



**SAN IGNACIO DE LOYOLA – ESCUELA ISIL**

**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN**

**La importancia del consumo de productos alimenticios libre de preservantes y  
aditivos en felinos**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE**

**Bachiller en Administración y Dirección de Negocios**

**Bachiller en Marketing e Innovación**

**PRESENTADO POR:**

Tantalean Figueroa, Andrea Verónica - Marketing e Innovación

Vecco Castro, Sebastián - Administración y Dirección de Negocios

**ASESORA:**

MG. ALBARRACIN APARICIO, ROXANA

**LIMA-PERÚ**

**2021**

## **Miembros del jurado**

### **ASESOR(A)**

MG. ALBARRACIN APARICIO, ROXANA

### **PRESIDENTE(A)**

### **MIEMBROS DEL JURADO**

JORGE CERNA

OSCAR ARAKAKI

## **DEDICATORIA**

*A todas las personas, familias por su apoyo incondicional en todo este tiempo de aprendizaje. Asimismo, a todas las personas que tengan mascotas en casa y cuiden del bienestar de ellos.*

## **AGRADECIMIENTOS**

*SEBASTIAN VECCO, Agradezco a mis padres por el apoyo que me dieron para culminar la carrera Administración y Dirección de Negocios, y a todas las personas que tienen mucha fe en el proyecto Catus, la marca ingresa al mercado con muchísimas ganas y razones para quedarse.*

*ANDREA TANTALEAN, Agradezco a Dios, a mi familia por acompañarme en todo el proceso de aprendizaje, por sus consejos cada día. También a mi enamorado por el apoyo en todo momento.*

## INDICE

1	RESUMEN .....	9
2	ABSTRACT.....	10
3	INTRODUCCIÓN .....	11
4	INFORMACIÓN GENERAL.....	13
4.1	Título del Proyecto.....	13
4.2	Área estratégica de desarrollo prioritario.....	13
4.3	Actividad económica de aplicación.....	13
4.4	Localización o alcance de la solución:.....	13
5	DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA O INNOVACIÓN .....	14
6	JUSTIFICACIÓN .....	15
7	MARCO REFERENCIAL:.....	16
7.1	Antecedentes .....	16
7.2	Marco Teorico.....	18
7.3	Hipótesis y variables de la investigación. ....	24
7.3.1	Hipótesis principal .....	24
7.3.2	Hipótesis secundarias.....	24
7.4	Variables y definición operacional.....	24
7.4.1	Variable 1 - Consumo de productos procesados en gatos.....	24
7.4.2	Variable 2 - Alimento complementario saludable para gatos.....	25
7.5	Metodología de la investigación.....	25
7.5.1	Tipo.....	25
7.5.2	Enfoque.....	26
7.5.3	Diseño .....	26
7.5.4	Nivel.....	26
7.5.5	Población y Muestra .....	26
7.6	Resultados obtenidos.....	26
8	ESTIMACIÓN DEL COSTO DEL PROYECTO .....	34
8.1	Estado de Ganancias y pérdidas proyectado .....	34
8.2	Análisis de costos.....	35

8.3	Análisis de Gastos .....	36
9	DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN.....	37
9.1	Alcance esperado: .....	37
9.2	Descripción del mercado objetivo:.....	37
9.3	Descripción de la propuesta de innovación:.....	38
9.3.1	Antecedentes de la empresa .....	38
9.4	Procedimiento para la propuesta de mejora .....	41
9.4.1	Planteamiento de matriz FODA/ANALISIS PESTE.....	41
9.4.2	Análisis PESTEL .....	41
9.4.3	Desarrollo del proyecto de innovación: .....	45
9.4.4	Impacto de la propuesta de investigación.....	52
10	CONCLUSIONES .....	55
11	RECOMENDACIONES.....	56
12	REFERENCIAS.....	57
13	ANEXOS .....	59
13.1	Matriz de consistencia si aplica .....	59
13.2	Instrumentos de recolección de datos.....	60
13.3	Validación de expertos .....	65

## **INDICE DE TABLAS**

- Tabla 1 Cantidad de gatos en casa
- Tabla 2 Alimentación
- Table 3 Gastos en complementos alimenticios
- Tabla 4 Daño a largo plazo
- Tabla 5 Conservantes
- Tabla 6 Vitaminas Sustituyentes
- Tabla 7 Complemento 100% natural
- Tabla 9 Matriz Foda

## **INDICE DE FIGURAS**

- Figura 1 Tipos de alimentos que consumen las mascotas
- Figura 2 Cantidad de gatos
- Figura 3 Alimentación
- Figura 4 Gastos en alimentos alimenticios
- Figura 5 Daño a largo plazo
- Figura 6 Conservantes
- Figura 7 Vitaminas Sustituyentes
- Figura 8 Complemento 100% natural
- Figura 9 Estado de pérdidas y ganancia
- Figura 10 Balance general del proyecto
- Figura 11 Precio y costo de venta
- Figura 12 Gastos administrativos y operativos
- Figura 13 Perfil principal de Facebook de Catus
- Figura 14 Perfil principal de Instagram de Catus
- Figura 15 Pantalla principal de la pagina web de Catus

Figura 16 Post de intriga

Figura 17 Segundo post de intriga

Figura 18 Imagen de redes sociales

Figura 19 Segunda imagen de redes sociales

Figura 20 Seo

Figura 21 Influencer

## 1 RESUMEN

Los productos alimenticios en los gatos son una de las principales preocupaciones de las personas que tienen este tipo de mascota. Por ello, en el presente trabajo, nuestro objetivo es informar de la existencia de alternativas saludables y balanceadas, no dañinas para la salud de los gatos, de manera que estas sean totalmente libres de aditivos y preservantes. En ese sentido, la solución que brindamos a lo largo del texto se denomina “Catus”, el cual logra un balance entre un producto de calidad y una alimentación libre de preservantes y aditivos, los cuales son tóxicos y perjudiciales. Es así que ofrecemos una alternativa a todas aquellas personas que tengan uno o más gatos en casa, que a partir del consumo de “Catus”, los gatos puedan tener una buena calidad de vida. De esta forma, buscamos identificar cómo el consumo de alimentos libres de preservantes y aditivos significa una mejora en la salud de los gatos.

En cuanto a la metodología de la investigación, utilizamos un método de tipo aplicada, porque aplica un hecho científico en provecho de la realidad experimental. A su vez, el enfoque de la investigación es mixto, porque conlleva una serie de objetivos sucesivos para tratar la información recopilada. Asimismo, el diseño adoptado es descriptivo, enfocándose en las características de las variables estudiadas. Por su parte, la población constituirá a todas las personas que vivan en Miraflores, San Borja, La Molina, San Isidro, Santiago de Surco, Jesús María, Barranco, San Miguel y Magdalena del Mar, y que tengan uno o más gatos en sus hogares. Además, la muestra se hará a seis personas por distrito, las cuales opinaron acerca de “Catus”.

De los resultados obtenidos a partir de la encuesta realizada a las seis personas de cada distrito mencionado, los más relevantes fueron: Se obtuvo que más del 50 % alimenta a su gato con comida húmeda y croquetas y casi el 40 % gasta más de 40 soles al mes para mantener dicha alimentación. Asimismo, la mayoría conocía de los peligros de los conservantes y otras características de los alimentos comerciales, por lo que estaban dispuestos a adquirir productos que sean más saludables y libres de aditivos y preservantes.

**Palabras claves:** Catus. Gatos. Comida balanceada. Preservantes. Aditivos

## 2 ABSTRACT

Food products in cats are one of the main concerns of people who have this type of pet. Therefore, in the present work, our objective is to inform about the existence of healthy and balanced alternatives, not harmful to the health of cats, so that they are totally free of additives and preservatives. In this sense, the solution that we provide throughout the text is called "Catus", which achieves a balance between a quality product and a diet free of preservatives and additives, which are toxic and harmful. Thus, we offer an alternative to all those people who have one or more cats at home, achieved that, from the consumption of "Catus", cats can have a good quality of life. In this way, we seek to identify how the consumption of food free of preservatives and additives means an improvement in the health of cats.

Regarding the research methodology, we use an applied type method, because it applies a scientific fact to the benefit of experimental reality. In turn, the research approach is mixed, because it involves a series of successive objectives to deal with the information collected. Likewise, the adopted design is descriptive, focusing on the characteristics of the variables studied. For its part, the population will constitute all the people who live in Miraflores, San Borja, La Molina, San Isidro, Santiago de Surco, Jesús María, Barranco, San Miguel and Magdalena del Mar, and who have one or more cats in their homes. In addition, the sample will be made to six people per district, who gave their opinion about "Catus".

Of the results obtained from the survey of the six people in each district mentioned, the most relevant were: It was obtained that more than 50% feed their cat with wet food and croquettes and almost 40% spend more than 40 soles per month to maintain this diet. Also, most were aware of the dangers of preservatives and other characteristics of commercial foods, so they were willing to purchase products that are healthier and free of additives and preservatives.

**Keywords:** Catus. Cats Balanced food. Preservatives. Additives

### 3 INTRODUCCIÓN

Desde hace varios años, la población de las mascotas domésticas se ha elevado considerablemente. Muchas personas, en la actualidad, prefieren tener mascotas en vez de hijos propios por diversas razones: economía, tiempo, disponibilidad, etc. De este universo de personas con mascotas, la mayoría tiene entre perros y gatos, sin embargo, los gatos son mucho más adaptables en lugares pequeños como departamentos, cuartos, etc. Por lo que los convierte en la primera opción de muchos estudiantes o trabajadores.

En ese sentido, es importante que los dueños de estas mascotas comprendan la realidad situacional de sus pequeños compañeros, puesto que ellos necesitan cuidados especiales y una alimentación saludable para mantenerse con bienestar. No obstante, la comida comúnmente ofertada en los centros de abasto, mercados, u otros lugares en donde venden comida para mascotas, no suele ser siempre la más indicada para lograr este equilibrio vital en su salud. Esto es porque estos alimentos contienen una gran cantidad de preservantes u otros componentes artificiales que perjudican directamente a la salud de tanto perros como gatos.

Por ello, con el presente trabajo buscamos que los dueños de las mascotas conozcan un poco más acerca de aquella alimentación que les brindan a sus seres amados. En esta oportunidad, nos enfocamos únicamente en las personas que tienen gatos como mascotas, puesto que hemos encontrado que se encuentran en mayor número en varios distritos de Lima. De este modo, buscamos darles una alternativa de alimentación, con una nueva idea innovadora que permitirá que el gato pueda ingerir alimentos libres de preservantes y aditivos, y de esa forma mejorar su calidad de vida y su salud en sí.

La investigación está compuesta por cinco apartados:

El primer apartado se basa en brindar información general de nuestra investigación, la cual se enfoca en “La importancia del consumo de productos alimenticios libres de preservantes y aditivos en gatos”. En este, se explica a detalle el área y la línea de investigación y el área económica a la que se aplicaría la investigación. Asimismo, describimos la solución que tratamos de brindar con nuestro trabajo y quiénes serían los beneficiados con este.

En un segundo apartado, se describe de manera simplificada la investigación en sí, de la mano con la idea de negocio: un nuevo producto alimenticio libre de aditivos y preservantes. Para ello, nos enfocaremos en la indagación de fuentes que confirmen la existencia de componentes dañinos en los alimentos comerciales para gatos, lo cual no los nutre y perjudica su salud. De esta manera, la solución que brindamos resulta plenamente oportuna y eficaz para suplir este déficit alimentario en gatos, y esta afirmación será sustentada mediante la corroboración de las hipótesis planteadas en la presente investigación.

