



6¹
Volumen No. 1
traves. emprend.
Ene - Jun 2021
e-ISSN: 2539-0376

Cueros Urkunina

David Estaban Méndez Delgado

Rubén Darío Mejía Yela

Universidad Mariana

Resumen

El objetivo de este estudio es el desarrollo de marca y de producto para accesorios de cuero fabricados a mano, partiendo desde su diseño, elaboración y distribución. Los productos tendrán como particularidad que, dentro de su diseño, será representada la parte cultural y ancestral de la región nariñense, enfocando la colección en un bolso tipo baúl, con los símbolos rupestres de los pastos y el dilecto pastuso que será plasmado en el bolso. Por otra parte, se seleccionará un país a través de un análisis cuantitativo y cualitativo que determinará el lugar donde será viable la comercialización del artículo; asimismo, se hará la implementación de un proceso de logística que permitirá que el artículo esté en condiciones óptimas para ser exportado de manera adecuada y cumpla con todos los parámetros exigidos por el país importador; se determinará el grupo objetivo adecuado para, posteriormente, implementar publicidad. Es importante destacar que este estudio y sus herramientas tendrán como objetivo, iniciar la puesta en marcha de Cueros Urkunina y, brindará como ventaja para la empresa, conocer el mercado para dirigir esfuerzos y estrategias para dar a conocer el producto e introducir al mercado de la moda, un accesorio funcional y de diseño exclusivo para el consumidor.

Introducción

El objetivo principal del proyecto es rescatar la cultura y la ancestralidad pastusa a través del comercio de productos de moda. Para obtener el máximo provecho de los materiales que son producidos en la región, se optó por la opción de poner en marcha una microempresa manufacturera encargada de la transformación del cuero, donde se creará diferentes modelos de accesorios que serán elaborados artesanalmente por habitantes de la ciudad. Inicialmente, se tomará como colección de lanzamiento, un bolso tipo baúl, por ser un producto de alta demanda dentro del segmento al cual van



dirigidos los artículos; esto permitirá dar a conocer la marca en el mercado de la moda, adoptando los estándares que esta impone. Con la intención de otorgar un valor agregado al producto, se plasmará en la superficie de su diseño, a través de grabados, diferentes ilustraciones que representen la cultura, tales como: léxico, símbolos rupestres y edificaciones pastusas, que permitirán dar a conocer toda la riqueza ancestral y cultural de la región, para lograr como producto final, un bolso de diseño exclusivo y único.

Metodología

Dentro del proyecto se realizó un proceso interdisciplinar en conjunto con cuatro componentes básicos para el desarrollo integral del producto, al cual se le aplicó herramientas y componentes, de la siguiente manera:

Innovación: como primera medida, se realizó una lluvia de ideas por parte de los integrantes, para seleccionar el producto a desarrollar y, entre varias opciones y a través de un análisis por experiencia y conocimientos previos, se tomó la decisión de adoptar, por el proyecto de la transformación, cuero en accesorios; posteriormente, se procedió a crear un nombre y una identidad de marca para dar a conocer el producto. De igual manera, a través de búsqueda de información se consolidó que, el artículo que se producirá, será un bolso que, al ser un artículo de alta demanda en el mercado, permitirá generar un mayor impacto en la etapa de introducción del producto y de la marca como tal. Este artículo lleva plasmada la cultura pastusa a través de frases ancestrales, por medio de arte rupestre y cultura, a través de lugares representativos de la región, convirtiendo un bolso común en un artículo único, con una historia plasmada. Por otra parte, en su etiqueta contará con información del diseño, ya sea una breve reseña del lugar, la explicación de los símbolos rupestres o, el diccionario con los significados de las diferentes palabras que se encuentran grabadas en la piel curtida.

