



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN

**CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR**

**TRABAJO FINAL OPCIÓN DE GRADO 1  
“NATU DOG”**

**ASIGNATURA**

**Opción de grado 1**

**NOMBRE DE LOS ALUMNOS**

**Yaneth Aparicio Mejia**

**Monica Lizeth Hernandez Espinel**

**Solanlly López Angel**

**NOMBRE DEL CATEDRÁTICO**

**Gilberto Betancur**

**Bogotá, Colombia; Mayo 05 de 2018.**

## TABLA DE CONTENIDOS

### Contenido

1. IDEA DE NEGOCIO	3
2. STAKEHOLDERS	4
2.1. Identificación del segmento:	4
3. NECESIDADES	5
4. Necesidades de los Stakeholders	5
4.1 Identificar la razón por la cual se resuelve la necesidad	5
5.0 PASOS PARA GENERAR SOLUCIÓN	6
5.1 SOLUCIONES ACTUALES	6
5.2 Identificación de canales	6
5.2.1. Canales de distribución (Proveedores)	6
5.3 LIMITACIONES, INCONFORMIDADES Y FRUSTRACIONES	7
6.0 MERCADO	7
6.1 Identificación de TAM, SAM Y TM.	7
6.2 Definición de muestra	11
6.3 Formato entrevista	12
6.4 Análisis de la información recolectada	14
7. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	19
7.1 Identidad estratégica	19
7.2 Futuro preferido	19
7.3 Valores corporativos	20
7.4 Objetivos empresariales	20
8. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO	21
8.1 PESTEL	22
8.2 Cinco (5) Fuerzas de PORTER	35
9. CONCLUSIONES	41
10. BIBLIOGRAFÍA	42

## IDEA DE NEGOCIO

La idea de Negocio es fabricar y comercializar un alimento natural para perros, el cual está elaborado a base de elementos naturales que contienen todos los nutrientes necesarios para que las mascotas se mantengan fuertes y saludables.

Dieta Barf, es un producto 100% natural que no contiene conservantes ni químicos y busca mejorar la calidad nutricional de la mascota.

Contiene un alto valor nutricional basado en las necesidades biológicas de los caninos, fortaleciendo su sistema inmunológico haciéndolos más sanos y vitales.

Teniendo en cuenta el poder adquisitivo de este sector, de igual forma buscar un posicionamiento como marca futura a nivel distrital y Departamental.

## 2. STAKEHOLDERS

- Personas de las localidades de Suba.
- Comercializar en las veterinarias el producto para mascotas.
- Guarderías de perros dentro y fuera de la ciudad.
- Personas con mascotas para todo tipo de perros.

### 2.1. Identificación del segmento

El producto va dirigido a la población Hombres y mujeres de estratos 3-4-5 de las localidades de Suba, propietarios de perros, personas preocupadas por la salud y el bienestar de su mascota, personas con un promedio de sueldo mayor a \$1.000.000, este producto va orientado para todo tipo de raza y que el usuario esté dispuesto a alimentar a su mascota de una forma sana y saludable.

### 2.2 Caracterización del segmento

- **DEMOGRÁFICA:** Personas de ambos sexos mayores de 18 años, familias con hijos, los niños tienen mayor influencia en la decisión de los padres, parejas formando una familia, propietarios de mascotas. con educación superior o trabajo estable.
- **GEOGRÁFICA:** Natudog está dirigida a un público del sector urbano, enfocada a la localidad de Suba, barrios Almendros, Las Mercedes, La Campiña, El Pinar, Plaza Imperial. a personas con una posición económica rentable.
- **PSICOGRÁFICO:** Personas Propietarias de mascotas de estratos 3-4-5, con un nivel de ingresos superior a \$1.000.000, que quieran tener una mascota la cual forme parte de la familia.
- **CONDUCTUAL:** Personas que se identifiquen con nuestra marca NATUDOG que estén dispuestos a pagar el precio adecuado del producto.

### 3. NECESIDADES

Dar la posibilidad a los dueños de que se sientan seguros de los alimentos y de esta forma poder brindarles confiabilidad en el producto a consumir por sus animales, acercando a sus dueños a los productos naturales que aportan grandes beneficios a la salud y cuidado de sus mascotas.

### 4. NECESIDADES DE LOS STAKEHOLDERS

- Creemos que este stake holder necesita una alimentación saludable para sus mascotas.
- Creemos que este stake holder necesita que las personas de estas localidades quieren lo mejor para sus mascotas y estén dispuestas a mejorar la condición de vida de sus mascotas
- Creemos que este stake holder necesita que las tiendas veterinarias sean innovadoras en sus productos, ya que lo que ellas venden también se consigue en tiendas comunes
- Creemos que este stakeholder necesita que las guarderías tengan un plus que las diferencie de otras
- Creemos que este stake holder necesita que las personas con mascotas cachorros tengan la necesidad de iniciar con una buena alimentación de sus mascotas para que tengan un mejor crecimiento.
- Creemos que este stake holder necesita que las personas con mascotas que han padecido alguna enfermedad no quieren que ellos vuelvan a recaer en ellas

#### 4.1 Identificar la razón por la cual se resuelve la necesidad

El producto propone una forma diferente, saludable y única para la alimentación de las mascotas siendo de este un alimento sano y nutritivo que contribuye al bienestar de los perros, estimulándose el sistema inmunológico, incrementando la atención mental, mayor atención y agudeza mental, perros sanos y activos, dientes limpios sin sarro, aliento fresco, huesos fuertes, mayor desarrollo en la musculatura, más brillo en el pelo, en animales con problema de articulación se comprueba un alivio bastante significativo. menos alergias y otras enfermedades.

### 5.0 PASOS PARA GENERAR SOLUCIÓN

Realizar un estudio de mercados y comportamientos del segmento poblacional objeto del producto y sus tipos de relaciones con los productos asociados. Tener en cuenta las tendencias de alimentación que le tienen a sus mascotas y las características del mercado objetivo a impactar.

#### 5.1 SOLUCIONES ACTUALES

El producto se fabricará y se comercializa en la localidad de suba y tendrá un valor ajustable a las necesidades del comprador para evitar darles a los perros purina y los sobrados puesto que estos alimentos muchas veces están fabricados con conservantes que le pueden afectar el sistema digestivo de la mascota, por lo tanto quisimos ofrecer la venta al público este producto sano y alimenticio.

#### 5.2 Identificación de canales

##### 5.2.1. Canales de distribución (Proveedores):

Canales físicos y online:

Inicialmente nuestro producto se comercializara en el sector de Suba, en pet shop Tiendas para mascotas quienes serán intermediarios en la venta de nuestro producto, Allí llegan muchas personas con el perfil de nuestro cliente.

Tienda online: Habilitaremos una web que le permita al usuario hacer pedidos online.

Blogs: Habilitaremos un blog, donde se discutan temas relacionados al cuidado y salud del perro.

Redes Sociales: Habilitaremos una página de facebook e Instagram para dar a conocer nuestro negocio de comida BARF alimento para mascotas.

## 5.3 LIMITACIONES, INCONFORMIDADES Y FRUSTRACIONES

Limitación de capital, ya que al ser un producto de comida necesita de unas condiciones especiales para su durabilidad, un empaque especial y refrigeración por lo tanto se convierte en uno de los inconvenientes para poder desarrollarse la proyección.

Inconformidades no tener la acogida que se espera por parte del segmento poblacional

Frustración no poder obtener los permisos necesarios para la manipulación de los alimentos y los permisos sanitarios para poder estar en circulación.

## 6.0 MERCADO

Está enfocado a la población propietaria de mascotas que seleccione los alimentos con mayor calidad y características que permitan brindar una sana y buena alimentación a sus mascotas. y de igual forma estén dispuestos a pagar un poco más de los que están acostumbrados.

Gente que quiera a sus mascotas que busque en nuestro producto una opción de alta calidad el cual otorga beneficios en una alimentación balanceada para su mascota, según su tamaño, y edad.

### 6.1 Identificación de TAM, SAM Y TM.

#### TAM

De acuerdo con los datos de B&Optimos y Fenalco, 10 millones de perros y 4 millones de gatos domésticos son alimentados diariamente con concentrados. El 56% compra el alimento para su mascota en los supermercados o grandes superficies; el 17% en tiendas; el 14% lo hace en almacenes especializados para mascotas; el 13% en graneros; y el 1% le da comida casera (sobras).

En términos generales, la categoría de alimentos para perros en Colombia vende aproximadamente alrededor de unas 150.000 toneladas y más \$690.000 millones y los crecimientos que se vienen dado han sido superiores al 8% en el último año. (Valencia, 2018)

Aunque lo que más se vende es comida de perros, la de gatos es la que más rápido viene creciendo. Según Martínez, en 2014 frente al 2013 las ventas de comida para gatos crecieron casi un 30%, mientras que en perros el crecimiento fue de 20%, esto según el mercado que tienen mapeado, no solo lo que venden en Ciudad de Mascotas.

El crecimiento anual de esta industria en Colombia es de 13 % y el impulso lo ha recibido en categorías como alimentos y cuidados para mascotas. “Los productos que cuentan con mayor participación son la comida para perro y gato”, dice el estudio. (Holguin, 2018)

Según el estudio Estados Unidos lidera el mercado de consumo de productos para mascotas, seguido de Brasil, México, Chile y Colombia en cuarto lugar. El crecimiento anual de esta industria en Colombia es de 13 % y el impulso lo ha recibido en categorías como alimentos y cuidados para mascotas. “Los productos que cuentan con mayor participación son la comida para perro y gato”, dice el estudio.

Es un hecho de que en Colombia, las mascotas dejaron de ser animales de compañía, para convertirse en miembros de las familias, “acompañado de un fenómeno social denominado el ‘síndrome del nido vacío’, el cual está relacionado a las parejas jóvenes que no tienen hijos y llenan la necesidad de dar afecto y protección con un perro, un gato u otro animal doméstico”. (Arango, 2016)

“Una persona puede estar gastando en promedio al mes \$300.000 en la comida, \$100.000 en el médico, \$300.000 en peluquería – spa y en productos \$150.000”, asegura Andrés Vargas jefe de proyecto de ExpoPet Colombia 2016, la feria internacional que comienza este jueves en Corferias, en Bogotá.

En otras categorías el tema de productos complementarios como ropa y accesorios presentan crecimientos y ventas significativas a nivel mundial más no en Colombia donde el ritmo es más lento en este punto. (Arango, 2016)

## SAM

La encuesta es realizada por el Ministerio de Protección Social y el Centro de Proyectos para el Desarrollo (Cendex) de la Universidad Javeriana.

La Secretaría Distrital de Salud (SDS) había reportado la existencia de unos 775 mil caninos en la capital.

El director del Cendex, Fernando Ruiz, informó que de acuerdo con la encuesta aplicada a una muestra de 12.331 personas en 3.239 hogares de la ciudad, hay un canino por cada tres hogares.

Tales promedios resultan inferiores a los reportados por la Secretaría Distrital de Salud, por cuanto venía señalando que en la ciudad había 10 personas por cada canino y que por cada dos hogares había un perro. En lugares como México, la proporción es de un perro por cada 7 personas. (Gomez, 2018)

TM

Las mascotas dejaron de ser solo animales y se convirtieron en un miembro más de los hogares colombianos. Muchas familias han optado por tener un perro o un gato hecho que ha dinamizado el mercado de concentrados.

En Colombia, según un estudio contratado por Fenalco a B&Optimos, empresa de estudios de mercados en Latinoamérica, el 37% de las 1.500 personas encuestadas en diferentes ciudades del país, afirmaron tener mascota y de estas, el 70% dijo que tiene perro.

De acuerdo con los datos de B&Optimos y Fenalco, 10 millones de perros y 4 millones de gatos domésticos son alimentados diariamente con concentrados. El 56% compra el alimento para su mascota en los supermercados o grandes superficies; el 17% en tiendas; el 14% lo hace en almacenes especializados para mascotas; el 13% en graneros; y el 1% le da comida casera (sobras).

Las variedades para perros presentan una mayor penetración en los hogares compradores, representando el 53,5% de la categoría. Mientras el informe añade que un total de \$30.000 gasta en promedio cada hogar en adquirir algún tipo de alimento para mascotas. Las dueñas de casa destinan en un año cerca de \$360.000 para comprar alimento para perros.

En los almacenes predomina la venta a granel, básicamente por un tema de gastos e ingresos personales. “toda la gente no tiene para comprar un kilo de alimentos de \$4.500, y eso que un perro de tamaño normal come tres porciones de 250 gramos al día, entonces en cuatro comidas se acaba un kilo de comida. Por este motivo hay que tener toda variedad de productos y precios para los distintos clientes, nuestra oferta básica es un alimento que se vende en \$5.000 la libra.

## CANTIDADES Y TOMAS DIARIAS

\* Recuerda que la tabla es orientativa y que hay factores como el metabolismo del perro o si la dieta es más o menos grasa que pueden variar estos porcentajes.

### PERROS ADULTOS

TIPO DE PERRO	CANTIDAD DIARIA	TOMAS DIARIAS
Actividad normal	2% de su peso	2 tomas
Actividad alta	3% de su peso	2 tomas
Perros de razas mini	3% - 4% de su peso	2 tomas
Perros deportistas	3% - 4% de su peso	2 tomas

### CACHORROS

de 2 a 4 meses	10% de su peso	3 tomas
de 4 a 6 meses	8% de su peso	3 tomas
de 6 a 8 meses	6% de su peso	2 tomas
de 8 a 10 meses	4% de su peso	2 tomas
a partir de 10 meses	2% de su peso	2 tomas

\* Recuerda que si tu perro es de raza mini deberá comer un 3% a partir de los 10 meses

### CACHORROS RAZAS GIGANTES

de 2 a 4 meses	6% de su peso	3 tomas
de 4 a 6 meses	5% de su peso	3 tomas
de 6 a 8 meses	4% de su peso	2 tomas
de 8 a 10 meses	3% de su peso	2 tomas
a partir de 10 meses	2% de su peso	2 tomas

\* Es muy importante mantener a los cachorros y sobre todo a los de razas grandes o gigantes en su peso para evitar problemas de crecimiento como la displasia. Manténle activo dejándole jugar y vigila que no engorde en este periodo.

\* Por lo general se dividirá el alimento diario en más tomas, a cachorros, animales enfermos o en post-operatorio, a hembras embarazadas, perros con problemas renales, obesidad, perros mayores, etc.

*Natura*

## 6.2 Definición de muestra

Se seleccionaron personas cercanas o conocidos en el sector de suba que cumplan con las características definidas en el segmento.

- Hombre y mujeres mayores de 18 años
- compradores habituales de alimento para perros.

El grupo elegido que se emplea para realizar este muestreo estará conformado de la siguiente manera:

- Focus group: 3 personas
- Técnicas proyectivas: 40 personas

## 6.3 Formato entrevista

### ENTREVISTA SOBRE ALIMENTO PARA MASCOTAS

NOMBRE \_\_\_\_\_

TELÉFONO \_\_\_\_\_

1) ¿Tiene mascotas?

\_\_\_\_\_

2) ¿Hace cuánto tiempo tiene su mascota?

\_\_\_\_\_

3) ¿Alguna vez ha tenido problemas de salud su mascota?

\_\_\_\_\_

4) ¿En su hogar quien compra el alimento para su mascota?

\_\_\_\_\_

5) ¿Que tiene en cuenta a la hora de dar alimento a su mascota?

\_\_\_\_\_

6) ¿Qué marcas de alimento le da a su mascota Y por qué le da esa marca?

\_\_\_\_\_

7) ¿Qué valora más en el alimento que le suministra a su mascota?

\_\_\_\_\_

8) ¿Agrega algún tipo de alimento como (trozos de carne, pollo, cerdo, jamón, embutidos, salsas caseras, o comida húmeda) para su mascota?

\_\_\_\_\_

9) ¿La alimentación cotidiana de su mascota consta de?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

10) ¿Qué precio paga por el alimento de su mascota?

---

11) ¿Cada cuánto tiempo compra alimento para su mascota?

---

12) ¿Dónde compra regularmente el alimento para su mascota?

---

---

13) ¿Compra frecuentemente snack a su mascota?

---

14) ¿Sabe que la Dieta BARF?

---

15) Si le dijera que la comida natural llamada dieta BARF, la cual consiste en ingredientes naturales orgánicos, frescos (carne, pollo, verduras), mejora la salud, aumenta el nivel de energía, reduce las alergias, pelaje más brillante, disminuye el sarro en los dientes y su perro sería completamente feliz.

¿Estaría dispuesto a cambiar la alimentación que actualmente le da a su mascota por la dieta BARF?

---

16) Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por este alimento (dieta BARF) por Kg.

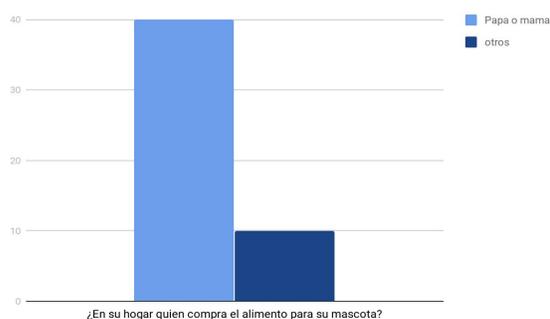
---

17) ¿Compra frecuentemente snack a su mascota y q tipo de snack le compra?

---

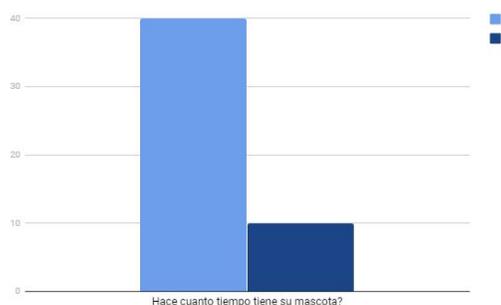
## 6.4 Análisis de la información recolectada

Muestra tomada 40 personas entrevistadas (arroja)



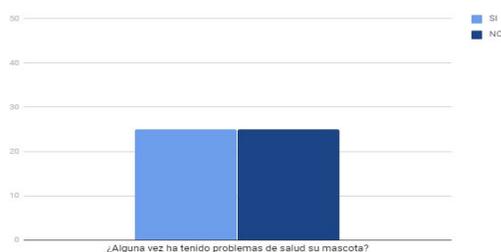
1) ¿Tiene mascotas?

R/ta: El 80% de los entrevistados tienen mascota



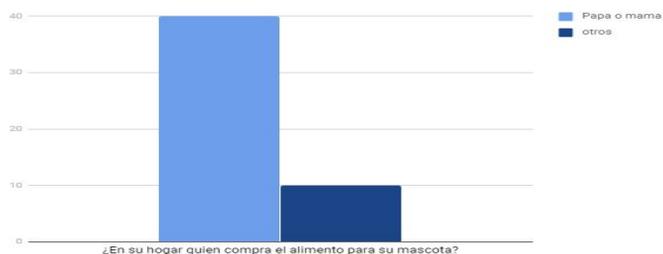
2) ¿Hace cuánto tiempo tiene su mascota?

R/ta: El 70% tiene mascota entre hace 3 a 5 años



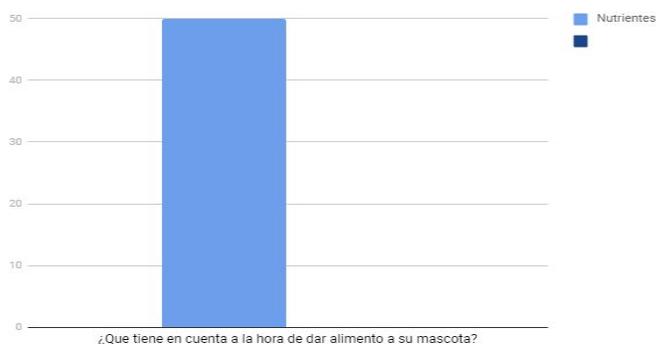
3) ¿Alguna vez ha tenido problemas de salud su mascota?

R/ta: El 50% ha tenido problema de salud



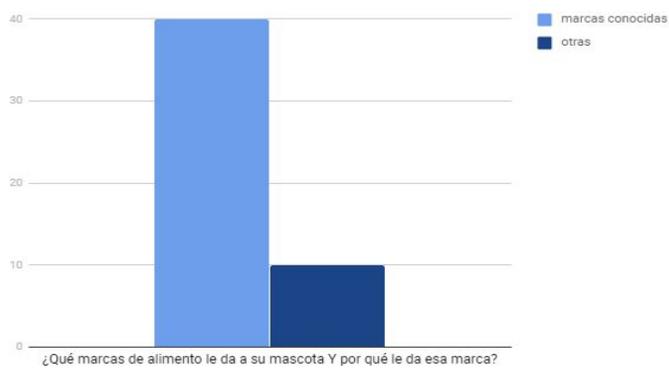
4) ¿En su hogar quien compra el alimento para su mascota?

R/ta: El 90% papa o mama compran el alimento de la mascota



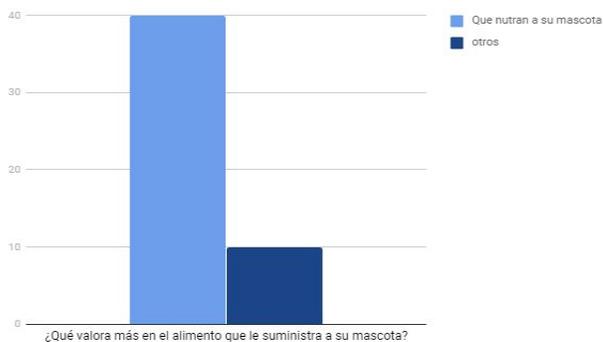
5) ¿Que tiene en cuenta a la hora de dar alimento a su mascota?

R/ta: El 100% tienen en cuenta los nutrientes



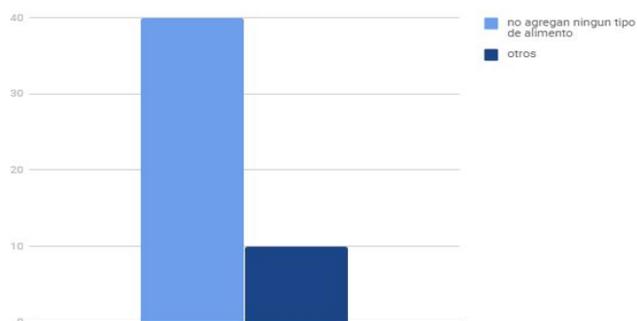
6) ¿Qué marcas de alimento le da a su mascota Y por qué le da esa marca?

R/ta: El 90% da a sus mascotas marcas conocidas



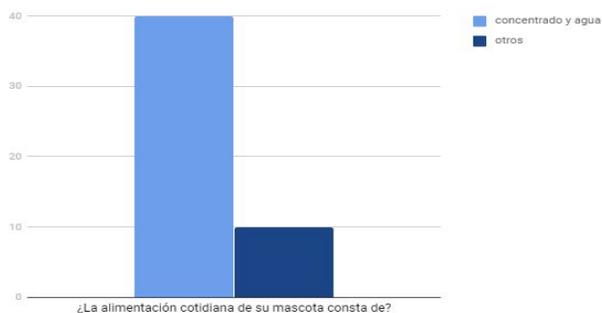
7) ¿Qué valora más en el alimento que le suministra a su mascota?

R/ta: El 90% valora más que nutran a su mascota



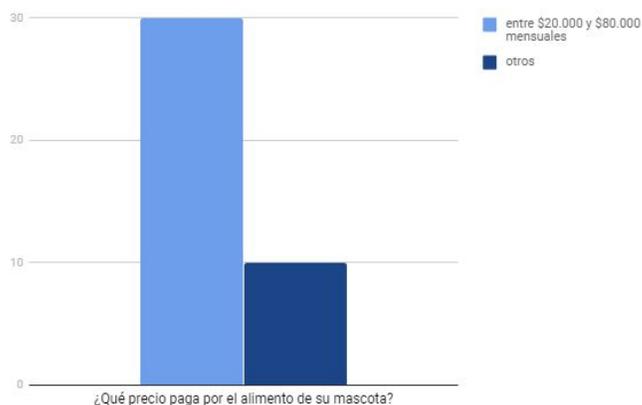
8) ¿Agrega algún tipo de alimento como (trozos de carne, pollo, cerdo, jamón, embutidos, salsas caseras, o comida húmeda) para su mascota?

R/ta: El 90% no agrega ningún tipo de alimento



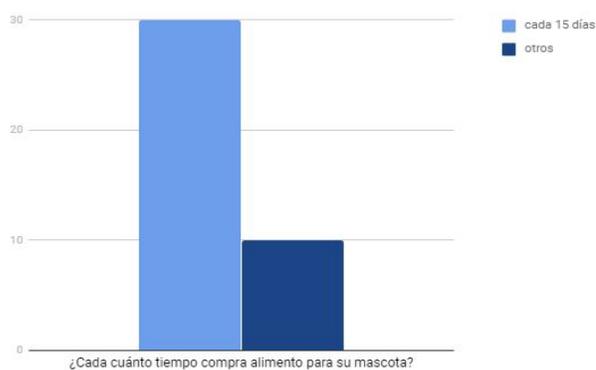
9) ¿La alimentación cotidiana de su mascota consta de?

R/ta: el 90% alimenta a su mascota de concentrado y agua



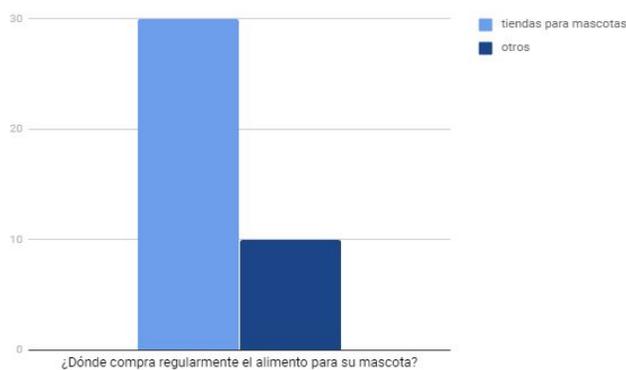
10) ¿Qué precio paga por el alimento de su mascota?

R/ta: El 80% paga aproximadamente entre \$20.000 y \$80.000 mensuales



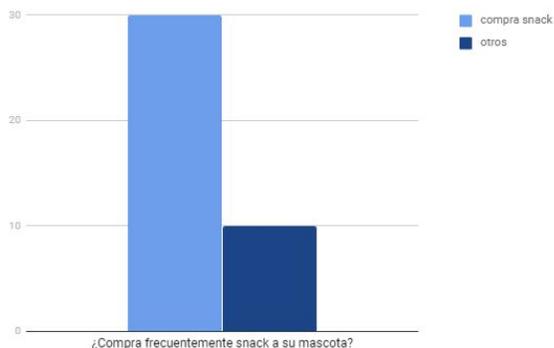
11) ¿Cada cuánto tiempo compra alimento para su mascota?

R/ta: El 80% compra el alimento cada 15 días

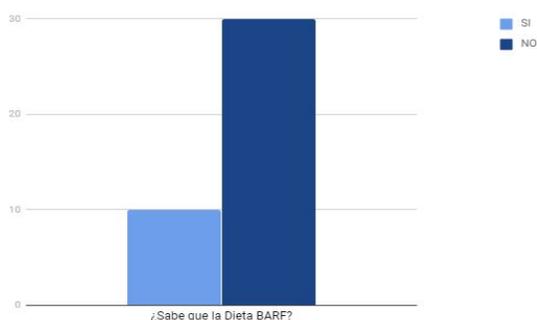


12) ¿Dónde compra regularmente el alimento para su mascota?

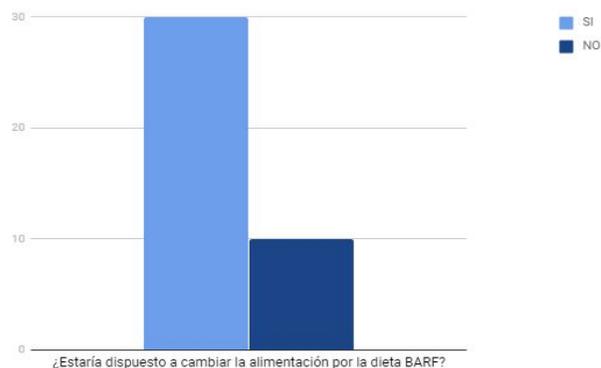
R/ta: el 80% lo compra en tiendas para mascotas



13) ¿Compra frecuentemente snack a su mascota?  
El 70% si compra snack



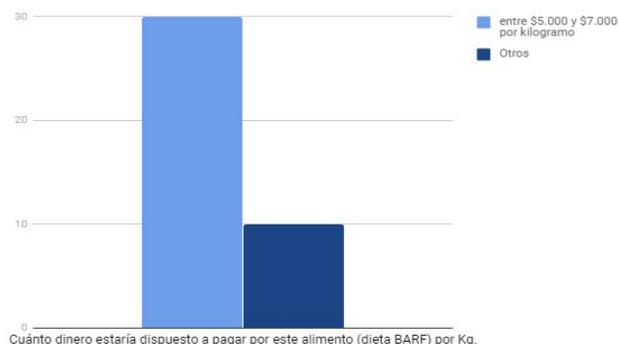
14) ¿Sabe que la Dieta BARF?  
R/ta: El 80% no sabe que es la dieta BARF



15) Si le dijera que la comida natural llamada dieta BARF, la cual consiste en ingredientes naturales orgánicos, frescos (carne, pollo, verduras), mejora la salud, aumenta el nivel de energía, reduce las alergias, pelaje más brillante, disminuye el sarro en los dientes y su perro sería completamente feliz.

¿Estaría dispuesto a cambiar la alimentación que actualmente le da a su mascota por la dieta BARF?

R/ta: El 90% si compraría comida BARF para perro.



16) Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por este alimento (dieta BARF) por Kg.

R/ta: El 80% pagaría entre \$5.000 y \$7.000 por kilogramo

## 7. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

### 7.1 Identidad estratégica

#### **MISIÓN:**

Somos una empresa que ofrece bienestar para los caninos y sus familias, brindando una adecuada nutrición animal, por ello, producimos y comercializamos alimento natural para perros en los barrios de suba.

En el desarrollo de nuestro objeto social, ofrecemos satisfacción a nuestros clientes, opciones adicionales de ingresos para aliados, incremento de la participación en el mercado a proveedores e ingresos que mejoran la calidad de vida de los colaboradores y socios.

### 7.2 Futuro preferido

#### **VISIÓN:**

Ser la empresa de alimentación animal, preferida por las familias colombianas propietarias de perros, brindando nutrición a base de productos naturales, siguiendo la tendencia del mercado actual por el consumo de dietas sanas y equilibradas que mejoren la calidad de

vida de las mascotas e innovando con el desarrollo de formulaciones para mascotas con condiciones especiales. Tendremos presencia en ciudades secundarias con la calidad en los productos y el cumplimiento que nos caracteriza.

### 7.3 Valores corporativos

- **Responsabilidad:** Obramos con seriedad, en consecuencia con nuestros deberes y derechos como asociados, acorde con nuestro compromiso con la empresa.
- **Confianza:** Cumplimos con lo prometido al ofrecer el mejor producto y servicio a un precio justo y razonable.
- **Honestidad:** Realizamos todas las operaciones con transparencia y rectitud.
- **Respeto:** Escuchamos, entendemos y valoramos al otro, buscando armonía en las relaciones interpersonales, laborales y comerciales.
- **Lealtad:** Somos fieles a La empresa y buscamos su desarrollo y permanencia en el tiempo.

### 7.4 Objetivos empresariales

- Diseñar estrategias de mercado en el portafolio de alimentos para mascotas permitiendo satisfacer las necesidades y los requerimientos nutricionales de los animales para mejorar su sistema digestivo esto con el fin de establecer una excelente calidad en el producto.
- Producir alimento 100 % Naturales, balanceados y de la mejor calidad.
- Mantener normas estrictas de fabricación, manipulación y almacenaje
- Asegurar un recurso humano competente y comprometido para el desarrollo de cada una de nuestras actividades.
- Atender eficaz y oportunamente los requerimientos de nuestros clientes.
- Asegurar el mejoramiento continuo de los procesos.

## 8. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

### Matriz Foda

<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Importancia de la salud de la mascota</li> <li>● alto contenido de nutrientes y vitaminas con todas las necesidades nutricionales que la mascota necesita.</li> <li>● calidad en el producto</li> <li>● sabor tradicional para el paladar de la mascota.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Falta de Recursos económicos</li> <li>● Empresa nueva que no cuenta con la credibilidad de los clientes.</li> <li>● Falta de experiencia</li> <li>● Brindar distintos productos para los perros (tamaño, raza) requiere de una gran inversión.</li> <li>● no generar la fidelidad del cliente si el producto no cumple con las expectativas.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Gran beneficio para las mascotas</li> <li>● abarca todas las necesidades de la mascota y del propietario.</li> <li>● Conocimiento del tema</li> <li>● cada vez existe más conciencia por el cuidado de las mascotas.</li> <li>● mercado amplio</li> <li>● oportunidad de crecimiento</li> <li>● personal capacitándose constantemente</li> <li>● mercado en constante movimiento.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● competencia</li> <li>● crisis económica de los propietarios</li> <li>● Productos similares con otras marcas.</li> <li>● menores precios.</li> <li>● productos sustitutos.</li> </ul>

## LISTADO DE DEBILIDADES FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES

DEBILIDAD	OBJETIVO	TAREA	CUANDO?
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Disponibilidad del recurso financiero.</li> <li>● Falta de financiación.</li> <li>● Falta de formación del personal.</li> <li>● la reputación de nuestra empresa.</li> <li>● mala información al cliente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Concientizar a los dueños de mascotas acerca de los beneficios del alimento natural para perros dieta BARF.</li> <li>● Determinar las estrategias apropiadas para lograr un correcto posicionamiento del producto.</li> <li>● demostrar los beneficios del producto.</li> <li>● contribuir al mejoramiento en la calidad de vida alimenticia en los caninos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● buscar clientes .</li> <li>● Realizar una campaña masiva sobre nuestro producto dieta BARF para mascotas, en medios digitales facebook, twitter, instagram, pagina web</li> <li>● Compartir videos educativos acerca del producto.</li> <li>● Incrementar la publicidad y hacerla llegar al mayor número de personas posibles que tengan mascotas.</li> <li>● incluir en mi negocio una gran variedad de productos naturales para mascotas.</li> </ul>	<p>Noviembre de 2018</p>

## 8.1 PESTEL

POLÍTICO Bogotá, 16 de diciembre de 2009. El Instituto Colombiano Agropecuario, ICA, por medio de la resolución 3761 reglamentó la venta a granel de alimentos para perros y gatos, con el objeto de mejorar las condiciones sanitarias de comercialización de estos productos en el país.

De esta manera lo confirmó Luis Fernando Caicedo Lince, gerente general del ICA, al señalar que por medio de vigilancia y control el Instituto ha verificado que la venta a granel de estos productos no se está realizando bajo los parámetros adecuados que garanticen la reducción de los riesgos de la salud animal. (Gobierno, ICA, 2009).

Dentro de los requisitos establecidos en la norma se exige que los productos y las empresas que los vendan cuenten con registro ICA como comercializadores de insumos agropecuarios. Una de las medidas nuevas adoptadas para garantizar la calidad de estos productos es que los recipientes en donde se almacenen deben ser resistentes a la corrosión y tener sistemas que permitan mantenerlos sellados. “Son obligaciones de los comercializadores mantener registros de comercialización de los productos, incluyendo cantidad y número de lote, igualmente deberán recibir capacitación por parte del productor en el manejo y almacenamiento de los alimentos conservando los registros de seguimiento y capacitación a disposición del Instituto”, dijo el gerente general del ICA. (Gobierno, ICA, 2009) El alto funcionario añadió que estos productos seguirán siendo objeto de vigilancia por parte del ICA que realizará estudios para verificar si están cumpliendo los estándares exigidos.

Las empresas comercializadoras de alimentos para perros y gatos interesadas en distribuir los productos bajo esta modalidad tienen plazo hasta el próximo mes de abril del año 2010 para cumplir con estas exigencias. En caso de no cumplirla se verán avocados a sanciones tales como sellados, decomisos o cancelación del registro como distribuidor. Con la reglamentación de este mercado Colombia busca iniciar un proceso en el que muchos países ya han avanzado, buscando su consolidación a través del cumplimiento de requisitos sanitarios que garanticen la calidad.

Una vez cumplido el plazo para la adopción de las medidas, el ICA supervisará por medio de visitas a las comercializadoras el efectivo cumplimiento de las mismas. (Gobierno, ICA, 2009) Para contribuir con la productividad del sector pecuario, el Ica controla la producción, comercialización y uso de los alimentos, aditivos y sales mineralizadas, utilizados en la alimentación animal. (Gobierno, ICA, 2018) Estas acciones buscan que los productores colombianos cuenten con alimentos para animales de buena calidad, los cuales al ser usados correctamente prevengan problemas zoonosológicos en las especies animales y garanticen la inocuidad del producto final. Para garantizar la calidad de los productos el Ica registra y controla las plantas productoras y los productores por contrato de alimentos y sales mineralizadas para animales, así como aquellos que producen alimentos para autoconsumo y harinas de origen animal. Además registra y hace seguimiento a los laboratorios de control de calidad de los alimentos y a los importadores de materias primas para la elaboración de los mismos. De manera permanente controla la comercialización de productos nacionales e importados. (Gobierno, ICA, 2018)

## SERVICIOS:

Registro de:

Registro como productor de alimentos para animales y sales mineralizadas.

- Requisitos
- Tarifa vigente (Resolución 5287 de 2009, Cap.I)
- Resolución 1056 de 1996
- Empresas Productoras registradas

Registro como productor de alimentos para animales o sales mineralizadas por contrato.

- Requisitos
- Resolución 1056 de 1996
- Empresas Productoras por Contrato Registrados.

Productores de alimentos para animales para autoconsumo

- Requisitos
- Resolución 1698 de 2001
- Empresas Productoras para Autoconsumo Registradas.

Registro de productores de harinas de origen animal

- Requisitos
- Resolución 991 de 2000
- Resolución 2028 de 2002
- Empresas Productoras de Harinas de Origen Animal Registradas

Laboratorios de control de calidad

- Requisitos
- Resolución 1056 de 1996
- Listado de laboratorios registrados.

Registro de importadores de materia prima, aditivos y productos terminados.

- Requisitos
- Resolución 1056 de 1996
- Empresas Importadoras Registradas

Requisitos Resolución 1056 de 1996 Empresas Importadoras Registradas

- Requisitos
- Resolución 1056 de 1996
- Empresas Semielaboradas Registradas.

## Registro de Productos

- Requisitos
- Resolución 1056 de 1996
- Listado de Productos Registrados.

Los registros otorgados pueden ser objeto de modificaciones por diversas causas:

### Modificaciones:

Ampliación de los registros Cambio de razón social, domicilio, nombre de producto, titularidad, Aprobación de sucursales Parámetros técnicos (indicaciones, usos, especies, excipientes) Nuevas presentaciones.

- Expedición de certificados de libre venta con fines de comercialización a nivel nacional e internacional.

## ECONÓMICO

La industria especializada en la nutrición para perros ve en el bajo consumo una mina con futuro. Ese es el caso de la multinacional Purina Nestlé que ha aumentado su apuesta en el mercado colombiano. (Andrui, 2010) Mientras que el año pasado, esa compañía dedicó el 8,3 por ciento de las ventas a la inversión en el desarrollo de sus marcas, para este año ese porcentaje llegó a 11,4 por ciento, unos 13.000 millones de pesos, explica Carlos Díaz, gerente de marketing de consumo de Purina. Ese aumento corresponde a la oportunidad para desarrollar el mercado. También corresponde a un incremento de inversión en las otras compañías y Purina como empresa líder debe encabezarla, agrega. El interés de Purina en aumentar la inversión coincide con una recuperación de las ventas. En el mercado en general, los dos primeros meses del 2010 mostraron por primera vez en más de un año crecimientos superiores al 7 por ciento. Las ventas de la empresa al mes alcanzan las 2.300 toneladas. En valor, Purina es líder con el 35 por ciento. Le siguen Mars con el 18 por ciento, seguido por Solla con el 12 por ciento. Se estima que en Colombia por cada 100 hogares 31 tienen perros y, de ese total, 24 compra alimento especializado. El otro 7 por ciento de los animales se alimenta de las sobras o la comida que les preparan sus amos. La caracterización de los hogares que tienen perros se concentra entre los que no tienen niños, con lo que la tendencia a lo que se llama la humanización de la mascota es clave. En este concepto el perro es un miembro especial de la familia o el consentido de la casa, lo que hace que su menú esté a la altura con los sentimientos que inspira, explica el experto. Entre las personas o las familias que incluyen en la lista del mercado el menú para su mejor amigo se estima un consumo promedio de 1,8 kilogramos cada tres semanas, cuando lo ideal sería 4,5 kilogramos. La diferencia, entonces, la suplen con alimentos caseros, concluye Díaz. Si la comparación sobre el panorama del consumo se hace con otros países, el indicador es el de la cobertura calórica que corresponde al porcentaje de calorías que son suplidas con alimento balanceado. De esta manera, en Estados Unidos la cobertura calórica es del 80 por ciento, en tanto que en varios países de Latinoamérica es del orden del 34 por ciento. Sin embargo,

en Colombia apenas es del 15 por ciento. De esta manera, el directivo de Purina explica que en tema de cifras el mercado colombiano no ha llegado a su madurez y tiene un potencial de crecimiento. En general, los estudios de la multinacional demuestran que las personas están dispuestas a hacer sacrificios, incluso, dependiendo de la relación que tenga con la mascota, más allá de la capacidad del poder adquisitivo para tenerle alimento. En el caso de alguien que no cuente con recursos, es probable que aunque quiera a su perro no compre productos que representan la mayor tecnología en el alimento, pero a veces hace el esfuerzo, a través de la compra por kilos en una plaza mayorista. Campaña de adopción La compañía Purina puso en marcha una campaña para que los dueños de mascotas se inscriban en [WWW.dogchow.com.co](http://WWW.dogchow.com.co) con el fin de que un perro sin hogar tenga alimento garantizado. El que se inscriba puede recibir una muestra de alimento. La meta de la campaña es llegar a 100.000 registros de mascotas, que permitirán la donación de 40.000 kilogramos de alimento a fundaciones. (Andrui, 2010).

## SOCIAL

Por qué dar los alimentos crudos a mi perro o gato?

A mucha gente el miedo a determinados patógenos les puede llevar a cocinar la carne para sus perros o gatos, pero el caso que la carne apta para el consumo humano no representa ningún peligro para nuestros amigos que están equipados perfectamente para lidiar con las posibles bacterias que pudiera haber en la carne cruda; su saliva y sus jugos gástricos tienen propiedades altamente antibacterianas, que deshacen las posibles bacterias y el alimento con rapidez. Si echas cuentas el único animal que cocina los alimentos es el hombre. Si la alimentación cruda fuera tan peligrosa para los perros y los gatos ¿No se habrían extinguido hace muchos tiempo? Recuerda que perros y gatos han estado comiendo presas crudas durante miles de años. (Perronatura, 2018).

La carne contiene vitaminas, enzimas y antioxidantes que con las altas temperaturas de la cocción se destruyen. Cuanto más alta sea la temperatura y más largos los tiempos de cocción el valor biológico del alimento es menor. Al eliminar las enzimas digestivas de la carne, nuestra mascota debe emplear más recursos y energía para digerir. La carne cruda sin procesar, mantiene sus enzimas digestivas intactas, lo que da la posibilidad a nuestro perro o gato de dedicar todos sus recursos a tareas metabólicas importantes como la detoxificación, cosa que fortalece el sistema inmune y da resistencia ante las enfermedades.

## Ingredientes y cantidades en la dieta BARF

Los porcentajes e ingredientes de la dieta BARF los marca la dieta evolutiva de nuestros perros y gatos, o lo que estos comerían en estado salvaje, por lo que los menús se deben parecer lo máximo posible. Los porcentajes de la dieta BARF clásica vienen a ser:

60% huesos carnosos, 15% vegetales y verduras (triturados), 10%-15% vísceras y órganos y 5% fruta. El resto se le puede añadir en algunos complementos como la alfalfa, el Kelp, aceite de pescado, yogurt natural, tripa verde, etc.



¿Qué cantidad de Alimentación Natural Cruda le debo dar a mi perro o gato?

No es fácil hacer una tabla exacta de la cantidad de dieta BARF que le debes de dar a tu mascota. La cuantía de alimento varía mucho y depende de factores como el tamaño, la raza, la especie, la actividad, la edad, si el animal está en su peso o no, etc. El total de alimentos naturales que tu perro o gato necesita diariamente puede oscilar entre un 1,5% y un 10%, por supuesto que es un rango muy amplio y para ajustar las tomas de nuestro amigo habrá que considerar los factores anteriormente mencionados en cada caso. (Perronatura, 2018).

## CANTIDADES EN LA DIETA BARF

**- CANTIDAD**  
Animales mayores o adultos con actividad baja, razas grandes o gigantes, animales con sobrepeso.

**+ CANTIDAD**  
Animales jóvenes o en crecimiento, razas pequeñas o mini, animales bajos de peso, mascotas con actividad alta. Los gatos en general necesitan más calorías y realizar más tomas diarias.

Pero ¿por qué?



perroNatura

Por lo general se debe de dar más alimento a los animales más jóvenes, a las razas pequeñas o mini, a los que están por debajo de su peso, a los que tienen mucha actividad y a los cachorros. Así un perro pequeño de 2 kilos, joven y de alta actividad podría llegar a requerir hasta un 8% diario de su peso corporal de dieta BARF (160gr), mientras que un perro adulto de 45 kilos y de actividad baja sólo necesitaría un 1,5% diario de su peso corporal (675 mg).

Tabla orientativa del Dr. Ian Billinghurst.

Esto es sólo una tabla orientativa que nos propone el doctor Ian Billinghurst en su libro "The BARF Diet", donde el rango de la toma diaria oscila entre el 8 y el 2 por ciento del peso corporal del animal. Como puedes ver, los gatos en general necesitan la ingesta de más alimento. Un gato joven en desarrollo y con actividad alta podría llegar a necesitar diariamente hasta un 10 por ciento de su peso corporal en dieta BARF en unas 5 o 6 tomas. (Perronatura, 2018).

**TABLA ORIENTATIVA DEL DR. IAN BILLINGHURST**  
Perros y gatos adultos dependiente de su peso

	1-5 kilos / Alimento 90-350gr diario	
	5-10 kilos / Alimento 350-600gr diario	
	10-25 kilos / Alimento 600-1100gr diario	
	25-50 kilos / Alimento 1100-2000gr diario	
		
		2 kilos / Alimento 150gr 3 kilos / Alimento 225gr 4 kilos / Alimento 300gr 5 kilos / Alimento 375gr 6 kilos / Alimento 450gr
		

#### Huesos carnosos crudos:

Los huesos carnosos son el elemento principal de la dieta natural cruda y cubren la mayor parte de las necesidades de tu perro o gato, siendo la fuente principal de energía, agua, proteínas, grasas, minerales, vitaminas, enzimas y antioxidantes. Aunque lo ideal sería proporcionar huesos carnosos y carnes magras de procedencia ecológica, ya que su valor nutritivo es mucho mayor y la contaminación química es casi nula, cualquier carne con un origen fiable aunque no sea ecológica, producirá unos resultados nutricionales que están a años luz de los que proporcionan los piensos y alimentos comerciales para mascotas. La proteína procedente de los huesos carnosos es muy superior en cuanto a valor biológico se refiere, que la de los alimentos procesados. Esta proteína no está dañada por el calor de la cocción y conserva todos sus aminoácidos. (Perronatura, 2018). Las fuentes de proteína desnaturalizadas y de baja calidad derivan a medio plazo en problemas de crecimiento, anemias, pérdida y debilidad muscular, problemas articulares, debilidad del sistema inmune, etc. Sólo hace falta visitar las clínicas veterinarias para darnos cuenta.

Con los huesos carnosos no sólo queda completamente balanceada y cubierta la necesidad de los dos minerales principales fósforo y calcio, sino muchos otros como el zinc, magnesio, yodo, manganeso, hierro, etc. Los huesos son muy ricos en grasa, lo que es esencial en la dieta de tu animal. No obstante aunque la media de huesos carnosos sea 60%, si el perro tiene sobrepeso sería recomendable bajar la cantidad de hueso y al revés si este tiene una actividad alta o está flaco.

#### ¿Qué huesos carnosos utilizar en la dieta BARF?

Cualquier parte del animal donde el hueso sea medianamente blando, y permíteme que insista: "LOS HUESOS CRUDOS". Nunca cocines los huesos que vaya a ingerir tu perro, la pérdida de

humedad hace que estos se astillan con facilidad y formen filos muy peligrosos. Puedes darle alas de pollo o pavo, cuellos, carcasas de aves o de conejo, falda de ternera, costillas de ternera. Los huesos al ser masticados se ablandan aún más y forman una pasta que no supone ningún peligro para el animal. Los huesos de muslos de aves o de conejo nunca han de darse descarnados, ya que aunque estén crudos, pueden astillarse y ser peligrosos, esto no ocurre cuando se dan con su parte de carne correspondiente. No se debe dar un sólo tipo de huesos carnosos, la variedad es importante en la nutrición de tu perro o gato. Además hay un estudio reciente de casos de hipertiroidismo en perros por comer de forma recurrente cuellos de pavo o pollo. No hay ningún peligro en darles cuellos, pero el uso repetitivo día tras día puede causar problemas a largo plazo.

### Huesos triturados?

En las primeras tomas de dieta BARF debemos vigilar a nuestro perro para ver que mastica de forma correcta los huesos. Hay perros que por ansiedad por la comida o porque son muy posesivos, podrían tratar de tragarse los huesos sin masticar y eso si es un problema. No es lo normal, y no suele haber muchos casos de obstrucciones por los huesos en perros, y prácticamente ninguna en gatos, pero se recomienda la vigilancia durante la ingesta sobre todo al inicio, y que los trozos de alimento sean lo suficientemente grandes para obligar al perro a masticar.

No obstante si ese es el caso de tu perro, o tiene problemas dentales por la edad, se pueden triturar los huesos con una máquina picadora eléctrica con la suficiente potencia como para triturar carcasas, cuellos o alitas. Mucha gente que se inicia en la dieta BARF empieza con huesos triturados; es también una forma muy útil para hacer la transición a la alimentación natural cruda en gatos. (Perronatura, 2018) Ya sean enteros o triturados, en ningún caso debes de confeccionar las recetas naturales de tu perro o gato sin incluir la parte proporcional de hueso, ya que la carencia mineral y el desequilibrio entre fósforo y calcio con llevaría a problemas graves.

### Los huesos recreativos:

Los huesos grandes duros de ganado o de cerdo (rodillas o cañas de ternera por ejemplo) son llamados huesos recreativos y benefician al perro psicológicamente, ya que les entretiene muchísimo y generan endorfinas. Además le proporciona una magnífica higiene dental. Este tipo de huesos se pueden utilizar desde el primer mes de edad.

### Verduras y frutas en la dieta BARF?

En la dieta BARF de nuestros perros las verduras y frutas deben de sumar como un 15%-20%, y en la de nuestros gatos sólo un 5%. Podemos usar verduras como las espinacas, el apio, el brócoli, la coliflor, el pimiento, el nabo, la calabaza, la zanahoria, etc. Debemos tener en cuenta que las verduras naranjas como la zanahoria o la calabaza tienen mucha vitamina A, por lo que si en la receta hemos introducido hígado, que también tienen unos niveles muy altos de vitamina A, deberemos seleccionar otro tipo de verdura que no sea naranja para no dar un exceso de esta vitamina. (Perronatura, 2018) Frutas podemos usar cualquiera que sea de temporada: naranja,

manzanas, peras, plátanos, albaricoques, bayas o frutas del bosque, etc. Cuanto más variado sea el abanico de frutas y verduras que uses, la cantidad de nutrientes y vitaminas será mayor.

\* Evita la cebolla, las uvas, el aguacate.

Las frutas y verduras hay que darlas siempre crudas y trituradas. Como la de todos los carnívoros la dentadura de nuestros perros y gatos no está preparada para masticar vegetales, sino para triturar huesos y desgarrar carne. Sólo pueden mover la dentadura de manera vertical, y sus molares y premolares no son planos sino afilados. Además la saliva de nuestras mascotas no contiene la enzima amilasa, la cual ayuda a descomponer los carbohidratos presentes en algunos vegetales. Las verduras y frutas tienen una pared celular muy rígida de celulosa, que nuestros perros y gatos por su incapacidad para masticar en horizontal no pueden romper. Si te das cuenta en estado salvaje, los vegetales que comen los animales carnívoros ya se encuentran triturados y semi-digeridos en el estómago y en los intestinos de sus presas. Es por eso que para que sean capaces de asimilar toda la riqueza de los nutrientes vegetales los debemos de triturar bien. (Perronatura, 2018) Para ello podemos hacer uso una batidora o un robot de cocina.

### Órganos y vísceras en la dieta BARF?

Los órganos y las vísceras deben de sumar el 15% de la dieta BARF de tu perro, y de 15% a 25% en la de tu gato. Por supuesto que al igual que los huesos carnosos, los órganos deben estar frescos, darse crudos y tener una procedencia de confianza. Los órganos son la carne que contiene mayor densidad de nutrientes, entre ellos proteínas, ácidos grasos, minerales, vitaminas y enzimas. El hígado es uno de los mayores concentrados de vitamina A de la naturaleza y una de las mejores fuentes de hierro, mineral esencial este último para el sistema inmune y la generación de anticuerpos. El hígado se debe dar una vez por semana, o en pequeñas dosis varios días de la semana.

Como el hígado es el encargado de la filtración de las toxinas, es muy recomendable que este órgano sea de origen ecológico.

### Suplementos en la dieta BARF?

Como hemos dicho anteriormente, el resto de la dieta BARF se puede completar con complementos que ayudan a perfeccionar todavía más la dieta como pueden la alfalfa, el Kelp, el aceite de pescado, el hígado de bacalao, el yogur natural, huevos, tripa verde, etc. (Perronatura, 2018).

## TECNOLOGIA:

En cuanto a la tecnología será de gran impacto puesto que los avances tecnológicos van en crecimiento en la sociedad, siendo de este una empresa que maneje diferentes tipos de maquinarias para facilitar la mano de obra de nuestra empresa NATUDOG.

## ECOLÓGICO:

La contaminación química en la cadena alimentaria es un problema creciente y responsable de muchas enfermedades crónicas y autoinmunes en nuestros perros y gatos. Coman dieta BARF o no, la frecuencia con la que aparecen todos estos químicos y metales pesados en el alimento de nuestras mascotas es innumerable, pero sobre todo cuando la procedencia de las materias primas no son de origen ecológico. El proceso de contaminación del alimento de tu perro, empieza con los herbicidas y fungicidas que se utilizan en los cultivos, (si ya había crecido exponencialmente el uso de estos, desde los años 90 con la introducción de los productos transgénicos, el uso de herbicidas se dispara un 25% más) y continúa con los antibióticos, las hormonas o aceleradores del crecimiento, los tranquilizantes y demás fármacos administrados al ganado. (Perronauta, 2018).

### Acumulación de metales pesados en los alimentos?

Los metales pesados como el arsénico, plomo, cadmio y sobre todo mercurio, están cada vez más presentes en la alimentación en general, y por supuesto en la de tu perro o gato, y lo peor de todo es que no se destruyen con el paso del tiempo. Desde el suelo pasan al tejido de las plantas, esta planta es ingerida por un animal y entran en su organismo pasando a sus tejidos, y si este animal es ingerido por otro animal carnívoro la acumulación es más concentrada y pasa al que lo ha ingerido. Cada paso da lugar a una acumulación mayor. (Perronauta, 2018).

Un estudio del New England Journal of Medicine demuestra que esta acumulación es mayor según el número de pasos en la cadena, al comparar la leche materna de una mujer americana, con la de una mujer americana vegetariana estricta y comprobar que la contaminación química es 35 veces superior en la no vegetariana. Si estos elementos químicos fueran neutros no pasaría nada, pero el caso es que son realmente tóxicos. Consecuencias de la contaminación química en el alimento de tu perro.

### El plomo es el metal más habitual?

La mayor parte de la contaminación por plomo de los alimentos comerciales para mascotas procede de la harina de hueso. Aunque constituye una excelente fuente de calcio y otros minerales, los huesos del ganado vacuno de los países industrializados contienen altas concentraciones de plomo debido al uso durante décadas de gasolina con plomo. Una de las complicaciones del envenenamiento por plomo y metales pesados es que son muy difícil de detectar. Puede aparecer como un tipo de anemia, hiperactividad, convulsiones, dolores gástricos, diarreas, etc.

### Pérdida de energía y de nutrientes?

Cuando se produce una intoxicación química por la alimentación, el organismo del perro o del gato, debe de eliminar las sustancias tóxicas utilizando un exceso de energía y de nutrientes, que podrían ser empleados para fines constructivos. El organismo del animal utiliza varios mecanismos para desintoxicar. Principalmente estos procesos tienen lugar en el hígado (detoxificación), en los riñones (eliminación), en la piel (eliminación adicional que podemos ver en depósitos en el pelo), y en el sistema inmunitario que reacciona ante sustancias perjudiciales. Cuanto más tóxica sea la sustancia química, más arduo será el trabajo del organismo, y más enzimas y vitaminas tendrán que emplear.

### Enfermedades por acumulación de sustancias tóxicas:

El organismo no puede detoxificar todas las sustancias tóxicas y estas son acumuladas en los tejidos. Cuando el hígado no es capaz de detoxificar los metales pesados o las sustancias químicas, pueden empezar a aparecer alergias, pérdida de peso, fatiga, problemas de piel, artritis, enfermedades autoinmunes, etc. (Perronauta, 2018).

### Carencias de Omega 3:

A los animales estabulados no se les permite moverse libremente, ni pastar, y su alimentación está basada totalmente en grano. Como consecuencia las carnes que producen tienen altos niveles de grasas saturadas y bajísimos niveles de ácidos grasos esenciales, básicamente ninguna cantidad de Omega 3. Esta carencia de Omega 3 está muy generalizada sobre todo en la alimentación comercial (no ecológica) para mascotas, y las consecuencias pueden llegar a ser bastante graves: todo tipo de procesos inflamatorios, problemas de infertilidad y de crecimiento en el caso de cachorros, problemas en el desarrollo del sistema nervioso, y deterioro prematuro de la vista y el oído, etc. Alternativas en tu salud y la de tu mascota Es el momento de tomar conciencia y empezar a hacer lo que esté en nuestra mano para evitar toda esta contaminación química, no sólo en nuestros animales sino en todos los que vivimos en este planeta, y los que están por venir. Piensa además que aparte de la sostenibilidad, cuando compras ecológico para ti o para tu perro o gato, estás colaborando con las pequeñas explotaciones normalmente familiares que hacen sostenible la vida en el campo de una manera limpia y respetuosa con el Planeta y los animales. (Perronauta, 2018).

LEGAL:

<b>GASTOS CONSTITUCION EMPRESA</b>
------------------------------------

Registro Mercantil	\$532.800	Registro Mercantil	\$532.800
Inscripción Libros Contables	\$12.000	Inscripción Libros Contables	\$12.000
Escrituras y Gastos Notariales	\$43.750	Escrituras y Gastos Notariales	\$43.750

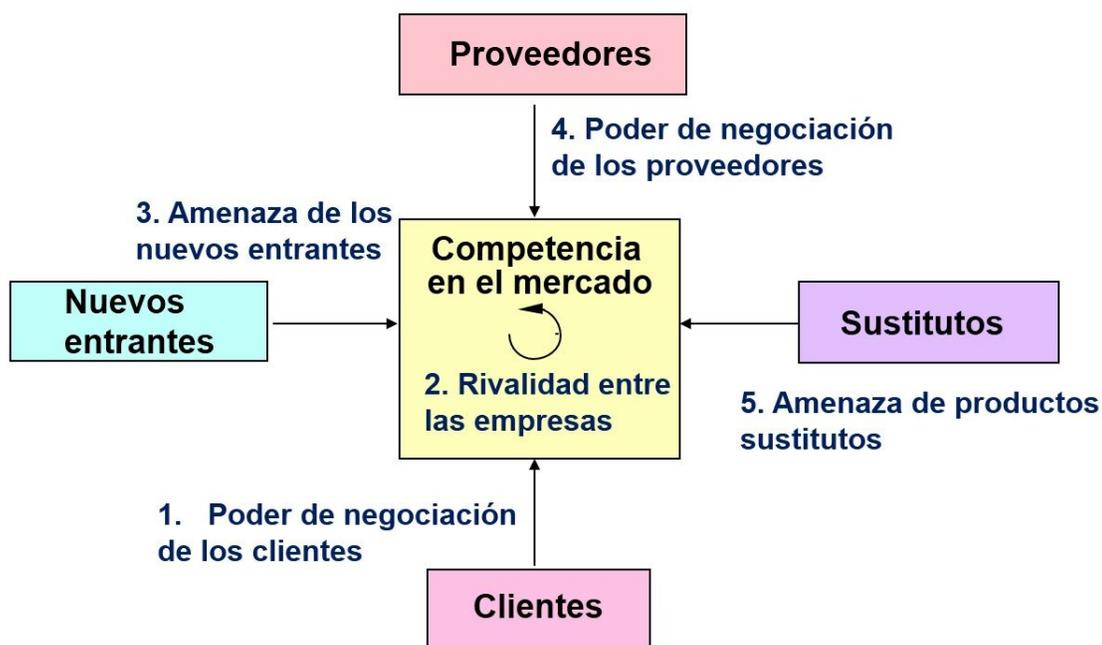
<b>TOTAL \$588.550</b>
------------------------

<b>GERENTE ADMINISTRATIVO</b>	<b>GERENTE DE MERCADEO Y VENTAS</b>	<b>GERENTE LOGÍSTICO</b>
-------------------------------	-------------------------------------	--------------------------

BÁSICO	\$1.000.000	BÁSICO	\$1.000.000	BÁSICO	\$1.000.000
AUXILIO DE TRANS.	\$77.000	AUXILIO DE TRANS.	\$77.000	AUXILIO DE TRANS.	\$77.000
CESANTÍAS	\$83.000	CESANTÍAS	\$83.000	CESANTÍAS	\$83.000
PRIMA	\$83.300	PRIMA	\$83.300	PRIMA	\$83.300
VACACIONES	\$41.700	VACACIONES	\$41.700	VACACIONES	\$41.700
%CESANTÍAS	\$9.996	%CESANTÍAS	\$9.996	%CESANTÍAS	\$9.996
SALUD	\$85.000	SALUD	\$85.000	SALUD	\$85.000
PENSION	\$120.000	PENSION	\$120.000	PENSION	\$120.000
ARL	\$5.220	ARL	\$5.220	ARL	\$5.220
SUB-TOTAL	\$1.505.516	SUB-TOTAL	\$1.505.516	SUB-TOTAL	\$1.505.516
APORTE	\$80.000	APORTE	\$80.000	APORTE	\$80.000

EMPLEADO		EMPLEADO		EMPLEADO	
SUB TOTAL	\$1.425.516	SUB TOTAL	\$1.425.516	SUB TOTAL	\$1.425.516
CAJA COMP	\$40.000	CAJA COMP	\$40.000	CAJA COMP	\$40.000
SUB TOTAL	\$40.000	SUB TOTAL	\$40.000	SUB TOTAL	\$40.000
TOTAL EMPLEADO MES	\$1.465.516	TOTAL EMPLEADO MES	\$1.465.516	TOTAL EMPLEADO MES	\$1.465.516

## 8.2 Cinco (5) Fuerzas de PORTER



## 8.1.1. CLIENTES

### Poder de negociación de los Clientes

La dieta BARF se ajusta a las necesidades nutricionales de las mascotas ya que es un alimento completamente natural a un bajo costo.

Este producto será ofrecido inicialmente a personas de estratos 3-4-5 con un nivel de ingreso superior a \$1.000.000 que tengan una mascota y quieran ofrecerle una mejor nutrición totalmente natural, equilibrada y llena de sabor y texturas.

## 8.1.2. COMPETENCIA EN EL MERCADO

### Rivalidad entre los competidores

Existen muchas opiniones negativas sobre los productos naturales y crudos por parte del mercado de los concentrados para mascotas, pero estos han sido desmentidos por veterinarios y expertos que atribuyen a la dieta BARF mejores beneficios en la alimentación de las mascotas.

En Estados Unidos, la AAFCO (un organismo mixto que no regula pero elabora informes, dictámenes y cada año publica sus recomendaciones que prácticamente se convierten en un estándar de mercado) llegó a un límite asombroso. Sugirió que las leyendas de los paquetes pueden incluir anuncios "indeterminados", es decir, bajó línea para que se permitan eslogans como "super premium", "larga vida para su animal", "delicias del mar", "perfecto y balanceado" u otras igual de rimbombantes e improbables, sin que tenga que haber el mínimo sentido u obligación contractual ni mucho menos pruebas científicas que respalden el anuncio.

Aun siendo discutible, la afirmación de las etiquetas no parece una mala dieta. Todos estos paquetes están decorados con variaciones que aluden a nutrición óptima y balance, pero esto podría ser una verdad a medias. El Cornucopia Institute de Estados Unidos -una especie de ONG que nuclea a granjas y productores de alimentos orgánicos- se puso al hombro la contraofensiva contra la abrumadora presencia de la comida empaquetada y batalla judicialmente contra los grandes fabricantes denunciando la publicidad engañosa o la baja calidad de sus ingredientes.

En sus reportes denuncia que los alimentos comerciales de las grandes compañías se componen -además de harinas, minerales y preparados químicos- básicamente de lo que llaman "animales 4D" por su siglas en inglés, que vendría a ser animales enfermos, muertos por enfermedad, moribundos, o con órganos atrofiados. También afirman que como los ensayos de laboratorio se hacen sobre una pequeña muestra y por cortos periodos de tiempo, las deficiencias de nutrientes y enzimas son indetectables, y sólo aparecen al cabo de un plazo largo.

Así, según ellos, los tests siempre devuelven buenos indicadores y sólo así el lema de "completo y balanceado" resulta no ser falso. Como sostienen, es mejor que incompleto y desbalanceado, pero no significa que sea lo mejor. La doctora Gómez, que además es titular de la materia Clínica Médica de Pequeños Animales en la facultad, opone una lectura insoslayable a esta descripción apocalíptica y afirma, en cambio, que "esta comida ha aumentado marcadamente la sobrevida y la calidad de vida de los perros y gatos entre tres y cinco años".

La legislación en torno a la comida para animales es vaga. Aquí las aprobaciones corren por cuenta del SENASA, que otorga el sello "alimento completo y balanceado". En Estados Unidos, es la USFDA la autoridad que reglamenta y autoriza alimentos y medicinas, por lo que se vio en apuros cuando estalló en 2007 el gran escándalo por la comida contaminada. El productor mayorista MenuFoods -que vendía sus propias marcas y proveía el producto terminado a varios clientes (Procter&Gamble para su marca Iams, Eukanuba y Royal Canin, entre las más conocidas) quedó en el ojo de la tormenta cuando fue obligada a retirar millones de unidades sospechadas de estar contaminadas con melanina y veneno para ratas. Los fallos en la cadena de suministros y proveedores alcanzaron finalmente a más de cien marcas. El origen de todo fue el proveedor chino de harinas y proteínas de arroz. Las autoridades comprobaron 18 mil perros y gatos muertos por culpa de la comida adulterada.

Una consecuencia de esa crisis fue el surgimiento de nuevas marcas que empezaron a elaborar sus productos bajo el paradigma de "Producto Orgánico Certificado". Claro que ese es un mercado para perros y gatos ricos. El kilo de Castor&Pollux, la marca orgánica más cara, cotiza en ocho dólares el kilo para perros adultos. Por otro lado, en Europa se abren paso los pequeños fabricantes de comida ultra premium es decir, elaborada con verdaderos cortes de pollo, carne o pescado deshidratados a baja temperatura elaborados bajo la normativa de alimentación humana. Claro, esos productos, como el Zanuk, cuestan once Euros el kilo.

Para ellos, todo lo que se le mete a su competencia -la comida empaquetada de supermercado- no pasa una inspección sanitaria y por eso están certificados "no apto para consumo humano", y afirman que sólo gracias a un marketing engañoso se pueden

convertir unos bocaditos de harinas prensadas e inyectadas en grasa cocinadas a ultra alta temperatura en bocados apetitosos.

a pesar de las crisis. En Argentina, los fabricantes afilan sus lápices y sus números alrededor de un universo de unos 14 millones de animales de compañía. Entre ellos producen 520 mil toneladas de comida para perros y casi 93 mil de comida para gatos, que en 2015 les hicieron facturar unos 17 mil millones de pesos, según CAENA, la cámara que los agrupa. La competencia por llegar a sus hocicos atrae como presas a las grandes multinacionales. La mayoría de las marcas que se venden en supermercados las producen apenas un puñado de compañías, de las cuales Nestlé y Mars son las que se llevan la mayor parte: entre las dos comercializan más de diez marcas.

Podría parecer un negocio marginal, porque de todas maneras es algo que la gente podría no comprar. Hubo un tiempo en que en las casas su alimentación se resolvía muy fácilmente: se le daban las sobras, y si no sobraba nada se le daba pan mojado en leche o cualquier cosa que les tape la panza hasta que de vez en cuando se le daba un hueso. Se calcula que solamente el diez por ciento de dueños de animales los alimenta con una dieta casera.

La **dieta BARF** (*Biologically Appropriate Raw Food*) o **ACBA** (Alimentos Crudos Biológicamente Apropriados) parece **una forma mucho más saludable de alimentar a los animales domésticos**, ya sean gatos o perros, por lo que, aunque pueda obligarnos a una mayor planificación de nuestro tiempo que abrir un paquete de pienso, puede compensarnos a todos a largo plazo.

Según Mónica González, especialista en *Raw Dog Food Nutrition*, lo más beneficioso de hacer el cambio a esta dieta es que inmediatamente observaremos que la salud del animal mejora: “es igual que la diferencia que observamos en nosotros si pasamos de una dieta diaria de comida rápida o comida chatarra a una dieta basada en ingredientes frescos y naturales. Mejora el estado de la piel, la masa muscular, el sistema inmune, las articulaciones, la flora bacteriana y el sistema digestivo, o la salud dental, entre otros”

González apunta un beneficio más **a nivel psicológico** para los animales, ya que incluso ha podido observar cómo el hecho de comer un alimento adecuado “y con una consistencia adecuada”, **promueve la liberación de endorfinas** y perros y gatos son más felices. “Si sumamos a esto que no tenemos picos de insulina generados por alimentos altos en carbohidratos, vemos que esta dieta contribuye positivamente a su salud mental”, añade.

Para Mónica González el **ahorro en cuentas de veterinarios y alimentación** también es una realidad, y compensa a la larga, tanto a nivel económico, como emocional. En veterinario, porque el animal no pierde la salud. En alimentación porque “una vez que

aprendemos a comprar, esta dieta puede ser más económica que la alimentación con piensos llamados súper *premium*”.

### 8.1.3. AMENAZA DE LOS NUEVOS ENTRANTES.

#### Nuevos entrantes

En Colombia las mascotas dejaron de ser animales de compañía para así convertirse en un miembro más de la familia, cada día son más las personas que conviven con sus mascotas, parejas jóvenes que no tiene hijos llenan ese espacio vacío con un perro o gato porque sienten la necesidad de dar afecto y protección; para los adultos mayores una mascota significa más compañía, un apoyo en todos los sentidos, evitan el sedentarismo y les permite tener una rutina, el perro necesita de paseos y así adoptan hábitos saludables como hacer ejercicio, salir a caminar junto a su mascota, una mascota da la oportunidad al adulto mayor de expresar sentimientos y emociones.

Por otro lado los niños son los primeros en pedir una mascota en casa, el tener un compañero animal será una experiencia maravillosa, lo guiará en un proceso de aprendizaje a través de la interacción entre el niño y su mascota, percibiendo ciertas necesidades del animal, si tiene hambre, tiene frío, si quiere ir al baño o salir de paseo, así expresara afecto hacia su mejor amiguito e inculcarle al niño el respeto a la vida. los niños aprenden que la comunicación entre los seres vivos no solo depende de las palabras, sino que existen diversas formas de comunicarse.

Por todo esto les estaremos eternamente agradecidos a nuestras mascotas y la mejor forma de hacerlo es ofreciéndoles una mejor calidad de vida a través de nuestro alimento natural NATUDOG la cual está enfocada a todas aquellas personas que amamos a nuestros peluditos de narices frías y que queremos siempre lo mejor para ellos proporcionando una nutrición con los mejores estándares de calidad, con procesos muy bien definidos y tecnificados y con los controles y permisos respectivos para este tipo de alimentos enfocando todo este esfuerzo e innovación siempre en brindar una mejor calidad de vida a estos ángeles que son tan especiales para nuestras vidas.

Según EUROMONITOR INTERNACIONAL (líder mundial en investigación de mercado estratégica independiente) hay un incremento sostenido en la venta de productos para mascotas y se prevé que continúe así hasta el 2021.

El crecimiento anual de esta industria en Colombia es del 13% y el impulso lo ha recibido en categorías como alimentos y cuidados para mascotas dejándolo en el 4 lugar en el mercado de consumo con un crecimiento anual del 13%.

#### 8.1.4. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES.

##### Proveedores

NATUDOG comida natural para perros, es un alimento elaborado con productos naturales y de la canasta familiar, contamos con varias opciones para la compra de los insumos.

Para minimizar costos de compra de insumos, se comprara directamente en FrigoSuba, Hato Grande y la Feria Campesina, establecimientos comerciales de alimentos perecederos en la localidad de suba, los cuales proporcionan lo necesario para la elaboración del producto.

#### 8.1.4. AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.

##### Sustitutos

Las croquetas o concentrado para perros, son el principal competidor de la dieta BARF ya que son los que comúnmente en el mercado se han usado para la alimentación de las mascotas, la comida comercial para perros contiene en gran parte aditivos y conservantes, desechos que salen de los mataderos, declarados como no aptos para el consumo humano, igualmente pasa con los cereales, frutas y verduras son productos que desechan las grandes fábricas. estos productos son fabricados a altas temperaturas, lo cual destruye gran parte del valor nutricional (vitaminas y aminoácidos esenciales) de la comida. sin embargo no se puede considerar un producto sustituto ya que la dieta BARF tiene muchos más beneficios pensemos por un momento que los perros como descendientes de los lobos, fueron creados para consumir la carne cruda, sin sufrir consecuencias negativas. La naturaleza es sabia y generosa en cada producto que nos da, en ella ya existen vitaminas, proteínas, y oligoelementos para que nosotros y nuestras mascotas llevemos una vida sana.



**TU PERRO AGRADECERA TODO ESTO! Y SU PALADAR TAMBIEN, YA VERAS....**

## 9. CONCLUSIONES

- ✓ Se pudo concluir que el producto es viable puesto que se encuentran 10 millones de perros en la ciudad de Bogotá y esto representa una alta rentabilidad para nuestra empresa.
- ✓ Se encuentran la facilidad y la necesidad para que el cliente obtenga el producto ya que se distribuirá en las veterinarias, tiendas y supermercados de la ciudad de Bogotá.
- ✓ Contamos con los elementos de estudios necesarios y favorables para su implementación.
- ✓ Consideramos que no cuenta con una competencia directa sino con productos sustitutos, el producto se puede explotar lo cual debe ser aprovechado para posicionarnos en el mercado.
- ✓ El desarrollo de este estudio nos permitió el análisis del mercado en cuanto a que la innovación del producto resulta llamativa para la confirmación del lanzamiento de su lanzamiento.

## 10. BIBLIOGRAFÍA

Arango, C. (19 de Octubre de 2016). *El Colombiano*. Obtenido de El Colombiano:  
<http://www.elcolombiano.com/cultura/mascotas/mascotas-mercado-crece-en-colombia-un-13-por-ciento-IX5202497>

Gómez, L. (2018). *El tiempo*.  
Obtenido de El tiempo: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-4161805>

Holguin, C. A. (2018). *El colombiano*. Obtenido de El colombiano:  
<http://www.elcolombiano.com/cultura/mascotas/mascotas-mercado-crece-en-colombia-un-13-por-ciento-IX5202497>

Valencia, G. (17 de Abril de 2018). *Dinero*. Obtenido de Dinero:  
<https://www.dinero.com/empresas/articulo/mercado-comida-para-perros-colombia/205854>

Andrui. (06 de Julio de 2010). *Portafolio*. Obtenido de Portafolio:  
<http://www.portafolio.co/economia/finanzas/aumenta-demanda-comida-perros-252780>

Gobierno, M. (16 de Diciembre de 2009). ICA. Obtenido de ICA:  
<https://www.ica.gov.co/Noticias/Pecuaria/2009/ICA-establece-controles-para-ventas-agran-el-de-al.aspx> Gobierno, M. (03 de Marzo de 2018). ICA. Obtenido de ICA:  
<https://www.ica.gov.co/Areas/Pecuaria/Servicios/Alimentos-para-Animales.aspx>

Perronatura. (01 de Mayo de 2018). Perronatura. Obtenido de Perronatura