En el tercer apartado, mostraremos los resultados obtenidos a una serie de preguntas realizadas a aquellas personas que tienen gatos en su hogar que fueron consideradas para la muestra de nuestra investigación. Estos resultados serán visualizados a través de una de doble entrada, en donde se aprecie la cantidad de personas que responde a cada pregunta y el porcentaje que corresponde. Asimismo, se mostrarán gráficos de torta para cada pregunta, de manera que se podrá identificar más didácticamente la estadística hallada.

En un cuarto apartado se encontrará la estimación del costo de nuestro proyecto de solución de forma detallada. En un primer cuadro se describen los montos de las ganancias y pérdidas proyectadas de manera general; en un segundo cuadro, los precios y costos de venta, y en un tercero, los gastos administrativos y operativos.

Por último, en un quinto apartado, se desarrollará la propuesta de innovación, en donde se indicará el alcance esperado, el mercado objetivo y la forma en la que este producto será considerado de comercialización innovadora. Finalmente, se abordará el procedimiento de la propuesta de mejora del producto, lo cual permitirá realizar una evaluación total del mismo previo a su instalación en el mercado.

## **4 INFORMACIÓN GENERAL:**

### **4.1 Título del Proyecto**

La importancia del consumo de productos alimenticios libre de preservantes y aditivos en gatos.

### **4.2 Área estratégica de desarrollo prioritario**

Se eligió como línea de investigación del proyecto, el siguiente tema: ‘análisis y mejora de procesos’, dado que la tesis estará relacionada con la captura de las métricas necesarias, modelar, y mejorar el resultado. La investigación se desarrollará en el ámbito de la industria de la alimentación animal, específicamente en el rubro de gatos, en el sector privado, para incluir un alimento balanceado y natural diariamente, la cual será objetivo para este trabajo. Esta investigación obtendrá resultados que generarán beneficios saludables para los gatos, ya que nos interesa la buena nutrición en mascotas, por ello, se desarrollará una nueva solución innovadora mediante un complemento 100% natural que hará que la comida de tu gato sea más exquisita y balanceada.

### **4.3 Actividad económica de aplicación**

Está orientada al área empresarial y también en el área de economía debido a que desarrollará una empresa dirigida a la buena alimentación de los gatos domésticos por que se generará un ingreso debido a la venta de productos libres de preservantes y aditivos.

### **4.4 Localización o alcance de la solución:**

Catus, va dirigido a todas las personas que tengan uno o más gatos en casa. Ubicados en Lima Moderna tales como (Miraflores, San Borja, La Molina, San Isidro, Surco, Jesús María, Barranco, San Miguel, Magdalena)

Catus busca brindar un producto de calidad, y de una alimentación 100% natural libre de preservantes y aditivos, cuidando siempre de la salud de tu mascota y la tranquilidad de los dueños al confiar en un producto natural.

El objetivo general es consolidar a Catus como una marca de prestigio, saludable y amigable. Dándole así una buena calidad de vida a los gatos domésticos.

## **5 DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA O INNOVACIÓN**

Actualmente, existen empresas que comercializan productos procesados, no saludables, de un complemento alimenticio para mascotas. Dicho esto, los conservantes son considerados como los ingredientes más peligrosos en la comida, por ejemplo, de los gatos. Es necesario saber que, la alimentación húmeda aumenta las calorías y es más saludable que la comida seca. Es por ello que surge una preocupación en los compradores de complementos alimenticios para sus mascotas, puesto que los animales dependen de ellos para una correcta alimentación y, así, evitarles posibles enfermedades futuras. Por consiguiente, se ha desarrollado la solución de este problema para evitar el gran consumo masivo de alimentos industrializados, el cual se explicará a continuación.

La idea de negocio busca ofrecer un producto que contribuya con la óptima calidad de vida de la mascota. Catus impulsa a la nueva línea de productos ECO, un complemento alimenticio húmedo, 100% natural, libre de aditivos y preservantes, a base de proteínas como pollo, pescado y verduras que contienen vitaminas A, B1, B2, B3, B5, C, E, K y minerales como cobre, calcio, hierro, magnesio, fósforo, potasio, sodio y zinc. Asimismo, el paté que elabora Catus es distribuido y sellado al vacío, lo cual garantizará la frescura de sus ingredientes a la hora de su consumo, garantizando la calidad de la nutrición balanceada en la mascota.

La empresa buscará enfocarse en la fidelización del cliente, a través de tips de información para dar a conocer, específicamente cómo alimentar a un felino como mascota. Además, Catus cuenta con una planificación para implementar personal médico, cuya especialidad es

la zootecnia, para una mayor recomendación a los dueños de mascotas, a través de un completo plan de marketing digital integrado, especialmente en las redes sociales. Cabe mencionar que, la estrategia de segmentación se enfocará en desarrollar una extracción del público masivo para, así, poder informar a más usuarios sobre una buena alimentación.

Se debe considerar que el 60% de los hogares del Perú urbano poseen, al menos, una mascota, siendo los perros y gatos los preferidos con 79% y 42% respectivamente. En cuanto al NSE, predominan el A y B, cuyo 87% poseen, por lo menos un perro, y el 24% un gato. Además, el 57% de los hogares de Lima Metropolitana ya tienen como mínimo una mascota (CPI, 2018).

Tipos de alimentos que consumen las mascotas						
	Total Perú Urbano	Lima Metropolitana	Interior del Perú Urbano	A/B	C	D/E
	CASERA Y BALANCEADA	46.3	53.9	41.7	46.1	56.1
SÓLO CASERA	32.3	8.7	46.7	5.2	17.9	52.2
SÓLO BALANCEADA	21.4	37.4	11.6	48.7	26.0	7.9

Total: 100%

Figura 1: Tipos de alimentos que consumen las mascotas

Fuente: CPI, 2018

## 6 JUSTIFICACIÓN:

La presente investigación cuenta con una justificación de tipo teórica, pues existen varias fuentes de información que indican la inadecuada alimentación en las mascotas, debido a que estos concentrados, en su mayoría, acumulan una larga lista de conservantes, aditivos, colorantes, entre otros insumos más, los cuales son ineficientes para la nutrición de los gatos y perros.

Cuenta además con una justificación de tipo económica, pues las grandes organizaciones del rubro de alimentos para mascotas tienen una extensa masificación de productos procesados, distribuidos en el mundo. De esta manera, el presente proyecto es importante porque se logrará brindar la información adecuada a los propietarios de los gatos que estén interesados en su salud.

Adicionalmente, la situación actual demuestra que los “cat lovers” están preocupados por una buena alimentación de sus mascotas; por ello, Catus implementa una solución, como producto innovador, para involucrarse en su bienestar diario, pues el objetivo es, aparte de desarrollar una empresa orientada a generar ingresos, aumentar el conocimiento de nutrición en las personas que tienen mascotas.

Finalmente, cuenta con una justificación de tipo práctica, debido a que se dará a conocer que los alimentos procesados son dañinos para los gatos a mediano - largo plazo, debido a sus altos contenidos de grasa, preservantes y aditivos.

## **7 MARCO REFERENCIAL:**

### **7.1 Antecedentes**

Becerra, Cabanillas, Rivas y León (2018) en su estudio titulado: Comida saludable para mascotas “WOOF PET FOOD” establecen como objetivo hacer un estudio de mercado para insertar un alimento no procesado para mascotas. En cuanto a la metodología, se utilizó el modelo Canvas como herramienta para la generación del modelo del emprendimiento. Asimismo, se realizaron encuestas online y entrevistas a profundidad. La población se compuso de los dueños de mascotas de Lima Metropolitana. La muestra se compuso de 49 dueños de mascotas. Dentro de las conclusiones más resaltantes se obtuvo que 84% de los

encuestados valoran la calidad del producto por sobre otras características y además 65% señaló mostrar preocupación por el contenido del producto. De las entrevistas a profundidad, se determinó que los clientes potenciales tienen una mejor percepción sobre la venta de comida saludable para los canes, por lo que la inserción del producto resulta viable.

Maslucan, Terrones y Zúñiga (2020) en su investigación de título: Fly dog: comida para mascotas eco-sostenibles, cuyo objetivo fue analizar la viabilidad de su propuesta de negocio para la venta de un complemento de alimento para mascotas. La metodología empleada se compuso de entrevistas a profundidad haciendo uso de la herramienta cuestionarios a través de internet. La población del estudio estuvo conformada por los habitantes de Lima Metropolitana de las zonas 6 y 7. La muestra se compuso de 20 personas con al menos una mascota en el hogar. Los resultados mostraron que los factores más valorados por los clientes son calidad (89%), valor nutricional (77%), y precio (73%). Asimismo, 98% de los encuestados señaló que se encontrarán dispuestos a adquirir productos que reduzcan residuos orgánicos; en tal sentido, se determinó que el producto es viable.

Rubiano (2016) en su estudio titulado: Plan para la generación de un nuevo complemento para mascotas tuvo como objetivo determinar la existencia de factibilidad en la producción de un complemento libre de preservantes para mascotas (perros y gatos). La metodología empleada constó de entrevistas a profundidad y encuestas a dueños de mascotas y veterinarios para ambos casos. La población se compuso de los dueños de mascotas y veterinarios de la ciudad de Tlaquepaque en México. Para las encuestas, la muestra se

compuso de 196 participantes (121 dueños de mascotas y 75 veterinarios); mientras que para las entrevistas a profundidad se consideró 11 veterinarios y 6 dueños de mascotas. Los resultados de la investigación mostraron la existencia de una baja disposición en la adquisición del producto (solo 19% se encuentra muy dispuesto).

Acuña, Acuña y Bejarano (2018) en su investigación titulada Diseño y propuesta del plan de mercadeo para el producto WOW CAN, alimento orgánico para caninos, tienen como objetivo elaborar una propuesta de desarrollo para la venta del alimento orgánico para mascotas WOW CAN. La metodología empleada en el estudio se compuso de encuestas vía internet a dueños de mascotas. La población se compuso de los dueños de mascota de Bogotá. La muestra fue de 150 personas que poseen en su casa un animal de compañía. En cuanto a los resultados, se determinó que la puesta del producto en el mercado es viable pues existe una alta aceptación por parte de los consumidores.

## **7.2 Marco Teórico**

1) Los productos procesados pasan por un proceso industrial que pueden estar elaborados por materias primas de baja calidad, pueden llegar a contener gran cantidad de aditivos, grasas saturadas. Según Pujol y Bach si no existiera dicha técnica no se podría encontrar varios alimentos en mercados o supermercados y mucho menos los tendríamos a nuestra disposición. «Los alimentos procesados son aquellos que han soportado cambios o han pasado por algún grado de procesamiento industrial antes de llegar a nuestra mesa para que

los podamos consumir» (Pujol-Busquets, G. y Bach, A., s.f., párr. 1). Los autores indican que los alimentos procesados han sido procesados industrialmente para que puedan ser comercializados en distintos establecimientos porque, si no presentan cambios, no podrían mantenerse ni ser consumidos debido a que perecieron al instante.

2) Los productos con preservantes su objetivo es proteger los alimentos de algunos microorganismos. Según el Consejo Argentino sobre Seguridad de Alimentos y Nutrición señala que los alimentos procesados son requeridos por todos de manera cotidiana; sin embargo, algunos de estos alimentos pueden ser perjudiciales para la salud si no son procesados correctamente. «El término "alimento procesado" hace referencia al producto que resulta de aquellas acciones que cambian o convierten la materia vegetal o animal cruda en un producto seguro, comestible y que se disfruta y saborea mucho más» (Consejo Argentino sobre Seguridad de Alimentos y Nutrición [INFO ALIMENTOS], s/f, párr. 1). Por ello, es preciso indicar que procesar los alimentos fue vital para conservarlos o hacerlos comestibles, inclusive, desde su cosecha.

3) Los productos aditivos normalmente no poseen un valor nutricional, algunos aditivos poseen olor o durabilidad. En la actualidad, los dueños de mascotas se preocupan cada vez más por darles una comida sana y, muchas veces, les dan comida casera. Con el pasar de los años, las personas tienen más conocimiento y confirman que los alimentos procesados no son del todo beneficiosos.

