



Nombre: Paulina Ofelia López Velasco.

Nombre del Profesor(a): María Eugenia Pedrueza Cano.

Materia: Mercadotecnia.

Trabajo: Proceso y Análisis de Empaque.

Grado: Quinto Cuatrimestre.

Grupo: Diseño Gráfico.

13 de abril de 2024

Perro doméstico

El término “perro doméstico” se refiere a cualquiera de los cientos de razas de perros que hay en el mundo hoy en día. Si bien estos animales varían drásticamente en cuanto a su apariencia, todos los perros, desde el chihuahua hasta el gran danés, son miembros de la misma especie, *Canis familiaris*. Esto separa a los perros domésticos de los caninos salvajes, como coyotes, zorros y lobos.

Los perros domésticos se mantienen principalmente como mascotas, aunque muchas razas son capaces de sobrevivir por sí mismas, ya sea en un bosque o en las calles de una ciudad. Según un estudio realizado en 2016, un tercio de todos los hogares del mundo tienen un perro. Esto convierte al perro doméstico en la mascota más popular del planeta.

Orígenes evolutivos

Todos los perros descienden de una especie de lobo, pero no del lobo gris (*Canis lupus*), como suponen muchas personas. De hecho, la evidencia de ADN sugiere que el antepasado lobo ahora extinto de los perros modernos era euroasiático. Sin embargo, los científicos aún están trabajando para comprender exactamente qué especies dieron origen a los perros.

Cuándo los perros se separaron de sus ancestros salvajes también es un misterio, pero la genética sugiere que ocurrió entre 15.000 y 30.000 años atrás. Si bien es imposible decir exactamente cómo una especie de lobo salvaje se convirtió en un perro domesticado, la mayoría de los científicos creen que el proceso ocurrió gradualmente a medida que los lobos se sentían más cómodos con los seres humanos. Quizás los lobos comenzaron este camino simplemente comiendo restos humanos.

Muchas generaciones después, los humanos podrían haber alentado a los lobos a permanecer cerca alimentándolos activamente. Aún más tarde, esos lobos pueden haber sido bienvenidos en el hogar humano y eventualmente criados para fomentar ciertos rasgos. Se cree que todo esto se ha desarrollado a lo largo de miles de años.

Razas de perros

Hoy en día, muchos de los perros que conoces y amas son el producto de la crianza selectiva entre individuos con rasgos deseables, ya sea físicos o de comportamiento. Por ejemplo, hace alrededor de 9500 años, los pueblos antiguos comenzaron a criar perros que eran más capaces de sobrevivir y trabajar en el frío. Estos perros se convertirían en la familia de perros de trineo, incluidas razas como huskies y malamutes, que permanece relativamente sin cambios en la actualidad.

Del mismo modo, los humanos criaron pastores alemanes por su capacidad para arrear ganado, perros labradores retriever para ayudar a recolectar patos y otras presas derribadas por los cazadores y perros salchicha por su capacidad para correr por una madriguera detrás de un tejón. Se crearon muchas más razas para satisfacer otras necesidades humanas, como la protección del hogar y el control de alimañas.

También se han creado ciertas razas para hacer que los perros sean más deseables como compañeros. Por ejemplo, el labradoodle, que combina los rasgos de un labrador retriever y un caniche, se inventó como un intento de crear un perro guía hipoalergénico .

Los perros se caracterizan por:

- Ser muy afectuosos con los humanos.
- Tener un sentido del olfato muy agudo.
- Tener un amplio espectro auditivo.
- Ser capaces de detectar el movimiento y la luz a la distancia.
- Tener una piel externa que se renueva de manera periódica.

Los perros **son seres sociables y viven en manada con otros perros o con humanos**. Suelen vivir unos 13 o 15 años y, algunos como los de raza pequeña, llegan a los 17 años. La calidad de vida, tanto por la alimentación como por los cuidados de su salud, es un factor de influencia para la expectativa de vida.

