

Golden Ostrich

Trabajo de grado para optar por el título de Zootecnista

Diana Carolina Dávila Fonseca

Asesor

Santiago Gil Arango

Industrial Pecuario y Zootecnista

Corporación Universitaria Lasallista

Facultad de Ciencias Administrativas y Agropecuarias

Zootecnia

Caldas – Antioquia

2014

Contenido

Listado de ilustraciones	12
Idea del negocio.....	13
Titulo del proyecto.	13
Área de conocimiento.....	13
Desarrollo histórico del proyecto.	13
Descripción del producto o servicio objeto del proyecto.	13
Problema – necesidad – oportunidad.....	15
Problema que se quiere resolver.....	15
Necesidad que se quiere satisfacer.	15
Oportunidad que se quiere aprovechar.....	15
Manifestación del problema, necesidad u oportunidad.	16
Mejora de un producto existente o nuevo uso.	16
¿Es el “mejor momento” para aprovechar la oportunidad?.....	16
Conocimientos técnicos que se poseen.	17
El mercado.....	18
Tendencias futuras y características del mercado para el producto.	18
¿Tiene o se prevé una tasa de crecimiento apropiado?.....	18
Comportamiento natural de los clientes identificados para el producto.....	19
Clientes potenciales o futuros compradores.....	19
Características de los clientes.....	19
¿Por qué están interesados en el producto?	20
Mercado, tamaño, cifras de potencialidad.....	20

Mercado muy competido o medianamente competido.....	20
Excede la demanda a la oferta.	21
El producto.	22
Beneficios percibidos por los consumidores. Atributos relevantes para soportar la propuesta de valor.	22
¿Hasta qué punto el producto es único en el mercado nacional o internacional?	22
Diferencia de otras opciones de mercado, ventaja competitiva.	23
¿Desventajas que tiene sobre los productos de la competencia?.....	23
La competencia.....	24
Productos o servicios sustitutos, complementarios y competidores.....	24
Fortalezas y debilidades de la competencia, como enfrentarla.	24
Posición de los competidores.	25
Proyectos directos o indirectos que se generaran.	25
Características personales y profesionales de los integrantes del equipo de trabajo.....	25
¿La oportunidad está acorde con las habilidades y experiencia del equipo que tratara de aprovecharla? ¿Es compatible con las fortalezas?	26
Describa y clasifique la inversión requerida para el óptimo funcionamiento del proyecto.	26
Plan de negocio.....	28
Nombre comercial del producto	28
Descripción del producto.....	28
Ubicación de la empresa y localización	28

Objetivos del proyecto.....	29
Presentación del equipo emprendedor.....	29
Nombre:.....	29
Potencial de mercado en cifras:.....	30
Ventaja competitiva y propuesta de valor	31
Inversiones requeridas.....	31
Proyecciones de venta y rentabilidad.....	32
Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad.....	32
Investigación de mercados	34
Diagnostico de la estructura actual del mercado	34
Desarrollo tecnológico e industrial del sector.....	34
Importaciones y exportaciones a nivel nacional y mercados objetivos.....	35
Identificación del clúster de la región.....	35
Empresas integrantes.....	35
Mercado objetivo.....	36
Estimación del mercado potencial.....	36
Estimación del segmento/nicho.....	36
Perfil del consumidor.....	37
Localización del segmento.....	37
Elementos que influyen e inciden en la compra.....	37
Aceptación del producto.....	38
Factores que puedan afectar el consumo.....	38
Tendencias de consumo.....	38

Producción en el mercado objetivo.	39
Identificación de principales participantes y competidores potenciales.....	39
Análisis de las empresas competidoras.	40
Relación de agremiaciones existentes.	40
Costo de mi producto.	40
Análisis de productos sustitutos.	41
Análisis de precio de venta de mi producto y la competencia.	41
Segmento al cual está dirigida la competencia.....	42
Posición de mi producto frente a la competencia.....	42
Plataforma estratégica.	43
Concepto del negocio.	43
Objetivo de la empresa.....	43
Misión.....	44
Visión.	44
Estrategia de mercado.....	45
Concepto del producto o servicio.....	45
Especificaciones o características.....	45
Uso del producto.....	45
Empaque y embalaje.....	45
Fortalezas y debilidades frente a la competencia.	46
Mezcla de marketing.	46
Tácticas relacionadas al producto.....	47
Estrategia de distribución.	47

Alternativas de penetración.....	47
Alternativas de comercialización.....	48
Distribución física internacional.....	48
Estrategia de ventas.....	48
Presupuesto.....	49
Tácticas relacionadas con la distribución.....	49
Estrategia de precios.....	49
Análisis competitivo de precios.....	49
Condiciones de pago.....	50
Seguros necesarios.....	50
Impuesto de venta.....	50
Costo de transporte.....	51
Riesgo cambiario.....	51
Preferencias arancelarias.....	52
Tácticas relacionadas con los precios.....	52
Posible variación de precios para resistir una guerra de precios.....	52
Estrategias de promoción.....	52
Promoción dirigida a clientes y mercados.....	52
Manejo de clientes especiales.....	53
Conceptos especiales que se usan para motivar la venta.....	53
Cubrimiento geográfico inicial.....	53
Presupuesto de promoción.....	54
Estrategia de comunicación.....	54

Selección de medios.	54
Medios masivos.	54
Tácticas relacionadas con comunicaciones.	54
Estrategia de servicio.....	55
Garantía y servicio post venta.	55
Mecanismo de atención al cliente.....	55
Forma de pago.	55
Comparación de políticas de servicios con los de la competencia.....	56
Análisis técnico operativo.	56
Ficha técnica del producto.....	56
Características sensoriales.	56
Estado de desarrollo: Etapa en la que se encuentra el producto.....	57
Innovación.	58
Descripción de la utilidad y originalidad del producto.	58
Modo de producción/procesamiento.	58
Empaque/embalaje.	58
Canal de distribución.....	59
Grupo objetivo y comercialización.	59
Descripción de integración de la innovación y ofrecimiento al cliente.....	59
Descripción del proceso.	60
Etapa 1: pretratamiento y almacenamiento.	60
Etapa 2: ribera.....	60

Etapa 3: curtido.	61
▪ Etapa 4: recurtido, teñido y engrase:	62
▪ Etapa 5: acabado.....	63
VARIABLES DE CONTROL.....	64
Registros:.....	64
Humedad:	65
pH de las pieles:.....	65
Control del baño:	65
Velocidad del fulo:	65
Prueba de rasgado:.....	65
Resistencia:.....	66
Prueba de curtido:.....	66
Acabados (migración de color):	66
VARIABLES CRÍTICAS DE CONTROL:.....	66
Legislación ambiental:.....	66
Manejo ambiental:	67
Desarrollo del producto, basado en el segmento del mercado.	68
Distribución de la planta de producción:.....	69
Ficha técnica del proceso.....	70
Identificación y establecimiento de opciones de proveedores.	71
Definición de materias primas, materiales, insumos y parámetros de control de calidad de los factores de producción.	71
Definición de las necesidades y características del personal requerido:	73

Necesidades y requerimientos.....	74
Materias primas.....	74
Tecnología principal del proyecto.....	75
Capacidad instalada.....	77
Mantenimiento.....	77
Situación tecnológica de la empresa: necesidades técnicas y tecnológicas.....	77
Localización y tamaño.....	79
Presupuesto de producción.....	80
Plan de producción.....	80
Análisis de costos de producción.....	80
Identificación de proveedores.....	81
Capacidad de atención de pedidos.....	81
Importancia relativa de los proveedores.....	81
Pago a proveedores planeación de compras.....	81
Control de calidad.....	82
Procesos de control de calidad requeridos por la empresa.....	82
Control de calidad de las compras.....	82
Implementación y seguimiento a las normas de calidad establecidas.....	83
Análisis administrativo y organizacional.....	84
Grupo emprendedor.....	84
Estructura organizacional.....	84
Mecanismo de participación y control.....	85
Organismos de apoyo.....	86

Constitución de la empresa.....	86
Comunicación organizacional.	87
Impacto ambiental:	87
Impacto económico.	88
Impacto social.....	88
Generación de empleo directo e indirecto.	88
Ventas nacionales y exportaciones.....	89
Legislación de vigente que regule la actividad económica y la comercialización del producto. (Urbana, Ambiental, Laboral, Protección social, Registros, Tributaria, Protección intelectual y ambiental).	89
Gastos de constitución.....	91
Requisitos legales tributarios.....	92
Requisitos legales de funcionamiento.	93
Requisitos legales de seguridad laboral.....	93
Registro mercantil.	93
Escritura pública.....	93
Costos	94
Referencia.....	97

Lista de tablas

Tabla 1 inversiones de equipos.....	27
Tabla 2 Gastos de administración y nomina.....	86
Tabla 3 Presupuesto de ventas mes a mes el primer año, segundo y tercer año totalizados	94
Tabla 4 Presupuesto de cobros primer año.....	94
Tabla 5 Presupuestos de producción primer año.....	94
Tabla 6 Presupuesto de pagos	94
Tabla 7 Pagos de crédito.....	95
Tabla 8 Flujo de caja proyectado.....	95
Tabla 9 Estado de resultados proyectado	95
Tabla 10 Balance proyectado	96

Listado de ilustraciones.

Ilustración 1 distribución planta de producción	69
Ilustración 2 Flujograma del proceso	74
Ilustración 3 Plantilla del proceso.	83
Ilustración 4 Estructura organizacional	85

Idea del negocio

Título del proyecto.

Golden Ostrich: con esta idea de empresa se pretende crear materia prima para usarla en marroquinería y calzado femenino al igual que productos terminados de realizados con cuero de avestruz.

La empresa se ubicara en Copacabana ya que debido a la contaminación que se produce no se puede ubicar en partes urbanas porque la población se podría quejar por los olores emitidos, los proveedores están en villa de leyva y Cali.

Área de conocimiento.

Proyecto de industrialización pecuaria.

Desarrollo histórico del proyecto.

El proyecto en realidad no lleva mucho tiempo de estarse realizando, la idea nació porque en el noveno semestre de la carrera vi una materia llamada Industrialización II, en la cual se trabajo con pieles de diferentes animales como conejo, pescado y también con estomago de vaca, al realizar los procesos con cada uno de esos pieles se despertó el interés de realizar este proyecto como modalidad de trabajo de grado para la obtención del título de Zootecnista. Es por esto que el desarrollo histórico ira avanzando a medida que se desarrolle el proyecto.

Descripción del producto o servicio objeto del proyecto.

El cuero de avestruz es un cuero muy resistente por los aceites que posee naturalmente y también es muy llamativo por el diseño creado por los folículos que quedan en la piel después de quitar las plumas.

En la empresa se quieren realizar productos terminados de marroquinería y calzado femenino con diseños exclusivos, el mercado al que estarán dirigidos los productos serán mujeres entre los 25 y 40 años de edad, de estratos socio económicos del 4 al 6 en Antioquia.

Los productos se realizaran con este cuero con el fin de mostrar al mercado productos nuevos, innovadores y de mejor calidad debido a la elegancia, suavidad y resistencia que aporta la naturaleza de la piel de avestruz.

Problema – necesidad – oportunidad.

Problema que se quiere resolver.

Los productos terminados de marroquinería y calzado femenino realizados con cuero de avestruz quieren llegar al mercado como una alternativa para los consumidores existentes, ya que en nuestra sociedad siempre se buscan productos de mejor calidad. El cuero de avestruz trae consigo esa oportunidad de mostrar mejores materias primas para realizar los productos debido al comportamiento natural de los aceites que posee la piel de avestruz que permiten que el cuero no se cuartee y sea resistente al uso.

Necesidad que se quiere satisfacer.

En la sociedad actual se buscan productos innovadores, diferentes y de buena calidad, la necesidad que se busca satisfacer con estos productos precisamente son las tres características mencionadas, productos superiores en cuanto a calidad respecto a los existentes en el mercado y diferentes para que el consumidor final logre tener estatus y exclusividad frente a los otros consumidores.

Oportunidad que se quiere aprovechar.

Con los productos de cuero de avestruz se quiere incursionar en un mercado que se encuentra acaparado en su mayoría por cueros más reconocidos y tradicionales como el cuero de ganado vacuno y que está presentando problemas en cuanto a la cantidad de materia prima ya que está quedando muy poca debido al aumento de exportaciones. Es por esto que se ve una gran oportunidad de mercado tanto por ser un producto diferente, exclusivo e innovador como porque va a ayudar a contrarrestar la disminución en materias primas para el sector.

Manifestación del problema, necesidad u oportunidad.

Como se menciona anteriormente en el mercado del calzado y marroquinería se está pasando por una disminución de materia prima que puede ser compensada con esta nueva alternativa que se presenta en el trabajo, el cuero de avestruz.

Además de poder brindarle al sector un poco de equilibrio con las materias primas también se ve la oportunidad de innovar con los productos porque se trata de una materia prima con la que no se ha trabajado mucho en el país y más específicamente en Antioquia.

Mejora de un producto existente o nuevo uso.

En este trabajo se podría hablar de mejora a un producto existente ya que lo que se busca con el cuero de avestruz en la marroquinería y calzado femenino es proporcionar al cliente productos más resistentes, diferentes y que le aporten al cliente exclusividad y estatus.

¿Es el “mejor momento” para aprovechar la oportunidad?

Si se mira por la problemática que se presenta debido a las crecientes exportaciones a países como Asia y Estados Unidos es un momento perfecto para incursionar en el mercado con la materia prima de cuero de avestruz para ayudar a contrarrestar el efecto negativo que se está presentando.

Si se ve por la parte de producto terminado también es un momento adecuado porque las mujeres siempre están buscando productos diferentes, innovadores, exclusivos y mejor calidad, con el producto que se ofrece se cubren estas características.

Conocimientos técnicos que se poseen.

Para la obtención de la materia prima se debe iniciar con el sacrificio de los animales a una edad de 14 meses que es cuando el tamaño de la piel es el adecuado, el sacrificio de los animales se debe cuando las temperaturas sean bajas ósea temprano en la mañana o en las últimas horas de la tarde, se debe hacer en lugares donde el animal pueda desangrarse bien sin que la sangre toque las pieles, posteriormente se debe realizar el desuello lo cual debe hacerse inmediatamente mientras el cuerpo esta tibio todavía lo que permite una fácil extracción. Después de eso se procederá a llevar a cabo el proceso de desencarnado, conservación, lavado, curtición, luego de que el cuero esté listo se utilizara en los productos terminados de marroquinería y calzado.

El mercado.

Tendencias futuras y características del mercado para el producto.

Las tendencias futuras para los productos terminados de marroquinería y calzado con cuero de avestruz son muy optimistas ya que por ser un producto diferente y exclusivo, en el mercado actual tendría una gran acogida. En este caso el mercado debe ser mujeres de estratos socio económicos medios altos (4, 5 y 6), con alto poder adquisitivo porque los productos van a ser un poco costosos, también deben ser mujeres con acceso a internet porque los productos van a ser promocionados inicialmente en redes sociales, pagina web.

Por otra parte debido al problema del exceso de exportaciones de materia prima a países como Asia y Estados Unidos es una gran oportunidad para entrar al mercado equilibrando las cantidades que salen y las que quedan para realizar los productos terminados. Este mercado esta caracterizado por empresarios que quieran adquirir como materia prima el cuero de avestruz para realizar sus productos.

¿Tiene o se prevé una tasa de crecimiento apropiado?

Al elegir como mercado objetivo las mujeres de estratos socio económicos 4, 5 y 6; de 25 a 40 años de edad se pensó en el poder adquisitivo que ellas tienen y en la oportunidad de crecimiento que se puede tener con ellas como consumidores, en el país se han realizado estudios en los que se habla que las mujeres al aumentar de edad aumentan el consumo de calzado y se habla también de un promedio mínimo de 6 pares de zapatos por mujer. También se conoce que como comportamiento natural las mujeres tienden a comprar más productos basándose en los estilos y detalles que tienen.

Comportamiento natural de los clientes identificados para el producto.

Los clientes que se identificaron para estos productos son como se hablo antes mujeres de 25 a 40 años de edad, de estratos socio económicos del 4 al 6, con acceso a internet y alto poder adquisitivo. Mujeres con interés en productos exclusivos, de mejor calidad e innovadores.