El defensor animal y nutricionista de animales Carlos Gutiérrez (como se citó en Giralt, 2019) indica, sobre la alimentación procesada en animales: No es nada sano alimentar a un perro como pienso, por mucho que se venda como un producto con alta proteína de origen animal. Son bolas secas que no se echan a perder, es una dieta súper industrializada; no tiene ninguna lógica. No, he encontrado a nadie, ni a ningún veterinario, que me diga qué alimentaría así a sus hijos, con una bola súper procesada que no se echa a perder y está

deshidratada; es cruel. Lo más sano son cosas de casa, naturales y, sobre todo, altas en proteína animal; eso les viene de lujo a los perros. (párr. 10)

Por tal razón, no es mala opción que las mascotas, entre perros y gatos, se alimenten con comida de casa; por el contrario, resultará positivo para su organismo y, a largo plazo, evitarán enfermedades por consumir alimentos procesados.

**4)** El consumo de productos con aditivos y preservantes en mascotas a pesar de que mejora la conservación del alimento no es recomendable. Con el pasar de los días, las personas le dan mayor importancia en darles una dieta casera a sus mascotas; sin embargo, no es del todo fácil, pues no es recomendable darles cualquier sobra de alimento. Además, señala que los alimentos procesados: Gutiérrez afirma la imperfección de los alimentos procesados y preparados para nuestras mascotas

Estas bolas (alimentos procesados) no contienen todos los nutrientes, y no tiene el 80% de agua, es antinatural; el agua es el primer elemento de la dieta, es fundamental; sin agua el perro se muere. Los mamíferos comemos alimentos con el 70% de agua, no el 10%. Es una incongruencia. No compares la calidad de un trozo de pollo, de una manzana o del arroz natural con una bola procesada y sometida a altísimas temperaturas, a 500 grados para hacer las harinas”, criticó. Y añade que “los cánidos y los felinos, en la naturaleza, comen un 10% de carbohidratos; los preparados tienen 50-70% de carbohidratos. (párr. 16)

Los alimentos procesados, evidentemente, contienen menos agua. Por consiguiente, las mascotas necesitarán consumir más agua y, si no tienen un debido control, pueden sufrir graves consecuencias por deshidratación. Por ello, es fundamental evitar darles de comer comida procesada.

**5)** Los aditivos en los alimentos de las mascotas, últimamente, generan cierta desconfianza, y el uso de estos está reglamentado para que exista un control de estas sustancias, pues su exceso no sería recomendable tanto para los animales como humanos. En primer lugar, los aditivos no son lo mismo que ingredientes, puesto que estos últimos son estrictamente

necesarios para la preparación o composición de ciertos alimentos, sin los cuales no tendrían la misma esencia. En cambio, un aditivo no forma parte del alimento en sí, sino que tiene otros objetivos para los cuales se añaden, como mejorar su sabor, aspecto, textura, etc. (Villagrasa, 2015). Un aditivo tiene la función de mantener al alimento y mejorar su imagen: color, aspecto y, muchas veces, su sabor. Sin embargo, no forman parte del alimento. Entonces, es importante saber la diferencia entre ambos, pues uno solo se encargará de conservarlo, mas no servirá como alimento.

6) Daño del consumo en productos con aditivos y preservantes en las mascotas, lamentablemente, tienen efectos poco certeros aún o perjudiciales para la salud. Entre los aditivos más nocivos, si se consumen sin un debido control, encontramos a los colorantes, conservantes, antioxidantes, espesantes y emulgentes, saborizantes y edulcorantes. Asimismo, existe una relación directa entre los aditivos y los alimentos procesados, puesto que a mayor cantidad de aditivos que se les añade a los productos, más procesados resultan ser y, por ende, menos sanos (Navarro, 2020). Por esa razón, es recomendable que los alimentos reales y naturales sean preferidos sobre los procesados, pues habrá mayor cuidado para la salud de todos.

7) La alimentación natural es preferida por la mayoría de las personas para darles a sus mascotas, puesto que lo saludable y el alimentarse mejor se está volviendo una tendencia desde los últimos años. «Un alimento o pienso natural es un tipo de alimentación que ha sido elaborada sin añadir aditivos artificiales (conservantes, colorantes, saborizantes, antioxidantes, etc.) en las materias primas, ni durante el proceso de preparación del alimento» (Romero, 2020, párr. 3). En conclusión, es relevante estar informado que los alimentos naturales, hoy en día, son preferidos por un sinnúmero de personas y, por consiguiente, por sus mascotas. Estos no contienen aditivos y es un valor positivo, pues no contienen ningún químico que podría perjudicar la salud de las mascotas.

8) La calidad del producto en la alimentación para los canes es importante para el crecimiento, ya que estos alimentos aportan nutrientes y es inevitable para el bienestar y la salud de la mascota.

La alimentación en las mascotas desde hace años es considerada la más popular entre todos los propietarios de mascotas. «En sus orígenes, nuestros compis peludos eran animales carnívoros [...], por ello [...], su aparato digestivo no ha llegado a optimizarse para recibir ciertos componentes y menos en cantidades excesivas como, por ejemplo, los hidratos de carbono» (Romero, párr. 5).

Es vital recalcar que, a medida que la alimentación saludable es más frecuente en los humanos, la dieta de los animales también va variando, convirtiéndose más sostenibles y responsables.

**9)** Los alimentos naturales; es decir, los que no son procesados, son aquellos que podemos encontrar en las verdulerías y fruterías. En otras palabras, son aquellos que deben cocinarse, por un determinado tiempo, para ser finalmente consumidos.

Según Manuel Peña, representante de la Organización Panamericana de la Salud de Ecuador, los alimentos naturales (no procesados): Son de origen vegetal (verduras, leguminosas, tubérculos, frutas, nueces, semillas) o de origen animal (pescados, mariscos, carnes de bovino, aves de corral, animales autóctonos, así como huevos, leche, entre otros). Una condición necesaria para ser considerados como no procesados es que estos alimentos no contengan otras sustancias añadidas como son: azúcar, sal, grasas, edulcorantes o aditivos. (s.f., párr. 3)

En efecto, los alimentos naturales son de origen vegetal y animal. Estos son los más sanos y los que no serán un factor de riesgo para las mascotas, puesto que están libres de sustancias como azúcar y grasas, unas de las más dañinas que están incluidas en varias comidas.

**10)** Es recomendable evitar los alimentos procesados, pero para tener un control más preciso, es necesario llevar un equilibrio en la dieta de las mascotas. Es por ello que el consumo de producto sin preservantes es totalmente sano. Por su parte, Navarrete (2018) defiende la alimentación natural y añade que:

La dieta debería constar por lo menos en un 80% de productos sin procesar, lo más parecido a su estado natural como los huevos, carnes magras, frutas, verduras, granos y cereales

entre otros, y alrededor de un 20% de esos productos más refinados y procesados. Además, si logramos conseguir productos Orgánicos o “Bio” que son aquellos que se cultivan sin pesticidas, fertilizantes o aditivos, no han sido sometidos a procesos industriales, no han sido modificados genéticamente y conservan sus nutrientes y características originales, aportando aún más beneficios. (párr. 2)

Por esa razón, es fundamental respetar dicho equilibrio de alimentos, procurando optar siempre, en su mayoría, por lo natural, libre de azúcares, grasas y todo proceso que, con el pasar del tiempo, solo causará serias enfermedades.

**11)** Es importante que haya un crecimiento de un nuevo nicho saludable, ya que concientizar a más personas ayudará a que tomen conciencia y pueda brindar una buena alimentación y calidad de vida hacia sus mascotas. En la actualidad, se perciben varios casos de mala alimentación y, por ello, existen enfermedades que, muchas veces, son letales. Para evitar dichos problemas y desventajas, es necesario llevar una alimentación organizada y saludable. Los beneficios de elegir una promover una alimentación libre de preservantes y productos químicos, y preferir una alimentación más natural, son varios: los alimentos orgánicos ayudan a fortalecer el sistema inmunológico, previene enfermedades que algunos productos procesados aceleran, ayudan al correcto funcionamiento del sistema digestivo y mejoran la calidad de sueño, entre muchos otros beneficios (Navarrete, 2018). En conclusión, es crucial alimentarse naturalmente y evitar en todo momento el consumo de preservantes. No solo ayudará a sentirse mejor sino a informarse más sobre la importancia de ingerir alimentos libres de estos químicos.

**12)** El llevar una vida saludable se ha convertido en una necesidad para muchas personas y estas, por consiguiente, imponen ciertas reglas alimenticias para sus mascotas por el bien de su salud. Existen, a su vez, otras ventajas para nuestras mascotas ya sean caninos o felinos. Por ejemplo, podemos afirmar que la alimentación libre de aditivos y aportes artificiales

generan una menor acumulación de sarro en su boca; además, acelera su ciclo digestivo, porque su organismo aprovechará mucho mejor todos los nutrientes que ingiera, esto se traduce en menos gases, menos hinchazón, e incluso, la mejora de su olor corporal. Sin embargo, eso no es todo, asimismo mejora el desarrollo de su sistema inmunológico y logran un equilibrio absoluto en su cuerpo, por lo que se previene, con eso, el sobrepeso (Kiwoko, s.f.). Por esa razón, la alimentación sin aditivos será mucho mejor para conservar una alimentación plena y mejora en el organismo de las mascotas. Es muy importante mantener un equilibrio, pues se evitarán innumerables problemas a futuro.

### **7.3 Hipótesis y variables de la investigación.**

#### **7.3.1 Hipótesis principal**

El consumo de alimentos libres de preservantes y aditivos es beneficioso para la nutrición y salud de los gatos.

#### **7.3.2 Hipótesis secundarias**

- 1) El consumo de alimentos libres de colorantes es beneficioso para la nutrición y salud de los gatos.
- 2) El consumo de alimentos libres de conservantes es beneficioso para la nutrición y salud de los gatos.
- 3) El consumo de alimentos libres de saborizantes es beneficioso para la nutrición y salud de los gatos.

### **7.4 Variables y definición operacional.**

#### **7.4.1 Variable 1 - Consumo de productos procesados en gatos**

##### **7.4.1.1 Definición conceptual:**

La alimentación por parte de los felinos domésticos de productos que comprenden un proceso de fabricación que incluye preservantes, aditivos y todo tipo de material de

origen no natural, que se entienden como un peligro para su salud y no muestran beneficio alguno en su alimentación balanceada.

#### **7.4.1.2 Dimensiones:**

- Alimentación artificial
- Alimentación húmeda.
- Alimentación seca.

#### **7.4.2 Variable 2 - Alimento complementario saludable para gatos**

##### **7.4.2.1 Definición conceptual:**

Todo producto alimenticio que signifique el cumplimiento de estándares de salud necesarios para la correcta alimentación de un felino mascota, significando un complemento necesario para su óptimo y necesario desarrollo.

##### **7.4.2.2 Dimensiones:**

- Colorantes
- Conservantes
- Saborizantes

#### **7.5 Metodología de la investigación.**

##### **7.5.1 Tipo**

El método usado en la siguiente investigación es de tipo aplicada, dado que busca visualizar un hecho científico para poder aplicarlo en beneficio de la realidad experimental.

### **7.5.2 Enfoque**

La investigación comprende un enfoque mixto, puesto que se tiene como objetivo recolectar, analizar y desarrollar distintos datos cualitativos y cuantitativos en búsqueda de encontrar resultados que vayan acorde a lo que se plantea en la hipótesis.

### **7.5.3 Diseño**

La investigación realizada comprende un diseño descriptivo, dado que se busca puntualizar todas las características relacionadas a las variables a tratar, observando y describiendo los fenómenos que cobran importancia para la presente investigación.