Figura 1

Boceto bolso 'La carisina'





Mercadeo internacional: por medio de análisis cuantitativo y cualitativo de selección de mercado se logró conocer los factores generales y particulares que influirán en la comercialización del producto en 18 países seleccionados de manera analítica a través de recopilación de datos de fuentes secundarias para, posteriormente, seleccionar tres de ellos, teniendo en cuenta diferentes variables (Tabla 1), otorgándole un valor porcentual a cada uno de ellos para su elección.

Tabla 1
Variables analizadas, países preseleccionados

Variables generales	Variables específicas
Bandera	Acuerdos comerciales con Colombia
Moneda	Proveedores de este producto en este país (2014)
Idioma	Importaciones del producto (miles USD) 2014 FOB
Capital	Variación de las importaciones del producto (miles) 2014
Facilidad para hacer negocios (2017)	Exportaciones del producto (miles USD) 2014
Cumplimiento de contratos (2017)	Variación de las exportaciones del producto (miles) 2014
Riesgo de no pago (2017)	Balanza comercial del producto (miles USD) 2013
Tasa de desempleo % (2017)	Expocolombia del producto al mercado (miles USD) 2010-2014 CIF
PIB (mil de millones USD) (2017)	Variación Expocolombia del producto al mercado (miles USD) 2010-2014 CIF
Valoración % PIB 2014-2017	Países preseleccionados
PIB Per Cápi­ta USD (2015-2017)	Perú
Inflación % (2015-2017)	
Devaluación-Moneda cada país / USD (2017)	
Tipo de cambio respecto al dólar (2017)	Malasia
Cantidad de dólares a pagar por una unidad de la moneda	



Tipo de cambio respecto al peso
(2017)

España

Cantidad de pesos colombianos a
pagar por cada unidad de la moneda
extranjera



Más adelante, para definir el país de exportación del artículo, se llevó a cabo una investigación de diversas fuentes secundarias para recaudar la información necesaria que permitió conocer de manera acertada, datos cualitativos para realizar el análisis de las variables correspondientes por medio de una matriz PEST, donde se tuvo en cuenta factores del entorno político, económico, social y tecnológico (Tabla 2) para cada uno de los países preseleccionados.

Tabla 2

Variables y factores

Variable	Factores
Político	Políticas ambientales
	Estabilidad política
	Política internacional
Económico	Crecimiento económico
	Economía general
	Importaciones
Social	Sensibilidad con respecto a la salud
	Pobreza monetaria
	Desempleo
Tecnológico	Desarrollo de tecnología competitiva
	Nuevas invenciones y desarrollo
	Prioridad otorgada por la industria

Logística: para conocer el proceso de logística y cómo realizar la exportación adecuada del producto, se siguió varios pasos que permitieron conocer los diferentes factores que influyen en el proceso de exportación, como: términos de negociación, características de empaque y envase, alistamiento de la mercancía, documentación requerida, medios de transporte y rutas de transporte. Para elaborar un proceso de simulación de costeo de exportación, se utilizó el simulador que facilitó ProColombia, para conocer el costo monetario de la exportación y poder determinar la viabilidad del producto en el país seleccionado. Para realizar la simulación, se consideró



la información que brinda ProColombia (s.f.) en su página web, con datos específicos de negociación con los diferentes países.

Figura 2

Herramientas virtuales ProColombia



Fuente: Adaptado de ProColombia (s.f.).

Psicología del consumidor: dentro del proceso, se llevó a cabo una serie de estudios a través de una investigación de fuentes secundarias que comprendieron aspectos como: segmentación, que permitió conocer los rasgos más destacados del público objetivo al cual va dirigido el producto; de igual forma, se hizo un modelo de decisión de compra que permitirá conocer cuál es el comportamiento del consumidor al momento de adquirir el producto, para tener claros todos los aspectos que determinarán que un proceso de marketing mix sea exitoso.

Resultados

A partir de la aplicación de la metodología mencionada, se obtuvo los siguientes resultados:

El producto resultó innovador porque, al ser un artículo artesanal fabricado en la ciudad, con materia prima de la región y con un diseño exclusivo que lleva plasmado el léxico pastuso, se cumple con el objetivo de rescatar la riqueza que tiene la cultura pastusa, además de que en su etiqueta cuenta con un diccionario que permite al usuario, conocer el significado de cada palabra impresa en la piel del producto.