También se tiene opcionados para clientes empresarios interesados en la materia prima.

Clientes potenciales o futuros compradores.

Los clientes potenciales serán todos aquellos que estén interesados en un producto innovador, ya que en el país el mercado esta acaparado principalmente por productos con cuero de ganado bovino presentar una opción diferente expandirá los límites de compra para los clientes finales. También serán aquellos que necesiten o deseen cueros más resistentes para realizar sus productos terminados.

Se podría pensar también en expandir el mercado a otros países ya que es por fuera donde se valora más los productos diferentes e innovadores, pero esta idea no se tiene para corto plazo sino que se piensa en un objetivo a mediano o largo plazo.

Características de los clientes.

Como se menciona anteriormente el sector de clientes que se fijo son mujeres de estratos socioeconómicos medios altos: 4, 5 y 6 que estén entre los 25 y 40 años de edad, ubicadas en Antioquia y con acceso a internet, con alto poder adquisitivo debido al costo que tendrán los productos.

También tenemos como objetivo empresarios afectados por la falta de materias primas, que se encuentren ubicados principalmente en Antioquia y después se expandirá el mercado a todo el país. Empresarios interesados en incluir en sus materias primas elementos diferentes a los trabajados normalmente y con intensión de darle un valor agregado a los productos finales.

¿Por qué están interesados en el producto?

El producto llega a generar intereses en los clientes porque es algo que no se maneja en grandes cantidades en el área de enfoque elegida, además serán productos diferentes, con diseños exclusivos, innovadores, de mejor calidad ya que el cuero tiene propiedades que permiten que los productos terminados sean más resistentes al uso.

Por otro lado el producto va a generar un equilibrio de materias primas para los productores de calzado y marroquinería ya que sería una alternativa a los cueros que se manejan normalmente en Antioquia y que están siendo exportados en grandes cantidades.

Mercado, tamaño, cifras de potencialidad.

Al fijar como área de enfoque Antioquia y escoger las mujeres de 25 a 40 años de estratos socio económicos altos tenemos un gran tamaño ya que tenemos 680449 mujeres aproximadamente para ofrecer los productos.

Las cifras de potencialidad del producto exactas no se tienen por el momento, pero se espera que de acá a un año el producto sea reconocido en Antioquia, comenzando a lograr también fidelización de los clientes a los productos y a la empresa.

Mercado muy competido o medianamente competido.

En el mercado se encuentra mucha competencia en el sector del calzado y la marroquinería ya que hay muchas marcas establecidas desde hace mucho tiempo, la ventaja que presentamos como empresa innovadora es en cuanto a las materias primas ya que vamos a presentar productos diferentes a los que hay en el mercado, es por eso que se consideraría que en relación a los productos terminados que vamos a ofrecer no hay competencia porque no se

conocen empresas centradas en la elaboración de productos terminados de marroquinería y calzado solo con cuero de avestruz.

Excede la demanda a la oferta.

No podemos hablar de eso aun porque no hemos presentado al mercado los productos, se hablara de ese equilibrio que pueda o no pueda existir en cuanto a oferta y demanda más adelante.

El producto.

Beneficios percibidos por los consumidores. Atributos relevantes para soportar la propuesta de valor.

Con estos productos los consumidores encontraran la posibilidad de variar respecto a los materiales que compran, así como también pueden encontrar productos de mejor calidad, de texturas diferentes y diseños más especiales a los existentes en el mercado debido a las características finales del cuero de avestruz.

Hablando desde el punto de vista de los productores de calzado y marroquinería pueden beneficiarse con materias primas diferentes, resistentes e innovadoras.

Los atributos que se le aportan al producto para soportar la propuesta de valor es que es un producto que puede ganar mucho mercado por ser tan diferente, también debemos tener cuenta que son cueros que debido a sus características físicas y químicas acepta más variedad de colores a comparación de los cueros de bovino lo cual puede ampliar el mercado porque se le ofrece más variedad en el producto final.

¿Hasta qué punto el producto es único en el mercado nacional o internacional?

En el área de enfoque el producto es único porque en el departamento de Antioquia no se conocen fábricas que realicen el cuero de avestruz.

En el país si se conocen productos realizados con el cuero pero no son realizados en grandes cantidades y a nivel internacional grandes marcas han utilizado este cuero en sus colecciones pero sacan pocos productos por colección.

Diferencia de otras opciones de mercado, ventaja competitiva.

Como se ha dicho anteriormente en el trabajo el cuero de avestruz tiene cualidades muy específicas y diferentes de otros cueros, tiene más resistencia al uso, acepta mas coloraciones, tiene diseño exclusivos debido a los folículos que quedan después de retirar las plumas, en el mercado llegaría a competir con otros productos de marroquinería y calzado por la exclusividad y el estatus que le dan al cliente.

¿Desventajas que tiene sobre los productos de la competencia?

La principal desventaja es que la competencia lleva mucho tiempo posicionada en el mercado, han logrado fidelización de clientes y le brindan a los clientes para la adquisición de los productos.

La competencia.

Productos o servicios sustitutos, complementarios y competidores.

Los productos sustitutos que vamos a encontrar en esta categoría serán en las materias primas ya que para la marroquinería y calzado existen sintéticos, telas, velcro, entre otros que pueden ser usados para la elaboración de productos terminados, aunque algunos de estos también son complementarios, otros complementarios serían las hebillas, suelas, hilos, pegantes; los productos competidores serán todos los cueros que muestren ser de tan buena calidad como el producto que mostramos nosotros.

Fortalezas y debilidades de la competencia, como enfrentarla.

Las fortalezas serían la estabilidad que tienen en el mercado, reconocimiento de las marcas, el tiempo que llevan en el mercado, fidelización por parte de los clientes.

Como debilidades tienen que en la mayoría de sus productos usan el mismo estilo de cuero en todos los productos y solo actualizan los diseños.

Para enfrentar la competencia se trabajarán en campañas publicitarias por medio de redes sociales que es un medio que maneja mucha población a la cual se quiere llegar, se diseñarán productos de manera continua para ofrecerle a los clientes gran variedad, los clientes tendrán la oportunidad de opinar frente al producto que desean y su diseño con el fin de satisfacerlos lo mejor posible. Se integrarán nuestras materias primas con otras para dar una exclusividad aun mayor en los productos ofrecidos.

Posición de los competidores.

No podemos negar que la competencia está muy bien posicionada y que lleva mucho tiempo en el mercado, pero para nuestra empresa es muy importante llegar a un nivel de reconocimiento muy alto por eso utilizaremos estrategias de ventas, hacer que el cliente se enamore de nuestros productos, crearle la necesidad de lo que les podemos ofrecer, etcétera.

Proyectos directos o indirectos que se generaran.

A partir de este proyecto se pueden generar muchas opciones para producir otros elementos, para este proyecto la materia prima sería la piel de los avestruces al obtenerla se generarían lo que llamamos elementos de descarte, en este caso los descartes serían todas las partes de la avestruz, con esas partes que “no” nos sirven podemos pensar en proyectos que se pueden realizar como por ejemplo la distribución de la carne, venta de pestañas para usarlas en la realización de pinceles finos, las plumas se pueden usar para elaborar de plumeros para limpiar equipos de computo ya que no generan estática, el uso de tendones y cornea para trasplantes a humanos se está estudiando y también puede ser un proyecto interesante, los intestinos son usados en la industria cosmética, el pico y la uñas se toman para la joyería. Así que son muchos los proyectos que se pueden desencadenar y nos traerían beneficios económicos, algunos serían a corto plazo como la venta de carne, pestañas y plumas, mientras que otros serían a largo plazo como la realización de joyas, introducción a la industria cosmética y el uso de elementos en trasplantes a humanos.

Características personales y profesionales de los integrantes del equipo de trabajo

El equipo está conformado por Diana Carolina Dávila, estudiante de décimo semestre de Zootecnia en la Corporación Universitaria Lasallista, quien bajo la asesoría de Santiago Gil

Arango, profesor de Industrialización II en la Corporación podrá realizar el curtido de las pieles que se reciban, la estudiante también tomara parte de la aprobación de los diseños que se quieren obtener con el cuero y en la elección del lugar donde se maquilaran el calzado y marroquinería. El diseñador y lugar donde se maquilaran los productos no se han elegido aun.

¿La oportunidad está acorde con las habilidades y experiencia del equipo que tratara de aprovecharla? ¿Es compatible con las fortalezas?

En este caso la experiencia habría que ir la adquiriendo y las habilidades hay que ir las desarrollando, será un trabajo al cual habrá que dedicársele mucho pero con las ganas de aprender será un poco más sencillo el hecho de desarrollar y montar una empresa emprendedora que sea reconocida, el conocimiento que se tiene irá creciendo a medida que vayamos realizando todos los procesos necesarios para llegar a los productos deseados. Se puede decir que las fortalezas que se tienen para esta oportunidad estarán basadas en las ganas de tener la empresa, de desarrollar la idea y de fidelizar los clientes a los cuales se les ofrecerán los productos, así que las fortalezas si son compatibles.

Describa y clasifique la inversión requerida para el óptimo funcionamiento del proyecto.

La inversión requerida estará dividida en equipos, salarios, servicios, insumos, materia prima, alquiler de la bodega, pago por maquilar productos.

En este momento solo tenemos claro la inversión necesaria para los equipos, al avanzar en el proyecto iremos definiendo los otros ítems.

Tabla 1 inversiones de equipos

Equipos	Unid	COSTO x UNIDAD (\$)	Total inversion	meses	depreciacion
Fulon 60 Kg	84	4.000.000	336.000.000	36	9.333.333
Fulon aporreo 200 Kg	3	11.000.000	33.000.000	36	916.667
Descarnadora	1	7.000.000	7.000.000	36	194.444
Templadora y secadora	2	14.000.000	28.000.000	36	777.778
Escurreidora	2	14.000.000	28.000.000	36	777.778
Prensa	1	25.000.000	25.000.000	36	694.444
Medidora	2	6.000.000	12.000.000	36	333.333
Caldera	1	25.000.000	25.000.000	36	694.444
Esmeriladora	2	12.000.000	24.000.000	36	666.667
Medidor digital PH	4	650.000	2.600.000	36	72.222
Cabina pintura	2	1.200.000	2.400.000	36	66.667
Muebles y Enseres	3	1.500.000	4.500.000	36	125.000
Equipo de Computo	4	1.882.494	7.529.976	36	209.166
			535.029.976		14.861.943

Plan de negocio

Nombre comercial del producto

Golden Ostrich

Descripción del producto

El producto que se quiere comercializar en la empresa es cuero de avestruz para su utilización como materia prima y para la venta de productos terminados de marroquinería y calzado para dama. Los productos se quieren realizar con este cuero porque es muy resistente, tiene propiedades que lo diferencian de los otros cueros del mercado como lo son los aceites naturales que le brindan mayor resistencia, además el diseño natural de la piel debido a los folículos que quedan en la piel después de retirar las plumas aportan un diseño único para el producto final. Al trabajar con este material se logra brindarle al consumidor un producto exclusivo e innovador.

Ubicación de la empresa y localización

La empresa estará localizada en el municipio de Copacabana, ubicado en el departamento de Antioquia.

La ubicación es en Copacabana porque en este lugar el impacto que tiene la empresa a la sociedad no es tan grave ya que a pesar de arrojar la misma contaminación no es una parte tan urbana como sería al ubicarla en Medellín por ejemplo y no existirán quejas por parte de los vecinos a la empresa por los olores que se desprenden de los procesos de descarnado, pre curtido y curtición. En esta empresa solo se teñirá el cuero, al ubicarla en este sector no quiere decir que estemos limitando nuestro mercado a esta zona porque lo que se quiere es realizar la distribución del producto en toda Antioquia.

Objetivos del proyecto

- Evaluar la viabilidad de una empresa productora y comercializadora de cuero de avestruz para optar al título de Zootecnista.
- Llevar al mercado un producto diferente a los existentes para mitigar la falta de materia prima que se presenta en el sector de la marroquinería y el calzado.

Presentación del equipo emprendedor.

Nombre: Diana Carolina Dávila Fonseca.

Dirección: Calle 74 52 A 80.

Celular: 301 346 09 99.

Cedula de ciudadanía: 1037 581 539.

La propuesta del trabajo está realizada por Diana Carolina Dávila Fonseca, estudiante de noveno semestre de Zootecnia en la Corporación Universitaria Lasallista.

La decisión de realizar el proyecto se da porque en el octavo semestre de la carrera se ve una materia llamada Industrialización II donde se experimentó con la realización de diferentes tipos de cueros, como por ejemplo de conejo, pescado y rumen (estomago de la vaca).

Desde allí surgió un interés de investigar la viabilidad que puede tener la venta de otros cueros que no son muy conocidos en el mercado Colombiano.

En este caso para el proyecto se pensó específicamente en el cuero de avestruz con el cual pretendemos identificar la viabilidad de una empresa productora y comercializadora de productos de marroquinería y calzado femenino.

Potencial de mercado en cifras:

A pesar de que el mercado de cuero es muy fluctuante existen datos que nos permiten verificar que existe un potencial en las ventas tanto de cuero crudo como de productos de marroquinería y calzado, algunas de las razones por las cuales se ve un mercado con potencial históricamente son:

- “En el 2008 las ventas ascendieron a 670 millones de dólares y las exportaciones aumentaron un 45%”. (Revista Cambio, 2010)
- “En el 2009 las ventas de productos incrementaron 7.6% en almacenes reconocidos”. (Revista Cambio, 2010)
- “En febrero del 2009 las exportaciones de cuero, calzado y marroquinería aumentaron 69 millones de dólares”.(Revista Cambio, 2010)
- En marzo del 2009 las ventas totales habían aumentado un 11.3% con respecto al mismo mes del año anterior.
- Entre el 2009 y el 2010 exportaciones de los principales cueros colombianos incrementaron en 91.17%. (Vanegas, Ivonne. 2011)
- En el 2012 la producción total de la industria del calzado y algunas manufacturas de cuero aumento un 15.4% y las ventas externas fueron de 284 millones de dólares lo que representa un aumento del 16%.
- Exportaciones de marroquinería y calzado aumentaron 24.1 y 12.3 por ciento respectivamente en octubre de 2012 con respecto al 2011.
- El 55% de las ventas del sector se está yendo en grandes cantidades para Asia, específicamente China a donde se está llevando el cuero crudo sin ningún valor agregado.(El Colombiano. 2013).

Por estas muestras de crecimiento en el sector tanto en producción como en distribución y exportaciones y a la innovación del origen del producto es que el proyecto puede tener una alta aceptación en el gremio.

Ventaja competitiva y propuesta de valor

Las ventajas competitivas que se pueden obtener de nuestra empresa y nuestros productos son:

- Diferentes alternativas respecto al cuero vacuno, ya que en este sector dicho cuero está pasando por un momento difícil dado que los factores ambientales, climáticos y económicos han hecho que en Colombia se reduzca el número de reses y el tamaño de los animales sacrificados, llevando a una baja de oferta de pieles.
- Con esta propuesta de producir el cuero de avestruz se muestra una nueva opción para obtener pieles de calidad e innovadoras en el sector, ya que a pesar de que Colombia se encuentra en el número 3 en Latino América y 11 a nivel mundial en hatos ganaderos y sacrificio de animales no se producen las mejores pieles a decir de los propios empresarios y representantes del gremio.
- Generación de empleos y materia prima, en el sector se están reportando desempleos debido a las grandes exportaciones de cuero crudo de bovino, lo que deja a los productores de calzado y marroquinería sin materia prima para realizar sus productos.

Innovación y diferenciación de los productos; debido al estilo único que posee el cuero de avestruz gracias a los folículos presentes en la piel, se tendrá un factor de diferenciación respecto a los demás cueros, ya que estos diseños naturales darán al cliente productos exclusivos.

Inversiones requeridas.

- Fulon de curtición.

- Fulon de aporreo.
- Baldes.
- Insumos químicos.
- Cuchillos.
- Alquiler de bodega.
- Compra de pieles.
- Servicios públicos.
- Salarios.

Proyecciones de venta y rentabilidad.

Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad.

- En cuero de avestruz puede ser una alternativa para luchar con las exportaciones que se están realizando de cuero crudo de bovinos lo cual está dejando a los productores de marroquinería y calzado sin materia prima ya que “el 55% de los cueros sin valor agregado están siendo exportados”. (El Colombiano, 2013)
- Y aunque se sabe que la cantidad de avestruces sacrificadas no van a igualar la cantidad que las reses se puede visualizar como un mercado en crecimiento ya que con la avestruz hay muchas oportunidades de negocio con las demás partes que se aprovechan de este animal; por ejemplo la carne es muy apetitosa y saludable ya que tiene menos grasa y calorías que otras carnes y tiene el mismo sabor que la carne de res, las pestañas son vendidas para realizar pinceles, las plumas además de su belleza tiene la propiedad de no crear estática y es por eso que son utilizadas para limpiar equipos de computo y también son utilizadas en el sector automotriz para la limpieza, los intestinos se usan en la industria cosmética y además de estas ventajas que tiene la avestruz hay algo muy importante y es el estudio que se esta

realizando para practicar trasplantes de cornea y tendones de la avestruz a humanos. Es por eso que la materia prima para realizar los productos de marroquinería y calzado femenino a base de cuero de avestruz no va a ser tan costosa como se imagina ya que los productores no van a matar el animal solo por la piel sino que tendrán muchos motivos para hacerlo.

- Otra razón para producir el cuero de avestruz es lograr abastecer el departamento ya que las importaciones en Antioquia aumentaron un 13% lo cual representa unos 100.57 millones de dólares. Si se logra reducir dicha cifra generando más materia prima para el sector, la rentabilidad de los productos sería mayor para los empresarios.
- Otra razón por la que se encuentra viable el proyecto es que al realizar nuestros productos de marroquinería y calzados propios se lograría luchar contra el 74% de las importaciones que se están realizando de calzado. Lo que nos permitiría disminuir el impacto económico al sector.
- Ya hablando en cuanto a la piel de avestruz como tal, se ve viable el proyecto porque generaríamos productos innovadores debido al estilo natural de la piel de avestruz, además esta piel es más receptiva el proceso de teñido haciendo posible obtener más de 100 tonalidades diferentes. Otra ventaja es que la piel de las patas de las avestruces es comparada con la cocodrilo, siendo la de las patas de avestruz más resistente y a prueba de agua que la de los cocodrilos.

Investigación de mercados

Diagnostico de la estructura actual del mercado

En el país el sector del cuero se ve afectado por las grandes exportaciones de cuero crudo sin valor agregado que están saliendo para Asia ya que son el 55% de la producción. Lo que genera que la materia prima para productos de marroquinería y calzado también disminuya; al suceder esto la importación de calzado este año aumento en un 74% y alrededor de 25.3 millones de pares llegan por debajo de los precios de referencia.

El 60% del mercado es abastecido por productos extranjeros.

De las ventas y exportaciones que se realizan solo el 27,6% son productos manufacturados, el resto es cuero crudo.

A pesar de la gran cantidad de exportaciones de cuero crudo y las grandes importaciones de producto terminados se ven esperanzas en el sector ya que en octubre del 2012 las exportaciones de marroquinería y calzado aumentaron un 24.1% y un 12.3% respectivamente respecto al mismo mes del 2011.

Dentro de los países objetivos están Estados Unidos, Perú, Chile y Ecuador que son a los cuales ya se hacen exportaciones y son unos en los cuales se ha visto el aumento de exportaciones de productos terminados, entre los países por explorar están Nueva Zelanda, Australia, Japón y mejorar el mercado en México.

Desarrollo tecnológico e industrial del sector.

En la actualidad el país está muy bien dotado de la tecnología necesaria para elaborar cueros de excelente calidad, además hay personal muy capacitado, con mucha experiencia y mucho conocimiento para operar la maquinaria y para identificar las etapas en las que se

encuentra el cuero. Para la elaboración de los productos de marroquinería y calzado en el sector también se encuentran muchas tecnologías en el país, que también son operadas por personal competente y con mucha práctica.

Importaciones y exportaciones a nivel nacional y mercados objetivos

A pesar de las importaciones que se han realizado al departamento han aumentado en un 13% el proyecto para la elaboración del cuero de avestruz no se ve afectada ya que no se conocen importaciones de esta materia prima ni de productos manufacturados con este cuero, de lo que se tiene conocimiento es que usan planchas con diseños parecidos a los que dejan los folículos después de arrancar las plumas, lo cual nos da una ventaja porque seremos los primeros en ofrecer el producto original y 100% de avestruz.

Los mercados objetivos son las tiendas de productos de marroquinería y calzado interesadas en el cuero de avestruz como materia prima y las mujeres de 25 a 40 años de edad, de estratos socioeconómicos altos. También se observa como mercado potencial los países a los que ya se realizan exportación de cuero vacuno que quieran trabajar con productos diferentes y exclusivos.

Identificación del clúster de la región.

El clúster en el que se ubicarían nuestros productos es en el del calzado, marroquinería y moda.

Empresas integrantes.

Aun no se sabe cuáles son las empresas integrantes, pues no se sabe cuáles puedan estar interesadas en comprar la materia prima para manufacturar o los productos de marroquinería y calzado para distribuirlos.

Mercado objetivo.

Inicialmente el mercado objetivo son las mujeres del departamento de Antioquia entre los 25 y 40 años de edad, de estratos socioeconómicos medios altos que tengan alto poder adquisitivo. Posteriormente al ver la evolución del producto ofrecido y de la aceptación que llegue a tener el producto se ofrecerá en otras partes del país y también se pensara en ofrecer el producto en otros países.

Estimación del mercado potencial.

“En el país el consumo se da más por parte de las mujeres que de los hombres, pues mientras un hombre tiene 2 o 3 pares de zapatos las mujeres pueden alcanzar un mínimo de 7 zapatos que usan muy seguido, los hombres se acostumbran a usar el mismo par” (Bedoya, Claudia. 2012).

Para el 2012 el consumo perca pita de calzado era de 2.4 pares, lo que anualmente daría un 112.6 millones de pares, aproximadamente 2.5 billones de pesos.

En cuanto a la marroquinería a principios del 2012 hubo un crecimiento del 12% con respecto al mismo periodo del 2011, lo que representa unos 136.797 millones de pesos. También se supo que en el 2012 el consumo per cápita de Medellín aumento en un 11%.

Estimación del segmento/nicho.

Los productos realizados con cuero de avestruz están enfocados a un mercado con recursos medios altos, que les guste invertir en productos diferentes y exclusivos queriendo así tener cierto estatus diferenciador. Está dirigido a todas aquellas mujeres que están entre los 25 y 40 años de edad de estratos socioeconómicos medios altos que les guste verse elegantes y tener artículos exclusivos.

Perfil del consumidor.

El consumidor deben ser mujeres de 25 a 40 años de edad, de estrato socioeconómico medio alto, que tengan buen poder adquisitivo y que le gusten los artículos de calzado y marroquinería elegantes, exclusivos y de muy buena calidad. También como consumidor están las empresas manufactureras que quieran mitigar el impacto que están causando las exportaciones de cuero crudo con un cuero diferente al existente en el mercado.

Localización del segmento.

El producto está dirigido a un público femenino que de manera regular adquieran productos diferentes y exclusivos de marroquinería y calzado, un público interesado en la moda y la belleza. Mujeres principalmente de estratos 4, 5 y 6. También se dirige a los productores de marroquinería y calzado que quieran tener en su producción diferentes materiales.

Elementos que influyen e inciden en la compra.

El elemento principal que influye en la compra de los productos es la exclusividad del diseño que se genera naturalmente en la piel, además de su resistencia y durabilidad. Es un producto suave y que necesita pocos cuidados con los cuales puede conservarse el producto por mucho tiempo, el cuero de avestruz a diferencia de los otros cueros tiene aceites naturales que evitan el endurecimiento del producto final al igual que evita que se cuartee.

Por la parte de los productores el elemento que influye en la compra es la necesidad de materia prima ya que como se ha hablado antes el cuero crudo está siendo exportado en grandes cantidades y no queda la cantidad suficiente acá para ser manufacturado.

Aceptación del producto.

Los nichos que muestran interés están enfocados en las clases sociales medias altas que tienden a interesarse en adquirir productos diferentes, exclusivos y que los haga sentir especiales ya que brindan cierto estatus social por la compra de dichos productos. Cabe resaltar que en estos nichos el estatus juega un papel muy importante en la vida de un individuo; además, el poder de adquisición y educación es mucho mayor comparado con otros sectores sociales lo que permite que se interesen por productos poco conocidos en el mercado. El sector que muestra menos interés es el de los estratos socioeconómicos más bajos debido a que su capacidad de adquisición de productos costosos es baja y no priorizan la idea de lucir accesorios exclusivos y originales.

Factores que puedan afectar el consumo.

La principal desventaja que se tiene con el producto es que la materia prima para el cuero de avestruz ósea la piel cruda no se consigue en grandes cantidades ni muy seguido acá en el país, ya que tanto la cantidad de criaderos y animales sacrificados es muy reducida.

Otra desventaja que se puede observar es la imitación del producto porque en el sector se suelen utilizar planchas que imitan el diseño de las pieles de diferentes animales como lo son de babilla, pescado, avestruz, entre otros. Esto afecta porque se pueden vender los productos con un diseño parecido al que queda en la piel del avestruz después de hacer el desplume a muy bajo costo.

Tendencias de consumo.

Se cree que debido a las cualidades que tiene el producto sobre las cuales ya se ha hablado anteriormente los nichos que se tienen como mercado objetivo aceptaran de muy buena

manera el producto ya que se conoce que los consumidores prefieren productos que no salgan en serie sino más exclusivos que los haga sentir especiales.

Producción en el mercado objetivo.

Los mercados objetivos tienen poco conocimiento sobre los productos que se están realizando con el cuero de avestruz aunque son atraídos por la exclusividad que se brinda con ellos.

A nivel nacional son muy pocas las personas que trabajan con este material, estos se encuentran ubicados en Cali y Villa de Leyva pero se tiene una ventaja frente a esto es que no son productores en serie pues no se preocupan por sacar colecciones muy seguidas por lo tanto la comercialización no es tan fuerte. La otra ventaja con la que nos beneficiaríamos es que en Antioquia no hay distribuidores de estos productos por lo tanto aunque nos toca abrir el mercado seríamos los únicos en obtener ganancias por la distribución y la idea es sacar colecciones cada 4 meses mínimo.

Identificación de principales participantes y competidores potenciales.

A nivel nacional Golden Ostrich tendría de competencia los criaderos que existen en el país si estos decidieran centrarse más en la venta de los productos de marroquinería y calzado y no en las otras actividades económicas que manejan como la carne, huevos, aceites, entre otros. También se podría generar competencia en el sector si llegaran a existir importaciones ya sea del cuero como materia prima o de los productos terminados.

Por otro lado podría considerarse competencia la utilización de plaquetas que logran la imitación de la piel sobre un cuero vacuno, a pesar de no ser un producto original las personas podría preferirlo por el costo ya que este sería más bajo y luciría muy similar.

Análisis de las empresas competidoras.

Si hablamos directamente de las empresas que son competencia en la parte de marroquinería y calzado tenemos muchas que podemos mencionar porque llevan mucho tiempo posicionadas en el mercado, estaríamos hablando de Bosi, Vélez, Bon Bonite, que son empresas que tienen una gran trayectoria en la distribución de productos terminados de cuero, algunas de ellas también tienen en cuenta como consumidores los hombres y otras solo se concentran en el mercado femenino. En cuanto a las curtiembres existen también muchas que podrían ser competencia ya sea por sus cueros, su capacidad de producción o porque también se encuentran trabajando con cueros diferentes al vacuno que son más exclusivos y elegantes.

Relación de agremiaciones existentes.

Para el sector hay muchas agremiaciones interesadas en sacar adelante la calidad de los productos terminados y del cuero producido para la utilización como materia prima. Son agremiaciones que quieren lograr que los productos colombianos sean reconocidos por lo tanto este producto al ser algo diferente y nuevo en el departamento tendría muy buen apoyo del gremio porque sería un producto que al realizarse bien demostraría la calidad que se logra manejar en el país para la producción con cuero.

Costo de mi producto.

Los costos de nuestros productos no pueden ser fijos para todos ya que depende del producto que se realice, no sería lo mismo sacar el costo de unas botas a unas sandalias, ni de un bolso pequeño a un bolso grande ya que la cantidad de cuero utilizado obviamente no va a ser el mismo. Lo que se puede decir es que los costos de nuestros productos a pesar de ser altos no son exagerados porque se conocen costos de otros productos que no son de avestruz iguales a los

nuestros, un bolso grande de avestruz puede ser vendido aproximadamente en 500000 pesos, unas botas pueden valer alrededor de 350000 – 400000 pesos, una correa puede costar 150000 pesos. Esos serian los precios al público.

Análisis de productos sustitutos.

Nuestro producto puede ser sustituido por varios productos, el mayor sustituto serian los productos realizados con cuero de vacuno ya que son los productos más conocidos en el mercado y los que menor costo tienen, también puede ser sustituido por otros cueros no tan conocidos pero con costos menores y por las imitaciones de las que se han hablado que son las que con una plancha imitan el punteo de la piel, estas planchas son usadas sobre cuero vacuno y seria un producto muy similar y más económico.

Análisis de precio de venta de mi producto y la competencia.

Los precios de venta de nuestro producto comparado con los de la competencia son similares, pero a pesar de la similitud también podemos decir que son muy buenos ya que por precios más o menos iguales estamos ofreciendo un producto diferente y exclusivo, con mejores características de resistencia, diseño y durabilidad. Los productos que se importen realizados con el cuero de avestruz también tendrían una desventaja frente a nosotros ya que con los costos de importación sumados a los costos de la cría, la hechura y la técnica usada para curtirla puede generar costos más altos, por esas razones se confía en que el producto tenga gran aceptación y potencial de mercado.

Segmento al cual está dirigida la competencia.

El calzado y productos de marroquinería que ofrece la competencia es para clientes interesados en la moda pero no le brindan al cliente ese nivel de exclusividad que puede generar nuestros productos ya que ellos producen en muy grandes cantidades y en serie, conllevando a que muchas personas se encuentren con los mismos productos.

Al igual que nuestra empresa la competencia también se centra en clientes de estratos socioeconómicos altos y con alto poder adquisitivo.

Posición de mi producto frente a la competencia.

Frente a la competencia nuestro producto podría estar en desventaja ya que con la trayectoria y fama que tienen las otras empresas los clientes preferirían lo que ya conocen, además los otros productores ofrecen facilidades para comprar, lo que no se tiene en esta empresa.

Por otro lado nuestro producto es diferente a los que ofrecen los otros productores y es por eso que llegaríamos a conquistar un mercado muy amplio después de obtener el reconocimiento necesario.

Plataforma estratégica.

Concepto del negocio.

La empresa pretende llegar a las personas que se interesan por la moda y por tener accesorios en su armario que complementen perfectamente su vestimenta. Son productos exclusivos que les darán a los clientes cierta diferenciación entre las otras personas. Productos con los que se pretende llegar al público femenino que les guste comprar de manera frecuente pero que se interesen en productos duraderos, resistentes al uso y de muy buena calidad.

La empresa quiere llegar al consumidor de manera física y virtual, de manera física por la exhibición de los productos en tiendas interesadas en la distribución del producto, en la parte virtual por medio de páginas web y redes sociales.

Si los clientes interesados en los productos se encuentran fuera del departamento se les hará llegar el producto por medio de envíos pero el costo de este debe ser cubierto por el cliente.

Objetivo de la empresa

Llegar a los clientes con productos exclusivos y con características diferentes a los productos que se ofrecen actualmente en el mercado.

Mitigar la falta de materia prima para la manufacturación de calzado y productos de marroquinería.