### **7.5.4 Nivel**

El nivel en el que se ubicará la presente investigación es el de un plan de negocios, desarrollando un documento que comprenda una descripción detallada del negocio que se busca emprender, en función de todos los datos recolectados con la investigación, así poder tener proyectos factibles y fundamentados en la verificación de hechos que se tengan como resultado del presente estudio.

### **7.5.5 Población y Muestra**

Esta investigación va dirigida a todas las personas que tengan uno o más gatos en casa. Ubicados en Lima Moderna de los cuales se considerarán los siguientes distritos: Miraflores, San Borja, La Molina, San Isidro, Santiago de Surco, Jesús María, Barranco, San Miguel y Magdalena del Mar.

Se va a tener en cuenta los 9 distritos, las cuales se hará una muestra a 6 personas por distrito siendo un total de 54 personas. En esta ocasión se deberá hallar la opinión de los entrevistados sobre el alimento para gatos nutritivo libre de aditivos y preservantes “Catus”.

## **7.6 Resultados obtenidos**

**Tabla 1: Cantidad de gatos**

	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
1	32	59.26%	59.26%	59.26%
2	13	24.07%	24.07%	83.33%
3 a mas	9	16.67%	16.67%	100%
Total	54	100%	100%	

Fuente: Elaboración Propia (2021)

2. ¿Cuántos gatos tiene en casa?  
54 respuestas

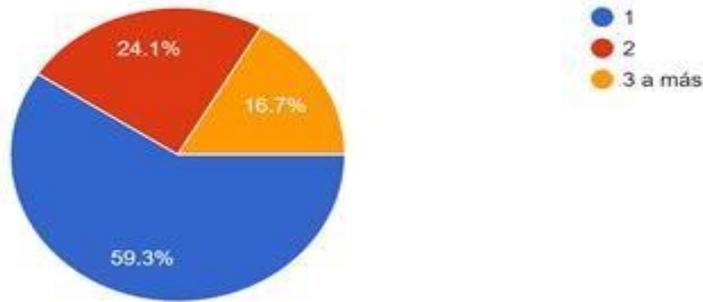


Figura 2: Cantidad de gatos

Fuente: Elaboración Propia (2021)

La gráfica muestra que el 59.3% de los encuestados tienen solamente un gato en casa. Un 24.1% indicó que tienen 2 gatos en casa y un 16.7% tiene más de 3 gatos en casa. Teniendo en cuenta que la mayoría de encuestados solo tienen 1 gato en casa.

**Tabla 2: Alimentación**

	Alimentación	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Croquetas	21	38.89%	38.89%	38.89%
Croquetas + Alimento Húmedo	30	55.56%	55.56%	94.44%
Alimento Húmedo	1	1.85%	1.85%	96.30%
Comida de Dieta	1	1.85%	1.85%	98.15%
Comida Casera	1	1.85%	1.85%	100%
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Elaboración Propia (2021)

4.¿De qué forma está tu gato acostumbrado a comer?

54 respuestas

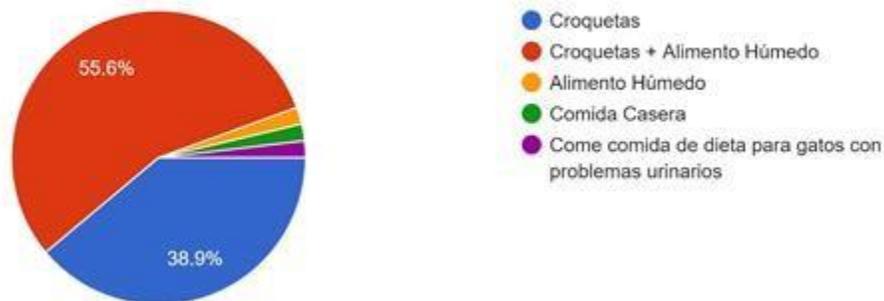


Figura 3: Alimentación

Fuente: Elaboración Propia 2021

La gráfica muestra que el 55.6% de los encuestados acostumbran a sus gatos a comer croquetas más un alimento húmedo adicional. Sin embargo, existe un 38.9% de encuestados que les dan a sus mascotas solo croquetas. Esto demuestra que la mayoría de las mascotas están acostumbradas a un complemento alimenticio aparte de las croquetas, por ello es importante que los complementos sean hechos de manera saludable y no con conservantes o aditivos que dañan la salud de las mascotas a largo plazo.

**Tabla 3: Gastos de complementos alimenticios**

	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
10 a 30 soles	10	18.52%	18.52%	18.52%
31 a 40 soles	15	27.78%	27.78%	46.30%
más de 41 soles	22	40.74%	40.74%	87.04%
No compra	7	12.98%	12.96%	100%
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Elaboración Propia (2021)

9.¿Cuánto gasta usted en complementos alimenticios (latas, papillas, zips) aproximadamente para su gato al mes?

54 respuestas

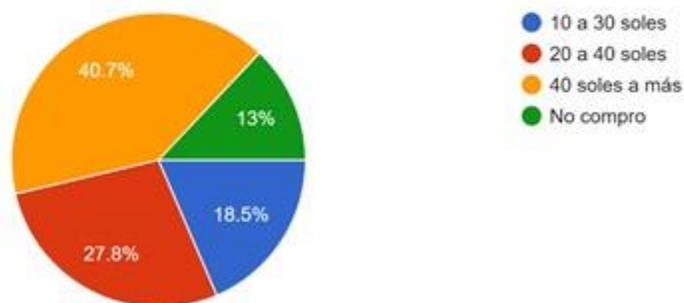


Figura 4: Gastos de complementos alimenticios

Fuente: Elaboración Propia 2021

La gráfica muestra que el 40.7% de los encuestados gastan más de 40 soles mensualmente en complementos alimenticios, un 27.8% indicó que al mes gasta aproximadamente entre 30 a 40 soles, el 18.5% gasta 10 a 30 soles, Por otro lado, el 13% no compra ningún tipo de complementos para su mascota. Se puede concluir que la gran mayoría de encuestados compran mensualmente

productos alimenticios para sus mascotas y están dispuestos a gastar lo necesario para darle una buena alimentación.

**Tabla 4: Daño a largo plazo**

	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Si	45	83.33%	83.33%	83.33%
No	9	16.67%	16.67%	100%
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

**Fuente: Elaboración Propia (2021)**

10. ¿Considera usted que alimentar a su mascota con productos que tengan grasas altamente saturadas, puede ocasionar daños a largo plazo?

54 respuestas

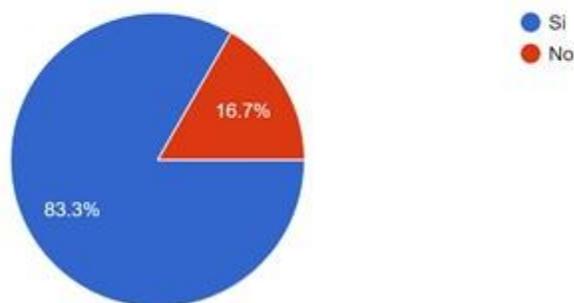


Figura 5: Daño a largo plazo

Fuente: Elaboración Propia 2021

La gráfica muestra que el 83.3% de personas saben que los productos con altas grasas saturadas son dañinos y el 16.7% no tienen idea de los daños a largo plazo que este puede ocasionar. Se puede concluir que la mayoría de encuestados están enterados sobre los productos que causan daño. No obstante, siguen optando por seguir comprando estos alimentos, esto se debe a que las personas no toman conciencia del daño a largo plazo que puede ocasionar si siguen consumiendo su mascota.

**Tabla 5: Conservantes**

	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Si	41	75.93%	75.93%	75.93%
No	13	24.07%	24.07%	100%
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Elaboración Propia (2021)

11. ¿Sabía usted que algunos complementos industrializados contienen conservantes?  
54 respuestas

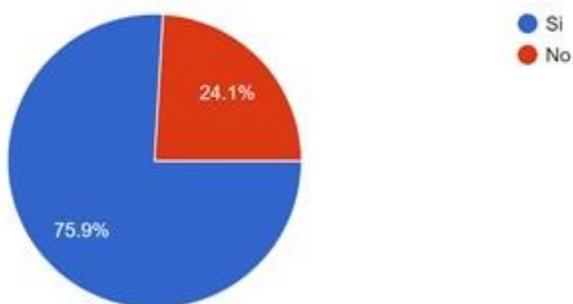


Figura 6: Conservantes

Fuente: Elaboración Propia 2021

La gráfica muestra que el 75.9% de los encuestados están informados que los complementos industrializados contienen conservantes, Un 24.1% no están informados sobre el contenido de los conservantes. Se puede deducir que la mayoría de encuestados saben acerca de los productos que contienen conservantes.

**Tabla 6: Vitaminas Sustituyentes**

	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Si	20	37.04%	37.04%	37.04%
No	34	62.96%	62.96%	100%
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Elaboración Propia (2021)

13. ¿Sabías que los adherentes de algunos complementos procesados contienen vitaminas artificiales sustituyentes?

54 respuestas

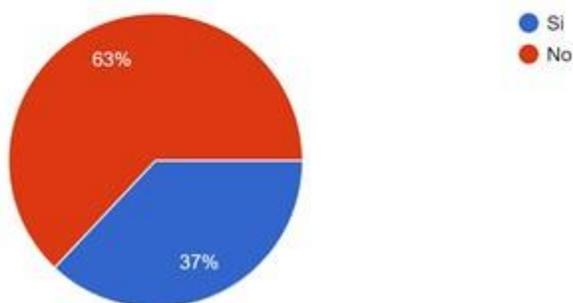


Figura 7: Vitaminas Sustituyentes

Fuente: Elaboración Propia (2021)

En esta encuesta obtenemos un resultado del 63% de personas que están desinformados sobre los complementos que contienen alguna vitamina sustituyente, por otro lado, el 37% conoce y es consciente de lo que contiene este producto. Se puede deducir que la gran mayoría no están informados que algunos productos que compran para la alimentación de su mascotas contienen vitaminas artificiales.

**Tabla 7: Complemento 100% natural**

	Cantidad	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
<b>Si</b>	<b>49</b>	<b>90.74%</b>	<b>90.74%</b>	<b>90.74%</b>
<b>No</b>	<b>5</b>	<b>9.26%</b>	<b>9.26%</b>	<b>100%</b>
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Elaboración Propia (2021)

15. ¿Comprarias un complemento 100% natural, libre de aditivos y conservantes que pueda evitar enfermedades neurodegenerativas y digestivas?

54 respuestas

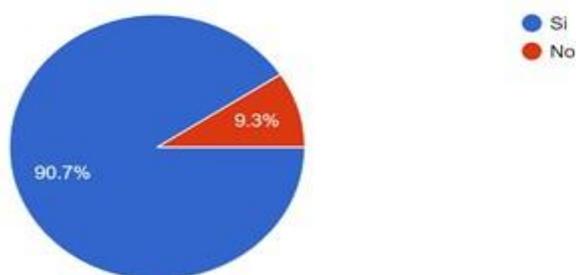


Figura 8: Complementos 100% natural

Fuente: Elaboración Propia (2021)

La gráfica muestra que el 90.7% de las personas encuestadas se animan a comprar un complemento natural, libre de preservantes y aditivos. El 9.3% no compraría un producto natural. Finalmente, el objetivo es concientizar a las personas que los productos industrializados son realmente dañinos para nuestras mascotas, y optar por comprar un producto 100% natural es la mejor opción para la calidad de vida de nuestras mascotas.

## 8 ESTIMACIÓN DEL COSTO DEL PROYECTO

### 8.1 Estado de Ganancias y pérdidas proyectado

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS PROYECTADAS		
	2022	2023
	S/.	S/.
<b>Ventas netas (Ingresos Operacionales)</b>	<b>S/ 84,000.00</b>	<b>S/ 164,000.00</b>
Otros ingresos operacionales	S/ 0.00	S/ 0.00
Costo de ventas	S/ 33,600.00	S/ 65,600.00
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>S/ 50,400.00</b>	<b>S/ 98,400.00</b>
Gastos operacionales	S/ 6,600.00	S/ 13,200.00
Gastos administrativos	S/ 29,400.00	S/ 61,800.00
gastos de ventas	S/ 0.00	S/ 0.00
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>S/ 14,400.00</b>	<b>S/ 23,400.00</b>
Ingresos Financieros	S/ 0.00	S/ 0.00
Ingresos varios	S/ 0.00	S/ 0.00
Egresos varios	S/ 0.00	S/ 0.00
Utilidad antes de impuestos	<b>S/ 14,400.00</b>	<b>S/ 23,400.00</b>
Impuestos a la renta (30%)	S/ 4,320.00	S/ 7,020.00
<b>Utilidad o Perdida neta del ejercicio</b>	<b>S/ 10,080.00</b>	<b>S/ 16,380.00</b>

Figura 9: Estado de perdidas y ganancias

Fuente: Elaboración Propia (2021)

	2022	2023
<b>ACTIVO</b>		
<b>Activo corriente</b>		
Cajas y bancos	S/10,080.00	S/26,460.00
<b>Total activo corriente</b>	<b>S/10,080.00</b>	<b>S/26,460.00</b>
<b>Activo no corriente</b>		
<b>Equipos</b>	<b>S/12,250.00</b>	<b>S/13,000.00</b>
Empacadora al vacío	S/3,000.00	S/3,000.00
Licuadaora industrial	S/750.00	S/1,500.00
Horno	S/3,000.00	S/3,000.00
Cocina	S/1,000.00	S/1,000.00
Congeladora	S/1,500.00	S/1,500.00
Mesas de trabajo	S/500.00	S/500.00
Computadora	S/2,500.00	S/2,500.00
<b>Menos depreciacion acumulada</b>	<b>S/1,225.00</b>	<b>S/1,225.00</b>
<b>Intangibles</b>	<b>S/3,800.00</b>	<b>S/3,800.00</b>
Registro de marca	S/800.00	S/800.00
Formula de producto	S/3,000.00	S/3,000.00
<b>Total activo no corriente</b>	<b>S/14,825.00</b>	<b>S/15,575.00</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>S/24,905.00</b>	<b>S/42,035.00</b>
<b>PASIVO</b>		
<b>Pasivo corriente</b>	<b>S/0.00</b>	<b>S/0.00</b>
<b>Capital y patrimonio</b>		
Capital social	S/14,825.00	S/15,575.00
Utilidad retenida	S/10,080.00	S/26,460.00
<b>Total capital y patrimonio</b>	<b>S/24,905.00</b>	<b>S/42,035.00</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>S/24,905.00</b>	<b>S/42,035.00</b>

Figura 10: Balance general del proyecto

Fuente: Elaboración Propia (2021)

## Análisis y costo

Año/mes	Meses												TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>2022</b>													
Cantidad	200	200	200	300	300	300	400	400	400	500	500	500	S/ 4,200.00
Ventas	4000	4000	4000	6000	6000	6000	8000	8000	8000	10000	10000	10000	S/ 84,000.00
Costos	1600	1600	1600	2400	2400	2400	3200	3200	3200	4000	4000	4000	S/ 33,600.00
Utilidad:	2400	2400	2400	3600	3600	3600	4800	4800	4800	6000	6000	6000	S/ 50,400.00
<b>2023</b>													
Cantidad	500	500	500	500	600	600	700	700	800	800	1000	1000	S/ 8,200.00
Ventas	10000	10000	10000	10000	12000	12000	14000	14000	16000	16000	20000	20000	S/ 164,000.00
Costos	4000	4000	4000	4000	4800	4800	5600	5600	6400	6400	8000	8000	S/ 65,600.00
Utilidad:	6000	6000	6000	6000	7200	7200	8400	8400	9600	9600	12000	12000	S/ 98,400.00

Figura 11: Precio y costo de venta

Fuente: Elaboración Propia (2021)

## 8.2 Análisis de Gastos

Año/mes	Meses												TOTAL	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
<b>2022</b>														
<b>Gastos Administrativos</b>														
Repartidor	\$/600.00	\$/600.00	\$/600.00	\$/600.00	\$/600.00	\$/600.00	\$/600.00	\$/600.00	\$/600.00	\$/600.00	\$/600.00	\$/600.00	\$/600.00	\$/ 7,200.00
Operaciones	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/ 11,400.00
Diseño	\$/450.00	\$/450.00	\$/450.00	\$/450.00	\$/450.00	\$/450.00	\$/450.00	\$/450.00	\$/450.00	\$/450.00	\$/450.00	\$/450.00	\$/450.00	\$/5,400.00
Marketing	\$/450.00	\$/450.00	\$/450.00	\$/450.00	\$/450.00	\$/450.00	\$/450.00	\$/450.00	\$/450.00	\$/450.00	\$/450.00	\$/450.00	\$/450.00	\$/ 5,400.00
														<b>\$/ 29,400.00</b>
<b>Gastos Operativos</b>														
alquiler	\$/400.00	\$/400.00	\$/400.00	\$/400.00	\$/400.00	\$/400.00	\$/400.00	\$/400.00	\$/400.00	\$/400.00	\$/400.00	\$/400.00	\$/400.00	\$/ 4,800.00
servicio básicos (luz, agua, internet)	\$/150.00	\$/150.00	\$/150.00	\$/150.00	\$/150.00	\$/150.00	\$/150.00	\$/150.00	\$/150.00	\$/150.00	\$/150.00	\$/150.00	\$/150.00	\$/ 1,800.00
														<b>\$/ 6,600.00</b>
<b>2023</b>														
<b>Gastos Administrativos</b>														
Repartidor	\$/800.00	\$/800.00	\$/800.00	\$/800.00	\$/800.00	\$/800.00	\$/800.00	\$/800.00	\$/800.00	\$/800.00	\$/800.00	\$/800.00	\$/800.00	\$/ 9,600.00
Gerente de operaciones	\$/1,500.00	\$/1,500.00	\$/1,500.00	\$/1,500.00	\$/1,500.00	\$/1,500.00	\$/1,500.00	\$/1,500.00	\$/1,500.00	\$/1,500.00	\$/1,500.00	\$/1,500.00	\$/1,500.00	\$/ 18,000.00
Operaciones	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/ 11,400.00
Diseño	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/ 11,400.00
Marketing	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/950.00	\$/ 11,400.00
														<b>\$/ 61,800.00</b>
<b>Gastos Operativos</b>														
alquiler	\$/800.00	\$/800.00	\$/800.00	\$/800.00	\$/800.00	\$/800.00	\$/800.00	\$/800.00	\$/800.00	\$/800.00	\$/800.00	\$/800.00	\$/800.00	\$/ 9,600.00
servicio básicos (luz, agua, internet)	\$/300.00	\$/300.00	\$/300.00	\$/300.00	\$/300.00	\$/300.00	\$/300.00	\$/300.00	\$/300.00	\$/300.00	\$/300.00	\$/300.00	\$/300.00	\$/ 3,600.00
														<b>\$/ 13,200.00</b>

Figura 12: Gastos administrativos y operativos

Fuente: Elaboración Propia (2021)

## **9 DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN**

### **9.1 Alcance esperado:**

El proyecto busca masificar lo adecuado a la demanda junto a un buen manejo de riesgos y tener una cobertura total de lima metropolitana en 2 años, Al obtener los resultados de la encuesta informativa y de recolección de datos, el 90.7% de las personas encuestadas se animan a comprar un complemento natural, libre de preservantes y el 55 % de los propietarios de gatos alimentan a sus mascotas con croquetas y complemento natural, se evaluará de realizar el plan de negocio con el fin de lograr ampliar el conocimiento e impulsar la comunidad de los amantes de los gatos.

### **9.2 Descripción del mercado objetivo:**

Se realizará la iniciación, planificación, ejecución y seguimiento, junto con los recursos necesarios para que la empresa pueda comenzar con la escala de crecimiento, Catus está ejecutando ideas innovadoras para que el propietario evite usar productos con aditivos y preservantes que causen daño a sus mascotas a largo plazo, produciendo un complemento paté húmedo 100% natural, usando la máquina selladora al vacío se extraerá todo el oxígeno del interior logrando aumentar el tiempo de vida de la materia prima, es importante resaltar que la comida debe mantenerse refrigerada.

Se reparten promociones semanales de 3 bolsas de 200 gramos a cada cliente, El producto tiene como tiempo de vida útil 7 días,

### **9.3 Descripción de la propuesta de innovación:**

#### **9.3.1 Antecedentes de la empresa**

##### **9.3.1.1 Misión:**

Queremos engrair, enriquecer y prolongar un balance alimenticio mediante un complemento natural en sus mascotas

##### **9.3.1.2 Visión:**

Catus busca lograr expandirse junto a sus productos libres de preservantes y aditivos en toda sudamérica.

##### **9.3.1.3 Filosofía:**

Sabemos que las mascotas se vuelven importantes cada vez más para las personas, nosotros entramos al mercado para quedarnos con la tranquilidad del cliente al momento de usar nuestros productos 100% naturales, buscamos obtener la confianza del cliente para que más adelante opte por productos que vayamos lanzar a largo plazo.

##### **9.3.1.4 Ambiente empresarial:**

llevamos un ambiente entretenido amigable, ofreciendo posibilidades y oportunidades a cada uno de los colaboradores de expresar sus opiniones e ideas.

##### **9.3.1.5 Valores:**

- Responsabilidad: obramos con seriedad, acorde con nuestra propuesta de valor.
- Lealtad: somos fieles a las necesidades del cliente, buscando mejorar la calidad de vida de las mascotas de nuestros clientes.

- Honestidad: las operaciones de la compañía se realizan con transparencia, ofreciendo calidad garantizada en los productos.
- Respeto: escuchamos, comprendemos y valoramos a los demás.
- Trabajo en equipo: Catus asigna a mediano plazo el Área de Proyectos de Innovación, dando oportunidad tanto a practicantes y demás partes interesadas para que puedan iniciar, planificar y ejecutar proyectos.

### 9.3.1.6 Información básica de la empresa

''Catus'' está en proceso de aceptación para ser una marca, el emprendimiento es gestionado y liderado por Sebastián Vecco Castro, Ceo & Fundador. Las siguientes áreas son asignadas por gerencia: Departamento de Producción (1), Departamento de Diseño (1) y Departamento de Marketing y Publicidad (1).

El envío es tercerizado (asociado a una empresa de repartos)

Catus busca una cultura organizacional jerárquica centrada en la innovación y creación de productos sin aditivos, ni preservantes.



LOGO: CATUS

### 9.3.1.7 Descripción de actividades y/o procesos:

- **Encargado de marketing digital y publicidad:** Elabora contenido, campañas de marketing, estrategias de extracción de público masivo, community manager, pasar información de venta a la base de datos.
- **Diseñador gráfico:** Se encarga de realizar los diseños de animación mascota, logos y posts para las redes sociales del producto. Tendrá que estar en comunicación con el encargado de marketing y publicidad.
- **Gerencia:** toma de decisiones, negociación con proveedores, aprueba propuestas de campaña de marketing y campañas publicitarias, aprueba lanzamiento de posts, lleva control del inventario, maneja cuentas, logística de datos, controla producción, diseño y marketing y publicidad
- **Producción:** genera y almacena productos, lleva control de ingresos de insumos y salidas de producto

## 9.4 Procedimiento para la propuesta de mejora

### 9.4.1 Planteamiento de matriz FODA/ANALISIS PESTE

Tabla 8 Matriz - Foda

<b>FORTALEZAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>1. Maquinaria de buena calidad</li><li>2. Empresas eco-amigable</li><li>3. Atención personalizada</li><li>4. Comida 100% natural</li><li>5. Personal calificado para brindar un servicio de calidad</li><li>6. Empresa a gran escala</li></ul>	<b>OPORTUNIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>1. Aumento de mascotas en casas</li><li>2. Las mascotas ya son consideradas parte de las familia</li><li>3. Promueve el cuidado de los animales</li><li>4. Productos ecológicos en aumento</li><li>5. Mercado poco explotado</li><li>6-Transformación digital</li></ul>
<b>DEBILIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>1. Falta de posicionamiento en el mercado</li><li>2. Empresa nueva en el mercado</li><li>3. No contamos con una base de datos</li><li>4. Producción y entrega de un día a otro</li><li>5. Portafolio de imágenes pequeño</li><li>6. Falta de experiencia en el rubro</li></ul>	<b>AMENAZAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>1. Productos sustitutos</li><li>2. Poca competencia, podría ocasionar el incremento de mas empresas</li><li>3. Productos sustitutos mas económicos</li><li>4. Economía baja ocasionada por la pandemia COVID-19</li></ul>



### 9.4.2 Análisis PESTEL

#### 9.4.2.1 Político

La política en nuestro país siempre significó un punto de quiebre y desequilibrio total. En definitiva, parece que nos encontramos en un buble temporal en el cual no dejamos de repetir una y otra vez la misma historia republicana. El Perú, lamentablemente, siempre se encontró en crisis tras crisis: la estabilidad política simplemente no existe en nuestro país.

En los últimos años, hemos tenido cinco presidentes, pasando por quien ganó las elecciones en el 2016, Pedro Pablo Kuczynski –presidente hasta marzo del 2018–, seguido de Martín Vizcarra,

quien gobernó hasta su vacancia en noviembre de 2020. Este fue sustituido por Manuel Merino, quien fue proclamado en un acto considerado golpista a nivel nacional e internacional. Este suceso ocasionó un quiebre mayor del orden social, y dada las continuas marchas, tuvo que ceder el paso –luego de seis días de su fugaz mandato– al actual presidente Francisco Sagasti, quien preside el gobierno transitorio, mismo que culminará cuando el actual presidente electo Pedro Castillo sea proclamado y obtenga la sucesión respectiva este 28 de julio próximo.

En ese sentido, creemos que este escenario desfavorable podría constituir un desincentivo al enfoque de programas que viabilicen proyectos y propuestas como la presentada en el presente trabajo de investigación. Por otro lado, consideramos que esto puede resultar perjudicial para las relaciones internacionales, porque esto generará desconfianza en otros estados que quisieran colaborar con el Estado peruano para llevar a cabo propuestas comerciales trabajadas en conjunto.

#### **9.4.2.2 Económico**

Actualmente, gracias a la pandemia por la COVID-19, el plano económico se vio afectado en demasía. Sin embargo, los mandatarios de la cartera económica y todo su equipo están ejecutando medidas para contrarrestar esta crisis. Tanto es este pronóstico favorable para Perú, que varias entidades importantes en el marco económico están aventurándose por diagnosticar una mejora acelerada en el crecimiento de la economía del país. Esto, en gran parte, se debe gracias al apoyo constante de países del primer mundo y a una mejora en las cotizaciones de productos que el Perú exporta.

En suma, desde el mandato del presidente Francisco Sagasti, las mejoras continúan y se espera que este proceso continúe luego del cambio de mando el 28 de julio. Por ello, consideramos que el factor económico será un motor que incentive la inversión privada y el surgimiento de pequeños y microempresarios, puesto que son ellos quienes activan la mayor parte de la economía del país. Es así que consideramos que nuestro producto, al ser novedoso, constituye un gran atractivo para la inversión privada.

#### **9.4.2.3 Social-Cultural**

La sociedad ya no es la misma desde la pandemia a partir del coronavirus. Las constantes muertes han ocasionado un punto de inflexión doloroso para todos. A ello se le suma las altas tasas de pérdida de trabajo por los recortes laborales a partir de la falta de ingresos en varias empresas.

Todo ello genera un estrés masivo de la misma población, quien se encuentra en casa, muchas veces con una economía muy ajustada y con pérdidas de familiares cercanos y queridos. Y no solo es la población adulta quienes están sufriendo estas asperezas, sino que los niños y adolescentes también se ven fuertemente golpeados con la imposibilidad de ir a clases presenciales y pasar tiempo importante con sus amistades.

En ese sentido, los especialistas recomiendan hallar una manera de liberar todo ese estrés acumulado por la nueva realidad. Entre sus varios consejos, está el hacer ejercicio físico, caminatas breves, pasar tiempo desconectado y disfrutar tiempo solos. Además, indican que las personas que cuentan con mascotas en su casa tienden a liberar mayor carga de estrés al jugar o pasar tiempo con ellos, puesto que su sola presencia genera alegría en los hogares.

Por ello, el producto que se estaría ofreciendo está dirigido a personas que tienen mascotas, quienes ocupan un gran porcentaje del total de la población –lo que se explica con lo mencionado en el párrafo anterior–.

#### **9.4.2.4 Tecnológico**

A partir de la COVID-19 y la nueva realidad, la mayoría de los espacios fueron trasladados al plano digital. Esto nos obligó a actualizar las herramientas tecnológicas para poder adaptarnos más fácilmente.

Actualmente, las mayorías de reuniones se llevan a cabo de manera virtual, por la famosa plataforma Zoom o sus alternativas como Google Meet o Microsoft Teams. De igual manera, las clases se llevan por las mencionadas plataformas para evitar la exposición de los estudiantes y los profesores. Además, algunos tienen la oportunidad de laborar de manera remota, para lo cual algunas empresas les brindan sus implementos y recursos tecnológicos para llevar a cabo esta tarea. Ello quiere decir que el uso de la tecnología se ha incrementado y con ello el uso de las redes sociales. En la actualidad, las redes se usan no solo para conversar con amigos, sino que también son usadas para mantenerse al día de las publicaciones de personajes importantes o páginas de su interés. En esa línea, consideramos que se debe aprovechar la oportunidad de elegir al público objetivo para promocionar el producto en el presente trabajo de investigación, puesto que con los algoritmos que manejan las redes sociales, es muy fácil llegar a un público en específico, que en

este caso serían aquellas personas interesadas en páginas de gatos, que –por lo general– tienen por lo menos uno en casa.

#### **9.4.2.5 Ecológico y Medioambientales**

El tema ambiental siempre viene a calar puesto que es de vital importancia. Actualmente, nos encontramos en una lucha garrafal contra el cambio climático. Sobre todo, nuestro país se ve principalmente afectado con los cambios en las temperaturas y la atmósfera, porque, al ser un país megadiverso, depende de recursos naturales y de sus territorios para producir lo que viene a ser el motor de la economía peruana.

Debido al incremento de las temperaturas a nivel global, gracias a los países industrializados como Estados Unidos o China, nos encontramos en una situación que muchos opinan irreversible, pero los más optimistas aún tienen esperanzas de retrasar esta catástrofe inminente y así tratar de alargar nuestras posibilidades de seguir habitando en el planeta.

En ese sentido, los Estados vienen haciendo esfuerzos para mejorar su marco normativo de manera de tratar de no perjudicar más el ambiente, reduciendo emisiones de Gases de Efecto Invernadero y regulando mejor el uso de recursos naturales no renovables. Asimismo, las mismas personas están mejorando su estilo de vida, poco a poco se van concientizando más y más para que sus acciones también minimicen los impactos en el ambiente.

Es por esa razón que el producto ofrecido “Catus” es una alternativa más sostenible en cuanto al consumo de alimentos para gatos. Este es un alimento que viene de una producción ecoamigable, que utiliza elementos naturales, lo cual reduce la huella ecológica en su elaboración. De esta forma, cuando las personas optan por esta alternativa, están, a su vez, reduciendo su impacto negativo en el ambiente.

#### **9.4.2.6 Legal**

- **LEY N° 30407. LEY DE PROTECCIÓN Y BIENESTAR ANIMAL**

La Ley 30407 es producto de una serie de proyectos de ley relacionados con el bienestar animal. Si bien es una ley pensada más en impedir el maltrato animal –como lo señala la finalidad en su artículo 2, que consiste en «garantizar el bienestar y la protección de todas las especies de animales vertebrados domésticos o silvestres mantenidos en cautiverio, en

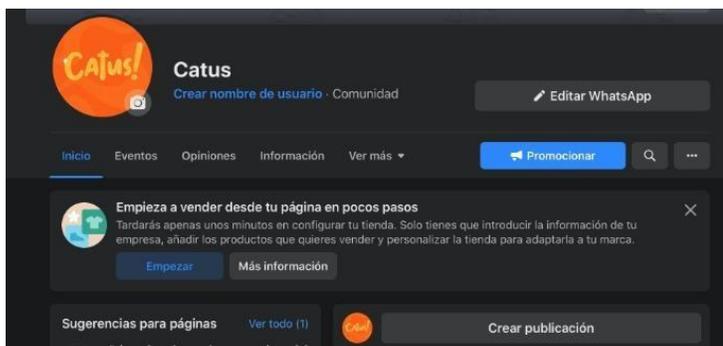
el marco de las medidas de protección de vida, la salud de los animales y la salud pública»—, tiene establecido en su capítulo II los deberes de las personas, en la cual señala, entre otros, que es deber del propietario, encargado o responsable del animal de compañía el atender sus necesidades fundamentales, entre las cuales se encuentra una alimentación suficiente y adecuada a los requerimientos biológicos de cada especie (artículo 5, inciso 3 numeral B).

De esta forma, Catus estaría promoviendo el cumplimiento de este cuerpo normativo, porque es un alimento mucho mejor que los normalmente ofertados en el mercado. Este permite mejorar su calidad de vida a partir de sus componentes naturales y sin preservantes ni aditivos, lo cual se condice con una alimentación suficiente y adecuada para los requerimientos biológicos de los gatos

### 9.4.3 Desarrollo del proyecto de innovación:

#### 9.4.3.1 Redes sociales:

Hoy en día debido al porcentaje de inversión y compra online ha aumentado a través de los años y más a raíz de la pandemia mundial, se optó por dar a conocer nuestro producto los canales que usaremos son Facebook, Instagram y la Página web. También contaremos con alianzas estratégicas con influencers para promocionar nuestra marca y captar clientes. Asimismo, contaremos con WhatsApp business para una atención más personalizada.



**Figura 13 Perfil principal de Facebook de Catus**

**Elaboración Propia 2021**



**Figura 14 Perfil principal de Instagram de Catus**

**Elaboración Propia 2021**



**Figura 15 página de Catus**

**Elaboración Propia 2021**

### 9.4.3.2 Marketing digital:

**Facebook Campaña de intriga: (sorteo, post del producto)**

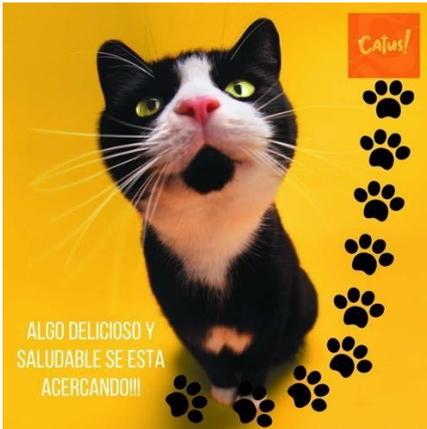
Se realizará una campaña de publicidad en Facebook e Instagram de intriga o expectativa antes de dar a conocer nuestro producto y revelar sus características. Estos post van a ser promocionados en las redes sociales con la segmentación adecuada para que los consumidores que tengan mascotas o en caso no tengan, nos puedan recomendar y así poder llegar a una comunidad más amplia.

El objetivo es crear ansiedad en el público, para que estén pendientes de nosotros. Por otro lado, se realizará un sorteo prelanzamiento regalando el producto a 5 personas esto nos ayudará a tener más visualizaciones, ser más conocidos en el mercado.



**Figura 16 post intriga**

**Elaboración Propia 2021**



**Figura 17 post intriga**

**Elaboración Propia 2021**

### **Redes Sociales de contenido:**

Las redes sociales son muy importantes hoy en día, y tener una buena línea gráfica es fundamental para el reconocimiento de la marca, También se contará con diferentes post de producto, promoción, consejos, cuidado de la mascota, etc. La comunicación que tendremos con nuestros consumidores será amigable, informativa y emocional esto nos ayudará a tener una mejor comunicación con nuestro público.

Catus, apoyara a albergues, tendremos alianzas con algunas marcas para fortalecernos como empresa. Se compartirá contenido importante acerca del cuidado del medio ambiente siempre enfocándonos en nuestro producto. Catus no solo busca vender, sino concientizar, brindar información sobre una buena alimentación y mejorar la calidad de vida de las mascotas.



**Figura 18** redes sociales

**Elaboración Propia 2021**



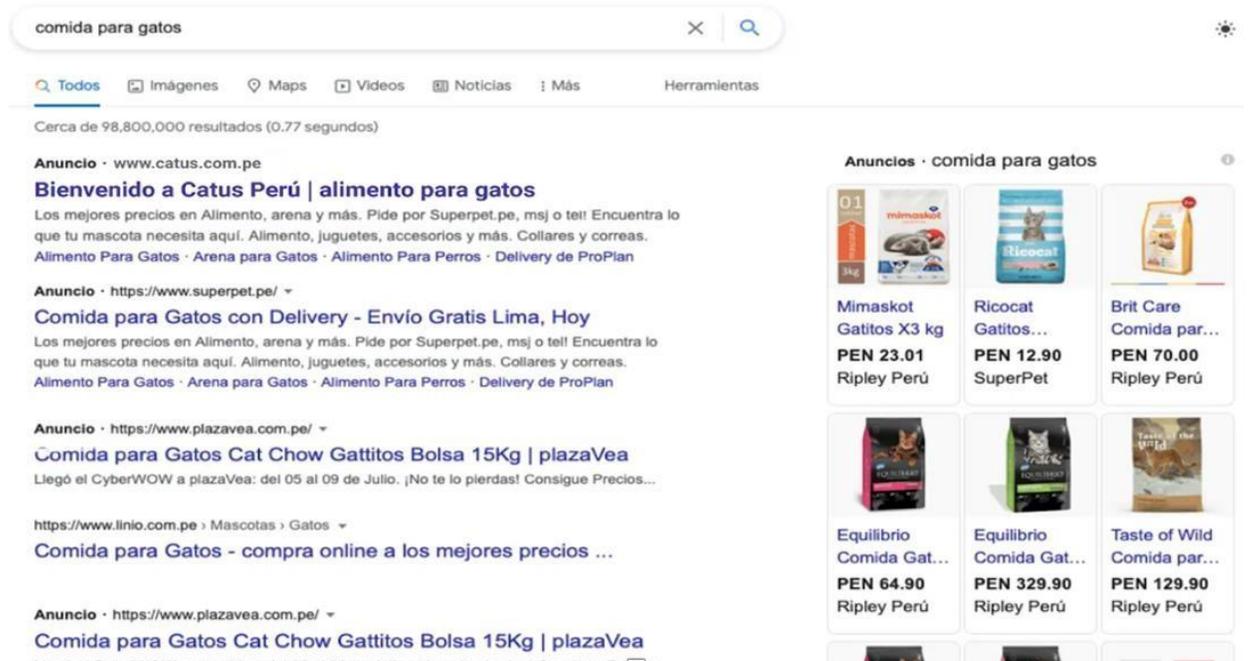
**Figura 19** redes sociales

**Elaboración Propia 2021**

### **Posicionamiento: SEO**

Actualmente la mayoría de las personas hacen su búsqueda en Google, es por ello que al realizar nuestro buyer persona, es como nuestro consumidor semi ficticio ideal, a partir de ahí es donde realizamos una buena búsqueda de palabras claves. Aprovecharemos el posicionamientos orgánicos con ‘‘SEO’’, mediante la plataforma Google ads podremos

implementar esta gran herramienta que nos ayudará a establecernos en los primeros puestos del buscador usando las correctas variables escogidas.



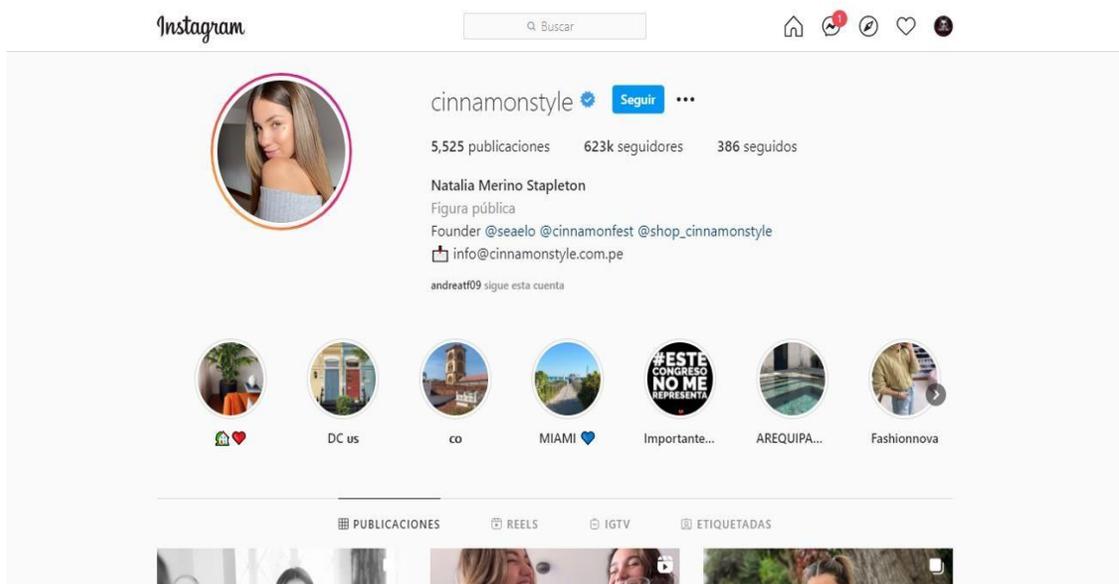
**Figura 20 SEO**

**Elaboración Propia 2021**

### **Influencers:**

Como estrategia “Catus” trabajará de la mano con influencers que tengan gatos como mascota, influyentes y que sean seguidos por una gran comunidad. Como imagen tendremos a una influencers reconocida Natalia Merina (Cinnamonstyle) cuenta con más de 600,000 seguidores, estaremos en contacto con ella para que nos ayude a promocionar a cambio de nuestro producto.

A pesar de que el costo de un influencer es elevado hoy en día hay diferentes tipos de publicidad, en este caso se intercambiará el producto. Trabajar con influencers nos ayudará a tener más confianza entre los usuarios. Mejorará las relaciones entre la marca y los clientes, mejores bases de fidelización.



**Figura 21 influencers**

**Elaboración Propia 2021**

### **Estrategia de Fidelización : email marketing**

Plan estratégico de fidelización al cliente mediante el Email marketing, enviaremos correos personalizados a posibles nuevos consumidores con la información adecuada del producto, como también haremos seguimiento a nuestro clientes enviándoles mensajes

sobre ofertas, promociones, días festivos, etc. Por otro lado, también a los usuarios que no han comprado, pero se han contactado con nosotros

### **Optimizar la Página Web**

Es un aspecto muy importante por que la mayoría de los usuarios al día de hoy vivimos con mucha prisa y tenemos ganas de poder consumir esos contenidos de forma rápida, si la página web o la ecommerce tardan demasiado es muy posible que perdamos esa visita y que el usuario de marcha atrás y se vaya a buscar otras páginas, otros lugares donde encontrar estos productos.

La página web será vigilada a través de métricas, etiquetas y con un equipo de soporte de inteligencia web integrado, desarrollando una web apta para el móvil y simplificando el ingreso con rapidez. También el estilo de la página web debe ser consistente, tener mucha organización clara y correcta.

## **9.4.4 Impacto de la propuesta de investigación**

### **9.4.4.1 Impacto económico:**

Los alimentos dirigidos específicamente para mascotas tienden a ser de costo elevado, esto, generalmente, se da por todas las etapas de producción que incluyen una serie de elementos artificiales y procesados, mismos que impactan directamente en la salud de nuestras mascotas. Las grandes marcas comerciales que actualmente dominan el mercado no toman en cuenta el ofertar productos de calidad a un precio equilibrado, sino que incrementan sus

ganancias exponencialmente a cambio de ofertar productos aparentemente inofensivos para nuestros engreídos.

Es así que, considerando el proceso productivo de “Catus” –producto que presentamos en esta investigación –, el impacto económico en los hogares que tengan un gato será considerable, puesto que el producto que se oferta será conforme a estándares de calidad-precio. Es decir, el alimento que se ofrece cumple con ser saludable, libre de preservantes y aditivos que son tan dañinos para los gatos, por lo que maximiza su calidad de vida y minimiza el riesgo de muerte por afecciones relacionadas. En esa línea, los dueños de gatos que compren Catus invertirán en un alimento a un precio accesible y que a la larga resultará mucho más económico, puesto que evitará al gato a sufrir enfermedades relacionadas a complicaciones estomacales y sus variaciones.

#### **9.4.4.2 Impacto social:**

Las personas que poseen mascotas tienden a tener una mentalidad llena de amor para los animales, al punto de denominarse a sí mismos *animal lovers* o amantes de los animales. Dentro de este grupo están los que prefieren gatos. Solo en Lima, existe un gran número de hogares interesados por el cuidado de los gatos, activistas que dedican varias horas de sus días luchando por sus derechos y comodidades.

Una lucha constante que vienen haciendo es la de brindarle comida de calidad y exigir a las empresas que produzcan esta. De esta manera, Catus surge como una alternativa que calza perfectamente con los requerimientos sociales, porque brinda una solución al pedido de la colectividad y para todos aquellos que se encuentren interesados en este.

#### **9.4.4.3 Impacto ambiental**

Como se sabe, el impacto ambiental de la comida procesada es muy alto. Desde su mismo proceso en fábrica hasta el empaque final que lo contiene está lleno de una serie de impactos negativos al ambiente, lo cual deviene en un incremento considerable de la contaminación. Por ello, como la producción de Catus es libre saludable y eco amigable, no considera impactos negativos significativos, porque se reduce la utilización de sustancias tóxicas y dañinas al ambiente.

## 10 CONCLUSIONES

Como hemos podido apreciar a lo largo de la investigación, es que las personas, actualmente, se interesan cada vez más en aquellos productos que les brindan a sus mascotas. Años anteriores, este no era un tema relevante, muy pocos se interesaban en realidad por aquello que sus mascotas consumían. Sin embargo, hoy en día, es un tema que no puede pasar desapercibido.

Las personas que tienen un gato en su casa, que fueron el principal centro de atención para la presente, ahora buscan brindarles a sus mascotas la mejor calidad de vida que podrían ofrecerle. Por ello, siempre están a la expectativa de alternativas oportunas que ofrezcan una solución a esta necesidad.

Es por eso que, en este trabajo, tuvimos como objetivo el identificar cómo este consumo de alimentos libres de preservantes y aditivos es beneficioso para la nutrición y salud de los gatos. Por ello, con nuestros objetivos específicos, se buscó determinar si ellos también creen que los alimentos libres de saborizantes, conservantes y colorantes permiten que estos felinos puedan gozar de una vida tranquila.

Luego de un profundo análisis se puede concluir que existe un gran número de personas que conoce de los efectos perjudiciales de este tipo de comida porque puede causar enfermedades neurodegenerativas y digestivas y que estos se preocupan por tratar de brindarle lo mejor a su gato. En ese sentido, se logra confirmar la hipótesis principal planteada al inicio de la investigación: El consumo de alimentos libres de preservantes y aditivos es beneficioso para la nutrición y salud de los gatos. De la misma forma, se confirman nuestras hipótesis específicas, con lo que afirmamos que el consumo de alimentos libres de colorantes, conservantes y aditivos es beneficioso para la salud de los gatos.

## **11 RECOMENDACIONES**

Como se ha visto a lo largo de la presente investigación, los productos que consumen los gatos y las mascotas en general impactan directamente en la salud de estos animales. Es por ello que sirve mucho tomar en consideración y ser muy cuidadosos con aquellas cosas que se les brinda, porque eso podría marcar la diferencia.

En esa línea, como primera recomendación para los dueños de los gatos, debemos decir que es primordial que cuiden los alimentos de los felinos, porque son animales muy delicados que necesitan de alimentos balanceados, que les proporcione todos los nutrientes y vitaminas que necesitan. Los gatos, al igual que los humanos, deben seguir una dieta especial para que en lo posterior no sufran de enfermedades o complicaciones. Por ello, una de las principales prioridades de los dueños de gatos debe ser enfocarse en brindar prioritariamente comida de buena calidad.

Por otro lado, hemos visto que, actualmente, el mercado encargado de ofrecer comida para gatos no está enfocado en incluir este tipo de alimentos balanceados o esta iniciativa o es masificada por los grandes empresarios. En ese sentido, como segunda recomendación, consideramos que deben existir más centros al alcance de todos que puedan ofrecer estos productos, tomando en consideración la realidad socioeconómica de muchas personas. El mercado debe expandirse y ser más abierto conforme crecen las necesidades de los clientes.

Como última recomendación, creemos que es necesario llevar esta calidad-precio de la mano con una conciencia ambiental y social. Las empresas que fabriquen este tipo de productos deben ser muy consideradas con el impacto que se puede tener al momento de utilizar los elementos necesarios para este proceso, por lo que se deben evitar la utilización de productos tóxicos, nocivos para la salud y el ambiente. Por eso, esta nueva clase de alimentos para gatos apunta al uso de productos eco amigables, que permitan un balance entre todo.

## 12 REFERENCIAS

### 6.1. Fuentes de información

Acuña, J., Acuña, M., y Bejarano, S. (2017). *Diseño y propuesta del plan de mercadeo para el producto WOW CAN, alimento orgánico para caninos de la empresa Wow Can S.A.S. en la ciudad de Bogotá* [Tesis de licenciatura, Universidad Agustiniana].

Becerra, E., Cabanillas, R., Rivas, M., y Torres, D. (2018). *Comida Saludable para mascotas «WOOF PET FOOD»* [Tesis de bachiller, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas].

Consejo Argentino sobre Seguridad de Alimentos y Nutrición. (s.f.). *¿Qué son los alimentos procesados?* INFOALIMENTOS. Recuperado de:

<https://infoalimentos.org.ar/temas/preguntasfrecuentes-sobre-alimentacion/147-que-son-los-alimentos-procesados>

Giralt, E. (octubre 25, 2019). Perros y gatos: ¿mejor comida casera o industrial? *La Vanguardia*. Recuperado de:

<https://www.lavanguardia.com/vivo/mascotas/20191025/471168920789/perro-gato-comida-casera-industrial-piensos-nutricion-animal.html>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2019). *Compendio estadístico provincia de Lima-2019, Lima-Perú*. INEI.

Kiwoko. (s.f.). Descubre las ventajas de la alimentación natural para perros y gatos. *Blob Kiwoko. Mundo Animal*. Recuperado de: <https://www.kiwoko.com/blogmundoanimal/ventajas-de-la-alimentacion-natural/>

Maslucan, K., Terrones, S., y Zúñiga, E. (2020). *Fly dog: comida para mascotas eco – sostenibles* [Tesis de bachiller, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas].

Navarrete, D. (noviembre 6, 2018). Los beneficios de consumir alimentos naturales. *El Tiempo*. Recuperado de:

<https://www.eltiempo.com/contenido-comercial/los-beneficios-de-consumir-alimentos-naturales-290210#:~:text=En%20su%20mayor%20C3%ADa%20los%20alimentos,calidad%20del%20s%20que%20C3%B1o%20entre%20otros.>

Navarro, C. (mayo 18, 2020). *Los 6 tipos de aditivos más preocupantes*. Cuerpo y mente.

Recuperado de: [https://www.cuerpomente.com/alimentacion/nutricion/6-tipos-aditivos-mas-preocupantes\\_2408](https://www.cuerpomente.com/alimentacion/nutricion/6-tipos-aditivos-mas-preocupantes_2408)

Peña, M. (s.f.). *Clasificación de los alimentos y sus implicaciones en la salud*. Organización Panamericana de la Salud de Ecuador. Recuperado de: [https://www.paho.org/ecu/index.php?option=com\\_docman&view=download&category\\_slug=documents-2014&alias=456-clasificacion-de-los-alimentos-y-sus-implicaciones-en-la-salud&Itemid=599](https://www.paho.org/ecu/index.php?option=com_docman&view=download&category_slug=documents-2014&alias=456-clasificacion-de-los-alimentos-y-sus-implicaciones-en-la-salud&Itemid=599)

Pujol-Busquets, G. y Bach, A. (s.f.). *¿Qué son los alimentos procesados?* Colegio de farmacéuticos de Barcelona. Recuperado de: <https://www.farmaceuticonline.com/es/que-son-los-alimentos-procesados/>

Romero, A. (19 de marzo de 2020). Beneficios del pienso natural para perros. *NutriTienda*. Recuperado de: <https://blog.nutritienda.com/beneficios-de-la-alimentacion-natural-para-perros/>

Rubiano, V. (2016). *Plan para la generación de un nuevo complemento alimenticio para mascotas* [Tesis de maestría, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente].

Villagrasa, M. (2015). *Los aditivos alimentarios en la comida de perros y gatos*. Ateuves. Recuperado de: <https://ateuves.es/los-aditivos-alimentarios-para-perros-y-gatos/>

## 13 ANEXOS

### 13.1 Matriz de consistencia si aplica

MATRIZ DE CONSISTENCIA					
TÍTULO: LA IMPORTANCIA DEL CONSUMO DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS LIBRE DE PRESERVANTES Y ADITIVOS EN GATOS					
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	Consumo de productos procesados en gatos		
Problema Principal	Objetivo General	Hipótesis General	Dimensiones	Indicadores	Cuestionario
¿En que medida el consumo de alimentos libres de preservantes y aditivos es beneficioso para la nutrición y salud de los gatos?	Identificar cómo el consumo de alimentos libres de preservantes y aditivos es beneficioso para la nutrición y salud de los gatos	El consumo de alimentos libres de preservantes y aditivos es beneficioso para la nutrición y salud de los gatos.	Alimentación Artificial	Procesado	¿Cuánto gasta usted en complementos alimenticios (latas, papillas, zips) aproximadamente para su gato al mes?
				Grasas Saturadas	¿Considera usted que alimentar a su mascota con productos que tengan grasas saturadas, puede ocasionar daños a largo plazo?
			Alimentación Húmeda	Hidratación	¿Considera usted que la hidratación de su mascota es importante en la alimentación diaria?
				Texturas	¿Sabía usted que existen diferentes tipos de comidas húmeda, dependiendo de las necesidades de cada gato?
				Digestión	¿Considera usted que complementar la alimentación húmeda, mejora la digestión del gato?
			Alimentación Seca	Beneficio	¿Considera usted que las croquetas son beneficiosas para la dentadura del gato?
Instituyente	¿Sabía usted que los pienso son una alimentación básica insustituyente en el plato de comida del gato?				

Problema específicos	Objetivos Específicos:	Hipótesis específicas:	Alimento complementario saludable para gatos		
			Dimensiones	Indicadores	Cuestionario
¿En que medida el consumo de vitaminas sustituyentes es beneficioso para la nutrición y salud de los gatos?	Identificar cómo los alimentos con vitaminas sustituyentes es beneficioso para la nutrición y salud de los gatos	El consumo de alimentos con vitaminas sustituyentes es beneficioso para la nutrición y salud de los gatos.	Vitaminas Sustituyentes	Complemento	¿Sabías que los adherentes de algunos complementos procesados contienen vitaminas artificiales sustituyentes?
				Vitamina Sintética	¿Conoce usted sobre las vitaminas sintéticas?
¿En que medida el consumo de alimentos libres de conservantes es beneficioso para la nutrición y salud de los gatos?	Identificar cómo los alimentos libres de conservantes es beneficioso para la nutrición y salud de los gatos	El consumo de alimentos libres de conservantes es beneficioso para la nutrición y salud de los gatos.	Conservantes	Artificiales	¿Sabía usted que los conservantes artificiales a largo plazo puede conllevar un alto riesgo de toxicidad para nuestras mascotas?
				Alimentos Industrializados	¿Sabía usted que algunos alimentos industrializados contienen conservantes?
¿En que medida el consumo de alimentos libres de saborizantes es beneficioso para la nutrición y salud de los gatos?	Identificar cómo los alimentos libres de saborizantes es beneficioso para la nutrición y salud de los gatos	Identificar cómo los alimentos libres de saborizantes es beneficioso para la nutrición y salud de los gatos	Saborizantes	Sustancias	¿Sabías que los saborizantes son sustancias que modifican los sabores en los alimentos?
				Toxicas	¿Compraría un complemento 100% natural, sabiendo que los aditivos y conservantes pueden provocar enfermedades neurodegenerativas y digestivas?

## 13.2 Instrumentos de recolección de datos

1. Sexo \*

- Mujer
- Hombre

2. ¿Cuántos gatos tiene en casa? \*

- 1
- 2
- 3 a más

3. ¿Cuántas veces al día come su mascota? \*

- 1 vez
- 2 veces
- 3 veces a más

---

4. ¿De qué forma está tu gato acostumbrado a comer? \*

- Croquetas
  - Croquetas + Alimento Húmedo
  - Alimento Húmedo
  - Comida Casera
  - Otra...
- 

5. ¿Sabía usted que las croquetas son una alimentación básica instituyente en el plato de comida del gato? \*

- Si
  - No
- 

6. ¿Sabía usted que las croquetas son beneficiosas para la dentadura del gato? \*

- Si
- No



7. ¿Sabía usted que existen diferentes tipos de comidas húmedas, dependiendo de las necesidades de cada gato? \*

Si

No

---

8. ¿Sabía usted que la alimentación húmeda, mejora la digestión del gato? \*

Si

No

---

9. ¿Cuánto gasta usted en complementos alimenticios (latas, papillas, zips) aproximadamente para su gato al mes? \*

10 a 30 soles

20 a 40 soles

40 soles a más

No compro

10. ¿Considera usted que alimentar a su mascota con productos que tengan grasas altamente saturadas, puede ocasionar daños a largo plazo? \*

Si

No

---

...

11. ¿Sabía usted que algunos complementos industrializados contienen conservantes? \*

Si

No

---

12. ¿Conoce usted sobre las vitaminas sintéticas? \*

Si

No

13.¿Sabías que los adherentes de algunos complementos procesados contienen vitaminas artificiales sustituyentes? \*

Si

No

---

14.¿Estaría dispuesto a reemplazar o comprar un paté casero sin preservantes? \*

Si

No

---

15.¿Comprarias un complemento 100% natural, libre de aditivos y conservantes que pueda evitar enfermedades neurodegenerativas y digestivas? \*

Si

No

### 13.3 Validación de expertos