Los perros machos suelen dejar rastros de orina cuando pasean por lugares ajenos a su hogar, para reconocer el camino a la vuelta. También lo hacen para delimitar su territorio ante otros perros.

El sentido más desarrollado que tienen los perros es el olfato, que resulta un millón de veces más sensible que el de los humanos. Pueden detectar olores apenas perceptibles o distinguir entre aromas muy similares. A través del olfato interpretan

el mundo que los rodea, por ejemplo, obtienen mayor información de la comida a través del olfato antes que por el gusto.

Tienen un espectro auditivo muy desarrollado y pueden detectar frecuencias hasta 60.000 hz en comparación con el humano, que puede detectar frecuencias hasta los 20.000 hz. Por eso, sienten mucho más intensos los sonidos en comparación al ser humano, como los ruidos de un motor o de los fuegos artificiales.

Su gran capacidad auditiva permite que sean guardianes y buenos cazadores ya que pueden alertarse a tiempo gracias a su capacidad de captar sonidos muy leves o que provienen de distancias alejadas. Además, su retina percibe mejor el movimiento y la luz en comparación a las personas, aunque no distinguen una gran amplitud cromática.

La piel de los perros está compuesta por varias capas. La externa contiene el pelaje y la interna, que es más fina y más sensible que la piel humana, los protege y los ayuda a regular la temperatura de su cuerpo, tanto para el frío como para el calor. Cuando se sienten amenazados o quieren impresionar suelen erizar su pelaje para aparentar una contextura más grande o robusta.

Alimentación del perro

Los perros son carnívoros, al igual que sus antepasados, los lobos. Tienen 42 dientes diseñados para desgarrar a sus presas. Entre los cuatro y nueve meses de vida suelen cambiar su dentadura por los dientes definitivos. Además, sus glándulas salivales segregan abundante saliva para dar comienzo al proceso de digestión en la boca.

Debido a la domesticación por parte de los humanos, también suelen comer verduras o cereales cocidos, como el arroz, y alimentos balanceados que concentran todos los nutrientes necesarios para mantener su buena salud. Dependiendo de su edad y estilo de vida, necesitan consumir entre 1300 y 3500 calorías por día

Albapesa

Es una empresa 100% mexicana, con más de 45 años de experiencia en nutrición animal. Con más de 77 socios en la república y una ubicación estratégica, fabrican y comercializan alimentos para Cerdos, Aves, Bovinos, Caballos, Borregos, Conejos, Especialidades y Mascotas.

En Albapesa están comprometidos a trabajar con profesionalismo y ética para satisfacer con calidad las necesidades de sus clientes, generando riqueza en un ambiente limpio, seguro y confiable. Tienen presencia en 18 estados del país.

Algunas de sus marcas comerciales son:

- Hi Multipro
- Hi Dog
- Maxi Bobby

Mars

Mars se enorgullece por ser una empresa familiar desde hace más de 100 años. Es esta independencia la que brinda la libertad de pensar en generaciones, no solo en trimestres, para que se pueda invertir en el futuro a largo plazo de su negocio, de la gente y del planeta, todo ello guiado por sus principios duraderos.

El mundo que desean mañana empieza con su forma de hacer negocio hoy. Sus grandes ambiciones deben coincidir con las acciones que hoy toman más de 125,000 Asociados en más de 80 países de todo el mundo. Algunas de sus iniciativas actuales son las siguientes:

- Invertir 1,000 millones de dólares durante los próximos años para lograr ser sustentables en una generación.
- Trabajar para mejorar el bienestar de las familias de todo el mundo.
- Aprovechar y compartir nuestras investigaciones para crear un mundo mejor para las mascotas.

Algunas de sus marcas comerciales:

- Royal Canin
- Pedigree
- Eukanuba
- Greenies
- Pal
- IAMS

Nestlé

Nestlé es la compañía de alimentos y bebidas más grande del mundo.

Desarrollando todo el poder de la alimentación para mejorar la calidad de vida, hoy y para las futuras generaciones.

Algunas de sus marcas comerciales:

- Purina Dog Chow
- Proplan

Grupo NUTEC

Somos una empresa vanguardista de clase mundial, líder en nutrición animal.

Empresa en continuo crecimiento, con una visión clara para desarrollarse como una organización humana, respetuosa del ambiente y ejemplar. Desde 1993, el mercado mexicano e internacional respaldan nuestro liderazgo y posicionamiento.

Grupo NUTEC vive para mejorar la alimentación de las personas y hacer sus vidas más plenas a través de servicios, asesoría y desarrollo de vanguardia en nutrición animal. Su pasión es potenciar la salud, belleza, vida y productividad animal, para así- nutrir y llenar de plenitud la vida de la gente.

De esta grupo se desglosa la marca comercial NUPEC.



CORTE AQUÍ PARA ABRIR

UNA VEZ ABIERTO EL EMPAQUE, MANTENER CERRADO PARA CONSERVAR SU CALIDAD



FÓRMULA
HIGH TECH



NUPEC^{MR}
SUPER PREMIUM

— **ADULTO** —

NUTRICIÓN CANINA CIENTÍFICA



OMEGA 3 Y 6 PARA UNA PIEL SALUDABLE Y PELAJE RADIANTE
Omega 3 & 6 for healthy skin and radiant fur



EXTRACTO DE RAÍZ DE ACHICORIA COMO PREBIÓTICO
PARA UNA EXCELENTE DIGESTIÓN
Chicory root extract as a prebiotic



BALANCE DE AMINOÁCIDOS PARA UNA CONDICIÓN ÓPTIMA
Amino acids balance for an optimal condition



2 kg

Contenido Neto
Net weight
4.4 lb

ADULTO
NUTRICIÓN CANINA CIENTÍFICA
Contenido Neto: 2 kg



NUPEC ADULTO
AUTORIZACIÓN
SAGARPA: A-7460-014
ALIMENTO PARA PERROS
"USO VETERINARIO"
VETERINARY USE

Descripción de la Marca.

XOLODOG es una palabra de dos sílabas donde cada una tiene un significado: XOLO, que simboliza al perro más enigmático e importante de la cultura ancestral Mexicana y DOG, que es la traducción de perro en el idioma inglés.

Se tomó al Xoloitzcuintle como ilustración para el empaque por dos motivos, la imagen de la marca quiere representar y replicar nuestras raíces mexicanas, además que este será lanzado en la temporada de día de muertos y éste es el perro que veneraban los mexicas porque el Xolo servía de guía a las almas al Mictlán.

Segmento de la Marca.

Sexo: Ambos sexos.

Ubicación: República Mexicana.

Hábitos de Consumo: Compran el producto por la calidad de los ingredientes con los que está hecho, por el prestigio de la compañía, NUTEC de la que se desglosa la marca XOLODOG.

Nivel Socioeconómico: Medio alto.

FODA de la marca:

Fortalezas:

- 1.- Valor de la marca.
- 2.- Innovación y creatividad de la marca.
- 3.- Marca desglosada de una compañía íconica con un legado exitoso.
- 4.- Calidad de los materiales con los que se realiza el producto.

Oportunidades:

- 1.- Comercio y publicidad en redes sociales.
- 2.- Inversión para sacar más productos innovadores al mercado.
- 3.- Ventaja de posicionamiento en el mercado.

Debilidades:

- 1.- Producto de precio elevado.
- 2.- Crecientes gastos operativos.
- 3.- Es un producto nuevo en el mercado.

Amenazas:

- 1.- Aumento de la competencia.
- 2.- Dominio de los proveedores.
- 3.- Cambios regulatorios.

Objetivos

- 1.- Aumentar las ventas.
- 2.- Persuade a la compra y hace que recuerden la marca.
- 3.- Crear experiencias.
- 4.- Atraer al público objetivo.