Análisis MECA

Mantener	Explotar
<p>Interés de consumo de las personas por productos de alta calidad y diferentes a los que ya hay en el mercado</p> <p>una producción limpia que permita ser amigable con el ambiente</p>	<p>El conocimiento que se tiene respecto al manejo de los cueros de avestruz</p>
Corregir	Afrontar
<p>No se posee una bodega para la elaboración del cuero.</p> <p>Falta de recursos y financiación para la implementación del proyecto</p>	<p>El hecho de que somos una empresa que debe entrar a conquistar el mercado</p> <p>Falta de conocimiento del producto y sus características lo que reduce el mercado potencial</p>

Misión.

Generar productos de excelente calidad que conquisten a los consumidores por su diferencia con los otros productos existentes.

Visión.

Golden Ostrich será una empresa reconocida por la calidad y exclusividad de sus productos, por tener un excelente servicio para el cliente y preocuparse por satisfacer sus necesidades.

Estrategia de mercado

Concepto del producto o servicio.

El producto que se realiza en la empresa es el cuero de avestruz para la venta como materia prima y productos terminados de marroquinería y calzado femenino. Las pieles con las que se realiza el producto deben ser sacadas de animales entre los 12 y 14 meses de edad donde ya han alcanzado el tamaño adecuado, ser pieles sin cortadas, cicatrices, aporreones o defectos muy grandes. Se le brindará al cliente la opción de elegir el producto deseado ya sea visitando las tiendas que pretendan distribuir nuestra marca o de manera virtual ya sea por medio de las redes sociales o página web.

Especificaciones o características.

El producto ofrecido a los clientes tiene muchas características que marca una diferencia puesto que la naturaleza propia de la piel tiene gran contraste con las pieles de otros animales. Los productos van a tener más resistencia al uso debido a los aceites naturales, serán más duraderos y con diseños diferentes por la forma punteada que dejan las plumas después de ser retiradas.

Uso del producto.

Los productos de marroquinería y calzado serán usados como complemento de las prendas de vestir, pueden llevarse como accesorios en el caso de las correas, billeteras y bolsos o como prendas principales en el caso del calzado.

Las hojas de cuero de avestruz que no sean usadas con estos fines serán vendidas como materia prima a otros productores.

Empaque y embalaje

El empaque depende de lo que se vaya a guardar y de lo que el cliente prefiera, para el calzado se usarán cajas o bolsas de tela que protejan los productos de caídas y para los demás

productos serán bolsas de tela. El empaque tendrá una imagen moderna e innovadora, que capte la atención de los consumidores. Con un diseño que indique que el producto es confiable.

Fortalezas y debilidades frente a la competencia.

Fortalezas.

- Producto 100% original.
- Diseño exclusivo.
- Naturaleza de la piel de avestruz con muchas características buenas que aportan mejor calidad a la piel y al producto final.
- Menos cuidados para la conservación de los productos.

Debilidades

- No poseer planta propia.
- Por el momento el producto no es conocido.
- Falta de capital.

Mezcla de marketing.

Marca.

La marca es Golden Ostrich.

Ciclo de vida del producto.

Los productos ofrecidos pueden durar por décadas con los cuidados mínimos.

Presupuesto.

Por el momento Golden Ostrich no tiene recursos propios que ayuden a montar el negocio y al no poseer ni la bodega, ni la maquinaria necesaria para la realización del cuero se eleva el

presupuesto, este presupuesto para la adecuación de la empresa contando con el arriendo de esta se encuentra en aproximadamente veinte millones de pesos.

Tácticas relacionadas al producto.

Los productos de cuero de avestruz se pueden ofrecer en diferentes presentaciones que cautiven varios segmentos del mercado como personas, e industrias. A parte de eso se aplicarán técnicas de innovación que permitan renovar el producto de acuerdo a lo que el cliente vaya necesitando y pidiendo a la empresa para complacer sus gustos, se pretende dar a conocer y mantener una buena imagen tanto de la empresa como del producto por varios años en el mercado. Se tendrá un mecanismo publicitario agresivo, que muestre que el producto existe y que se mantiene en el mercado y las diferentes maneras de adquirirlo. Se buscará crear un vínculo con los productores de calzado y productos de marroquinería como clientes mayoristas importantes, que utilicen el producto como materia prima para sus artículos. Para esto último, se implementarán sistemas de captación de clientes nacionales y en el exterior, los cuales hay que persuadir y lograr adquirir; por medio de mecanismos de aseguramiento de la calidad y cumplimiento.

Estrategia de distribución.

Alternativas de penetración.

Para ingresar al mercado se realizara una gran campaña de promoción meses antes de insertar el producto en el mercado objetivo, con el fin de ir culturizando a los clientes sobre las características, ventajas y propiedades del producto con el cual vamos a incursionar en el mercado.

Las visitas se llevaran a cabo a productores de calzado y artículos de marroquinería, almacenes de distribución de calzado, clientes finales, entre otros; lugares donde se puedan hallar

clientes potenciales como en los centros comerciales. Las personas que van a hacer estas visitas son personas capacitadas para hablar correctamente de las características del productos y para enseñar de manera adecuada las ventajas de este sobre el producto.

Además después de que el producto sea introducido en el mercado se continuara haciendo publicidad sobre este con el fin de seguir manteniendo informadas a las personas y conquistar nuevos clientes.

Alternativas de comercialización.

Para la comercialización del producto se ha hablado de varias formas, la comercialización directa al cliente desde el fabricante, la distribución en almacenes de calzado y artículos de marroquinería y la distribución virtual que se realizaría por medio de páginas web y redes sociales.

Por otra parte se puede crear una base de datos nacionales donde se registren empresas y personas identificando los posibles compradores, después de identificarlos se contactaran con el fin de hablarles sobre el producto y darles a conocer sus ventajas.

Distribución física internacional.

Aunque aún no se quiere incursionar en el mercado internacional si no que se quiere conquistar primero el departamental, se harán distribución virtual, por medio de pagina web y redes sociales y se entregara el producto por medio de envíos mediante empresas como Servientrega, Coordinadora Mercantil, Envía.

Estrategia de ventas.

Para las ventas nos vamos a enfocar en las diferencias que existen entre el cuero de avestruz y los otros cueros, ya que son estas diferencias las que le dan un valor agregado a nuestros artículos y son ventajas frente a los otros.

Nos concentraremos en los artículos que son más llamativos y apetecidos para la gente con el fin de que exista mas oferta para los clientes.

Se realizaran campañas para que los clientes conozcan los productos, realizada en puntos estratégicos, permitiendo así que tanto clientes ya conquistados como clientes potenciales sepan las propiedades del producto.

Presupuesto.

Golden Ostrich tiene presupuestado para estrategias de distribución y conocimiento del producto cuatro millones de pesos, que serán invertidos en diferentes medios de publicidad como pagina web, volantes, carteles.

Tácticas relacionadas con la distribución.

El producto será distribuido por Golden Ostrich y por aquellos almacenes de calzado que estén interesados en nuestros productos, también se distribuirá a productores que quieran entre su materia prima cueros de diferentes calidades y diseños. Se implementara un sistema de captación de clientes. Si hay que realizar envíos se planearan las mejores vías de distribución para la empresa dependiendo del tiempo y la economía que beneficien la empresa.

Estrategia de precios.

Análisis competitivo de precios.

Nuestros precios son muy competitivos en el mercado, ya que por precios similares a los que maneja la competencia estamos ofreciendo un producto innovador y diferente a los que ya existen en el mercado, con mejores propiedades de resistencia, durabilidad y diseño.

Los precios dependerán del artículo que se esté vendiendo, como se hablo anteriormente no se puede cobrar lo mismo por una billetera que por un bolso y es de ahí de donde parte nuestros precios.

De acuerdo a la competencia por imitaciones puede que nos afecte pero no mucho porque las personas cuando ven artículos de lujo y les gusta quieren siempre los productos originales lo cual podrá beneficiar a nuestra empresa.

Por los artículos importados no existe preocupación porque además de los costos de producción se suman los costos de importación lo que generaría un precio más alto a los nuestros.

Por las razones anteriores es que tenemos un gran potencial en el mercado.

Condiciones de pago.

Para las ventas de clientes pequeños, el producto será pagado contra entrega o en el punto de venta directo. Cuando se manejen clientes que llevan al por mayor se pactara un plazo de acuerdo a la cantidad de productos que lleve para cancelar el monto total, este plazo puede estar entre el mes y los dos meses. Después de tener logrado la fidelización de los clientes se podrán hablar de otras formas de pago, ya sea plan, separe o créditos, todo dependiendo del flujo de caja que se vaya obteniendo.

Seguros necesarios.

Para la empresa como tal se tendrán seguros contra accidentes ya sea por robo, incendios, terremotos o cualquier desastre. Para los empleados estarán las prestaciones laborales como la EPS, riesgos profesionales y pensión. Para los envíos realizados a otras partes del país e incluso envíos internacionales se pagara un seguro contra pérdida o robo, como esto está incluido en el precio del envío debe ser el cliente quien lo cubra.

Impuesto de venta.

En este caso hablamos del impuesto conocido como IVA que en el país es del 16%.

Costo de transporte.

En este caso el costo de transporte lo tenemos que mirar para varios aspectos, si la entrega del producto va a ser a nivel local y se quiere la entrega del artículo en la casa es de cinco mil pesos, este costo no varía si son muchos artículos o uno solo. Si los productos van para otra parte del país se tiene un precio de siete mil quinientos pesos en promedio por kilogramo así que para este precio si encontraríamos variaciones dependiendo de los artículos enviados y el peso neto que estos tengan. Para los envíos internacionales el precio del kilogramo está entre sesenta mil y ochenta mil pesos promedio, este precio también tendría variaciones de acuerdo a los artículos que se pidan y el peso de estos.

Riesgo cambiario.

El riesgo cambiario puede afectar los ingresos de la empresa cuando se hagan exportaciones. Si el dólar o el euro llegaran a presentar variaciones y disminuyen con respecto al peso colombiano van a bajar las ganancias y hasta pueden ocurrir pérdidas, porque nosotros como empresa no podemos cambiar precios que ya se han establecido en los mercados internacionales.

Pueden existir también cambios en el valor de la materia prima porque esta depende de los gastos que se tienen con las avestruces, el costo de la alimentación de estas puede verse afectado por los cambios arancelarios afectando el precio de la materia prima.

Por otra parte la disponibilidad de animales para sacrificio es nuestro mayor riesgo cambiario porque si los proveedores de pieles de avestruz no tienen la misma cantidad de animales cada que hacen el sacrificio podrían usar eso a su favor aumentando los precios de nuestra materia prima afectando así nuestras ganancias.

Preferencias arancelarias.

Los artículos de marroquinería y calzado con cuero de avestruz son nuevos en el mercado, los cuales no presenta ningún tipo de preferencia arancelaria; por tal motivo vendido con el 16%, sobre la venta del producto.

Tácticas relacionadas con los precios.

Las estrategias relacionadas con los precios se aplicaran cuando los compradores lleven grandes cantidades de nuestros productos, en ese caso se le aplicara un porcentaje de descuento que se decidirá al momento de la compra.

Otra estrategia relacionada con los precios es realizar promociones en los productos cada 6 meses con el fin de que los clientes se sientan atraídos a consumir nuestros productos.

Posible variación de precios para resistir una guerra de precios.

Si se habla de los productos de avestruz como tal podemos decir que nosotros tenemos los precios más bajos del mercado por esa parte podríamos resistir muy bien una guerra de precios. Si tomamos en cuenta los precios de la competencia que ofrece productos femeninos de calzado y marroquinería pero de cuero vacuno haríamos rebajas pero hay que tener en cuenta que la Golden Ostrich ofrece productos de mejores características.

Se buscaría la manera de conquistar más clientes y más mercados potenciales de manera que aumenten las ventas compensando los precios que se bajaron.

Estrategias de promoción.**Promoción dirigida a clientes y mercados.**

Cuando el producto va a tiendas de distribución los artículos tienen un precio más bajo. Si son mayoristas y se ha acordado un plazo de pago y es cancelado en un plazo más corto se descontara un 10% del total de la cuenta. Al pagar de contado se realizaran descuentos que pueden ser del 5%.

Manejo de clientes especiales.

Para los clientes especiales o mayoristas se tendrán tarifas diferentes proporcionando descuentos sobre el total de la compra, se les dará prioridad para la entrega de los artículos comprados y la facilidad de pago de hasta 2 meses de acuerdo a la cantidad que lleve, se le dará prioridad para escoger los artículos que desee de acuerdo al inventario que haya en la empresa en ese momento. Como se dijo anteriormente se realizaran promociones pero para los clientes especiales podrían realizarse de manera más constante..

Conceptos especiales que se usan para motivar la venta.

Principalmente se entrara al mercado hablando de las cualidades y propiedades que benefician el producto con el fin de conquistar los clientes por dichas características posteriormente se hablara del precio que tienen nuestros artículos en el mercado dando a conocer así que es un producto muy económico, la exclusividad en el diseño y en el materia será un motivo por el cual el cliente se sentirá más atraído. Se hablara de promociones cada 6 meses, descuentos por compras mayoristas.

Cubrimiento geográfico inicial.

Inicialmente nuestros productos serán distribuidos en el departamento de Antioquia, si logramos conquistar un mercado grande y esto nos genera reconocimiento tanto a nivel local como en otras partes del país se distribuirá el producto donde sea necesario, este reconocimiento se puede dar fácilmente debido al manejo de las redes sociales. Se pretende llegar al resto del país en un plazo de aproximadamente 18 meses.

Presupuesto de promoción.

Lo que se tiene presupuestado para promocionar el producto es aproximadamente dos millones de pesos, se utilizaran volantes, página web y redes sociales.

Estrategia de comunicación

Selección de medios.

Como hoy en día las redes sociales tienen tanto impacto en la sociedad se tiene como principal fuente internet ya que con este medio se tiene acceso a las redes, es un medio que nos permitirá obtener mayor reconocimiento fuera del área en la cual nos vamos a enfocar inicialmente. También se tiene pesado el uso de volantes donde se dé a conocer las características del producto. Las visitas a posibles proveedores para que reconozcan e identifiquen el producto también es uno de los medios que se tiene pensado utilizar.

Medios masivos.

Para comenzar el único medio masivo será internet debido a las facilidades de uso y que el costo de lo que se puede realizar por este medio para dar a conocer los productos tiene menor costo si lo comparamos con otros medios como la televisión y la radio. Podría tenerse en cuenta también que los volantes para dar a conocer el producto pueden realizarse de igual manera masivamente porque dichos volantes podrían distribuirse en varias ciudades con los números de contacto o correo electrónico para que las personas interesadas puedan comunicarse fácilmente con nosotros.

Tácticas relacionadas con comunicaciones.

Las tácticas relacionadas serán mostrar un producto innovador y exclusivo a las personas interesadas en este sector de la moda. Se tratara de conquistar los clientes mostrando las diferencias entre nuestro producto y los productos ya existentes en el mercado. Se hablara de las

ventajas que poseen en cuanto a conservación y resistencia al uso lo que hace nuestros productos más duraderos. Se capacitara personal que explique a los clientes todo lo mencionado anteriormente con el fin de poder conquistar un mercado grande.

Estrategia de servicio.

Garantía y servicio post venta.

La garantía del producto será de dos meses, obviamente al cliente hay que explicarle que hay algunas excepciones por las cuales el producto no tendría garantía lo cual sería por mal manejo al momento de usar los productos. Los servicios post entrega será darle una explicación al cliente de cómo almacenar el producto y el debido cuidado que debe brindarle. Si el producto aparece con un defecto de fábrica se cambiara por otro de buena calidad.

Mecanismo de atención al cliente.

La atención al cliente será lo más personalizada posible, se aceptaran todas las sugerencias, opiniones o quejas que los clientes quieran realizar ya sea por medio virtual o vía telefónica. Se resolverán las dudas que los clientes puedan tener respecto al producto de la misma manera hasta que queden satisfechos. Para la entrega de los productos será por medio de envíos o domicilios dependiendo donde se encuentre situado el cliente, cuando la entrega sea por domicilio los productos llegaran más o menos en 2 o 3 días, cuando sea a domicilio se hará al día después que sea realizado su pedido.

Forma de pago.

Para envíos se debe consignar la totalidad del valor, para los domicilios también será por medio de consignaciones o en el momento que se haga entrega del producto. Cuando las compras son al por mayor se realizaran descuentos, si el cliente que está comprando lleva mucho tiempo

adquiriendo nuestros productos se le brindara un plazo para cancelar la totalidad, si lo hace antes de ese plazo tendrá un descuento.

Comparación de políticas de servicios con los de la competencia.

Como desconocemos las políticas de la competencia no podemos realizar dicha comparación. Pero podemos asegurar que se trataran a los clientes de muy buena manera y las entregas de productos se harán de la manera más eficaz posible.

Análisis técnico operativo.

Ficha técnica del producto.

Los productos realizados por Golden Ostrich son productos realizados con piel de avestruz, la pieles seleccionadas deben ser de animales sacrificados entre los 12 y 14 meses de edad donde los folículos que quedan después de quitar las plumas quedan muy notables debido a su tamaño, las pieles deben ser de primera, no deben tener cicatrices por aporreones, ni daños mecánicos causados al momento del sacrificio, deben tener la menor cantidad de grasa posible porque esto. También hay que tener en cuenta que el producto tiene características propias de la piel que aportan gran valor al producto final proporcionando mayor resistencia al uso y mayor durabilidad.

Características sensoriales.

El producto final debe ser suave al tacto, seco y manejable, no debe tener olores malos, a la vista el color debe ser parejo y no deben aparecer migraciones de color. Debido a las características propias también muestra ciertas características únicas de la piel que deben ser reconocidas sensorialmente por ejemplo los folículos donde iban las plumas deben ser bien notables y grandes permitiendo identificar que las hojas terminadas o el artículo realizado son de piel de avestruz. Las hojas deben ser parejas en color, grosor, y tener un corte parejo, no deben existir muchos pedazos sobrantes.

Estado de desarrollo: Etapa en la que se encuentra el producto.

Los productos realizados con piel de avestruz no son muy conocidos en el área donde se va a iniciar la promoción de los artículos. Se presentan algunas limitaciones para conseguir las pieles para teñir debido a que la producción de avestruz acá en Colombia es limitada y las pieles se van obteniendo de acuerdo al número de animales que se vayan a sacrificar en los criaderos. Para la producción de las hojas existe una buena tecnología que permite la transformación del producto.

Innovación.

Descripción de la utilidad y originalidad del producto.

El producto presentado por nuestra empresa tiene un alto grado de originalidad debido a que en Colombia y específicamente en Antioquia los productos existentes son realizados con cuero vacuno en su mayoría y en algunos casos se hacen imitación por medio de placas que se aplican sobre las hojas y dejan impresas las figuras que se presentan en el cuero de otras especies como son la de cocodrilo, serpiente, avestruz, entre otros. La utilidad de los productos es más que todo para los amantes de la moda ya que los artículos realizados con el cuero de avestruz le brinda a los clientes cierto estatus en la sociedad, les da un toque diferente en su vestir diario y posee un toque innovador también.

Modo de producción/procesamiento.

Para la obtención del cuero de avestruz se necesitan animales de aproximadamente 12 y 14 meses de edad ya que a esa edad las pieles tienen un tamaño adecuado para su utilización, las pieles debe ser de primera no deben tener cicatrices por cortadas, aporreones o mal manejo de las pieles después del sacrificio del animal. Posteriormente se debe hacer un correcto almacenamiento ya sea por medio de salado o congelando las pieles. Cuando las pieles se van a usar se debe hacer un lavado profundo si el medio de conservación usado fue el salado para eliminar el exceso de la sal, posteriormente se tiñen las pieles y luego se hace un acabado deseado, luego se disponen las hojas ya terminadas para la elaboración de los artículos de marroquinería y calzado.

Empaque/embalaje.

El empaque utilizado para distribuir los productos será en caja o en bolsas de tela de acuerdo al gusto del cliente. Tanto las cajas como las bolsas tendrán el logo de la empresa con el fin de dar reconocimiento mayor.

Canal de distribución.

Para la distribución del producto se tendrán en cuenta varias formas para realizar la entrega de los artículos, una de ellas en la entrega directa al cliente donde se realizaran domicilios o envíos en caso tal que el cliente se encuentre en una área fuera de Antioquia. También se realizara la distribución por medio de terceros, ósea almacenes que estén interesados en distribuir el producto.

Grupo objetivo y comercialización.

El mercado objetivo son mujeres entre los 25 y 40 años de edad de estratos socioeconómicos medio altos, con acceso fácil a internet para que puedan enterarse por medio de las redes sociales de todo lo relacionado con nuestros productos. La distribución va a ser directa a los clientes, por medio de envíos o domicilios, también será por medio de tiendas de marroquinería y calzado interesadas en nuestros productos, se realizara también la comercialización utilizando las redes sociales y por medio de página web.

Descripción de integración de la innovación y ofrecimiento al cliente.

Por ser un producto nuevo se puede llegar a conquistar un mercado bastante amplio ya que es un producto novedoso y exclusivo, con características diferentes a las que ya tienen los otros productos del mercado, como el producto se establece en el sector de la moda obliga a la empresa a generar nuevas ideas para los artículos y a realizar cosas muy exclusivas que atraen aun mas a los clientes existentes y a nuevos, también se genera la idea de expandir el mercado hacia los clientes masculinos que se encuentren interesados en tener productos exclusivos. Al establecer de manera exitosa el producto se tomaran en cuenta todas las sugerencias que realicen los clientes para tener presente siempre su opinión y se buscara llenar de la mejor forma sus expectativas.

Descripción del proceso.

Etapas 1: pretratamiento y almacenamiento.

“Se separa la carne de la piel para reducir el peso y para que el uso de las sustancias químicas que se necesitan en los procesos posteriores sea óptimo, este proceso se hace mecánicamente. Para el almacenamiento se tiene en cuenta si las pieles van a ser transformadas inmediatamente después del sacrificio o si se van a guardar por un tiempo antes de convertirlas, si este es el caso se pueden apilar las pieles en el suelo o en estibas, se debe intercalar las pieles con una capa de sal, la cual va a prevenir el desarrollo de microorganismos que dañan las pieles”. (Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, 2006)

Etapas 2: ribera.

En esta etapa se prepara la piel para el curtido, el objetivo es limpiarla, hidratarla y quitarle el pelo. Esta etapa consta de varios pasos, los cuales son:

- Remojo: “se realiza para retirar las impurezas que puedan contener las pieles. Si las pieles que vienen de una conservación tienen presencia de bacterias se debe realizar un remojo especial con bactericidas y tensoactivos, posteriormente se realiza otro remojo con agua limpia” (Arango, Santiago. 2012).
- Pelambre y lavado: “se realiza con el fin de eliminar el pelo, lana y la epidermis. también pretende hinchar de nuevo la piel para que los químicos que se usan en los otros procesos tengan buen efecto, generalmente este proceso es hecho con químicos, en esta etapa el agua puede recircularse para usarse posteriormente con el mismo fin.” (Arango, Santiago. 2012)
- Descarne en cal: “se retira la piel de la endodermis, la cual contiene tejido proteico y grasa, lo cual nos va a traer problemas con el curtido”. (Arango, Santiago. 2012)

- Dividido en cal: “se separa la piel y la carnaza. Se puede realizar este proceso mecánicamente o a mano, se elimina todos los restos de carne y grasa para evitar un desarrollo de bacterias posteriormente” (Arango, Santiago. 2012).
- Re encalado: “este proceso es opcional, se realiza para lograr una mayor apertura de las fibras.”(Arango,Santiago. 2012)
- Lavado: “se eliminan todos los residuos de cal existentes después de los procesos anteriores”. (Arango, Santiago.2012)
- Desencalado: “en un lavado que permite eliminar la cal existente en la parte interior de la piel, se realiza con ácidos inorgánicos y orgánicos”. (Arango, Santiago. 2012)
- Purga enzimática: “se eliminan las impurezas y el material que no sirve para el curtido por medio de enzimas. Le da mayor flexibilidad al cuero”. (Arango, Santiago. 2012)
- Lavado: “se puede realizar con tensoactivos, detiene la acción de las enzimas y elimina lo que quedo de la cal, grasa, sales y otras impurezas”. (Arango, Santiago. 2012)

Etapas 3: curtido.

“Cuando las pieles vienen del proceso de ribera se corre el riesgo que se pudran por medio de las enzimas segregadas por los microorganismos, con la curtición se busca estabilizar la proteína para que eso no suceda y se logre obtener un material que pueda ser usado sin que la acción enzimática microbiana en húmedo la afecte”.

“El curtido puede ser de diferentes maneras y recibe su nombre de acuerdo al tipo de curtientes usado; en el curtido vegetal se usan taninos vegetales como la corteza de acacia negra, corteza de mangle, extracto de corteza de pino; en el curtido mineral se usan sales minerales como lo son las sales de cromo, sales de aluminio, sales de zirconio; en el curtido sintético se

usan curtientes como formol, quinona, entre otros. En esta etapa también se presentan varios pasos que son”: (Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, 2006)

- Piquelado: con este proceso se detienen las reacciones enzimáticas de la purga, elimina la cal que se había combinado con el colágeno, prepara la piel para el curtido y para almacenarlo por tiempos prolongados.
- Curtido: en este proceso se estabiliza la proteína, es donde la piel pasa a ser cuero, acá se le da alta estabilidad fibrosa al cuero y este se vuelve más resistente al ataque bacteriano y a las altas temperaturas.
- Basificado: se aplican las sales las cuales aumentan el pH y posteriormente facilitara la reacción del cromo.
- Lavado y reposo: el cuero se puede dejar reposando para que siga reaccionando, este paso puede ser opcional.
- Escurrido: el cuero es prensado para eliminar el exceso de agua que tiene el cuero, también permite estirar las arrugas y mantener el espesor firme.
- Dividido: en esta parte se separa la carnaza de la piel, esto es opcional.
- Rebajado: en esta etapa el cuero pasa por una maquina que tiene unas cuchillas que giran rápidamente y rebajan el cuero a un espesor uniforme y deseado.
- **Etapas 4: recurtido, teñido y engrase:** “estos procesos se llevan a cabo para lograr varios objetivos que van a permitir q al final tengamos un buen resultado, se busca elevar el pH, darle más cuerpo, resistencia, manejabilidad, durabilidad y suavidad a las propiedades del cuero, con el teñido se busca darle tonalidad y uniformidad al color del cuero, con el engrasado se vuelve al contenido graso que tenía el cuero y esto en el acabado le dará mayor flexibilidad” (Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, 2006) .

- Desengrase y lavado: elimina impurezas, el proceso puede ser opcional.
- Recurtido cationico: se adiciona sal cationica con el fin de acidificar, esto le da elasticidad y suavidad al cuero y prepara el cuero para los procesos posteriores.
- Neutralización: se realiza para aumentar el pH y eliminar la acidez.
- Recurtido: se adicionan recurtientes o taninos, pueden ser sintéticos, acrílicos o vegetales.
- Teñido o tintura: en este proceso se le da al cuero un color deseado, puede hacerse en la superficie solamente o atravesar el grosor.
- Engrase: Se hace con el fin de conferirle al cuero suavidad, fuerza, flexibilidad y resistencia, evita que el cuero se rompa al doblarlo.
- Estirado: se pasa la piel por rodillos para eliminar arrugas por el lado de la flor.
- **Etapa 5: acabado:** “en esta etapa se busca darle una mejor presentación al cuero, en otros casos se usa más que todo para dar resistencia, todo dependiendo del uso que se le va a dar finalmente al cuero” (Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, 2006).
- Secado: por medio de esta operación se extrae gran parte de la humedad. Esta operación se realiza después del teñido.
- Acondicionado: se realiza cuando los cueros quedaron muy secos, con un atomizador se les echa agua para que lleguen a tener la humedad adecuada.
- Ablandado mecánico y bataneado: algunas propiedades del cuero se pierden es por eso q es necesario.
- Esmerilado: se lija el cuero con el fin de emparejarlo y corregir defectos existentes en el lado de la flor. se unas rodillos recubiertos de lijas y cauchos.
- Desempolvado: se realiza para eliminar el polvo residual que queda después del esmerilado, se hace con una aspiradora.

- Templado: los cueros son estirados con el fin de recuperar parte del área que se perdió en los procesos en húmedo.
- Redondeado en crust: se eliminan las partes indeseables del cuero.
- Impregnación: se aplican resinas que de acuerdo a lo que se desea tienen diferentes durezas, esto hace parte de la reconstrucción de la flor.
- Secado por colgado: se cuelgan los cueros para que se elimine el agua y los solventes usados en los procesos anteriores.
- Pigmentado: se pinta la superficie, se realiza el proceso por diferentes métodos.
- Planchado y grabado: se prensa el cuero con una planilla, esta puede ser lisa o pueda tener diferentes grabados.
- Lacado: se aplica laca para lograr un terminado de calidad, esto protege el acabado
- Medido: se realiza para determinar el área del cuero.
- Almacenado: se guarda el cuero de manera que quede protegido hasta que sea vendido o utilizado.

Variables de control.

Registros:

En los registros debemos mantener de manera detallada, concisa y clara la cantidad de pieles que entran a la empresa como también la manera en la que entraron, ya sea crudas, en wet blue, cruts, entre otros. Su peso debe quedar registrado con mucha precisión para posteriormente realizar de manera adecuada los procesos de curtición sin ir a dañar las pieles por exceso o falta de algún producto químico. También debe tenerse en cuenta en todo el proceso la cantidad de pieles que se va a descartar o hacia qué proceso se dirigirán las pieles que se tienen, ya que

dependiendo de lo que se desea algunas pieles llevaran procesos diferentes. Cuando ya se tenga el cuero curtido y con los respectivos acabados se debe tener en cuenta la cantidad de pieles que se venderán como materia prima y las que usaran para los productos terminados.

Humedad:

La humedad final de las pieles debe estar entre el 16% y el 22%, no debe quedar mayor a 22% para evitar que por medio de la humedad se desarrollen hongos.

pH de las pieles:

Durante todas las etapas que se llevan a cabo para realizar la curtición de manera adecuada se debe tener muy presente el pH que tienen las pieles debido a que hay unos rangos adecuados para que las pieles acepten o no los químicos que se van a usar en cada etapa, hay que estar muy pendientes de este parámetro para no ir a dañar las pieles y para que el proceso que se lleva a cabo tenga resultados exitosos (Arango, Santiago. 2012).

Control del baño:

Se sabe que la mayoría de las etapas se realizan con grandes cantidades de agua, hay que ser muy exactos con el volumen que se va a usar y la temperatura que se requiere de acuerdo a la etapa en la que se encuentra el cuero, también hay que tener claro el tiempo en que las pieles van a permanecer en dicho baño y la rotación que deben realizar en este.

Velocidad del fulo:

Esta variable es muy importante porque dependiendo del proceso en el que se encuentren las pieles, las rotaciones por minuto del fulon son diferentes.

Prueba de rasgado:

La prueba al rasgado se realiza con un dinamómetro el cual nos va a permitir identificar de manera cuantitativa la resistencia al rasgado y a la tracción, esta prueba también nos da como resultado el alargamiento máximo al que llegara el cuero.

Resistencia:

Esta prueba se hace cortando una parte del cuero y halándolo. Dependiendo de la facilidad con que se rasga fácilmente es señal de una resistencia pobre.

Prueba de curtido:

Para verificar que el teñido es correcto y que las sustancias utilizadas estén bien impregnadas en el cuero se coge un paño blanco y se fricciona contra el cuero, esto se realiza tanto en húmedo como en seco, si pasan residuos de colorante del cuero al paño se considera que hay una fijación mala o pobre.

Acabados (migración de color):

Para verificar si los acabados son correctos se debe mirar si el color es parejo, si se notan manchas no deseadas o que el color se desplazo de una zona a otra del cuero, se descarta esa hoja.

Variables críticas de control:

Las variables críticas de control se puede decir que no están involucradas directamente con el proceso y la terminación de cuero como tal, pero tienen mucho que ver ya que debido a estas variables es que las curtiembres tienen problemas para su establecimiento. Entre las más importantes y con las que más cuidado se debe tener son:

Legislación ambiental:

“Los lugares en los que se deben ubicar las curtiembres deben cumplir ciertas reglamentaciones ambientales para poder funcionar, también deben ser lugares alejados de la ciudad para que los malos olores que se desprenden de los procesos no afecten a las personas y no existan quejas de la empresa. Además ambientalmente las curtiembres no solo tienen impactos por los olores si no que hay residuos sólidos que se desprenden de algunos procesos y generan alta contaminación, es por eso que se deben cumplir normas que evitan que los productores de cuero devuelvan muy contaminada al ambiente el agua que se usa en estos procesos. La principal

norma que se utiliza es la ISO 14000, es una norma aceptada internacionalmente, que establece ciertos requisitos para que la empresa pueda obtener certificación del sistema de gestión ambiental. Buscando el equilibrio entre el mantenimiento de la rentabilidad y la reducción de los impactos ambientales” (Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, 2006) .

Manejo ambiental:

“El manejo ambiental está ligado a las correcciones que se tienen en cuenta para mitigar el impacto sobre el ambiente y al manejo de estas.

Las estrategias para minimizar el impacto van desde antes del sacrificio del animal hasta los procesos de acabado del cuero. Algunas son:

Pedirles a los proveedores de pieles que las entreguen más limpias, puede ser lavando las pieles después de que los animales sean faenados para que la sangre y el estiércol aceleren el proceso de putrefacción de las pieles, doblar las pieles para evitar que se arrastren y ensucien con facilidad al ser apilada, mantener las pieles en lugares frescos y aireados.

Conservar las pieles con métodos diferentes a la sal para evitar la contaminación de las aguas con este elemento.

Si el método de conservación es con sal se debe recoger la que queda en el suelo barriéndola mas no lavándola y que sea de grano grueso para que sea más fácil su manejo, se pueda recuperar y pueda reutilizarse.

Hacer un descarnado más parejo para que el porcentaje de químicos por kilogramos de piel sea menor y así es menos la cantidad residual que van a los afluentes.

Hacer el pelambre con la técnica que consta en no destruir el pelo, para que se pueda hacer una recuperación más fácil de este y evitar que sea un sólido que va al agua.

En caso de la utilización de baños para realizar el pelambre se recomienda reciclar los baños para disminuir la utilización de las aguas y para evitar el uso de químicos de manera indiscriminada.

También la reutilización del baño de cromo ayuda a disminuir la cantidad de agua tomada de los afluentes y a disminuir la cantidad de cromo que va a estos.

Recoger el agua del escurrió para hacerle un tratamiento antes de devolverla

La utilización de químicos menos contaminantes que hagan el mismo efecto en las pieles y cueros que los que se usan normalmente.

Para el teñido implementar la utilización de colorantes mas amigables con el ambiente.

La utilización de rejillas para que atrape los sólidos mas grandes como son los restos de carnaza que se sueltan en algunos procesos.

Realizar limpiezas de manera periódica para evitar malos olores y la aparición de roedores.

Con la implementación de todas estas medidas se logra mitigar los efectos de la contaminación ambiental proveniente de las curtiembres, al implementarse los mayores correctivos posibles se logra un beneficio para que los alrededores de las empresas ya que no sufren tanto por la contaminación” (Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, 2006).

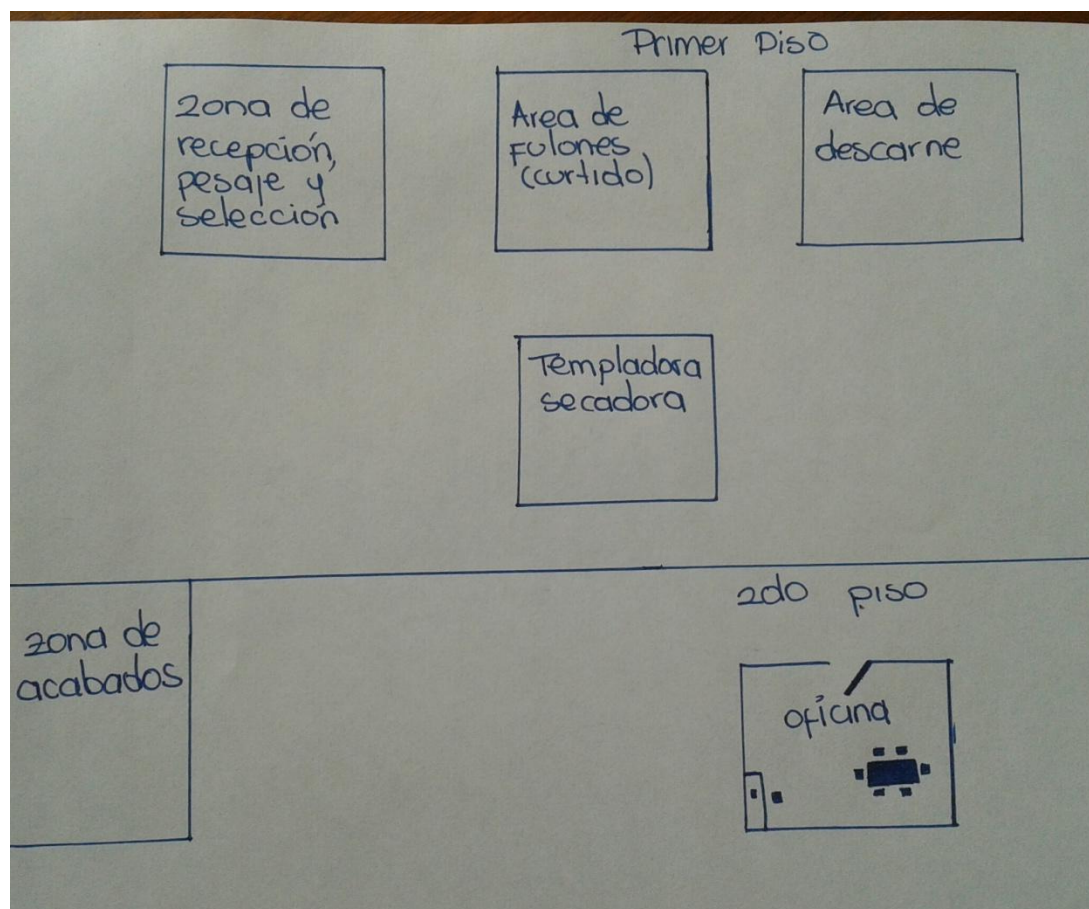
Desarrollo del producto, basado en el segmento del mercado.

El producto va a ser desarrollado bajo estrictas normas de calidad en su proceso productivo, buscando ser amigable con el medio ambiente, ya que finalmente irá dirigido a un segmento de mercado que busca diferenciación a la hora de consumir el producto final.

El cuero de avestruz y los productos de marroquinería y calzado que a partir de él se desarrollaran pretenden llenar las expectativas de un público objetivo conocedor del competitivo mundo de la moda.

Distribución de la planta de producción:

Ilustración 1 distribución planta de producción



Ficha técnica del proceso.

- **Características sensoriales:** por las características propias de la piel, esta tiene su propio diseño y textura, dándole ventajas sobre otros tipos de pieles, además de las características propias de un cuero apropiado para la industria de la marroquinería y el calzado, como son: suavidad al tacto, flexibilidad, resistencia, durabilidad.
- **Microbiológicas:** se debe verificar que el producto final no tengan manchas causadas por hongos que pueden aparecer por altos porcentajes de humedad en el producto final.
- **Fisicoquímicas:** como característica fisicoquímica debe tenerse en cuenta el pH de la piel que es lo principal para todos los procesos debido a que dicha variable es importante para la fijación de los productos durante todo el proceso, el valor final del pH debe ser de 5.6, también se debe tener en cuenta la humedad ya que humedades muy altas pueden generar aparición de hongos lo que posteriormente dañarían el producto final.
- **Condiciones de almacenamiento:** “el almacenamiento de nuestro producto comienza desde el momento del faenado del animal ya que debemos evitar el contacto directo de las pieles con la tierra, aguas sucias y grandes cantidades de sangre, en la parte de la recepción también debemos evitar que el material con el que vamos a trabajar tenga contacto directo con el suelo y se deben evitar ambientes húmedos y sucios para las pieles cuando apenas están siendo recibidas, ya que garantizando estas condiciones aseguramos que las pieles no vayan a tener posibles problemas de putrefacción por crecimiento de bacterias y hongos debido a la suciedad y a la humedad, cuando ya tenemos el cuero debemos de ser cuidadosos y ponerlo en lugares secos, aireados y colgados porque si se tiran al suelo se puede rayar, romper, contaminar entre otras cosas, cuando el producto terminado ya no es el cuero sino que estamos hablando de los productos de marroquinería y calzado como tal los cuidados deben ser más específicos, no

podemos maltratar los productos, se debe empacar para asegurar la conservación y durabilidad, las bodegas donde se guarda la mercancía debe ser aireada, seca y cerrada”.(Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, 2006)

- **Condición de distribución:** el producto debe ser distribuido de tal manera que no se afecten las características finales, por ejemplo el producto debe tener una humedad muy baja y debe conservarse así para que evite daños por hongos, manchas o porque pueda llegar a podrirse el producto. Se debe distribuir de igual manera la materia prima como el producto terminado de marroquinería y calzado, también se deben proteger el producto con un empaque que permita que se conserve y que le dé mejor imagen a la empresa.

Identificación y establecimiento de opciones de proveedores.

Los proveedores que se tienen identificados para este proyecto se encuentran en Cali y Villa de leyva, a pesar de la distancia y el gran recorrido que tiene la materia prima se garantiza que es un producto que llega en muy buenas condiciones ya que el envío se hace conservando muy bien las pieles pues estas se envían saladas y en neveras de icopor lo que garantiza que las pieles no se van a podrir en el camino, otra cosa importante es que el envío se logra realizar en un día y no es mucho el tiempo que pasan las pieles en estas condiciones.

Definición de materias primas, materiales, insumos y parámetros de control de calidad de los factores de producción.

Los materiales que se necesitan son los siguientes:

- Pieles de avestruz en buen estado y de primera, lo que quiere decir que son pieles de animales adultos que no tengan cicatrices, rayones, raspones, cortadas; debe ser de 12 pies cuadrados al menos y sin tiras de piel.
- Pesas.
- Fulones de curtición.
- Descarnadora.
- Templadora.
- Secadora.
- Fulon de aporreo.
- Prensa.
- Esmeril.
- Cabinas de pintura.
- Máquina para escurrir.
- Sal
- Químicos: cromo, sulfato de amonio, ácido fórmico, ácido sulfúrico, sal de mar, sulfato de cromo, bicarbonato de sodio, tensoactivo, recurtientes, dispersantes, colorantes, grasa.

El control de calidad tenemos que mirar los parámetros tanto para el cuero como materia prima como en los productos de marroquinería y calzado. Algunas de las pruebas que se realizan en el cuero usado como materia prima son: uniformidad de color, se verifica que no existan manchas producidas por los colorantes o grasas; brillo, se mira que sea el deseado y que sea parejo en toda la hoja de piel; quiebre del acabado, se realiza doblando la piel con la flor hacia afuera y después de eso se revisa si se quebró el cuero; resistencia al frote, lo realizamos con un

pañó y se soba contra el cuero con el fin de verificar que no se trasfiera color del teñido o del acabado del cuero al paño; toque, se toca el cuero para verificar su suavidad, que se sienta liso; gota de agua, se aplican unas gotas al cuero y se mira si quedan marcas después de que estas se evaporen.

Por otro lado con los productos de marroquinería y calzado también se deben tener parámetros de calidad que se deben verificar, principalmente se mira la calidad de los accesorios que va en cada uno de los productos, tanto para el calzado como para los bolsos, correas, billeteras o productos que se quieran realizar con la materia prima ofrecida por la empresa, se debe mirar el material que se usa en las suelas, plantillas, cordones, hebillas, cierres, taches, entre otros, deben ser materiales muy resistentes, cómodos. Después de terminado el producto se debe verificar la uniformidad de este, que no vaya a existir manchas ya sea por pegantes, colorantes o producidas por mal manejo.

Definición de las necesidades y características del personal requerido:

Las personas que van a trabajar en la empresa deben tener el conocimiento de todos los procesos que se realizan allí, deben saber para qué sirve cada uno de los insumos necesarios en el proceso, como aplicarlos, como sacar los pesos para su utilización, identificar el objetivo que cada uno de ellos tiene dentro de la curtición del cuero; debe ser personal cuidadoso que acate las normas y cumpla con ellas ya que el trabajador puede sufrir algunos daños debido a los químicos utilizados. El personal requerido debe trabajar de manera constante ya que ellos son un factor de producción muy importante, si los trabajadores no tienen constancia en el trabajo la cantidad de pieles producidas disminuirá y no se cumplirán los propósitos de la empresa. Deben estar calificados para diferenciar entre las pieles que quedaron correctamente teñidas y de excelente calidad con las que no.

Ilustración 2 Flujoograma del proceso



Necesidades y requerimientos.

Materias primas.

- Pieles de avestruz en buen estado y de primera, lo que quiere decir que son pieles de animales adultos que no tengan cicatrices, rayones, raspones, cortadas; debe ser de 12 pies cuadrados al menos y sin tiras de piel.
- Sal
- Químicos: Cromo, sulfato de amonio, ácido fórmico, ácido sulfúrico, sal de mar, sulfato de cromo, bicarbonato de sodio, tensoactivo, recurtientes, dispersantes, colorantes, grasa.

Tecnología principal del proyecto.

Para el curtido de la piel la tecnología depende más que todo de la etapa del proceso en la que se encuentra, en otras etapas la instrumentaria necesaria no es tan específica sino que se pueden usar elementos más básicos.

- **Etapa pre-tratamiento y almacenamiento:** en esta etapa se da el descarnado el cual realizan los proveedores, este proceso puede ser realizado a mano con unas cuchillas o bien puede ser con maquina de descarnar, lo que hace esta es pasar la piel por medio de un cilindro neumático de garra y otro de cuchillas helicoidales muy filosas. La piel circula en sentido contrario al cilindro de cuchillas helicoidales, el cual presiona la piel lo suficiente como para asegurar la eliminación definitiva de carne y grasa que están adheridos a la piel, todo esto se debe retirar para evitar el crecimiento de bacterias que dañarían la piel. También hablamos del almacenamiento y lo que se necesita para esto son bodegas o lugares aireados, frescos y sin sol directo, para la conservación se realizara con sal en grano la cual se extenderá sobre el lado carne, lo que se puede hacer para tener un mejor proceso es realizar una capa de sal en el suelo o utilizar estibas para apilarlas y ahí poner la piel, se pueden realizar pilas de las pieles intercalándolas con capas de sal y la altura recomendable para una pila es máximo 1.4 metros.

- **Etapa ribera:** para el proceso de la ribera existen varios elementos en los cuales se puede hacer como lo son los fulones, batanes o piletas de remojo, hay que tener en cuenta que es un proceso que emplea grandes cantidades de agua; este proceso se realizara para eliminar las suciedades y volver la piel a su hinchamiento natural.

- **Etapa curtido:** en esta etapa usamos los fulones de los cuales ya hemos hablado pero también se usan maquinas complementarias como son las prensas hidráulicas que sirven para eliminar el exceso de agua, posteriormente después de la eliminación de agua pasan a fulones más rápidos, delgados y altos para realizar el engrasado. En esta etapa también se hace un proceso llamado rebajado el cual se realiza con unas maquinas provistas de cuchillas que giran a gran velocidad, esto se realiza para dar uniformidad al cuero.

- **Recurtido, teñido y engrase:** en este proceso lo que hay de diferente en cuando a las tecnologías es una maquina provista de rodillos para eliminar las arrugas. Los otros procesos se realizan en un baño en fulones al igual que los procesos anteriores.

- **Etapa de acabado:** acá se encuentra la cámara húmeda que es una sala con condiciones de temperatura y humedad controlada, no existe circulación de aire y los cueros se dejan allí por más o menos 6 horas. También se usan maquinas para ablandar el cuero terminado como son el fulon de batanar que es un fulon que tiene dentro unas bolas de goma como carga que al chocar con los cueros van ablandándolos; maquina de ablandar – sistema de pinos, en esto el cuero para entre placas que contienen pinos, hay una superior y otra inferior y el movimiento vibratorio hace que los encajen unos con otros y así se ganan suavidad.