Figura 3

Bolso ‘La carisina’





Por otra parte, al realizar la preselección de países y tomando en cuenta los resultados cuantitativos obtenidos, se seleccionó como alternativa, tres países: Perú, Malasia y España, que fueron los que obtuvieron el mayor resultado dentro de la matriz de preselección, tomando en cuenta las variables mencionadas en la metodología. Al analizar posteriormente las variables políticas, económicas, sociales y tecnológicas, se tomó como país de exportación, España, principalmente por su balanza comercial en artículos, donde se importa más de \$15.000 millones de dólares en artículos de cuero, cifra importante para determinar la comercialización del producto, además de ser un país que es vanguardia en tendencias de moda y donde existen consumidores con el perfil de segmentación seleccionado.

Una vez seleccionado el país, se determinó por el análisis realizado que, España acepta el producto en importación y que se debe implementar un envase en cambrel y un empaque en mdf, que protejan el producto para que llegue en óptimas condiciones al destino seleccionado. Se escogió diferentes tipos de transporte, siendo el más adecuado para el transporte interno hasta el punto de embarque, el terrestre, transportando el producto desde Pasto hasta Buenaventura y, luego, siendo embarcado en el puerto para ser despachado hasta el país de exportación por vía marítima, ya que al ser de naturaleza de carga general y por las condiciones de negociación que acepta España, el término incoterm CIF, dentro de sus parámetros incluye como costos del importador, envase y empaque (Figura 4), documentación para la exportación, transporte interno, costos de manipulación en el país exportador, tránsito internacional y lo determinante para seleccionar este término con respecto a los demás, un seguro que protege la mercancía y, al ser un producto de introducción y delicado, brinda seguridad al importador.

Figura 4

Prototipo de envase y embalaje



Se pudo determinar que, dentro del país seleccionado, existe un grupo objetivo interesante que hace viable la comercialización del producto, contando con un segmento (Figura 5) apropiado y que se ajusta al perfil

del cliente al cual va dirigido, observando un mercado apropiado con alta demanda de accesorios en cuero, en particular, bolsos.

Figura 5

Segmentación España



Conclusiones

El proyecto realizado ha contribuido al desarrollo del mercado 'Cueros Urkunina', para identificar y resaltar aspectos y factores que se debe tener en cuenta al momento de efectuar la producción e implementar todas las herramientas que se encuentran desarrolladas dentro del proyecto.

Como objetivo principal, la determinación del segmento permitió conocer a qué mercado objetivo está dirigido el producto y qué cantidad de consumidores potenciales existen en el mercado extranjero; por otra parte, la información recolectada ayudará a tomar decisiones posteriores al desarrollo del proyecto.

Igualmente, conocer cómo se desarrolla el proceso de exportación, ayudó al desarrollo de los prototipos de envase y empaque que protegerán el producto en su transporte, no solo hacia el país exportador, sino en cualquier tipo de manipulación.

El objetivo principal de este proyecto fue rescatar la cultura pastusa y, con los apliques del producto, no solo se logró este objetivo, sino también, dejar plasmada una historia en un bolso que puede ser comercializado en diferentes mercados, además de otorgar a la empresa, la posibilidad de desarrollar diferentes productos en cuero, que cumplan con la misión de rescatar las riquezas de la cultura pastusa.



Como conclusión final y, en conjunto con los integrantes del proyecto, afirmamos que este proyecto ayudó de manera directa a aplicar todas las herramientas que en este tiempo de estudios hemos adquirido y, conjuntamente, fueron empleadas para finalizar con éxito, el proyecto integral.

Referencias

ProColombia. (s.f.). Herramientas y Servicios para el exportador. *Perfiles logísticos de exportación por país*. <https://www.colombiatrade.com.co/herramientas-del-exportador/logistica/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais>