

[latercera.cl](http://latercera.cl)

8 de abril de 2008

## Tendencias

# Estadounidenses gastan millones de dólares para regalonear a sus perros en esta época



Mas de **treinta millones de estadounidenses comprarán este año a sus perros regalos de Navidad** que van desde un simple hueso de plástico a una lujosa valija de un famoso diseñador.

Según la firma Packaged Facts, **en 2004 los estadounidenses desembolsaron 8.500 millones de dólares en regalos para sus perros**, una cantidad que este año se espera rebasar ampliamente con las ventas en las actuales fiestas.

Con esa perspectiva, tiendas grandes y pequeñas ofrecen una variada selección de productos para atender a las necesidades de todos los presupuestos.

Entre los accesorios mas modestos están los platos de comida para perros y gatos de la diseñadora **Kate Spade**, que cuestan entre **25 y 30 dólares** y se pueden adquirir en las grandes cadenas.

## Artículos Relacionados

- >> [Masajes, meditación y oráculos ofrecen centros esotéricos para el verano 2006](#)
- >> [Las exportaciones y la nueva cultura](#)
- >> [Tom Cruise se casa en octubre de 2006](#)

Los artículos de moda en esos establecimientos son los collares con incrustaciones de cristal -sobre todo los que llevan el nombre de la mascota-, y cuyos precios varían entre diez y 220 dólares.

Pero quien quiera algo bastante más caro y/o extravagante, también lo puede encontrar.

Un **bolso de piel para transportar al animal asciende a 720 dólares**, a 425 el collar y la cadena para perros que ha fabricado la marca **Gucci**, y a entre 155 y 395 los accesorios caninos de la asimismo célebre firma **Burberry**.

Modern Tail, que se hace llamar "la boutique de lujo para mascotas", ofrece "lo más": bolsos de cuero para transportar al perrito que cuestan 600 dólares, un **abrigo tipo Chanel que se eleva a 119**, y un **vestido de novia con velo por 150**.

El catálogo de esa tienda es tan abundante que puede llegar a marear, e incluye desde bikinis y batas de baño hasta disfraces de personajes como Batman, Superman y Santa Claus.

Para los adictos a la tecnología, hay establecimientos que ofrecen el **Global Pet Finder**, un aparato electrónico que "encuentra perros" y cuesta 350 dólares, y el PetsCell, un teléfono móvil en forma de hueso que se cuelga del collar del can, por 349 dólares.

Los más excéntricos pueden optar por regalarle a su fiel amigo peludo un día de relajación en un "spa canino" -que por 50 dólares incluye baños de aroma terapia y un tratamiento exfoliante-, o un retrato de la fotógrafa neoyorquina Amanda Jones, por 850 dólares.

Según expertos del sector, como Bob Vetere, director de operaciones de la empresa American Pet Products Manufacturers Association, la clave del éxito de ventas de este tipo de productos es el sueño irrenunciable de los dueños de "humanizar" a sus perros.

"Comprarle a nuestras mascotas un regalo de tipo humano nos hace sentir a nosotros bien, y a ellas felices", afirma.

Otros especialistas, como Dean Johnson, operador de PetLand, hacen por su parte hincapié en el efecto que ha tenido en el mercado el ejemplo de "celebridades como Paris Hilton".

Esa rica heredera del imperio hotelero Hilton ha sido utilizada como gancho promocional de algunas firmas, que han recurrido tanto a su imagen como a la de su ahora famoso perro chihuahua, de nombre Tinkerbelle y al que cuida como si fuera su bebé.

Cuando alguien compra a su perro un impermeable de marca, el mensaje subliminal que trata de transmitir no es otro que: "así soy yo; éste es mi estilo".

**EFE**

16/11/2007



## Emprendedores dan su testimonio en la Universidad Andrés Bello

Universidad Andrés Bello

*El reconocido banquetero Paulo Russo y Eduardo Welch dueño de la tienda de mascotas Petland, relataron sus inicios, experiencia y éxitos como empresarios innovadores.*

Haciendo un recorrido por algunas anécdotas y vivencias como emprendedores y pequeños empresarios, Eduardo Welch y Pablo Russo, entregaron sus testimonios el jueves 15 de noviembre en la clase magistral "Líderes de nuestros tiempos" organizada por la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad Andrés Bello y diario Estrategia.

Welch, también médico veterinario relató su experiencia desde los tiempos universitarios en los que trabajó como garzón, vendedor de libros, quesos e incluso como empresario de turismo aventura. Ya titulado trabajó para varias empresas americanas recorriendo muchos países, luego decidió emigrar a los Estados Unidos para seguir estudiando y una vez que lo logró se vino a Chile y les propuso a su hermano y a su mejor amigo un novedoso negocio que en el extranjero estaba dando muy buenos resultados, comprar la franquicia de la tienda norteamericana Petland dedicada a la venta y servicio especializado para mascotas.

De ahí en adelante y a punta de muchas horas de trabajo y dedicación, el visionario negocio tomó fuerza. Hoy Petland es parte de una industria que mueve anualmente cerca de 42 billones de dólares y que se proyecta en dos años más en 52 billones de dólares.

"Para iniciarse en el mundo de los negocios es clave encontrar una buena idea, creerse el cuento y trabajar mucho. En un mercado competitivo es importante saber que no sólo hay ideas nuevas sino que también hay algunas que pueden reempacarse y sacarle muy buen provecho. Si lo piensas es fácil, en mi caso me pregunté ¿cuántas personas tienes mascotas? La respuesta es muchísimas, por lo que el negocio es auspicioso", dice este innovador médico veterinario.

Paulo Russo, reconocido banquetero nacional relató su vida como estudiante de gastronomía cuando en una época en que el rubro apenas figuraba auspicioso. Contra todo pronóstico, Russo desafió a su familia dedicada a la hotelería e instaló un sencillo restaurant en Constitución que un par de años después vendió. Más tarde se dedicaría a la coctelería en empresas, bancos y a producir diversos eventos del mundo político, económico y social, siendo la realización de las fiestas de matrimonio una de sus principales y más sofisticados servicios.

"La gente que emprende debe tener claro cual es su objetivo y además saber adaptarse a los cambios que hay que enfrentar, ambas cosas son fundamentales. Posibilidades de negocios hay en todas partes, lo importante es estar con los ojos abiertos y mirar lo que ocurre en otros países", explicó Paulo Russo sobre la posibilidad de emprender un negocio exitoso en un mercado altamente competitivo.

Edición: *Universia* / JM

# quépasa

Publicidad

HOME SUMARIO NÚMEROS ANTERIORES SUSCRÍBETE



- ▶ Ver Portada
  - ▶ Números anteriores
  - ▶ Suscríbete
- Destacados



## Cómo sobrevive Poniachik en el gabinete



## El Longueira que conocí en el San Ignacio



## Los rivales de Ponce Lerou en SQM

La Guía de...



## Fresán Consumo



## Bar/tragos Bellas

## Negocios Vida de perros

Los accesorios y alimentos para animales se han tomado las góndolas de los supermercados. La línea mascotas de Casa&Ideas resultó todo un éxito y el centro de servicios de Petland, inaugurado hace cuatro meses, superó con creces las expectativas de Jorge Welch, uno de los socios de la firma estadounidense en Chile. El plan del empresario es seguir expandiéndose en Chile e incursionar con la franquicia en Argentina y Perú.

Por Isabel Rojas  
Foto José Miguel Méndez



"Marley y yo" es el nombre del best seller que está arrasando en Estados Unidos. Lleva 52 semanas en la lista de los libros nonfiction más leídos del New York Times. Relata la historia de un perro labrador hiperactivo que con sus travesuras saca de quicio a la familia con la cual vive. Sus dueños deciden enviarlo a una escuela para intentar remediar su comportamiento, pero finalmente lo echan porque no logran enderezar al ansioso animal. Por eso, la familia se resigna a aceptarlo tal cual es.

[an error occurred while processing this directive]

Las escuelas de adiestramiento y también de baile son parte de la larga lista de servicios que han nacido al alero del mundo de las mascotas y que reflejan una sostenida expansión a nivel mundial: seguros de vida, comida orgánica, flores de Bach, ritos funerarios y hasta acupuntura. En Estados Unidos los dueños de mascotas gastan cerca de US\$ 40.000 millones (casi un tercio del PIB de Chile); esto es, más del doble de lo que destinaban hace una década, según la American Pet Product Manufacturing Association. Mucho de ese dinero va para consultas veterinarias y alimentos, pero cada vez más los juguetes, galletitas gourmet y también lindos cortes de pelo de los 360 millones de mascotas contabilizadas en el país del Norte.

Es tal el cuidado que, por ejemplo, los servicios para perros se transformaron en un gran negocio en todo Washington: clases de danza, natación y cuidado personal. "Los dueños tratan a sus mascotas como miembros de su familia", reconoce Robin Bennett, dueño de All About Dogs Inc. en Woodbridge. Su negocio se especializa en el entrenamiento para vigilancia y obediencia, con clases de danza freestyle. Incluso, empresas como Omaha Steaks y Harley-Davidson ya han empezado a considerar a los animales: ofrecen champús, fajas y correas.

Aunque Chile aún está lejos de esta realidad, cada vez es más frecuente ver cómo la comida y los accesorios para mascotas se toman las góndolas de los supermercados y de las tiendas de especialidad como Sodimac o Casa&Ideas, que puso en marcha una línea especial para animales, con variados diseños y colores que ha sido "toda una revelación", señalan en la firma. Y como si fuera poco ya existen guarderías para perros: los pasan a buscar temprano en la mañana, los pasean, bañan y después los devuelven a su hogar. Todo por \$ 200.000 mensuales.

### El boom en Chile

El ingeniero comercial de la U. de Chile Jorge Welch (40) se dio cuenta hace más de seis años del gran potencial que tenía este negocio en el país. Por eso, con su hermano Eduardo -médico veterinario y distribuidor de alimentos para mascotas de una firma americana- y su amigo Conrado Briceño se hicieron cargo en 2001 de la franquicia de la cadena norteamericana Petland, que ya estaba presente en Chile, y la consolidaron.

Fue en 1997 que la firma -con más de 30 años y 200 tiendas en EE.UU.- deseosa de expandir sus operaciones fuera de sus fronteras, optó por Chile para su primera experiencia. En esos años el país tenía atractivas cifras de crecimiento y fama de estabilidad política y social. Por eso, Petland abrió una tienda en el mall Alto Las Condes y otra en Avenida Kennedy. Sin embargo, con el correr de los años el proyecto no anduvo como inicialmente se esperaba. "No era un tema



Carina Primavesi

de mercado ni de administración sino de foco", dice Jorge Welch.

Por eso apenas se presentó la oportunidad de tomar la franquicia Petland Chile, los hermanos Welch presentaron un ambicioso plan de trabajo y lograron convencer a los norteamericanos de la potencialidad que había en el país. "Esta es una industria que hace seis o cinco años estaba en pañales y hoy hay espacio para crecer", dice Welch. De paso recuerda que en países desarrollados la tasa de mascotas crece más que la tasa de natalidad.

Las cifras avalan la proyección que hizo Welch. Según cifras del INE, sólo en Santiago hay casi 1,5 millón de mascotas, de las cuales 882.441 corresponden a perros y 323.728 a gatos. La misma entidad añade que uno de los principales cambios registrados en la industria manufacturera entre los años 1989 y 2002 es la proliferación de fábricas elaboradoras de alimentos para animales. Específicamente la industria de alimentos para mascotas mueve anualmente más de US\$ 150 millones, cifra varias veces superior a los US\$ 64 millones que vendía en 1998. Es la segunda categoría de mayor venta en los supermercados y la que deja los márgenes más altos después del arroz envasado. Pero aún hay espacio para más. Sólo el 35% de los chilenos compra alimentos elaborados para sus mascotas, mientras que en Europa y Estados Unidos la penetración es de 90% y 80%, respectivamente.

#### Posventa de mascotas

Con la franquicia ya en mano los nuevos socios de Petland cerraron la tienda de Avenida Kennedy y un proyecto que se había desarrollado con Easy. Se quedaron sólo con el local del Alto Las Condes, el cual remodelaron y enfocaron más hacia el retail.

En 2002 abrieron otra tienda en el mall Portal La Dehesa, a la que luego sumaron locales en Parque Arauco y Temuco. Su última inversión fue un centro de servicios en La Dehesa, como una forma de integrar la posventa de las mascotas. "Antes lo que hacíamos era vender la mascota y sus accesorios, pero dejábamos fuera un flujo de servicios que se los entregábamos a terceros o a clínicas veterinarias. Cuando tuvimos masa crítica para ello, partimos". Los americanos ya se comprometieron a visitar el centro para conocer el proyecto y luego implementarlo en sus tiendas en EE.UU. y quizás en sus otras filiales, como las de Japón, Canadá o Sudáfrica.

Para este joven empresario el crecimiento de este sector se explica por el mayor ingreso de las familias y un acertado enfoque de la tienda hacia el retail. "Nos ponemos a disposición del público, de manera de que no pierdan mucho tiempo en sus compras pues a medida que el ingreso aumenta, el tiempo se hace más escaso y la gente termina haciendo sus compras en lugares predefinidos que son los malls"

Según la experiencia de Petland, el costo de comprar un animal es menos del 10% del gasto total que la persona invierte a lo largo de la crianza y mantención de la mascota.

#### Los pasea-perros

Los socios de Petland tienen en agenda abrir probablemente dos tiendas más en Santiago. Su primera meta es instalar un local en La Florida y replicar su centro de servicios "porque si bien partimos tímidamente con este concepto, ha superado con creces nuestras expectativas", dice Welch.

Pero donde se le ve más entusiasmado es en la expansión de la franquicia hacia el resto de Sudamérica, en especial Perú y Argentina. "En Argentina hay una cultura tremenda de mascotas y casi no hay ningún tipo de presencia de retail de petshops, casi todo se hace a través de clínicas veterinarias", advierte. En ese país es común ver los pasea-perros, cuyos servicios pueden costar unos US\$ 8 semanales por recorridos de tres y cuatro horas de lunes a sábado. En Perú, señala el empresario, hay una sola mascotería relativamente importante.

En diciembre pasado la revista Entrepreneur informó que alrededor de las mascotas existen interesantes oportunidades para hacer negocios. De hecho, citó los casos de Bill y Peggy Cain en Estados Unidos que iniciaron un negocio de fotografía artística para mascotas en New Hampshire hace 12 años y que es todo un éxito. El estudio fotográfico de Cain realiza unas mil sesiones al año, a un precio de US\$ 70 por jornada, incluyendo los marcos para las fotos.



quepasa@copesa.cl

Consorcio Periodístico de Chile S.A. - Derechos Reservados



**Crónica  
Chile**

usuario:   
 contraseña:

Soy un nuevo usuario  
 Olvidé mi contraseña



RED UNIVERSIA UNIVERSIA.CL

CHILE :: home >

Lunes :: 16 / 03 / 2009 03:01 SERVICIOS :: CORREO | TIENDA | FOROS | TRADUCTOR | ENCUESTA FACIL | TELEFONIA IP | RSS | MAPA DEL SITIO

- Argentina  
03:01 PM
- Brasil  
03:01 PM
- Chile  
02:01 PM
- Colombia  
01:01 PM
- España  
07:01 PM
- México  
12:01 PM
- Perú  
01:01 PM
- Portugal  
06:01 PM
- Puerto Rico  
02:01 PM
- Uruguay  
03:01 PM
- Venezuela  
02:01 PM

**secciones**

- Universitarios
- Internacionales
- Empleo
- Emprendimiento
- Preuniversia
- Académicos
- Investigación
- Acreditación y Financiamiento
- Diversión y Deportes

**16/11/2007**

**Emprendedores dan su testimonio en la Universidad Andrés Bello**

Universidad Andrés Bello

*El reconocido banquetero Paulo Russo y Eduardo Welch dueño de la tienda de mascotas Petland, relataron sus inicios, experiencia y éxitos como empresarios innovadores.*

Haciendo un recorrido por algunas anécdotas y vivencias como emprendedores y pequeños empresarios, Eduardo Welch y Pablo Russo, entregaron sus testimonios el jueves 15 de noviembre en la clase magistral "Líderes de nuestros tiempos" organizada por la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad Andrés Bello y diario Estrategia.

Welch, también médico veterinario relató su experiencia desde los tiempos universitarios en los que trabajó como garzón, vendedor de libros, quesos e incluso como empresario de turismo aventura. Ya titulado trabajó para varias empresas americanas recorriendo muchos países, luego decidió emigrar a los Estados Unidos para seguir estudiando y una vez que lo logró se vino a Chile y les propuso a su hermano y a su mejor amigo un novedoso negocio que en el extranjero estaba dando muy buenos resultados, comprar la franquicia de la tienda norteamericana Petland dedicada a la venta y servicio especializado para mascotas.

De ahí en adelante y a punta de muchas horas de trabajo y dedicación, el visionario negocio tomó fuerza. Hoy Petland es parte de una industria que mueve anualmente cerca de 42 billones de dólares y que se proyecta en dos años más en 52 billones de dólares.

"Para iniciarse en el mundo de los negocios es clave encontrar una buena idea, creerse el cuento y trabajar mucho. En un mercado competitivo es importante saber que no sólo hay ideas nuevas sino que también hay algunas que pueden reempacarse y sacarle muy buen provecho. Si lo piensas es fácil, en mi caso me pregunté ¿cuántas personas tienes mascotas? La respuesta es muchísimas, por lo que el negocio es auspicioso", dice este innovador médico veterinario.

Paulo Russo, reconocido banquetero nacional relató su vida como estudiante de gastronomía cuando en una época en que el rubro apenas figuraba auspicioso. Contra todo pronóstico, Russo desafió a su familia dedicada a la hotelería e instaló un sencillo restaurant en Constitución que un par de años después vendió. Más tarde se dedicaría a la coctelería en empresas, bancos y a producir diversos eventos del mundo político, económico y social, siendo la realización de las fiestas de matrimonio una de sus principales y más sofisticados servicios.

"La gente que emprende debe tener claro cual es su objetivo y además saber adaptarse a los cambios que hay que enfrentar, ambas cosas son fundamentales. Posibilidades de negocios hay en todas partes, lo importante es estar con los ojos abiertos y mirar lo que ocurre en otros países", explicó Paulo Russo sobre la posibilidad de emprender un negocio exitoso en un mercado altamente competitivo.

Edición: *Universia* / JM

**Haz página de inicio**

Buscar en Crónica

Contáctate con el Editor

Noticias de tu Universidad

Fotorreportajes

Agenda

Informe Educación Superior en Iberoamérica, Cinda 2007

Universidades Acreditadas Carreras Acreditadas

Puedes ver esta noticia traducida al **portugues** gracias al **TRADUCTOR UNIVERSIA**

Martes 10 de Junio del 2008

Página: 22



### Tienda de mascotas Petland se declara en quiebra por fuerte sobreendeudamiento

Hace ya algunos meses la tienda de mascotas y accesorios Petland cerró sus puertas definitivamente

La franquicia para Chile de una de las mayores empresas del rubro a nivel mundial, es propiedad de los **hermanos Jorge y Eduardo Welch** —inicialmente también Conrado Briceño participaba de la sociedad, pero vendió su parte en octubre pasado— quienes decidieron pedir su quiebra ante el 24° Juzgado Civil de Santiago. El tribunal designó, el 24 de abril, al **ingeniero comercial Ricardo Alid como síndico**, quien según los datos de la Superintendencia de Quiebras maneja el mayor número de quiebras —91 causas en total—, destacándose en el pasado la de congelados Frisac o la embotelladora Rari.

Fuentes ligadas a la empresa contaron que el proceso está recién comenzando y que, de hecho, aun no ha sido publicado en el Diario oficial

La marca Petland fue adquirida para su uso en Chile, por los **tres socios a la familia Ventura en 2004**, fecha en la cual la empresa sólo contaba con la tienda en el mall Alto Las Condes. Rápidamente la compañía desarrolló un fuerte plan de crecimiento abriendo 4 nuevos locales, en sólo dos años: en el mall portal de La Dehesa, mall Parque Arauco, mall Portal Temuco y en la comuna de Lo Barnechea, en avenida Raúl Labbé

Según contaron los mismos socios a La Segunda en 2005, su proyecto era tener siete locales en cinco años.

**Principales acreedores: Cencosud y Argenta**

Por el rápido ritmo de crecimiento experimentado en los últimos años, el mercado recibió con sorpresa la quiebra de Petland. El arriendo de algunos locales, como el de **Parque Arauco**, ya fue **traspasado a otro actor del rubro, Pet & Co del veterinario Antonio Figueroa**.

“Llamó la atención porque daba la impresión de que les iba muy bien, abrieron cuatro locales en dos años”, afirma un ejecutivo del sector. Esto lo avala la página web de la bolsa de franquicias “Qué Franquicia”, que se dedica a ofrecer este tipo de negocios. “Ha sido exitoso, a dos años de su apertura cuenta con 4 locales, un centro de servicios y sus ventas han aumentado un 60% respecto al año anterior” dice el sitio sobre Petland, que planeaba crecer en el país mediante franquicias. “Los motivos de su éxito han radicado en ubicarse en una industria en franco crecimiento, reconociendo el importante rol de las mascotas en los hogares”, añade.

Quienes conocen de cerca el proceso, afirman que el sobreendeudamiento fue complicando la situación. “La empresa se descapitalizó, desde un principio, cuando compraron la franquicia trabajaron con muy poco capital y gran parte de deuda y ésta creció con el arriendo de nuevos locales en los malls, y los flujos no dieron para pagar”, cuenta una fuente cercana al cierre.

Los principales acreedores de la quiebra son el holding Cencosud, ya que 3 de sus 4 locales se ubican en malles de propiedad del grupo; y el factoring Argenta, que reúne a casi todos los restantes acreedores, especialmente veterinarios.

Pese a que el monto de la quiebra no es mayor, fuentes ligadas al proceso aseguraron que es difícil que el síndico consiga pagar toda la deuda, ya que **los activos de la compañía son menos de 1.000 UF**.

### **Encuesta AChS: Sector servicios lidera creación de empleos**

Un aumento de **2,9%** registró el nivel de ocupación en las empresas afiliadas a la Asociación Chilena de Seguridad (AChS) en abril pasado, lo que implicó la **generación de 42.867 nuevos puestos de trabajo**, informó la entidad que preside Eugenio Heiremans.

Según el informe, que considera un universo de **29.389 empresas**, la mayoría de los sectores económicos aumentó sus contrataciones, a excepción de los sectores silvicultura y pesca, que disminuyen en 7,2% y en 5%, respectivamente.

Los mayores aumentos porcentuales se dieron en los sectores minería (17%) e instituciones financieras (8,6%).

Por número de trabajadores, los sectores que impulsaron la creación de empleos fueron servicios, que generó **12.614** puestos de trabajo, mientras que **comercio y agricultura aportaron 8.998 y 7.100, respectivamente**.

Además, en la mayoría de las regiones del país se incrementó la masa de trabajadores contratados, siendo la VII (5,1%) y la XII (5%) las que más subieron.

La Región Metropolitana mostró un alza de **4,3%** en el empleo, equivalente a **30.040 nuevos puestos de trabajo**.

### **Bajan remuneraciones**

La remuneración imponible promedio de esta muestra de empresas ascendió en abril a \$ 427.829, una disminución real de 0,3% respecto al mismo mes del año pasado.



Las remuneraciones promedios más altas se encuentran en los sectores **minería (\$ 756.569), instituciones financieras (\$ 619.814) y electricidad (\$ 581.593)** n

---

[<- VOLVER](#)