Podemos observar que las tecnologías que se necesitan para la realización de los cueros son específicas para todos los procesos desde la conservación de las pieles hasta la obtención de su suavidad.

Ya para la realización de los productos terminados de marroquinería y calzado se necesita maquinaria aun mas especifica que va desde las maquinas de corte y troquelado del cuero como hasta las maquinas de moldeado y las maquinas de control de calidad. Cada una de esas maquinas

cumple con objetivos específicos en la elaboración del producto pero muchas de ellas pueden ser controladas manualmente.

Capacidad instalada.

Infortunadamente la capacidad que podamos manejar está limitada por las pieles que lleguen de los criaderos, como se dijo anteriormente nuestra producción está limitada por la cantidad de animales que se sacrifican en determinado momento en los criaderos y como el avestruz en nuestro país no se considera un animal tradicional para su explotación son pocos los animales que se sacrifican, por eso podríamos decir que la empresa tiene más capacidad de producción que lo que se genera.

Mantenimiento.

Como mantenimiento para la maquinaria instalada en la empresa es necesario más que todo que sea preventivo, no podemos dejar que una maquina se dañe porque una mala maquina llegaría a dañar las pieles lo que nos causaría disminución en las ganancias. Hay que estar pendientes de mantener bien lubricas todas las partes de las maquinas, mantener afiladas las cuchillas a las que las poseen, el papel de esmerilar hay que fijarse que este igual siempre para que realice el proceso de manera correcta, etcétera.

Situación tecnológica de la empresa: necesidades técnicas y tecnológicas.

Para el curtido de la piel la tecnología depende más que todo de la etapa del proceso en la que se encuentra, en otras etapas la instrumentaria necesaria no es tan específica sino que se pueden usar elementos más básicos.

- **Etapa pre-tratamiento y almacenamiento:** en esta etapa se da el descarte el cual realizan los proveedores, este proceso puede ser realizado a mano con unas cuchillas o bien puede ser con

maquina de descarnar, lo que hace esta es pasar la piel por medio de un cilindro neumático de garra y otro de cuchillas helicoidales muy filosas. La piel circula en sentido contrario al cilindro de cuchillas helicoidales, el cual presiona la piel lo suficiente como para asegurar la eliminación definitiva de carne y grasa que están adheridos a la piel, todo esto se debe retirar para evitar el crecimiento de bacterias que dañarían la piel. También hablamos del almacenamiento y lo que se necesita para esto son bodegas o lugares aireados, frescos y sin sol directo, para la conservación se realizara con sal en grano la cual se extenderá sobre el lado carne, lo que se puede hacer para tener un mejor proceso es realizar una capa de sal en el suelo o utilizar estibas para apilarlas y ahí poner la piel, se pueden realizar pilas de las pieles intercalándolas con capas de sal y la altura recomendable para una pila es máximo 1.4 metros.

- **Etapa ribera:** para el proceso de la ribera existen varios elementos en los cuales se puede hacer como lo son los fulones, batanes o piletas de remojo, hay que tener en cuenta que es un proceso que emplea grandes cantidades de agua; este proceso se realizara para eliminar las suciedades y volver la piel a su hinchamiento natural.
- **Etapa curtido:** en esta etapa usamos los fulones de los cuales ya hemos hablado pero también se usan maquinas complementarias como son las prensas hidráulicas que sirven para eliminar el exceso de agua, posteriormente después de la eliminación de agua pasan a fulones mas rápidos, delgados y altos para realizar el engrasado. En esta etapa también se hace un proceso llamado rebajado el cual se realiza con unas maquinas provistas de cuchillas que giran a gran velocidad, esto se realiza para dar uniformidad al cuero.

- **Recurtido, teñido y engrase:** en este proceso lo que hay de diferente en cuando a las tecnologías es una maquina provista de rodillos para eliminar las arrugas. Los otros procesos se realizan en un baño en fulones al igual que los procesos anteriores.
- **Etapas de acabado:** acá se encuentra la cámara húmeda que es una sala con condiciones de temperatura y humedad controlada, no existe circulación de aire y los cueros se dejan allí por más o menos 6 horas. También se usan maquinas para ablandar el cuero terminado como son el fulon de batanar que es un fulon que tiene dentro unas bolas de goma como carga que al chocar con los cueros van ablandándolos; maquina de ablandar sistema de pinos, en esto el cuero para entre placas que contienen pinos, hay una superior y otra inferior y el movimiento vibratorio hace que los encajen unos con otros y así se ganan suavidad.

Podemos observar que las tecnologías que se necesitan para la realización de los cueros son específicas para todos los procesos desde la conservación de las pieles hasta la obtención de su suavidad.

Ya para la realización de los productos terminados de marroquinería y calzado se necesita maquinaria aun mas especifica que va desde las maquinas de corte y troquelado del cuero como hasta las maquinas de moldeado y las maquinas de control de calidad. Cada una de esas maquinas cumple con objetivos específicos en la elaboración del producto pero muchas de ellas pueden ser controladas manualmente.

Localización y tamaño.

La empresa estará localizada en el municipio de Copacabana, ubicado en el departamento de Antioquia.

La ubicación es en Copacabana porque en este lugar el impacto que tiene la empresa a la sociedad no es tan grave ya que a pesar de arrojar la misma contaminación no es una parte tan

urbana como sería al ubicarla en Medellín por ejemplo y no existirán quejas por parte de los vecinos a la empresa por los olores que se desprenden de los procesos de descarnado, pre curtido y curtición. En esta empresa solo se teñirá el cuero, al ubicarla en este sector no quiere decir que estemos limitando nuestro mercado a esta zona porque lo que se quiere es realizar la distribución del producto en toda Antioquia.

El área que se necesita para la empresa es de aproximadamente 100 metros cuadrados, ya que debido a nuestra producción no es necesario un lugar muy grande para comenzar.

Presupuesto de producción.

El presupuesto de Golden Ostrich se estima en más o menos 45 millones de pesos.

Plan de producción.

Para la producción del cuero de avestruz se necesita principalmente animales listos para sacrificio con un tamaño y edad adecuada para que la piel tenga el área deseada, aunque esta parte no nos corresponde debemos asegurarnos que los criaderos donde vamos a comprar las pieles tengan una excelente producción de los animales con el fin de tener buena materia prima. Para la producción del cuero se cuenta con personal capacitado y con amplio conocimiento en la utilización de los equipos y materias prima. Con estos artículos producidos se pretende investigar los posibles mercados y la evolución que vaya teniendo el producto en el sector, se harán estudios con el fin de mejorar el producto según las expectativas de los clientes.

Análisis de costos de producción.

Los costos de la producción se dividen en costos de materias primas y costos de industrialización. Los costos principalmente van en la compra de las pieles y la compra de los equipos, otros costos son están dirigidos a los servicios públicos, mano de obra, promoción del producto y empaque.

Identificación de proveedores.

Los proveedores que se tienen identificados para este proyecto se encuentran en Cali y Villa de Leyva, a pesar de la distancia y el gran recorrido que tiene la materia prima se garantiza que es un producto que llega en muy buenas condiciones ya que el envío se hace conservando muy bien las pieles pues estas se envían saladas y en neveras de icopor lo que garantiza que las pieles no se van a pudrir en el camino, otra cosa importante es que el envío se logra realizar en un día y no es mucho el tiempo que pasan las pieles en estas condiciones.

Capacidad de atención de pedidos.

La capacidad que tiene la empresa es de 60 kilogramos de piel, pero debido a la producción limitada de animales debemos disminuir la producción de acuerdo a lo que generan los criaderos. Pero a pesar de esto podríamos generar buena cantidad de artículos que podrían cubrir fácilmente la demanda de los clientes a nivel local.

Importancia relativa de los proveedores

Los proveedores importantes para Golden Ostrich son los de las pieles de avestruz y los productores de los químicos que nos sirven para la curtición de dichas pieles. También se podría hablar de los proveedores de servicios de transformación de las hojas a los artículos.

Pago a proveedores planeación de compras

El pago a nuestros proveedores debe ser de contado, se realiza por medio de consignaciones y después de que se confirme el pago ellos proceden a enviar las pieles. El plan de compras es de generar los pedidos de acuerdo a los días de sacrificio que tienen, para ello hay que programarse con los proveedores, los pedidos se realizarían los días viernes y sábado y el

envío se hará los lunes en la mañana, se recibe el producto a mas tardar los martes en la tarde y de ahí procederíamos a su transformación.

Control de calidad.

Procesos de control de calidad requeridos por la empresa.

Golden Ostrich se preocupa porque sus proveedores de pieles de avestruz cumplan las reglas básicas para el sacrificio de los animales, que entreguen las pieles conservadas correctamente sin hongos ni bacterias. Se debe verificar la calidad de los químicos que estamos comprando mediante la observación de los colores, estado en el que se encuentra, concentración, pH, formación de espuma, etcétera. Para el cuero se realizaran pruebas de rasgado, resistencia, migración del color, elasticidad, suavidad, manejabilidad, entre otros, todas esas pruebas se mandan a hacer con equipos especializados y gente con conocimiento de lo que debe hacer. Para los artículos de marroquinería y calzado se harán pruebas tanto de observación como de pruebas, no pueden tener imperfectos a la vista como deformidades, suciedades por pega u otros elementos usado en la elaboración.

Control de calidad de las compras.

En la compras se debe tener en cuenta de dos cosas importantes, la compra de las pieles que no pueden tener imperfectos, deben ser con las características que hemos mencionado antes y no deben tener cicatrices, estar lo más limpias posible de grasa y carne, que vengan bien conservadas. Para los químicos también se debe controlar estado de cada uno de los que se va a utilizar, no deben estar vencidos, se debe verificar la concentración de cada uno de ellos. Para la compra de los accesorios que se usaran en los productos de marroquinería y cazado hay que verificar la calidad de los accesorios como hebillas, hilos, cordones, pegas, suelas y demás.

Implementación y seguimiento a las normas de calidad establecidas.

Para la implementación de las normas se capacitara al personal para que sea capaz de identificar cuando los elementos son de buena calidad y cuando no. Se llevaran registros que vayan almacenando las características de los elementos con el fin de identificar cuando hay problemas y corregirlos cuando existan, para ir manejando calidad de primera.

Ilustración 3 Plantilla del proceso.

procedimiento	fecha	cantidad	Peso	Pieles de primera	pieles de segunda
Compra de pieles					
Selección de pieles					
Pesaje de pieles					
Compra de insumos					
Almacenamiento y pre tratamiento					
Ribera					
curtido					
Recurtido, teñido, engrase					
Acabado					
empacado					
distribución					

Análisis administrativo y organizacional

Grupo emprendedor.

La propuesta del trabajo está realizada por Diana Carolina Dávila Fonseca, estudiante de noveno semestre de Zootecnia en la Corporación Universitaria Lasallista.

La decisión de realizar el proyecto se da porque en el octavo semestre de la carrera se ve una materia llamada Industrialización II donde se experimentó con la realización de diferentes tipos de cueros, como por ejemplo de conejo, pescado y rumen (estomago de la vaca).

Desde allí surgió un interés de investigar la viabilidad que puede tener la venta de otros cueros que no son muy conocidos en el mercado Colombiano.

En este caso para el proyecto se pensó específicamente en el cuero de avestruz con el cual pretendemos identificar la viabilidad de una empresa productora y comercializadora de productos de marroquinería y calzado femenino.

Estructura organizacional.

Equipo directivo.

Esta compuesto por Diana Carolina Dávila, Santiago Gil, Claudia Cristina Fonseca.

Líneas de autoridad.

- Diana Carolina Dávila: Gerente general.
- Claudia Cristina Fonseca: Administradora.
- Santiago Gil: Jefe de producción.

Nivel de participación de la junta directiva

La junta directiva está compuesta por Diana Carolina Dávila, Santiago Gil Arango, Claudia Cristina Fonseca. El nivel de participación es de 50%, 25% y 25% respectivamente. Es

una junta directiva pequeña con el fin de llegar a acuerdos de manera más eficiente, con facilidad de comunicación y entendimiento entre todos.

Mecanismo de participación y control.

La participación y control de la junta está dada de acuerdo a la cantidad de acciones de cada uno de los miembros. La facilidad que manejamos es que al ser una empresa pequeña se toman las decisiones con más facilidad.

Ilustración 4 Estructura organizacional

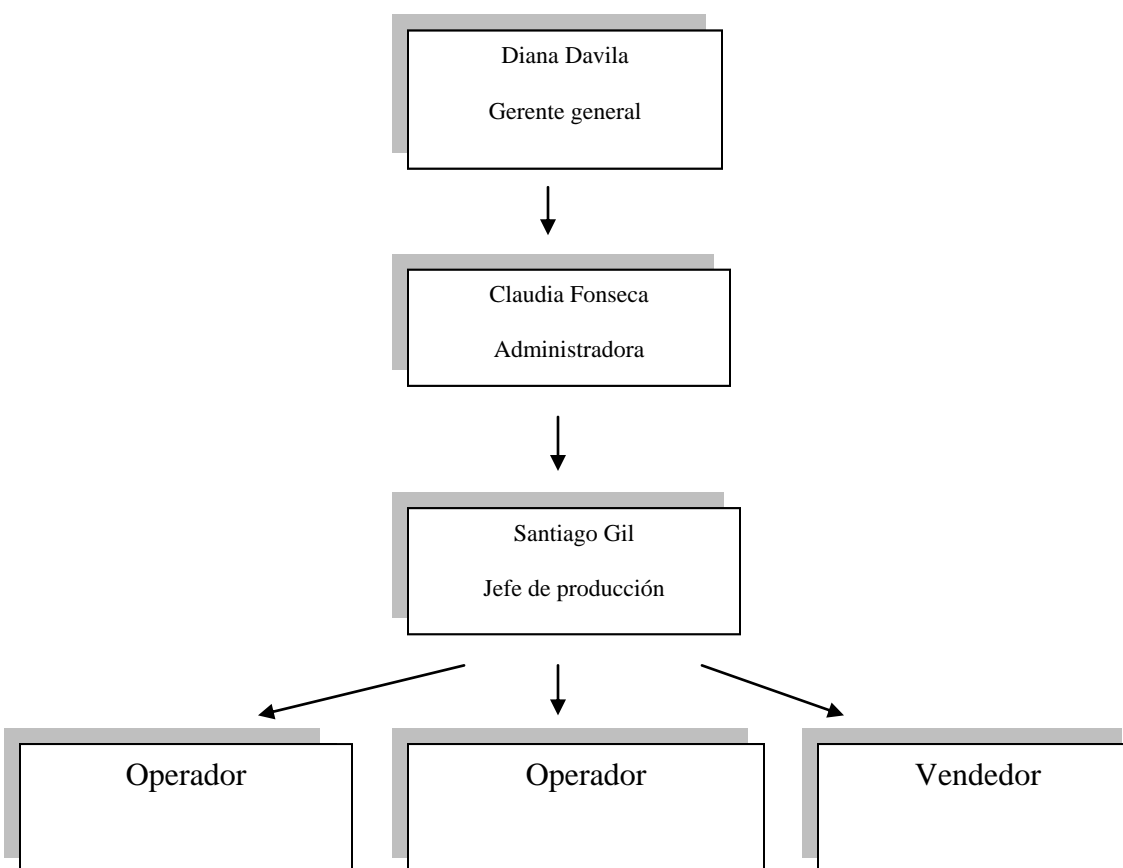


Tabla 2 Gastos de administración y nomina

CARGO	CANTIDAD	Sueldo 1er año	Subtotal	Prestaciones	Sueldo + prest
				51,85%	
gerente general	1	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 933.336	\$ 2.733.336
administrador	1	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 933.336	\$ 2.733.336
Jefe de produccion	1	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 414.816	\$ 1.214.816
Obreros	3	\$ 535.600	\$ 1.606.800	\$ 833.158	\$ 2.439.958
			\$ 6.006.800	\$ 3.114.647	\$ 9.121.446

Organismos de apoyo.

La empresa no cuenta con organismos de apoyo. Recibe los servicios de acueducto y luz por parte de las Empresas publicas de Medellín.

Constitución de la empresa

La empresa se va a constituir con una sociedad S.A.S (Sociedad Anónima Simplificada).

