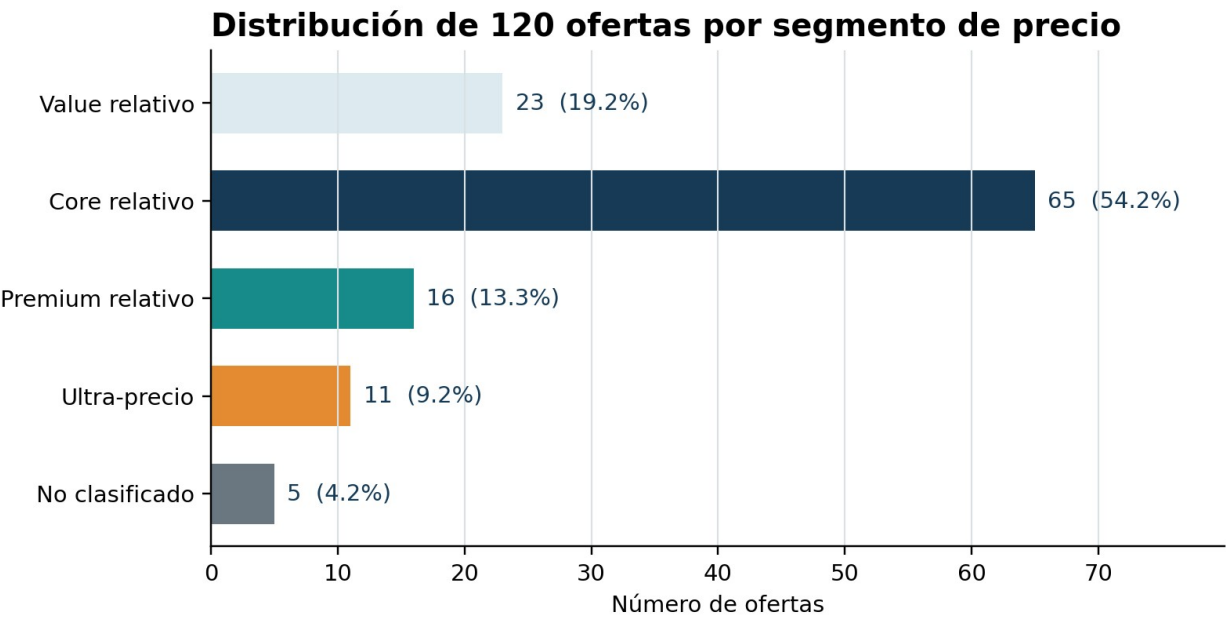


Figura 1. Distribución de segmentos jerárquicos en la muestra IPR 120. Fuente: cálculos propios.

Lectura para decidir

- Un precio superior solo es defendible si existe un atributo verificable y visible para el comprador.
- La mediana del grupo funciona como referencia operativa, no como “precio correcto” del mercado.
- El espacio entre cuartiles ayuda a diseñar corredores de entrada y pruebas A B de precio.

Inferencia. La estratificación crea espacio para diferenciar propuestas, pero la muestra no demuestra disposición a pagar.

Hallazgo 2 El tamaño de envase no opera igual en perro y gato

En alimento seco para perro, el tamaño del envase se asocia con menor CLP por kilogramo. La señal es estadísticamente clara dentro de esta muestra. En gato seco, la relación es más débil y no alcanza el mismo nivel de evidencia.

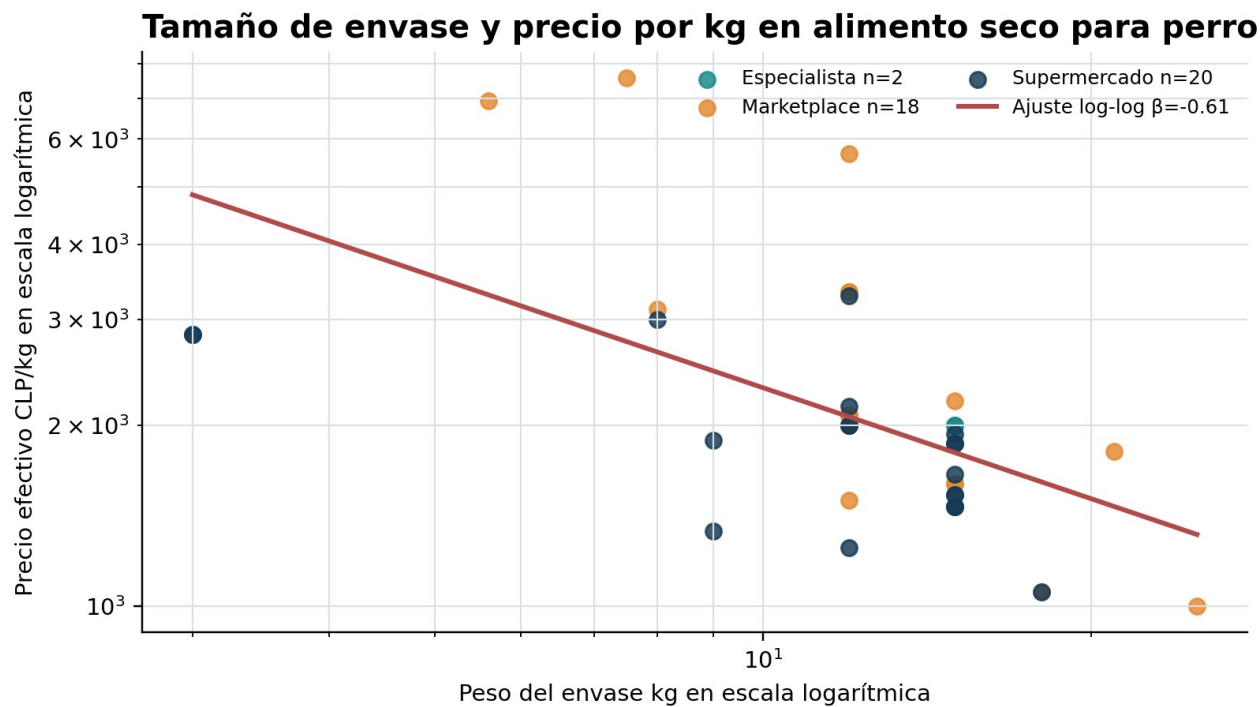


Figura 2. Asociación descriptiva entre tamaño y precio unitario. No representa causalidad. Fuente: cálculos propios.

Implicación

- Los packs grandes pueden sostener una tesis de economía por kilogramo en perro, sujeto a marca, canal y formulación.
- Copiar esa regla a gato sería una apuesta; debe validarse con SKU, frecuencia de compra y porción.

Estadística revelada. Perro: Spearman $-0,654$, $p < 0,001$. Gato: Spearman $-0,324$, $p = 0,075$. Asociación no causal.

Qué decisiones habilita

Decisión	Uso correcto del resumen
Precio de entrada	Elegir una hipótesis value, core o premium relativo para validar.
Arquitectura de packs	Diseñar pruebas distintas por especie; no extrapolar automáticamente.
Benchmark	Comparar unidades normalizadas dentro del mismo grupo.
Monitoreo	Definir SKU canónicos y recapturas consistentes.

Qué se reserva para el módulo pagado

- Cuartiles, medianas y dispersión de nueve grupos comparables.
- Escaleras por marca en alimento seco para perro y gato.
- Profundidad promocional, comparaciones equivalentes entre canales y costo total.
- Dietas veterinarias, snacks e higiene; whitespace competitivo y riesgos regulatorios.
- Playbooks para fabricantes, distribuidores, retailers, marketplaces e inversionistas.
- Metodología técnica, failure analysis, Evidence Ledger y protocolo longitudinal.

Regla de decisión

Este resumen permite formular una hipótesis. El módulo completo permite estructurar el experimento, identificar límites y priorizar qué observar después.

El producto completo

Precios y Premiumización del Mercado de Mascotas en Chile es un módulo autónomo de 26 páginas. Está diseñado para quien necesita decidir dónde competir y qué señales monitorear, no para quien busca un listado de precios.

Incluye	Detalle
Base analítica	120 ofertas, 115 con IPR, nueve grupos y 16 promociones observables.
Visualización	Ocho gráficos orientados a decisiones.
Modelo propio	IPR 120 y reglas reproducibles de comparabilidad.
Profundidad	Marcas, categorías, canales, promociones, packs, oportunidades y riesgos.
Trazabilidad	Fuentes, fecha de corte, metodología y limitaciones explícitas.

Estado y disponibilidad

El contenido analítico está terminado. La publicación comercial permanece suspendida mientras se completa el rediseño de derechos de uso de las observaciones de comercios. No se aceptan preventas.

Fuentes metodológicas y condiciones revisadas

[Ley 17.336 sobre propiedad intelectual](#)

[Términos de uso de Falabella](#)

[Informaciones legales de Jumbo](#)

[Términos y condiciones de SuperZoo](#)

Corte documental: 25 de septiembre de 2026. © 2026 MI LATAM. Se permite compartir este resumen completo y sin modificaciones para fines no comerciales.