Esta clase de sociedad puede constituirse por una o más personas naturales o jurídicas, su naturaleza es comercial pero también puede realizar actividades civiles, nace después de ser registrada en la cámara de comercio, solo se requerirá escritura pública si los aportes iniciales incluyen bienes inmuebles.

Esta sociedad es la más adecuada para el negocio ya que permite que existan más socios a pesar de ya tener un dueño, no se pone en riesgo el patrimonio personal si no la inversión que se hace en la empresa. Este tipo de empresa puede constituirse sin importar el número de empleados que se tenga, pueden existir uno o más accionistas, puede existir un contador independiente para que al final del periodo fiscal muestre los estados financieros. Una característica importante en la conformación de esa sociedad es que el nombre de la empresa debe estar acompañado al final con la abreviación S.A.S.

La sociedad debe constituirse por escritura pública, aclarando el tiempo de duración de la empresa. La junta directiva es la que escoge al gerente quien posteriormente asumirá la representación legal de la sociedad.

Comunicación organizacional.

En este caso la comunicación organizacional será manejada como se dijo anteriormente por el gerente que sea escogido por la junta directiva, él es quien tomara las decisiones con respecto a la producción, las ventas, compra de materias primas e insumos, etcétera.

Obviamente para que esto se realice de buena manera debe existir con anterioridad una comunicación entre los vendedores, operarios y el administrador. Lo que ayuda que las decisiones que se vayan a tomar sean correctas ayudando así al avance de la empresa.

Impacto ambiental:

Con este proyecto podríamos decir que el impacto ambiental es el más importante ya que es el más afectado, los efectos que tiene están en la parte hídrica, el aire, el suelo. La parte hídrica se ve afectada por las descargas directas de químicos, para la minimización de estas se están implementando actividades como la reutilización de baños, sustitutos del cromo ya que no son tan agresivos, plantas de tratamiento para mejorar la calidad del agua antes de devolverla a los efluentes. También se ven afectado el aire debido a las emisiones que resultan de la materia orgánica que sale como son las grasas y partes de la piel que son eliminadas antes de empezar el proceso de curtición, también se dan emisiones por la utilización de sulfuro, amoniac, solventes, carbono, dióxido de carbono, entre otras. Por otra parte el suelo también se ve afectado es mayor parte por la utilización de cromo ya que la absorción de altas cantidades de este elemento puede afectar el crecimiento y desarrollo de los cultivos. Elementos como el titanio y aluminio que son sustitutos del cromo también afectan el desarrollo de los cultivos.

Impacto económico.

En un principio no se cree que Golden Ostrich generara un gran impacto económico, ya que es una empresa que apenas esta arrancando y las ventas van a ser bajas. De cierta manera si se lograra un impacto económico al ayudar a minimizar el impacto que genera la venta de materia prima para otros países como Estados Unidos y China, pero al comienzo no será muy grande debido a que la producción de la piel como materia prima para la transformación del cuero es muy limitada.

Impacto social.

Golden Ostrich impacta a la sociedad tanto de manera positiva como negativa, ya que infortunadamente el impacto que se genera en el ambiente afecta la salud de las personas pero más que todo de los trabajadores ya que el mal manejo de los insumos puede llegar a causarles daños como intoxicaciones. Por otro lado podríamos generar en la sociedad un impacto positivo dependiendo del crecimiento de la empresa ya que al crecer más se generaran más empleos y la idea de la empresa es emplear a madres cabezas de familia como vendedoras y capacitar a hombres para trabajar en la curtiembre. También tendrá efecto de acuerdo a la aceptación que se obtenga del producto, porque debido a esto podemos introducir al mercado de la moda un producto diferente e innovador.

Generación de empleo directo e indirecto.

Golden Ostrich con este proyecto generara en su inicio aproximadamente 6 empleos directos, aun no se sabe cuántos indirectos porque esto depende de las personas que quieran distribuir nuestros productos realizados con el cuero de avestruz. Posteriormente y con la aceptación de los consumidores se pretende aumentar el número de empleos tanto directos como indirectos.

Ventas nacionales y exportaciones.

Se pretende que al inicio las ventas nacionales sean las que abarquen todo el porcentaje, ya que la idea que se tiene desde un principio es conquistar el mercado local, después de conquistar este mercado se quiere conquistar el mercado exterior para lo cual tenemos que tener presentes los requerimientos realizados en los países a los cuales se quiere llevar el producto, esto se toma como una meta a mediano tiempo porque hay que hacer estudios de mercado. La idea inicial es incursionar en países donde los productos realizados con cuero de avestruz no sean tan conocidos pero puedan tener gran aceptación.

Legislación de vigente que regule la actividad económica y la comercialización del producto. (Urbana, Ambiental, Laboral, Protección social, Registros, Tributaria, Protección intelectual y ambiental).

- Ley 2811 de 1974: por la cual se dicta el código nacional de recursos naturales renovables y de protección del medio ambiente.
- Ley 99 de 1993: el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA, y se dictan otras disposiciones.
- Los artículos 8, 79 y 80 de la Constitución Política señalan que es deber del Estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica, fomentar la educación para el logro de estos fines, planificar el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución. Que así mismo, el artículo 8 y el numeral 8 del

artículo 95 de la Constitución Política disponen que es obligación de los particulares proteger los recursos naturales del país y velar por la conservación de un ambiente sano.

- Ley 30 de 1990: ley aprobatoria, convenio de Viena para la protección de la capa de ozono.
- Ley 373 de 1997: por la cual se establece el programa para el uso eficiente y ahorro de agua.
- Ley 430 de 1998: por la cual se dictan normas prohibitorias en materia ambiental, referentes a los desechos peligrosos y se dictan otras disposiciones.
- Resolución 8371 de 1983 Minsalud: por la cual se dictan normas sobre protección y conservación de la audición de la salud y el bienestar de las personas, por causa de la producción y emisión de ruidos.
- Resolución 1317 de 2000 Minsalud: por el cual se establece unos criterios para el otorgamiento de la licencia de caza con fines de fomento y para el establecimiento de zoocriaderos y se adoptan otras determinaciones.
- Resolución 1110 de 2002 Minsalud: por la cual se fijan las tarifas para el cobro de los servicios de evaluación y seguimiento de licencias, autorizaciones y demás instrumentos de control y manejo ambiental y se dictan otras disposiciones.
- Código de Comercio Colombiano, Libro Segundo, artículo 98 y subsiguientes.
- Ley 80 de 1993 artículo 7 Parágrafo 3°
- Ley 1014 del 26 de enero 2006.
- Decreto 4463 del 15 de diciembre de 2006.
- Estatuto Tributario, artículo 79.(Normatividad Ambiental,2011)

Gastos de constitución.

La constitución de la empresa tiene varios requerimientos, primero que todo está el registro donde la empresa dejara claro sus actos mediante documentos específicos donde se dirá la ubicación física de la empresa, actividad económica, actividades laborales y todo lo relacionado con la contratación del personal. Adicionalmente, existen varios pasos para cumplir los requisitos legales; que son de tipo comercial, tributario, de funcionamiento o de seguridad laboral.

Es necesario el registro mercantil lo que se realiza en la cámara de comercio de la ciudad donde será establecida la empresa. Para la realización del registro deben tenerse en cuenta los siguientes pasos en:

- Consulta: allí se verificara la disponibilidad del nombre que se desea para la empresa, se identifica y se define el código de clasificación industrial internacional uniforme o CIU, este código agrupa todas las actividades económicas por categoría, permite que todos los empresarios se clasifiquen dentro de actividades específicas que permiten manejar la importación para el análisis estadístico y económico empresarial de manera más simple.
- Diligenciamiento: se debe llenar un formulario de registro empresarial, anexar la matricula mercantil, que es un documento que muestra los datos de la empresa y su información financiera.
- Formalización: se debe presentar la cedula de ciudadanía y cancelar los costos por el derecho de la matricula.
- Notaria: se debe presentar la escritura pública, la cual también debe ser presentada ante la cámara de comercio al momento del registro, aunque debido al decreto 4463 de 2006 donde dice que todo tipo de sociedad comercial que tenga menos de 10 trabajadores o

hasta 500 salarios mínimos de activos al momento de la constitución no necesitara escritura pública al momento de su constitución.

- RUT. (registro único tributario): mecanismo por el cual se ubica, identifica y clasifica a los sujetos de obligaciones administrativas y controladas por la DIAN. Por medio del RUT la DIAN cuenta con información confiable y actualizada para desarrollar una gestión efectiva de recaudo, control y servicio y a su vez facilita el cumplimiento de obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias. La inscripción del RUT debe hacerse al inicio de la actividad económica, tiene varios pasos como lo son: diligenciamiento de formulario, presentación ante la administración, y otros puntos habilitados para el efecto y la formalización de la inscripción. El diligenciamiento del formulario puede hacerse por internet en la página de la DIAN.(DIAN 2011)

Requisitos legales tributarios.

Todo esto está relacionado con lo que es el registro único tributario, el RUT, que es el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas y controladas por la DIAN. El RUT le permite a la DIAN contar con información actualizada y confiable de todos los sujetos obligados a inscribirse en el, para desarrollar una gestión efectiva en materia de recaudo, control y servicio que a su vez facilite el cumplimiento de las obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias así como la simplificación de trámites y reducción de costos. La inscripción debe hacerse al inicio de la actividad económica, se puede hacer presencial o por internet. La inscripción en el RUT comprende: diligenciamiento del formulario oficial, presentación ante la Administración y demás puntos habilitados para el efecto y formalización de la inscripción. El diligenciamiento del formulario puede hacerse por internet ingresando a la

página web de la DIAN, o asistido por un funcionario acreditado en los puntos de atención autorizados por la DIAN. (Gobierno de Antioquia ,2011)

Requisitos legales de funcionamiento.

Estos requisitos dependen de la empresa que quiera crearse, pero el diligenciamiento de estos debe realizarse en la alcaldía de la ciudad, en el ministerio de protección social, Sayco y Acimpro y certificado de bomberos relacionando con la seguridad. Allí se podrá obtener el certificado de industria y comercio y la licencia sanitaria si es requerida.

Requisitos legales de seguridad laboral.

Se debe elaborar un reglamento que permita llevar la correcta convivencia en el lugar de trabajo, también hay que tener presente la seguridad del personal y esto también debe incluirse en el reglamento y debe especificarse el manejo tanto de la maquinaria como de los insumos usados para la elaboración de los productos.

Registro mercantil.

Se realiza ante la cámara de comercio. El valor de esta matricula depende del valor de los activos en salarios mínimos y se cobrara anualmente.

Escritura pública.

Para esta empresa no aplica ya que tiene menos de 10 empleados y sus activos al momento de la constitución no superan los 500 salarios mínimos.

Costos

Tabla 3 Presupuesto de ventas mes a mes el primer año, segundo y tercer año totalizados

1. Presupuesto de ventas															
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Primer Año	Segundo Año	Tercer Año
Unidades	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	3.000	5.750	11.250
Precio de ve \$	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000			
TOTAL	\$ 125.000.000	\$ 125.000.000	\$ 125.000.000	\$ 125.000.000	\$ 125.000.000	\$ 125.000.000	\$ 125.000.000	\$ 125.000.000	\$ 125.000.000	\$ 125.000.000	\$ 125.000.000	\$ 125.000.000	\$ 1.500.000.000	\$ 2.875.000.000	\$ 5.625.000.000

Tabla 4 Presupuesto de cobros primer año

2. Presupuesto de cobros (de cuentas por cobrar)														
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Primer Año	
Contado	\$ 75.000.000	\$ 75.000.000	\$ 75.000.000	\$ 75.000.000	\$ 75.000.000	\$ 75.000.000	\$ 75.000.000	\$ 75.000.000	\$ 75.000.000	\$ 75.000.000	\$ 75.000.000	\$ 75.000.000	\$ 900.000.000	
Crédito		\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 550.000.000	
TOTAL	\$ 75.000.000	\$ 125.000.000	\$ 125.000.000	\$ 125.000.000	\$ 125.000.000	\$ 125.000.000	\$ 125.000.000	\$ 125.000.000	\$ 125.000.000	\$ 125.000.000	\$ 125.000.000	\$ 125.000.000	\$ 1.450.000.000	

Tabla 5 Presupuestos de producción primer año

3. Presupuesto de produccion														
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Primer Año	
Unidades	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1.800	
Costo Unit Mat Prii \$	250.170,88	250.170,88	250.170,88	250.170,88	250.170,88	250.170,88	250.170,88	250.170,88	250.170,88	250.170,88	250.170,88	250.170,88	250.170,88	
Costo Unit Mano d \$	63.251,42	63.251,42	63.251,42	63.251,42	63.251,42	63.251,42	63.251,42	63.251,42	63.251,42	63.251,42	63.251,42	63.251,42	63.251,42	
Costo unit CIF \$	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	
Total Costo unitari \$	313.672,30	313.672,30	313.672,30	313.672,30	313.672,30	313.672,30	313.672,30	313.672,30	313.672,30	313.672,30	313.672,30	313.672,30	313.672,30	
total costo mensur \$	47.050.845	47.050.845	47.050.845	47.050.845	47.050.845	47.050.845	47.050.845	47.050.845	47.050.845	47.050.845	47.050.845	47.050.845	564.610.140	

Tabla 6 Presupuesto de pagos

4.1. Presupuesto de pagos (de cuentas por pagar)													
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Primer Año
Contado	\$ 28.230.507	\$ 28.230.507	\$ 28.230.507	\$ 28.230.507	\$ 28.230.507	\$ 28.230.507	\$ 28.230.507	\$ 28.230.507	\$ 28.230.507	\$ 28.230.507	\$ 28.230.507	\$ 28.230.507	\$ 338.766.084
Crédito		\$ 18.820.338	\$ 18.820.338	\$ 18.820.338	\$ 18.820.338	\$ 18.820.338	\$ 18.820.338	\$ 18.820.338	\$ 18.820.338	\$ 18.820.338	\$ 18.820.338	\$ 18.820.338	\$ 207.023.718
TOTAL	\$ 28.230.507	\$ 47.050.845	\$ 47.050.845	\$ 47.050.845	\$ 47.050.845	\$ 47.050.845	\$ 47.050.845	\$ 47.050.845	\$ 47.050.845	\$ 47.050.845	\$ 47.050.845	\$ 47.050.845	\$ 545.789.802

Referencia

Andosilla piel. (s.f). *Pieles y curtidos en España*. Recuperado de <http://www.andosillapiel.com/pil-de-avestruz/>

Bedoya, Claudia. (2012). *El país*. Conozca las preferencias de los colombianos en calzado y marroquinería. Recuperado de <http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/conozca-preferencias-colombianos-en-cuero-y-marroquineria>.

El Colombiano. (2013). *El Colombiano*. Los industriales del cuero piden apoyo en su crisis. Recuperado de <http://m.elcolombiano.com/article/116791>

El Espectador. (2012). *El Espectador*. Producción de calzado y cuero colombiano creció 15.4%. Recuperado de <http://www.elespectador.com/economia/articulo-364062-produccion-de-calzado-y-cuero-colombiano-crecio-154>

Gallo, Gustavo. *El Colombiano*. (2010) Industria del cuero quiere frenar caída. Recuperado de http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/I/industria_del_cuero_quiere_frenar_caida/industria_del_cuero_quiere_frenar_caida.asp

Ministerio de ambiente. (2006). *Guía ambiental para la industria del curtido y preparado de cueros*. Recuperado de http://www.minambiente.gov.co/documentos/guia_ambiental_industria_curtido_y_preparado_de_cueros.pdf

Organicos La hojita. (2012). *Manual para la Cría de Avestruz a Nivel Industrial*. Recuperado de <http://www.lahojita.org/media/kunena/attachments/605/CriadeavestruzanivelIndustrial.pdf>

Revista cambio. (2009). *Industria del cuero sortea recesión y atraviesa por uno de sus mejores momentos.* Recuperado de

http://www.cambio.com.co/economiacambio/830/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_CAMBIO-5288831.html

Vanegas, Ivonne. (2011). *El tiempo.* Asia deja sin cuero a firmas locales por demanda de países como China. Recuperado de http://www.eltiempo.com/economia/negocios/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-9067122.html